

## 業界内の淘汰合戦と異業種参入始まる

21世紀には関連産業も含めれば世界最大の産業となり、ECマーケットでも第1位の取引量を占めることが確実視されている旅行業。しかし、その業界内では大きな淘汰と異業種参入が始まろうとしている。

### 日本の航空・旅行会社の現状

日本の航空会社や旅行会社はパソコンを真っ先に導入し、独自のコンピューター予約システム(CRS=Computer Reservation System)を築き上げてきた。しかし、予想もしなかったインターネットの急速な普及への対応には、CRSや社内システムへ莫大な投資をしてしまったが故に後れをとってしまったようである。

遅ればせながら、大手もインターネットの重要性に気づき独自のホームページ作りが急速に進められているが、紙のカタログをネットに移し替えたり、収益性の低い宿泊手配や格安航空券などの素材販売に終始しているものが多いようだ。

インターネットユーザーには旅慣れた層が多く、オーダーメイド性の高い個人旅行を志向する傾向がある。バック旅行や既存の旅行商品では満足できないのだから、素材のみしか売れないのは当然のことだろう。しかも、素材の販売に関してはオンライン販売を早くから始めた中小旅行会社が会員限定を名目に、電子メール等を活用して旅行情報誌やパンフレットに印刷された価格を大幅に下回る価格破壊の商品を盛んに流通させており、消費者にもその存在が知れ渡ってきている。

### 旅行サイトを活用するユーザー

旅行者が目先の予約客をつかまえようと苦闘している間に、ネット利用者はインターネットが旅の楽しみを膨らましてくれる無限の可能性を持っていることを知ってしまったようだ。その多様な機能を実感させてくれるリンク集を2つほど紹介しておこう。国内外の旅行関連ホームページを1行コメント付きで9,000以上も紹介している「旅行リンク」([\[or.jp/~moritammm/index.html\]\(http://www.st.rim.or.jp/~moritammm/index.html\)\)は、かつて、旅行業界に籍を置いた森田紀美子女史が非営利で運営している秀逸なリンク集だ。このサイトでは画像や音声を楽しみながら国内の温泉や観光地を紹介するページから、海外から日本語で発信している旅行サイト、旅行安全情報、通貨や時差・日没・日の出時間などの自動計算サイト、世界の気象情報やライブ映像中継カメラを集めたサイト、旅行計画に絶大な力を発揮するフライトや鉄道の電子時刻表などが網羅されている。とくに、鉄道時刻表は乗り換え時刻表や経路図、駅の構内図などを示すものもあり、イスタンブールからロンドンまでが5回の乗り換えで、所要48時間、乗り換え都市で駅が変わる場合の移動方法といったことまで即座に教えてくれる。](http://www.st.rim.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

旅行業界誌トラベルジャーナルが業界と消費者の双方に向けて発信している「旅天国」(<http://www.tjnet.co.jp/>)の「お勧めサイト」も海外を中心に役立つサイトがリンクされている。今現在アメリカ上空を飛行しているすべてのフライトについて、機内でおなじみのデジタル飛行ルートマップが高度や方位、速度計とともに表示してくれるサイトや管制官とパイロットの交信が生で聴けるサイトもリンクされている。さらに、海外のドライブ予定コースを入力していくと地図入りで所要時間や走行距離、観光情報などを打ち出してくれるサイトや世界99都市に関して、自分が見たいもの泊まりたい宿などを入力するとオーダーメイドの英語ガイドブックを作成してくれるサイト、世界の300以上の美術館、200以上の都市で仮想旅行体験を楽しませてくれるVirtual Tours、海外のイベントや見本市、祭り、オペラなどのスケジュールを網羅したサイトなどがある。もちろん、各機能の利用は無料だ。

