

旅行業界での e ビジネスとその情報システム利用の動向と課題

幡鎌 博

文教大学 情報学部 〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100

E-mail: hatakama@shonan.bunkyo.ac.jp

要旨 旅行業界のこれまでの情報システムの歴史からサーベイし、次にネット宿泊予約の BtoC の動向を分析する。その後、ホテル・旅館側のネット予約利用のためのシステム活用状況や、旅行会社(旅行代理店・旅行企画会社)の情報システムをサーベイする。最後に、旅行業界の BtoB のプロトコルとして提案されている TravelXML の可能性とともに、今後の旅行業界のネット活用の課題を分析する。

キーワード e ビジネス, BtoC, BtoB, 旅行業界, XML

Survey on e-business of Japanese travel industry

Hiroshi HATAKAMA

Faculty of Information & Communications, Bunkyo University, 1100 Namegaya, Chigasaki-shi 253-8550, Japan

E-mail: hatakama@shonan.bunkyo.ac.jp

Abstract Online-reservation of accommodations including hotels and ryokan in Japan is increasing. They use ASP effectively, sometimes strategically. They will use XML-based TravelXML interface for BtoB protocol. This paper focuses on BtoB strategy and system-interface of travel industry and clarifies the future issues to be addressed. In this paper, business trends of travel industry including switcher and ASP, and future problem are studied.

Keyword e-business, BtoC, BtoB, Travel-Industry, XML

1. はじめに

ホテルや旅館などのネット予約は好調である。2006年には電子商取引化率が15.6%まで高まり、宿泊予約サイトでの宿泊件数が4,400万泊に達するという予想もある。また、大手旅行会社も情報システムのオープン化に乗り出しているなど、BtoCとBtoBの両面でネット化が加速している。

現在、ネット予約等の裏側では、様々な情報システムの活用による、多様なビジネスモデルが検討されている。また、大手旅行会社もCRM等を活用したクリック&モルタルなどの展開をしている。

TravelXMLという旅行業界のプロトコルがJATA(日本旅行業協会)とXMLコンソーシアムにより提案されている。本稿では、TravelXMLの問題を分析するとともに、今後の旅行業界のネット活用の課題を分析する。

本稿では、旅行業界のeビジネスへの取り組みの現状を分析し、今後の課題を探る。様々な業種において、BtoBでのASP等の活用方法は進んできており[2]、ネット予約の割合が増えている旅行業界での、企業間にまたがる情報システム活用方法を分析することが本稿の狙いである。

まず、宿泊予約の情報システムの歴史と、旅行会社

(旅行代理店・旅行企画会社)の情報システムをサーベイする。次に、ネット宿泊予約のBtoCの動向と、宿泊施設側の利用方法の現状を分析する。その後、旅行業界のBtoBのプロトコルとして提案されているTravelXMLと、新たな旅行業界のeビジネスの形態をサーベイし、今後の旅行業界のeビジネスと情報システム利用の課題を分析する。

2. これまでの旅行業界の情報システム

大手ホテルやホテルチェーンは、従来からイールドマネジメントと呼ばれる仕組みを自身の情報システムに実装して、稼働率を上げる努力をしてきた。イールドマネジメントとは、歩留りの向上のための施策であり、「最大利益追求のための総合的価格政策」である。稼働率が低い時期は、室料を引き下げるなどして、稼働率を極力あげている。

Sabreに代表されるGDS(Global Distribution System: 以前はCRSと呼ばれた)は、国際的に広く航空券やホテルの予約を行なうシステムであり、今日ではインターネットを通じた予約が可能となっている。

従来、旅行会社は、宿泊施設から在庫を専用に確保し、余った在庫は返室できる形態で、宿泊施設と契約

している場合が多かった。現在、中規模以上の宿泊施設の多くは、TL-X (マップジャパン社) という端末を使い、大手旅行会社からの予約情報を受信している。TL-X と PMS(宿泊施設のフロントシステム) とを連携する仕組みはあるが、利用している宿泊施設は数割であり、まだ紙で出力して再入力しているところが多い。

