平成 15 年 4 月 18 日

TD 勉強会　情報 25

DTW 4/9/2003

1. ARC's COMPASS Points To More Data

ARC のコンパス、データストアー39 ヶ月に

ARC の COMPASS データウエアーハウスは、この 10 月までに、過去のトランザクションのデータ保持を、27 ヶ月から 39 ヶ月に延長する。

DTW 4/9/2003

2. Two Travel Surveys Hit Home

米国旅行意識調査、空前の自動車旅行増示唆

最近の二つの旅行者意識調査は、多くの米国民が国外旅行を中止し、国内旅行、それも自動車による旅行を考えていることを明らかにしている。

TIA (Travel Industry Association) の 3 月 20 日から 25 日間の 1,200 人の調査によると､イラク紛争と経済不況の為に、71 %が国外旅行には興味を覚えないと回答している。
2001 年のアウトバウンド旅行支出は▲13 %減少（▲$10.4B ）した。（ 2002 年データは不詳）
カナダが唯一の国外旅行希望先に残っているが、これとて最近のトロントに於ける SARS の問題により大きな影響を受けるだろう。

回答者の 81%がこの先数ヶ月以内に国内レジャー旅行すると言っているが、46%は未だ計画を立てていない。　間際予約化の最近の傾向が良く現れている。

もう一つの調査は、4 月 2 日発表の Yessawich, Pepperdine, Brown and Russell の 2,800 人を調査したもので、ここでは、7%がイラク紛争により旅行を中止すると回答している。 また 75%がイラク紛争は次の旅行計画に影響しないと回答している。 影響すると答えた 25 %の中には、国外旅行の縮小、自動車による旅行、特定の目的地の回避、米国キャリアのみの使用、短距離目的地の選択などが上がっている。

空前の RV などによる自動車国内旅行が到来するかもしれない。

DTW 4/9/2003

3. ARC Policy May Need Commission Tweak

ARC 航空券ボイド規制、微調整が必要か

6 月 4 日から実施予定の ARC 航空券 VOID 規制は、依然として旅行社からの反発が継続している。 発券日の翌日のみが GDS VOID 可能なこの案に対し、旅行社側から、今度は、これでは単発インセンティブコミッション契約に障害が出るとクレームが上がっている。
ARC は態度を一切明らかにしていないが、システムに手を加える事になるかもしれない。

PhoCusWright 4/11/2003

4. Diller Takes The High Ground

In Online Hotel Sales – Current And Future

USAI、今後もホテル販売重視

(今度はホテルドットコム完全子会社化)

USA Interactive (USAI)は、先月の Expedia 残余株式の購入に続いて、今度は Hotels.com の残余株式全株を購入し、Expedia 同様完全子会社化する。

昨年 9-11 直後の Expedia 株の買い増し（$1B ）、先月のイラク戦争直前の Expedia 残余株購入（$ 3.3B ）、そして今回のイラク戦争直後の Hotels.com 残余株購入（$ 1.1B ）と、業界全体

が未曾有の低迷期の Diller (USAI CEO)の大胆な投資は、人々を驚かせている。

Expedia と Hotels.com は両社で昨年$6B （7 千 2 百億円）のオンライン旅行販売の実績を持つ世界最大のオンライン旅行社である。　オンライン旅行社のホテル販売の 60%、オンライン旅行社総販売の 40%、米国オンライン旅行総販売額の 20%のシェアーを持つ巨大なオンライン旅行社である。
今春には、Hotels.com がダイナミック　パッケジング　テクノロジーを導入し、バケーション販売を開始する予定。

業界のオブザーバーは、USAI が遂に TV のようなマスメディアに移行するのではと見る向きもあるが、Diller はこれを否定し、次のように述べている。
ユビキタスなブロードバンドのアクセスが普及するには未だ時間がかかる。　USAI のそもそもの狙いはスピードの速い太いデータパイプによるスクリーン上での双方向。 それが実現するまでは、現時点のビジョンである以下を追及し、利益を計上して行く事である。
— Ticketmastrer　サービスでコンサートのティケットを購入し、
— Hotels.com でホテルを予約し、
— Expedia で航空券を購入し、
— Home Shopping Network (HSN)で洋服を購入する

USAI が来るべきブロードバンド時代を睨んで、着々とコンテント作りを進めている事は疑いない事実である。

DTW 4/14/2003

5. KDS On Cross-Country Mission

KDS、法人予約システムで GDS に対抗

フランスに国際本社を持つ KDS (Klee Data System)は、新ニッチとして法人予約ツールで Amadeus の e-Travel、Sabre の GetThere に対抗する。

