

# 欧米旅行サイト 訪日狙う

## 「2強」利用しやすく

### プライスライン系 ホテル数4割増 エクスぺディア 地方に営業拠点

欧米の大手旅行予約サイトが日本の拠点を拡充する。欧州系のブックイング・ドットコムは国内人員を7割増やす。米国のエクスぺディアは北海道や沖縄県など地方拠点を新設する。欧米やアジアからの訪日需要をさらに取り込むため、サイトに掲載するホテルを増やし、日本でのサービス体制も充実させる。事業基盤を強化して日本人客の利用も増やす考えだ。

オランダに本社があるブックイング・ドットコムを傘下にもつ米プライスライン・グループの2014年の旅行関連の取扱高は500億ドル(約6兆円)規模。エクスぺディアも同程度だ。世界市場の「2強」である両社は欧米に加えてアジア各国での顧客獲得にも力を入れている。

オランダに本社がある

ブックイング・ドットコム

を傘下にもつ米プライス

ライン・グループの2

014年の旅行関連の取

扱高は500億ドル(約6

兆円)規模。エクスぺ

ディアも同程度だ。世界

市場の「2強」である両社

は欧米に加えてアジア各

国での顧客獲得にも力を

入れている。



地方を訪れる外国人観光客が増えている。2014年にエクスペディアで予約した訪日外国人の増加傾向

順位	エリア	前年比
1	金沢	7.2倍
2	沖縄	5.2倍
3	長崎	4.6倍
4	名古屋	4.5倍
5	小樽・富良野・小樽	4.4倍
6	高山	4.3倍
7	奈良	4.2倍
8	長野	3.6倍
9	岐阜・富山	3.6倍
10	札幌	3.4倍

ブックイング・ドットコムはサイトで取り扱う日本のホテル・旅館の数を16年末までに1万軒と、今年7月末から4割増やす計画だ。訪日客が増えるなか、旅行会社間などでホテルや旅館の客室の争奪戦が激しくなっている。「部屋の確保に向けて宿泊施設との関係を強化する」(同社)必要があるとみ

て人員を増強する。16年末までにホテルに「ゴールデンルート」以外を訪問するようになる

対する営業や客室の確保、サイトのコンテンツ制作などを担当する人材を、現在から3〜4割増の130〜140人に増員する。11月には那覇市に新規拠点を開設する。国内のコールセンター

ただで客室の予約ができるスマートフォン(スマホ)アプリの日本語版の提供も開始した。エクスペディアは15年に日本語版サイトを刷新。国内サイト利用者向けにポイントサービスも始めた。日本はインターネット

の人員は最大2000人に倍増させる。日本に到着した観光客の様々な問い合わせを受け、韓国語、タイ語に対応する。エクスぺディアは地方都市の営業拠点を拡充する。日本を再訪する観光客は定番である東京、京都、大阪や富士山を巡る「ゴールデンルート」以外を訪問するようになる

と予想しているためだ。7月に名古屋市に、8月に福岡市にオフィスを新設したほか、15年中に札幌市と沖縄県にも拠点を設ける。営業担当者は8月時点で年次の数十人から2倍に増やした。同社のサイトを利用した訪日客は15年1〜6月、前年同期比9割増えたという。日本全体の訪日外国人は15年に前年から約500万人多い1800万人に達する見通しで、「いっそこの成長が見込める」という。

このため国内の旅行大手でも、JTBが訪日客向けサイト「ジャパニカ」を強化。エイチ・アイ・エスは14年にANAセールズ(東京・中央)と共同出資会社を設立。ネットを通じた訪日客の獲得に挑んでいる。

予約が旅行市場全体の3割超に拡大したとされる。米国などでは先行してネットが普及し、予約サイト大手の存在感は高い。アジアでもスマホで予約が増えている。

予約が旅行市場全体の3割超に拡大したとされる。米国などでは先行してネットが普及し、予約サイト大手の存在感は高い。アジアでもスマホで予約が増えている。