

# TD 勉強会 情報 248

## 1. TDR 11 月 29 日号の要約

- (1) ユーザー ジェネレーテッド コンテンツ旅行者と旅行社を掴む
  - (2) オンライン旅行社のロイヤルティー プログラム フィーバー
  - (3) UGC サイトのユニーク ビジター数 10 月実績
  - (4) ホテルとバケーション レンタルの競争
2. 「連載」(2) (最終回) ファオーカス ライト レポート  
行動ターゲティング： 消費者行動と旅行広告のマッチング
  3. 航空会社、公害対策でプレッシャーを受ける
  4. アメリカの空が、コンソリデーションの話で充満
  5. 其の他のニュース



Workers for Delta Air Lines gathered Wednesday at the Georgia International Convention Center in Atlanta to protest an \$8.5 billion bid by US Airways to buy Delta, which is operating under bankruptcy protection. (関連記事： P 20 参照)

## 1. TDR 11 月 29 日号の要約

Travel Distribution Report の 11 月 29 日号は、ユーザー ジェネレーテッド コンテンツの話を中心に、以下の 4 つの記事を掲載している。

- (1) ユーザー ジェネレーテッド コンテンツ旅行者と旅行社を掴む
- (2) オンライン旅行社のロイヤルティー プログラム フィーバー
- (3) UGC サイトのユニーク ビジター数 10 月実績
- (4) ホテルとバケーション レンタルの競争

以下に、各要約を記す。

### (1) ユーザー ジェネレーテッド コンテンツ旅行者と旅行の会社を掴む

User-Generated Content Grabs Travelers' And Travel Companies' Attention

*See who's prioritizing the consumer's voice and why.*

嘗ては、一か八かの最低価格でもって旅行商品を販売していた旅行社が、価格一辺倒では駄目な事に気が付き始めている。 ユーザー ジェネレーテッド コンテンツ (user-generated content = UGC) が、多くの旅行サイトに出現している。 そして、多くの人達は、この現象を「トラベル 2.0」と呼んでいる。 そして、それが普及し始めている。 消費者は、商業中心の企業が発信する情報 (コンテンツ) よりも、仲間達の意見を尊重している為だ。 だから、多くの旅行の会社、オンライン旅行社 (OTA) から旅行検索会社までが、彼等のオファリングの中に UGC を取り込む事を計画している。

ブログのレビューにより、UGC は、色褪せて来ていると言う人達が居るが、OTA 達は、その様には考えていない。 Sabre は、買収した旅行コミュニティ IgoUgo を、Travelocity に統合し様としている。 Expedia は、同社のコミュニティ サイト TripAdvisor (2004 年買収) を、近い将来、Expedia のサイトに、より統合すると言っている。 OTA は、ユーザーが作り出すコンテンツには、よほどの口汚い罵りを除いて、殆ど修正を加えていない。 OTA ではないが、旅行検索エンジンの SideStep も、ホテルの UGC サイト TravelPost.com を買収している。

これ等の UGC 投資は、成功している様だ。 Forrester research の調査によると、米国のオンライン レジャー旅行者の 1/3 が、ユーザーが書いたレビューを利用している。

旅行業界の幹部は次の通り発言している；

- 伝統的 OTA が変革を求められるのでれば、それには、UGC が鍵となるだろう。世の中は、品質保証から、人々が我々のプロダクトについて何と言っているか？を追求する、次のレベルに進んでいる。(Expedia)
- UGC は、トランザクションを増加させる、キー アセットである。(Priceline)
- 消費者に、サプライヤーに付いて言いたい放題を言わせる事は、旅行サイトのサプライヤーとの関係を悪化させるリスクがあるが、そのリスクを賭ける価値はある。サプライヤーも、自分達の矯正の為にネガティブなコメントを欲している。(Travelocity)
- UGC は確かに大切だが、価格もやはり大事だ。価格は、依然として商売を動かす、唯一ではないが一つの基準となる。(Expedia)
- 消費者との感情的なコネクション (emotional connection) が大切。従って、UGC よりも、パーソナライズした検索結果を生み出す事に集中している。(Kayak.com)
- だれも盲目的に UGC に金を注ぎ込んでいない。トラベル 2.0 を始める前に、自分達の消費者は何を求めているのかを、考えなければいけない。(Nurun Inc.)

□

### Social Networking: The Next Step For UGC?

CGU と似た様な、MySpace や YouTube のサイトの如くのソーシャル ネットワーキングが、旅行の会社の熱い眼差しを集めている。そして、多くの旅行サイトが、この人気の広まっているソーシャル ネットワーキング トレンドを、お金に換える事を模索している。

Forrester Research の調査によれば、レジャー旅行者の 29%が、昨年、彼等のレジャー旅行を調査するのに、ブログや RSS のコンピューティング テクノロジーを使用している。 Carlyle Group の社長 Allan Thygesen は、ソーシャル ネットワーキングを最も採算良く統合する前に、旅行の会社はやるべき事が多く有る、と言っている。新規の採用者の為には、ソーシャル ネットワーキングは、モット構造化される必要が有ると言っている。“旅行の MySpace”として知られている TripMates の如くの新興企業は、ソーシャル ネットワーキング サイトを一般的な旅のトピックスのサイトにしている。一方、CityTherapy.com の如くのネットワーキング サイトは、欧州旅行に特化している。Zimbio の如くのその他のサイトは、既存の旅行ネットワーキングをリストし、それのレビューを実施するサイトになっている。ソーシャル ネットワーキングを儲かる様にし、旅行の購入行為の中に於ける中心的な要素とする前に、旅行の会社の幹部達には、やるべき仕事が有りそうだ。 Travelhiker.com を調べてご覧。そこでは、幾人かの旅行ガイドの作者達に、サイト上で、実際のガイドになって貢っている。彼等は、サイトの広告収入の一定部分をシェアーし

ている。 □

### YouTubeについて

2005年2月、米カリフォルニア州サンマテオで設立。CEOは元PayPal従業員のチャド・ハリー。従業員数67人(2006年10月現在)[1]。Tubeは英語でブラウン管(Cathode Ray Tube)の意味がある。キャッチコピーはBroadcast Yourself. (あなた自身を配信せよ)。設立のきっかけは「ビデオ映像を簡単に誰でも共有したかった」からである。

サイトは英語で構成されている。サービスは全て無料で利用できる。随所でAjaxが用いられており、YouTubeを利用するにはJavaScriptを有効にする必要がある。動画閲覧だけなら登録は不要だが、稀に会員しか見られない動画もある。登録すると以下のサービスを利用できる。

- 容量100MB、10分までの動画ファイルを容易にアップロードし、公開できる。
- 動画を5段階で評価したり、動画やメンバーにコメントを付けたりする事が出来る。
- 動画をまとめたプレイリストを作成・公開する機能、お気に入り機能がある。
- 特定のメンバー同士で動画を共有できる。

動画やコメントなどにUser Nameが表示されるため、ソーシャル・ネットワーキング・サービスにも分類される。アップロードできるのは動画ファイルのみで、音声ファイルなどはアップロードできない。

2006年4月21日時点で4000万の動画があり、日に3万5千の動画がアップロードされていることがプレスリリースで発表された。利便性から世界的に人気があり、Google VideoやAsk Videoなど似たサービスは他にもあるが、動画の数はYouTubeが圧倒的に多く、同系統のサイトでは最大規模になっている。(但し、最近は下記のとおり規制が厳しくなってきたのでユーザーが離れつつある)他にも動画に対するタグ(動画を分類するキーワード、メタデータの一種)を自由に付けられることや、人気タグ一覧が表示されるタグクラウドの実装など、写真共有サイトFlickrの動画マルチ版ともいえる存在である。

2005年2月会社設立。

- |             |  |
|-------------|--|
| 2005年11月7日  | ベンチャーキャピタルSequoia Capitalから350万ドルの投資を受ける。  |
| 2006年2月16日  | NBCが著作権の侵害として、テレビ番組「サタデー・ナイト・ライブ」の「Lazy Sunday」の映像を削除。大手のテレビ局からの要請による動画削除はこの件が初めてであった。 |
| 2006年3月27日  | 10分を超える動画ファイルのアップロードを制限。   |
| 2006年4月5日   | Sequoia Capitalから800万ドルの投資を受ける(二度目)。   |
| 2006年4月10日- | Director制度開始。  |
| 2006年6月15日  | -大規模な違法コンテンツ(アニメなど)の削除活動が始まる。  |

2006年6月24日	-音楽家専用のアカウントを作れるMusicians制度が始まる。
2006年6月27日	かつて否定的な立場をとっていたNBCユニバーサルが一転し、提携を発表。自局番組の宣伝動画などの配信を始める。
2006年7月14日	ニュース記者のロバート・ターが著作権侵害でYouTubeに対し米連邦地裁で訴訟を起こす。
2006年8月4日	メンテナンスを行い、デザインをリニューアル、新機能を追加。
2006年9月中旬	プレイヤーのデザインを再びリニューアル。
2006年10月2日～6日	日本の著作権関係権利者団体・事業者（テレビ局など）が集中的に削除要請を行い、約3万件のファイルが削除される。
2006年10月9日	Googleが16億5000万ドルでYouTubeを株式交換で買収した。但し、ブランド名やサービスなどは既存のままであり、Googleのグループ会社になる。ちなみにこのうちの2億ドルが訴訟対策費用となる予定。
2006年10月	QuickList機能が追加される。
2006年11月6日	Time誌の「Invention of the Year for 2006」に選ばれる。
2006年12月7日	新サービスの実験用サイトとしてTestTube（テストチューブ）を開設。最初の実験として、チャットルームで同じ動画を鑑賞、感想を書き込むなどが可能な「Stream」を公開した。（ <a href="http://ja.wikipedia.org/">http://ja.wikipedia.org/</a> ）

