

TD 勉強会 情報 553

1. エクスペディアの旅行会社提携プログラム
2. ホテル間際販売の功罪
3. 望まれるオンライン旅行計画ソリューションの実現
4. グーグルの検索アルゴリズムと旅行
5. 航空会社、付帯サービス運賃の GDS 経由販売徐々に開始
6. 航空機の客室新テクノロジーと機内エンタメ
7. その他のニュース
8. 編集後記「ツーリズム振興へ 長期的関係築こう」



1. Expedia Sees Global Growth in Agent Partner Program

エクスペディアの旅行会社提携プログラム

大手 OTA の Expedia と Orbitz の 2 社が、旅行会社提携プログラムを通じて 12%までのコミッションを支払っている。OTA が、今まで敵対関係にあった旅行会社と（少なくとも幾つかの旅行会社と）協力関係を構築している。しかしこの協力は、旅行会社にとってリスクは存在しないのだろうか？

Expedia は、最も積極的にエージェント アフィリエイト プログラムを展開している。Orbitz が Expedia を追っかけている。その他の OTA は、このプログラムを彼らの成長のための中核的な戦略とは位置づけていない。

Expedia は、2010 年に米国で旅行会社が Expedia の旅行プロダクトにアクセスしてその販売に対して競争力あるコミッションを稼ぐことができる Travel Agent Affiliate Program (TAAP) を立ち上げた。Expedia は、昨年旅行会社専用ポータルを立ち上げ更にこのサービスを強化している。過去 3 年間で、25 市場を含む世界的なプログラムに成長した。最近では、ノルウェー、韓国、インドネシアに展開した。現在では、世界の 25,000 の旅行会社が参加し、今でもその数は増加しつつある。北米では主として在宅旅行会社や独立コントラクターを中心とした 6,500 の旅行会社が参加している。

Expedia の TAAP は、旅行会社や旅行会社コンソーシアが持っている優先サプライヤー契約が損なわれる危険は無いのだろうか？ Expedia は、TAAP は優先サプライヤー契約とも併存することができるもう 1 つのチャネルであると説明している。そして、価格だけでなく TAAP が保有している豊富なコンテンツ、使い勝手の良い機能、コミッションの早期支払いなどのサービスが旅行会社から評価されていると言っている。

一部の旅行会社は、Expedia とは異なった意見を持っている。TAMS 会員の最近の調査によると、今後 5 年間における旅行会社の 2 番目に最も強力なライバル企業は OTA になるだろうと指摘している。それなのに、なぜ競争敵に貴重な顧客情報を渡すのか。旅行会社は、価格が全ての OTA などとの提携を排除してもっとバリューのある旅行商品を販売するべきだと言っている。 ■

2. Managing the last-minute channel: the hotel perspective

ホテル間際販売の功罪

HotelTonight のごとくのホテル間際販売モバイルアプリが流行っている。このアプリは、ホテルにとって増収に役立つとする反面、イールド低下とブランド毀損につながり好ましくないとする批判も存在する。評価は大きく二分されているのが現状だ。賢明なホテルは、この新しい間際販売チャネルを良く理解するまでは慎重に対応している。

売れ残ったインベントリーを、間際販売によって割引価格で販売し追加収入を得るというメリットは確かに存在する。航空会社の一般的なイールド管理モデルは、便出発に近づくにつれ運賃を値上げして行く。しかしホテルは、間際格安販売に見られる通り真逆のモデルを採用している。その理由は明快だ。航空では企業間の競争に限られているのに対して、ホテルの場合は激しい競争に晒されているからだ。ホテルの価格は、他社の価格との競争により決定される。間際販売を肯定的に評価しているホテルは、極一部の売れ残りの客室の割引には、全体のイールドを引き下げるまでの力は存在していないと言っている。そして、確かに予約期間の間際化（ブッキング窓口の短縮化）の傾向は存在するけれども、事前予約がチェックイン前3日以内に限られた間際販売に大きな影響を受ける訳ではないと言っている。

しかし、このモデルに批判的な人たちはこう言っている；

- 通常1泊 \$200 する客室を間際販売で \$100 で販売すれば、消費者は決して通常料金では購入しなくなるだろう。つまり、消費者は価格が値下げされる間際まで購入を手控えることになる。ホテルは、間際販売でホテルが決して望まない方向に自ら消費者を教育しているようなものだ。ホテルの料金モデルが透明化しつつある。
- 間際販売で格安料金を市場に提供すれば、価格保証や事前予約による割引価格のシステムが崩壊してしまう。ホテルは、自社サイトの直販を最優先して前広な販売に努力するべきだ。
- 法人需要の旅客は、間際に購入するケースが多いので間際販売が蔓延すればこのハイイールドの需要を失うことになる。それに加えてホテルのブランドが格安販売によって毀損されてしまう。
- 全ての消費者は、最低料金を探している訳ではない。彼らのほとんどは、同一旅行商品を自分よりも安く購入した消費者の存在に対して怒っている。価格の

透明化が求められている。

- モバイル予約の大半は、現在は間際予約で構成されている。しかし、今後は PC に変わってスマートフォンやタブレット経由の予約が主流となるだろう。ホテルは、このデバイスの変化に対応しなければならない。間際販売は、PC やモバイルのデバイスの違いに関係するのではなく販売上の戦術面の 1 つとして、ホテルのイールド管理の観点から考察すべき問題だ。



tnooz.com, 9/28/2012

3. Sorry everyone – online travel planning still looks like it is broken

望まれるオンライン旅行計画ソリューションの実現

世界でオンライン旅行販売が成長している。PhoCusWright によれば米国では 39%、欧州では 36%、アジア太平洋地域では 24%に達している。(2012 年 leisure + unmanaged business travel のオンライン化率予測)

オンライン旅行販売は各地で急成長しているけれども、それは POS (point of sale 販売時点) における予約発券のトランザクションの成長である。それよりも川上の旅行計画時点における満足な計画支援オンラインソリューションが未だ出現していない。

フランスに 1 ヶ月滞在したいという希望を持っているが、そこで具体的に何をしたいのかははっきりしていない。そんな旅行を漫然と計画している旅行者に的確なアドバイスをしてくれる旅行サイトは残念ながら存在していないのだ。

先ず、現在の旅行計画支援サイトの 90%は首都だけをカバーしている。フランスでは既に何回も訪れたパリが相変わらずリストされている。多くのサイトの検索手順は、サブメニューやプレディクティブサーチリストから幾つかを選択してオプションを表示する方式が採用されているけれども、その検索結果は Yelp や Foursquare からのホテルやフィードの羅列でしか過ぎない。すでに訪問したい幾つかの目的地の情報を検索するのには役立つかもしれないが、漠然としたフランス旅行を計画している旅行者にはまるで使えない。

このような旅行計画にも比較的良く対応しているサイトは 少しは存在する。

Triposo は、フランス内の目的地に詳しい。しかし幾つかの目的地を除くと Wikipedia のページとほとんど変わらない。Mygola は、パッチワーク的な旅程とともに Les Plus Beaux Villages France を含む情報ソースの幾つかを教えてくれる。Utrip のアプリは、幾つかの異なるプリファレンスの質問に基づいて旅程を提案してくれる。提案内容の善し悪しは判断つきかねるが、計画支援のスタイルは優れている。もしこれに適切なフィルター (really good curating filter) が有れば、このサイトはインスピレーションな旅行計画支援サイトとして成功するだろう。Trazzler は、位置情報に基づいた幾つかの興味深いコンテンツを持っている。しかし、このサイトは着地型旅行には向いているが旅行の初期計画段階には不向きだ。Adioso の航空便検索は、「フランス 1 ヶ月間」のクエリに対応してくれる。幾つかのオプションを選択することによって、ユーザが欲するツアーを紹介する。

結局バーベキューパーティーを開いて、旅行を計画している友人達を招いて、AA 地図を引き出して皆で相談することになった。集めた情報をベースに地図と照らし合わせて Airbnb や Tripping の P2P バケーションレンタルサイトでユニークな宿泊を予約した。オンライン旅行計画支援サイトや 1 箇所で全てを済ませるツールが欠如しているから、結局は皆で集まって相談することになった。

