

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7月7日発行(毎週月曜日発行)
第51巻第27号 定価290円
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
7/7

がんばろう韓国

旅客船事故後の影響払拭へ向けて

論文 一人旅の現状と その特性に関する一考察

吉澤清良 (公益財団法人日本交通公社観光政策研究部主席研究員)

久保田美穂子 (公益財団法人日本交通公社観光研究情報室長)

小林英俊 (北海道大学大学院客員教授)

誌上セミナー

今日からできる120%予算達成術

お客さまに真剣に

好評連載

視座

中村好明

(ドン・キホーテグループ
インバウンドプロジェクト責任者)

発見!海外旅行半世紀

マッカーサーとインバウンド

高齢者大国の前線から

ニッポンのソフトパワー

eマーケティングの透視眼

C2Cは究極のネットビジネス?

NY発ツーリズムのヒント

内向きの米国内陸部

ビジネスパーソンの日々雑感

鎌田智子(サクラホテル浅草支配人)

DATA

旅行業主要50社 4月の取扱状況

e

マーケティングの

透視眼

vol.

05

荒木篤実

ベルトラ代表取締役会長

C2Cは究極の
ネットビジネス?

近年、活発化しているC2C(Consumer to Consumer = 個人間ビジネス)は、実はネットビジネスの原点そのものである。1995年に創業した世界最大のオークションサイトのeBay(イーベイ)、日本ではヤフーが主催するヤフオクなどがその先駆者であり、いずれも業界のリーダーとして君臨し続けている。

C2Cとはいっても、実態は売買取引を実行するマーケットプレイス(場)の提供と、その市場の品質維持をする管理ビジネスであり、いうなれば中立的な取引所だ。その取引の内容により多少の運営ノウハウの違いはあっても、売り手と買い手をつなぐことで、売買成立に応じて手数料を取ったり、利用料という名目で毎月小額の利用料を得る点は同じだ。これらの仕組みは、実は企業対個人ビジネス(B2C)の代表格であるアマゾンや楽天市場といったEコマースとほとんど違いはない。むしろC2Cの売り手には、個人以外に専門業者(企業)も多く参加している。ゆえに、B2CかC2Cかと区別すること自体にあまり意味がないと理解していいだろう。

「物品販売とは違うサービス業の旅行業において、果たしてC2Cはビジネスとして定着するのか」という質問を受けることがよくある。旅行業でも最近、C2Cに注目が集まっているからだだろう。その可能性が大きいと、既存のエージェントビジネスへの脅威を少なからず持つ人もいよう。

そこでまずは、世界最大のC2Cの代表的企業であるイーベイを分析することで、その将来性を見よう。イーベイは、アクティブユーザー1.28億人、年間売上約1.6兆円(13年)、傘下の子会社に決済代行のPayPal(ペイパル)を持つ、いまや押しも

されぬ優良企業だ。

この会社の最大の強みは何だろうか。それは、この会社の成り立ちである個人売買という「他では買えないサービス」があるからに相違ない。たとえば中古車のように、中古でこそ価値が出る、あるいはお買い得感が出るジャンルの商品においては、その品揃えの多さや、中間業者を通さなくても売買できるメリットは絶大だ。もはや法外な仲介手数料を取ってきた中古車業者の出る幕はない、といった感じもする。一方で、個人同士での取引ゆえに起こる不安要因、つまり取引の信頼性についてはどうだろうか。この点はバイヤーへの評価、という形で公平さの維持に努めているが、そう簡単に極めることができるノウハウではない。逆にいえば、もし極めることができれば、それは大きな差別化要因になるだろう。

Airbnb(エアビーアンドビー)というサービスはもうご存じだろう。ホスト(賃貸用の部屋を持つ一般人)とゲスト(旅行宿泊者)を結び、双方から手数料を得ている。まさに場のビジネスそのものだ。また、宿泊を現地での体験に変えるというコンセプトも新鮮だ。これがホテルビジネス全体を駆逐するとは到底思えないが、市場に潜在していた一定のニーズを確実につかみ成長を続けている。であれば、迎え撃つ側にある既存のOTA(オンライントラベルエージェント)側は、ホテル専門の予約サイトにしかできない利便性や安心感といったメリットをもっと訴求するべきだろう。

このような競合が出てくることで市場はむしろ活性化する。新規参入は、業界全体にとって逆に大きなチャンスといえるのではないだろうか。



あらき・あつみ ●長崎県出身。慶應義塾大学経済学部卒業後、日産自動車入社。海外マーケティング業務を担当。91年IT & マーケティングサービス会社のアランを創業。04年世界オプショナルツアー予約「Alan1.net」(現VELTRA.com)で旅行業に参入。

(次回は7月28日号に掲載します)