通貨換算、言語の問題など国際性への対応に優れ、欧州鉄道及び、JetBlue、EasyJet、Germanwings などのローコストキャリアのアクセスが可能。
60 社に及ぶ顧客には、Shell Oil （英、蘭）、Novartis （スイス）、BP （英）がある。

2001 年より北米で営業開始、現在 Accor North America と Autodesk を顧客に持っている。

TDR 4/14/2003

6. Online Hotel Bookings Healthy Despite War

オンラインホテル予約 回復急

TravelClick （ II Base ）は、3 月と 4 月第 1 週のホテルサイト調査の結果を発表している。
これによると、イラク戦争開始後の 3 月第 3 週は▲9~▲15 %のサイトビジター減（ホテル予約は▲5~▲10 %減)、しかしながら 4 月第 1 週には著しい回復が見られ、＋ 2~＋ 4 %のサイトビジターが増加している。
一方、GDS のホテルリクエストは、4 月第 1 週は微増に止まっている。
（何れも 3 月第 1 週比）

DTW 4/15/2003

7. Hilton, Expedia Sign Merchant Agreement

ヒルトン、エクスペディアとマーチャント契約

Hilton は、自社の CRS と Expedia のデータベースを直接接続（ directconnecting ）する 2005 年迄有効なマーチャントアグリーメントを締結した。 Six Continents と Expedia のアグリーメントと同様、ホテルは Expedia を通じて価格とネットインベントリーのアベイラビリティーをコントロールすることが可能。
Expedia は Hilton の第三者優先 Web サイトに指定され、18 %以下（ 28 %でなく）のマークアップを載せたマーチャント販売を行う。

このニュースとは直接関係ないが、Hilton は、全ての所有、運営受託、ないしはフランチャイジーに対して､彼等が全てのディストリビューション チャネルに提供する客室価格の統一を要求した（指示した)。 これは、オンラインリテェラーに奪われていた価格コントロール権の回復と、ブランドイメージの維持を図るためのものである。 ロイヤルカスタマーへベストバリュー

の提供を確実なものにするため、格安価格の提供を禁止する。

TDR 4/14/2003

8. New Version Of Aergo

アマデウス法人予約ツール新バージョン

Amadeus は、e-TravelAergo の最新バージョンを発表した。 バックアップポリシー機能が追加され、出張規程通りに旅程が組めない場合をバックアップする second-tire travel policy をサポートする。

DTW 4/14/2003

9. United Joins Sabre's Web-fare Program

UA、セーバーの Web 運賃プログラムに参加

UA は、Sabre の Direct Connect Availability （ DCA ）プログラムに参加する。 これにより、UA は、4 月 15 日から Sabre 端末に Web 運賃を提供する。 Sabre は、その見返りに、UA に対しブッキングフィーを▲12.5 %割引する。

UA の他は、US Airways と、ネットワークキャリアーではないが Sun County, Air Jamaica, Aloha Air, Aserca, Aeropostal, Gulf Air, Air India の 7 社が参加している。

DTW 4/15/2003

10. Panel: Carriers Focused On Control, Not Savings

ガリレオのモメンタム、AA のエブリフェアー

ガリレオの上席部長 Flo Lugi は、NYC で開催された Travel Commerce Conference and Expo のパネルディスカッションで、“資金繰りに苦しむキャリアが、コストセーブのみに焦点を当てているならば、必ず Galileo の Momentum プログラムに参加する筈だ”、と述べている。 しか

しながら実際は、今のところ 3 社しか参加していない。

Momentum プログラムは、キャリアにブッキングフィーを▲20 %割り引くもので、その見返りにキャリアは Galileo 端末に Web 運賃を提供しなければならない。 今のところ UA、US Airways、CO の３社が参加している。 （CO は今月参加）
▲20 %割引の中味は、半分の 10 %が Galileo 本体から、残りの 10 %即ち 50 セントがこのプログラムに参加する旅行社より支払われる。 プログラム参加旅行社は、Galileo のサブスクライバーのおよそ 25 %を占め、Cendant の旅行運営部門、Rosenbluth international、Casto Travel 等が参加している。 旅行社負担分の 10 %は GDS インセンティブから減額される。

上席部長 Lugi は、参加キャリアの少ない事について、“キャリアは、3 年間の契約期間を嫌っている他、もっと大幅な割引を欲しているのかもしれない。”と述べている。

