

訪日客ゴルフ旅行参入

JTB、大手サイトと提携

宿泊予約など一括提供



JTBは海外旅行会社向けの専用サイトを立ち上げる

JTBは訪日客向けゴルフ旅行事業に本格参入する。ゴルフ総合サイト・大手ゴルフダイジェスト・オンライン（GDO）と提携。同社が契約する全国約2千カ所のゴルフ場の利用、ゴルフクラブ貸し出しや送り迎えなどを一括で提供する。訪日客の関心が体感型の「コスト消費」に移る中、利便性が高い点を訴え、需要を開拓。2020年に年5万人の利用を目指す。

まず11月、海外の旅行会社向けにゴルフ旅行を申し込めるサイトを立ち上げる。JTBでは、G

DOが持つ約2千カ所の契約施設の空き状況が一目でわかるシステムを活用。海外旅行会社からサ

イトに申し込みが入ると、GDOに利用可能な施設の予約を押さえてもらう。JTBはGDOにゴルフ場の利用代を支払うことになる。

これにあわせて、JTBがゴルフクラブの貸し出しや、宿泊ホテルと

野村総合研究所の北村倫夫上席研究員によれば、日本はゴルフ目的の

ゴルフ場間の送迎などを手配し、まとめて提供する。1年後をめどに個人向けの予約システムも構築し、訪日客が直接予約できる仕組みも用意する計画だ。

これまで訪日客は現地の旅行会社を通じて日本の旅行会社に予約を頼んだり、宿泊先のホテルで頼んだりするケースが多い。ゴルフをする際の手間が大幅に省けることをアピールする。旅行商品の価格は訪日客が個別に予約するより値ごろ感が出るようにする。

JTBは現在、契約施設は約50施設で社員旅行を企画する際、ゴルフ場を手配するビジネスが大半を占めるが、近年のゴルフ人口の減少で利用も少なくなっていた。

旅行先としては評価されていないが、「訪日客の0・6%はゴルフ目的として呼び込める」と指摘する。政府がめざす20年に4000万人が訪日し、その0・6%がゴルフを楽しむと仮定すると年24万人。その約5分の1にあたる5万人の取り込みを狙う。

若者世代の参加人口の減少で低迷していたスキーは、良質な雪の北海道・ニセコに訪日客が着目して人気が盛り上がったが、旅行会社がビジネスにかめず送客で乗り遅れたという過去もある。四季の変化などが美しい日本ならではの魅力を訴求できるゴルフ場を訪日客に売り込みたい考えだ。