旅行代理店や旅行企画会社の側でも、様々な取り組みがされている。旅行代理店では、クリック&モルタルとしての店舗との連携の点が課題である。日本旅行は、個人ホームページを作り、ネットとの互恵的な関係を探っている。個人ホームページから、ネット予約につながった場合には、アフィリエイトによる報酬が与えられる仕組みとのこと。

旅行代理店では、法人客を狙った BTM に力を入れている。[4] [5]

3. ネットからの宿泊予約の動向

3.1. 予約サイト

日本の宿泊予約サイトの動向としては、2003 年、楽天が「旅の窓口」を買収したことが大きな出来事である。楽天では、将来、旅行商品の 5 割がネット予約になるという予測から、売り上げ規模に比べて高額な買収で「旅の窓口」を買収した。そして、2004 年には、楽天トラベルと合併させ、「楽天トラベル」という名前に変わった。なお、「旅の窓口」は、1996 年に日立造船情報システムが「ホテルの窓口」という名で開設し、当初はビジネスホテルが中心であった。現在でも、レジャー系よりもビジネス利用者が多いのが現状である。宿泊施設とのやりとりは、現在でも主に FAX を使っている。

現在、予約サイトは淘汰が進んでいる [1]。予約サイトとしてのブランドが確立し、予約サイトの数は最盛期よりも大きく減っている。寡占化が進んだため、一時は 5~6% という低い手数料だったが、現在は 7~8% にまで上昇している。

他の予約サイトとしては、高級ホテルに特化したサイト、売れ残った部屋を直前に安価で提供するサイトなど、分化が進んでいる。

また、あまりシェアは高くないが、複数の予約サイトへの客室在庫管理の一元化を行なうスイッチャーという事業形態がある。旅館・ホテルの空き室を管理し、予約サイト(自社サイトも含む)に割り振るサービスである。多くの予約サイトがあるが、どの予約サイトにどの位の部屋数を割り振るかをホテル/旅館側で決めるのは難しいため、スイッチャーに一元管理してもらい、できるだけ多くの部屋をネットで販売しようとするための仕組みである。トランスネットの ROOMBANK、東芝ソリューションの RoomAgency が

該当する。スイッチャーは、予約サイトと宿泊施設との交渉の仲介や、手数料の徴収の代行も行なう場合が多い。ビジネスモデルとしては、例えば手数料を 6% 徴収した場合に、2% をスイッチャー側、4% を予約サイトに分配する、といった収益構造となっている。

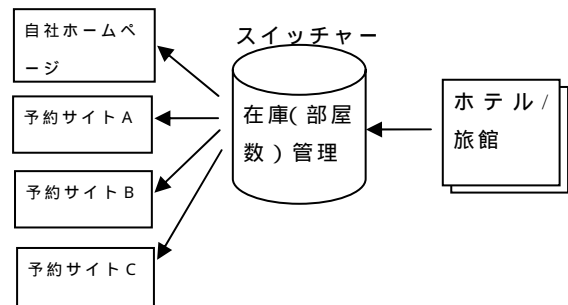


図 1. スwitchャーのビジネスの仕組み

予約サイト全般として従来の旅行代理店と大きく異なる点は、利用者間のコミュニケーション手段である。楽天トラベルなど大手の予約サイトは、掲示板で利用者の宿泊施設に関する感想を共有できるようにしている。ただし、旅行会社の作る豪華なパンフレットにより宿泊施設を決めてきた利用者が、ネット上の雑多な情報をどの位信用するかの問題はある。

3.2. 宿泊施設自身のネット予約受付

宿泊施設側から見ると、ネット予約の手数料は、従来からの旅行代理店を通した予約よりもずっと低いため、ネット予約はとても魅力である。ペンションやプチホテル等、若者向けの施設は特にネット化に積極的である。

旅館やペンションのホームページを手作りで作っているところが多いが、オンライン予約の仕組みの開発や運用だけは、素人では開発は難しいため、ASP 企業にリンクしているところが多い。リピーター等へのサービス向上のために、自社サイトからのオンライン予約の機能が望まれるためである。そのため、地方の中小旅館を中心に、予約サイトに登録しつつも、ASP により自社のサイトでの予約受付することも一般化している [6]。

宿泊施設向けの予約の ASP としては、旅館組合全体に予約機能を提供するところもある。旅館組合全体に予約機能を提供することで、温泉地などのブランド名を検索してたどりついた利用者をターゲットにできるであろう。