この2つのリンク集を見れば、従来、業者の独占であった航空会社などのCRS機能のほとんどがネット上で消費者に無料で開放されてきていることも

見て取れるだろう。

### メタサーチエンジンやモバイル化により変わる旅行

旅行者のサイトを魅力のないものとしている理由は、個人旅行者の求める商品を提供できないばかりではない。旅行者は、とくに消費者に知られているような情報も自社サイトでは「ないもの」にしているなど情報操作が目立つ。ある会社のホームページでは現地販売価格の倍近い値段で市内観光を売っていた。より大きな理由は、欧米のホームページと異なって、消費者の旅のモチベーションを刺激する工夫がされていないことだ。目的地の季節にあった旬の楽しみ方や「乗馬がしたい」、「フライ・フィッシングを楽しみたい」といった要望を汲み取ろうという姿勢があまり見られない。

逆に、最近話題のメタサーチエンジンを使えば一般消費者でもサーチャー並に旅行に必要なサイトを見つけ出すことができる。たとえば、コペルニック(<http://www.copernic.co.jp/>)と呼ばれるエンジンはYAHOO! JAPANやInfoseekなど10の検索エンジンを同時に動かし検索結果を整理統合して一覧表にしてくれる。試しにイタリアの地方観光都市サン・ジミニャーノで検索してみると104ものサイトを選び出してくれる。また、コペルニックの英語版でWine Tourを検索すると世界中の数百のワインツアーをリストアップしてくれる。

コペルニックには旅専門のサーチエンジンをセットした旅チャンネルという機能もある。メタサーチではないが、ホテルやレストラン、メニュー実例、航空会社、空港、ドラブ旅行自動計画、地図、政府観光局などそれぞれを専門とする数十の旅行関連検索エンジンを集めたVirtual Travel Search Engines(<http://www.dreamscape.com/frankvad/search>.)

次のページへ

## 第1章 通販

## 旅行

travel.html) や The Internet Sleuth Search Travel ( <http://www.isleuth.com/trav.html>) といったアメリカの検索サイトも旅行の計画に大いに役立つ。

今後、モバイル機器の進化や携帯電話の世界規格の誕生、旅行者向けのナビゲーション・システムの開発などにより、旅行者の旅の姿も急速に変化するだろう。つまり、無添乗員旅行の障害が取り払われていき、今までバック旅行でしか行かなかった層まで個人旅行化してしまう可能性が高まってきているのだ。このような時代を予感させるサイトがフランス・テレコム の Shops by Street ( [http://www.pagesjaunes.voila.fr/wrmm\\_rue\\_marchande.cgi?LANGAGE\\_TYPE=anglais](http://www.pagesjaunes.voila.fr/wrmm_rue_marchande.cgi?LANGAGE_TYPE=anglais)) というページに垣間見られる(図1)。たとえばパリの通りの名を入れると一軒一軒の店が紹介され、主な建物は正面の写真も見る事ができる(パリだけで35万画像収録!)。日本の女性誌顔負けの写真入りイラスト地図が飛び出してくるのだ。そしてホームページを持つ店へは画面上からクリックできる。建物の周辺図もズーム機能付きで見ることができる。試しに、ホテルのサイトを開いてみると予約画面まで用意されている。店のプロモーション・ビデオが流れるところもある。レストランによっては値段入りのメニューを掲示してい

るところもある。

フランスに限らず各国の電話帳はホームページや電子メールのアドレス帳の機能も備えてきており、旅行者の情報源として大役に立つ。各国の電話帳を網羅し英語で機能を解説した Telephone Directories on the Web ( <http://www.teldir.com/>) という便利なサイトもある。

## 海外から直販できるサイトの増加

政府観光局の日本語サイトなどを見ると、現地のバス観光ツアーやホテル、エンターテイメントなどを日本語で紹介し申込先のURLやメールアドレスまでリンクさせたサイトが目立ってきている。また、現地の旅行サイトやホテルなどが独自に日本語のホームページを作るケースも増えている。