そのようなサイトが存在しないと言うことは、そのようなサイトの大きな開発余地が存在しているということだ。全てのコンポーネントは存在しているのだから、後はそれを組み合わせるテクノロジーを開発すれば良いだけだ。 ■

tnooz.com, 9/27/2012

4. Google AuthorRank promises major changes for travel search

グーグルの検索アルゴリズムと旅行

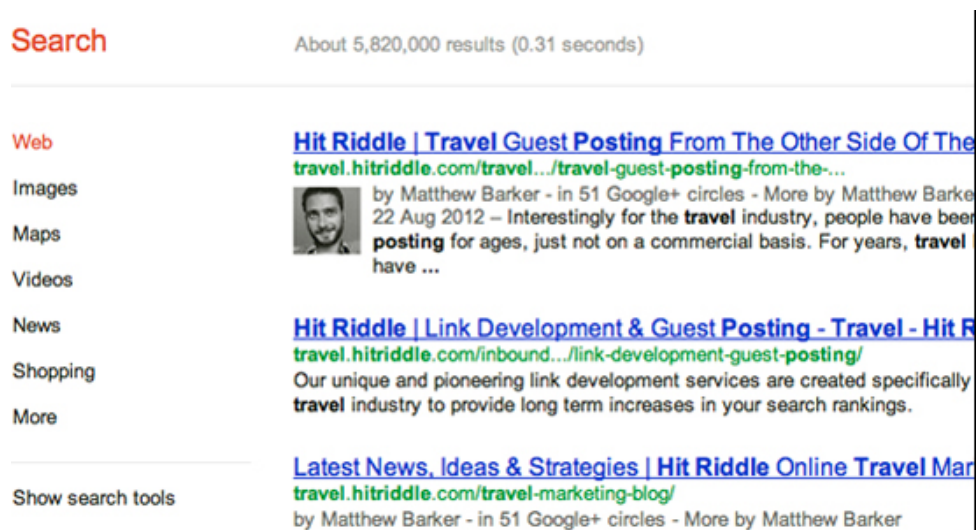
SEO (検索エンジン最適化) は、その誕生から、Web サイトの検索結果としての信頼性と関連性 (authority and relevance) の改善に対して我々がなし得ることにいつも関係している。SEO の実務は、サイトのインバウンドリンクやその設計やコーディングやコンテンツのごとくのようなものの改善を含んでいる。それらの全ては、ある特定のキーワードに対してランク付けするための Web サイトの信頼性と適切性 (authority and suitability) に関する検索エンジンの信号となる。

これらの信号の適切なバランス化は、通常はターゲットしたキーワードにおける高いランクの獲得のための効果的な方法となる。スパムや操作テクニックを排除するために、このバランスを調整するための各種のアルゴリズムの更新が行われているが、SEOの“常時 Web サイトの信頼性と関連性（より広く解釈すればページランク／PR 或はドメインオーソリティー）をより最適化する”という基本は変わっていない。しかし、Google は最近新たな要素を導入し、SEO のコミュニティーを騒がせている。

【個人のランキング力が物を言う、Web サイトではない】

Google は、自身の個性を発揮して編集しているコンテンツの制作者によって“ランク付け”を開始しているようだ。そして、その個人の編集能力がどれだけ他よりも勝っているかについて、このランク基準により評価している。“Agent Rank”のこのコンセプトは、随分古く Google が特許を申請した 2005 年にさかのぼる。

Google は、最近、単一電子的確認である Google+ プロフィールを通じて個人とコンテンツを結びつけている。彼らの Google+ のソーシャルメディア プロフィールと幾つかの単純な HTML タグを利用して、Web 上のサイトにおける彼らの全ての編集を自分が制作したコンテンツであると主張することを可能にした。このメカニズムは、Google Authorship を呼ばれている。そして、その他の要素を含め、Google は、検索結果の脇にコンテンツ制作者（author）の情報を掲載することを可能にした。



この変更が与える影響は未だ良く判らない。Google が個人の制作者をどのようにしてランク付けるのか、あるいは彼らが編集するコンテンツを掲載する Web サイトの検索ランキングがどのようなインパクトを受けるかは不明のまま。しかし、おおかたのコンセンサスは、個人の編集能力（individual author authority）（AuthorRank/AR と渾名

がつけられている) のコンセプトを Google がランキングの要素としてアルゴリズムに導入するのは時間の問題だ。これが導入された場合は、少なくとも過去 2 年間に導入された Panda や Penguin (検索アルゴリズムの変更) がもたらした影響と同様の SEO に劇的な変化をもたらす潜在力を有している。このコンセプトの導入は、クリックスルー率の改善に寄与することになる。実際のランキングにも影響を与え始めれば、SEO に対する長期的なインパクトは地殻変動的な大きなものとなり得る。

【Google のスパムや低品質コンテンツに対する戦いの一環】

Google の個人の AuthorRank (AR) のロジックを迂回するのは伝統的な PageRank の場合よりも難しい。個人は、自身の AR を最大化するために一貫して広く受け入れられるコンテンツを編集する必要がある。

Google は、個人の AR を評価するために以下に注目するだろう。

- ・ サイトの平均 PageRank
- ・ Google+上のコンテンツに対する +1 の数やコメントやシェアの数
- ・ 彼らが属する Google+サークルの数
- ・ コンテンツが生み出すオンサイトのコメントとインタラクションの量
- ・ 他の信頼できるソース (Twitter, Facebook, LinkedIn, Wikipedia ページ) における信頼性メトリック (authority metrics)
- ・ その他の多くのその他

古い SEO のテクニックと異なり、個人の AR はスパムすることが難しくなる (不可能となる)。人気ある、信頼性に富んだ、広く受け入れられたコンテンツは真似することが難しくなる。自分の個性を発揮したコンテンツを、一生懸命作る以外 (或は外部の誰かに外注する以外) に方法はなくなるようだ。

【Google の AuthorRank とオンライン旅行業界の関係】

我々は、検索マーケティングではコンテンツが成功のための主要な推進力となることを既に学んだ。高品質のコンテンツ作りに対する投資は日に日に重要となりつつある。しかし、AuthorRank の誕生は、幾つかの考察の追加を必要とする。最近の幾つかの Google のアップデートとは異なり、特にこの新システムを迅速に採用するマーケティングにとっては、AuthorRank がマーケティングの阻害要因になるというよりは好機 (チャンス) となるだろう。具体的には、以下の努力が必要だ。

- ・ 自身のサイト制作に貢献している個人に注目し、彼らを世話するアプローチ。
- ・ 彼らの Google+プロフィールとサイトは関連づけられていなければならない。
- ・ オンライン旅行の購入は、消費者の信頼の獲得にかかっている。サイトの信頼性

を高めることが何よりも重要になる。その面では、コンテンツにおける個人の“顔”を強調することは信頼性の向上に大きな効果を発揮する。

- ・ “admin”の下に編集されていた旅行ブログは、著者の前専門性にハイライトしてサイトの前面に出す必要がある。
- ・ より多くの：Google+活動、その他のユーザとの関与、+1の獲得、人々のサークルへの参加。
- ・ Facebookのページを作ることだけではなく、総合的なソーシャルメディア戦略の立案が必要となる。
- ・ GoogleのWebmaster Toolsサービスを活用した検索チャンスの向上。

これらの努力によっても、このインハウスのコンテンツ作りは、プロの或はセミプロのジャーナリストや旅行ブロッガーと比較して多分大きなARを生み出せないだろう。このため多くの旅行の会社は、影響力を持っている個人との関係や権威あるコンテンツ制作者との提携を開始するだろう。幸いにも旅行業界は、検索マーケティングキャンペーンに大きなバリューを注ぎ込む潜在力を有した、活動的な旅行ブロッガーの巨大なコミュニティーを有している。ブロッガーの大きさと彼らのソーシャルメディアの集団との係わりが、検索エンジン上のサイトの見える化に多大な貢献をしているので、ブロッガーとの関係構築は既に存在している戦略だ。自身のサイトのコンテンツ作りを委託することにより、個人の信頼性を“借用する”ことがますますAuthorRankの魅力ある一面となりつつある。

以上はAuthorRankがランキングの信号としてもたらすであろう影響の即座の一考察である。AR最適化は、時間の経過とともに独立したプラクティスとなるだろう。サイトのオーナーは、AuthorRankが提供する巨大なチャンスがやって来ることを認識し、それに対する準備を開始する必要があるだろう。

Matthew Barker, managing partner at Hit Riddle Travel ■

travelweekly.com, 9/23/2012

5. Airlines and GDSs slowly come to terms on ancillary sales

航空会社、付帯サービス運賃のGDS経由販売徐々に開始

航空会社が、付帯サービス運賃のGDS経由販売を徐々に開始している。GDSの付帯サービス販売の現状は下表の通りである。

GDS	航空会社	GDS 経由付帯サービス運賃販売の状況
Sabre	12 社	Aegean, Aeromexico, AF, KLM, NZ, AZ, Brussels, Porter, QF UA US, WestJet の付帯サービス運賃の販売を開始した、但し北米地区販売は NZ の事前手荷物料金、AZ の事前手荷物とラウンジ券、WestJet のプレミアム座席のみ
Sabre	AF/KLM	先週、付帯サービス運賃の GDS 経由世界販売契約締結（含米国）
Sabre	US	先週、60 日以内に US 航空の Choice Seats の販売開始を発表 Alaska, Frontier, JetBlue, Virgin America 及び米国以外の航空会社 12 社と付帯サービス運賃販売開始を準備中
Sabre	全航空会社	付帯サービス運賃の GDS 販売には追加予約手数料は徴収しない
Travelport	QF	プレミアム座席を含む付帯サービス運賃の GDS 経由世界販売契約締結
Travelport	DL	Economy Comfort 座席の北米地区販売 第 4 四半期内に開始
GDSs	UA	先週、Economy Plus の GDSs 経由販売準備中（プレミアム座席のみ GDS 販売）
Amadeus	6 社	欧州 15 市場で AF, KLM, IB, Finnair, QF, Corsairfly の付帯サービス運賃販売済み、今年中に 20 社 32 市場に拡大
Amadeus	DL	Economy Comfort 座席の準備中
Amadeus	全航空会社	特別販売やアップセルによる場合のみ、付帯サービス運賃販売に対する小額の追加予約手数料を徴収する

