

週刊ウイングトラベル WING TRAVEL WEEKLY

No.2783

毎週月曜日発行：1部330円(消費税込) 1年間13,200円(消費税込) ●国土交通省交通運輸記者会加盟

発行所/航空新聞社 The WING Aviation Press ●〒107-0051 東京都港区元赤坂一丁目7番8号 ヒルクレスト373 4階 ●TEL 03-3796-6646 FAX 03-3796-6645

増刊号 2024.3.25

www.jwing.net
mail@jwing.net

ITソリューション特集 2024

これからの旅行を創り出す
ソリューション



DXは「デジタル前提のビジネス変革」 JATA経営フォーラムでセミナー開催



日本旅行業協会(JATA)は、「JATA経営フォーラム2024」で「DXの本質とこれからのビジネス」と題したセミナーを開催、講師にネットコム株式会社代表取締役の斎藤昌義氏(写真)を迎え、昨今関心を集めているDX(デジタルトランスフォーメーション)について論じた。斎藤氏は「デジタル化」との違いを踏まえ、DXについて「デジタルを前提にビジネスを変革すること」と位置付けた。またDXを実践する際には、「自分たちは何を解決したいのか、何をしたいのかをはっきりさせることが大切。デジタルを使うことが目的ではない」と述べ、デジタルを基盤に据えることで社会情勢の変化に迅速に対応できる態勢づくりの重要性を訴えた。

デジタル化は「デジタルで仕事のやり方を変えること」データ駆動型の経営基盤で変化に対応

まずデジタル化について、斎藤氏は「デジタルを使って仕事のやり方を変えていくこと」と説明。またその目的として、「効率化」と「新しい価値の創出」の2つを挙げ、効率化については、「どのくらい効率を上げたのか、コストを下げたのか、明確な数値目標があり、既存の業務の中での取り組みとなる」と指摘。一方、「新しい価値の創出」は、「新規事業開発や研究開発投資に近い」とし、「両者を一緒にするのではなく、しっかり

と分けて取り組む必要がある」と述べた。さらにデジタル化によるメリットとして、斎藤氏はデータが手に入る点を挙げ、「データを基盤とした体制とすることで、データにより状況が把握しやすくなる。そのデータを分析し「見える化」することで、課題を見つけ、改善につなげることができる。これを高速に回すことで迅速な変化への対応が可能となる」と述べ、データを循環させるデータ駆動型の経営基盤の重要性を指摘した。

デジタル化を踏まえた上でのDX 社会情勢の急速な変化に対応

DXを進めるにあたり、斎藤氏は「デジタル化を段階的に踏むプロセスが重要」と説く。デジタル化により「効率化」と「新しい価値の創出」を実現したうえで、「デジタルをしっかり積み上げて実行していくことで、デジタルの価値が分かり、デジタル前提で物事を考えるようになる」とし、業務を遂行する人間自体の変化が必要とのスタンスを示す。

さらに「デジタル化すれば完了ではなく、働き方や手順、管理、組織体制など、さまざまな仕事の仕組みを変える必要がある」と述べ、DXは単なるデジタル化ではなく、デジタルを基盤としたより大きな枠組みでの変革である点を強調した。

こうしたDXの必要性が求められる背景には、社会情勢の変化がある。斎藤氏は、ウーバーやエアビーアンドビー、ネットフリックスやスポティファイなど、既にデジタルを基盤とした「デジタルネイティブ企業」の台頭、また新型コロナウイルスの感染拡大、ウクライナやパレスチナでの紛争など、予測困難な社会環境の変化(VUCA)の2点を挙げ、「これからは未来を正確に予測できる能力ではな

く、変化に直ちに対応できる能力を持つ必要がある」と指摘。さらに「DXにより圧倒的なスピードで対抗していくことが成功のカギを握る。DXはこの価値観を企業活動の基盤に据えるための取り組みだ」と評した。

またDXを実践するにあたり、斎藤氏は「デジタルの積極的な活用と当たり前に使えない企業文化の醸成が必要」とのスタンスを見せる。

その一例として挙げたのがAIで、AIに仕事を任せることで、「人間にしかできないことへの時間と意識をシフトさせることができる。AIは人間に求められる重要なスキルになる。DXはこういう企業の文化や風土を作ること」と述べ、その重要性を訴えた。

他にも「トライ&ラーン」で実践を積み上げることが重要と指摘。さらにDXを実践するうえでの組織体制、人材育成についても触れ、デジタルの知識に限らず、「組織の壁を壊し、経営者のビジョンと現場の業務を同じベクトルにするリーダーシップ」の必要性など、幅広いスキルが求められるとした。

「生成AIがデフォルト」の時代にTCVBビジネス交流会、導入事例を紹介

東京観光財団(TCVB)は、賛助会員向けの令和5年度ビジネス交流会を開催、「生成AI活用で新しい観光サービスを創出」と題し、現在進行中の生成AIの導入事例や現状、課題などについて取り上げた。前半の講演では、東京都の導入事例のほか、生成AIを導入した企業動向や人材育成について紹介。後半では参加企業による活用事例、また参加者によるディスカッションを通じ、生成AIの可能性について議論した。生成AIはビジネスの現場でも導入が進んでおり、今後は導入を前提とした取り組みが求められる。

利用環境やルール、活用例をガイドラインで提示 情報漏洩や著作権保護、回答の裏付けに配慮

まず、東京都の導入事例として、東京都デジタルサービス局総務部企画調整担当課長の大迫未佳氏(写真右)が「東京都における文章生成AIの活用」をテーマに講演。東京都では昨年8月、全局職員約5万人(都立学校の教員含む)を対象に、文書生成AIを導入した。

