

観光DX推進のあり方に関する検討委員会

地域OTAに関する 検討課題

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
パートナー 平林 知高
2025年2月5日

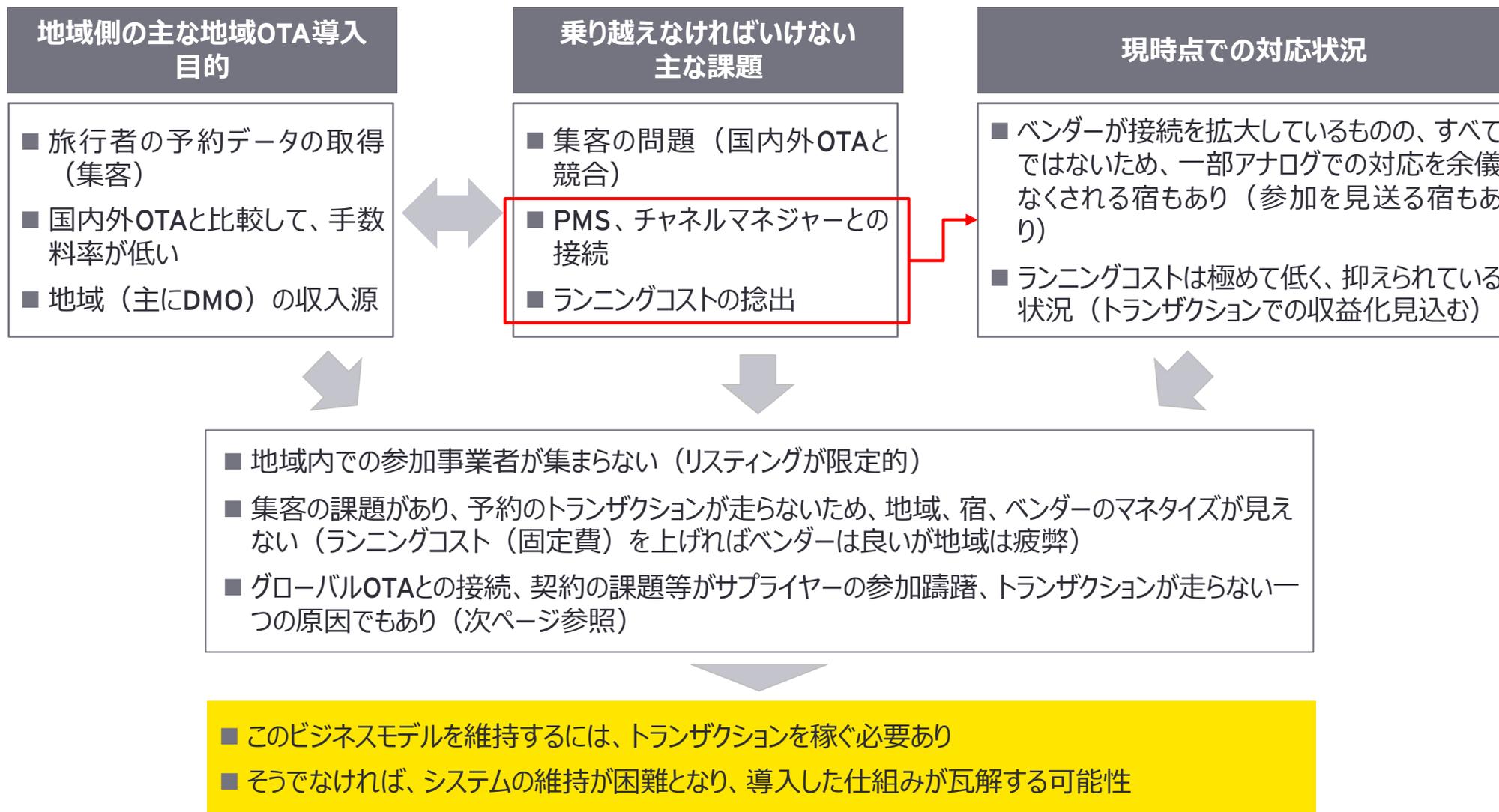


The better the question. The better the answer. The better the world works.

