

本社アンケート調査結果から（第1弾）

国内宿泊予約サイトはこ
まめに伸びるのか。「旅の
窓口」(桑太)ラベルが買取
がビジネスホテルのネット予
約を始めたのは96年1月。21
世紀に入り「宿泊予約サイト」
は完全に市民権を得た。出張
族にとっては既に「予約手段
の主潮流」。レジャー需要でも宿
泊サイトが主流になるのか。
観光経済新聞では昨年12
月、17社が運営する20サイト
に対してアンケート形式によ
る実態調査「どこまで伸び
て来る」宿泊予約サイト「現状と
将来」を行った。

第一弾で大手旅行会社、大
手オンラインエージェンツを
中心に1社・13サイトの現状

を報告。第2弾(1月13日号)
では、特約のある6社・7サ
イトの現状、17社「間」いた
「宿泊予約サイト」の将来「の
アンケート結果を発表する。
今回発表の第2弾では、専
業「御三家」の強さが浮き彫
りになった。05年度の総取扱
高(予約流通総額)と総予約
泊数で見ると、桑太ラ
ベルは1440万泊・179
8万泊。じやらは832万
円・103万泊。一休は2
52億円・114万泊だった。
一方、4大エージェンツは
どうか。JTBは330億円。
近畿日本ツーリストは40億
円。34万泊。日本旅行は32億
円。51万泊。トップツアーが

7・3億円
の結果だ。
各事業者
の、小規模者
ホテルのス
トアネット
者にうけて
きた。サ
という低手
販売力の高
を得たとし
06年11月
5%で新規
月末、JTB
を開設す
見せると
光業界全体

【運営会社】	阪急交通社
【URL】	http://www.hankyu-travel.com/oyado/
【開設日】	2006年11月13日
【運営形態】	ASP（システム貸し）、旅行業
【手数料】	5%
【契約施設数】	2000軒（旅館45%、シティホテル45%、ビジネスホテル10%）
【客室登録義務／管理画面の操作】	なし／施設側
【会員数／会費】	—
【決済方法】	宿での現金・カード払い
【主な利用目的／利用者の特徴】	ビジネス、レジャー／レジャー50%、ビジネス50%。年齢層は20～60代。男性60%、女性40%。
【ポイントプログラム／内容】	×
【総取扱額高】	—
【総予約泊数】	—
【旅館とホテルの予約比率】	旅館50%、ホテル50%（06年12月1日現在）
【ホテルの予約比率】	シティホテル50%、ビジネスホテル50%
【モバイル（携帯）予約比率】	システムを現在構築中
【旅行業登録】	1類 国土交通大臣登録旅行業第43号
【加盟団体／e-TBT（電子旅行取引信頼）マークの取得】	JATA/O
【国内ダイナミックパッケージ】	—
【インバウンド対応／言語／特徴】	○／英語

【運営会社】	一休
【URL】	http://www.ikyuu.com/
【開設日】	2000年 5月
【運営形態】	A S P (システム貸し)
【手数料】	8%
【契約施設数】	915軒 (旅館358、シティホテル557) (06年 9月30日現在)
【客室登録業務/管理画面の操作】	なし/施設側
【会員数/会費】	123.7万人 (06年 9月30日現在)/無料
【決済方法】	宿での現金・カード払い、事前カード決済
【主な利用目的/利用者の特徴】	○/男性57%、女性43%。平均年齢は男性41才、女性37才
【ポイントプログラム/内容】	×
【総取込額高】	252億円 (05年 4月〜06年 3月実績)、295億円 (06年予測)
【総予約込額】	114万泊 (05年 4月〜06年 3月実績)
【旅館とホテルの予約比率】	一桁
【ホテルの予約比率】	一桁
【モバイル (携帯) 予約比率】	10% (06年 9月30日現在)
【旅行業登録】	3種 東京都知事登録旅行業第3-4840号
【加盟団体/e-TBT (電子旅行取引信頼) マークの取得】	JATA/O
【国内ダイナミックパッケージ】	—
【インバウンド対応/言語/特徴】	—