宿泊施設への ASP として、楽天トラベルも TYMS と呼ばれるサービスを提供していて、東急ホテルチェ

ーンなど 1000 弱の宿泊施設が利用している。その場合は、楽天トラベルからの利用と在庫を共通で管理することができる。

3.3. 予約サイトに対する宿泊施設の対応

ネットでの予約を、他の予約手段（電話など）と一元管理する仕組みも重要である。宿泊施設のフロントシステムとの連携により、ネット予約の情報が自動でフロントシステムに反映される仕組みも増えている。楽天トラベルは、フロントシステムと楽天トラベルの予約情報とを連携させるツールを、ソフトウェア会社に提供している。

宿泊施設側は、スイッチャーの場合を除き、各予約サイトと各々契約しなければいけない。しかし、予約サイト毎に部屋の割り当てをするのは煩わしいため、一元的に宿泊施設の在庫を管理できる仕組みが望まれる。

プラスアルファの予約サイトコントローラ「手間いらず」は、主な予約サイトの予約情報参照や増返室を一つの画面から行なうツールである。アグリゲーションのような仕組みで、各予約サイトとネット接続し、かつ、宿泊施設の PMS と連携することで、共有在庫のように空き室を管理することが可能となる。つまり、ある予約サイトで部屋が予約された時点で、全ての予約サイトに提示している部屋数を減らすことで、共有在庫のように管理できる。

4. TravelXML について

4.1. TravelXML の概要

日本旅行業協会(JATA)と XML コンソーシアムは、旅行産業の BtoB のプロトコルとして、TravelXML を策定し、実験を行なっている。2004 年 12 月からは、リクルートとマップジャパンの間で、TravelXML 形式のデータが利用されている。[7] [9]

TravelXML は、旅行企画会社・旅行代理店・宿泊施設の間で様々な取引項目を標準化する形式である。

国内取引データ、海外取引データ、国内企画商品取引データ、海外企画商品取引データ、国内精算情報、国内宿泊施設情報、旅行会社情報、国内企画旅行商品情報、海外企画旅行商品情報、海外宿泊施設情報というような内容を標準化中である。

さらには、現在、電話や FAX などの手作業で行なっている作業を自動で行なうためのプロトコルを提供し、割り当ての空き部屋数を動的に変更することも可能となる。

4.2. TravelXML の問題点

このようなプロトコルの普及により、BtoB の進展に

よる業界全体の効率化が期待できる。大手旅行会社が導入を計画しているため、数年のうちに普及する可能性がある。しかし、まだ課題もある。特に、TravelXML の策定に関しては次の問題が大きい。

- 1) 策定において、予約サイトがほとんど関わっていない。
- 2) 宿泊施設側の対応を十分には考慮していない。（宿泊施設側が自身で Web サービスを提供することを想定）
- 3) 新たなネット活用のビジネス形態（付加価値、仲介、ASP など）を考慮していない。

1) については、JATA が中心となって要件を上げているため、JATA に加わらない予約サイトは蚊帳の外になっている。TravelXML 策定のための、もっと広い組織作りが望まれる。

2) の問題に関しては、例えば、流通システム開発センターの「流通 XML-EDI サブセット」のように、中小企業を支援する ASP 業者が介在する業務モデルも、標準化の中で考慮するべきであろう。

3) の問題に関しては、次節で述べるような新たなビジネス形態を考慮して、TravelXML を大幅に見直すことが望ましい。

5. 旅行業界のネットでの新たな流れ

5.1. ビー・フリーソフトの ASP

ビー・フリーソフトは、旅行代理店などのネット予約を代行するサービスを行っている。旅行会社では、顧客から電話等での予約とネットでの予約の在庫一元化の仕組みとして、ビー・フリーソフトの仕組みを使っている。阪急交通社や西武トラベルなどのサイトでツアーを検索すると、ビー・フリーソフトのサイトにリンクされ、店舗や電話でのツアーの検索・予約と同じシステムで検索・予約が可能となる。これは、TravelWINS（ビー・フリーソフトが提供）という旅行会社向けパッケージソフトウェアと直につながるため、リアルタイムの予約情報をネットでも参照できるのである。このように、ビー・フリーソフトはクリック&モルタルの裏側の仕組みを提供している。