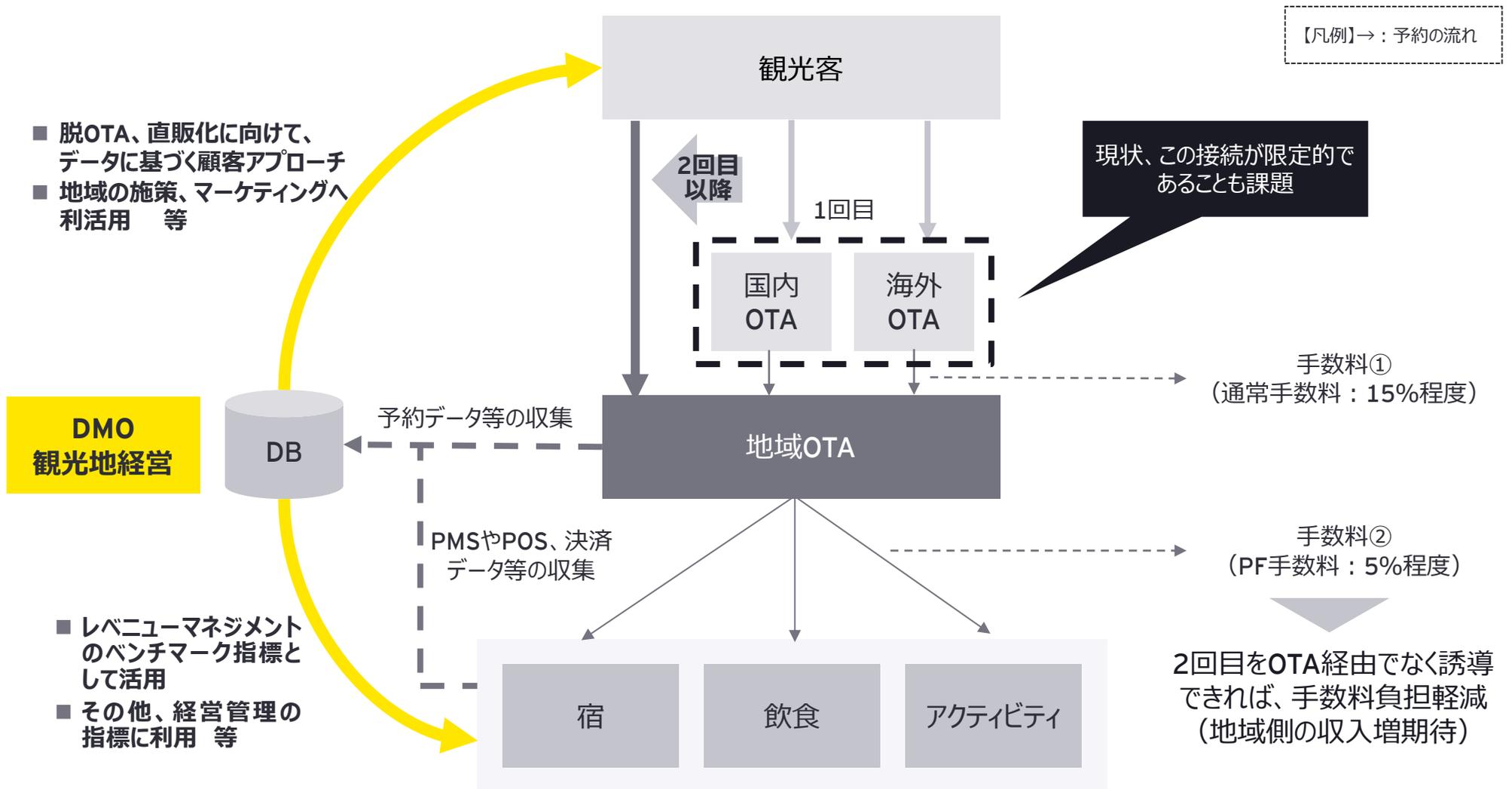


Shape the future
with confidence

各地域で理想を掲げスタートするも、現実には厳しく、ベンダーも提供コストを抑えており、予約のトランザクションが走らなければ、収益につながらず、ビジネスモデルの再整理が必要となっています