大迫氏は、導入の経緯について「業務の在り方を大きく変革する可能性を秘めている一方で、情報漏洩やハルシネーション(うその情報を生成すること)などのリスクが指摘されており、導入にあたっては慎重な検討を進めた」と説明。

こうした文書生成AIの導入のプラス面、マイナス面を考慮し、「業務で活用できる環境をどう用意するか」「情報漏洩等の懸念にどう対処するか」「業務にどのよう活用できるか」の3点を検討。これらを踏まえ、文章生成AIの利用環境や利用上のルール、効果的な活用方法を「文書生成AI活用ガイドライン」にまとめた。なお、同ガイドラインは一般向けにも公表している。

講演では、その一部を紹介。利用環境においては、「入力データが学習目的で利用されない」「入力データの保存をサーバー側で行わない」ことで情報漏洩のリスクを低減、より安全な利用環境を共通基盤として整備。利用ルールにおいては、「機密性の高い情報は入力しない」「著作権保護への配慮」「回答の裏付け確認」「回答をそのまま利用する際のAI使用の明記」以下の4点を設けた。

活用事例については、「業務課題解決の提案」など、職員によるアイデアソン(アイデア出し)で集めた事例を「文書



生成AI活用事例集」として、今年1月に公表。他にもエンゲージメントを高めるSNSの文章や英文レターなどの活用事例も紹介した。

最後に文章生成AI導入後の課題や展望を、職員アンケートの結果を交えながら言及。「仕事の効率が向上したか」の設問では、「大幅にあがる」が全体の9%、「あがる」が57%に達した。一方、「利用していない理由」では、「どの業務に利用したらよいか分からない」「利用する必要を感じない」「申請方法がわからない」「利用できる業務がない」が回答の上位を占める結果に。大迫氏は「申請しないと使えない仕組みになっている。新しい技術なので、きちんとルールを徹底した方が良さだろうということでは今やっている」と述べた。

今後については、文章生成に限らず、画像とか音声、動画など、「あらゆるサービスにAIが組み込まれてくるなかで、AIがデフォルトになる時代が来る」と指摘。また「職員の利用」「都民に対する利用」を2軸に、特定データを取り入れた職員専用のAI、マニュアル、検証を進める意向だ。

企業はルール作りなどリテラシーを重視 生成AI導入が転職先の判断基準にも

続いて「生成AI導入の企業動向と人材育成」をテーマに、一般社団法人生成AI活用普及協会(GUGA)企画室長の三浦康平氏(写真右)が講演。企業の導入状況として、三浦氏は「認知度や利用経験、活用の進捗度合いは向上している一方、推進中や検討など、活用前段階が調査結果で53%と、まだ足踏みしている段階でもある」と指摘。また生成AIに対する「リスクの存在」を背景に、スキル以上にルール作りなど、リテラシーが重視されている傾向が強いとした。

三浦氏は企業例にGMOを挙げ、同社はメールやスクリプトの作成など、生成AIの活用で月に9万6000時間の業務時間を削減。これは月600人相当の業務時間にあたる。調査結果によると、95%が質向上を実感しているという。

一方、生成AIは人材採用にも大きな影響を与えている。生成AI導入企業の社員調査によると、64%の回答者が転職先を選ぶ際に生成AIの活用が関係していると回答。三浦氏は「生成AIが転職先の判断基準となっている」と指摘した。

また今後の展開として、誰もがAIを使うことが当たり前となる「AIの民主化」



を予測。「生成AIが仕事を奪うのではなく、生成AI人材が仕事を奪う時代になる」と言及した。GUGAでは、生成AIのリテラシー向上を目的に認証制度「生成AIパスポート」を設けており、認証を受ける企業数も増えているという。

後半の活用事例では、アプリ開発などを手掛けるbravesoft株式会社、多言語コミュニケーションツールを提供するKotozna株式会社の2社がそれぞれプレゼンテーションを行った。また交流会参加者がお互いに生成AIでできることを出し合い、それぞれ発表する場を設け、生成AIの可能性について探った。

ITソリューション特集2024 目次

DXの本質とこれからのビジネス/生成AI活用で新しい観光サービスを創出...	2ページ
観光DXシンポジウム	3ページ
観光DX・マーケティングEXPO	4ページ
パーティールジャパン	5ページ
日本システム開発(NSK)	6ページ

観光DXで「稼げる地域」に シンポジウム開催、具体的な事例紹介も

日本能率協会は、先日東京で開催された「第52回国際ホテルレストランショー」で、「地域振興プロジェクト～観光分野におけるDX推進」と題したシンポジウムを開催、具体的な事例を交えながら、地域振興における観光DX（デジタル・トランスフォーメーション）推進の必要性や重要性について伝えた。なかでも観光庁参事官（産業競争力強化）付専門官の秋本純一氏は、「人口減少の中で、国内外との交流を生み出す観光は地域創生の切り札となる。観光分野のDXを推進することで、旅行者の消費拡大と再来訪促進、観光産業の収益、生産性向上を図り、『稼げる地域』を創出したい」と述べ、観光DX推進の意義、目的を強調した。

第1部「観光DXの社会実装事例」

観光庁の施策と下呂温泉の事例を紹介

シンポジウムは4部構成で、第1部の「観光DXの社会実装事例」では、観光庁の秋本氏のほか、下呂温泉観光協会会長の瀧野洋氏、下呂市の観光DXプロジェクトに携わったJTBエリアルソリューション事業部事業推進担当部長の大澤央樹氏が登壇、事例紹介として岐阜県下呂市の取り組みを紹介した。



シンポジウム第1部の様子。
左から観光庁秋本氏、JTB大澤氏、下呂温泉観光協会瀧野氏

秋本氏は、まず観光庁で進めている観光DXの4つの施策について説明。(1)旅行者の利便性向上と周遊促進（情報発信や予約決済機能、観光アプリなどの旅行者向けサービス開発と再来訪促進による消費額増加）、(2)観光産業の生産性向上（観光マーケティング、レバニューマネ