## （2）オンライン旅行社のロイヤルティー プログラム フィーバー

OTAs Catch Loyalty Fever, Round Up Fast Response

*Expedia and Travelocity pave the way for non-supplier-branded loyalty programs.*

ロイヤルティー プログラムは、サプライヤーだけのモノではない。オンライン旅行社の Expedia と Travelocity は、最近、彼等のサイトで調査するだけの顧客を予約に結びつける為に、（即ち、コンバージョン率の向上の為に）、ロイヤルティー プログラムを導入した。両社は、サプライヤーのロイヤルティー プログラムよりも、より早い、より簡単なポイントの蓄積をオファーしていると同時に、サプライヤーのプログラムと競争するのではなくて、補完する事を考えている。その為に、フリークエントでない顧客にもプログラムを提供し、そしてアワードの償還には、所謂ロックアウト（使用禁止期間など）の障害を取り除いている。両社のプログラムの概要は、以下の通りである。

### **Expedia: Building On A Base Of Millions**

Expedia は、プログラムの会員数が多くなければ効果がないと考えて、Citigroup の既存のロイヤルティー プログラム Citigroup Thank You Network（会員数 1,000 万人）と提携する

事にした。この提携開始で、Thank You の会員は、Expedia でポイントを使用して旅行商品の購入も出来るし、その反対に、Expedia に於ける購入で、ポイントを貯めて、Citigroup のその他の提携アフィリエートでそれを使用する事も出来る。この方式は、プログラムに入会する為の、新しい特別なクレジット カードの作成必要がないので、顧客に取っては極めて都合が良い、と Expedia は言っている。Expedia の調査によると、新規カード作成が、顧客のプログラム参加を遠のけている一つの理由となっている。

### Travelocity: Making Travelers VIPs

Travelocity が導入したロイヤルティー プログラム VIP は、2 つの方法が採用されている。1 つは、Travelocity.com での年間購入回数により、自動的に VIP 顧客を識別する方法だ。購入回数に基づいたオマケを顧客に配るシステムだ。2 番目の方法は、顧客に、Travelocity Rewards Master Card に参加して貰う方法。この Barclays Bank と提携したプログラムは、通常のカードと変わりなく、アフィリエートに於ける購入毎にポイントが蓄積されて行く。クレジット カードによる通常の買い物には、\$1 の購入毎に 1 ポイントが付くが、Travelocity.com でのホテルやエアーの購入には、\$1 の購入に 2 ポイントのオマケを付けている。ライト プラス ホテルの購入には、それが 3 ポイントに増加する。

残る大手オンライン旅行社の Orbitz は、ロイヤルティー プログラムを開始する意思は無いと言っている。彼等は、Orbitz の TLC プログラムによるカスタマー ケア サービスの方が、ロイヤルティー プログラムよりも勝っていると言っている。他社のロイヤルティー プログラムは、単なる“飾り物”でしか過ぎず、顧客の心を動かすのは、品質の優れたサービスの良いプロダクトでしかあり得ない、と Orbitz は主張している。どちらが正しいか、暫くすれば分かるだろう。□

### (3) UGC サイトのユニーク ビジター数 10 月実績

#### Travel Community Lure Online Travelers Who Put Stock In Their Own Advice

トラベル 2.0 の時代にあって、UGC が大流行している。全てのオンライン旅行社は、消費者レビュー や リコメンデーション や 写真を、彼等のサイト オファリングに追加している。旅行の購入へのフォーカスに加えて、Expedia や ZUJI のオンライン旅行社では、旅行の計画プロセスにより注意を払い、プロダクト レビューのインベントリーを作り上げつつある。そして、ごく最近では、旅行検索エンジンの SideStep が、最近買収したホテルのレビュー サイト TravelPost.com を、自身のサイトに統合しつつある。TravelPost は、オンラインの旅行の会社のセットの一部を成すモノで、バイアスのかからない、旅行 UGC のトレンドか

ら生まれたサイトの1つで、時には“コミュニティ”とも呼ばれている。下表は、人気コミュニティ サイトのユニーク ビジター数とビズター当たりのページ ビュー数の10月実績である。

ESTIMATED NUMBER OF U.S. UNIQUE VISITORS: 2005 - 2006				
	Oct. 2006	change over prev. month	low point	high point
<b>TripAdvisor</b> - Expedia, Inc est. 2000	4,172,202	↓ - 4.8%	3.1M (Dec. 2005)	6.2M (July 2005)
<b>VirtualTourist</b> est. 1999	905,808	↑ + 3.5%	650K (Dec. 2005)	1.18M (March 2005)
<b>MYTravelGuide</b> - Priceline Inc est. 2000	648,423	↓ - 17.0%	265K (Dec. 2005)	1.1M (June 2005)
<b>IgoUgo</b> - Sabre Holdings est. 2000	212,383	↓ - 13.1%	212K (Oct. 2006)	530K (July 2005)
<b>TravelPost</b> - SideStep est. 2004	200,148	↑ + 2.7%	47K (Oct. 2005)	280K (July 2005)

PAGE / VISITS REPORTS: October 2006		
	pages / visit*	change over previous month
<b>TripAdvisor</b>	8.4	↓ - 1.1 %
<b>VirtualTourist</b>	5.8	↑ + 1.2 %
<b>MYTravelGuide</b>	4.4	↓ - 5.6 %
<b>IgoUgo</b>	6.7	↑ + 18.8 %
<b>TravelPost</b>	4.1	↓ - 9.3 %

\* Measures how many pages the average person views on each visit to the site. Sites with the higher scores attract more interaction from users.

*Source:* Compete Inc. Compete.com's new online tools let you conduct your own research for Web site analytics. Visit the site to find snapshots for "every site on the Internet." ■

□

#### (4) ホテルとバケーション レンタルの競争

Move Over, Hotels: Vacation Rental Properties To Make Serious Competition

*Leisure Link CEO dishes on how accommodation alternatives are expanding their distribution reach.*

多くのレジャー旅客が、家庭と同じ様なリラックス出来る新しいスタイルの宿泊施設を求めている。と言う事は、台所や、広いスペースのリビング ルームが必要になる。となると、正にバケーション レンタルが、その需要に打ってつけのプロパティとなる。しかし、彼等は、顧客へのリーチに強く無い。

コンド ホテル、バケーション オーナーシップ プロパティー、プロフェッショナル マネジド レンタル、オーナー マネジド レンタルを含む、多くのバケーション レンタル プロパティーは、未だ e-コマースの流通の段階には至っていない。 最近迄、これ等の多くの企業は、エレクトリック チャネルをバイパスし、古典的な紙のカタログを愛好していた。 しかし、ここに来て、バケーション レンタル業界に、電子流通と収入管理のプラットホームを提供する Leisure Link Inc. と言う会社が現れた。 ホテルは、まだ深刻な脅威を受けていないが、バケーション レンタルは、これから益々成長し、電子的流通手段の採用も相俟って、ホテルに対する大きなプレッシャーを与えるだろう。

Leisure Link は、バケーション レンタル プロダクトを、GDS (Worldspan, Sabre, Galileo)、大手オンライン旅行社、独立 Web サイト経由で、旅行社と消費者に利用可能にする。 効率的な販売を可能にする為に、Leisure Link は、バケーション レンタルから、写真と、柔軟性に富んだ価格を要求する。

バケーション レンタルは、どうしたら顧客を引きつける事が出来、どうやってプロダクトをオファーしたら良いのかについて、ホテルの方法を学んでいる。 今迄の伝統的な固定された土曜日チェックインの 7 日間滞在を改め、クリーニング サービスを毎日導入し、コンセルジェとインルーム ダイニングをオファーしている。 エアーやホテルが実施している様に、需要の多寡に基づいたプライシングを開始している。

幾つかのホテルは、ブランドの育成にも手を出し始めている。 そして、ホテルと同様、消費者の作り出すレーティング システムを含む Web 2,0 のフィーチャーを使いつつある。 その上、オーバーライドを含めると、14%あるいは 15%の高いコミッション レートを提供している。

直ぐに、ホテルとバケーション レンタルの、より一層の競争が始まるだろう。 そして、レンタルのプロパティー同士間の競争も激しさを増すだろう。 □ ■

## 2. Behavioral Targeting: Matching Travel Advertising with Consumer Behavior (September 29, 2006)

「2回連載物」 フォーカスライト レポート (最終回)