PhoCusWright の主席テクノロジーアナリスト Bob Offutt は、航空会社はプレミアム座席などの一部の付帯サービスの GDS 経由販売を開始しているが、全てのサービスの GDS 販売は実施していないと指摘している。特に米航空会社は、GDS に対して二股のアプローチをしている。航空会社は、GDS のブッキングフィーと老朽化したシステムを問題視している。付帯サービス運賃の GDS 経由販売を決して急いでいない。

GDS と消費者団体は、今まで基礎運賃に含まれていたほとんどのサービスが付帯サービス運賃として有料化されてしまったので、GDS 経由で販売しない限り複数の航空会社間の合計運賃の比較が困難になってしまっていると訴えている。米運輸省（DOT）は、航空会社に対して付帯サービス運賃の GDS 経由販売を義務づける規則を検討中である。最近の米航空会社の一部の付帯サービス運賃の GDS 経由販売が、DOT のこの検討を中止させることができるのかが注目されている。これと関係しているのかどう

かは分からないが、DOT は、規則案の発表を来年 1 月 29 日まで再度延期した。 ■

wsj.com, 9/26/2012

6. Airlines Entertain Tablet Ideas

航空機の客室新テクノロジーと機内エンタメ

炭素繊維を使用した胴体により B787 や A350 の窓が大きくなった。 B787 では B777 に比較して幅+1 吋、縦+3.5 吋も拡大され窓からの視界が広がった。 拡大された窓には、窓からの明かりを調整できる自動シェードが付いている。

座席背面の高画質 TV スクリーンは、個人のラップトップやタブレットやスマホと USB で接続することができる。 ハリウッドは、違法に個人のデバイスに映画を録画されることを恐れて新作映画のストリーミングを躊躇している。 機内 Wi-Fi サービスによるインターネット接続は、間もなく標準装備となるだろう。 GoGo, Row 44、Panasonic の 3 社が、機内 Wi-Fi システムの売り込みで競争している。 機内 Wi-Fi サービスの普及に伴って、許認可業務の合理化を含む行政の対応の合理化が求められている。

Getting Mobile
Airlines are turning to mobile devices for customer entertainment, sometimes instead of fixed screens.

American Airlines	Delta
Offers Samsung's Galaxy Tab devices preloaded with movies and TV shows in its premium class cabins on some routes. Expanding content-streaming system to customers' own devices.	Rolling out in-flight streaming of TV and movies to all its two-class U.S. planes by the end of 2013. Like American, introductory prices range from 99 cents for TV shows to \$3.99 for full-length movies.
QANTAS	AIR FRANCE
Plans to offer iPads to stream more than 200 hours of movies and TV content on Boeing 767 planes.	Beginning in 2013, plans to offer customers free downloads of newspapers to their tablets and portable phones, as well as streaming entertainment content, on top of existing in-flight entertainment systems.

Source: WSJ reporting
Photos: Qantas

今では、航空旅客の 3 人に 1 人は、PC やタブレットやスマホの自分のデバイスを機内に持ち込んでいる。 機内 Wi-Fi が利用可能となれば、有り余るほどのコンテンツを格

納している自分のデバイスを持ち込んでいる旅客は、航空会社のエンタメシステムを利用しないかもしれない。 そうなれば、航空会社はライセンスを得た映画やゲームを搭乗旅客に販売するのだろうか？ 或は高い費用をかけたオンディマンドのエンタメシステムの導入を中止するかもしれない。 航空会社は岐路に立たされている。
(nytimes.com, 9/24/2012) (tnooz.com, 9/24/2012)

IAG の仏子会社 OpenSkies は、PAR=NYC 全席ビジネスクラス B757 に機内エンタメシステムを装備する代わりに 500 台近くの Apple 社の iPad を購入し、それにビデオを録画して搭乗旅客に無料で貸し出した。 機内エンタメシステムの装備費は 1 機当り \$3m もするが、iPad によれば \$250,000 で済む。 QF もタブレットの貸し出しを始めている。 DL は、映画と TV ショーを乗客が持ち込む携帯デバイスにストリームするワイアレスのビデオシステムを導入している。

古い航空機を運航している小規模や中短距離路線の航空会社の市場（約 1/3 存在する）が、このような新たなエンタメシステム市場になりつつある。 EI AI や AA などの大手航空会社は、プレミアムキャビンの旅客にタブレットを貸し出している。 LCC の Jetstar など一部路線で同様のサービスを開始している。 この新方式には 2 つのモデルが存在する。 1 つはタブレットに事前にコンテンツを格納して貸出す方法だ。 もう 1 つは、ワイアレスの装置により（機内 Wi-Fi サービスと併用される場合が多い）乗客のデバイスに映画や TV ショーやゲームを流す（ストリームする）方式だ。

米国 ULCC の Allegiant 航空は、米本土とハワイを結ぶ新路線に使用する B757 型機に Row 44 社のワイアレス オンディマンド ビデオシステムを採用した。 航空機に 1.8 テラバイトのサーバを搭載して乗客のパーソナルなデバイスに、映画、TV ショー、音楽、ゲームなどのコンテンツをストリームする。(traveldailynews.com, 10/04/2012)

これらの方式は、コスト削減に貢献すると同時に柔軟性にも長けている。 航空機に搭載するビルトインのシステムは、搭載までに 5 年～10 年を必要とされる。 これでは、技術の進歩に追いつかない。 新方式は、航空機の重量の軽減にも寄与する。 B767 型機 260 席のケースでは軽量化に伴い燃料消費量が少なくなる結果、年間▲\$90,000 が節約できるという。

タブレットを配る方式は、数百人が登場する大型機には適当でないと専門家は言っている。 それに故障や盗難のリスクが存在する。 機内エンタメ プロバイダーの Panasonic や Thales SA は、ここ数年でこの市場が \$2bn～\$3bn に成長すると予想している。 しかし、多くの航空会社は今のところ座席背面に据え付けられた TV を大型化し機能の向上に努力している。 ■

7. その他のニュース

旅行流通・TD

【GDS 関連ニュース】

(1) GDS ニュース 9 月 24 日～27 日

9 月 24 日 Travelport が Gulf 航空と流通契約を暫定締結した。

9 月 24 日 Amadeus が Dow Jones Sustainability Index の Support Service 部門に登場した。
投資家は、Amadeus の社会的責任の分野の活動を追跡することが可能なる。

9 月 25 日 Amadeus が、EVA Air を ALTEA プラットフォームに追加した。これは、
EVA とその子会社 UNI Airways の Star Alliance 加盟によるためである。

9 月 25 日 Abacus が、中国の GDS 規制緩和に対応して、中国に会長職を新設した。

9 月 26 日 フランスの Ebookers が、ショッピングテクノロジーを Travelport のプラットフォームに統合した。Ebookers は、Travelport の e-Pricing システムを利用する。

9 月 26 日 Travelport が Global Business Coalition Against Human Trafficking に参加した。
この新たな組織は近代の いくばく人身売買と奴隷の形態の撲滅を支援する。

9 月 27 日 Amadeus と QF 航空が、コンテンツ流通契約を更新した。この契約には、
少なくとも座席指定の付帯サービス運賃が含まれている。

9 月 27 日 Travelport が、サウジアラビアの LCC Nasair と流通契約に合意した。

9 月 27 日 Sabre が、伊高速鉄道会社 Trenitalia と流通契約を締結した。Trenitalia は Sabre Rail Connect を使用して、7T のコードで世界の Sabre 旅行会社経由の列車予約を受け付ける。

(tnooz.com, 9/27/2012)

【その他の旅行流通ニュース】

(1) ホテルの付帯サービス料金収入

全米のホテルのフィーやサーチャージ収入が、宿泊客に不評の有料 Wi-Fi サービスの収入を含めて推定 \$1.95bn となった。しかしこの収入は、PKF の年次 Trends in the Hotel Industry 調査によると 2000 年に比較すると▲79%も低下している。ホテルのテレコミ

コミュニケーション収入（電話、FAX、インターネット接続）は、かつて総収入の3%の規模を誇っていたが現在では0.6%にまで落ち込んでいる。ほとんどのケースでホテルの電話サービスは、かかる費用の方が多く、利益を生み出していない。その理由は、なんといっても宿泊客の携帯電話利用による客室内の固定電話の利用激減だ。テレホンカード利用やホテル間の競争による市内電話の無料化も大きく影響している。しかし2010年から2011年では、この収入が+51%増加した。この内インターネット接続料金収入が+38%増加した。ホテルは、法人契約ディール交渉でWi-Fi接続サービスの無料化を嫌がっている。(tnooz.com, 9.22/2012)

