

## KKday、2022年グループ連結売上高が過去最高に

### 2023年はアウトバウンド・インバウンド・国内旅行・観光DXに全力投球

アジア最大級のオプションツアー予約サイトを運営するKKdayグループ（読み方：ケイケイデイグループ、以下、KKday）は、日本や台湾、香港が2022年10月に続々と海外観光客の受け入れを再開したこと、韓国やシンガポール、東南アジア市場の堅調な成長を受け、2022年、KKdayグループ全体の連結売上高がコロナ禍前の2019年を超えただけでなく、2014年の創業以来で過去最高を記録したことを、お知らせします。

KKdayグループは2023年も引き続き、アウトバウンドやインバウンド、国内旅行、観光デジタルトランスフォーメーション（以下、観光DX）の主要4事業を拡大してまいります。



### 訪日インバウンド需要の急回復。東アジアからの旅行客が牽引

アジア各地に拠点をもつKKdayの統計によると、日本以外のKKday市場において、旧正月（※）期間の予約数は、日本商品の予約が最も多くなっており、大型連休を日本で過ごす海外旅行客が多いことが分かりました。（2023年1月15日時点）

また、KKday日本支社の統計によると、2022年12月のインバウンド事業は、コロナ禍前（2019年）の120%、旧正月期間にだけに関して見ると200%以上にまで回復しており、未だ国境開放が進んでいない国もあることを鑑みると、明らかにコロナ禍前を超える勢いでインバウンド需要が戻ってきていると言えます。



また、訪日旅行をKKdayで予約している旅行者は、東アジアからの旅行者が多く、中でも韓国からの旅行者は急速かつ大幅に増加しています。

今後、この旧正月を機に、日本を訪れる観光客はさらに増加するとKKdayは考えています。つい先日、NYタイムズが選ぶ「今年行くべき世界の旅行先」の第2位に岩手県盛岡市が選ばれ話題になるなど、世界中が日本の美しい場所、特に地方の素晴らしい魅力に強く注目しています。

KKdayでは、海外からの旅行者に特に人気が高い桜などの「花見」の時期に合わせ、多様化する旅行者ニーズに応えられるよう、都市部だけでなく地方各地の関連商品も含め、商品ラインナップをさらに拡充しております。

また、コロナ禍でアクティビティジャパンをグループ傘下に入れるなどして拡充した国内旅行向商品を訪日旅行者向けにも展開を進めるなど、今後、アクティビティジャパンとのシナジーもさらに強化して参ります。

(※)旧正月とは、旧暦の正月のことで、台湾や韓国、東南アジアなどのアジア各国で盛大に祝われ、元日とその周辺の期間は大型連休となることから、多くの人が帰省や国内外への旅行を楽しみます。

## 年末年始、日本人の海外旅行需要が回復基調 ～各国とタイアッププロモーション強化～

KKdayの日本市場では、国境開放後も円安や原油高等の影響で、緩慢な回復ぶりだったアウトバウンド事業ですが、年末年始にかけ徐々に円安や原油高が落ち着いてきた影響もあり、年末年始期間にKKdayを利用して日本から海外旅行した人は、昨年比では20倍以上となっています。

水際対策の緩和後の直近3ヶ月、KKday日本市場では「渡航が容易な国、地域」に渡航する人が多い傾向があり、東南アジアや東アジアへの旅行者が多くなっています。

KKdayの日本支社では水際対策の緩和後、台湾観光局や韓国観光公社など、各国各地域の政府観光局とタイアップしたプロモーションを複数実施しており、2023年は魅力的な海外旅行商品の造成に加え、それらのプロモーション活動をさらに強化して参ります。



(韓国観光公社とのプロモーション)



(台湾観光局とのプロモーション)



## アジア各国、地域の国内旅行需要はまだまだ堅調 ～インバウンド事業への新動力源へ～

現在、KKdayグループが展開する全ての市場で、アウトバウンド商品と国内旅行商品数は半々となっており、アジア各地における国内旅行商品の需要も依然強いです。  
世界12市場のプラットフォームでは、現在11万件以上に及ぶ国内旅行商品が販売されています。  
なお、日本市場では、コロナ禍に新たに取り扱いを開始した商品が1万件以上あります。

さらに、KKdayグループは積極的に国内旅行事業を展開した結果、コロナ禍においても、グループ全体で新規ユーザー数を増加させました。  
その新規ユーザーが水際対策緩和後に引き続きKKdayのユーザーとして海外商品を購入するなど、次の旅行に繋がっています。結果、日本以外の世界11市場から日本への送客力が強化され、コロナ禍前を超える日本へのインバウンド送客に繋がっています。

この点からも国内旅行事業の重要性が見てとれます。  
KKdayグループ全体では今後、インバウンド・アウトバウンド商品のラインナップを充実させるだけでなく、ユーザーをさまざまな層へと拡大し、引き続き、インバウンド・アウトバウンド・国内旅行の3本の足で旅行市場の強化を進めて参ります。

## 観光DXのサービス拡大

～急増するインバウンド対応や人手不足対策など観光事業者支援強化～



KKdayはコロナ禍に、観光DXの「rezo(レジオ)予約管理システム」を発表しました。



観光事業者はrezoのサービスを利用し、直販予約サイトを開設、予約・在庫管理、施設利用時の二次元コード認証など、一連の業務をワンストップで行うことが可能で、利便性や収益性だけでなく、社会課題となっている観光業界の人手不足の課題解決にも寄与しています。

さらに多言語表示への対応や、各国のオンライン決済サービスとの連携などの機能もあり、急増しているインバウンド需要にも応えられます。

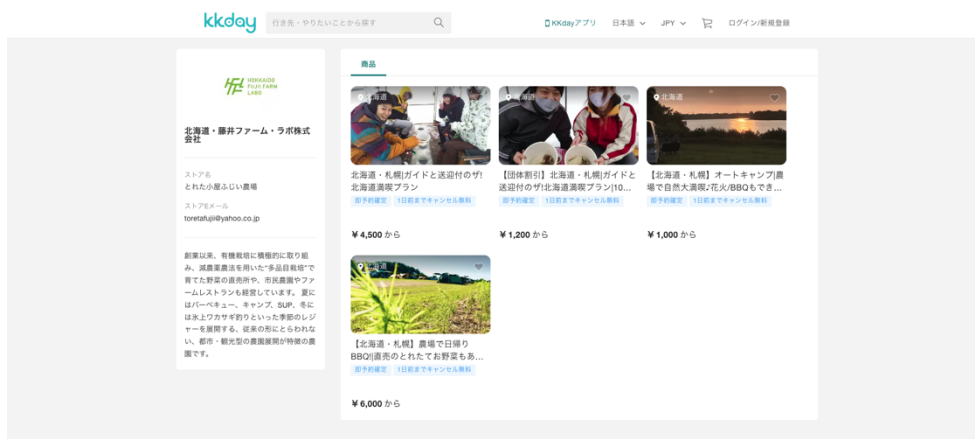
現在、世界各地で2,000社を超える旅行・体験事業者がrezoを導入し、700カ所で1万5,000種類の旅行・体験商品を提供し、450万人以上の旅行者にサービスを実施してきました。

また、2022年にrezoを通じて取引された商品の売り上げは130%増加しました。

rezoは日本市場ではスキーやキャンプ、ヨット、釣り、人力車、ヘリコプター搭乗、農園での果物狩りなど日本の各種現地ツアーや文化体験など、全体の商品数が8倍に増加しています。

北海道の旭山動物園や沖縄の琉球村、あしかがフラワーパーク、アルピナリゾーツグループの複数の施設など毎年延べ100万人が訪れる大型施設の事業者も相次いでrezoを導入しています。rezoは、オンライン決済手段を拡充した他、アメリカ最大手の旅行体験OTA、Viator（ビアター）との接続を完了するなど、販売や流通経路を世界のマーケットへと拡大してきました。

また、Googleの正式な提携パートナーとなり、Google things to doへの観光スポット情報との接続が完了し、rezoを活用している事業者の商品がオンライン上で多くの人の目に触れ、海外からより多くの購入・予約を獲得することに役立っています。



( KKday mall 画面イメージ )

その他、観光DXツールとして、rezoのバックエンドシステムや技術を活用した「KKdayモール」も同様にコロナ禍に開設されました。

マーケットプレイス方式の運用モデルで、観光事業者はKKdayモール上で自社のEコマースブランドを立ち上げ、商品を販売し、KKdayのメインプラットフォームの流入も享受することができます。

開設1年余りで、従来型の旅行社やアウトドア・アクティビティ、ワークショップの事業者など既に1,000社以上がKKdayモールのパートナーとなり、2,000件近くの商品を提供しています。