### 行動ターゲティング： 旅行広告と消費者行動のマッチング

#### Technical analysis and methodology

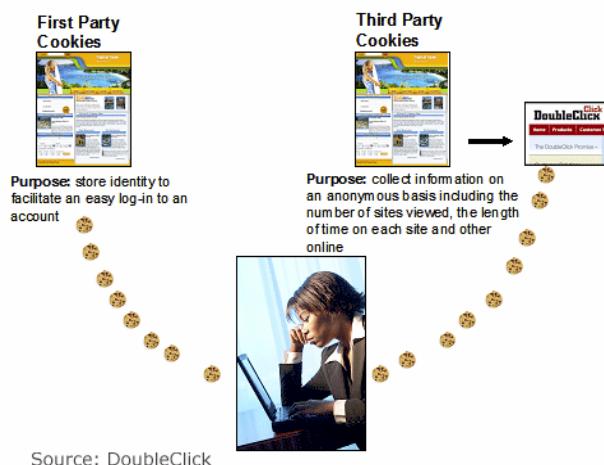
##### The Use of Cookies

消費者のショッピング行動をモニターする最も一般的な手法は、Web サイトを閲覧する時に、ユーザー情報（即ち、プリファレンス、閲覧したページ）を格納する小さなコンピュータ ファイルが作り出す、クッキーの使用である。一般的には、Web サイトのクッキーは、コンピュータのその他の情報にはアクセスする事が出来ない。そして、一度作られると、クッキーを作ったその Web だけがそれを読み取る事が出来る。

##### First Party Cookies

First Party Cookies は、現在、閲覧している Web サイトを起点とするか、若しくは、そこへ送られる。(Figure 1 参照) この手法による最も一般的なケースでは、アカウントへの容易なログインをさせる為の、アイデンティティーの格納用にクッキーが使用されている。集められる個人情報は、消費者によって提供される情報、通常はログイン名とパスワードに限定されている。

Figure 1: Types of Cookies



旅行に於いては、殆どの予約サイトが、旅程に関する情報を格納するクッキーを使用している。 クッキーは、何時も選択する出発地、或は、最後に検索したホテルの都市の情報を捕捉する事が出来る。 一般的には、First Party Cookies は、次回のサイト訪問時の閲覧をカスタマイズする為に、そのサイト内の閲覧されたページの記録を格納する。

クッキーは、一般的な Web マーケティング ツールである。 最近の 100 万サイトの調査によると、24.1%のサーバーが、Web ページと一緒にクッキーを送りつけている。 First party cookies の使用は、事前の開示 (upfront disclosure) を要求せず、その代わり、通常は、Web サイトのプライバシー ポリシーを含んでいる。 殆どのインターネット ブラウザーは、消費者にクッキーのオプトアウトを可能にしている。

### **Third Party Cookies**

Third Party cookies は、消費者が、現在閲覧しているモノとは異なるサイトを起点とするか、それに送付されるかの何れかである。 これ等のタイプのクッキーは、広告目的の為の Web ページを追跡するために、最も一般的に使われている。 消費者のショッピングと購入行動を追跡する事によって、旅行のマーケターは、その行動により合った広告を打つ事が可能になるだろう。

しばしば、このクッキーを第三者に送りつけるのは、広告ネットワークである。 Third Party Cookies は、一般的には、送り主匿名ベースで情報を収集する様に設計されている。 消費者がショッピングしている時に、third party cookies は、訪問された Web サイトの記録を捕捉し、第三者の広告サーバーにその情報を送り返す。 そして、そのサーバーは、消費者が次回の広告ネットワークが管理しているサイトを訪問した時に、特定の広告コンテンツが送付される様にコントロールする。 捕捉情報には、サイトの閲覧数、各サイトに滞在した時間、その他のオンライン データが含まれる。

クッキーの使用は、それ自身がチャレンジな事である。 幾つかの推定は、インターネット ユーザーの 58% 位が、自分達を分からなくする為に、クッキーを削除し、そして、39% が毎月ベースでクッキーを削除しているのではないかと示唆している。 これに対抗する為に、United Virtualities (NYC) は、PIE (persistent identification element) と呼ばれる新しいテクノロジーをオンライン マーケター達に提供している。 このテクノロジーは、ブラウザーに一度アップロードされると、取り除く事が難しく、削除されたクッキーを回復し、バックアップする事が出来る。

### 追跡クッキー /サードパーティ クッキー

クッキーは本来、唯一それを設定したサイトからのみアクセスが可能です。 これは利用者が1つのサイトから他のサイトに移動している間も、元のサイトでの情報を保存しておくためです。 しかしこの技術が悪名高い DoubleClick 社によって乱用されました。 その手法は、彼らのサーバーからさまざまなバナー広告を表示し、それらのサーバーからクッキーを設定、読み込むことでユーザーのサーフィングを追跡することです。 これらのクッキーは、サードパーティ クッキーと呼ばれるもので、ユーザーが表示しているWebサーバーから設定されるファーストパーティ クッキーとは違って、見えない間に、バナー広告に埋め込まれたJava スクリプトにより設定されます。 DoubleClickは、数千ものWebサイトに広告を持っていて、それらの各広告は自身のサーバーから呼び出され、クッキーを設定、読み込みを繰り返すことで、ユーザーがどこにいるかを把握することができるシステムを構築することができました。

クッキーは、スパイウェアではありません。 しかしクッキーの技術を乱用したこうしたシステムは、ユーザーの嗜好の監視、プライバシーの侵害であることは確かです。

([www.shareedge.com/spywareguide/txt\\_articles.php?article=txt\\_20050604.php](http://www.shareedge.com/spywareguide/txt_articles.php?article=txt_20050604.php) )

### Adware

アドウエアとは、匿名ベースのユーザー行動に関する情報を受領する消費者の承認と引き換えに、無料で配られる広告をサポートするソフトウェアを意味する。 アドウエアの機能は、追跡の方法がアプリケーションを使用している事を除くと、third party cookies と同じ方法で、匿名ユーザーの Web サイト行動を集める。 業界では、アドウエアが、現実的には、次に述べるスパイウェアと同一でないかと言う強い議論が存在する。

### Spyware

スパイウェアは、“ユーザーのインターネット接続時に、彼等に気が付かれない様に、通常は広告の目的で、密かにユーザー情報を集めるソフトウェア”である。 この定義の性質の為に、ある人にとってのアドウエアが、他人にとっては、単なるスパイウェアとなってしまう。 2つの唯一の違いは、アプリケーションが作り出す悪意の活動のレベルである。 例えば、Kazaa の如くの人気のある楽曲交換サイトの利用者は、彼等は、実際はスパイウェアをダウンロードしているにも拘らず、単に、ピアツーピア ネットワークで新しい曲をダウンロードしていると考えている。

スパイウェアに対する注意が新聞紙上を賑わせている。 *Business Week* は、最近、7月17日付けの紙上で、“The Plot to Hijack Your Computer”（コンピュータ ハイジャックの計画）

を特集している。この記事は、捕まえ難い各種のスパイウェアを乱用した廉で、Direct Revenue 社 (NYC のアドウェア マーケター) を NYC 州の検事長 Eliot Spitzer が起訴した話を報道している。旅行業界も、DL, Travelocity, Priceline 等を含んで、Direct Revenue 社と一度は関係を持っている。3 社は、もう Direct Revenue 社との取引は中止したと言っている。しかし、Yahoo!との関係を通じて、依然として Direct Revenue は、3 社の広告を出しているかも知れない。

Yahoo!は、数百、数千の広告主を顧客に抱えている。広告は Yahoo!サイトに掲載され、その他のオンライン編集者やディストリビューターに、追加手数料が支払われる。順繰りに、それ等のディストリビューターは、Direct Revenue の如くの企業に、広告を掲載するかも知れない。Direct Revenue 社の Web サイトによれば、NYC 州の検事長 Eliot Spitzer の起訴は、「以前の会社のプラクティスで、現在のアドウェア戦略ではない」と語っている。

Direct Revenue 社の行動広告マーケターへの変身は、彼等のプロダクトを、破壊的ツールとしてよりはポジティブなプロダクトとして再配置している、この世界のその他の企業の行動と一致する。これ等の企業には、スパイウェアのイメージから成功裡に行動データイングをフォーカスした企業に変身した Claria (元 Gator) が含まれる。

### スパイウェアの定義

#### 狭義のスパイウェアと広義のスパイウェア

スパイウェアという用語は、よく知られているように曖昧な用語です。従って、それを使う場合には、必ずそれが狭義のスパイウェアなのか広義のスパイウェアなのかを、お互に意識しておく必要があります。

#### 狭義のスパイ ソフトウェア

狭義のスパイウェアとは、スパイ行為をするソフトウェアということになります。単にスパイ行為をするソフトウェアと言っても、多くの種類や方法が存在します。例えば、キーロガー、バックアドア、リモートアクセスの機能を持つソフトウェアなどがその代表的なものです。これらのソフトウェアでは、ユーザーの操作記録を盗んだりする、遠隔地からコンピュータを操作することができます。スパイウェアの定義が立場によって違ってくる論点の一つの例として、広義のスパイウェアに含まれる、広告を目的としたソフトウェア、“アドウェア”と呼ばれるソフトウェアがあります。

アドウェアとは、一般にポップアップ広告を表示することを目的としたソフトウェアです。つまり、アドウェアだからスパイウェアではないという主張なのです。ある意味正しいようですが、こうした論争になると、間違った理解や定義になってしまふことに気づかれると思います。実際スパイウェアをスパイウェア、アドウェア、パラサイトウェアな

