

トラベル・エボリューション

TRAVOユーザー8番目にジェイワールドトラベルBtoBウェブサービス(NOE版C-Five)同時導入

旅行業基幹システムの「トラベル・エボリューション」(通称TRAVO=トラボ)を提供するシステム販売会社、トラベル・エボリューションは、業務渡航系旅行会社を中心にユーザーを拡大しており、このほど8番目のユーザーとしてジェイワールドトラベルの導入が決定。来年1月から本格稼働の運びだ。

将来の発展性を意図したシステム選び

ジェイワールドトラベルは、出張や観察、展示会・見本市参加などの企業需要から、大型スポーツイベント関連のSIT需要などまでを取り扱う。さらに個人のレジャー旅行も一部取り扱っており、業務渡航を主体とする総合旅行会社として年間約50億円(13年度)を売り上げる中堅企業だ。

同社では98年のサッカー・ワールドカップ・フランス大会公認代理店資格の取得を機にシステム導入を図り、翌99年から基幹システムを本格稼働した。当時導入したのは既存のパッケージシステムで、ほとんどカスタマイズもせずに15年間ほど使用してきた。このシステムに対する評価は「とにかく大きな問題ではなく、現状でシステムに関して困っていたわけではなかった」(田中誠専務取締役)という。一方で「将来を見据えると、システムの発展性や柔軟性、保守管理体制の安定性などについて、もう一段階上のレベルを期待したくなった」(同)のが今回のシステム変更のきっかけだった。

さらに業務渡航ビジネスを取り巻く市場環境の変化も新システム導入の背中を押した。東日本大震災以降、企業における危機管理意識が急速に高まり、業務渡航を取り扱う旅行会社にも顧客企業から危機管理機能の提供を求められることが多くなった。「大型案件になればなるほど、われわれ旅行会社にはトラベルマネジメント機能が求められる。危機管理機能もトラベルマネジメント機能の一部と

して“あって当たり前”になりつつある。だから、それらが整っていなければ、今後は受注が難しくなっていくとの危機感を感じていた」(田中専務)と胸の内を明かす。

そこで契約更新のタイミングに合わせて、将来の事業の発展性を考えたときに最もふさわしいシステムの導入を目指し、さまざまな基幹システムを比較検討した。

カスタマイズの柔軟性を評価

その結果、最終的に選択したのがトラボだったわけだ。選定の主な決め手は3つ。カスタマイズの柔軟性と危機管理機能、そしてコスト面のメリットだ。

カスタマイズの柔軟性に関しては「検討したシステムの中ではトラボが抜群によかったし、こちらの要望のポイントをつかむ理解力も優れていた。業務渡航で長年の実績があるNOEで鍛え上げられてきた基幹システムとしての優位性が、対応力の高さやスタッフの能力にも表れている」と説明する。

具体的なカスタマイズの要望については、たとえば日程表の作成機能で、自社の使い勝手を考えて1行の文字数まで指定するなど、細かいカスタマイズの要望

を出してもトラボは躊躇なく対応。英文の請求書が必要なケースを想定した変換機能も装備した。「これまで英文請求書の作成を外に出していたので、システムに組み込めたことで手間も省け、また一元管理ができる」と喜ぶ。

危機管理はC-Fiveに期待

危機管理機能については、トラベル・エボリューションの親会社であるNOEの出張支援ウェブシステム「C-Five(シー・ファイブ)」の存在が決め手となった。昨年の夏から、シー・ファイブはトラボのユーザーにも提供が可能になり、危機管理の大きなアドバンテージとなっている。出張者自らがフライティスケジュール確認やセルフ予約などを行えるだけでなく、シー・ファイブは出張者の所在確認なども瞬時に行える機能を持ち、24時間体制の危機管理に威力を發揮する。このためジェイワールドトラベルでは、基幹システム「トラボ」だけでなく、「シー・ファイブ」の同時導入も決めている。

ジェイワールドトラベルはコスト面についてもトラボに満足しているという。カスタマイズをすれば相応のコストは生じるが、ベースとなるシステムコストの内容に納得している。「コストそのものにも納得しているが、それ以上にトラボの考え方と共に鳴できた。システムコストを極力抑え、旅行会社とウィンウィンの関係を築くことが、業界の発展、活性化につながるし、それが結果的にトラボの成長にもなる」という説明に、きれいごとで

ない説得力を感じることができた」(柳沢統括部長)。

さらにジェイワールドトラベルでは、取扱額では全体の1割程度だが個人のレジャー旅行も取り扱っており、「トラボはカスタマイズによってレジャー旅行にも同一システム内で対応できるというのも当社の実情に合っていた」ことも導入の背中を押した要素の一つだという。