ジメント支援）、(3)観光地経営の高度化（観光データベース構築とデータ流通）、そして(1)から(3)を支える(4)観光デジタル人材の育成、活用の4点で、「旅行者と観光産業、地域の方々でデータが還流する流れを作ることによって結果的に儲かることにつながれば」と期待を見せた。

50年前より宿泊データを収集 観光庁の実証地域に

下呂市の事例紹介では、下呂温泉観光協会の瀧野氏とJTB大澤氏がこれまでの経緯やデータを活用したことで収益増につながった具体的な取り組みについて紹介。岐阜県の下呂市は、古くから温泉地として知られており、宿泊業や飲食サービス業が製造業に次ぐ重要な産業となっている。

下呂温泉観光協会では、50年前より宿泊データを収集、2020年には観光庁の「観光地域づくり法人による宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」にお

宿泊データ活用で売上増、単価アップ 「早い回復」へ、情報提供や人材不足対策にも

その宿泊データを活用した好例として、瀧野氏が挙げたのが平日の稼働率を上げるための宿泊プラン造成。コロナ禍を経て、需要は回復傾向にあったものの、平日の団体需要とインバウンド需要の戻りが遅かったことから、年代別データよ

りシニア層に向けた宿泊プランを各旅館で立案。コロナ禍でニーズが高まった部屋食を組み入れ、高単価による単価アップを狙った。

結果として個人客が増加、昨年5月の段階でコロナ前の9割を回復、昨年の個

人客数は過去最高の86万人に達し、効果を上げた。瀧野氏は「団体とインバウンドが戻らない中でDXを活用し、動いている客層に手を打ったことで早い回復につながった」と振り返る。

また宿泊データを産業連関表と連動させることで経済波及効果を表示できるようになったほか、観光アプリによる情報提供やウェブサイトのデータ解析、GPSを活用した位置情報の把握、QRコードを

使った飲食店の空き情報の提供など、さまざまな取り組みについて紹介。

なかでもウェブサイトのデータ解析では、東京など遠方からのアクセス増を把握し、プロモーションに役立てたほか、QRコードでの飲食店の空き情報提供においては、旅館が人手不足で1泊2食の提供ができない場合でも適切な情報提供が可能となっただけでなく、フロントスタッフの業務減にもつながったという。

「下呂観光プラットフォーム」構築へ 観光DX推進には「地元の合意形成」が必要

昨年9月からは、公益社団法人国際観光施設協会の協力を受け、より包括的な「下呂観光プラットフォーム」の構築を進めている。国際観光施設協会は、JTBや乗換案内サービスなどを展開するジョルダン、スケジュール型のソーシャルサービスを提供するジョルテなどが参画、観光DX実現に向けたワンストップソリューション「Linked City」を展開している。

同プラットフォームでは、宿泊データなど複数のデータと連携し、来訪者の属性や移動、予約、購買データを一元的に集積。来訪者の分析データを下呂市全体の観光戦略やマーケティングに活用することで、リピーター増加や地域消費額の向上、消費単価のアップを目指そうとする試み。瀧野氏は「DXを活用することで生産性を上げることができ、儲かる仕組みを作ることができた。より進めていき

い」と意欲を見せる。

下呂市での取り組みを通じ、JTB大澤氏は「下呂市との関わりで学んだのは、観光DXを推進するうえで大事なものは地域の合意形成。いろいろなデータをシステム構築するには時間がかかる。スピーディーにできたのは、地域の方の合意があったから。デジタルの裏には人の気持ちの交流がある」と述べ、観光DXを進める上での地域住民の理解が重要と強調。

また下呂温泉観光協会の瀧野氏も「データを活用した観光は派手に見えるが、実際は地道に地域を巻き込まないと結果は出ない」と述べ、地域合意の重要性を指摘。さらに「投資して丸投げしても結果が伴わない。あくまでも地域側が主体となって事業を展開していくことが大事」と語り、観光DXにおいて地域が主体となって進めることの大切さも示した。

提供だけでなくリテラシーが必要 観光庁、検証やサポート、データ仕様標準化も

下呂温泉観光協会の事例を受け、観光DXの課題について、JTB大澤氏は昨年5月に実施した全国自治体及びDMOへのアンケート結果を紹介。DXが進まない理由として、コストやデータをうまく活用できない点が回答に挙がったことから、大澤氏は「ただデジタルソリューションを提供するだけでなく、何かしら一緒に伴走支援ができればと考えている」と述べ、観光DXに対するリテラシー（理解力や運用能力）が必要とのスタンスを見せた。

また、観光庁の秋本氏は、観光DXに向けた今後の施策として、(1)観光DXのモデル事例公募とその紹介(2)観光DXを検討しているDMOに対する検証モデル事業(3)観光DXの戦略策定と周知啓蒙(4)データ仕様の標準化の4点を提示。「データを出すことは恥ずかしいことではなく、データを出すことでお互いの実態を知り、どういう戦略を打つかにつながる」と述べ、データ活用の必要性について訴えた。

第2部「農泊DXで新たな観光消費を生む」

農泊DX、美瑛町のプロジェクトを紹介

シンポジウムは、他にも農泊DX、人材DX、さらに来年に開催を控えた大阪・関西万博やIR（統合型リゾート）に絡めた展開についても議論を行った。このうち第2部の「農泊DXで新たな観光消費を生む」では、農林水産省農村振興局農村政策部都市農村交流課農泊推進室課長補佐の都築孝彦氏が同省で進める農泊について説明。また農泊DXのテストケースとして北海道美瑛町のプロジェクトを紹介、北海道美瑛町商工観光交流課の高島和浩氏、ファームズ千代田代表取締役社長のアバラゼデ氏、びえい農泊DX推進協議会事務局

長石川氏、株式会社FOODFIELD CREATIVE代表取締役社長）の石川史子氏がそれぞれ現状を伝えた。

まず農泊について、農林水産省の都築氏は「農家の家に泊まることではなく、農山漁村に宿泊をして、地域資源を活用した食事や体験を楽しむ農山漁村滞在型旅行」と定義。メインは第一次産業の支援や地域資源を活用した誘客が目的で、観光振興にもつながる取り組みだ。

現在、日本全国に農泊地域は621あり、昨年6月には「農泊推進事業計画」を公表。2025年度に農泊地域での延べ宿泊者数を700万人、うちインバウンドの割合を

10%にする目標を立てている。

農泊の課題として、都築氏は宿泊単価のアップなど、高付加価値化を挙げ、そのための交付金制度（農山漁村振興交付金）を紹介。観光コンテンツの作成や情報発信といったソフト面や施設整備などのハード面の両面でのサポートを行う。

一方、美瑛町の高島氏からは、同町の

農泊DXで持続可能なビジネスモデル構築へ 雇用促進や農業への理解深まる効果にも期待

同町で農泊DXの構築を目指す、びえい農泊DX推進協議会の石川氏は、「サステナブル・ツーリズムやアグリツーリズム、ワーケーション、インバウンド対応など、一丸となって魅力的で持続可能なビジネスモデルを作り、幸せな暮らしを実現させる」とその目的について紹介。現在は予約手配システムの構築や、スマートフォンで宿泊施設のチェックインやチェックアウトができるリモートロックの導入などを進めている。

他にも「農業の妨げにならず、農業を大切に思ってもらえるような旅マエ教育」や、人材不足の解決策として関係人口づくりによる移住の促進、スマートフォン上での仕事を可能にしていくことで、女

観光の現状についての説明があった。北海道らしい広大な田園風景が続く美しい丘の風景や自然景観が人気の観光地で、年間200万人の観光客が訪れる。現在、通過型観光が課題となっており、「宿泊を通じた魅力の向上、滞在時間の延長が必要」（高島氏）という。

性や高齢者の雇用につなげるといった取り組みも進める考えを示した。

ファームズ千代田は、美瑛町で牧場を運営、牛を3000頭飼育している。ふれあい牧場やキャンプ場、飼育している「びえい和牛」やしばりたての牛乳が味わえるレストランなど併設。現在、宿泊施設の整備も進めている。

ファームズ千代田のアバラゼデ氏は「農泊DXはお客さんと農場につながる良い事業だと感じている。事業を通じて、牧場に多くの人が訪れ、畜産や酪農への理解が深まり、応援する動きになることを期待している」と述べ、農泊DXへの期待を見せた。

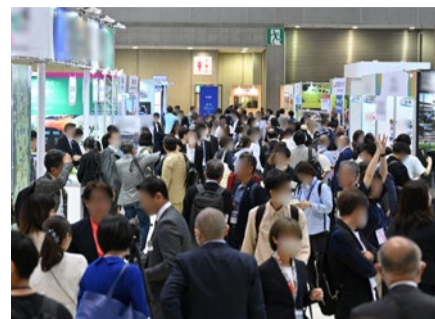


シンポジウム第2部の様子。左から農林水産省都築氏、美瑛町高島氏、ファームズ千代田アバラゼデ氏、びえい農泊DX推進協議会事務局石川氏

観光DXに特化した商談展示会 今年初開催

「観光DX・マーケティングEXPO」2024年5月8～10日、東京ビッグサイトで開催

観光DXに特化した初の商談展示会「観光DX・マーケティングEXPO」が今年5月初旬に東京ビッグサイトで開催される。コロナ禍後の旅行需要の増加や消費者ニーズの多様化を背景に、最新のテクノロジーを駆使した観光DXへの取り組みが求められている昨今。インバウンド需要に応えるための多言語対応や、旅行者の利便性を向上させるアプリケーション開発、省人化技術の導入、さらには旅行者のデータを「見える化」し、新たなプロモーション戦略を展開するなど、観光DXによる新たな需要獲得、いわば「稼ぐ観光」の実現は待たなしの状況だ。今回の商談展示会は、まさにその絶好のタイミングでの開催となる。



開催イメージ

開催の背景

観光課題をデジタルの力で解決
観光DXで「稼ぐ観光」へ



開催イメージ

「観光DX・マーケティングEXPO」開催の背景は、以下の3点。観光DXとは何か、必要性は求められているもの、「何ができるのか」「何をすべきなのか」、実際のところ観光DXに対し、まだ漠然としたイメージしかわからないのが実情かもしれない。しかし本商談展示会は、そうしたモヤモヤをクリアにできるきっかけとなる機会を提供してくれる。

背景1 観光業界の課題が顕在化

人手不足、インバウンド対策、オーバーツーリズムなど、深刻な課題が浮き彫りに

背景2 観光需要の増加

体験重視の旅行、デジタルコンテンツを活用した旅行が増加

背景3 デジタル技術の進化が加速

旅行者の快適な旅行体験実現のため、予約システムやチャットボットなど、デジタル技術が急速に進化

どんな展示会？

観光課題に関するソリューションが集結
課題に合わせた5つのエリア



開催イメージ

「観光DX・マーケティングEXPO」は、観光課題に関するソリューションが集結する商談展示会。「インバウンド対策」「人手不足対策/省人化」「施設の高付加価値化」「観光Maas」「トラベルテック」など、多岐にわたるソリューションが一堂に集結し、観光課題の解決、「稼ぐ観光」実現へ向け、旅行業界に特化した課題解決につながる場となっている。

