

WEEKLY

ツーリズムビジネス専門誌
週刊トラベルジャーナル

2015年2月2日発行(毎週月曜日発行)
第52巻第4号通巻2936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

2015
2/2

ローカリストからの 手紙

地域の決意
ここにあり

■誌上セミナー

JNTO 発外客攻略のヒント
ラグジュアリー旅行へ飛躍を

■好評連載

視座

高橋敦司 (東日本旅客鉄道営業部長)

発見!海外旅行半世紀

仕掛けて売ってデスティネーション

MICEの舞台裏

MICEの「E」が果たす機能

eマーケティングの透視眼

モバイルが変える旅行業の定義

ツーリズムのヒント

元気が一番

ビジネスパーソンの日々雑感

東園絵 (ウナキトラベル代表取締役)

中国レポート



e 透視眼

マーケティングの

vol.

14

荒木篤実

ベルトラ代表取締役会長

モバイルが変える 旅行業の定義

モバイルの勢いが止まらない。14年の世界出荷台数統計では18億台と、PCの3億台を凌駕し、実に6倍もの規模に達した。またOS(オペレーティングシステム)ベースで見ても、グーグルの 안드로이드やアップルのiOSなどを中心としたスマートフォン勢が9億台。すでに世界規模でモバイルの2台に1台がスマートフォンという状況である。

いうまでもなく、スマートフォン市場を創造したのは、アップルである。07年に登場したアイフォンのインパクトは大きかった。しかし当時、スマートフォンが世界中を席巻するとは一体誰が想像できただろうか。高額な商品であり、購入時のみならず通信費も半端ではないにもかかわらず、この勢いである。未来を正確に予測するのは大変難しいが、起こり得ることを想定し対策を打つのはそれほど難しくはないはずだ。スマートフォンが開く近未来の旅行業とはどんな世界なのか。

旅行業において、インターネットの活用は、商品・サービスの予約(=販売)が中心だった。これからもある程度はそうだろう。だが、ユーザーから見れば、予約(=購入)というのは、楽しみのほんの一瞬にすぎず、そのものが目的ではない。事前にネットでいろいろ調べる、旅先や目的を決めたら予約する、道中で仲間と楽しみながら写真等をその場でシェアする。そして、楽しかった旅を思い出しては、また次の計画をイメージしたり、実際に予定を立て始めたりする。これらのことは、ずっとユーザーの頭の中で連続した「線」として持続している。これが、旅行というサービス業が対峙すべきマーケットだろう。

つまりわれわれは、ユーザーが歩く人生という長い本の「線」の上において、思い出づくりの起点

となる「点」で接触している。いわば旅行会社はユーザーにとって1人の役者にすぎないといえよう。それなのに、もしこの役者が自社商品の販売にしか興味がないとしたら、ユーザーの目にはどう映るだろうか。

逆に、旅の商品以外のさまざまな関連サービスやユーザーへのサポートを提供してくれるとしたらどうだろう。線の上に旅の前後で豊かな立体感のあるサービス、つまり「面」を創り上げることができるのではないだろうか。そして、そこにはユーザーが肌身離さず持ち歩いているスマートフォンがあるのだ。かつてこれほどエキサイティングなビジネス環境があっただろうか。そう考えると、旅行業の定義そのものを根本から考え直すべきタイミングに来ているように思える。

昨年、ギリシャに出張した際のことだ。あまりに直前間際になってから現地ツアーを探したため、まったく予約できない状況に陥った。半ば諦めながら入ったレストラン内の観光ガイドに載っていた現地旅行会社にスマートフォンからアクセスしてみたが、やはり残念ながら翌日の予約枠はすでに埋まっていた。

食事を済ませ、もしやと思い再度アクセスすると、なんと希望するツアーに空きが出ているではないか。即刻申し込むと、数分もかからず予約が確定。あまりのうれしさに小躍りしたいほどであった。ふと外を見ると、夕焼けでオレンジ色に染まる巨大な奇岩石群の大絶壁が、空中に凜とそそり立っていた。その荘厳なたたずまいは、チャレンジしない者には人類の限界を、挑戦する者には可能性ある未来を、それぞれ暗示しているように見えた。



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2月23日号に掲載します)