同じパネルで、Travelocity Business の社長 Ellen Keszler は、“キャリアの真の狙いは自社サイト経由の直販である。 しかしながら、旅行社販売は、オンラインの平均航空券価格より $ 200 以上も高く、Sabre 端末販売は Orbitz 経由より航空券当たり $ 3.34 もコストが低いのにもかかわらず、旅行社バイパスを試みるのは理解できない”、と発言している。

Keszler は、AA の EveryFare プログラムに触れ、“AA が 5 年間も Web 運賃提供を保証するとは限らない。 旅行社に取っては良いプログラムとは言えない。”とコメントしている。

EveryFare プログラムとは、これに参加する旅行社が AA のブッキングフィーを肩代わりする見返りに AA の Web 運賃にアクセス出来る 5 年契約のプログラム。 肩代わりするブッキングフィーの額は、契約初年度から最終年度にかけて漸増して行く。 現在全米 TOP50 旅行社の内の 6 社が参加している。

DTW 4/15/2003

11. Hotwire Develops Consumer Travel Packages

ホットワイヤー、パッケージ販売開始

航空会社 6 社と TexasPacific Group により作られた Hotwire は、パッケージ販売を開始する。エアーとレンタカーはオペーク販売 — ブランド名とスケジュール（エアーの場合）は購入完了まで明らかにされない（ opaque 販売） — であるが、ホテルはチョイスが可能（但

し価格はオペーク)。　Hotwire はこのシステムを自社開発している。

航空会社 6 社とは、America West, AA, CO, NW, UA, US Airways。　2000 年 10 月に営業開始、昨年のオンラインランキングは Priceline についで第 6 位。　Priceline に対抗して作られたキャリア主導の逆オークションサイト。

DTW 4/16/2003

12. Joe Leonard:

Recovery Is Here; It Has Happen

ローコストキャリア社長の興味深い発言

ローコストキャリアの AirTran Airways の CEO Joe Leonardo が NYC の Wings Club で面白い事を言っている。以下にその要約を箇条書きにする。

— 多くのエアライン幹部は、航空業界のリカバリーを願っているけれど、彼等は現実が判っていない。

— 25 %の供給過多をコンプレーンするのではなく、何故それを解消しないのか。　依然としてシェアー獲得競争に狂奔している。　そしてバランスシートを壊している。　9-11 の直後の数週間で供給を回復させている。

— メジャーの AirTran 独占市場への浸入が、AirTran を、安い価格を武器に大手キャリアの市場に向かわせている。　AirTran 価格は市場で出回っている価格の平均▲60 %低い。

— エアライン幹部は永続する変化と戦っている。（ jousting with changes that are permanent.）　“真の変化”とは間際予約を掘り出し、イールド管理を破壊したインターネットである。

— 価格の透明性が大幅に増加しているので、旅行者は効率良く価格の選別が可能。　AirTran や Southwest の意に反して伝統的キャリアは目茶目茶な運賃を創り出している。

— コモディティービジネスであり、高いコストをカットせざるを得ないにもかかわらず、低運

賃子会社を創り出したりしている。　経営の焦点がずれている。

— AirTran は、安い、シンプルな運賃により、インターネットを活用して、昨年は全販売の 56 %がオンライン販売であった。　旅行社販売は 18 %～ 20 %であった。
Web の予約コストは 25 セントで、電話予約の平均 2.5 ドル、旅行社販売の 5.50 ドル（その大半が GDS フィー）を大きく下回っている。

— 労使関係も良好で、9-11 直後には、従業員との間で労働時間の短縮と給与のカットが合意され、供給減に見合うコスト構造を確立している。

— 2002 年に+25 %、2003 年には＋ 30 %、それ以降の 5 年間は毎年+25 %の成長を計画している。　利益が達成されない場合は計画を縮小する。

DTW 4/17/2003

13. Sabre's Bookings Dipped In Quarter

セーバーの第 1 四半期実績下降

Sabre の第 1 四半期の予約収入は、年同期比▲13 %低下の＄ 93.9M （ 112 億円）となった。
利益（ earnings ）は、▲26 %の＄ 64,9m （ 78 億円）であった。
旅行社からの収入は▲10 %の＄ 434.1M （▲10 %）、Travelocity は＋ 9 %の$80M であった。
世界的な経済の停滞と、イラク戦争が色濃く影響している。

TD 勉強会　情報 25　（ 以　上 ）