どと 機能を基づいて分類することができます。 しかし、アドウエアだから脅威は無いとは言えません。 純粋にアドウエア機能のみを持つソフトウェアであればセキュリティへの脅威は少ないといえますが、多くの悪意を持ったスパイウェアは、例えばアドウエア機能とバックドア機能と共に持っているなどと、複合化されているので注意が必要です。 従って、アドウエアとして分類可能なソフトウェアも、その危険度を考えると、様々にレベル分けされます。 実際、アドウエアと呼ばれるソフトウェアでも、様々な技術が利用されているからです。

### アドウエア

アドウエアを代表する手法として、ブラウザ ヘルパー オブジェクトとしてIEにインストールされ、検索キーワードを他のサイトにリダイレクトし、関連した商品広告や、購入サイトへのリンクを表示したり、関連商品のポップアップ広告を表示したりものがあります。 多くの場合、IE の開始ページや検索ページ、更にお気に入りにリンクを追加します。 これ等はまた、高速検索機能として謳ったモノもあります。 検索キーワードは、固有の識別子（IP アドレス）とともに、その制御サーバーに送られます。

IPアドレスから個人情報に関連つけることは困難ですが、インストール時にそうした情報を入力するような仕組みを持つことで、簡単に可能になります。 悪意のあるものは、ブラウザ ハイジャックやポップアップを利用して、ユーザーを特定の Web ページに巧妙に誘導します。 悪意のあるWebページを開くと、非常に危険なことが予想されます。

例えば、開いたと同時にActive-Xドライブ バイ ダウンロードとばれる方法で、ソフトウェアをユーザーに見えない内にインストールしたりします。 常にインターネット接続を経由して、制御サーバーから新しい広告（ユーザーの嗜好に合わせた）を表示する機能を有した ものもあります。 また、アップデータと呼ばれる機能を有しているものは、インターネットに接続できる環境で、自分自身を制御サーバーから常にアップデートしたり、他のソフトウェアをダウンロードしたりすることもできます。

実はスパイウェアの脅威とは、こうした技術や手法を複数組み合わせた攻撃が簡単にできてしまうことがあります。 これらスパイウェアは、侵入時点では直接悪意を持ったソフトウェアとして振舞うことはなく、単にバックアドア、トロイの木馬として機能します。 この時点では、まだユーザーには、何かが起きていることは分かりません。

### 広義のスパイウェアの定義

こうした、アドウエアの技術を利用した悪意のあるソフトウェアも存在することが理解できれば、単にアドウエアはスパイウェアではない、という論争が無意味なことが分かると思います。

では、広義のスパイウェアとはなにか？ 広義のスパイウェアは、その機能からではなく、むしろユーザーの視点で、それがどんな行為をするかという観点から、以下の3つで定義し

ます。

- ユーザーが知らない間にインストールしたり、ユーザーの知らない（認知しない、または承諾しない）行動をしたりするソフトウェア/ハードウェア
  - ユーザー情報をユーザーの知らない間に、外部に送信するソフトウェア/ハードウェア
  - インストール後、容易にアンインストールや削除ができないソフトウェア／ハードウェア
- 記事提供：株式会社ネクステッジテクノロジー  
(<http://japan.internet.com/column/webtech/20050609/6.html>より抜粋)

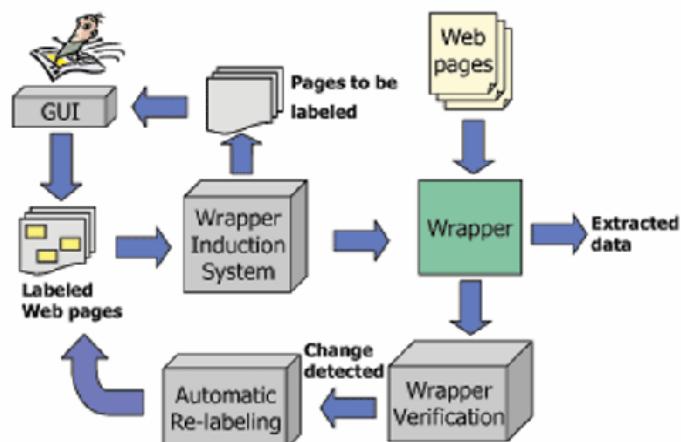
## Wrapper Technology

ラッパー誘導 (wrapper induction) は、非構造化された Web サイトから情報を抽出する事が出来るプロシージャの自動的生成と定義される。 XML の使用が増加していると謂えども、殆どの Web イトでは依然として HTML が主流なフォーマットとなっているので、膨大な無関係の情報の中から、正確なコンテンツだけを自動的に抽出するのを困難にしている。(Fig. 2 参照)

### ラッパー wrapper

「汚くてどうしようもない」「機能的に不完全」などなど、とにかくタコな他人の作ったプログラムや概念などに対し、散々文句や罵詈雑言を浴びせた挙句に「だからと言って全部捨てる必要は無い」と平気で言ってのける往生際の悪い人間が、「すべてを最初から構築するよりは自分的に『美しい』と感じるようなインターフェースだけを作ったほうが早い」と判断した場合に、その汚い部分を覆い被さって包み込み、見えなくするようなインターフェースの事。<http://glossary.tank.jp/t0473.html> )

Figure 2: Wrapper Induction



Source: Robert J. Glushko

ラッパー誘導は、一般的には、広告のプレースメントよりは、コンテンツの抽出に利用される。しかし、これ等の抽出を格納するアプリケーションと、このテクノロジーを結びつける事によって、消費者のショッピングと購入の姿を明らかにさせる事が出来るだろう。ラッパー誘導手法を利用した旅行アプリケーションは、オンライン消費者のサイトに於ける行動に沿った広告出稿を可能にする。

もし、消費者が、特定の目的地に於けるホテル・レンタカー・エアーを検索したら、その消費者は、その場所への旅行を計画する可能性が高い事を示している。特に、消費者が計画段階に居る際に、消費者の行動にターゲットした広告を打つ事を可能にする事が出来るだろう。ラッパー テクノロジーは、クッキーと同じ様な問題を持っていないが、消費者の明示的な行動に限定されてしまうかも知れない。

### **Privacy Concerns**

プライバシーに対する心配は、行動ターゲティング テクニークの最も大きな問題である。消費者は、広告をブロックし、クッキーをアクセプトせず、或は、定期的に全てのクッキーを消去する能力を有している。クッキー無しでは、殆どの行動ターゲティング テクニークは存在出来ない。これ等の問題に加えて、現在の行動追跡テクニークは、同一コンピュータを使用する、異なった人を区別する事が出来ないと言う問題が存在する。そして、消費者のコンピュータからアドウェアをモニターし取り除く、無料のソフトウェア アプリケーションも存在している。最も注目されているのが、業界をリードしているスパイウェア浄化ソリューションの LavaSoft だ。メディアが、プライバシーとスパイウェアについて継続して書き立てているので、正当な匿名行動トラッキングは、消費者のブロッキング テクニークによって邪魔されるかも知れない。

### **Control Over Ad Content**

広告主は、各種のサイトに彼等のコンテンツを配信するのに、良く広告ネットワークを使用している。DoubleClick の如くの伝統的アド ネットワークは、その企業のメッセージの幅広く配信するサービスを提供するが、行動ターゲティングに関して挑戦をもたらしている。Tacoda と Kanoodle は、行動ターゲティング テクニークを特に使用している 2つのアド ネットワークの例である。旅行の会社は、間違った消費者に間違った時間に広告を送り込む事を避ける為に、アド ネットワークを注意深く使用している行動ターゲティングにアプローチする必要が有る。広告ネットワークの、適切な行動ターゲット広告を保証する能力は、広告ネットワークとの交渉の、主要な討議項目にされるべきである。

## Market insights

行動広告は、継続して勢を増している。そして、そのプラクティスは、メジャーなアド ネットワークの間で、標準的なオファリングとなるだろう。 Tacoda や Revenue Science を含む行動アドバタイザーは、最近、行動ターゲティング ネットワークを立ち上げている。 MSN は、先月、 adCenter のペイド サーチ プログラムの一環として、行動ターゲティング の提供を開始している。そして、既存のオファリングを保有している Google や Yahoo! は、行動ターゲティングは将来の開発分野であると言っている。

## Travel Industry Examples

Revenue Science は、 AA 航空の Wall Street Journal Online (wsj.com) に於けるキャンペーン の成功は、行動広告が特に旅行の世界でも使える事の証であると、大きく宣伝している。このキャンペーンは、全オーディエンスに対するビジネス旅行者の構成を 115% 改善し、ターゲット ビジネス旅行者のブランド-メトリック スコアを、最大で +218% 増加させ、しかもヘビー ビジネス旅行者をターゲットした通常の広告よりも▲43% 費用が少なくて済んでいる。

ペリシャブルが特徴の旅行インベントリーには、行動ターゲティングがバリュेを持っている。 Boston 地区のマーケティング会社 Compete のディレクター Greg Saks は、旅行セクターを対象とした行動ターゲティングの採用について、最近、インタビューされて、こう回答している。

- ① 既に Web 上に存在する調査と購入行動に関する膨大なデータ（しかも、文字通り毎分、増加している）を完全に活用する単一プラットホームは、現在、存在しない。
- ② グッド ニュースは、旅行の会社が、その企業内で、自社サイトの顧客の行動データを活用し、効率的なカスタマイズしたターゲティング プラットホームを作り上げる事に關して、力強い学習カーブに居る事だ。
- ③ 業界は、各自が蓄えた全ての知識を持ち寄って、行動ターゲティングの完成を目指すべきである。それには、少なくとも、アト 6 ヶ月から 12 ヶ月はかかるだろう。

