

好調なのは国内の宿と海外格安航空券

インターネットによる国内旅行販売で好調なのは宿泊だ。「旅の窓口」は2002年4月単月の予約数が51万件に達した。システム利用料という形で手数料を得ているので売上額としては決して大きくないが、利用者が支払う総額で見れば2002年度は1000億円以上になるとの見方もある。

一方JTBは、インターネットでの2001年度の販売見込みを99億円と公表、うち81.5%を国内宿泊商品が占めるといふ。

海外旅行においては、日本旅行など一部の旅行会社がパッケージの売り上げを伸ばしているのが目立つものの、売上額で圧倒的なのは海外格安航空券である。HISの売上高は2000年度で100億円(推定)、CAS Tourは22億円(公表)、アルキカタ・ドット・コムは2001年度の売り上げも12億円に達している。

旅行販売はオンラインでは完結しない

他のeコマースと比べて旅行販売が特異な点は、必ずしも決済まで含んだ一貫オンライン販売の方向に進んでいない点だ。「旅の窓口」や日本旅行の「宿ぶらざ」、近畿日本ツーリストの「Eクーポン」など、いずれも現地払いとすることで宿側に歓迎され、また消費者の電子決済に対する不安を解消している。

海外格安航空券販売の場合、HISやCAS Tourは基本的にクレジットカード決済を行っておらず、アルキカタ・ドット・コムも2001年11月に原則として中止した。価格競争に勝ち抜くためには決済に必要な手数料が無視できないことも一因だが、格安航空券のルールが複雑すぎてオンラインでの一括決済に掛けにくいという側面も大きい。HISのように問い合わせや予約申し込みでさえメールでは受け付けず、ネット販売専用の電話窓口

に絞っているところもある。

省力型オンライン販売への新たな挑戦

格安航空券のオンライン販売が困難なため、ルールが比較的シンプルでオンライン化が容易な正規割引航空券(ボックス等)のオンライン販売に力を入れる企業が増えてきた。国内線に関しては主要国内線航空会社3社が共同出資した国内線ドットコムがすでに2001年夏に営業を開始している。国際線に関しては国内航空3社、ノースウエスト、ユナイテッドなど17社と米Travelocityの共同出資で設立されたタビニ^{Jump01}がこの春から営業を開始した。しかし、パッケージ旅行やラストミニットなどのキャンペーン商品がない、現地旅行情報がないなど、本家のTravelocityに比べると機能は限定されている。

2000年に正規割引航空券のオンライン販売を主目的としてソニーコミュニケーションネットワークと共同で設立した「スカイゲート」^{Jump02}からHISが撤退したことも象徴的だ。2001年より格安航空券の販売も開始していたが、高機能なサイトが必ずしも売上高に直結しないことを示す結果となった。

それでは、オンライン旅行販売に新たな展望は開けないのだろうか。好調に売り上げを伸ばしているアメリカに比べ、日本には3つの壁があるように思われる。1つは、前述したように市場の主流となっている格安航空券のオンライン化が困難な点。いま1つは、欧米の優れたシステムを転用する際に障害となる日本語の特殊性やXMLへの取り組みの遅れなど、ソフト構築上のハンディが挙げられる。高速・常時接続が普及しても、そのメリットをフルに活かすような機能が欧米のサイトに比べて見劣りする観は否めない。さらに、豊富な旅行情報コンテンツをもったサイトが「旅の窓口」などを除いて

は皆無に近く、旅行計画作成や商品購入意欲の刺激を行うことが難しい点もネックである。

これらの困難点を克服する動きも出てきている。航空会社は格安航空券の実勢価格に近い多様な正規割引航空券を充実、ネットでの販売シェアを伸ばそうとしている。欧米の旅行予約システムやラストミニット販売サイトなどを日本語化する困難な作業に取りかかっている企業もある。また、XMLでの汎用性のある旅行情報データベース作りが数社で進んでいる。

同時多発テロとデフレ不況の影響

デフレ不況下で注目されているのが、間際になった商品を破格の安さで放出するオンラインのラストミニット販売である。国内の宿については、JTBの「しゅんまる」や日本旅行の「宿なびザ・バーゲン」はそれぞれ3日前、2週間前に迫ってから販売を行っている。また、海外格安航空券は、同時多発テロや成田の暫定滑走路運用開始など、需要・供給の急変動が起きた際の調整弁の役割も担われており、「メール会員限定価格」などという名目で出発の1~3週間前から出回っているようだ。

この6月には、三菱商事、近畿日本ツーリスト、日本旅行などが間際販売の最大手、英Lastminute.comと提携してサイト^{Jump03}を立ち上げ、航空券や宿、パッケージはもとより物販も含めた販売を開始した。今後も、このような販売手法は不況下の日本市場では大いに歓迎され、既存の旅行会社のインターネット販売と正面からぶつかり合うことになるだろう。(山口俊明 トラベルジャーナリスト)

^{Jump01} www.tabini.com

^{Jump02} www.skygate.co.jp

^{Jump03} www.lastminute.co.jp



[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