

第2章 小売・仲介

旅行

オンライン旅行販売利用者が倍増
エアーもホテルもネット割引合戦

財団法人日本交通公社（以下JTBF）による「旅行マーケット調査」によればインターネット利用者が旅行に関する予約を行ったことのある人はこの1年間で倍増しているという。予約したことのある商品のトップは宿で、次いで航空券となる。

当然のことながら、業者側も高まるニーズへの対応を強化している。特に、日本航空の期間限定国内線インターネット運賃「e割」に代表される“インターネット利用者向けの割引”は内外の宿やパック旅行にまで広がりを見せてきている。さらに、国内の主要航空会社はインターネットや電話で直接予約した顧客への2%程度のチケットレス割引を実施している。また、主要航空会社3社は間もなく「国内線.com」という運賃の比較や予約がワンストップでできるホームページを共同で立ち上げ、消費者の利便性を向上させようとしている。

一方海外への航空券では、昨年に引き続きPEX（事前購入割引運賃）の値下げ傾向が見られ、シルバーや女性向けなど対象限定のPEXも多様化している。マイレージを活用すれば格安航空券よりも安く上がるケースも増えている。

インターネット割引はホテル販売にも広がっており、国内中心の「旅の窓口」はこの4月までの1年間で会員数を3倍の95万人に増やしている。海外中心のアップルワールドもこの3月までの1年間でオンライン売り上げを約2倍に伸ばしているという。興味深いことに、両社とも日本航空系の旅行会社ジャルパックと提携して航空券販売を始めており、2大商材である宿と航空券の双方を販売するワンストップサイトを目指しているようだ。

ホテルから消費者への直販もインター

航空会社連合・大手旅行会社の参画が本格化
価格競争で旅行者には“e”時代？

ネット普及率の増加に伴って伸びている。国内はもちろん、日本人客の利用が多い海外のホテルが独自に日本語サイトを立ち上げ、ネット予約者への割引や特典付きの直販に乗り出している。

既存旅行会社サイドの対応

JTBFの調査によればインターネットを利用して予約をした商品の中で国内パック旅行は0.9%、海外パック旅行は3.4%を占めるに過ぎない。大手旅行会社の主力商品であるパック旅行のインターネット販売はまだまだ本格化しているとはいえない。しかし、サプライヤーが直接行うインターネット割引販売は、消費者の旅行会社離れを促進するものとして旅行業界全体に危機感が広がっている。また、新興旅行会社や異業種参入組が先行した格安航空券のインターネット販売にも脅威を感じているようだ。

これに対して大手旅行会社は、ネットでのパック旅行販売促進を図るとともに、サプライヤー直販、新規参入者双方に対する反撃態勢を整えつつある。

たとえば、日本旅行はインターネット専用国内フリー型パッケージ商品「eパック・ザ・パーゲン」の販売を始め、2週間前限定発売のネット専用激安宿泊プラン「宿なび・ザ・パーゲン」を強化。航空会社のキャンペーン割引と宿泊プランを組み合わせたユニークな商品も生み出している。さらに、海外自由旅行予約センター「E-line」では格安航空券の販売にも取り組み始めた。JTBは格安航空券専業会社に十分太刀打ちできる対抗商品を自社サイトの「特選商品」コーナーで積極的に販売している。

サプライヤー直販の動きを睨み、大手旅行会社同士が連携して消費者を呼び戻そうという動きもウェブ上で始まった。たとえば、トラベルタウンは日本旅

行・近畿日本ツーリスト・JTB・東急観光の4社が“旬”の売り物商品を持ち寄って競い合う共同プロモーションサイトだ。ネット独自の商品や「プロが薦める人気ツアー」を持ち寄り、新たなマーケットの獲得を狙っている。

インターネットならではの機能をバック旅行の販売促進に活用しようという試みも見られる。グローバルユースビューローのサイトでは、ツアー旅程表の「旅を楽しくするキーワード」をクリックすると関連する歴史や芸術、地理などのデータベースが開く。旅行者の知的好奇心に働きかけることで自社商品の差別化を図っているようだ。

個人旅行を中心とする業者の対応

JTBFの調査結果でもインターネットで予約したことがある商品は航空券が37.6%とトップだったが、反面「本当に予約できているか不安」が27%、「内容を信じていいか不安」が31.7%ある。

そのような消費者心理を先取りしていると思われるのが、個人旅行市場での最大手といえるHISや、インターネット販売の先駆者として知られるCAS Tourである。両社は、インターネットによる格安航空券販売の限界をいち早く見抜き、自動予約やオンライン決済を最初から避け、実を取る動きに出ている。すなわち、料金の比較検討はホームページ上でしてもらうものの、予約や決済は今まで通りの電話やファックス、銀行振込という手法である。高額商品の自動課金に対する消費者の不安や、格安航空券特有のわかりづらい利用条件に対するためらいを汲み取るには、従来のアナログ的な対応しかないとの判断からくるものようだ（HISは部分的にオンライン予約も開始）。

