

WEEKLY

ツーリズムビジネス専門誌
週刊トラベルジャーナル

2014年4月21日発行(毎週月曜日発行)
第51巻第17号通巻2899号
1964年9月17日第三種郵便物認可

50th
ANNIVERSARY

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine

観光立国を支えるすべての人々に向けて

2014
4/21

国内旅行 vs 訪日旅行

ニッポンのホテル・バス争奪戦

■ 誌上セミナー

ムスリム受け入れのイロハ
ムスリム対応といっても

■ 好評連載

視座

吉澤勉(ヨドバシカメラ社長付取締役広報部長)

SCRAP

中国人旅行者とカジノ

着地型のレシビ

大魔神キネマウォーキングツアー

5分でわかるツーリズム

世界農業遺産って何だろう

ビジネスパーソンの日々雑感

石田言行(トリップスCEO)

DATA ■

国・地域別訪日外国人客数
渡航先別日本人訪問客数

アメリカレポート

日本に先んじてさまざまな動きが生じている海外の旅行業界の注目する話題を米旅行専門誌「Travel Weekly」から抜粋してお届けします。

ベルトラ、グローバル展開に着手

欧州を軸に第三国間取引、成長スピード加速

日 本人海外旅行者向けに現地オプションツアーをネット販売するベルトラは、日本以外の第三国を訪れる外国人市場を顧客ターゲットとする事業展開に乗り出す。すでに英語版サイトを開設し、欧州やハワイ、日本を中心に25カ国71都市のアクティビティー約1940件を取り揃えた。今後、多言語化と素材拡充を進める。

荒木篤実代表取締役会長は、「さまざまな素材で構成される旅行の中でオプションツアー市場の割合は小さいが、全世界を視野に入れば市場規模がまったく変わってくる」と話す。主軸の日本市場向けサイト「Alan1.net（アランワン・ネット）」は売上高が毎年3～

4割増ペースで推移し、海外旅行市場が減少した13年も3割ほど伸びたが、円安の影響などで実質的な伸びは1割程度といい、描いてきた成長路線に焦燥感がにじむ。新たな市場を取り込み、成長スピードを早める狙いだ。

主要市場となる欧州にロンドン法人とパリ駐在所を新たに構え、活動を本格化した。もともとグローバル展開を見据え商品の7割が英語というアランワン・ネットの素材や、ハワイ法人が米国人向けに販売してきたアクティビティーに、現地法人がローカルの視点で選ぶ新たな素材を追加する。サプライヤーの直販とチケットエージェントが競合相手になると見るが、販売実績を反



英語サイトの売上高はまだ日本語版の1割程度。早期に同規模まで拡大し、事業の柱の1つにする計画

映した仕入れ価格や質、流行を捉えた素材提案に勝算があると踏んでいる。

グローバル展開を下支えする日本市場の基盤も強化する。4月初頭から旅行会社の代理販売プログラムを開始し、20社ほどに限定していたアフィリエイト提携から販売の開口を広げる。新たな需要を取り込む今年度は、売上高・利益ともに3～4割増を目標に底上げを図るという。（上野良子）

1月出国者、那覇が唯一増加

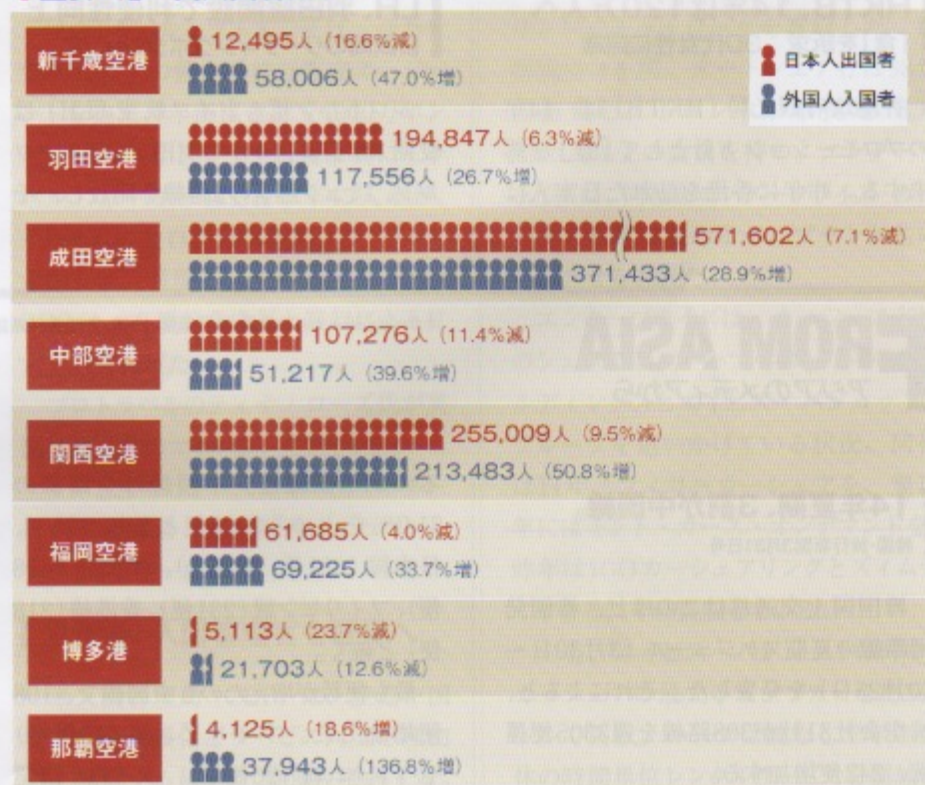
外国人入国者は大幅プラス

法務省の出入国管理統計によると、主要8港（空港・港）の1月の利用動向は、7港で日本人出国者数が前年同月を割り込むなか、那覇が唯一、18.6%増の2桁成長となった。那覇は外国人入国者数も群を抜いて高い伸び率を維持しており、好調ぶりが際立っている。

日本人出国者数で最も減少幅が大きいのは博多（23.7%減）で、新千歳（16.6%減）と中部（11.4%減）を加えた3港が2桁マイナス。関空（9.5%減）も日本人出国者総数の減少率（7.9%減）を下回った。

一方、外国人入国者数は、マイナス成長が続く博多を除く7港で2割増以上の大幅な伸びを示している。那覇（136.8%増）を筆頭に、関空（50.8%増）と新千歳（47.0%増）が好調だった。

●主要8港の出入国者数（14年1月）



資料：法務省