会場は、事業者が抱える課題を5つに分け、それぞれをエリアごとに分けることで、出展者と来場者の商談機会を促進できるよう工夫している。

課題に合わせた5つのエリア

- 誘客促進
- インバウンド対策
- 人手不足対策
- 施設の高付加価値化
- 周遊促進

どんなことができる？

ソリューションに出会う、比較の場に
事前アポイントも

会場では、デジタル化に必要なソリューションを比較検討できるほか、観光コンテンツに活かせる新たな製品、技術に出会えるはずだ。また気になる製品や技術について、出展ブースの担当者から直接話を聞くことができるので、その場で疑問を解決できる。事前アポイントを活用すれば、より効率良くブースを回ることも可能だ。

例えば、こんなメリットが

- 従業員の人手不足やインバウンド対策が分かる、解決できる
- ホテルや民泊経営の相談、コンサルティングや高付加価値商材が見つかる
- 認知度を上げるための効果的な情報発信やPRについて相談できる
- デジタル技術を取り入れた誘客につながるヒントが得られる

課題解決のヒントや新たな気づきが 得られるセミナーも開催

商談展示会と並行して会場では観光DXに関するセミナーも開催、課題解決のヒントや新たな気づきが得られる場としても活用したい。

開催予定のセミナーのテーマ

- 観光×デジタル
- トラベルテックの最前線
- 地域ブランディング
- インバウンド獲得
- 自治体/宿泊施設のDX など

入場方法

入場無料


事前登録で並ばず入場

「観光DX・マーケティングEXPO」は、事前の入場登録が必要。登録はホームページで受け付ける。入場は無料。事前の登録で、当日は受付に並ばず直接会場に入ることができる。なお、事前登録の場合、入場前に来場者バッジをカラー印刷し、携帯することが必要となる(印刷環境がない場合は、QRコードで当日会場での印刷も可能)。


同時開催

第2回 国際ウェルネスツーリズムEXPO

「観光DX・マーケティングEXPO」と同会場で、「第2回国際ウェルネスツーリズムEXPO」も開催される予定だ。こちらは観光DX同様、注目を集める「ウェルネスツーリズム」に特化した日本唯一の商談展示会。心と身体を健康にする旅コンテンツ「ウェルネスツーリズム」に関わる施設やアクティビティ、ヘルシーな食、地域などが一堂に出展する。国内外のウェルネスコンテンツを体験できるため、こちらも併せておすすめしたい。



展示会来場のご案内



観光課題を一挙に解決！ 「稼ぐ観光」の実現へ

第1回 観光DX・マーケティング EXPO

会期 2024年5月8日(水)～10日(金) 10:00～18:00
(最終日のみ17時まで)

会場 東京ビッグサイト

／ ホテル・旅館・観光地など 観光事業者の方 必見 ／

観光事業者の課題に沿った 5つのテーマが出展



誘客促進



インバウンド対策



人手不足対策



施設の高付加価値化



周遊促進



展示会情報 / 出展・来場希望
の問い合わせはこちら



主催者 RX Japan(株) 展示会事務局
TEL: 03-6739-4124
E-mail: tourism_marketing.jp@rxglobal.com

航空リテーリングの発展を新たなチャンスに 「第3回旅行業界向けNDCシンポジウム」開催

▶ VERTEIL JAPAN

NDCアグリゲータのバーティルジャパンは、「第3回旅行業界向けNDCシンポジウム」を開催、バーティルテクノロジーズ(インド本社) ファウンダー&CEO ジェリン・ジョス氏の基調講演、旅行会社や航空会社、生成AIに関するプレゼンテーション、同社のNDCアグリゲータプラットフォーム「バーティルダイレクトコネクト(VDC)」のデモンストレーションなど、充実した内容となった。航空会社でNDCによる運用が進むなか、旅行会社にとっても「新たなチャンスとなる」NDCへの早急な対応が求められる。

NDCは「手段であり出発点」 コストパフォーマンスを考えた上で選択を

シンポジウム冒頭、上甲氏は「お客様と旅行会社、航空会社のすべてがウィンウィンになるようなリテーリングの進化が大切。それぞれの意見を共有しながら、相互の利益について議論できる場になれば」と挨拶、シンポジウムの意義を強調した。

続いてNDCに関する「リテーリングの発展はチャンスか?」「進むべきか、待つべきか?」「NDCアグリゲータの中でも生じる違いとは?」という3つの「問い」を提議。

リテーリングの発展はチャンスか?

NDCはコンテンツスプライシング(無段階運賃)や、ダイナミックコンテンツ(需給状況に応じたコンテンツ)など、顧客のニーズにマッチしたサービスの提供が可能となった。NDCの増収効果は、2030年までに9兆円に達するとの試算が出ており(マッキンゼー調べ、直販だけでなく、旅行会社の間接販売含む)、上甲氏は「航空業界全体で150兆円の売り上げがあり、9兆円はその6%と大きな割合を占める」と指摘。「NDCリテーリングの発展は、航空会社だけでなく、旅行会社にとっても非常に重要で大切なテーマである」と強調した。

進むべきか、待つべきか?

航空会社でNDC専用コンテンツが増えるなか、旅行会社にとって、航空会社のフルコンテンツにアクセスするためには、NDCへの対応が必至で「待ったなし」

の状況だ。上甲氏は「NDCはあくまでも手段であり出発点。今後リテーリングを取り組んでいく上で活用しなければならぬテクノロジーであり、ゴールではない。既に前を走る集団の背中が見えなくなる前に対応が求められる」と強調。また「費用対効果の算定に困る場合は、バーティルジャパンと電通総研でサポートする」と説明した。

NDCアグリゲータの中でも生じる違いとは?