【運営会社】	カクココム
【URL】	http://joyaq.com/
【開設日】	2001年 5月
【運営形態】	A S P (システム貸し)
【手数料】	8%
【契約施設数】	131軒 (シティホテル131) ※旅館110軒を別途ゆめゆめが供給
【客室登録業務／管理画面の操作】	なし／施設側 (開業直に登録)
【会員数／会費】	12.5万人／無料
【決済方法】	宿での現金・カード払い
【主な利用目的／利用者の特徴】	レジャー／20～40才の男性。当日予約比率が80%
【ポイントプログラム／内容】	導入を検討中
【総取扱い額】	—
【総予約泊数】	2万泊 (05年4月～06年3月末実績)、2.5万泊 (06年予聞)
【旅館とホテルの予約比率】	ホテル100% (06年12月14日現在)
【ホテルの予約比率】	シティホテル100%
【モバイル (携帯) 予約比率】	60% (06年11月30日現在)
【旅行業登録】	3 順 東京都知事登録旅行業第3-5534号
【加盟団体取得／e-TBT (電子旅行取引信頼) マーク】	×/×
【国内ダイナミックパッケージ】	×
【インバウンド対応／言語／特徴】	—

本社アンケート調査結果から(第2弾)

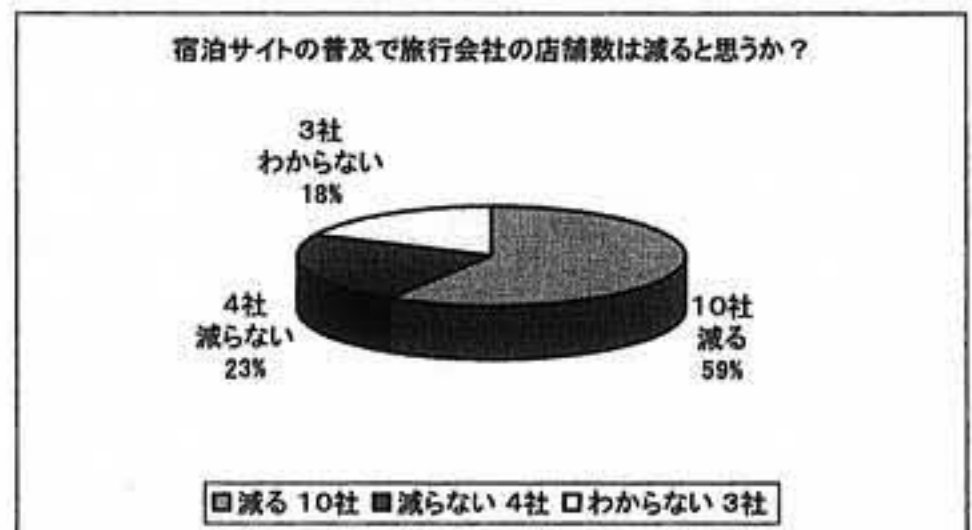
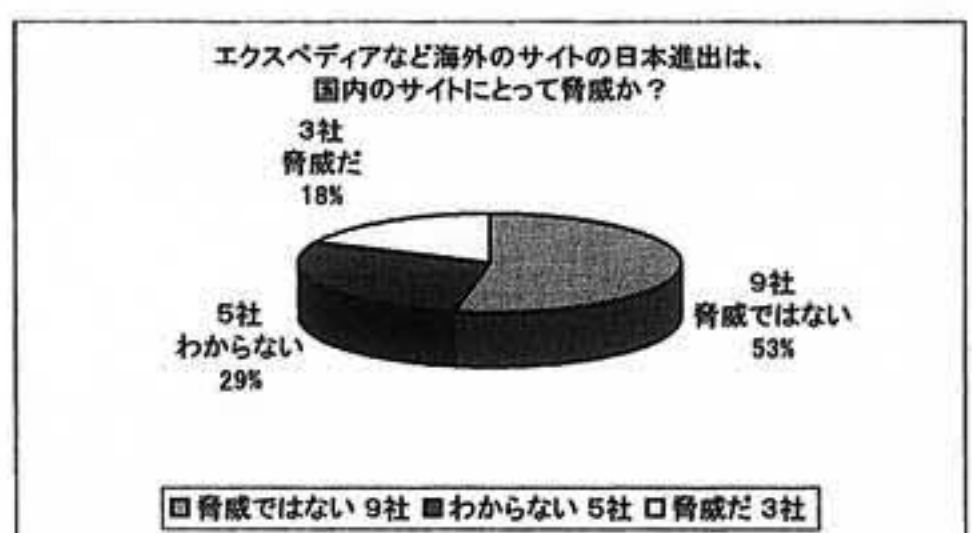
3サイトが手数料0%