（２）MLT バケーション

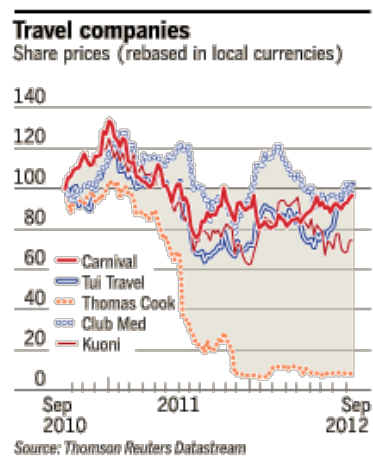
MLT Vacations の親会社はDL 航空だ。DL がNW を買収したので、NW の子会社だったMLTがDLの子会社となった訳だ。MLTは、5ヶ月前にDLの本社が在るATLに移転し経営陣が刷新された。昔は、航空会社がインハウスで独自のバケーション部門を保有するのは珍しくなかったが、今ではほとんどの航空会社がこの事業を外注している。MLTは、Delta Vacationsに加え親会社の競争会社のUnited Vacations, Aeromexico Vacations, Alitalia Vacations, Air France Vacations, Worry-Free Vacationsを顧客に持っている。世界一の航空会社を親会社に持つことにより、航空便混乱時の迅速な対応が可能になった。また多くの顧客を持つことで、ホテルの仕入力が向上したとMLTは言っている。(travelweekly.com, 9/23/2012)

（３）欧州ツーリズム冷え込む

アップマーケット休暇グループClub Mediterraneeの1月～9月初旬までの予約が、前年同期比+1%しか増加していない。スイスのKuoniは、ここ数年間赤字を計上しているイタリア、スペイン、オランダ、ベルギー、ロシアにおけるツアー事業から撤退してSFr20m（\$21.4m）の年間営業損益の改善を計画している。ギリシャから中東にかけての人気目的地の社会騒擾に加え欧州ユーロ危機により市場が冷え込んでいる。

それでもThomson, First Choice, Gulliver Travelのツアーブランドを保有する欧州最大のツアーオペレータTui Travelは、先月英国と北欧の予約が好調だと発表した。

英国の冬のツアー予約は前年比で+2%、北欧では+4%も増加している。この好調さは、ライバルのThomas Cookの躓きによるものだ。しかしTuiのフランスの冬の予約は、この地区の人気目的地である中東や北アフリカの社会不安により▲26%も減少している。ベルギーやオランダの予約も落ち込んでいる。



Thomas Cook の第 1 四半期は、▲£26.5m の欠損計上となった。株価は昨年 11 月以来 ▲70%低下した。5 月には、流動性改善のために銀行団と £1.4bn の新たなファインンス パッケージに合意した。8 月末のネット負債は £1.1bn に達している。Thomas Cook は、通期の収支見通しの発表を控えている。(FT.com, 9/23, 27, 28/2012)

(5) ルームキードットコム参加ホテル拡大

OTAに対抗するために6つの大手ホテルチェーンが1月に立ち上げた RoomKey.com に、新たに La Quinta, Millennium, Leading Hotels of the World や豪華ホテルや独立ホテルが参加した。月間サイト訪問者は 1,400 万以上となっている。しかし、この内どれだけが実際に予約に結びついたかは発表していない。(tnooz.com, 9/24/2012)

(6) ピンテレストと旅行の相性の 5 つの理由

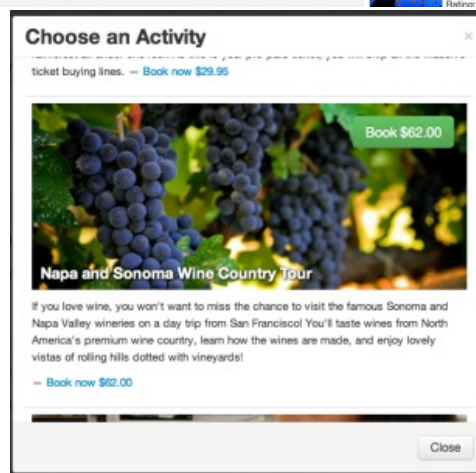
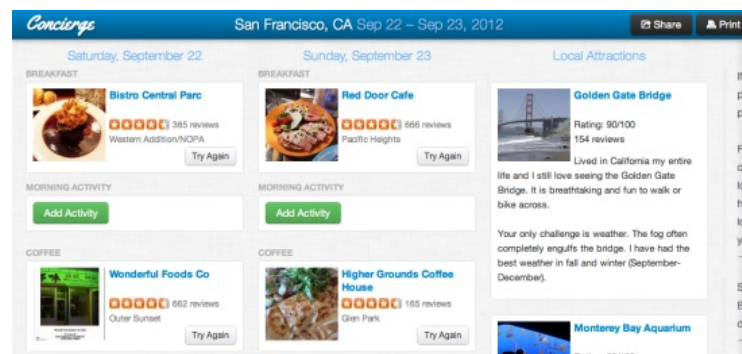
Facebook と Twitter に次いで第 3 番目の人気ソーシャルメディアをなった写真掲載サイト Pinterest と旅行の相性が極めて良い。Pinterest を利用している企業の Web サイトのトラフィックは +20%も上昇している。相性の良い理由は、以下の 5 つだ。

- ・ 月間 1 億以上のビジターを抱えている。
- ・ 主要ユーザは、25 歳～44 歳の年収\$100,000 以上の旅行写真を貼付けている女性だ。女性が旅行計画の決定権を有していることを考えると、旅行会社にとっては Pinterest は完璧なメディアとなる。
- ・ Pinterest は、大きなリフェラルトラフィックを発生させる。LinkedIn, YouTube, Google+を合計したよりも多くのトラフィックを発生している。多くの Web サイトのオーナーは、Pinterest からのトラフィックが、全体の 5%~10%に達していると言っている。
- ・ Twitter は曖昧だ。Facebook は複雑だ。Pinterest は簡単だ、使い勝手が極めて良い。
- ・ 毎日の更新は必要でない。一度掲載した写真はいつまで表示されリフェラルトラフィックを運んでくれる。

(travelresearchonline.com, 9/24/2012)

(7) 食事やワインの旅行計画支援サイト

食事とワインの好きな旅行者の旅行計画支援サイト Concierge が立ち上がった。至ってシンプルで、その上食事やワイン以外のアクティビティーを加味した旅程を提案してくれる。目的地までの航空便や宿泊施設の案内中心のサイトとは異なり、目的地のアクティビティーを中心に案内する。行き先と旅行日をインプットすると API 接続によって Gogo と Viator から目的地情報を、Yelp と Google Places からそれぞれの旅行商品に関するレビューを表示する簡単なシステム構成となっている。Concierge の画面はこんなふうだ。(tnooz.com, 9/26/2012)

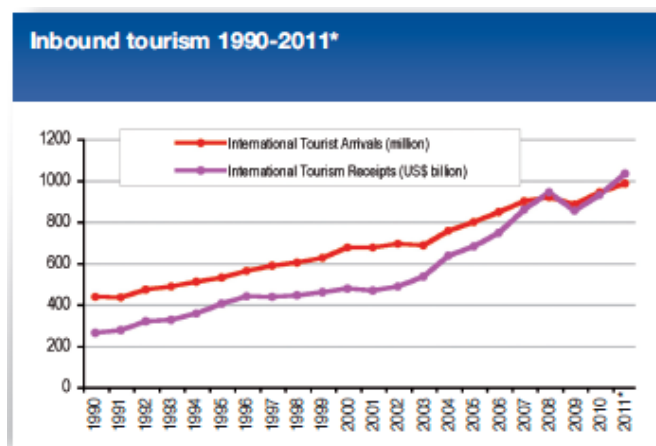
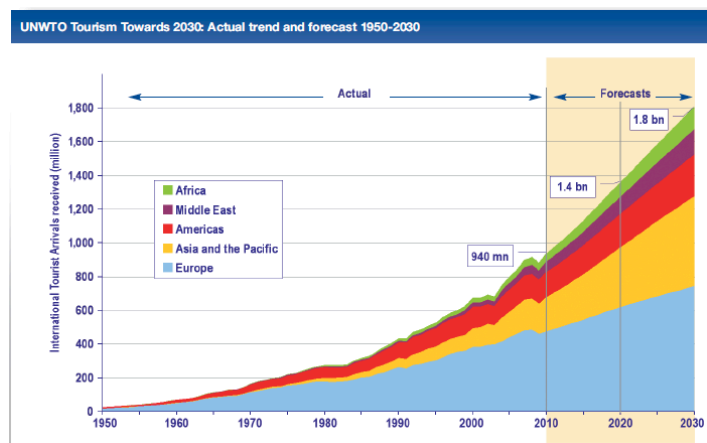