一方、NDCにおいても、航空会社の戦略の違いを背景に、DCC(ディストリビューション・コスト・チャージ)をかけるケースや、提供するコンテンツに一部制限をかけるケースが出ている。アグリゲータでも、使用料(トランザクションフィー)が生じる場合があり、今後は旅行会社がNDCアグリゲータを選ぶ場合、競争力のあるコンテンツが提供できるか、どれくらいコストがかかるのかなど、コストパフォーマンスを考えた上で選択する必要がある。

上甲氏は「十分にコスト競争力のあるモデルをご提案させて頂きたい。当社はDCCの有無やコンテンツの内容、使用料など、すべてのパターンに対応できるアグリゲータであり、コスト負担も非常に低く済むということをお伝えしたい」と述べ、自社の優位性をアピールした。



バーティルジャパン
代表取締役
上甲哲也氏

旅行会社から見たNDC

NDC経由の予約は全体の半数以上に

バーティルのユーザー旅行会社であり、企業評価額が1兆8千億円に達する米国パロアルトのナヴァン(旧トリップアクションズ)は、世界40のマーケットで出張&経費管理プラットフォームを提供するアメリカのTMC。GDS、バーティルを含むNDCアグリゲータ、加えて航空会社のシステムとも直接接続、同一プラットフォーム上で、GDSとNDCのコンテンツを扱う。現在、13の航空会社のNDCに

対応、NDCの予約比率は50%超、航空会社によっては8割近くまで達する。コーヘン氏は、バーティルを採用した理由について、「複数の航空会社のNDCに対応し、ユーザーフレンドリーな点、また評判の高さやチームの人柄も大きい」と評した。



ナヴァン
シニアプロダクトマネージャー
カレル・コーヘン氏

航空会社のNDC戦略

NDCが割安なケースなど 現状や今後の展開を紹介

川中氏は、航空予約システムの変遷を振り返りながら、GDSからNDCへの移行を「量から質への転換」と表現。具体的に同条件での予約の際、GDSと比べ、NDCが安くなる事例を紹介。NDCは、より細かい運賃設定(コンテンツスプライシング)や、需給変動に応じた値付け(ダイナミックプライシング)ができるため、GDSよりも割安な手配ができる。

また付帯サービスを組み合わせたセット料金や企業の出張規定に合わせた対応、より割安な「ライト運賃」などNDCのメリットを紹介。今後はSAF(持続可能な航空燃料)やラウンジ利用、特別機内食やWi-Fi利用などの有料オプションも予定する。

昨年の同社調査によると、主要マーケットにおけるNDC比率は48%に達しており、ヨーロッパを中心に進んでいる状況。全社では2~3割、日本は「まだこれから」の段階だ。

エミレーツ航空は、2020年10月より



エールフランス/KLM
シニアフィールドプライサー
日本・韓国・ニューカレドニア
川中英二氏



エミレーツ航空会社
支店長
東日本地区
倉田博樹氏

NDCプログラム「Emirates Gateway」をスタート。2023年3月にパイロットプログラムを開始、2025年の本格運用を目指す。Emirates Gatewayは、ウェブベースの「Booking Portal」、API接続の「Direct」、アグリゲータを介した接続「Sync」の3形態あり、Syncでは、現在バーティルを含む16社が「テクノロジーパートナー」となっている。

倉田氏は「旅行会社の皆様にとって使いやすいもの、またメリットは何かを考慮し、インセンティブや特別運賃の提供などを念頭に置きたい。NDCは新しいセールスチャネルとして欠かせないものとなるだろう」と述べた。

基調講演

航空リテーリングと流通技術のビジョン NDCの先「ワンオーダー」を見据えた対応

ジョス氏は、同社の現況、さらに旅行会社だけでなく、航空会社向けソリューションなど、NDCの先を見据えた開発などを紹介。最後に日本市場への期待を寄せた。

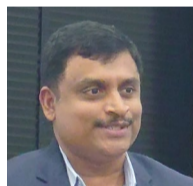
同社は2016年よりNDCソリューションの提供を開始。現在は40以上の航空会社に対応している。ユーザー旅行会社は、中東やアフリカ、アジアを中心に広がり、月に1億件以上のショッピングリクエスト、大手旅行会社からは月に15万件以上のオーダーを受ける。業務形態を見ると、NDCに対応しやすいOTA(オンライン旅行会社)が取扱量の半分を占めるが、昨今はテック重視型のTMC(トラベルマネジメントカンパニー)が急伸、そのシェアは25%に達している。

ジョス氏は、航空会社が座席などのコモディティ(商品)をGDSのシステムに卸し、旅行会社がGDSを介してアクセスして手配していたこれまでの「商品主体の流通形態」から、NDCにより、航空会社が旅行会社からのオーダーを受け、顧客のニーズにマッチしたコンテンツをオフターする「オフター主体の流通形態」への転換を指摘。NDCが従来の流通形態

では提供できないコンテンツをオフターできることから、「旅行会社は改めて顧客に何が提供できるかを考えなければならぬ」と強調、旅行会社に対し、今後の変化を見据えた対応を求めた。

一方、IATA(国際航空運送協会)は、NDCの発展形として、ホテルやレンタカーなどの非航空コンテンツもひとつの「オーダー」にまとめた「ワンオーダー」の実現を目指している。ジョス氏は、実現には航空会社側でもより多くのデータを取り扱うための能力拡張が必要だと指摘。同社では、今後のワンオーダーを踏まえた航空会社向けのソリューション(Offer/Order Management System/OMS)にも取り組んでいる。

ジョス氏は「我々はこの変革を実現するためのリーダーシップの役割を果たしており、皆様のパートナーとして技術を提供していきたい」とアピール。また「日本市場にコミットしている」と強調、日本語化など日本市場の現状に合わせたカスタマイズに注力する姿勢も見せた。