KKdayは今後も、全ての事業者と共にDX商機を逃さず、旅行のリベンジ消費により観光産業を盛り上げていきたいと思えます。

## ■KKday創業者兼CEO 陳明明のコメント



過去3年間にわたる新型コロナウイルス感染症流行期間の多くの挑戦や鍛錬を経て、KKdayグループは世界の旅行市場におけるプレゼンスを強化し続けています。

KKdayのプラットフォームでは現在、92カ国・550都市の300,000件以上の旅行・体験商品を提供しています。全世界の提携事業者数は14,000社を超え、コロナ流行前の4倍となりました。KKdayは、革新的かつ柔軟なビジネス思考や機敏な行動力で、海外旅行の急速な成長を促し、アジアの旅行産業がDX化する手助けとなるよう励みます。

## ■KKday日本支社長 大淵公晴コメント



新型コロナウイルスの流行は、観光産業に大きな課題と機会をもたらし、KKday日本支社では、それに対し柔軟なビジネス戦略と迅速な行動力で進化を続けて参りました。

特に日本市場では、コロナ禍に「アクティビティジャパン」を傘下に置いたことを足がかりに国内旅行商品を急拡大し、現在では国内外の取り扱い商品数は、コロナ禍前の2019年比で12倍以上に増加しております。

また、自社開発の観光事業者向け予約管理システム「rezo」も日本市場に展開し、コロナ禍の三密回避だけでなく多言語対応システムとして、来たるインバウンド需要の回復にも備えて参りました。

私は、旅というものは、食と同じように人間の本能だと考えています。

2022年後半は世界中で入国制限が緩和され、人々のこれまで抑制されていた旅行需要が一気に回復してきたことを肌で感じます。

特に、KKday日本市場のインバウンドはコロナ禍前を超える勢いで戻り、既に2019年レベルへ回復するなど、KKdayがコロナ禍で行った数々のチャレンジが実を結び始めていると思います。

日本には、多くの素晴らしい観光資源があります。

KKday日本支社では、メイドインジャパンの魅力を世界に伝えるプラットフォームとして、これまで以上に世界から日本への観光客の送客を目指し、改めて、日本の観光産業を盛り立てる立役者として、日本を世界に代表する観光大国にしていきたいと思っております。

### ■旅ナカ事業者向け予約管理システム「rezo」について

観光事業者のデジタル化を支援し、世界と繋がる観光事業者向けにKKdayが開発したアジア最大級の予約管理システム。オンライン販売の環境づくり、インバウンド対応、様々な予約の一括管理、電子チケットの発行などを行います。

「旭山動物園」や「琉球村」など、世界2,000以上の観光事業者がrezoを導入し、約15,000の体験を450万人以上の旅行者が利用しています。



#### ■アクティビティジャパンについて (2021年4月~KKdayグループ傘下)

日本国内のアクティビティや体験が、簡単に探せて予約ができる、日本最大級のアクティビティ専門の予約サイトです。日本全国 約5,000社以上の提携パートナーと独自契約をしており、400種目、15,000プラン以上のアウトドアアクティビティ、ものづくり、日帰り旅行、レジャー、オンライン体験ツアーなどを取り扱っております。アクティビティジャパンは、旅行者に素晴らしい旅を届けるというコンセプトのもと、今後も高品質なアクティビティ・日帰り旅行を提供してまいります

詳細はこちらをご覧ください：<https://activityjapan.com>

設立：2016年3月

事業内容：現地アクティビティ予約サイト

#### ■KKdayについて

KKdayは現地オプショナルツアー・アクティビティ専門のオンライン予約プラットフォームです。世界中の旅先の特色あるツアーを網羅し、旅行者が個別にツアーやチケットを手配する手間を省き、旅行計画の利便性を向上させるサービスを提供しています。

KKdayのプラットフォームは、92カ国550都市以上をカバーし、約300,000件を超える旅行商品を取り扱っています。世界中の利用者がもっと自由で快適に旅行体験を楽しめるよう、サイトは繁体字、簡体字、英語、日本語、韓国語などの多言語に対応しています。KKdayは旅行者に素晴らしい旅を届けるというコンセプトのもと、今後も高品質なオプショナルツアー・現地アクティビティを提供してまいります。

#### 【会社概要】

日本法人：東京都新宿区四谷1-22-5 WESTALL四谷ビル2階

日本支社長：大淵 公晴

設立：2014年5月

拠点：台湾、日本、韓国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、タイ、香港、上海、オーストラリア

事業内容：現地オプショナルツアー予約サイト

URL：<https://kkday.me/6FvIB> (日本語サービスサイト)

KKday Japanのプレスリリース一覧：[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/28214](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/28214)