年比といった数字の説明 ことです。3点目は、 mの独自路線(テクノロ

AIを システ

c o

ていると感じました。

2

ジーを活用した成長戦

という姿勢が鮮明だった 略) で強く大きくなろう

組み込む具体策が見えてきた

う自社システムに組み込

じました。受け入れ、お模になっていて勢いを感

受け入れ、

とも付き合いがあります は他のグローバルOTA 常に印象的です。私たち

しましたが、ここまで来 な立場です。昨年も参加 て販売していただくよう

いねという話をしたこと

まり8割増という実績に

より具体的になっ

じめとする生成AIをど

と比較しても倍以上の規

ーが参集し、昨年

mのリ

ダーシップが非

ました。

c o

近い立場で、

索段階で、具体化されて

AIへの向き合い方を模 に限らず、どのOT

いませんでした。今回は

p G e n i e e k

「ENVISION. 2025」上海で開催



常務執行役員 でいうと中国から圧倒的 伸びていますが、 韓国も2・2倍、 ・5倍、台湾1・88倍と

体ではインバウンドの ます。われわれの会社全 に多く送客いただいて な要因の一つがT びていますが、その大き 均客室単価)が大きく伸 い風もあり、 comからの送客増加 追 という人たちが増え

Group*

三井不動産ホテルマネジメント 取締役会長

しょうか。 の動向はいかがですか。らのインバウンド宿泊客 昨年からの変化はどうで 雀部

当社全体で20

然ながら単価が高騰して

います。コロナ以降は、

円安トレンドになり、

ジア、東南アジア地域か

イナを中心とした北東ア

ャイナからの予約です。

去年のマー

から急激な

の70%がメインランドチ 販売した国は中国で、そ

出

メインランドチャ

した。

いっていることに驚きまが、どんどん実現されて

2024年の比較で、 と、同じく2023年と も急増しています。 23年と2024年を比 較すると、メインランド の送客は2・3倍です。 インランドチャイナから 北東アジアの3カ国より 国からのお客さまが他の はおよそ1・ チャイナからのお客さま 台湾の伸びより高く、 ています。韓国、香港、 Com経由で見る 6倍になっ %程度レブパー(Revりますが、約2%から30 PAR―販売可能な客室 るよりも、稼働はマーケどのホテルも稼働を上げ 1室あたりの収益)が上 第1四半期で施設にもよ 前年同期と比較すると、 り取っていく戦略に変わット連動で単価をしっか ってきていると思いま われわれも同様で、 いたいます。当社の大阪 オールしやすい状況になった。 一丁ァーP COM でんしいます。 当社の大阪 オールしやすい状況になった。 ついます。 一丁ァーP であっため、非常にコントロ でるため、非常にコントロ でんしいます。 市場 れる都市の一つなので、ういった方々が最初に訪 全体を底上げしてく ます。特に大阪はそ

す。日本人客はむしろ微、では微増、ほぼ横ばいで

はTrip.

com経由

して挙げられていたマレ ・シアなど、これから人

荒木 欧米客について

ーションでターゲットとジアや今日のプレゼンテ

います。

響力が強いため、韓国とインランドチャイナの影

1%程度減少して

ているため、日本人比率これは宿泊単価が上昇し

・に注力されることで、よ成長市場で、Trip.

時にTripcomのになります。そういったいるのか心配い

、す 。 山 本 た

トラブルが起こった 私も同じ意見で

やすさが圧倒的です。私の立場から言うと、使い

ノンリファンダブル(返感謝しています。また、

は予約操作が苦手です

c o m は

口が爆増すると言われる

減の傾向にありますが、

です。個人的には、ロン自体が下がっているから

るのではと感じます。

同

連絡を取り、状況を伝えると、すぐにお客さまと

コールセンターに電話す

じリソースを使うなら、

てくれます。このキャッ

解決に至らず、社内でた

せを入れても、

なかなか

マーセンターに問い合わ 際、他のOTAのカスタ

り大きな効果を発揮され

だきたいです。あれもこ成長市場に集中していた

チボー

女将が驚いています。そチボールの早さに旅館の

あります。Trip.c

しておいて、

実際の予約

『父親が亡くなった』な

れることがあります。私どの理由で返金を求めら

ク表示(安い料金を表示 簡単です。また、フェイ

晴らしいです。

例えば

頼があった際の対応も素 金不可)の予約で変更依

のため、

 \overline{T}_{r}

С

omはそもそもトラブル

とスタッフが言っていまomからの予約は安心」

グディスタンス(遠距離)