たとえば、「イタリアの素晴らしき古都フィレンツェへようこそ!」( <http://www.tiac.net/users/pendini/nihongo/index.html>) という3つ星ホテル・ペンディーニが開いている日本語サイトは、ホテルの案内もあるが、それ以上に価格別レストランガイドやフィレンツェ発地元情報など観光局顔負けのデータがある。2時間待ちのウッフイツィ美術館を待たずに入る方法や郊外のアウトレットへ個人で行く方法などまで紹介している。オーナーの話では、

日本語の予約ページにローマ字で書き込んでもらおうと、ホテルにイタリア語の予約画面として届くシステムを開発してから日本人客が増しているそうである。また、ホテルではメールの送受信が無料で、7割の客が利用しているという。面白いことに、日本からの予約メールは日本時間の昼休みと18:00以降に集中しており、会社でインターネットを使って予約をしていることが歴然だそう。日本の実際

のインターネット人口が統計の数を上回っているだろうことがこんなところからもうかがえる。

このホテルも含め、独自のページを持っている世界中のホテルをリンクした Allhotels on the Web ( <http://www.all-hotels.com/index.asp>) というリンク集もある。年間\$25という格安料金でホテルのリンクを引き受けているのだが、考えてみれば2万軒集めれば年\$50万もの収入だ。消費者にとっても、旅行者経由では手配の難しいハネムーンやグルメ、ゴルファー向けの宿泊パックといったものも利用できるし、ほとんどのホテルがインターネット割引を用意しているのも魅力だ。

ホテルを上回る予算を取る航空券に関しても、Online Discounted Airfares & Flight Reservation ( <http://www.etn.nl/discount.htm>) というサイトで海外発の最低航空運賃を調べることができる。複数の航空券価格検索サイトをリンクしていて、出発地を18か国から選ぶと、その国に最適なサイトが選択される。そして、各サイトの検索ボックスに出発地、到着地などを入れていくと割引航空券の料金条件などと共にリストアップされる。各サイトがさらに多くの国をリンクしているので実際には50か国以上の発着料金がわかる。実は、この航空券価格検索サイトでは日本発着の料金は出てこない。海外の航空券が航空会社公認の割引制度に基づく料金であるのに比べ、日本では、旅行会社各社が独自に値付けをするIT運賃に基づくものが主流であるため、コンピューター販売が困難なのである。

## オンライン旅行会社の登場

アメリカでのインターネット旅行ビジネスサイトは、マイクロソフト系のエクスペディア ( <http://www.expedia.com/>) やアメリカン航空系の Travelocity ( <http://www.travelocity.com/>) に代表されるように、商品提示選択・予約・決済・旅行書面発送までをほとんど無人化したオンライン旅行会社が急成長している。日本では航空会社公認のPEX(事前購入割引運賃)等ではなく、旅行会社がIT運賃とい

図1 「Shop by Street」のページ



うパック旅行用運賃を勝手に価格設定したものが海外格安航空券として流通しているの、オンライン販売には馴染まなかった。しかし、国内線でいち早くPEXが一般化したのに続いて、国際線もPEX運賃が大幅に引き下げられた。それでも、格安航空券に比べて若干割高なのだが、航空会社系のクレジットカード機能付きマイレージカードを使って航空会社の窓口で買うと、結果的にはほとんど価格差が感じられないまでになった。

ところで、この「航空会社の窓口で買う」というのが旅行業者にとっては死活問題なのだ。消費者の旅行業者離れを決定的にしかねないからである。実際、日本航空系のジャルパックがこの5月17日から運営を開始した会員制総合旅行ウェブ「eトラベル」(http://www.etravel.co.jp/)は、インターネットで航空券予約からホテル手配までできる日本初の本格的オンライン旅行会社であり、一般の旅行会社にとって脅威であろう。

また、格安航空券販売がコンピューターに乗りやすいPEX系で一本化した方がよいという思惑が、マイクロソフト系のエクスペディアなどのオンライン旅行会社と航空会社の間で一致しているように思えるのも不気味だ。今後、あつという間に、システムに莫大な資本と最新の技術を投下

