

各世界に向けてオプションツアーの eコマースプラットフォームを運営するKKday

酷遊天國際旅行社股份有限公司(KKday)は、2014年設立のオプションツアー販売サイトを運営する企業である。扱う商品は全世界のオプションツアーであり、販売先も台湾国内だけでなく、日本を含むアジアやアメリカなど幅広い。日本のHISやクールジャパン機構からの出資を受けており、今後日本でのさらなるオフィス開設やオプションツアー開発も積極的に進める計画である。今回は、KKdayの事業内容や今後の展望について、黄昭瑛CMOを訪ねお話を伺った。



KKday 黄昭瑛CMO

—KKdayについて

酷遊天國際旅行社股份有限公司(以下、KKday)は2014年に台湾本社を設立し、2015年1月「KKday.com」としてWebサイトをオープンしました。その後、15年9月に香港、11月にシンガポール、16年2月に日本と韓国、5月にマレーシアと各国に積極的に事務所を開設してきました。現在では、上記の他に上海、ホーチミン、マニラ、バンコク、ジャカルタと合計11の事務所を構えており、近々大阪にも事務所を開設する予定です。会社設立当初から全世界をターゲットとすることを目標としており、その意味でも精力的に拠点を増やしています。現在は全世界で500名程度の社員がおり、その中の100名程度がITシステム関連を担当しています。また、海外で商品を売るにあたって現地語への翻訳やローカル化を重要視しており、台湾に住む外国人の採用も積極的に行っています。そのため、オフィス環境も国際的なものになっています。現在、重点ターゲットとしている市場は4つで、台湾、香港、日本、韓国です。ただ、東南アジアは成長市場ですし、アメリカ、ニュージーランド、マカオも現在は事務所を構えていませんが、好調に推移しています。

—KKdayの事業内容について

KKdayは、世界各国のオプションツアーを販売するサイトを運営しており、旅行者に安全な現地ツアーを簡単に提供するこ

とに尽力しています。KKdayでは、自由旅行が現地の旅行を最も楽しめる方法だと信じており、そのために世界各国の特別な体験ツアーや活動を探し、提供しています。オンラインのWebサイトをオープンした当初は100個ほどの商品しか用意できていませんでしたが、現在は12の言語、17の通貨に対応するサービスとなっています。

KKdayの強みは徹底したローカライズや社員の若さにあると考えています。ローカライズとしては、ターゲット市場のお客様が読んでも違和感のないWebサイトの運用を目指しています。例えば、日本向けのKKdayのWebサイトは日本人が日本企業の運営するサイトだと思えるほど正確です。次に、社員の若さですが、平均年齢は27歳です。ターゲットとなる自由旅行を好む層は若者が多く、ターゲットのニーズや好みを正確に理解することができます。例えば、年配の方は比較的観光旅行に安全性や品質を求めますが、若者は所属するコミュニティで目立つかどうかや目新しい変化を求めます。例えば、台湾の東北角というエリアにある巨大なほうきと一緒に取る写真が、今は日本人や韓国人の若者にとって新しいホットスポットとなっています。このように、KKdayは、価格ではなく体験を重視した観光ツアーの提供に取り組んでいます。

KKdayのWebサイトでは、ツアー商品を販売するだけでなく、コンテンツマーケティングとしての機能も重視しています。旅行が

台湾トップ企業

イドやソーシャルメディアなどのタイプのコンテンツも自らの媒体に掲載しており、そこへのアクセスがWebサイト全体の30%を占めています。コンテンツマーケティングを運営することで、マーケティング費用は約5%と効率化できています。

—台湾への観光の状況について

最近では韓国から台湾への観光客が急増しています。日韓での摩擦の影響や台湾の特に高雄と韓国での直行便が増えたことがその理由です。台湾を訪れる日本人観光客も増え続けています。これは香港のデモの影響や台湾への中国からの観光客が減ったことによって、観光地が空いていることなどによるのではないかとみえています。台湾観光の良いところとして、言語能力の高さやホスピタリティ、熱意などがあると思います。一方で不利な面として、狭い国土であることから、長期の滞在や大きな出費を期待しにくいというところがあります。日本人や韓国人の旅行者には、台湾の街並みや文化体験などで写真撮影をするのが人気です。特に日本人向けではスイーツや工芸品の手作り、原住民体験等のツアーが人気です。

—台湾人の日本観光について

台湾人の観光客は日本に何度も訪れている人が多いですが、特に自由旅行を好む旅行者はその傾向が強く、様々な地方に行きます。日本の地方ホテルには外国語に対応できないところもありますが、KKdayによる事前通知や出発前アンケートなどで解決することができます。最近では多くの家族が親子ツーリズムを必要としていることがわかっています。日本の地方には多くの自然があり動物との体験が可能で、家族連れに優しいイベントやツアーを組むことができます。

—日本企業との提携と今後の取り組みについて

2018年にエイチ・アイ・エス(H.I.S.)が2019年にクールジャパン機構がKKdayに出資をしています。これによって日本の様々な観光資源にアクセスできるようになりました。HISはもともとKKdayへツアー商品を提供するサプライヤーでした。出資により多くのHISのツアー商品をオンラインプラットフォームで広く

販売することができるようになるとともに、HISとしてはKKdayを通じて台湾をはじめとした海外の旅行客を獲得できることも魅力となっています。クールジャパン機構からは、3年間で1万の商品を開発することが期待されています。背景として農村部への観光を増やすとともに日本の雇用市場にも貢献することが期待されているからです。まずKKdayの日本事務所の日本人雇用を増やすと共に、北海道、東北、沖縄など新しいオフィスの開設を計画しています。同時に日本のインバウンド、アウトバウンドの促進や地方での自由旅行ツアーの開発を進めています。

日本での事業を進めるにあたって、KKdayのチームは若く、女性が多いため、日本企業とビジネスを始めた当初は苦勞する部分もありましたが、現在は克服しました。また、KKdayは外国の新興企業だったため、日本で従業員を採用するのは容易ではありませんでしたが、最近ではパートナーとの提携や日本政府の強力な支援により状況が改善されています。将来的には、日本の各地方のレストランやホテル、ツアー会社などと協力して地方でのツアーを増やしていきたいと考えています。また、日本から見た海外企業とも協力して海外客の日本への観光を増やすといったことにも協力していきたいと考えています。

—ありがとうございました

KKdayの基本データ

会社名	KKday 酷遊天國際旅行社股份有限公司
代表	陳明明 執行長
設立	2014年
資本金	4.06億元
事業内容	オプションツアー専門プラットフォーム運営

注)2019年10月の情報による
出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理