

TD 勉強会 情報 27

Forrester Brief 4/18/2003

1. Exploiting Small Firm's Focused Travel Tech Needs

小企業に必要な旅行テクノロジー開発

The Travel Industry Foolishly Ignores Small Accounts

Forrester Research が 380 のトラベルマネジャーを調査したところ、その 69%が標準的な出張予算規模である年\$1M (約 1.2 億円) 或いはそれ以下を持っていることが判明した。

旅行業界は、大企業との商売に焦点を当てているが、小企業に目を向けていない。もつと小企業に注意を払わなければいけない。何故ならば：

- **Small accounts don't have Lilliputian budgets.**

小企業は、結構大きな出張費を持っている。小規模アカウントは、10 人の社員のうち 4 人が業務出張を行なっている。これらの会社は、年平均\$1.4M (約 1.7 億円) の出張費を管理している。

| | | | |
|--------|-------|--|-----|
| 航空券 | 246 | | |
| ホテル | 259 | | |
| レンタカー | 167 | | |
| Amtrak | 53 | | |
| 小計 | 726 | 旅行直接経費 | 52% |
| 食事 | 191 | | |
| 電話 | 239 | | |
| TMC | 245 | Travel Management Company=法人相手の旅行社に対する手配料金 | |
| 小計 | 675 | 間接経費 | 48% |
| 合計 | 1,403 | 千ドル | |

殆ど半分の小企業は、米国以外でもビジネスを行なっているので、上記のほかに、外国人

社員の出張費に 755 千ドルを使っている。

- **Its managers wear too many hats to focus much on technology.**

小企業のトラベルマネジャー (TM) は、予約とか出張清算、会議場の準備などの基本的な旅行手配業務に煩わされている。ベンダーの選定やテクノロジーオペレーション管理が疎かにされている。

- **...except for Web booking, which is very popular.**

平均的な小企業の 47% がオンライン購入している。American Express、World Travel BTI、Rosenbluth International の様な TMC を使っているアカウントは、オンライン購入率は 51% と高くなる。オンライン購入は拡大するだろう。標準的な小企業は、2003 年に 52%、TMC 利用企業は、56% のオンライン購入を計画している。

Travel Tech Isn't Designed Or Priced For Small Firms' Needs

小企業の 60% は特定 TMC や航空会社、ホテルのようなサプライヤーの使用を義務付けている出張規定を有する管理されたアカウントである。現在はトラベルテクノロジーに焦点があたっていないが、彼らのニーズに完全にマッチする価格と性能を有するプロダクトが出てくれば、彼らはそれを採用するだろう。

- **Small accounts use TMC's and the Web but not corporate booking engines.**

小企業の 49% が TMC を使用し、その 35% が、Worldspan や Highwire の如くの法人予約エンジンを利用している。大企業の場合は、78% が TMC を使用し、79% が法人ブッキングエンジンを利用している。何故小企業の利用が少ないのか？ 予約エンジンが大企業用に最適に作られているからである。GetThere が小企業向けのプロダクトを未だ所有していない為、Sabre の Travelocity が小企業向けに Travelocity Business を展開しているのが、この良い例である。ブッキングエンジンを利用するマイノリティーでは、2/3 に近いアカウントが Orbitz のような Web 旅行社を使用し、60% がサプライヤーサイトから購入している。要すれば、ブッキングエンジンベンダーは、多くの商機を逸している。一方では、TMC が彼らの影響力の低下に苦しみ、GDS リベートとサプライヤーのオーバーライド収入を逸している。

- **They use other travel technologies but spend carefully.**

TM の最大関心事はテクノロジーではないが、その関心が弱いわけではない。たとえば、81% がビデオ会議を利用し、87% が勘定管理ソフトを使用し、そして 95% が出張者に対してモバイルや無線の連絡手段を使用している。しかしながらテクノロジーに対する投資

は、通常は、年一万ドル（約 120 万円）と小さい。

Small-Account Tech Winners Must Deliver Targeted Value

この小企業セクターは今年ホットなセクターとなるだろう。 殆どの小企業の出張旅費予算は固定化されているが、出張費を削減する企業の倍の企業が予算の増加を計画している。 伝統的な TMC は落ちぶれるだろう。 TM は、緊縮予算の現実のなかで出張者へのサービス改善を如何に向上させるかに腐心するだろう。

- **Web marketmakers will become the kingmakers of small-business travel.**

たったの 10%の TMC しかビジネストラベルテクノロジーの採用増に手を貸してくれないと小企業は言っている。 17%しか新しいテクノロジーの有益なアドバイスをくれず、たったの 28%しかマネジメントフィーの縮小に手助けしてくれないと言っている。 このような無残な状況を考えて見ると、三大オンライン旅行社（Expedia、Travelocity、Orbitz）のスマールビジネスイニシャティブは、成功するだろう。 強力なブランド、ショッピング比較ケイパビリティ、そして大手の法人アカウントディールに匹敵する交渉能力（小口を集めたコンソリディール）により成功するだろう。