し、オンライン販売を確立した新顔の旅行会社が日本を席卷する恐れさえある。

では、既存の旅行業者はどう迎え撃とうというのだろうか。大手のJTBなどはシステム旅行会社を迎え撃つ準備を着々と進めているようで、すでに「JTB INFO CREW」(http://www.jtb.co.jp/crew/)という会員制旅行ウェブをスタートさせている。旅行情報誌『AB・ROAD』を発行しているリクルートが新たに作った「イサイズ・トラベル」のホームページ(http://www.isize.com/travel/)も注目だ(図2)。サイトの情報をスクラップしながら旅行計画を練り上げる機能やホテルなどの評価情報を盛り込んだりとインターネットの特性をうまく活かした意欲的なサイト作りが見られる。なお、「イサイズ・トラベル」は第3種旅行業者であるリクルート・イサイズ・トラベル社が運営をしており、5月より海外旅行の予約・販売を開始した。

中小旅行会社の対応

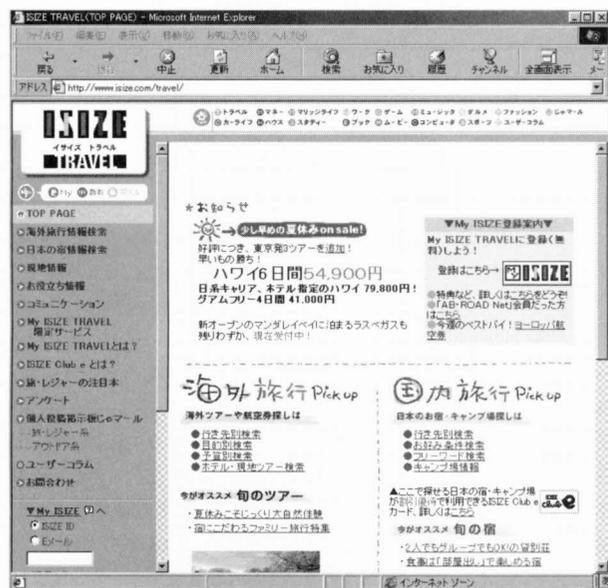
まず注目したいのが、旅行部門におけるECの数少ない成功例として経済誌や業界誌に頻繁に取り上げられているコスモエアーシステム(http://www.castour.com/index.html)だ。海外格安航空券とホテルのみという素材販売に絞り込み、徹底した省力化で販売コストを

外の旅行関連ホームページを9,000以上も紹介している「旅行リンク」の「旅行会社」のページで数百社がリンクされている。また、専門分野を持つ旅行会社が連合したその名も「旅専」(http://www.tabisen.co.jp/index-j.html)という組織も発足している。

個性派旅行会社が今後伸びるかどうかは、消費者を納得させる高品質なオーダーメイド旅行商品の創出とそれに見合う手数料等の収受が可能となるかどうかだろう。そのためには、インターネットを販売チャンネルとしてのみとらえるのではなく、欧米のSOHO型旅行会社の一部が始めているように、旅行者のモチベーションを刺激し続けるカルチャー・クラブ的なポータル(玄関口)を用意する必要があるだろう。もし、専門分野にあぐらをかいて油断をすれば、情報だけをタダ取りされてオンライン旅行会社に素材を買いに走られることになりかねない。

(山口俊明 トラベルジャーナリスト)

図2 「イサイズ・トラベル」のホームページ



極限まで下げ消費者に還元している。3万人近いメール会員に毎週送る「今週のお買い得情報」は格安航空券のボトム価格の情報源としても定評がある。

次に注目したいのが、特定の地域や旅行形態などの専門分野を前面に打ち出している個性的な旅行会社群だ。SOHO的な規模が多いが、その専門性故に「Specialist Office / Homedoctor Office」と読み替えたい位だ。これらの会社は、国内



## [インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ [iwp-info@impress.co.jp](mailto:iwp-info@impress.co.jp)