幾つかの旅行の会社は、コンテンツに特化した検索の為の特定ランディング ページを設定し、既に、本格的に行動ターゲティングに取り組んでいる。 Southwest 航空の “Ding!” デスクトップ ツールの成功は、個々の努力でも効果を持つ事を証明している。顧客の登録情報と、申告されたプリファレンスとサイトに於ける調査行動に基づいて、 Ding は、顧客に特別運賃とカスタマイズされたレート、或は、その他のプロモーションを送付する。従って、不振な路線や地域を見つけ出した時には、 Southwest は、ターゲット プロモに対

応出来る事となる。

これ等の例示は、旅行産業の行動ターゲッティングに対する、一寸した最初のまねごとであって、決してこの問題の最終章とはならない。 旅行産業は、依然として、行動モニタリングと顧客のプライバシー間のバランスを見つけ出す事を試みている。 要するに、全てのこれ等の努力は、“行動ターゲッティングが、ショッピングと購入のプロセスを助けてくれている” と言う顧客の知覚を得る事を目的としている。 このテクニーケのバリューが顧客によって理解される迄は、行動ターゲッティングは、ネガティブなイメージに苦しむだろう。 行動ターゲッティング テクノロジーは、依然として進化しつつあり、幅広い業界のアクセプタンスを得る為には、消費者のプロセスに対するオプトインが必須となるだろう。 何時の日かは、広告のオプトインがブラウザの中のオプションとなるかも知れない。

### **The Killer App for Target Advertising**

この記事でディスカスした通り、行動モニタリングとスパイウェアとの間には、明らかな境界線が存在する。 旅行産業に対する理想的なアプリケーションは、消費者の購入行動を匿名で追跡し、消費者の許しを得たターゲット化したメッセージを配信するモノとなるだろう。 これ等の 2 つのゴールは、お互いに排他的に存在するのかも知れない。 しかし、My Space や Facebook で育った世代が社会に出て來るので、その懸念は、弱まるだろう。 これ等の、これから世代は、プライバシーの問題を余り気にかけず、パーソナライズしたコンテンツのデリバリーにより焦点を当てている。 有効である為には、オンライン行動ターゲッティングは、消費者にバリューとコントロールを提供しなければならない。 もし広告が消費者のニーズに対応した、彼等が欲する真の情報を提供する事が出来れば、このコントロールは惜しげも無く大量に与えられるだろう。 今日の行動ターゲッティングは、全ての広告がよりターゲット化したアプローチに向かって進化しているので、このトレンドの始まりを示している。 ■

PhoCusWright GDX, November 6, 2006

Behavioral Targeting: Matching Travel Advertising with Consumer Behavior ( September 29, 2006 )

- 以 上 -

### 3. Airlines Feel Pressure As Pollution Fight Takes Off

#### 航空会社、公害対策でプレッシャーを受ける

世界航空路線網の拡大が、政府、環境問題専門官、環境保護団体の航空公害（排気ガス及びゴミ）に対する取り組み強化に拍車をかけている。長期的には、航空会社は、空港拡張の障害、排気ガス規制、貨客に対する課税強化に直面するだろう。欧州連合は、2011年には、航空機が出る二酸化炭酸ガスの有料化（トレーディングスキームへの編入？）を計画し、米国では、環境保護団体 National Association of Clean Air Agencies (WAS) が、10月に、政府の航空公害基準の設定が手ぬるいとして Environment Protection Agency を訴えている。

EPA は、幾つかの空港と協力して、ゴミのリサイクルに関する最良の業界標準の設定を試みている。Natural Resources Defense Council は、航空 2 団体と共に 1 年間かけて調査した報告書の中で、米航空業界は、膨大なゴミを廃棄し、そして、そのリサイクルの取り組みが進んでいないとレポートしている。航空会社と空港は、4,250 届のアルミ缶 (B747 × 58 機分に相当) (2004 年) と、9,000 届のプラスティックと、フットボール グランドに積み上げると高さ 230 フィート (69m) になる新聞や雑誌を毎年廃棄している。

航空機の排ガスは、1992 年の世界のグリーンハウス ガスの 3.5% しか構成していないが、2050 年には 5% に増加すると、国連の気象専門家が 1999 年に推定している。高い空での排ガスは、地球温暖化に大きな影響を与えるだろう、とこの専門家は語っている。

航空会社は、対策を取っていない訳では無い。BA は、機材更新は、環境問題が最も重要な機種選定のファクターになるだろうと言っている。そして、同社の Web サイトに、旅客に対して、搭乗した便が出る排ガスを相殺する為の料金を、Climate Case Trust Ltd 経由で支払うオプション “CO2 Emissions Calculator” を導入している。

Virgin Atlantic は、同社の航空機のタクシング、ライト パターン、エクイプメント スタンダードを変更して、排ガスの削減に取り組んでいる。

地上の話に戻そう。NRDC の報告書 “Trash Landings: How Airlines and Airports Can Clean Up Their Recycling Programs” は、航空業界のゴミのリサイクルへの取り組みが弱い（多分リサイクル率 20% 以下）事を指摘している。そして、2004 年の米国内空港が出る固形ゴミを 425,000 届と推定し、これが 2015 年には 650,000 届になるだろうと予測している。業界が、米国の平均リサイクル率 31% (2003 年) を守れば、これに伴ってセーブ出来るエ

エネルギーは、20,000 戸の家庭の 1 年分の電力の発電と、80,000 台の自動車の排ガスの削減を可能にする事が出来るとレポートしている。

業界のゴミの半分は、航空会社が出している。 残りは、空港の小売り商店とレストラン等のテナント達が廃棄しているゴミだ。 米国的主要 30 空港が出すゴミの量は、フロリダ州が出すゴミの量に匹敵する。 航空会社の脆弱な財務状況やセキュリティ対策の負荷等が、彼等のゴミのリサイクルに対する取り組みを遅らせている。 空港や機内にリサイクルゴミ用のスペースが用意されていない事や、短距離便に於ける仕分け時間が少ない事等が、リサイクル率を上げられない理由の一つになっている。 空港会社は、空港のインフラを改善しない限り、リサイクル率は上がらないと言っている。

航空に対するグリーン プレッシャーは、始まったばかりで、ここ数年間は、大きなインパクトとはなら無いだろう。 最初の環境活動家と航空会社間のバトルは、空港の規模の問題となるだろう。 航空会社は、運航コスト削減の為にも、空港混雑解消を要求するだろう。 航空当局は、増加する航空需要に対応する為に、新しい滑走路が必要だと言うだろう。 活動家達は、空港拡張が、トラフィックと公害を増やすと主張するだろう。

**Up in the Air**

The aviation industry faces pressure to combat the increasing pollution generated as flights proliferate around the world. A variety of emissions produced by jetliners:

Carbon Dioxide	EMISSION	IMPACT AT HIGH ALTITUDE	ISSUES
二酸化炭素	<b>Carbon Dioxide</b>	Traps heat in the atmosphere	Directly proportional to amount of fuel burned, so efficiency cuts CO <sub>2</sub> output
Nitrogen oxides	<b>Nitrogen oxides</b>	Can contribute to warming by creating ozone, but also can eliminate methane, a major greenhouse gas	Much greater impact at high altitude than at ground level, but atmospheric science not fully understood
Condensation trail	<b>Condensation trails (contrails)</b>	May help form cirrus clouds, a greenhouse factor	Dynamics not well understood
飛行雲	<b>Water vapor</b>	Traps heat in the atmosphere	Impact minor compared to other factors above
Water vapor	<b>Sulfate and soot</b>	May either heat or cool	Volume and impact small compared to other factors and to ground vehicles



Courtesy of Boeing

Source: United Nations Intergovernmental Panel on Climate Change

欧州連合は、1997 年の京都議定書とリンクしたシステムの下に、CO<sub>2</sub> 排ガスを有料化する。

欧州航空会社大手 31 社の団体である Association of European Airlines (Brussels) は、国際問題を理解していないと言って、この案を批判している。 欧州連合案は、欧州の航空機だけでなく、全ての航空機を対象にするのだ。 米国は、欧州以外の航空機を、一方的に欧州が規制する事は出来ないと言っている。 米国は、国連の ICAO にこの問題を委ねるべきだと主張している。

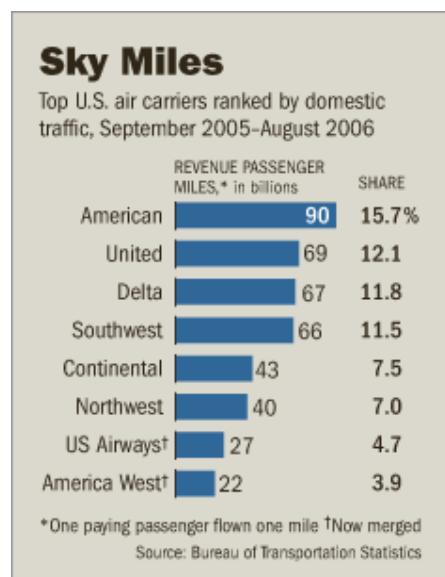
業界は、最近 10 年間、騒音と排ガスの劇的な削減に取り組んでいる。 そして、今後も新テクノロジーの開発のお陰で益々その削減を強化するだろう、と航空オフィシャルは言っている。 彼等は、二酸化炭酸ガスの排ガスの量は、燃料消費量と比例するので、航空会社には、既に排ガス削減のインセンティブがビルトインされていると主張している。 活動家達は、燃料消費効率は年 2% 程度しか改善されないのでに対して、航空トラフィックは、それを上回る毎年 +5% のペースで拡大している、と言っている。 ■