予約宿名人	
	トラベルズパ
	http://www.yuyu.co.jp
	2003年3月3日
	旅行業
	8~15%
	3000軒(旅協80%、その他20%)
【業務/管理画面の操作】	なし/なし(利用者と宿がネット上で価格交渉する仕組み)
【費】	15万人/無料
	宿での現金払い
【的/利用者の特徴】	レジャー/30~50才の男女
【ログラム/内容】	○/1回利用で200ポイント(150円)を付与
	—
	—
【予約比率】	旅協80%、その他20%(06年12月1日現在)
【予約比率】	—
【提携/予約比率】	0%
【】	3種 東京都知事登録旅行業第3-5380号
e-TBT(電子旅行取引信憑) マークの取得】	×
	×
【ミックパッケージ】	—
【ド対応/言語/特徴】	×

【運営会社】	クーコム
【URL】	http://www.tavina.jp
【開設日】	2006年11月28日
【運営形態】	宿の共通ポータルサイト
【手数料】	5%（事務局運営費）
【契約施設数】	700軒
【客室登録義務／管理画面の操作】	－
【会員数／会費】	－
【決済方法】	同左
【主な利用目的／利用者の特徴】	レジャー
【総取扱額高】	－
【総予約泊数】	－
【ポイントプログラム／内容】	宿の共通マイレージサービス。加盟施設間で自由に使えるマイル（ポイント）を付与。付与率は宿泊泊の5～18％
【旅館とホテルの予約比率】	－
【ホテルの予約比率】	－
【モバイル（携帯）予約比率】	－
【旅行業登録】	同左
【加盟団体／e－TBＴ（電子旅行取引信頼）マークの取得】	同左
【国内ダイナミックパッケージ】	－
【インバウンド対応／言語／特徴】	－

マル得ホテル予約	
【運営会社】	プロコ
【URL】	http://www.hotel-yasui.co.jp
【開設日】	1989年2月28日
【運営形態】	旅行業
【手数料】	5%
【契約施設数】	230軒（旅館5%、シティホテル20%、ビジネスホテル75%）
【客室登録義務／管理画面の操作】	なし／施設側
【会員数／会費】	72万人／無料
【決済方法】	宿での現金・カード払い、一部法人顧客への売り掛け
【主な利用目的／利用者の特徴】	ビジネス／30代中心。男性50%、女性50%
【ポイントプログラム／内容】	専入を検討中
【総取換額高】	20億円（05年1～12月実績）、21億円（06年予備）、25億円（07年目標）
【総予約泊数】	100万泊（05年1～12月実績）、100万泊（06年予備）、110万泊（07年目標）
【旅館とホテルの予約比率】	旅館5%、ホテル85%
【ホテルの予約比率】	シティホテル25%、ビジネスホテル75%
【モバイル（携帯）予約比率】	50%（06年12月6日現在）
【旅行業登録】	3種 大阪府知事登録旅行業第3—1217号
【加盟団体／e-TBT（電子旅行取引促進）マークの取得】	×／×
【国内ダイナミックパッケージ】	参入を検討中。時期は未定

