

分科会D

「カスタマージャーニー」から考える「価値づくり」 旅行会社の新たな役割とビジネスモデルを検証

JATAは2月21日、東京・六本木の六本木アカデミーヒルズ49で「旅行業革新への挑戦（トライ）」を総合テーマに掲げ、27回目を迎える

「JATA経営フォーラム2019」を開催します。「カスタマージャーニー（タビマエ・ナカ・アト）から考える新たな価値づくり」をテーマとする分科会Dでは、顧客が商品やサービスを知り、最終的に購買するまでの「カスタマージャーニー」に基づき、

旅行会社の新たな役割とビジネスモデルを検証します。

デフレスパイラルからの脱却へ

分科会Dは、データマーケティングから読み取るインバウンドの潮流や受け入れる地域の現状と旅行業界の役割、宿泊事業者による顧客との関係構築の事例などをヒントにしなから、カスタマージャーニーの概念に基づいて顧客が旅行会社に求める機能・役割、旅行業界が目指すべき新たなビジネスモデルの可能性などをめぐり、登壇者による議論を深めながら新たな価値づくりに向けた道筋を探ります。

分科会Dでモデレーターを務めるJTB総合研究所コンサルティング事業部コンサルティング第五部長の山下真輝主席研究員は、「国内旅行者数が国内の景気低迷による影響などから2000年代前半から減少傾向が続いており、2006年に30兆1000億円だった国内旅行消費額も、2016年までの10年間で4兆3000億円の減少を示している」と説明。山下主席研究員は、旅

行者ニーズの変化や観光市場を取り巻く環境の変化などによって「観光産業のデフレスパイラル」とも言うべき事態が進行していると指摘しています。

山下主席研究員は、旅行業界が「新たな価値づくり」を実現していくためには、①消費者のライフスタイルの変化による旅行ニーズの変化への対応、②インターネットの普及やデバイスの進化による購買行動の変化への対応、③カスタマージャーニーという顧客との関係性に対応したプロダクト（商品）のあり方、という3つのポイントを挑戦すべき課題と位置づけ、分科会では、その課題をクリアするための議論を深めていくこととなります。

ユーザー軸の組織体制が重要に

パネリストとして、トリップアドバイザーの牧野友衛代表取締役、リクルートライフスタイル・じゅらんリサーチセンターの沢登次彦センター長、鶴雅リゾートの大西希常務取締役が登壇します。

牧野代表取締役は、トリップアドバイザーのホームページにおけるユーザー体験向上や顧客マネジメントの取り組みを紹介し、①同社サイトの「旅マエ・旅ナカ・旅アト」での利用のされ方、②世界各国のユーザーにとって利用しやすいサイトにするため

の工夫、③ユーザーに繰り返しサイトを利用してもらうための手法、などを解説する予定です。

また、沢登センター長は、旅行者ニーズや購買行動の変化を概観しつつ、①インターネットによる利便性向上を受けた旅行や購買行動の変化の分析、②じゃらんネットにおける顧客のライフタイムバリューを上げるための工夫、などを説明します。

道東やサロマ・オホーツク、道央エリアなど、北海道の国立・国定公園内の豊かな自然を背景に温泉旅館を展開している鶴雅グループの大西常務取締役は、①同グループにおける顧客管理の取り組み、②旅マエに見てもらうホームページでの工夫、③滞在中の宿泊客への観光情報の提供方法、④旅アトの宿泊客へのフォロー、などについて紹介します。

さらに、分科会でのデイスカッションでは、「リアル店舗とホームページ上の顧客の違い」や「選ばれる企業になるためのカスタマージャーニー全体のデザインのあり方」「旅行会社はカスタマージャーニーのどの部分で役割を果たすべきか」などもポイントとして取り上げられ、存在意義が問われている旅行会社にとって、企業側の論理ではなくユーザーを軸とした組織体制のあり方も重要性を増していることなどを確認していきます。



山下主席研究員「ユーザー目線に基づく組織のあり方も重要に」