TD 勉強会、12 月 15 日

#### 4. アメリカの空が、コンソリデーションの話で充满

4 週間前に、US 航空が、Chapter-11 の保護下で事業運営を継続している DL 航空に対して敵対的ファーを提案したと思ったら、それよりも以前から、潜在的な合併ケースを想定して、業界 2 位の UA が、同 5 位の CO と合併の初期的な協議を開始していると言う。 こ協議に近い筋の人の話によれば、この協議が、今回の US の DL 敵対的買収提案により、一種の緊張感を生み出しているらしい。

米メジャー 6 社は、US の DL 買収攻勢が、大手航空会社間の合併に消極的であった当局の、方針変更のキッカケになるのではないかと、その成り行きを、固唾を飲んで注目している。 ャット財務的困窮から立ち直り、目に見えた収支改善を果たしつつあるメジャーは、殆どがコンソリデーションを欲している訳ではない。 歴史的に、余り上手く行っていない、そして計画通りの合併シナジーが完全には發揮できていないケースを熟知している多くの航空会社は、合併に消極的で、現状維持を継続したがっている。 しかし、何処かが何処かとコンソリした場合の、自身の競争不利を克服するために（取り残さ



れないために)、防御的な意味合いからコンソリの可能性を探っている。

UA と CO の結合は、UA の米西部路線および太平洋路線と、CO のラ米路線および欧州路線の組み合わせが、お互いの路線網の弱点を補完する理想的なネットワークを作り上げるだろう。(路線が重複しないと言うことは、合併シナジーがそれだけ少ない事も意味している。)

この協議の関係筋の人達は、この話は差し迫ったモノではなくて、具体的な事は何一つ進展していないと言っている。 アナリスト達は、合併には乗り越えなければならない 3 つハドルが横たわっている、と言っている。

即ち；

- ① 経営陣の分配 UA は、業界 No1 といわれている CO の経営チームにバトンを譲れるのか？ (本社所在地は HOU にできるのか？)
- ② 組合の統合 3 度の Chapter-11 を切り抜けて来て、比較的良好な労使関係が保たれている CO と、賃金を大幅に削減して (幹部にはリテンションの為の賞与を支給)、年金基金を解散させて労使関係が混乱している UA との間で、両社の組合は、上手く融和できるのだろうか？
- ③ 競争法審査 当局は、大手 2 社間の合併を果たして容認するのだろうか。 大手同士の合併は、路線の縮小と運賃の値上げを伴い、ゼロサムゲームに於いては、消費者不利となる。

上記の問題に加えて、話をヤヤコシクしているのが、NW が保有する CO の黄金株の存在だ。 NW は、CO とのマーケティング協定締結時点で、CO の M&A に拒否権を発動できる、25 年間有効な CO 黄金株を取得している。 従って、NW の承諾無しには、CO が何処のキャリアとも合併出来ない。

CO の経営陣は、UA との合併に消極的と言われている。 UA は、US が 85 億ドル (9,900 億円、45 億ドル現金 + 40 億ドル株式) 敵対的買収をオファーした DL にも、合併の話を持ちかけている。 DL の債権者団が、DL の単独会社再建案よりも、買収される案を好むとすれば、この場合は、DL の相手としては、US よりも UA の方が数段も勝っていると言う、アナリスト達が存在する。

一方、AirTran (HOU) が、Midwest Airlines (Oak Creek, Ill.) を、\$290m (340 億円) で買収する提案を行った。 この買収額は、12 月 12 日の株価に対して +24% のプレミアムが

載せられている。 AirTran は、より大規模な LCC を作りたがっている。 Midwest は、この提案に消極的であると言われている。

投資家達は、航空会社のコンソリデーションの動きを歓迎している。 短期的には、コンソリデーションのニュースが、航空会社株の値を上げている。(次ページ図：参照) また、少ない航空会社数は、それだけ航空会社の経営が安定する事を意味している。(それだけ、投資対象企業としての価値が向上する。) 業界は、DL の債権者団が、DL 経営陣に対して、帳簿の閲覧開示 (US の閲覧) を求めるだろうと予想している。



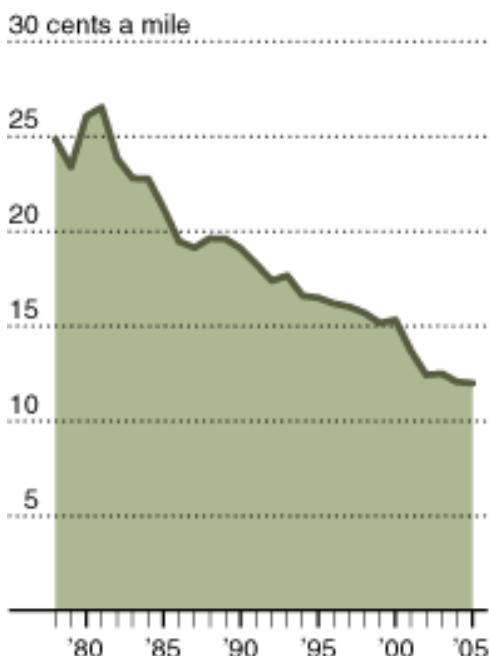
大手航空会社間の合併は、より少ない供給と、より高い運賃をもたらして、一般的には、消費者に不利な環境を形成する。 コマースと運輸の下院委員会次期議長 James L. Oberstar (民主 Minnesota) は、大手航空会社間の合併は、株主と航空会社幹部に恩恵をもたらすだけと言っている。 そして、競争法審査をする司法省が、メジャーの合併をブロックするべきだと発言している。 DOJ がブロックしない場合は、委員会が、公聴会を開催して、合併を阻止する事を検討すると語っている。

この動きに対して、US や UA 等のコンソリ推進者達は、今日では LCC が成長し、航空市場の競争環境は、以前と比べて大きく変化しているので、航空会社間の合併は、消費者に対する不利な環境を作り出さないと主張している。 LCC は 1990 年の 10% から、今では 35% に市場シェアが上昇している。 確かに、レガシー キャリアと LCC の熾烈な運賃競争の結果、消費者は、大幅な運賃低下の恩恵を受けている。 昨年の米国内線の運賃水準は、殆ど 1988 年のレベルと変わらない。 インフレの要素を加味すれば、寧ろ、航空運賃は継続して低下している。

何れにしても。 US の DL 買収の成否が、今後の米航空会社間のコンソリデーションの転換点となるだろう。 ■

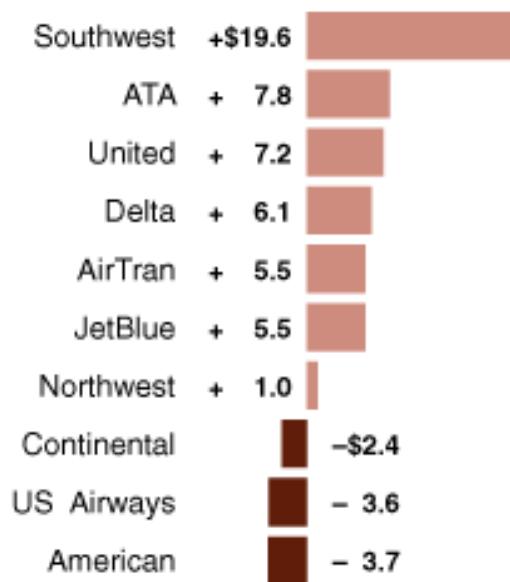
## Airfares Have Fallen ...

**AIRFARE YIELD**  
The price a passenger pays to fly, in 2005 dollars



## ... Thanks Mostly To a Few Airlines

**NET BENEFIT TO CONSUMERS**  
Estimate of how much consumers saved in 2000 because each airline was in business; figures in billions\*

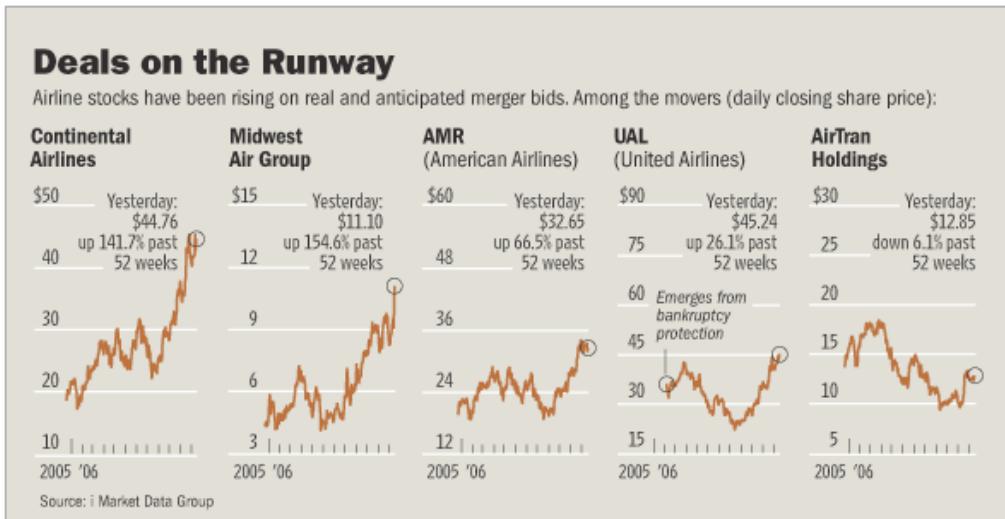


\*A positive number means the airline reduced consumer costs; a negative number means the airline increased consumer costs. The study ended in 2000, and one of the authors, Clifford Winston, notes that many airlines have restructured since then, changing their impact on how much consumers pay.