しており、ファーストト国からの旅行者が活発化 南アジアのより南の国々 リップ(初めての日本旅 ることです。人口の多い からの旅行者が増えて、 からの旅行者は連泊する

絶対数

と思います。皆さんがお必要はないのではないか り、欧米系OTAと戦う P. comがわざわざ日客層です。ただ、Tri 本のOTAと競争した 傾向があり、ありがたい

へ 分野に集中していただき . れもとなると、われわれ 。

が他のOTAと比較して 持ちです。 rip. com からです。シティホテルフォローする姿勢があるり」ではなく、最後まで す。これは「売って終わ

てを行い、海外旅行者の起点でアプリ開発から全

せん。2022年に大阪当に足を向けて寝られま

難波に288室の新し いホテルをオープンする

他のOTAは「直接お客

す」と言ってくれます。 あとは当社で対応しま comは「分かりました。

期でもあり、新築ホテル際、コロナ明けという時

で、その差は歴然です。さまと交渉してくださ

りました。しかしTriら声をいただくこともあ

ています。も現場では非常に助かっこのようなサポート体制

だけます。おそらく顧客 もその場で解決していた が少なく、問題があって

サプライヤーとしては本 ンスも非常に早いです。 な手法)がなく、レスポ 高い料金を提示するよう 画面では「満室」となり

と伝えると、Tr

たちが「返金できません」

3から1・5倍、国内客で見ると、欧米客は1・ テルを中心に主要ホテル ます。アジア圏内ではメ 客は3%ほど減少してい カが0・26%増と、本当です。具体的にはアメリ は微増という表現が適切 から、ブランド力が向上の対応も優れていること すく、アフターサービス アプリは視覚的に使いやす。Trip.ccmの いる結果だと思います。 していると感じます。 も含めてコールセンター さまざまな施策を欧米客 に微増です。逆に日本人 1・5倍程度の伸びで 欧米客について 都内のシティホ 全体数で c o mが С

井上

事前決済率の高さと アフターサービスが他社と大きく異なる

です。

例えばクー

策といった、

す。 の大きな武器と言えま いますが、今日のプレゼ割合が半分以上と聞いて 含め、Trip.comへの臨機応変な対応力も ビスが素晴らしいです。 日24時間のアフターサ することですが、365 特に小規模な旅館で実感 ティ(使いやすさ)が非 ンテーションでも見られ 常に良く、日々進化して たように、ユーザービリ いることです。二つ目は、 一つ目は、エンジニアの 2点あります。

り、言語の問題もあって、では食事の提供時間があ ることがあります。旅館 より1時間遅れて到着す 例えば、私どもが運営す る伊豆の小さな旅館で 外国人宿泊客が予定 館では特に感謝されて

だきたいと思います。今後もぜひ継続していた 部委託せずに自前で持っ のように多言語対応スタ ます。このサービスを外 りませんが、小規模な旅 ッフがいる場所は問題あ いただいている点は、 います。 ルギー 進化を常に追求するエネ の方々やテクノロジーの 簡単にまねできません。 的確に捉えているからで しょう。これは他社には が素晴らしいと思 ユーザ として た。短期間で全力サポーアワードもいただきまし 実績を上げ、2年連続で た。そして半年で他を引なる」と言ってくれまし 事中の現場を見に来て、 き離してトップクラスの 「ここはナンバーワンに comの担当者は工 もいただきまし

いると言えます。これはさまを送っていただいて は速攻性のある販促施策 大きな強みです。3点目 側からすると確実なお客 マーケット ポン施 Trip GLOBA **m** Group FERENC ON.2025 2025 Trip

ンスの印象、ご感想はい――今回のカンファレ れましたか。 年と比較してどう感じら 加されている場合は、 かがですか。昨年もご参 昨年も参加しま が多かったのですが、 思います。

