

## WTM London 2023

久々のWTM Londonは他のTravel Show同様に大盛況でした。ブースを持たない企業はアポイントの場所を探すにも一苦労のようでした。

### Topics1

#### デスティネーションとしての中東各国

いよいよ中東各国のデスティネーションのPRに力を入れ始めています。砂漠と海と遺跡の組み合わせで、それぞれの体験を表に出したプレゼンテーションをしていました。

### Topics2

#### ディストリビューションを理解してエージェントと話そう

テクノロジーのエリアではブッキングツールのベンダー、ハットバンクのベンダー、そしてBtoBのプレイヤーがこぞって出展していました。それぞれの役割を理解してエージェント交渉が必要です。

### Topics3

#### 日本のプレゼンスの弱さ

JNTO主導でのブースは日本政府の観光立国のコンセプトとはほど遠い、各社(ホテル会社・旅行代理店)に丸投げでお任せというメッセージです。行政の丸投げ体質は結局何も産みません。

### Topics4

#### Paymentへの注力

旅行代理店にとっても施設との決済は非常に重要で、そのための仕組みが様々出展していました。もはやVCCや現金振り込みは時代遅れという観が否めません。

## <CLOUDIT EYE>

デジタルセールスツールについて取り組むべきだと感じました。これは施設のみならず、旅行代理店、DMCも極めて対抗でまだまだ紙のBrochure全盛の感が否めません。IT展示会で見られるような、展示会のデスクにQRコードを設置し、それを読み取ってもらうだけでBrochureが入手できる仕組みが必要です。(特に日本のエリアは顕著です。)

最近Proposalも電子化することが当たり前になってきており、施設内部での共有のレポートアップを図ることができるツールもあります。また今着手すれば業界をリードすることは請け合いです。



毎度WTMはロンドンの冷たい雨に降られながら、会場のExcelまで電車を乗り継ぎ行くイベントでした。今回初日は晴れ、またExcelまではElizabethラインの延長で、ロンドン中心部から乗り換えなしで行けるようになりました。またElizabethラインはHeathlow空港まで乗り入れていますので、もはや特急列車Heathlow Expressには乗る必要はないようです。

物価はやはり高いです。因みにラーメン一杯4000円でした。現状の為替レートでは海外へ出ることには腰が引けるという今のトレンドも納得です。

WTMは無料で入場できるイベントです。ですので、旅行先を探す一般の方々の来場もあります。日本は人気のデスティネーションですので、各社ブースは大盛況でした。

## <ベッドバンク・B to B・ブッキングツール・リテラ>

グローバルに見ると、CRSを所有する大手ホテルチェーンモデルをどう追随するのか、というシステム形態が世界の中小ホテルチェーンなどで見られました。しかしそこまでの大きな仕組みを必要としないホテルはチャネルマネージャなどでスイッチング会社を利用してベッドバンク、もしくはB to Bプレイヤーに料金、在庫を提供するシンプルなディストリビューションに変化してきています。

むしろ今の施設が注意しなければならないのが、ブッキングツールをリテラに提供しているベンダーだと感じました。ブッキングツールはマーケットセグメントに応じて姿を変えます。予約が取れるものも航空チケットなど。また予約を取るデバイスもモバイルフレンドリ化を進めて、世界各都市のアトラクション、施設と提携したOne Stopの仕組みも出始めています。

つまり、在庫、料金は共通化を図っておき、その先のブッキングツールとリテラを注意深く選ぶことにより、真に自らが必要とするゲストから予約ボリュームが獲得できるようになるということです。

欧州は中小ホテルチェーンは独立系ホテルも多く、特に大手に振り回されない仕組みを作っていこうという動きが活発なように感じました。

## <注目会社>



Hongkong Polytechnic Univ. School of Hotel and Tourism Management

企業ではありませんが、大学が医療ツーリズムや製造、農業ツーリズムをプロデュースして出展をしていました。いわゆる一つのDMCとして大学が単独で活動しているという例は珍しく、また新鮮でした。

産学協同事業という側面もありますが、日本でも地域特化した体験を観光の材料にして行こうという動きの中で、取り組むべき価値があると感じました。

## <2023年を振り返って>

やはりアフターコロナで観光事業の盛り返しは非常に目を見張るものがあると感じました。特にテクノロジーの分野では投資が進み、ブッキングツールの多様化には驚きました。併せて決済についてもOpen Payment Allianceに基づき、送金手数料、自社通貨決済が当たり前の中になったのが、この2023年ではないかなと思います。

旅行業界は進み、ホテル大手がそれに追随する。残された、特に日本の施設にとって、急を告げ始めていると思います。

## <次回予告>

今年の発行は以上となります。

来年は1月のHEDNA北米会議、3月のITB Berlinにおいて今回ご報告している内容についてより具体的に掘り下げられたらと思っています。

本NEWSはバックナンバー含めて弊社ウェブサイト ([cloudit.jp](http://cloudit.jp)) でも公開しております。

<お問い合わせ>

クラウドイット株式会社 [info@cloudit.jp](mailto:info@cloudit.jp) 電話:03-6416-3270

2023年11月28日

CLOUD IT, Inc. 2023