ビー・フリーソフトは、クリック&モルタルの裏側にとどまらず、戦略的なネット展開を行なっている。上記の仕組みを使って、直に顧客に旅行会社をまたがる旅行の検索サービス TravelAnswer を提供している。また、その仕組みを発展させ、Travel Answer Stay という宿泊施設向けの予約 ASP サービスにおいて、旅行素材を旅行会社向けに提供できるようにしている。いわば、宿泊施設と旅行会社での e マーケットプレイスの場を提供する仕組みとなっている。この仕組みは、

「旅行商品取引システム（特開 2003-030288）」でも開示されている。

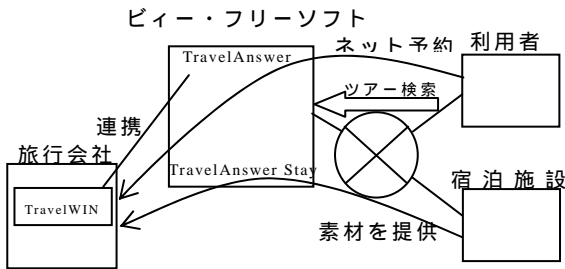


図 2. ビー・フリーソフトのビジネスの仕組み

5.2. e 旅ネットの仲介サービス

e 旅ネットは、一般利用者から受けた「らくらく旅行見積り」の依頼を旅行代理店に仲介する仕組みを提供しているが、旅行代理店と素材提供者（ホールセラーや宿泊施設）との間に旅行素材の e マーケットプレイスも提供している。

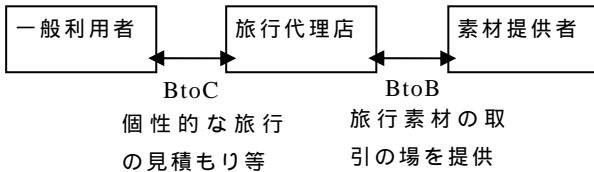


図 3. e 旅ネットの位置づけ

6. おわりに

旅行業界の情報システムは、まだまだ問題がある。「たびいち日記」[10]というブログでも問題提起がされているが、TravelXML の標準化がされても、業界として全体最適にはまだほど遠い状態である。

多くの消費者が、宿泊予約サイトを利用し始めていて、BtoC では旅行業界が進んでいるように見えるが、BtoB の面では進み方が遅い。

今後は、業界全体を効率化するために、宿泊施設のイールドマネジメントを安価に支援する仕組みや、宿泊施設のフロントシステムとの連携の面で、旅行業界の BtoB の仕組みが進化するべきである。また、旅行会社や宿泊施設などの間での e マーケットプレイスの仕組みも、抜本的な効率化をもたらすため、業界の動きに大きな影響を与えると予想される。

従来のように、ビジネスの力関係で業界全体が動くというわけにはいかないであろう。実力のある企業が連携することで、旅行業界での e ビジネスの大きな流れを作ってゆくべきであろう。

文 献

- [1] 藤巻潤一「宿泊予約サイトの展望」、経営情報サーチ（大和総研）、2003 年春号。
- [2] 幡鎌「戦略的ネットサービスのビジネスモデル - ビジネス方法特許の分析より -」、電子情報通信学会 ソフトウェアインタプライズモデリング (SWIM) 研究専門委員会、2003 年度第 3 回研究会、2004 年 1 月。
- [3] 石原直「ホテル・旅館の情報システム」中央経済社、1997。
- [4] 日経コンピュータ「旅行業界 IT 投資でサバイバル」2004/1/26 号、P.156-162。
- [5] 日経ネットビジネス「旅行業界、EC の未来図見えるモデルケース」2001/4/10 号、P.38-51。
- [6] 日本情報処理開発協会「情報化白書 2004」コンピュータ・エージ社、2004。
- [7] 大場他「旅行業界電子商取引向け XML 標準 TravelXML を利用した Web サービス実証実験」、情報処理学会 DD 研究会、2004-DD-45、P.41-47
- [8] 太田・山口「ネット時代に生き残る旅行会社」同友館、2002。
- [9] 日本旅行業協会 (JATA)「TravelXML のページ」<http://www.jata-net.or.jp/xml/index.htm>
- [10] 旅市太郎? 「たびいち日記」(2005.3 ~ 4)、<http://blog2.fc2.com/tabiichi/>