（８）グーグル、iPhone と iPad 用の Maps アプリ開発

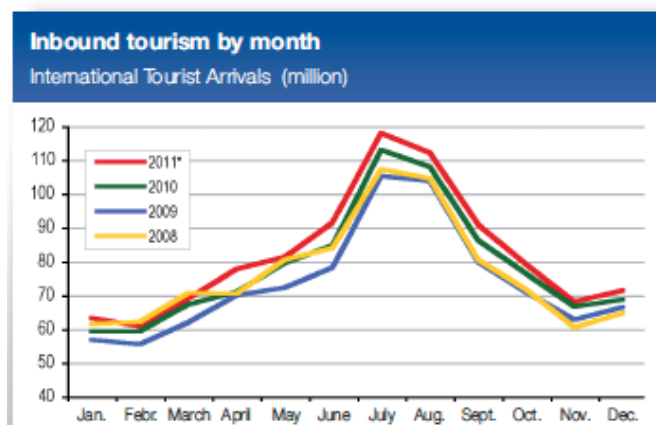
Apple が、iOS6 から Google Maps を排除した。ところが、Google は iPhone と iPad 用の Maps アプリを今年末までにリリースする予定だと New York Times が伝えている。しかし、Apple の App Store が、このアプリを受け入れるかどうかは疑問だ。Apple の新たなマップアプリは、ベクターベースのグラフィックを使用しているので表示スピードは速いが、(Google はビットマップ) 地図の誤表記や公共交通機関の情報が欠落しているなど評判は良くない。Google は、Catlin Seaview Survey と提携して、海中 Street View をリリースした。海中のパノラマビューを楽しめる。(tnoos.com, 9/26/2012)

（９）2012 年世界のインバウンド旅行者 10 億人到達

世界観光機関（UNWTO）によると、今年上半期の世界のインバウンド旅行者数（international tourism arrivals）が前年比+5%増の 4 億 6,500 万人となった。2012 年年間では 約+4%増加して初めて 10 億人を突破する見込みだと言っている。ツーリズムが、世界経済低迷に対して強い抵抗力を有していることを証明している。世界で 2 億 3,500 万人を雇用し、世界の GDP 約 5%を構成する。(September 2012, UNWTO High Lights)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



(10) カヤックの大手との競争

メタサーチの Kayak が、7 月に上場に成功し、期待してもいなかった多くの人たちを驚かせた。 Google の Flight Search や Hotel Finder の誕生によって真っ先に大きな影響を受けると予想されていた Kayak がしっかり生き残っている。 Kayak は、航空便、ホテル、レンタカーのワンストップショッピングが消費者に受け入れられていると言っている。 Kayak の 75% のトラフィックは、直接サイトに訪れるトラフィックだ。 つまり Google などの一般検索エンジンが流し込むトラフィックは多くない。 マサチューセッツ州 Concordia に 100 人のスタッフ（ほとんどが技術者）を抱えている。(management.fortune.cnn.com, 9/27/2012)

(11) ほとんどの米旅行会社が増益 ASTA 2012 年調査

ASTA Agency Sales & Revenue Trends – First Half 2012 の調査によると、旅行会社の採算性が 2009 年以前の不景気前の状態に復帰している。 ASTA 会員の 73% が増収、72% が取扱量の増加、75% が顧客の増加が発生したと言っている。 しかし、顧客増加を記録した法人旅行取扱い会社は 37% にとどまった。 景気の回復と消費者の旅行会社の回復が増収の原因だと ASTA は分析している。 ASTA の会員旅行会社のマジョリティーは、2012 年に売上高利益率 9% を、2013 年には 10% を達成すると予想している。(travelmarketreport.com, 9/27/2012)

(12) モバイルと iPad が旅行検索に威力発揮

101Holiday の 1 億ビジットのデータによると、PC やデスクトップ以外のデバイスからのトラフィックが全体のビジットの 1/3 にも達していることが分かった。 2011 年の 5 月～9 月では 13% であったのが、今年と同じ 5 ヶ月間では 33% に +20% ポイントも増加しているというのだ。 モバイルが旅行の計画段階に多く利用されている。 出勤途次や居間の TV の前のカウチなどで旅行情報探しに時間潰しの気軽に利用されているケースが多いと言う。 使用時間は、iPad で 3 分、iPhone の場合は 1.5 分と短い。 旅行会社は、モバイルのデバイスへの対応(最適化)を求められている。(tnooz.com, 9/28/2012)

(13) 航空便セマンティック検索

CheapAir.com が、米国初 (CheapAir.com) の航空便セマンティック検索ツールの Easy Search のベータテストを開始した。 自然言語による、例えば LGW to TYO 26Oct 31st Oct の検索に回答する。 2011 年に DL 航空は、CheapAir.com に対する運賃の提供を中止した。 Southwest 航空は、CheapAie.com を含めて全ての OTA に対して運賃の提供を実施していない。 自然言語による検索の人気の拡大を恐れているのかも知れない。(tnooz.com, 9/28/2012)

空 運

【米 州】

（１）米上院、米航空機の炭酸ガス課税に反対決議

米上院は、欧州連合の排ガス取引制度（ETS）の米航空機への適用に反対して、米国航空会社による EU 炭酸ガス税の支払いを拒否することを決議した。 欧州連合は、今年 1 月から EU 領空を飛行する域外の航空機へ ETS の適用を開始した。 米航空会社団体、運輸省、国務省は、連合規則の域外適用に反対している。 米国に加え、中国、ロシアなど 20 数カ国が ICAO などの国際条約を欧州連合規則に優先させるべきだと主張している。(travelweekly.com, 9/23/201

（２）滑走路オーバーラン防止システム開発

米 Aviation Safety Technology 社が、滑走路オーバーラン防止システム SafeLand を開発した。 このシステムは、滑走路の路面状況（特に悪天候下）、着陸装置と滑走路の摩擦、着陸装置のブレーキ圧をリアルタイムで集めたデータを後続の航空機の着陸に利用するシステム。 既に JetBlue をはじめ数社がこのシステムをテストしている。 1995 年～2010 年の間に航空機重大事故は激減した。 しかしこの間に滑走路オーバーラン事故による世界の犠牲者が 1,100 人発生した。 テストの結果が良好であれば、FAA はこのシステムを広範囲に採用するつもりだ。(wsj.com, 9/24/2012)



（３）FFPの新オプション

クレジットカード会社が、旅行の報償を付けたロイヤルティープログラムのカード売り込みに必死になっている。 Mail Monitor の調査によれば、7月のこのプログラムに関

するメール宣伝の量が全体の 48%に 6 月の 30%から大幅に増加している。 旅行報償カードは複雑だ。 大きく 3 つに分類される。 これらのカードを利用する場合は、年会費と通常のカードより高い金利（13%）を勿論考慮する必要がある。(wsj.com, 9/27/2012)

タイプ	具体例	プログラム概要
コーブランドカード	First Bankcard + La Quinta Inns & Suites	Visa とコーブランド開始
	Starwood Preferred Guest Card + Amex 2 年目以降 年会費 \$65	ホテル宿泊 \$1=5 ポイント その他の支出 \$1=1 ポイント 新規加入に 25,000 ポイント
一般旅行予約カード (general travel booking card)	ほとんどの通常レートは、1 ポイント、1 マイル=1 セント カードが提携している全ての航空会社とホテルにブラックアウト 無しで利用可能（但しカード会社のサイトでの予約が必要となる場合がある） 通常、国内線アワード航空券 1 枚は 25,000 マイルなので、\$250 以下の航空券の場合は、このプログラムが有利となる。	
	Capital One Venture Card 2 年目以降 年会費 \$59	カードで支払い済み旅行のポイント訴求適用可能、全ての購入に 2 マイル どのサイトでも予約可能
	Bank of America	カードで支払い済み旅行のポイント訴求適用可能、どのサイトでも予約可能
ポイント スワッピングカード	サプライヤーの FFP プログラムのマイレッジと交換可能なカード	
	America Express	提携会社：DL, JetBlue, Hilton, Virgin America
	Chase	UA, Southwest, InterContinental, Marriott, Amtrak

（４）ユナイテッド航空、B787 1 号機 受領

UA 航空が B787 1 号機を受領した。 11 月 4 日から米国内路線に投入する。 年内には 5 機稼働となり、12 月からは国際線にも投入する。 UA は、B787 を受領した NH, JL, Ethiopian Airlines, LAN, Latam, AI に次ぐ 6 番目の航空会社である。(wsj.com, 9/24/2012)

（５）サウスウエスト航空 客室乗務員組合、洋上飛行承認

WN 航空の客室乗務員組合（TWU Local 556, 組合員 10,353 名）が、洋上飛行を 52%の僅差の賛成票により承認した。 同社は、当局の認可を別にして、カリブ、ハワイ、南米の国際線の運航を開始する準備がこれで整った。 パイロット組合は、既に協定改定

に合意済みである。(travelweekly.com, 9/24/2012)

(6) 米航空会社 生き残りをかけた戦い

米航空会社が、燃料費増加による採算性悪化を需給調整、コンソリデーション、イールド管理、付帯サービス運賃収入増によって乗り切ったと米運輸省 **Inspector General** の報告書が言っている。2000 年には 10 社が米国内線市場の 90%を席巻していたが、コンソリデーションが進んだ結果、今日では 5 社が 85%を席巻しているとの報告書は述べている。AA と US が合併すれば、更に市場のコンソリは進展するだろう。コンソリにより、消費者の選択は狭まり、小規模地点の供給は大幅に減少（もしくは運休）している。Business Travel Coalition (BTC) は、航空会社の収支が安定するのは、米経済の動脈でもある航空路線の維持に好ましいが、一方で航空会社間の競争が少なくなる結果運賃値上げが発生する可能性が存在すると言っている。2000 年～2009 年の間に米レガシー航空会社は、▲\$62.8bn の損失を計上した。その間に LCC は \$2.1bn の利益を計上した。しかし、2009 年以降レガシーは増益基調を保っている。BTC は、コンソリの進展に呼応した当局の航空旅客の保護が必要だと主張している。そして、消費者保護のためにも航空会社間の総合運賃の比較検討を可能にする、付帯サービス運賃の GDS 経由販売が必要だと言っている。(travelagentcentral.com, 9/25/2012)

