

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8月25日発行(毎週月曜日発行)
51巻第33号通巻2915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
8/25

トランジット客を 呼び込め

訪日旅行の
種まきに

■誌上セミナー

ムスリム受け入れのイロハ
イスラームの柔軟性と合理性

■好評連載

視座

吉澤勉(シタックス経営企画本部長)

SCRAP

セレブ型の結婚式はいかが

着地型のレシビ

焼酎ウルトラクイズ

eマーケティングの透視眼

圧倒的に不足する情報サイト

ツーリズムのヒント

オーディオガイドス

ビジネスパーソンの日々雑感

中野啓史(伊勢丹新宿本店外国顧客マネージャー)

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

e マーケティングの 透視眼

vol.

07

荒木篤実

ベルトラ代表取締役会長

圧倒的に不足する 情報サイト

「旅」に出る、心地よい響きである。昔から旅に特別な情緒を感じるのは、新しい発見や出会い、そして何より心身ともにリフレッシュ、という効用を想起するからだろう。人はどんなきっかけで、どう調べて、実際に旅の予約という行動に至るのだろうか。一般データと当社の複数サンプルをもとに、マクロ&ミクロの観点から分析してみよう。

旅先の決定で、「情報」はとても重要である。だが、この情報というのがくせ者だ。テレビや雑誌で見た風景、友人から聞いた土産（自慢・不満）話、ネットで検索していた未知の旅先情報等、ソース（情報源）にさまざまな種類がある。個々のソースの信頼度も異なる。いずれにせよ、きっかけとなるソースをもとに、いざ自ら旅の計画を立てるとなると、どこに、何をしに、いつごろ、いくらかけて、を調査・吟味しないといけない。

消費者の購買段階は、探す→比べる→決めるという3段階を経る。まず、早い人は6カ月前ぐらいから「探す」行為を開始する。だいたい2〜3カ月前が一般的なようだ。ネットに慣れたユーザーなら、この探す段階でトリップアドバイザーやフォートラベル、オールアバウトといった情報サイトで知りたいことをチェックする。次に「比べる」という実質的な消費段階に入ると、航空券ならカヤックやスカイスカナー、ホテルならブッキング・ドットコム等の比較サイトで当たりを付ける。もちろん、旅先の知識があまりない場合、最初から旅行会社の店舗に出向いて、パンフレットをもらったり、スタッフに相談、という行動をとる。

そして、いよいよ実際の予約となると、やはり「価格」がどうしても決定の際の重要なポイントとして

浮上する。そこでロイヤルティーの高いお気に入りブランドがあれば別だが、日程、価格という現実面での比較検討から、最終的な購入先が決まってくるケースが多いようだ。

サービスを提供する旅行会社側は、常に自社ブランド確立の努力と、実際に客を獲得するための価格競争の狭間で選択を強いられている。ともすると、値引合戦であるとか、ネットメディアへの広告増であるとか、「手早く売り上げが上がりそう」な手法に頼りがちになる。私は中長期に見た場合、これほど危険な選択はないと考えている。

情報サイトではその情報の「量」が、次の段階である比較サイトでは量に加えてその「質」が、そして最終段階である購買ポイント（実店舗／ネット上のEC店舗）では「価格＋サービス」が一番重要だと思う。いま、一番不足しているのは、実は最初の段階の情報サイトである。旅行決定に必要な十分な量の情報を提供している会社は、意外に少ない。ゆえに旅行者は、知人に聞くという行為でそれを補完している。

先日、私は欧州への出張ついでに、スペイン南部のある小さな白い村を訪問した。きっかけは雑誌で紹介されたきれいな1枚の写真である。そして現地訪問経験のあるスタッフに聞き訪問を決断。あとは評判のよい現地サービス会社を探す、という行動をとった。行ってみて写真ほど素敵ではなかったが、途中立ち寄った街で新しい発見があった。旅のすばらしい経験を実際に1人でも多くの人に提供することが自社ブランド構築への近道。目先のことだけやっていたのではいけないことを再認識する旅となった。



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9月15日号に掲載します）