Sources: Air Transport Association; "Fares and Taxes Paid by Business Travelers," an economic study

The New York Times

右のグラフは、難解だ。 Southwest 航空が、存在しているから消費者は、+\$19.6bn の恩恵を受けている。 逆に言えば、Southwest が存在しないと、より高い運賃の支払を余儀なくされて、消費者は▲\$19.6bn 損をする。 AA が存在するから、LCC の発展余地が狭められて、AA が占有している路線で、消費者は、より高い運賃の支払を余儀なくされている。 従って、▲\$3.7bn も損をしている。 逆に言えば、AA が居なくなれば、消費者は+\$3.7bn 得する。



(FT.com, 12/13/2006; wsj.com, 12/13-14/06; nytimes.com, 12/13/2006 より抜粋)

## 5. 其の他のニュース

### 旅行流通 TD

#### (1) トムソン (英)、Tui の▲4,000 人のレイオフの大部分を負担

Tui (独) が予定している▲4,000 人のレイオフの大部分は、Thomson Holidays (Tui の英子会社) の 730 店舗を対照に実施される事になるだろう。顧客のパッケージ ツアー離れと、ホリデーとフライトのオンライン予約シフトが、Thomson の採算性を悪化させている。Tui は、Air Berlin の株式購入計画を破棄すると共に、大きな投資が必要なエアライン ビジネスの縮小を検討している。(FT.com, 12/8/2006)

#### (2) ティユーイ、今期欠損計上を警告

欧州最大の旅行グループ Tui は、今期の決算が赤字になる予定だと発表した。旅行部門と海運部門の価格下落と、リストラ費用、資産評価の下方修正などが、欠損計上の理由。特に海運レートの下落と、買収した CP Ships (加) の統合コストが、海運部門の欠損を拡大させている。旅行部門に於いては、暖簾代調整の除却損 (数億ユーロ=数百億円) の計上と、顧客の旅行社離れ (オンライン購入へのシフト) が収支に影響を与えていた。Tui

は、2008年迄のリストラ計画で、毎年▲250mユーロのコストカットとレイオフを実施する。それでも、2008年の利益見通しは、450mユーロ～550mユーロが予想され、昨年の見通しの650mを下回る。海運部門では400mユーロ～500mユーロとなり、前回見通し700mユーロを下回る。Tuiは、2008年迄に、オンライン販売比率を25%まで上昇させる他、保有する航空会社をTui Flyに統合する。そして、航空会社の資産をリースするホールディングカンパニーの設立を検討すると言っている。(FT.com, 12/15/2006)

### (3) トーマスクックCEO更迭される

Tuiに次ぐドイツの第2位の旅行とツーリズムグループThomas CookのCEO Thomas Holtrop(52、右)が、他のボードメンバー5人との間で生じた確執が原因で、辞任する事となった。12月11日のスペーバイザリーボードは、Holtropの契約を停止する事を決定している。昨年Deutsche TelekomのオンラインユニットのT-OnlineのヘッドからThomas Cook CEOに就任したHoltropは、高飛車な経営手法が、周りからの強い批判に晒されていた。



CEOの交代は、丁度、Thomas Cookのオーナーシップの変更が持ち上がっている時の出来事となる。後任には、英国/アイルランドThomas CookのヘッドManny Fontenla-Novoaの就任が有力となっている。同社は、百貨店のKarstadtQuelleとLH航空の共同所有であるが、KarstadtQuelleは、LHの持ち分を買収し、Thomas Cookの全株保有の意向を有している。LH航空は、株価が上昇し、より高い額での売却まで、売却するつもりは無いと言っている。(FT.com, 12/11/2006)

### (4) 米運輸保安局がホテル宿泊客の空港セキュリティ地域の入場を許可する

米運輸保安局(Transportation Security Administration)は、Grand Hyatt DFW Hotelの登録した宿泊客の空港ターミナルD地域への入場を許すパイロットプログラムを開始した。バックグランドチェックを済ませて、空港へ入場する為に登録した宿泊客は、特別ゲートから空港ターミナルD地域への入場が許可され、そこに在る商店モールでの買い物を楽しむ事が可能になる。このプログラムは、Dallas/Fort Worth International Airport Access Authorization to Commercial Establishments Beyond the Screening Checkpoint Pilot Program(AAACE)と呼ばれている。空港の商店は、航空旅客以外の買い物客を得る事が出来る様になり、売上増を期待している。これ以外にも、Denver Internationalを含む幾つかのホテルと隣接している空港で、同様のプログラムの導入が検討されている。(DTW, 12/7/2006)

## （5）米運輸保安局、靴のセキュリティー検査装置を認可

米運輸保安局（Transportation Security Administration）は、履いたままの靴を自動的にスキャン検査する Kiosk スタイルの機器を承認した。この機器の恩恵を受ける旅客は、少なくとも最初の内は、Registered Traveler プログラムへ参加した旅客へ限られる。Registered Traveler プログラムは、現在フロリダの Orlando 空港で、Verified Identity Pass (VIP) 社によりパイロット運営が実施されているが、TSA は、近々の内に、その他の空港への展開拡大を許可する方針。

この機器は、General Electric の子会社 GE Security 社 (VIP の少数株を保有) が開発した物で、靴の自動検査に加え、タッチスクリーンによる指紋検査時に、指に付着している爆破物の残留物検査も実施出来る。VIP 社は、この kiosk (1 台 \$150,000 ≈ 1,770 万円) を 20 台購入する。VIP 社以外で Registered Traveler プログラムに参加を希望しているサービス ベンダーには、Unisys と Saflink の 2 社が存在する。この内、Unisys は、靴のスキャナーの購入に加えて、backscatter technology (X 線で、衣服の下に隠し持つ危険物を探知出来る) の採用を検討している。(wsj.com, 12/13/2006)

Explosive-detecting kiosks, like this one in Orlando, Fla., allow travelers to keep their shoes on in security lines.

<b>A Faster Trip</b>	
Clear Registered Traveler's Orlando location is the only program up and running. However, two other providers are in the works.	
<b>Clear Registered Traveler</b>	Operated by Verified Identity Pass Inc. Has contracts to operate programs in Orlando, John F. Kennedy International Airport Terminal 7, Cincinnati, San Jose and Indianapolis.
<b>RT Go</b>	Operated by Unisys Corp. Has contract to operate program in Reno, Nev.
<b>Fast Lane Option</b>	Operated by Saflink Corp. Does not have any airport contract yet.



GE Security

## Registered traveler プログラム

プログラム参加旅客が、バイオ メトリック情報を含む個人情報を提出し、事前に TSA のバック グランド審査を受ける制度。TSA は、潜在的テロリストのリスト (No-Fly リスト) と照合する。審査をパスした旅客は、電子化された個人情報を格納したカードを所持し、空港のセキュリティー チェック ポイントを迅速に通過する事が出来る。Registered Traveler プログラムの実際の空港に於ける運営社は、TSA が認可したサービス プロバイダーが担当する。このプログラムへの参加には、年会費 \$100 程度が必要となる。

**(6) 業界と市民権運動グループが、旅客プロファイリング プログラム中止を求める**  
旅行業界の団体とプライバシー保護団体は、米国土安全保障省に対して、同省の Automated Targeting System の中止を求めていた。このプログラムが、① 間違ってインプットされた情報の修正が出来ない事、② 余りにも多くのオーディエンスに情報が開示される事、③ プライバシー規則に違反している事の 3 つが、プログラム中止の理由。DHS は、この大きな反響に対応して、コメントの締め切りを、12 月 29 日まで 40 日間延期した。

ATS は、元々は、米国向け貨物のマニフェストをスクリーニングする目的で 1990 年代初めに作られたプログラムであるが、それが 1990 年代中頃にインバウンド旅客にも適用される様になった。DHS は、DHS の設立（2002 年）以前から運営されているこのプログラムをレビューする目的で、今回、Federal Register で ATS に対するコメントを求めていた。ATS プログラムの概要は、以下の通りである。

- ATS は、TSA の Secure Flight (Registered Traveler?) 事前スクリーニング プログラムとは異なる。
- 出発 72 時間前迄に、39 フィールドに亘る旅客情報（座席情報、旅行代理店名、旅客の支払詳細、e-メール アドレスなど）の ATS ファイルが要求される。
- 送付された旅客情報は、DHS が保有する要テロ注意人物の全てのデータと照合され、危険人物の割り出しに使用される。
- 集められた ATS プロファイルは、40 年間 WAS の Customs and Border Protection のデータセンターに保管される。
- 間違って保管されてしまった情報は、当人の申し出により修正出来る機会が確保されている。
- 集められた情報は、危険人物割り出しの為に、税関、入管、外国当局、裁判所、議会オフィス、その他の第三者機関に開示される。
- この ATC は、昨夏より、欧州連合当局と、情報フィールドのアップグレードと、情報送付の期限の統一について協議が開始されている。