異業種からの参入組であるアルキカタ・ドット・コムも、当初はウェ

ブ上で顧客の専用ページを作って問い合わせや予約に答えるというデジタル対応を行っていたが、予約依頼と再問い合わせ以降は電話での対応に切り替えたところ、成約率が高まり、この4月は前年同月比で2.5倍の集客数を得たという。

旅行計画に役立つサイトが急増

JTBFの調査結果によればインターネット利用者の7割弱が旅行や観光に関する情報をネット上で探したことがあるという。この背景としては、一般消費者が無料で利用可能な旅行情報サイトや電子時刻表などの旅行計画サービスがウェブ上で急増していることがあげられる。

日本観光協会による「全国地域観光情報センター」の「旅行シミュレーション」を使うと、全国の観光データベースを基盤に、地図と8つの情報検索機能を組み合わせて、自由自在に旅行プラン作りができる。

ヨーロッパ26か国のドライブ計画自動作成機能を無料提供する、ミシュランのViaMichelinでは希望ルートを入力すると詳細なナビゲーション情報がルートマップとともに現れ、その地域のホテル、レストラン情報も表示できる。このようなルートプランニング機能をもつ世界中のサイトをリンクしたThe Route Planner Pageという便利なサイトも存在する。

旅行に不可欠な地図サイトもこの1年で大いに進化した。たとえば、フランスを中心にロンドン、ブリュッセルなどで展開しているISMAPでは、カーナビのようなマップデータを無料で活用できる。通りの番地で地図をズームアップしたり、ホテルやレストラン、美術館などのアイコンを自在に表示し、そこからホームページを開くことも可能だ。すでに日本語版もできあがっている。また、Michelin・ISMAP双方ともパームなどの携帯情報端末版が用意されていることも特筆に値する(図1)。

検索エンジンもおおいに進化し、旅行

情報検索に役立つサーチエンジンとして知られるGoogleにも日本語版が登場した。英語版の方には独・仏・伊など5か国語のホームページを瞬時に英語化する機能も備わった。日本語に翻訳して見せてくれる日もそう遠くないだろう。

IT時代・旅行業界に未来像は描けるか

旅行ポータル草分け的存在であるツアーナビは、昨年より内外のバック旅行サーチ機能を稼働させ始めた。価格順はもちろん、おすすめ度順、人気順、目的地順、日数順といった並べ替え機能もあり、タイトルやキーワードによる検索もできる。各ツアー主催会社のホームページ上にあるツアー情報をダイレクトに検索し、利用者は各社の案内ページに直接飛んで詳細を見ることができる仕組みだ。旅行会社は無料でツアー登録できるので、広告宣伝費をかけられない格安バックも登録され始めている。

そのほか、注目すべき動向としては、内外の航空券の価格比較サイトがいくつか誕生していることがあげられる。

さらに「遅割」のような出発間際まで売れ残った航空券や宿泊当日の空室を販売するサイトも登場した。イギリスなど8か国で運営しているlastminute.comは航空券やホテルをはじめイベント、レストラン、現地発ツアーの残席を売っているサイトで、日本進出も近いようだ。

ITが引き起こした、サプライヤー直販の“中抜き”現象と、過酷なまでの価格と品質の競争、そして消費者の旅行会社離れを促すサイトの急増と、旅行会社の収益性を悪化させる要素は多い。しかし、旅行業者が長年の顧客商売で培ったノウハウや商品創造力は一朝一夕でサプライヤーや異業種参入組、あるいは消費者自身が追いつけるものではない。むしろ他業種と同様、これから既存業者の反撃が始まると見るべきだろう。IT革命の成果を生かし、バック旅行の企画や販売、催行中の顧客サポートにインターネットを活用

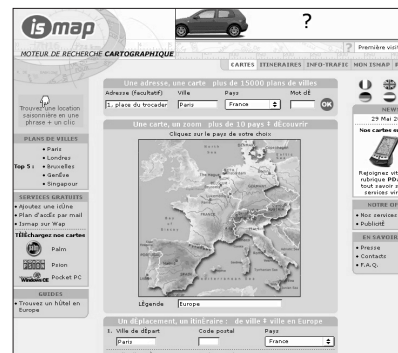


図1 Palmや日本語も使える「ISMAP」

したり、オーダーメイド個人旅行で収益性を高めたり、専門に特化したジャンルで他社に差をつけようという新工夫を打ち出すところも出現しつつある。一方、消費者に接する店舗の展開が難しかった航空会社やホテル、現地のツアー催行会社もインターネットを武器に仮想店舗の充実を図っている。情報武装をし、商品選択眼に磨きをかけた消費者を相手にどのような新機軸を打ち出してくるか、これからが正念場だ。

(山口俊明 トラベルジャーナリスト)

www.kokunaisen.com
www.mytrip.net
www.appleworld.com
www.traveltown.ne.jp
www.gyb.co.jp
www.arukikata.com
www.nihon-kankou.or.jp/nkks/
www.viamichelin.com
www.reiseroute.de
www.ismap.com
www.google.com
www.tournavi.com



[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的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