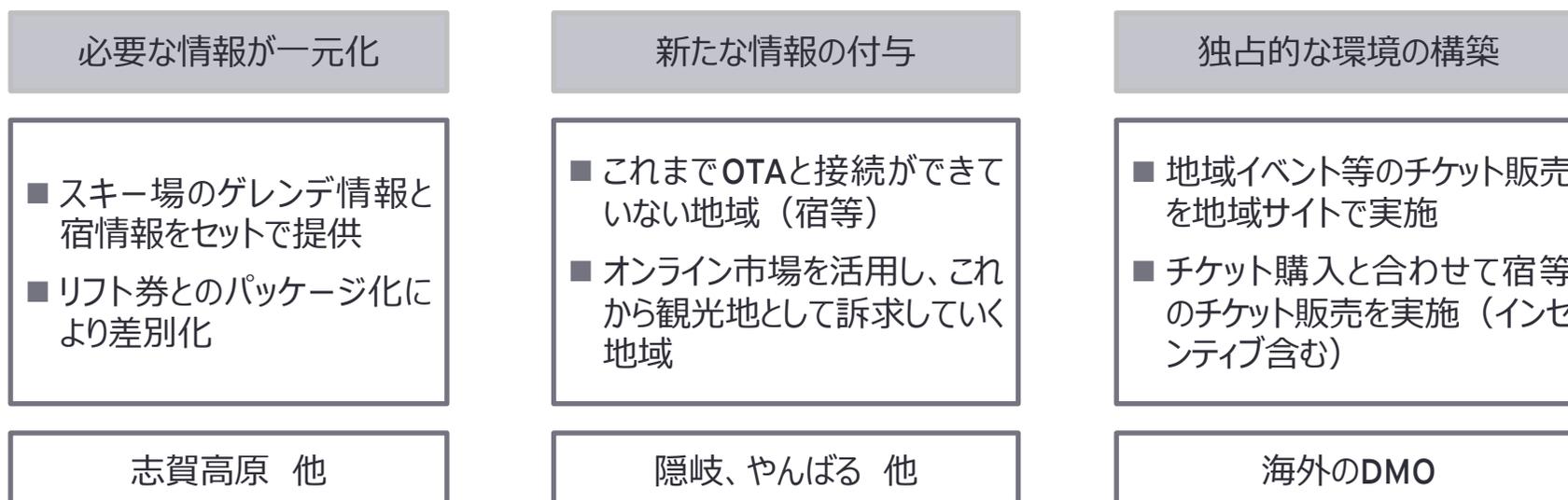
地域OTAの構想は維持し、既存OTAとも接続し、いかにして2回目以降、地域で予約してもらえるか、データに基づき取り組み、かつ、事業者のベンチマーク指標を提供していくことが必要です



まずはシームレスに予約サイトへの遷移が必要で、その先に、自地域で予約を実施してもらう必然性の構築が、地域での収益化、データ取得、活用に向けて重要となってきます

- シームレスな地域サイトの構築は、自ら予約の仕組みを持つOTA機能の実装だけではない
- まずは、情報だけでなく、そこからOTAへの遷移で予約できる仕組みの構築等、旅行者がスムーズに当該施設の予約にたどり着ける導線設計が重要
- その先に、戦略的に自地域での予約につながる仕組みの検討が流れではないか？

地域サイトでの予約をする必然性をどう作るか？



➡ 地域でのロイヤリティ制度等、さまざまな仕掛けは考えられるものの、まず、どう利用してもらうかが重要

すべてのDMOが地域OTAを目指すべきなのか、コンテンツ造成と販売戦略も含め、いかにして地域にカネを落とすかを一貫性をもって検討、支援していく必要があるのではないのでしょうか

地域OTAに関して、議論すべき論点

① すべての地域で地域OTAの仕組の導入を目指すのか？

- さまざまな観点から地域により地域OTA機能実装は得策ではない
- 全DMOでシームレスなサイト構築がKPIであるが、「シームレス」のバリエーションを示していくことも必要ではないか？
- また、地域OTAとして存続可能性、見込みがあるような類型も示していくべきではないか？



別々ではなく、一貫性をもって地域は取り組むべき

② コンテンツ造成と販売戦略をどう考えるか？

- 国内外OTAへの掲載による販路拡大は、地域にとって収益化の一つの方法としては重要（現行路線）
- 一方で、直販（地域OTA含む）により、「希少性」を高め、独占的に地域で販売することも一つの販売戦略
- 「地域での販売」という視点も含めた販売戦略を示していくことも必要ではないか？

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world ～より良い社会の構築を目指して」をパーパス(存在意義)としています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150カ国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起 (better question) をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え (humans@center)、迅速にテクノロジーを実用化し (technology@speed)、大規模にイノベーションを推進し (innovation@scale)、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとつての長期的価値を創造していきます。詳しくはey.com/ja_jp/consultingをご覧ください。

© 2025 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.

All Rights Reserved.

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp