

第1回 拡大するオンライン取引

日本の国内旅行市場におけるオンライン旅行販売のシェアが3割を超えるなどインターネットを通じた旅行取引の増加は、観光庁にガイドラインの策定を促すまでになっています。消費者とのトラブル防止を図る一方で、旅行業界としても、ITを活用した新たなビジネススキームをどう構築するかが問われる時代となりました。この連載では、内外の最新状況なども紹介しながら、その道筋を辿るためのヒントを探っていきます。

OTA市場規模は欧米の3分の1

旅行・ホスピタリティ業界に関する調査研究を行っているフォーカスライト Japanによると、2013年度における日本国内のサブライヤーの直接販売とオンライン旅行取引事業者(OTA)の販売を合わせたオンライン旅行販売額は2兆9000億円、宿泊を伴う国内旅行での宿泊施設・運送機関のサブライヤー総販売額は8兆7000億円に対するシェアは33%となっています。

さらに、オンライン旅行販売額の内訳を見ると、最もシェアが大きいのは1兆1816億円の宿泊施設(41%)で、1兆0244億円の航空(36%)、4077億円の鉄道(14%)がこれに続き、高速バスは2352億円(8%)、レンタカーは269億円(1%)にとどまりました。

オンライン取引のうち、OTAによる取扱高は約1兆1000億円と推計されており、その比率は約38%となっていますが、扱っている素材をサブライヤー直販との比率で見ると、宿泊が75%で4分の3を占めて最大となっており、高速路線バスの40%、レンタカーの30%、高速路線バスの20%、航空の18%という順で続き、鉄道(新幹線)は6%にとどまっています。

また、電通の調査によると、海外旅行と国内旅行で手配する際に利用されたサイトの内訳は、海外旅行では、海外に拠点のあるサイトが96%で国内サイトの39%に比べて50ポイント以上も高いのに対し、国内旅行では、国内サイトは75%で海外サイトの44%に比べて31ポイントしか上回っていません。

一方、フォーカスライトによると、2013年における欧米のOTA市場の規模は、米国が4兆5960億円、欧州が4兆5870億円、何れも日本の約3倍という規模になっています。

観光庁がOTAガイドライン策定

観光庁は今年1月から3月まで、OTAの規模が拡大してきていることから、旅行取引サイトの表示に関するガイドラインの策定に向けて、OTAガイドライン策定検討委員会の会合を3回にわたって開催しました。

ガイドラインの策定は、主に、OTA

と消費者とのトラブル防止を図ることを目指したのですが、その一方で、店頭での対面販売や団体旅行が旅行会社による事業の中心であった時代から、旅行者の多くがインターネット販売を利用する時代へと大きな変化を迎えている現在、様々なネットビジネスの先行モデルが相次いで登場している海外での事例なども視野に入れながら、インターネットをベースとする新たなビジネススキームをどう構築するかも旅行業界の重要なテーマとして浮上してきました。

観光庁によると、旅行会社による旅行取扱額はピーク時の1997年に比べ30%以上も減少する一方で、経済産業省の調査では、旅行業や宿泊業における電子商取引の市場規模が拡大しています。

旅行市場におけるインターネット取引の割合でも、国内旅行における申し込み方法のうち、旅行会社の店舗や電話での申し込みが減っているのに対し、インターネットの利用率が上昇してきており、特に素材単品の場合は、専門サイトを中心にネットの利用率が高くなっています。

さらに、世界的な動きとして、民泊マシニングネットワークのような宿泊サービス分野における新しいスキームが登場するなど、インターネットが新しい業態の出現を促すような展開も出てきている中で、日本でも、既存の事業者による情報技術を活用したビジネスモデルの開発を通じて、市場開発や需要創造につながるような動きが広がることも期待されるところです。

JTBパブリッシング

国内&海外の
素敵なお土産を
揃えました!!

るるぶの旅行通販サイト

るるぶショッピング

お買い物はこちら <http://shop.rurubu.com/>

9月にリニューアルオープンした「るるぶショッピング」。
国内・海外の定番&おすすめのお土産が気軽に買えます!
ご当地ならではのアイテムのヒミツや開発ストーリーなどもご紹介!!
見て、そして買って楽しめる通販サイトへぜひお越しください!

①
日本中の
名産品が買える!

思い出のあの場所の特産品が取り寄せOK!

②
海外の人気
アイテムが買える!

旅行前にお土産を手配すれば観光の時間が増やせます

③
スマートフォンでも
ショッピング!

お店で並ばなくても旅先でさっとスマホでお買い物!