西武・プリンスホテルズワ 日本代表にお集まりいただき、

-ツ&ステイ

Japan代表取締役社長の高田智之氏。

3pan代表取締役社長の高田智之氏。司会はkankokマーケティング戦略統括部副統括部長の荒木昌志氏、Tr.

k e

i z a i

com編集長の江口英一。Internation

n a l

東急リゾ

Τ

ルドワイド常務執行役員の井上

Trip com Internationa

三井不動産ホテルマネジメント取締役会長の雀部優氏。

現地で座談会を行った。ご出席者は、

出席。その12%は日本からの参加者だった。観光経済新聞社では、日本から出席したホテル4社の幹部とTrip.

を上海国際コンベンションセンターで開いた。世界14カ国から宿泊施設を中心としたサプライヤー

com)グ

- プは5月26日、グロー

バルカンファレンス「ENV

İ S I

Ō N

2025

(取引先) 約3-

c o m の

トリップドットコム(Tr

~客との感動的なストーリ ・rip comらしい顧 カ国3100名というパせていただきました。74 つかんだのではないかと のではないでしょうか。 で、より共感が高まった はないTrip. ならではのユニークなサ の方が、参加者の心を ビスを前面に出すこと 他のOTAに ${\rm c} \\ {\rm o} \\ {\rm m}$ ル業において、お客さまもてなしが素晴らしいと 深く感じました。 えてくれているのだなと をお迎えしていますが 上という集まりのエネル 参加させていただきまし たが、74カ国で3千名以 同じ気持ちで私たちを迎 出本 ―に非常に感銘を受け 私は今年初めて comさんも

があります。1点目は、したが、まず三つの感想

昨年はTrip.

c o m

Ā も

OTAでは対極だなと思 なろうというフィロソフ mはプラットフォ 荒木 ーが素晴らしいと感じ 私は現場に一番

comさんと契約し 見らTr は抜きん出て、緊密な関 ても、Trip. ジャ 知された証です。他のメ ことが経営者レベルに認 ·なOTAと比較 c o

とこういうことをやりた 較すると、約1 024年の1~5月を比 出 実績ベースで2

でした。しかし今や経営 だったこともあり、 ています。 者レベルの方が参加され 約ソースが重要かという んど担当者レベルの参加 いかにこの予 ほと います。 開していきますので、 クルが短いので、

係を築いていると感じま

後成長するものと考えて

した。3年前に高田さん

グを活用した促進策を展 はデジタルマーケティンいずれにしても、私たち 加してくると思います。 近づくにつれて予約は増 個人は予約サイ 時期が

アレンスでは、国内開催想です。3年前のカンフ たかというのが正直な感 ので個人予約は増えてお 由としては、戦略的なも

という発想から来ている

スから発想しているOT

Aと、単に部屋を売ろう

スタマー

エクスペリエン

が違うと感じました。力が、おそらく発想の原点

マイナスして います。 中国マーケットはインバウンド全体で1.6倍

24年度と比較して若干 動き出しで見ると、20

Trip.com経由では2.3倍に 増えています。欧米客も m経由では1・2倍程度 増加しているため国内市います。インバウンドが ます。ただし、 は2・6倍ほど増えてい 場全体の伸びは減少傾向 Com経由で

かし確実に伸びているの くないのが実情です。 米客は伸び率に対し、 対数ではまだそれほど多 まりにも大きいので、欧いうと中国のパワーがあ

> はどの旅館もホテルも認 国からの送客力で、これ めるところです。2点目 す。1点目は圧倒的な中mの強みは三つありま 1点目は圧倒的な中 c o

も高く、 で、キャンセルにつながmはほぼ100%なの す。他のOTAに比して る可能性も低く、ホテル は事前決済率の高さで T

どこでしょうか。魅力的だと思われる点は

の浸透が進か

mカンファレンス

ホテル幹部

きなかったのでコールセましたが、座席指定がで 対応のコー omは深夜にもかかわら 約と決済はすぐに完了 までの航空券をTr 非常に重要です。 て予約してみました。 comのアプリで初め -ルセンター