- **Dollars will be allocated to communications, not applications.**

TM が欲するのと小企業が支出するものとのギャップが存在する。 例えば 53%がオンラインエクスペンスリポーティングを最優先と考えているが、84%が彼らの予算が固定化されていることを認識している。 何処で折り合うのか。 先ずモバイルとワイアレスコミュニケーションに、主に出張者のラップトップ用のモバイルホーン計画とワイアレスネットワークサービスに。 ビデオ会議は成長するだろう。 31%がこれを投資優先に上げている。 そしてこの数値は SARS 以前の話である。

DTW 4/21/2003

2. Orbitz for Business Accepts UATP Credit Card

オービッツ、UATP アクセプト

Orbitz の法人予約プログラム Orbitz for Business は、UATP カードをアクセプト開始する。 UATP は Orbitz と同様、エアラインによって所有されている。 法人はこのカードにより、航空と鉄道の切符の購入が可能。 カード発行航空会社による他社券発行にはマーチャントフィーが支払われる。

DTW 4/21/2003

3. Southwest Posts 48th Consecutive Profit

サウスウエスト 48 四半期連続利益

Southwest 航空は 48 期連続四半期利益となる\$24M (約 29 億円) の利益を、この第 1 四半期に計上した。これは前年同期比+14.3%。営業利益は+7.5%の\$1.35B (約 1 千 7 百億円) であった。この実績は、業界のトラブルにより影響を受けたと同社は語っている。第 2 四半期は、有るとしても控えめな収入増となるだろうと言っている。エアライン幹部は、第 2 四半期についても利益計上し、今年の供給を約 4%増加する予定と語っている。

TDDA 4/22/2003

4. Sabre Announces Dividend, Aims To Restore Confidence

セーバー四半期配当決定

Sabre の第 1 四半期実績は、収入で\$544M (約 650 億円)、前年同期比▲7.6%、一株当たり利益 45 セント (除く特別利益 36 セント=Cendant に一部資産の売却による) を計上した。いずれも GAAP ベース。

Sabre は、直近の業績に対する自信を市場に誇示する為に、一株当たり 7 セントの第 1 四半期配当を行なう。

各事業部門の収入実績は次の通り。

Sabre Travel Network ▲10.4% (グローバル予約▲13.3%)

Travelocity +8.6%、\$80M (グロス+14.4%、\$896M)、

ノンエアー収入が+75%、エアーは\$5 のサービスフィーの導入により+5%。

Sabre Airline Solution +6%、\$55M、(100 の航空会社と契約)

GetThere +4.3%、\$12M。

DTW 4/24/2003

5. JetBlue Continues To Soar, And Grow

ジェットブルー依然上昇、そして成長持続

JetBlue は、4月24日、第1四半期決算で\$17.4M（約21億円）の利益を計上した。前年同期比+33.5%、営業利益は+62.8%の\$217.1M（約260億円）であった。

今年についても新路線を開設すると、CEOのDavid Neelemanは述べている。

同社は、A320新造機65機とオプション50機を4月24日に発注した。これらの新機材は、2004年から2011年にかけて導入される。保有の41機に加え、既に確定発注の46機と今回の発注を全て加えると、Southwest航空のフリートは、2012年にはA320が202機となる。

DTW 4/24/2003

6. Commerce Dept. Asks For Board Applications

商務省、インバウンド人材募集

商務省は、新しいUS Travel and Tourism Promotion Advisory Boardのメンバーを募集する。インバウンドツーリズム振興のための\$50M（約60億円）にのぼるマーケティングキャンペーンへの助言が求められる。任期は2005年4月1日までで無給。

DTW 4/29/2003

7. CO Ticket Offices Add Service Charge

COチケットオフィス、サービスチャージ導入

COは市内のチケットオフィスで、旅行社の手数料と同様のサービスチャージを導入する。トランザクションあたり\$10を、顧客の航空券購入時、或いは手数料のかからない

既存の航空券の予約変更時に徴収する。 コールセンター、continental.com、チケットカウンター（空港？）のトランザクションは無料。 航空会社でチャージを導入するのは、AA（\$5）に続き、CO が 2 社目。 CO はチャージ導入と同時に 6 の市内チケットオフィスを開鎖し、更に 6 のオフィスをこの 6 月までに閉鎖する。 これにより CO の市内チケットオフィスの数は 35 となる。

DTW 4/29/2003

8. CO's Web Fares Available To Amexco Clients

CO Web 運賃、アメックス顧客に

American Express は、法人顧客に対し Web 運賃を提供するための契約を、AA に次いで CO と結んだ。（AA との契約は Amexco 独自のものであり、AA の EveryFare プログラムとは異なる）

CO 及び AA の Web 運賃は、TravelBahn DS (Distribution System) と呼ばれる Amexco の新しい専用テクノロジーの一部を利用して今年末までには広く展開されるだろう。TravelBahn DS は、エアラインに対して、彼らの Web 運賃をコスト増無しに、顧客に届けることが出来る。