バーティルテクノロジーズ
ファウンダー&CEO
ジェリン・ジョス氏

生成AI活用術~旅行業界ユースケースとソリューション~

社内/社外利用で事例を紹介

まず旅行会社での具体的な活用ケースを想定。社内と社外に分け、社内利用では、社内規定類の検索などの業務効率化、社外利用では1次窓口やおすすめ検索といった顧客へのサービス提供に活用できると提案。文書生成AI「ChatGPT」を使った事例も紹介した。電通総研では、

ChatGPTを利用した業務効率化やAI人材の育成プログラムなど、生成AI導入へ向けたサポートを行う。



株式会社電通総研エンタープライズ IT事業部
営業ユニット営業1部
アソシエイトマネージャー
松岡修平氏

VDCデモンストレーション

見やすく、分かりやすい画面で操作可能 今年末までに60社以上の航空会社に対応

サチット氏は今後のVDCの機能拡充について説明。今年末までに対応航空会社を60以上に増やすことや、2つの航空会社を含む旅程への対応、運航障害発生後の予約変更や払い戻しにおける手数料免除(今年第2四半期までに10以上の航空会社で対応)、プライベート運賃などすべての運賃の一面面表示、非航空サービスを統合した「ワンオーダー」対応などを進める。

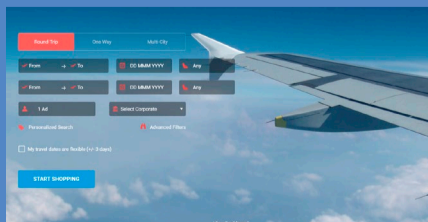
デモンストレーションでは、実際に予約記録を作成し、検索結果やリッチコン

テンツの表示などを確認。また搭乗者の情報入力や支払方法、発券期限までに予約をホールドする機能、キャンセル時や再予約時の操作などもチェック。ホールセラー向けには、リテーラーに対して、航空券を販売する際に発券手数料を乗せたり、プライベート運賃をマークアップできるコンソリデータモジュール機能も用意している。

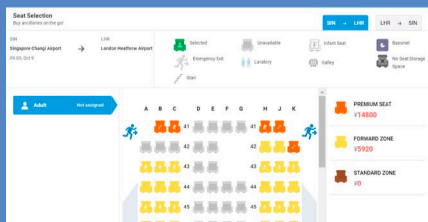


バーティルテクノロジーズ
最高製品責任者
サチーシュ・サチット氏

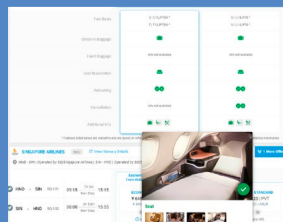
NDCアグリゲータ
プラットフォーム
「バーティルダイレクト
コネクト(VDC)」の
特徴と機能



VDCのメイン画面は、
誰でも見やすく、使いやすいのが特徴



座席指定料金ごとに色分けされているので
分かりやすい(シートマップ)



豊富なリッチコンテンツ



運賃規則も分かりやすい表で表示。受託手荷物の許容量やキャンセルペナルティ、リアルタイムでの払い戻しや再発行の手数料も参照可能だ

需要低迷期からの再起をRPAで支援 ～ITコンサルを通じ多彩な選択肢を提案～



需要回復の受け皿作りを支援

旅行需要の低迷期を脱し、国内旅行を中心に旅行市場が順調に回復しているのに対し、旅行業界の再起は遅れ気味だ。再起への最大の障害となっているのは、コロナ禍の期間中に失った人材が戻らず需要回復と人手不足のギャップが生じていることだ。このギャップを埋められなければ、回復する需要を旅行会社の収益として取り込むことはできない。

そのギャップを解消するための唯一で最良の現実的な方法がITシステムの活用であることは言うまでもない。ところが現状に合わせて既存の基幹システムを刷新したり、最先端機能を全面的に導入するには資金力が必要、また時間もかかる。コロナ禍をようやくしのいだ旅行会社にその体力と時間が残されているケースは多くはない。

NSKは旅行業システムの開発・販売だけでなく、コンサルティングサービスにとくに力を入れている。その蓄積から、旅行会社に本当に必要なITニーズを把握。これまでも人手不足に悩みながら需要回復期に直面している旅行会社に必要なデジタルソリューションを提案してきた実績がある。その実績と経験が、より効果的に生かされるタイミングが訪れている。

RPAで業務改善と省人化を

NSKが旅行会社の現状に見合った有力なソリューションとして提案するのがRPA(ロボティック・プロセス・オート

メーション)の活用だ。旅行会社には、単純だが手間のかかる事務作業など、部分的に作業を機械に肩代わりさせるだけでも業務改善と省人化に貢献できる仕事が少ない。しかし自動化機能をあらかじめ組み込んでいる基幹システムに入れ替えたり、基幹システムを本格的に改修して新機能を組み込むには費用がかさむ。「千万円単位、もしくは会社の規模によっては億円単位の費用が発生し、本格稼働まで1年、2年がかりのプロジェクトになる場合もあることを考えれば、旅行会社の置かれた現状には合いません。ですから必要な作業を必要な分だけ自動化、機械化でき迅速に稼働できるRPAは有望な選択肢になると思います」(DX推進本部 営業部 部長代理 山田健一朗氏)。

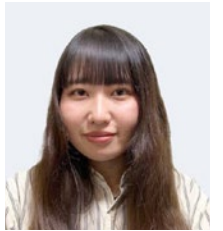
た旅行業務などだ。また入金チェック・消込作業などの経理関連業務もRPAが力を発揮する分野だ。