(7) 米航空会社、第 2 四半期 手荷物収入 \$932m

米航空会社が、上半期に前年同期比 +14%の \$932m の手荷物収入を計上した。取消と変更手数料は \$1.3bn であった。第 2 四半期の業界の営業利益は \$2.3bn(利益率 6%)となった。第 1 四半期の営業利益 \$228 (利益率 0.7%) よりも採算性が向上した。(travelweekly.com, 9/26/2012)

(8) US 航空 客室乗務員組合 新労働協約に反対

US 航空の客室乗務員組合が、51%の僅差で会社の新労働協約案に反対投票した。この新労働協定が批准されれば、2005 年に合併した旧 US と America West の 2 つの組合の労働協約が一本化され、検討中の AA との合併計画にも貢献する筈だった。新協約では旧 US の客室乗務員の+13%と America West の乗務員の +25%の即時賃上げが予定されていた。(wsj.com, 9/27/2012)

US 航空客室乗務員組合は、10 月 31 日～11 月 20 日の間にスト権確立の組合投票を実施する。(wsj.com, 10/10/2012)

(9) アメリカン航空の挫折

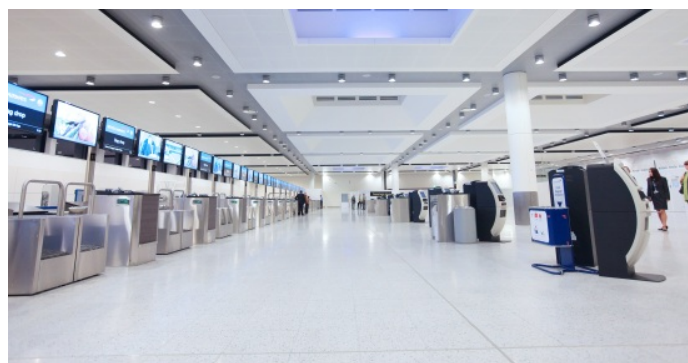
AA 航空は、航空会社の 3 大発明である CRS, FFP, H&S を開発したパイオニアである。その AA が昨年 11 月に破産法 11 条を申請した。そして先月パイロット組合の労働協

約を一方的に破棄した。これが原因でパイロットの病欠と追加整備の大幅増加で AA のスケジュールが混乱している。その上、9 月末の飛行中の B757 の 2 機の座席の固定装置に不具合が連続して発生した。9 月の国内線供給は▲5.5%減少し定時性は前年の 82%から 58%に低下した。収入は▲7.1%減となった。AA の苦悩は、破産法申請前から始まっている。2001 年の TWA を \$2bn で買収し結局はこの会社を消滅させた頃からおかしくなり始めた。Robert Crandall の後任 CEO たちは、財務畑の出身でマーケティングに強くない人たちとであることも低迷に拍車をかけているようだ。AA は、労使関係の改善が焦眉の急になっている。(wsj.com, 10/01, 08, 09, 11/2012) (FT.com, 10/09/2012) (travelmarketreport.com, 10/04/2012)

【欧州&アフリカ】

(1) 英国航空、チェックイン無人化計画

BA 航空が、空港チェックイン業務の無人化を計画している。便出発 24 時間前に、座席指定や搭乗券発行を含むチェックイン手続きを、搭乗旅客のクリックを含む一切の操作無しで自動的に(電子的)に済ませてしまう計画だ。既に LGW 空港で試験を開始している。2013 年末までには、より多くの空港でより多くの旅客がこのシステムを利用することになるだろう。そうなれば、空港の広いチェックインスペースは不要になる。(tnooz.com, 9/25/2012)



BA LGW 空港チェックイン スペース

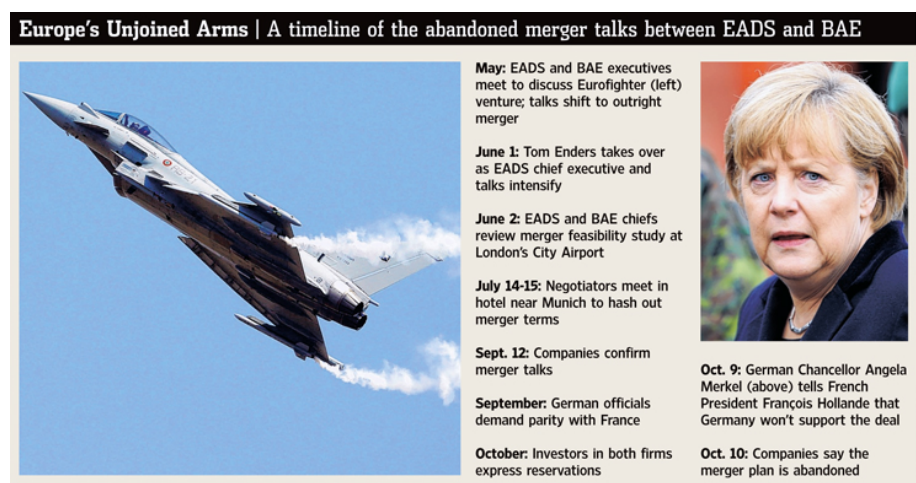
(2) 欧州連合、米企業に対する制裁金 \$12bn を WTO に要求

欧州連合は、9 月 27 日、国際貿易規則に違反したボーイング社への米政府支援が未だに継続しているとして、米国に対して制裁金 \$12bn を課すことを WTO に要請した。米政府は、昨年 12 月、欧州連合のエアバスに対する違法な支援の継続に対して \$10bn の制裁金を欧州連合に課すことを WTO に要請している。WTO は、エアバスとボーイングの両社が WTO 協定に違反する低金利の融資、優遇税制、R&D コスト支援を政府から受けていると指摘している。7 年間以上も続いている両社の争いは、終わる気配

を見せていない。(wsj.com, 9/27/2012)

(3) EADS と BAE 合併交渉 決裂

EADS と BAE が合併して、米ボーイング社に対抗する €34bn の航空宇宙防衛企業を誕生させる交渉が 10 月 10 日決裂した。合併会社に対する出資比率の合意に失敗したのだ。独が自国の関与が弱まることを嫌った。(wsj.com, 10/10/2012) (FT.com, 10/10/2012)



【アジア&中東】

(1) エアアジア X チャイルドフリーゾーン新設

AirAsia X が、エコノミー前列 7 列をチャイルドフリーゾーンとして 12 歳以下の旅客を制限する。このゾーンは、他の座席指定料金と同一の 35 リンギ (\$11.35) の有料となる。スペースな座席指定は 110 リンギする(channelnewsasia.com, 9/26/2012)

(2) エアアジア、クラルンプーン国際空港の高い空港旅客税を批判

AirAsia が、KUL 国際空港の 32 リンギ (\$10) の高い旅客税 (passenger fee) を批判している。MNL の Clark 空港や BKK の Don Mueang 空港に KUL のハブ空港機能を奪われると警鐘を鳴らしている。AirAsia X は、高い空港コストの LON, PAR, インド路線 (Delhi, Mumbai, Hyderabad)、Christchurch 線を運休している。10 月 14 日を最後に、THR 週 4 便を運休する。同社は A330-300×9 機により日本、韓国、中国、豪州、ネパール、台湾の 6 ヶ国地域に路線を張っている。(channelnews.com, 9/26/2012) (thesundaily.my, 10/08/2012)

(3) エアアジア、インドネシア航空会社買収断念

AirAsia が、リスクが大きいとして、インドネシアの Batavia Air の 49%買収計画を断念

した。残りの 51%は Fersindo が買収する予定であった。(買収予定総額は 2 社合計で現金\$80m) AirAsia は、その代わりに PT AirAsia Indonesia を上場させ 20%の株式を売却して\$200m を調達する。AirAsia Indonesia の出資比率は AirAsia 49%、PT Fersindo Nusaperkasa が 51%を保有している。インドネシアは、中国、インド、米国に次ぐ世界第 4 位の人口大国で、2011 年の航空旅客需要が 6,800 万人に 2 年前より +65%増加している。AirAsia のインドネシアに於けるシェアは、国内線で 8%、国際線では最大の 42%となっている。同社は、6 月に本社を KUL から JKT に移転させている。(wsj.com, 10/15/2012)

