

世界最大級の オンラインホテル予約サイトを活用し グローバルマーケットにアプローチ



インターネットでのホテル予約が一般的になってきた昨今、ホテル経営者にとっても予約サイトは重要な営業ツールの一つとして欠かせない存在だ。数あるサイトの中からどの予約サイトに登録するかで業績が大きく左右されるだけに選択には慎重さが求められる。BOOKING.COMは月間3500万人以上が閲覧する世界最大級の予約サイト。その日本担当責任者のルチア氏に同サイトの強みを伺った。

インターネットからの宿泊予約はホテルの客室営業にとって大きな位置を占めるようになってきました。BOOKING.COMはどのぐらいの規模で展開しているのですか。

毎日延べ20万泊以上の予約が成立しています。これは1ブランドが取り扱うオンライン延べ宿泊数売り上げでは世界第1位の実績です。現在世界101カ国13.52万軒以上の宿泊施設を網羅しており、日本では、東京、大阪、京都をはじめとする主要都市から地方都市や温泉地など魅力的な観光地まで、920軒以上のホテルや旅館が登録され、好評を博しています。

ヨーロッパを主力マーケットに据えているBOOKING.COMにとって、日本はどのような存在なのでしょう。

日本マーケットは、当社にとってインバウンド・アウトバンドともに大変重要なポジションにあります。東日本大震災は大変悲しい

できごとでしたが、弊社東京オフィスは通常通り営業いたしました。それはビジネスパートナーであるホテル経営者の方々をできる限りサポートすることが当社の役割だと考えたからです。

それはとても心強いですね。BOOKING.COMへ加盟すれば世界中からの送客が期待できると思いますが登録に際して気になるコストは。

登録は無料です。サイトから申し込んでいただき契約が成立すれば、掲載ページの制作にかかります。ウェブページ制作費用や固定費等もありません。加盟ホテルからは売り上げに対するコミッションをお支払いいただくだけです。

宿泊料金の回収に関しても加盟ホテルの使い勝手に配慮しています。多くのホテル予約サイトでは、ユーザーが支払う宿泊料金をまずサイトが徴収し、その後ホテルへ支払う“マーチャントモデル”が多いですが、弊社の場合は利用客が直接ホテルに宿泊料金を



BOOKING.COMジャパンエリアマネージャー
ダビチェルチア氏

を支払うエージェンシーモデル(現地決済)を採用しています。

これは加盟ホテルにとってタイムラグのないキャッシュフローを得られるメリットがあるというわけですね。

さらにBOOKING.COMは、世界中の4000以上のアフィリエイトサイトにリンクするほかウェブマーケティングはもちろん、加盟ホテルの主要な検索エンジンや提携サイトでの広告掲載もします。これらの費用はすべて私たちが負担します。その理由は私たちのパートナーである加盟ホテルへの有益な先行投資だと考えているからです。また、iPhone、iPad、アンドロイド等に対応するアプリケーションも提供しています。携帯端末でも41カ国語対応、GPS機能も付加し、簡単に予約できるのが特徴です。加盟ホテルはそれらを通じて一切コストをかけることなくグローバルなマーケティングを展開することが可能なのです。

自社のウェブサイトのほかに世界に向けたもう一つのウェブサイトを開設したのと同じ効果が期待できるということですね。

日本は文化、芸術、歴史、食など現代と歴史の両面を持ち合わせたとても魅力的な destinations です。そのような日本のホテルを、ヨーロッパをはじめ国際市場に強い基盤を持っているBOOKING.COMで訴求し、世界をフィールドに、ホテル経営をサポートしていきたいと願っています。

今後海外からの宿泊客に期待をかける日本のホテル業界にとってインターネット予約システムはさらに、大いに期待が高まる分野となるでしょう。本日はありがとうございました。



ダビチェルチア氏(中央)と東京オフィスのスタッフのみなさん