次世代トラボも構想中

8番目のユーザーとしてジェイワールドトラベルを迎えたトラベル・エボリューションは、ASP型「トラベル・マイスター(Travel Meister)」を合わせて20社以上のユーザーと共に、さらなる発展を目指すことになる。トラベル・エボリューションの小山文宏社長は次世代トラボの開発にも言及。「ユーザー各社にいま以上の利便性、機能性を提供するために次世代トラボの開発を検討している。そのためインハウス系を中心に要望の強い国内出張関連の機能強化も課題だと認識している」としている。次世代トラボのリリース時期は未定だが、「遠くない将来に発表できるよう準備を進めている」(小山社長)とのことだ。

DESTINATION NEWS

デスティネーション

IPW、来年5月30～6月3日にオーランドで開催

USTとオーランド観光局がプレゼンテーション

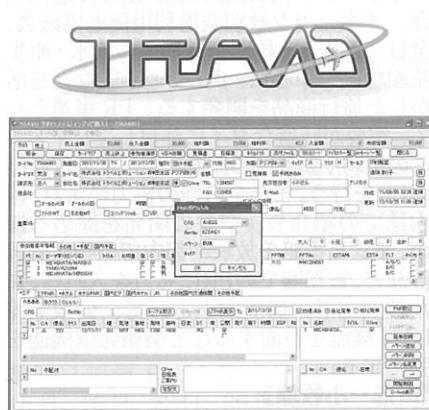
US トラベルアソシエーション(UST)が主催するIPW2015は、来年5月30日から6月3日まで、フロリダ州オーランドで開催される。USTとホストのオーランド観光局は9月24日、東京・虎ノ門ヒルズ内のアンダーズ東京で、旅行業界関係者を集めて「IPW 2015 オーランド・ディナー」を開催、来年のIPW開催に向けてプレゼンテーションを行った。

UST井上嘉代子日本代表が司会を務め、まず来賓として挨拶した駐日米国大使館の商務部のスティーヴン・アンダーソン上席商務官は、「昨年のIPWシカゴでは、多くの日本の旅行業界関係者が参加いただき大変感謝している。来年のIPWはオーランドで開催される。ぜひとも多くの方々に参画いただき、米国の旅行業界関係者と商談を重ねてほしい」と述べた。

1000以上の米サプライヤーと44件の商談会、最新情報入手

続いて、USTのマルコム・スミス・バイスプレジデント・ジェネラル・マネジャー(写真)がIPWオーランドについてプレゼンテーションを行った。IPWは1000以上の米国サプライヤーが出演し、70カ国以上から1300名のバイヤーと世界各国から500名のメディアが参加する訪米旅行促進の旅行商談会。IPWは47億ドル以上の旅行関連ビジネスを創出する。

スミス氏は、バイヤーが参加する理由は新しいサプライヤー、米旅行業界サプライ



登録はオンラインのみで、登録にはIDとパスワードが必要。詳細はipw.comまたはUST井上日本代表(Email: mailto:KInoue@USTravel.org 電話:03-5355-0362)。

全米1位5900万人が訪問 拡張工事進むオーランド

続いて、IPW2015開催地のオーランド観光局の山本さとみ日本代表(写真)が、オーランドの最新情報を説明した。オーランドが位置するセントラル・フロリダへの年間訪問者数は2013年に5900万人に達し、全米のデスティネーションで第1位の訪問者数を記録した。そのうちの13%が海外からの訪問者で、日本からも5万人が訪れている。ただ、1990年代はその2倍の観光客が日本から訪問しており、山本氏はテーマパークはもとより、ショッピング、ダイニング、スポーツ、ゴルフ、ネイチャーツアーより多様性に富むオーランドの新しい魅力を紹介した。

テーマパークでは、ユニバーサル・オーランド・リゾートが昨年、3Dアトラクションの「トランスクォーマー・ザ・ライド3D」がオープン。今年8月にはウイザーディング・ワールド・オブ・ハリーポッターが拡張され、ロンドンの街並み「ダイアゴン横丁」がユニバーサル・スタジオ・フロリダに完成した。

ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾートでは、「マイ・マジック・プラス」がス

タート。マジック・キングダム・パークも2012年からの拡張工事でファンタジーランドが2倍に広がった。今年3月から「ディズニー・フェスティバル・オブ・ファンタジー」がスタート。アニマル・キングダムに「アバター」をテーマのエリアが着工した。ショッピングとエンターテイメントのダウンタウン・ディズニーも規模を2倍の拡張工事に着手、「ディズニー・スプリングス」の新名称でリニューアルする。