Amexco は他のキャリアともこのプログラムへの参加交渉を行なっている。

DTW 4/3-0/2003

9. Agency Suit Is Out....But Not Down

コミッションカット訴訟却下、が訴訟継続か？

連邦判事は NYC の旅行社 Power Travel International の集団代表訴訟を退けた。 しかし判事は裁定の中で、コミッションカットは ARC 契約の誠実履行義務 (good-faith obligation) 違反の根拠があるとはっきり述べている。 コミッションの支払いは ARC 契約の暗黙的契約条項にあたりと米国地方裁判所南部地区の Robert Sweet 判事は述べている。

しかしコミッションを縮小する権利は、キャリアが有しており、縮小の度合いが限りなくゼロに近づくことを考えると、原告に与えるダメージはほんの僅かであるとして、訴えを退けた。同時に判事はダメージの理屈 (theory of damages) を要求し、原告 Power Travel に 20 日以内の再訴訟の機会を与えている。

Power Travel と弁護人は、ARC 契約にはキャリアがベースコミッションをゼロに出来るとは何処にも書かれておらず、旅行社の混乱を回避する為に少なくとも誠意ある事前通告があつてしかるべきだったと述べ、訴訟の継続する強い意思があることを表明している。メジャーのコミッションカットに対する訴訟は、この他に昨年米国旅行業界 10 大ニュースに載った現在係争中の Salah ケースが余りにも有名。

DTW 4/30/2003

10. Naked Truth: Nude Recreation Expands

ヌードリクリエーション拡大

ヌードリクリエーションとヌードトラベルセクターが拡大している。

全米ヌードリクリエーションクラブによると、1992 年に \$120M の市場が、\$400M (約 580 億円) にまで成長、現在 267 の着衣オプションクラブとリゾートが存在し、5 万人の会員を有している。過去 10 年間に +75% 拡大している。

5 月 2 日のマイアミとカンクーン間ヌード便の運航の他、Carnival Cruise による 7 ヌードクルーズと、この秋には南カルフォルニアでヌードディナー鉄道が予定されている。

DTW 4/30/2003

11. Spirit To Continue NWA Pricing Fight

スピリッツ、NW と価格訴訟継続

低運賃キャリア Spirit の 3 年間にわたる NW の略奪的運賃 (predatory pricing) を訴えた訴訟は、3 月 31 日、米国地方裁判所により却下された。

Spirit は、1995 年に DTT=PHL 乗り入れの際、最低片道運賃\$49、平均\$57~72 を設定したが、この路線で 70%のシェアを持つ NW がこれにマッチングすると同時に増便した。同様のことが 1996 年の Spirit の DTT=BOS 路線開設で発生、両路線から Spirit が撤退した後で、NW は運賃を Spirit 参入以前の高い運賃に戻し、増便を取り止めている。 Spirit は NW のこの行為は市場支配を濫用した略奪的行為であるとして訴え起こしていた。

法的な競争と違法な略奪行為との区別が明確に出来なかったことが、訴えの却下に繋がった。 略奪的行為の法的ガイドライン基準の一つであるコストを割り込んだ運賃設定の証明が出来なかったためである。 Spirit は、裁判所は、NW の収入算定を、最低運賃使用のローカル区間旅客（乗り継ぎ客を除いた）、もしくは運賃に敏感な旅客のみを対象とするべきだったとコンプレインしている。

Spirit は再度この訴訟に挑戦すると言っている。 低運賃航空会社の同様の訴訟が増えるかもしれない。

DTW 4/30/2003

12. It's Apparent: Opportunities in Slow Adoption

オンライン旅行社の法人予約攻勢

昨年より、Expedia と Orbitz が低料金で、セルフサービスプロダクトでもって、法人旅行市場に食い込んでいる。 伝統的旅行社の法人商売がインターネットジャイアンツ達に取られている。

もし企業が出張規定を持たず、そしてもし出張者が自分で旅程の手配をすることを厭わなければ、\$5 のトランザクションフィーのインターネットジャイアンツには、伝統的旅行社の\$50 フィーでは太刀打ちできないだろう。 法人旅行の最大手の一つである Navigant International も客をオンライン旅行社に取られていることを認めている。

今度はこれに Travelocity が Travelocity Business で参入する。 Travelocity Business の社長は、この市場は\$82B（約 1 兆円）にのぼる大きな市場と見ている。

既存の法人相手の旅行社は徹底した差別化を図り、これらのインターネットジャイアンツに対抗しなければならない。

インターネットジャイアンツに対抗し、且つ法人アカウントのコスト削減に寄与する為に、旅行社は、Galileo の Highwire の如くの法人セルフ予約ツールを企業に展開しているが、

なかなか出張者のツール使用が進まない。(Adoption レートが上がらない)

法人の“社内文化”等により使用励行指示が困難であったり、社員が煩わしい煩雑な予約手配を嫌ったりしていることがその原因。 それにトランザクションフィーが旅行社ノータッチの完全セルフ予約の場合で\$10~15、マニュアル品質管理と発券を伴う場合で\$15~25かかる。 いずれにしても経費削減に厳しい企業のセルフ予約ツール導入は進むだろう。

複雑な旅程は依然として旅行社手配、単純なポイント予約はインターネットジャイアーツでの予約となるのかもしれない。

TD 勉強会 情報 27 (以 上)