もちろんこうした機能付加を、しかるべきRPAメーカーに直接依頼することは可能だが、旅行会社がRPAメーカーを選択するための十分な情報を持ち合わせているとは考えにくい。他方RPAメーカーも、旅行会社の業務内容の特徴やニーズを把握しておらず、両者のコミュニケーションは簡単ではない。旅行会社が打ち合わせを通じて自社の要望をRPAメーカー側に正しく伝えるには多大な労力と時間が必要になる。

その点、旅行を含む幅広い産業分野でITシステムを提供しているNSKは、当然ながらRPA全般について多くの情報と知見を持っている。また長年にわたり旅行業システムを手掛けてきたNSKは旅行会社の事情や業務内容にも精通している。なおかつRPAメーカーとの技術的なコミュニケーションにも支障はない。旅



DX推進本部 営業部 部長代理 山田健一朗氏



DX推進本部 営業部 瀬戸麻由子氏

旅行会社とRPAメーカーの間で「通訳」を務めるには最適な立ち位置で、「RPA導入後のアフターフォローもNSKがお手伝いするので安心して使ってください」(DX推進本部 営業部 瀬戸麻由子氏)。

最良のDX推進へ常に伴走

需要回復と人手不足のはざまDX推進が避けられないのは旅行業界も理解しているところだ。しかし自社に適したDXを見極め、無駄のないプロセスで導入を実現できる旅行会社は、それほど多くないと考えられる。

NSKはコンサルティングサービスを強化するなかで、旅行会社の改善点や問題点の本質を見極め最適なソリューションを描き出す提案力を磨いてきたからこそ、旅行会社のIT担当者とも共通言語で意思疎通できる強みを持つ。だからこそ「旅行会社の方々のデジタル関連の困り事についての相談には何でも応じられる支援体制を整えています」(瀬戸氏)と言えるわけだ。

NSKでは旅行需要の回復状況や、旅行会社を取り巻くビジネス環境の変化に合わせて、今後も引き続き旅行会社のDX推進に伴走していく考えだ。

RPA候補となる業務について

それぞれの業務規模が大きくない！
投資効果が出にくい！
そのため、**人に依存せざるを得ない業務**
個々の業務は小さいが積み上げると大きな負担

貴社の業務を支援します

コロナが明け、要員不足でお困りではないですか？

日本システム開発株式会社(NSK)は、貴社の課題を見つけ出し、解決するための提案をいたします。

RPA選定・導入支援

働き方改革・業務改善が求められる <単純だけど手間な業務はRPAで代行> ニーズに沿ったRPA選定・導入支援、シナリオ作成、運営管理支援… 派遣社員コストと比較してみてください。 RPAは文句を言わない！朝から晩まで！24時間働きます！ RPAは設定だけで運用できるものではありません。上手く運用できず結局使われないなんてことも・・・

旅行業システム

営業先でも、添乗先でも、もちろんオフィスでも、**ロケーションを選びません。**

必要な機能をチョイス!	価格	全旅クーポン
顧客管理機能を基本とし、必要に応じて各種オプション機能(有償)を選択可能。	初期費用0円！ 基本(顧客管理機能)使用料 月額1万円から！	全旅クーポン利用により月額払いでのお支払いが可能、全旅クーポン以外のお支払いは、ご利用開始月の前月末までに年額一括払いとなります。

あなたの会社に必要なシステムがあります。なぜなら、あなたに必要な機能を選べるから。顧客管理機能を基本機能とし、その他の機能を必要に応じて選択することができます。

もう必要のない機能にお金を払う必要はありません。

御社独自の機能をカスタマイズ!

『Tabie Plus』はTabieの機能をベースにお客様の要望に応じて機能をカスタマイズしたパッケージサービスです。新規開発に比べコストを抑えながら、御社のご要望に合わせたシステムを提供することが可能となります。
※費用につきましては、ご相談となります。

- ### 4つのポイント
- 他システムとの連携機能
 - 出力帳票の追加またはカスタマイズ
 - お客様ご要望の機能の追加
 - 2通りの提供形式
 - AWS
 - 社内・社外サーバへの組込

コンサルティングサービス

お客様の業務を把握し、改善点や問題の本質を見極め、当社製品にとらわれずに最適な解決策をご提案いたします。培ってきた開発・ネットワーク構築技術で貴社の課題に挑みます。**旅行業界の常識のみに囚われない柔軟な提案**を旅行会社出身のコンサルタントによる経験に基づいた実践的・実現性のあるアドバイスをご提供します。

- コンサルティング一例
- システムリプレースに伴うRFP作成支援、システム会社選定支援
 - 新規事業戦略構築支援
 - セミナー・勉強会 着地型旅行、インボイス制度・電子帳簿保存法対応
 - PCI DSS自己診断記入支援コンサルティング
 - パートナー税理士と業務改善コンサルティング

情シス代行支援

相談対応・環境調査・ご提案…
専門の技術者が貴社のシステム運用を支援します。

- 社内システムはわかる社員が業務、本来の業務に充てる時間が!
 - 環境を見直すには?
 - トラブル発生!どこに聞けばいい?
- <対応例>
「ネットワークインフラ環境」
「一般的アプリケーション操作」
「セキュリティ」など

■お問合せ先

NSK 日本システム開発株式会社 DX推進本部 営業部

HOME PAGE >>> <https://www.nsk.co.jp/services/travel/>

〒160-0021 東京都新宿区歌舞伎町2-4-10 KDX東新宿ビル6F

TEL: 03-5155-9415 E-MAIL: support@nsk.co.jp

大阪開発センター(2023年8月開設しました)

〒532-0021 大阪府大阪市淀川区西中島6-11-25 新大阪ビル6F



(社)日本旅行業協会の賛助会員です。