

第1章 小売・仲介、代行

旅行②

パスポート保持者数をネット人口が超えるか？ 新規参入企業でオンライン旅行会社激戦

日本における有効なパスポート保持者の数は約2800万人だそう。それに比べてインターネット人口は2000万人前後といわれている。パスポート保持者とインターネット利用者層は濃密な相関関係があるといわれており、インターネット人口がパスポート人口を上回る可能性のある2000年は、航空会社のインターネットによる直接販売の開始と相まって、海外旅行市場におけるインターネットの重要性は決定的なものとなるだろう。

PEXが格安航空券の基準に

消費者がもっとも欲しがっているのは、格安航空券やホテルの最低価格を検索できるサイトだ。日本の格安航空券は、IT運賃といわれるホテル等も含めた個人パッケージ商品向けの割引航空券を、個々の旅行会社が独自に値決めして売るのが主流だ。その結果、価格はバラバラで、しかも在庫（座席）が航空会社のコンピューターでコントロールしきれていないので、オンラインで予約から決済するまでに問題が多い。

しかし航空会社がインターネット割引運賃を作ったり、旅行者がパッケージ旅行から航空チケットやホテルの単品買いに移行している現状を考えれば、IT運賃の存在意義が薄れていくのは必至。いずれ、航空会社が出す事前購入割引運賃（PEX）が格安航空券の基本となり、オンライン販売も一貫してできるようになるだろう。現に、マイレージポイントがIT運賃よりも多く設定してあるPEXの航空券を、航空会社系のクレジットカードを使って航空会社の支店で購入すると、いわゆる格安航空券より結果的に安くなるということも起こり始めている。

しかしながら、現状はIT運賃を元にした格安航空券が主流であり、その最低価格もホームページに公開されたものよりも

（航空会社等による最低販売価格維持の圧力を逃れやすい）各旅行会社のメールマガジンによる提供価格で構成されつつあるので、最低価格の一覧表を作るのは簡単にはいかないだろう。

ホテル予約に直販サイト増加

航空券と違いホテルの予約は空室状況のチェックから決済まで可能なサイトが登場している。ジャルパックが運営する「eトラベル」[Jump01](#)がその代表である。また海外の個々のホテルやホテルチェーンなども日本の消費者を直接獲得するため、日本語のホームページを開設したりと積極的だ。観光局のサイトでホテル予約まで可能なものも急増しつつある。

価格を最重視する消費者は「アップルワールド」[Jump02](#)のようなホテル予約クーポン発行会社のサイトを利用するだろうが、プチホテルやシャトーホテルなどにこだわりのある消費者は、今後ますますホテルが開いているサイトを見つけ、直接予約をするようになるのではないだろうか。実際、3年前にホームページ上に日本語予約画面を作ったフィレンツェの「Pendiniグループ」[Jump03](#)ではこの1年でインターネットによる日本の消費者からの予約が2倍に増えたそうである。また、ホテル以外にも鉄道バスやエンターテインメントチケット、現地発のオプションツアー、レストラン、専属ガイドや送迎車、旅行保険などインターネットで直接予約や手配ができるものが増えてきている。

ボランティアパワー増大

膨大な現地旅行情報は観光局や旅行会社などではカバーしきれない。そこで活躍しているのが無数のボランティアが開いている「旅行情報サイト」だ。その急増ぶ

りは目を見張るものがあり、旅行情報検索に便利なメタサーチ検索エンジン「Copernic」[Jump04](#)を使って「ドイツ&リンク」「ハワイ&リンク」などと検索すると、日本人のボランティアが現地などでせっせと情報発信しているサイトが数十も見つかる。ましてや、英語のサイトとなると無数だ。地域だけでなくジャンルごとのボランティアサイトも多い。

「日本と世界の博物館、美術館、天文台へのリンク集」[Jump05](#)には内外の6240の博物館・美術館サイトがリンクされている。また、15000もの旅行計画に有用なサイトを集めた「旅行リンク」[Jump06](#)や旅行に役立つ無数のサイトを仮想大学の学部や研究科に分けて整理したヴァーチャル・ユニヴァーシティ「国際旅行大学」[Jump07](#)といったボランティアで作られている便利なサイトもある。

アメリカには、ボランティアパワーを活用して1999年10月からの7か月間で700万ものブックマークを集めた「Blink.com」[Jump08](#)というサイトがある。このサイトは個人がパソコン上に設けたブックマークを同社のサーバー上に無料で置くようにしたもので、本人が希望すればブックマークの一部もしくは全部を公開することもできる。旅先でも自分のブックマークが使えることになるので、旅行者やモバイラーには実に便利なサイトだ。公開されている旅行関係のブックマークを見ると、営利のサイトばかりではなくボランティアサイトの優れたものも数多く集まっていることがわかる。ちなみにBlink.comは近々日本語版もオープンする模様だ。

個人向け旅行計画サイト充実

ボランティアが開いている現地旅行情報サイトやその他旅行情報サイトを活用する方法を説いたガイドブックのリンク集

などが今後ますます充実してくると、一般消費者でも旅行会社顔負けの旅行計画を立てられるようになってくるだろう。今まで航空会社のCRS（Computer Reservation System）を使わなければ不可能だったフライトスケジュールの検索も、すでに「アルキカタ・ドット・コム」[Jump09](#)の「フライト検索」や「CAS ツアー」[Jump10](#)の「時刻表」ページなど多くの日本語サイトで無料でできるようになった。また、世界の鉄道電子時刻表も国際鉄道連合（UIC）[Jump11](#)のホームページなどで旅程にあった最適時刻表を選び出してきてくれるところもある。欧米には無料でドライブ計画を立ててくれる「euroShell」[Jump12](#)のようなサイトや「Michelin-Travel」[Jump13](#)のように有料だがドライブ計画自動作成機能とガイドブックのコンテンツ、地図情報を連動させて情報提供してくれるサイトもある。このようなプランニングシステムは今後ますます充実してきて、日本語化されたものも増えるであろう。そうすると、旅行会社の出番がますます少なくなってくるのではないだろうか。

