

# もはや避けられない オンライン対応

社会全体のデジタル化が進行し、旅行の予約だけでなく、旅マエから旅ナカ、旅アトに至るまで、オンライン情報の存在感が増大している。いまやオンラインでの対応は旅行・観光業者にとって不可欠なものになっている。

旅行や航空業界に関する調査研究を行うフォーカスライトジャパンの日本のオンライン旅行市場調査によれば、宿泊を伴う国内旅行に関わる宿泊施設と運送機関の旅行サプライヤーの販売総額（15年度）は9兆7033億円だった。このうちオンライン販売比率は39.4%を占め、実に旅行者2.5人に1人がオンライン販売で旅行サービスを購入している計算になる。

オンライン販売比率は13年度の33.9%から2年間で約6ポイント上昇しているが、大きく貢献しているのが仲介業者（OTA〔オンライン旅行会社〕およびオンライン販売を行う旅行会社）だ。13年度の1兆5699億円から15年度は2兆3611億円と、2年間で50.4%も増えている。

オンライン販売の重要性は、予約行動にとどまらない。旅マエにおけるオンライン利用の活発化が、グーグルの調査でも指摘されている。旅行者は、旅行を漠然と願望している段階では、交通機関（未定が78%）や宿泊先（未定が82%）はもちろん、行き先すら決まっていない（約3割）。この段階では、「旅行に踏み切るために背中を押してくれる情報」「選択肢を具体的に絞り込むのに役立つ情報」をオンラインで探していると指摘している。

また、旅行関連の動画を見ている人の64%が旅

行を計画中で、そのうち5人に3人は視聴した動画を、行き先やアクティビティー、利用業者を選択するための参考にしており、オンラインで視聴する動画が旅行動向を左右する重要な要素になっているとも指摘している。

調査では旅ナカでもオンライン情報の重要性は高まる一方だと説明している。何しろ85%もの旅行者が、旅行先に到着してから現地での予定を決めているというのだ。実際にスマートフォンで「今いる場所の近くの食事処は？」という検索を行う旅行者数は1年間で2倍に増えたという。サイトを訪問するだけでなく、アプリをダウンロードして旅ナカの情報収集に役立てることも旅行者にとって普通の行動になりつつあるとも報告されている。

旅行分野におけるオンライン利用の増大と利用範囲の広がりについて考えれば、旅行会社にとってオンライン対応は不可欠である。テクノロジーの進化やモバイルへのシフトなど今後の情勢を踏まえれば、独自にオンライン対応するのはもはや現実的ではない。旅行会社は、最先端テクノロジー開発に巨額の投資が可能なGDSなどICT企業から提供されるプロダクトを積極的に取り込み、自社の事業と組み合わせ、上手に活用していくことが、現実的かつ最善の方法といえそうだ。

# 旅マエ提案で旅行者を 引き付けるサイトへ インフィニ、オンライン販売に新機能

グーグルの調査によると、旅行に至るプロセスは、①旅がしたくなる瞬間、②プランを立てる瞬間、③予約する瞬間、④旅行体験が待ちきれない瞬間の4つ。OTA(オンライン旅行会社)は③から競っているのが現状だが、「78%は航空会社が未定」「82%は宿泊先も決まっていない」「3人に1人は行き先すら決まっていない」とされる①からアプローチできれば優位に立てる。

こうした現状のなか、差別化を実現できるのが、インフィニ トラベル インフォメーションが1月にリリースした「INFINI Travel Inspiration Engine (TIE)」だ。一般的なOTAサイトでは旅行者が出発着地、日付を選択して旅程を検索する。一方、TIEでは予算、行きたい場所のイメージ、最近のトレンドなどから具体的な目的地の定まらない旅行者に旅をイメージさせる。旅行という一番大きな枠の中から旅行者に最適の旅を提案できるのだ。

TIEでは、旅行者が出発地とおおまかな日程(旅行開始候補日、滞在日数)の希望さえ持っていれば、

目的地が決まっていなくても検索行動を開始でき、旅行者の目的地探しから手伝える。また、この「目的地検索」のオプションとして、予算や旅行テーマ、エリア、人気の都市上位を設定し、目的地候補を絞り込んだうえで提示することも可能だ。

目的地の候補は文字リストではなく、地図上でビジュアルに表示されるので、直感的に情報を把握しやすい。詳細を見たい場所にカーソルを合わせると都市名と金額が表示され、地図上のピンをクリックで出発日ごとの運賃動向も知ることができる。旅行先が決定している旅行者に有効な一般的なOTAサイトに対し、TIEは旅行の検討段階から旅行者をサポートすることで、他サイトより早い段階で旅行者を取り込める。

TIEは旅行内容を決定済みの旅行者にも新たな検索価値を提供する。それが「買い時検索」だ。出発地、目的地、旅行開始候補日、滞在日数を入力し、候補日前後の数日間を期間指定すると、航空券価格が日ごとに表示される。旅行者は、いつ出発すれば安くチケットを手に入れられるのか見極めることができるのである。

TIEで旅行者が決めたフライト情報を基にINFINIのXML機能で予約までを完結させることも可能。旅の提案から予約・発券までをINFINI機能で自動化できるのである。

TIEの検索画面は埋め込みが可能(ホワイトレベル)なので、旅行会社のヘッダーを使用でき、背景画像や動画も差し替えられるため、自社サイトとして違和感なく旅行者にアピールできる。独自の画面を自社用にカスタマイズしたい旅行会社向けにはAPI版も用意されている。



出発地、候補日、滞在日数の指定のみで、さまざまな旅行を提案できる目的地検索