(4) キングフィッシャー航空、航空券発売禁止

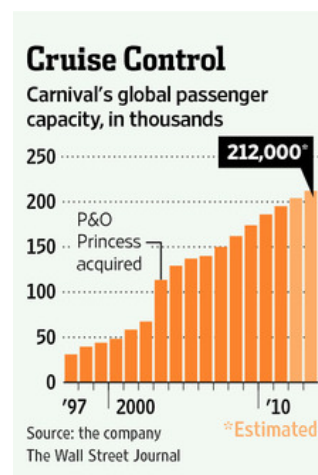
従業員のストで 10 月 1 日より運航を一時的に停止している Kingfisher 航空が、当局から運航適格性を確認できるまで航空券の発売を禁止された。インド航空局は、同社から運航免許停止命令を排除するに足る理由の 15 日以内の開陳を求めている。Kingfisher は、2005 年設立以来一度も利益を計上したことがない。一時は 1 日 400 便以上を運航するインド第 2 位の航空会社となったが、今ではその 1/4 の規模に縮小し最下位に転落している。負債は \$1.5bn に膨れ上がっている。従業員に対する給与は、今年 3 月より支払われていない。空港や燃油会社などの取引先に対する支払いも大幅に遅れている。昨年 64 機あったフリートは 12 機に減少した。Hyderabad の裁判所は、GMR Hyderabad International Airport に対する複数の手形の不渡りを理由に Kingfisher の創立者の醸造王 Vijay Mallya と同社の関係者 4 人に対して逮捕令状を要求した。関係者は、他の裁判所が中止命令を出すので、インドの華麗な富豪は逮捕されることはないと言っている。(wsj.com, 10/08, 09/2012) (FT.com, 10/12/2012)

Kingfisher は、運航停止を 10 月 20 日まで延期した。CAPA によると同社は \$1bn の未払いと、2005 年～本年 6 月の間の累積損失▲\$1.9bn と、銀行債務\$1.5bn (3 月 31 日現在) と、少なくとも\$150m の不渡りを保有している。(wsj.com, 10/12/2012)

水 運

(1) カーニバル、第 3 四半期

世界最大の Carnival Corp の第 3 四半期決算が、前年と略同じ純益 \$1.33bn を計上した。事故を起こした伊子会社 Costa European の今年 9 ヶ月間に発生した保険外費用は \$30m であった。Costa は今年に▲\$100m の損失を計上するだろう。事故前の状態への復帰は 2013 年以降数年間を要すると見ら



れている。 ウォール街のアナリストは、燃油費の高騰、先行き経済の不透明を理由に Carnival の将来の業績向上とそれに伴う株価の上昇に余り期待していない。 クルーズ人口は過去数年間で爆発的な成長を遂げている。 Carnival の船客数は 1981 年から 5 倍に増加した。

北米のクルーズ人口は、2000 年には世界のクルーズ人口の 90%を占めていたが、現在は 70%に低下した。 クルーズ人口上位 20 ヶ国には米国、カナダ、欧州諸国以外には唯一豪州しか含まれていない。 このことは、BRICs やアジア地域のクルーズ人口が、大幅に増加する可能性があることを意味している。

先週発表された Carnival の新コミッション制度は、中小の旅行会社から大きな反発を受けている。 新コミッション制度は、販売高の計上方法を船客とクルーズ泊数による “seven-day equivalent” の計算方式から単純な船室換算に変更した。 その上で、コミッション料率の階層を変更した。 新階層では、年間 50 船室販売には 11%、1,000 船室販売には 16%のコミッションを支払う。(waj.com, 9/24/2012) (travelweekly.com, 9/25/2012) (travelmarketreport.com, 9/27/2012)

	Three Months Ended August 31,		Nine Months Ended August 31,	
	2012	2011	2012	2011
Revenues				
Cruise				
Passenger tickets	\$ 3,561	\$ 3,907	\$ 9,000	\$ 9,336
Onboard and other	965	936	2,618	2,511
Tour and other	<u>158</u>	<u>215</u>	<u>186</u>	<u>249</u>
	<u>4,684</u>	<u>5,058</u>	<u>11,804</u>	<u>12,096</u>
Operating Costs and Expenses				
Cruise				
Commissions, transportation and other	613	686	1,793	1,911
Onboard and other	150	137	404	379
Fuel	541	581	1,778	1,611
Payroll and related	422	435	1,299	1,282
Food	246	257	722	728
Other ship operating	534	575 (a)	1,647	1,640
Tour and other	<u>91</u>	<u>143</u>	<u>126</u>	<u>179</u>
	<u>2,597</u>	<u>2,814</u>	<u>7,769</u>	<u>7,730</u>
Selling and administrative	409	421	1,261	1,282
Depreciation and amortization	383	390	1,135	1,137
Ibero goodwill and trademark impairment charges	-	-	173	-
	<u>3,389</u>	<u>3,625</u>	<u>10,338</u>	<u>10,149</u>
Operating Income	<u>1,295</u>	<u>1,433</u>	<u>1,466</u>	<u>1,947</u>
Nonoperating Income (Expense)				
Interest income	2	3	8	8
Interest expense, net of capitalized interest	(84)	(96)	(259)	(273)
Unrealized gains on fuel derivatives, net	136	-	12	-
Realized losses on fuel derivatives	(12)	-	(12)	-
Other (expense) income, net	<u>(1)</u>	<u>2</u>	<u>(6)</u>	<u>21</u>
	<u>41</u>	<u>(91)</u>	<u>(257)</u>	<u>(244)</u>
Income Before Income Taxes	1,336	1,342	1,209	1,703
Income Tax Expense, Net	<u>(6)</u>	<u>(5)</u>	<u>(4)</u>	<u>(8)</u>
Net Income	<u>\$ 1,330</u>	<u>\$ 1,337</u>	<u>\$ 1,205</u>	<u>\$ 1,695</u>
Earnings Per Share				
Basic	<u>\$ 1.71</u>	<u>\$ 1.69</u>	<u>\$ 1.55</u>	<u>\$ 2.14</u>
Diluted	<u>\$ 1.71</u>	<u>\$ 1.69</u>	<u>\$ 1.55</u>	<u>\$ 2.14</u>
Non-GAAP Earnings Per Share-Diluted	<u>\$ 1.53</u>	<u>\$ 1.69</u>	<u>\$ 1.75</u>	<u>\$ 2.14</u>

陸 運 & ロジスティックス

(1) アムトラック乗客数 3,120 万人 新記録

9 月 30 日に終了した会計年度で、Amtrak の旅客数が 3,120 万人（前年比 +3.5%）の新記録を達成した。旅客数は、2000 年から +44%増加した。収入は、+6.9%増の \$2.02bn であった。北東回廊の Acela 特急の旅客数は +0.5%増の 340 万人であった。Amtrak は、過去 41 年間で \$39.3bn の公的資金の援助を受けている。1 旅客マイル当たり 29 セントとなる。負債は、過去 10 年間で \$4bn から \$1.6bn に半減した。2011 年度では運賃収入が運営費の 79%にまで改善した。(2010 年度は 76%) (travelweekly.com, 9/21, 10/11/2012)

(2) ブラジル高速鉄道計画

SAO と RIO の 411km を時速 300km の高速鉄道により 90 分で結ぶ計画が進められている。Campinas まで 100km 延長した場合は 1 時間ほど余計にかかる。この鉄道沿線の住人は 2,200 万人以上となる。日本の三井、韓国の現代、カナダの Bombardier、フランスの SNCF、スペインの Ranfe などの外国資本がこの商談の獲得を狙っている。(FT.com, 9/23/2012)



ホテル & リゾート

(1) アコー、ブラジルでホテル展開加速

Accor が、2016 年までにブラジルで 250 のホテルを展開する計画だ。ブラジルで現在展開しているホテルは 13,819 室におよぶ。2012 年には、新たに 22 のホテル（3,068 室）を開業する。(wsj.com, 9/26/2012)

(2) 中国 7 デイズ 私企業化

中国エコノミーホテルチェーン 7 Days が、創業者たち、共同スポンサー、プライベートエクイティー企業の Carlyle Group と Sequoia Capital China によって未保有株を約

\$635m で買収し私企業化することとなった。 7 Days は、中国主要都市でサービスを制限したエコノミークラスホテルを運営し、過去 2 年間の全四半期で二桁の成長を遂げている。 8 月に、増益 23%、増収 27%の第 2 四半期決算を発表した。(wsj.com, 9/27/2012)

(3) 欧州オンライン賭博市場

欧州は世界最大の €90bn のオンライン賭博市場である (H2 Gaming Capital)。 今後 3 年間に更に €3bn 成長するだろう。 フランス、スペイン、ドイツは、オンライン賭博法の明確化 (greater clarity) に向かいつつあり、統制市場 (regulated) の拡大が進むだろう。

ドイツは、6 月にスポーツ賭博の収入に 5%の税金を導入し、Bwin Party, Betfair, Bet365 を含む業界を驚かせている。 フランスは、2010 年に turnover tax を導入するために Ladbrokes, Sportingbet, Paddy Power が仏市場から撤退した。 スポーツ賭博ライセンスの発給を準備しているスペインは、5 月に Bwin, Sportingbet, Betfair, William Hill に対して数百万ユーロの税金を課した。 そして、賭け人同士で賭けをする賭博エクステンションに対して新たなライセンス購入を義務づけさせることを考えている。 ギリシャも、ギリシャでオンライン賭博を展開している企業への課税を検討している。 下表は、賭博企業の主要な最近の動きだ。(FT.com, 10/01, 03/2012)