既存旅行会社のネット対応

このような「旅行会社離れ」の状況を旅行会社も黙視しているわけではない。日本旅行業協会（JATA）では現状を認識し、プロならではの付加価値ある情報を消費者に提供する目的で「JATA旅行情報センター」[Jump14](#)をウェブ上に開設し、会員である旅行会社の情報力強化を図っている。これは会員各社向けの有料サービスで、一般消費者は閲覧できない仕組みではあるはずだが、4月10日現在、内容の一部を閲覧することができた。その範囲で判断する限りでは、情報の信頼度はともかくとして、情報量と鮮度に関しては消費者が自由に接することのできる多様な旅の情報源にははるかに及ばない。また、JTBはこの3月から海外格安航空券販売に本格参入し、「キープラン」[Jump15](#)を開設した。「困った時のアシ

スタンスサービス付」を売りにしており、大手の看板とともに消費者に安心という付加価値を売り込もうという戦略のようだ。しかし、モバイル機器やナビゲーションシステムのコンパクト化、海外旅行保険などに付帯される緊急支援サービスの充実等により、旅行会社に頼らない個人旅行の比率は増え続けるに違いない。

ソニーが旅行業界にも進出

日経BP社が運営するオンラインショップの評価サイト「Best Shop」[Jump16](#)によると、旅行部門の4月の評価では1位から4位までが格安航空券もしくはホテルなど単品の販売サイトだ。これら上位のサイトを分析してみると、今のところ消費者の求めるオンライン旅行サイトとは「多くの旅行会社の商品と価格の比較が容易にできて、現地旅行情報へのリンクなど多様な情報源への入り口として機能し、自分の目的にあった旅を作ることをサポートしてくれるサイト」ということになるだろう。

しかし旅行業界誌『トラベルジャーナル』3月27日号によると、この3月14日にHISとソニー系列のインターネットサービスプロバイダー、ソニーコミュニケーションネットワーク（So-net）がインターネット専門で旅行商品を販売する新会社「スカイゲート」を8月から営業を開始すると発表した。

同誌によれば、オンライン販売を加速させたいHISと電子商取引でのプラットフォーム形成に力を入れ、旅行を重要なコンテンツの1つと位置付けるSo-netの思惑が一致してのことという。旅行商品の照会・予約・決済までを一貫してオンラインで行い、低コスト化を目指し、HIS以外の商品も積極的に販売していく。また、世界45か所にあるHISの営業拠点が集めた旅行情報をリアルタイムで提供したり、ユーザー同士の情報交換やニーズに即した旅行情報のメール配信を行ったりする予定とか。同じソニー系列のソニー・コンピュータエンタテインメントが発売した

「プレイステーション2」を使っての家庭内でのインターネット接続やゲーム感覚で旅行プランが立てられるソフトなどが登場すれば他社にとって大きな脅威となるだろう。

一方、旅行業界大手のJTBもヤフー、ソフトバンク・イーコマースの2社とこの4月11日に会見を開き、合併でインターネット上で旅行商品の販売・決済を行う新会社「たびゲーター」を設立し、5月にも販売を開始すると発表した。PEXが格安航空券市場に占める比重を増し、決済方法の多様化と相まってオンライン一環販売の道が開けることを見越しての創業であろうが、航空会社や異業種も含めこういった本格的オンライン旅行会社の戦線に加わろうと準備している企業は少なくないようだ。これらが既存のオンライン旅行会社にどのような影響を与えるかが注目されるところである。

（山口俊明 トラベルジャーナリスト）



図1 「Blink.com」日本語版は6月オープン予定

- [Jump http://www.blink.com.jp](http://www.blink.com.jp)
- [Jump01 http://www.etravel.co.jp](http://www.etravel.co.jp)
- [Jump02 http://www.appleworld.com](http://www.appleworld.com)
- [Jump03 http://www.tiac.net/users/pendini/nihongo/](http://www.tiac.net/users/pendini/nihongo/)
- [Jump04 http://www.copernic.co.jp](http://www.copernic.co.jp)
- [Jump05 http://www.pp.iij4u.or.jp/~murai/](http://www.pp.iij4u.or.jp/~murai/)
- [Jump06 http://www.st.rim.or.jp/~moritamm/](http://www.st.rim.or.jp/~moritamm/)
- [Jump07 http://www.hoops.ne.jp/~thinkpad235/](http://www.hoops.ne.jp/~thinkpad235/)
- [Jump08 http://www.blink.com](http://www.blink.com)
- [Jump09 http://www.arukikata.com](http://www.arukikata.com)
- [Jump10 http://www.castour.com](http://www.castour.com)
- [Jump11 http://www.uic.asso.fr](http://www.uic.asso.fr)
- [Jump12 http://www.euroshell.com](http://www.euroshell.com)
- [Jump13 http://www.michelin-travel.com](http://www.michelin-travel.com)
- [Jump14 http://www.jata-net.or.jp/visi/jatainfo/](http://www.jata-net.or.jp/visi/jatainfo/)
- [Jump15 http://www.jtb.co.jp/fit/](http://www.jtb.co.jp/fit/)
- [Jump16 http://bestshop.nikkeibp.co.jp/bestshop/](http://bestshop.nikkeibp.co.jp/bestshop/)



[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