予約宿名入	
【運営会社】	トラベルズバ
【URL】	http://www.yuyuy.co.jp
【開設日】	2003年3月3日
【運営形態】	旅行業
【手数料】	8～15%
【契約施設数】	3000軒（旅館80%、その他20%）
【客室登録義務／管理画面の操作】	なし／なし（利用者と宿がネット上で価値交換する仕組み）
【会員数／会費】	15万人／無料
【決済方法】	宿での現金払い
【主な利用目的／利用者の特徴】	レジャー／30～50才の男女
【ポイントプログラム／内容】	○／1回利用で200ポイント（150円）を付与
【総取扱額高】	—
【総予約泊数】	—
【旅館とホテルの予約比率】	旅館80%、その他20%（06年12月1日現在）
【ホテルの予約比率】	—
【モバイル（携帯）予約比率】	0%
【旅行業登録】	3 組 東京都知事登録旅行業第3—5380号
【加盟団体／e-TBT（電子旅行取引信頼）マークの取得】	×／×
【国内ダイナミックパッケージ】	—
【インバウンド対応／言語／特徴】	×



Q. 国内宿泊予約サイト業界は将来5年以内、どのようなと思いますか？

A. 日本旅行「各宿泊サイトの情報を横断的に収集し、表示する方式が主流になる。自らは宿泊サイト運営者である必要はないが、常に比較をして決めたい」と利用者のニーズを満たす比較サイトに取れんざれていく。

KNT「宿の直販が進化するれば、各宿泊サイトの取り扱いは減少するだろう。『そこでしか出来ない事』がないサイトは淘汰される」

トップツアー「利用者自身が条件検索をして目的にあった宿泊プランを探索検索マッチング型」と代理店等が企画したり、利用者のリクエストに応じてカスタマイズする提案型』の両極の中で様々な試みがなされていく

阪急交通社「ダイナミックパッケージ化が進む」

じゃらん「宿泊予約サイトの成長は今後も続く。利用者（旅行者）にとって、なくてはならない存在となる」

ク・コム「ネットの世界における巨大エシエンメントが出現する可能性がある」

ぐるなび「利用者に対して明確なメリットを示すことのできるサイトだけが残る。オリジナリティの発信に失敗したサイトは淘汰される」

ヨヤキュード「コム（カカココム）手数料収入だけがたまるサイトは淘汰される。情報提供において総合の優れたサイトが勝ち組として残る」

マル得ホテル予約（レコ）「利益を独占しようとして、先行投資をしない企業は、宿の自社サイトにシェアを奪われ、投下資本を回収できずに苦しい経営状況に陥る」

やどかりVIC「交通機関など旅行関連業との提携が進む。旅費全体を網羅した予約、旅費が可能になる（ダイナミックパッケージ化）」

ホテル物語（タナタック）「低価格競争に陥る。従来型旅行会社と同一追をたどる」

じゃらん「マーケット（市場）とユ・サ利用者の嗜好性の変化と多様性に対応し、利用者が使いやすい、使いたいと思えるサイトづくりをする」

ぐるなび「『野村独自の食』を切り口とした宿泊予約サイトを展開し、専門サイトとしての地位を築く」

ヤキュード「コム（カカココム）『ホテル側の収益が向上するサービス』とシステムを提供していく」

マル得ホテル予約（レコ）「競争の中で、まれ、いいものを売り、独自性のあるサービスを展開していく」

やどかりVIC「あらゆるタイプ、あらゆる規模の宿を受け入れるサイトづくりをする」

ホテル物語（タナタック）「『DIY予約プラン』の『Direction』の販売支援ツールとして『ホテル物語』展開している。施設の直販支援を続けていく」

阪急交通社「利用者との双方からの信頼に応える。やさしいサイト『をめかす』」