賭博企業	最近の動勢	備 考
William Hill	Sportingbet 買収して統制市場の豪州とスペイン市場参入を計画、	欧州市場が売上げの 92%を構成、欧州外市場参入が成長に不可欠
GVC (Man Island)	William Hill と組んで、Sportingbet の統制されていないグレー市場 (unregulated) の資産買収を計画	Sportingbet のトルコの資産を €142.5m で既にも買収
William Hill Online (William Hill と Playtech の合併)	統制されていない市場からの収入が 20%を構成、ギリシャでは、親会社のグローバルタルのサイトを利用している	統制されていない市場では、Web サイトを展開していない。 その市場の住人が賭けるのは、その人の責任に於いてその国の法に沿って賭けているという解釈だ。
Sportingbet	統制市場での営業を優先、フランスとトルコの資産を売却し豪州とスペインのライセンスを獲得した。	William Hill と GVC の共同買収 (非拘束オファー) を買収価格が安すぎるとして拒否している
Bwin.Party	Ongame ポーカーネットワークを現金 €15m で Amaya Group (加) に売却する、(米オンライン賭博規制が緩和された時点で Amaya は更に€10m を支払う)	Bwin は、2005 年に Ongame を€473m でスウェーデンの IT 企業より買収した。

（４）ネバダ州判事、ウインリゾーツの岡田和生氏保有株没収

10月2日米ネバダ州地方裁判所は、パチスロメーカーのユニバーサルエンターテインメント会長岡田氏の Wynn Resorts 株 19.6%の返還請求を退けた。岡田氏が保有していた株式は、2月に、同氏の取締役としての定款に違反する不適切な行為を理由に、Wynn Resorts の取締役会によって市価の 30%の価格である \$1.9bn の約束手形（期間 10 年）により強制的に買い戻されている。裁判所は、岡田氏が裁判を継続するための十分な証拠を提出していないと判断した。(wsj.com, 10/02/2012)

（３）ノブ ホテル予約受付開始

セレブシェフ Nobu Matsushita（松下 信幸）の初めてのホテル Nobu Hotel Caesars（181 室）が 2013 年 2 月 4 日に Las Vegas で開業する。ホテルに隣接して世界最大の Nobu Restaurant が 1 月にオープンする。(travelweekly.com, 10/01/2012)



A guestroom at Nobu Hotel Caesars Palace.

編集後記

ツーリズム振興へ 長期的関係築こう

（トラベル ジャーナル 9 月 10 日号掲載原稿）

LCC の 101 ルールブックには、「旅行会社をバイパスしろ」と書いてある。旅行会社に支払うコミッションなどの流通コストをカットするためだ。航空機を 1 機種にして機種固定費を削減し、サブ空港を使用して空港使用料を引き下げ、機内サービスを無くして臨客費を切り詰めるなど運航コストを徹底的に削減しているがそれだけではない。販売費についても例外でない。自社サイトでもって数百円の超格安航空券（1 円の場合さえある）の特別販売を実施して広告費をカットしている。売れる見込みのない空席を使用した特別販売なので、全くと言ってよいほどコストがかからない。ただ同然の航空券を餌に、

自社直販サイトへトラフィックを掻き集めるのだから広告が必要ないと言う訳だ。

ところが LCC 先進国の欧米では、最近この LCC ルールブックがかなり頻繁に書き換えられている。 1 機種 of 航空機だけかと思ったら 2 機種以上の航空機編成にしたり、サブ空港だけでなくハブ空港へも乗入れたり、そして B2C に加えて旅行会社経由の B2B も併用したりしている。 この原因は LCC 市場の成熟化だ。 将来の成長をサステイナブルなものとするために、LCC は格安からハイイールド旅客市場への参入を狙っている。

米国では、LCC のパイオニアのサウスウエストが全米で一二位を争う混雑空港のニューヨーク ラガーディアを含む幾つかのハブ空港へ乗入れた。 そしてハワイや国際線への乗り入れを計画している。 JFK 空港を基地とするジェットブルーは、A320 に加えてブラジル製の Embraer 190 (100 席) を導入して航空機の編成を 2 機種とした。 そして JAL やエミレーツを含む世界の FSA (フルサービス航空) 21 社とのコードシェアを開始している。 コードシェア運営には、GDS を利用する旅行会社経由販売も当然前提になる。 サウスウエストもジェットブルーも今ではコストが上昇し、最早ローコストではなくなりつつある。 米国で LCC のオリジナルのモデルを維持しているのは、最低コストを誇るスピリット航空とアレジアン航空ぐらいしか残っていない。 どちらも手荷物料金などの付帯サービス運賃収入を、総収入比 31% (アレジアン) ~40% (スピリット) と世界のどこの航空会社よりも大きく計上している特徴を持つ。 スピリットは、機内持ち込み手荷物さえ有料化しているくらいだ。 アレジアンの親会社は、旅行会社のアレジアン・トラベルだ。 その関係で、米国の LCC の中では旅行会社と最も深い関係を有している。 アレジアン・パッケージズをインハウスに保有し、アレジアン航空を利用した小規模都市からラスベガスなどの観光地向け休暇パッケージ旅行を販売している。

世界最大の LCC 市場である欧州はどうだろうか。 LCC ルール破りのリーダーは英国のイーゲージェットだ。 イーゲージェットは、イーグルの古い法人需要の獲得に積極的に乗り出している。 法人需要を獲得するために、世界 3 大 GDS にも参加した。 そして予約変更可能な Flexi 運賃を導入し、昨年法人販売部まで新設した。 一方、国際線旅客数で世界最大の航空会社だと喧伝しているライアン航空 (アイルランド) は、オリジナルの LCC ルールブックを守っている数少ない LCC だ。 その自社直販サイト販売は 99% に達している。 ライアンを含む欧州の大手 LCC は、ホテルやレンタカーやアトラクションなどの数多くのノンエアー旅行関連商品を積極的に販売している。 そしてそれらのコンテンツを OTA などから調達し、販売量に見合うリフェラル収入を稼いでいる。 ここでは、LCC が旅行会社にもなっている見たいだ。 それどころか“オンライン旅行百貨店”を作っている見たいだ。 欧州で見過ごせないのは、トーマスクックとチュウイの世界最大ツアオペレータ 2 社の存在だ。 この両社は、リテール部門に加えホテルや航空会社やクルーズを保有する所謂垂

直統合型のツアオペとして有名だ。両社は、グループ企業全体でそれぞれ 90 機程度の航空機を保有ないしリースしているが、一時参入した LCC 市場から撤退し、最近では主として北部欧州から中長距離の目的地向けのパッケージツアーを販売している。ツアオペの欧州域内短距離パッケージは、LCC の格安“エアー＋ホテル”に駆逐されてしまっている。

アジアは、LCC の供給比率が約 20%程度と欧米の 30%～40%と比べてまだ低いこともあって、LCC ルールブック破りは顕著ではない。旅行会社との関係も、上海春秋国際旅行社の春秋航空やエアーアジアとエクスペディアの合弁企業設立を除いて余り存在していないようだ。

ところで LCC 3 社の就航でやっと LCC 黎明期に入ったとも言える日本市場ではどうなるのだろうか？ LCC は、ルールブックを頑に守って B2C を押し通すつもりなのだろうか？ ジェットスターのごとく、B2C から B2B へ流通戦略を変更した LCC も既に存在する。パッケージが多い日本では、旅行会社抜きで成り立たつのだろうか？ 仲介業者である旅行会社とサプライヤーの関係は、昔から互いに愛憎半ばする関係にある。サプライヤーは、需給が緩和すると積み増した在庫の一扫を旅行会社に依存し、反対に需給が逼迫して供給不足になると直販を優先させて旅行会社を見向きもしないか或は取引条件を厳しくする、そんな不安定な関係が長年続いている。旅行は、景気の波動に左右されやすい悪名高いサイクリックに需要が変動する市場だ。在庫の多寡に基づいたサプライヤーと旅行会社との関係は、どうしても短期的な小さな算盤をいじくり回す関係でしかない。それよりも、日本のツーリズム全体をもっと振興させるような長期的関係を、この際に LCC と旅行会社の両者でもって築けないものだろうか？

日本でも LCC は、既に欧米で立証されている通り、格安運賃により新規需要を必ず創造するだろう。（ライアンは、新規需要を 40%も創出した。）そして、将来は欧米市場と同様誰も無視することができない大きな市場に成長するだろう。旅行会社は、今から LCC を使用した革新的なバリューのある旅行商品を造成し将来の日本の LCC 市場拡大に備えるべきではないだろうか。例えば目的地の廉価セカンドハウス不動産開発事業と旅行の組合せや、定期的里帰りや目的地でしか経験できないイベント参加型ツアーの開発とか、あるいは長期滞在型旅行商品などが考えられないのか。アレジアンや春秋のように、旅行会社が LCC を保有しても良いくらいだ。何もしないで攻守傍観を決め込んでいると、欧米の LCC が多くのノンエアー旅行関連商品を自社サイトで販売して“オンライン旅行百貨店”を作っている通り、LCC に旅行会社そのものの存在を危うくされてしまう可能性だって存在する。

(H.U.)

表紙：

FEMININE SIX

筆ペン, CPOPIC MULTILINER

画用紙 F2 DRAWING BOOK

2012 年 10 月作

TD 勉強会 情報 553 (以上)