

モバイルに強いスーパーアプリとの競合も フォーカスライトJAPANの牛場日本代表が講演

JATAは5月30日、東京・霞が関の尚友会館で「国内旅行マーケットにおける新たな役割研究会」を開催し、フォーカスライトJAPANの牛場春夫日本代表が「海外市場におけるOTAの現状と今後」について講演。「マーケットの成長が約束されている中で、旅行会社は矜持を保ってアクションを起こすべき」と訴えました。

日本はオンライン旅行先進国の一つ

牛場代表は、2018年に14億人だった国際旅行者数が2030年には18億人に達すると予測されているほか、2018年に5.7兆ドルだった世界旅行市場における総取扱額が2029年には8.5兆ドルまで拡大すると見込まれるなど、「これだけの成長を期待されている市場は旅行以外にはない」と強調。「今や日本のGDPすら上回る市場規模に達しているマーケットでビジネスを行っている旅行会社は、もっと自信とプライドを持たなければいけない」と呼びかけています。

また、オンライン販売比率をみると、2017年の時点で45%だった日本は米国(48%)と欧州(47%)に決して引けを取らず「日本はすでにオンライン旅行先進国の一つ」です。

さらに、牛場代表は、2018年に主要輸送機関のネット取引に占めるシェアが40%だったOTAは2021年には41%と見込まれるなど、「年間30%増というような伸び率は過去のものとなり、10%増前後の安定成長期に入っている」と指摘。「旅行会社の競合相手がOTAよりもモバイルに強いスーパーアプリとの競合に移っていく展開を視野に入れていく必要がある」と見通している。

また、牛場代表は、米国では、法人ビジネスを事業の中核とする大手旅行会社に対し、顧客をしっかりと囲い込んでいるパママエージェントがレジャー需要を捉えて、「既存の旅行会社がOTAとの共存を実現している」と指摘。

牛場代表は、オンライン販売が

ます。

存在意義見直し早急にアクションを

牛場代表は、世界的な旅行流通トレンドとして、「パーソナルとエクスペリエンスをキーワードに、タビ

マエ・タビナカ・タビアトでシームレスに対応できるサービスが要請されている」と説明。特に、タビマエを中心存在していた顧客とのタッチポイントが、「ネットとモバイル

によってタビナカとタビアトでも存在するようになっており、旅行者に対して「気通貫のシームレスなサービスを提供しなければならぬ」と強調しています。

また、牛場代表は、米国では、法人ビジネスを事業の中核とする大手旅行会社に対し、顧客をしっかりと囲い込んでいるパママエージェントがレジャー需要を捉えて、「既存の旅行会社がOTAとの共存を実現している」と指摘。

また、牛場代表は、米国では、法人ビジネスを事業の中核とする大手旅行会社に対し、顧客をしっかりと囲い込んでいるパママエージェントがレジャー需要を捉えて、「既存の旅行会社がOTAとの共存を実現している」と指摘。

また、牛場代表は、米国では、法人ビジネスを事業の中核とする大手旅行会社に対し、顧客をしっかりと囲い込んでいるパママエージェントがレジャー需要を捉えて、「既存の旅行会社がOTAとの共存を実現している」と指摘。

牛場代表は、オンライン販売が

拡大し市場環境が激変する中で、新たな環境に対応した新しいビジネスモデルが求められていることに言及し、「激変する環境に右往左往させられるのではなく、旅行業のレーゾンデートルを見直して、早急にアクションを起こさなければならぬ」と訴えています。

■世界旅行市場総取扱高

出典:WTC(世界旅行ツーリズム協議会)

