

観光立国の実現は地方(地域)から

訪日客5千万人時代へ 世界三大OTAの戦略



シートリップ・ジャパン
梁 穎希(レオ・リャン)氏
Mr. Leo Liang



エクスペディアホールディングス
マイケル・ダイクス氏
Mr. Michael Dykes



ブッキング・ドットコム・ジャパン
ジェームス・ホワイトモア氏
Mr. James Whitmore

訪日外国人旅行者の増加の勢いが止まらない。その一翼を担っているのが外資系OTA(オンライン・トラベル・エージェント)だ。世界三大OTAである、ブッキング・ドットコム(本社：オランダ・アムステルダム)、エクスペディア(本社：米国ワシントン州ベルビュー)、シートリップ(本社：中国・上海市)の日本法人のトップ3人に話を聞いた。

15年度の日本の訪日旅行市場はどうか。特に印象に残っている傾向は、梁「私たちが競合相手に見えるかもしれないが、それぞれ主要な顧客・市場が異なる。エクスペディアは米国、ブッキング・ドットコムはアジア、シートリップはヨーロッパ、東南アジア、欧州の市場で優位性を発揮している。シートリップは、中国での事業がメイン。旅行業全般を取り扱い、社員3万人という大規模なグループだ。ただ、14年5月に日本に誕生したシートリップ・ジャパンは社員が20人。来年は増員の予定だが、それでも30、40人規模にとどまると予想。シートリップ・ジャパンは、グループ初の海外法人。現在は韓国やシンガポールにも立ち上げたが、海外進出という意味ではまだまだ学生の立場だ。

ここ数年の間に中国人海外旅行者が爆発的に増大した。14年は1億1千万人、15年は1億5千万人を超えるだろう。つまり私たちは、数十年にわたって継続発展してきた会社とは全く異なる。たまたまのお客さまがすでに先にいて、それに対して私たちがどのようなサービスを提供すべきかを考える、という市場先行型で事業を行っている。日本は中国から比較的距離離れ、航空路線も多く、観光資源も豊富でサービスの質も高い。これからも拡大していく市場だ。実際に当社の15年の

訪日外国人旅行者の増加の勢いが止まらない。その一翼を担っているのが外資系OTA(オンライン・トラベル・エージェント)だ。世界三大OTAである、ブッキング・ドットコム(本社：オランダ・アムステルダム)、エクスペディア(本社：米国ワシントン州ベルビュー)、シートリップ(本社：中国・上海市)の日本法人のトップ3人に話を聞いた。

数字では、日本への中国人旅行者の前年比伸び率が初めてタイ、台湾より高くなった。リピーターが多いのも日本市場の特徴だ。今後2年度、3年度と来日するであろう将来の旅行者に対して整ったサービスを展開しなければならぬという危機感もあり、日本人を立ち上げた。現状は、日本人を対象としたビジネスはごくわずかだ。



冒険心の赴くままに
Booking.comで
サイコーの宿を
予約しよう。
#Booking冒険

「コレイチ」(イマスタグアラ) 京都の旅館つえむを発見

ブッキングドットコム
Booking.com

宿泊予約のスペシャリスト

220カ国、82万軒以上の宿泊施設