シーワールド・パークス&エンターテイメントでは、2013年に開業以来の大改装が行われ、「南極大陸・ペンギンの帝国」がオープンした。

ケネディ・スペースセンターには、昨年6月からスペースシャトル「アトランティス」の展示がスタートし、1億ドルを掛けスペースショーが展開されている。

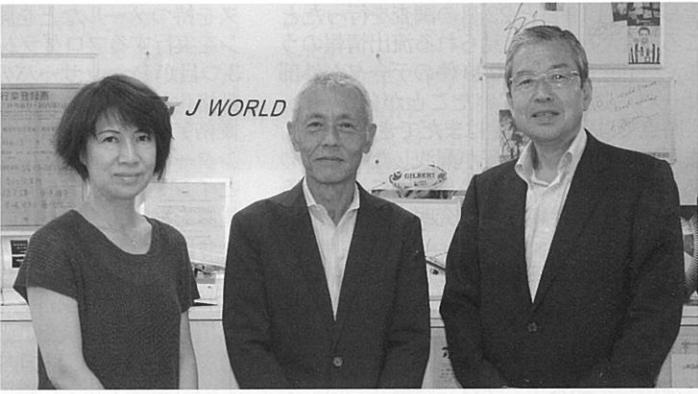
宿泊施設も今年4月には「ユニバーサル・カバナ・ビーチ・リゾート」がユニバーサル・オーランド・リゾートの4軒目のホテルとして開業。8月にはフォーシーズンズ・ホテルがウォルト・ディズニー・ワールド内にオープンした。2013年春には、世界最大級の観覧車や水族館を併設した「I-Drive 360」が完成する。

プロスポーツでは、NBAバスケットのオーランド・マジックに続き、MLSサッカーの新チーム「オーランド・シティ」が誕生し、元ブラジル代表のカカをはじめとする有名選手が入団した。

山本氏は「ぜひIPW2015に参加して、新しいオーランドの魅力を体験してほしい」と述べた。



登録料はインターナショナル・レジャー・バイヤー・バイヤーが来年1月23日までの早期割引で795ドル、それ以降は通常料金1195ドルとなる。初参加のMICEバイヤーは登録料無料。



左から柳沢律子総務部統括部長、田中誠専務取締役、トラベル・エボリューション小山文宏代表取締役社長

ない説得力を感じることができた」(柳沢統括部長)。

さらにジェイワールドトラベルでは、取扱額では全体の1割程度だが個人のレジャー旅行も取り扱っており、「トラボはカスタマイズによってレジャー旅行にも同一システム内で対応できる」というのも当社の実情に合っていた」ことも導入の背中を押した要素の一つだという。

次世代トラボも構想中



Travel Meister

8番目のユーザーとしてジェイワールドトラベルを迎えたトラベル・エボリューションは、ASP型「トラベル・マイスター(Travel Meister)」を合わせて20社以上のユーザーと共に、さらなる発展を目指すことになる。トラベル・エボリューションの小山文宏社長は次世代トラボの開発にも言及。「ユーザー各社にいま以上の利便性、機能性を提供するために次世代トラボの開発を検討している。そのためインハウス系を中心に要望の強い国内出張関連の機能強化も課題だと認識している」としている。次世代トラボのリリース時期は未定だが、「遠くない将来に発表できるよう準備を進めている」(小山社長)とのことだ。

DESTINATION NEWS



登録はオンラインのみで、登録にはIDとパスワードが必要。詳細はipw.comまたはUST井上日本代表(Email: mailto:KInoue@USTravel.org 電話:03-5355-0362)。

全米1位5900万人が訪問 拡張工事進むオーランド

続いて、IPW2015開催地のオーランド観光局の山本さとみ日本代表(写真)が、オーランドの最新情報を説明した。オーランドが位置するセントラル・フロリダへの年間訪問者数は2013年に5900万人に達し、全米のデスティネーションで第1位の訪問者数を記録した。そのうちの13%が海外からの訪問者で、日本からも5万人が訪れている。ただ、1990年代はその2倍の観光客が日本から訪問しており、山本氏はテーマパークはもとより、ショッピング、ダイニング、スポーツ、ゴルフ、ネイチャーツアーより多様性に富むオーランドの新しい魅力を紹介した。

テーマパークでは、ユニバーサル・オーランド・リゾートが昨年、3Dアトラクションの「トランスクォーマー・ザ・ライド3D」がオープン。今年8月にはウイザーディング・ワールド・オブ・ハリーポッターが拡張され、ロンドンの街並み「ダイアゴン横丁」がユニバーサル・スタジオ・フロリダに完成した。

ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾートでは、「マイ・マジック・プラス」がス