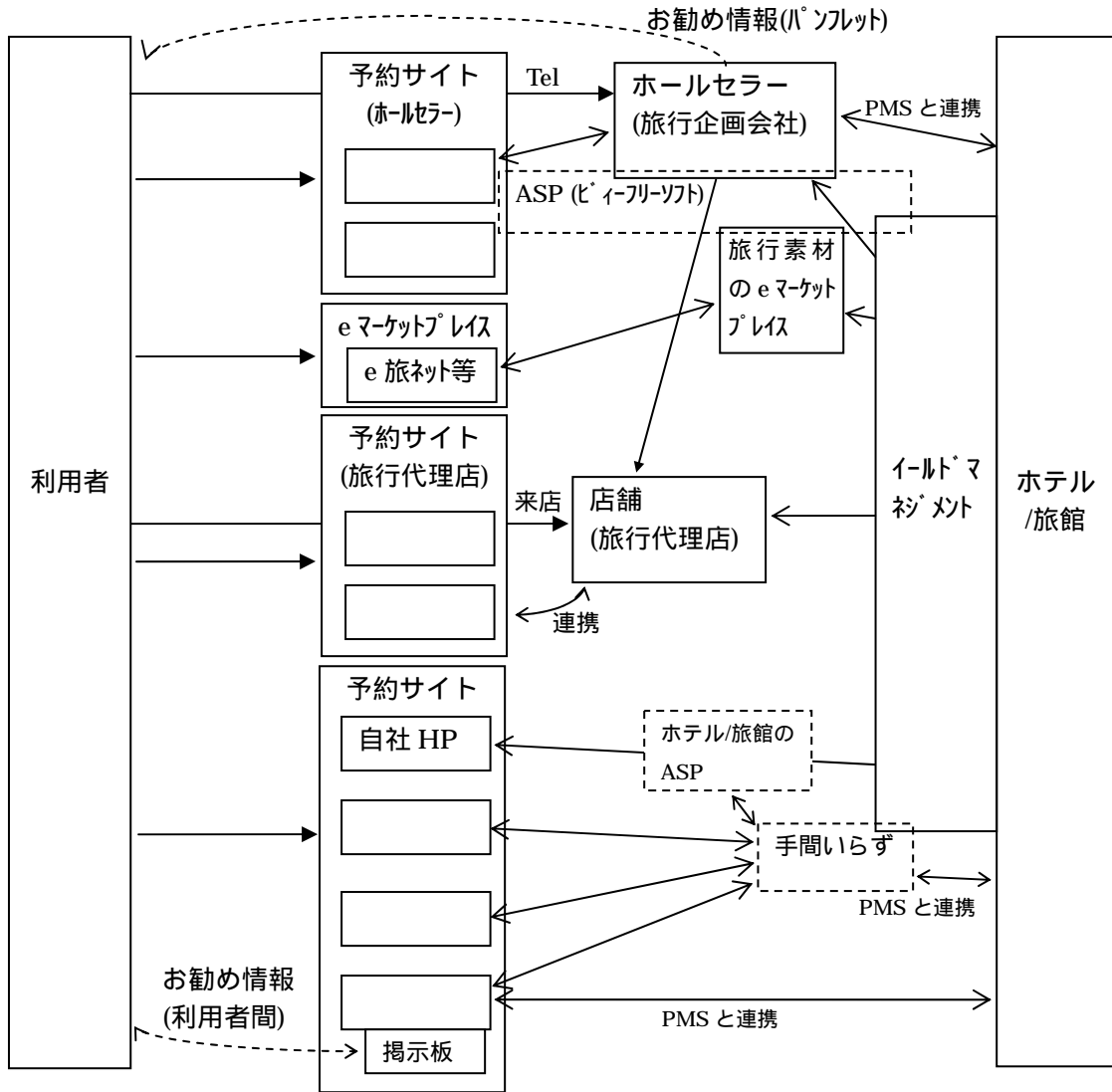


図 4. 旅行業界での e ビジネスの BtoB の全体像