人的サービスである電話 雀部 三つあります。 帰りの上海から成田 でしょうか。 いくことが大切ではない -対応の両方を強化して ルセンタ

,る企業の一つです。実際、 で最もデータを持ってい でして、このmは世界 先読み情報の提供です。 が減少する可能性があ 8、「韓国からのゲストー月に高田さんと話した

東京や京都はインバウン 化傾向の早期警告は非常 ます。このようなマー に貴重です。3点目は、 ット変化の情報、 が、グロー さんのお話と重なります ィングの強化として、 一つ目は、先ほどの雀部 2点あります。 バルマ したが、体験を求めて旅コンセプトを紹介されま

いましたが、高田さんはにだったので一瞬疑問に思いましたが、高田さんは

当時は福岡のホテルで韓

ビザ緩和が始まった②ソ月8日に韓国人への中国

ドで飽和状態ゆえ、地方

さな観光スポットや施

設、ホテル、旅館にもスポ

三つのファクト①昨年11

っています。私どものホ行するという傾向が強ま す。先ほど登壇者の方が タッフのことを覚えてい追求していただきたいで ックをいただき、特にス テルでもさまざまな体験 しているので、 ず日本のインバウンド戦ついてお話しします。ま うれしいです。 略についてですが、政府 内のコールセンター

対応のコールセンターを 比率を高めたり、24時間 を行っています。日 がおり、全国各地に したりといった取り

2月以降から当社への韓 リゾートエリアへの送客 使いやすさをさらに くさんの良いフィード

念を示しました。実際に部が上海に流れていく懸 国人アウトバウンドの一 ている。それらから、韓 るので、ぜひ地方都市やは、国の観光戦略でもあ 海外旅行者の地方分散

に今後期待することは何

として、高度なAI技術

一つ目は、Trip. 山本 2点あります。 С

プリを開発しているのomだけが顧客起点でア

中、お集まりいただきあ くさんの良いフィードバりがとうございます。た 層の取り込みが急務なの で、その点でも協力をお 高田 皆さまお忙しい

に発展し、日本のインバ泊施設の協力関係がさら なりました。 用など、業界全体で取り 戦略に大きな影響を与えく、各ホテルグループの く、各ホテルグループのに中国市場の成長は著し ンスが示すように、イン ム対策、テクノロジー活 一同時に、



東急リゾーツ&ステイ マーケティング戦略統括部副統括部長

にもつながります。二つ

・リズムの解消

断ができます。レベニュ ち早く気づき、別の市場 的な対応ができます。例 にシフトするといった判 えば韓国市場の変化に 宿泊までの期間)や連泊 データは現在も提供され化です。予約者の地域別 ていますが、地域ごとの タがあると、より戦 ADRなどの分析デ ドタイム(予約から 場分散を図っていただけ が高いので、

私たちにとってリ

あるかを全て確認し、確

· グローバ

タッフにとって非常に有 ていますが、グローバルュアリーホテルを担当し ・インセンティブ・コン旅行社やMICE(会議 課題があります。現地の ブランドにはベストレ です。中国から直接予約 ベンション・展示会)の トギャランティ に強化していただきたい ダーとの連携をさら 要だと感じて に日本人客へのア

や販売チャネルを全て把

も一定の予約は確保できる。 は、どのチャネルからで は、どのチャネルからで 設工リアで ひょうな人気エリアで おきまとの関係構築につ は、特に東京や京都 きています。宿泊施 本国内でも少しず いただける流れ

かっ り組んできました。今日 の信頼関係を最優先に事 皆さまからいただいたフ の方向性は間違って の2年間、宿泊施設さま たと確信しました。 バックを聞き、そ 本日は貴重なご意

のグローバルカンファレ した。Trip.com 見をありがとうございま 場合も、迅速に対応でき

の仲介が重要です。富裕

c o m

スできないサイトも多い

ようとしても、

ホテルモントレ 代表取締役社長 山本 啓之 氏

Trip.com International Travel Japan

代表取締役社長 高田 智之 氏

Trip.com

ワンストップ旅行アプリ

航空券、ホテル、列車、空港送迎など 旅行の予約がひとつのアプリで。





国内・海外でも

Google Play

365日 24時間 日本語対応のカスタマーサポート

