

観光立国の実現は地方(地域)から

# 観光立国の一翼担う

JTB取締役(Web戦略担当) 今井 敏行氏  
i.JTB社長 森 正文氏  
一休社長 山本 考伸氏  
楽天執行役員 トラベル事業長 宮本賢一郎氏  
リクルートライフスタイル 執行役員 旅行領域担当  
司会=本社企画推進部長 江口 英一

## 強みを生かし 取り扱い増を図る

インバウンド旅行者が過去最高を記録した昨年、日本国内のオンライン・トラベルエージェンツ(OTA)各社もまた、着実にその利用者を増やした。宿泊単品など、単純な旅行は旅行区のホテルニューオータニで、

### 昨年の状況

2014年の業績はどうか。当初は4月の消費税増税の影響を心配したが、実際に4月初頭は、ゴールデンウィークの日並みが悪かったこともあり、予約の伸びが鈍化した。第2四半期(4~6月)、第3四半期(7~9月)では2ヶ月前を維持できなかった。ビジネス需要が顕著に伸び続けたことに加え、家族旅行に注力し、子供向けプラン等を拡充し、夏休み需要の取り込みが成功した結果、インバウンド客の予約受付体制を強化した。

山本 インバウンドサイトを完全にリニューアルした。従来は英語、韓国語、中国語系の各サイトを別々に管理していたが、1年間かけて、基本的なプラットフォームを統一した。英語サイトを7月にリリース。8月には、そのプラットフォームの上に、韓国語と台湾向け繁体字、香港向け繁体字の各サイトを開設した。また9月に中国本土向け簡体字、10月タイ語と毎月追加稼働させた。今後も言語は追加していく。今年の早い時期に、トラベルと、ショッピングなど楽天が提供する他のサービスのID・ポイントの連携を実現し、それをアジア圏から徐々に拡大していく計画だ。



宮本氏

### 家族向け拡充で成功 宿泊券の3割を販売 マジシシリーズが進化

山本氏  
今井氏  
森氏  
宮本氏

25%増で伸びた。14年は上期決算の取扱額ベースで同11%増程度。2ヶ月前をなんとか保持した。中間決算が終わって年間の見込みを作ったが、なんと2ヶ月前で終わるかなんかという感じだ。



森氏

山本 現状はPCが最大の収益源であることは、私達もここにいる皆さんも一緒だと。ここに置いておいて、モバイルやタブレットなどの連携も含め、インバウンド誘客体制の強化は継続的に行っていく。

森 増収増益。マイナス要因は、消費税増税による若干の需要低下と、インバウンドの増加によって、国内のホテル・旅館、特にホテルは旅行代理店やネットを当てにしないで先に団体を入れるの、その影響が出た。例えば4月に全世界の眼科学会が東京で、また10月に全世界の弁護士学会が日本であり、主要な都市のホテルに在庫がなくなると、一方でフランス要

山本 ヒジネス需要はこれまでに伸びていくと。その際にキーとなるのは東京都心から少し離れた地域のホテルだ。

### 今年の見通し、経営戦略

「オムニチャネル元年」に

ビッグデータを活用

14年のリクルートライフスタイルは、国内は総じて好調だった。当社も消費税増税の影響を危惧したが、結果的には、ビジネス、レジャーともに、人泊数が伸び、単価も上がり、2ヶ月前成長ができた。私達は、「需要にこたえる」とか、「需要を創る」とか、「地域を共に創る」とか、この三つを軸にしながら、事業を考えている。そういう意味では「マジシリーズ」が強化しているというのが14年のトピックだ。

山本 Rポイントカード。楽天スーパーポイントと併せて使う「Rポイント」が、今後とも伸び続ける。我ががユニークな存在であり、継続するためには必要な取り組みであると考えている。

山本 Rポイントカード。楽天スーパーポイントと併せて使う「Rポイント」が、今後とも伸び続ける。我ががユニークな存在であり、継続するためには必要な取り組みであると考えている。

山本 上限は設けていない。やるべきところは全部やる。旅行需要を盛り上げる。トレンドを発見し、新しい仕掛けを仕掛けることができる。森さんがおっしゃるように、フランス人やドイツ人をターゲットにするのは現実的ではない。潜在顧客となる人口が多いため、楽天のブランドが最も浸透しているアジアが一番のターゲットとなる。その際にキーとなるのは東京都心から少し離れた地域のホテルだ。

山本 上限は設けていない。やるべきところは全部やる。旅行需要を盛り上げる。トレンドを発見し、新しい仕掛けを仕掛けることができる。森さんがおっしゃるように、フランス人やドイツ人をターゲットにするのは現実的ではない。潜在顧客となる人口が多いため、楽天のブランドが最も浸透しているアジアが一番のターゲットとなる。その際にキーとなるのは東京都心から少し離れた地域のホテルだ。

山本 上限は設けていない。やるべきところは全部やる。旅行需要を盛り上げる。トレンドを発見し、新しい仕掛けを仕掛けることができる。森さんがおっしゃるように、フランス人やドイツ人をターゲットにするのは現実的ではない。潜在顧客となる人口が多いため、楽天のブランドが最も浸透しているアジアが一番のターゲットとなる。その際にキーとなるのは東京都心から少し離れた地域のホテルだ。