(DTW, 12/11/2006)

## **(7) マイトラベル (英) 利益計上に復帰**

英国のパッケージ ツアーオペレーターの MyTravel が、2001 年以来、初めて税引き前利益 43.8m ポンド（88 億円）（昨年度は▲17.4m ポンド）を計上した。純益は、26m ポンドであった。（昨年度は▲40.9 ポンド）この利益は、8 月の英国セキュリティ警報、エジプトとヨルダンに於けるテロ事件発生などの難しい経営環境の中で達成されている。営業費用の▲53% 削減（27.4m ポンドから 12.9m ポンド）達成が、利益計上の大きな原因となっている。しかしながら MyTravel は、英国の状況は良く無いと言っている。冬場と来年夏のホリデー シーズンの予約が低下しているのだ。LCC と積極的なツアオペの巻き返し

による競争激化が、予約低迷の原因。 同社は、First Choice の買収（500m ポンド～600m ポンド と言わわれている）に継続して努力している。（FT.com, 12/14/2006）

## 空 運

### （1）英国ヒースロー空港で、バイオメトリック検査のテストが開始された

LHR 空港で、指紋と虹彩と顔をチェックする miSense システムの試験運用が開始された。 miSense システムは、パスポートとリンクして、全部で 13 の異なるバイオ データ（10 本の指+2 つの眼+顔）をスキャンする。 テストは、CX の香港行きと、Emirates のドバイ行きの幾人かの旅客を対象として 1 月迄実施される。 第 2 段階として、全ての第 3 ターミナル利用旅客が、このプロジェクトの対象とされる。 出国旅客の迅速な入国審査とともに、より確実なセキュリティーの確保が可能になる。（FT.com, 12/7/2006）

### （2）ベルリンのテンペルホフ空港が閉鎖される

独と米のビジネスマン達の 2 年間に及ぶ反対は実らず、欧州の最もアイコニックな空港が閉鎖される事となった。 1949 年迄、旧ソ連によるベルリン封鎖時の、唯一のゲートウェイ空港として活躍した Tempelhof 空港は、来年 10 月に、閉鎖される事となった。 ベルリンの中央部の Tempelhof 空港と、西の Tegel 空港を閉鎖し、全てのトラフィックを 2011 年迄に Schonefeldt 空港に統合する。 この 20 億ユーロ（3,000 億円）プロジェクトは、LLC のハブである Schonefeldt 空港を、ドイツの首都に相応しい第 1 級の空港 Berlin Brandenburg International (BBI) に変身させる。 この決定は、Fred Langhammer (Walt Disney Company director で、元 Estee Lauder Companies CEO) の 350m ユーロ（525 億円）に上る空港に隣接した豪華病院建設設計画（米ビリオネアの Ronald Lauder が支援している）を葬り去った。（FT.com, 12/9/2006）

### （3）FAA、パイロットの定年を 65 歳に延長

米 FAA は、航空会社のパイロットの定年を、60 歳から 65 歳に延長する事に取り組む。 定年延長は、航空会社に取って、年金支給を減少させ、パイロット訓練費を削減するメリットがある一方、年金をカットされているパイロット達にとっては、定年延長は収入（年金）補填の為の重要な要素となるだろう。 65 歳ルールの導入については、長い間検討されてきた。 その間、定年延長が、安全性に影響を与えると言う確たる科学的な調査結果は、何処にも存在していない。 65 歳ルールの最終化には、後 18 ヶ月若しくはそれ以上を要するだろう。 ICAO (International Civil Aviation Organization) は、先月、「航空会社のパイロットは、65 歳迄、60 歳以下のパイロットと編成される限り、航空機を安全に運航する事

が出来る」と表明している。 海外の航空会社の一部は、既に 60 歳以上のパイロットに、定期便を運航させている。 FAA は、長い間この問題に中立的な立場をとった。 FAA の方針変更には、多分に世界的なパイロット不足も影響しているのだろう。 連邦議会の民主党勝利も、この問題の成立の後押しになると期待されている。 しかしパイロット組合は、安全性維持に問題が有るとして、65 歳ルールに反対している。 これ以上の組合との摩擦を回避したいメジャー航空会社達も、この問題をオープンに支持する立場をとっていない。 Airline Pilots Association は、「議会に諮って、FAA のフル スケールのルール作りの手続きを食い止めさせる」と言っている。 (wsj.com, 12/11/2006)

#### (4) ホリデーシーズンが始まる、定時性の悪い便を回避しろ

AirTran Airways の 574 便 ATL=EWR は、昨年 11 月～12 月の間に定時到着した便は、総便数のタッタ 24% しか存在していない。 今年の実績 (11 月 26 日迄) は、更に低下して 11% の便しか定時に到着していない。 AA 航空の 1914 便 ORD=EWR の定時到着率は、昨年 11 月～12 月に 35% であった。 今年 11 月の実績は、14.3% (AA の最悪定時性) に低下し、平均遅延時間便当たり 77 分を記録している。 これ等のデータは、全て [www.FlightStats.com](http://www.FlightStats.com) が提供している。 ホリデーシーズンで親戚や友人を訪問する人達は、特に乗り継ぎ便を持っている人達は、予約した便の定時性を良く調べておく必要がある。 (wsj.com, 12/12/2006)

#### Holiday Delays

Some airlines are plagued by delays during the holiday season. Here is the percentage of on-time flights:

AIRLINE	NOVEMBER 2006*	NOV.-DEC. 2005
<b>Southwest</b>	84.6%	81.4%
<b>AirTran</b>	79.2	70.3
<b>American</b>	76.9	74.3
<b>United</b>	76.7	74.9
<b>US Airways</b>	76.4	80.2
<b>Delta</b>	76.2	76.1
<b>Continental</b>	75.8	75.1
<b>Alaska</b>	71.3	70.9
<b>Northwest</b>	70.8	70.2
<b>JetBlue</b>	68.7	70.7

\*Most recent figures available for 2006 holiday season

Source: FlightStats Inc.

#### (5) エアバス A380 型機、耐空証明取得

12 月 12 日、世界最大の旅客機 A380 型機 (853 席) が、欧州の EASA と米 FAA から耐空証明 (air worthiness certificate) を取得した。(型式証明 type certificate と言う記述もある。) EASA (European Aeronautic Defense & Space) は、2002 年に設立された欧州連合加盟国の横断的な且つ統一的な航空安全に関わる全ての業務を担当する機関で、A380 型機が、初の新型機に対する耐空証明発行となる。 既に 5 機のテスト機が、2,005 年 4 月から、800 回以上のフライトと、2,600 時間の飛行時間を経験している。 初号機は、2007 年 10 月に SQ (A380 型機 × 19 機オーダー < オプション込み >) にデリバリーされる。 A380 型機は、1997 年に A3XX として計画が始まり、2000 年 12 月に A380 型機として正式に開発が開始された。 開発コストは、業界推定によれば 120 億ユーロ (1 兆 8,000 億円) に上る。(当初予算よりも +30% アップしたと言われている。) 現在 149 機を受注しており、エアバスは、今後 20 年間で、1,600 機のオーダーを期待している。 (wsj.com, 12/12/2006)

## Long Haul

Work on the A380's certification began more than seven years ago

- **Sept. 1, 1999:** European and U.S. aviation regulators agree to a certification schedule for A3XX, after more than a year of planning
- **Dec. 19, 2000:** Airbus board approves A3XX project for sale and production; renamed A380
- **April 27, 2005:** First A380 flight; Airbus announces a six-month delay in first deliveries
- **Nov. 18:** Finishes first intercontinental test flights
- **March 26, 2006:** Airbus successfully evacuates an A380 containing 873 passengers and crew, the most ever from a jetliner
- **June 13:** Second six-month delay announced
- **Oct. 3:** First delivery is pushed to late 2007
- **Dec. 12:** A380 is scheduled to receive "type certificate" from the EASA and FAA

Sources: Airbus and EASA



AP

### (6) 英公正取引局、BAA を競争委員会調査にかける事を提案

英国の消費者保護当局である公正取引局（Office of Fair Trading）は、12月12日、空港オペレーターのBAAを、英国の競争委員会（Competition Commission）の調査にかける事を提案すると表明した。OFTは、6月から実施した市場調査で、BAAが、高い料金を設定し、品質の低いサービスを提供している事実を見つけたので、BAAのストラクチャーが適正なのかについて、競争委員会に諮問する事を考えていると語った。BAAは、英国の全航空旅客の60%が利用する7つの空港を運営している。（ロンドン地区では90%）BAAは、ロンドン地区3空港の空港拡張10カ年間計画に、95億ポンド（2兆円）の投資を予定している。LHR空港では、第2滑走路と第6ターミナル建設し、GTW空港を改良し、Stansted空港に第2滑走路を建設する。BAやRyanairの航空会社達は、同一オペレーターによる空港独占に反対し、BAAが運営する7空港の分割を主張している。今年初めにBAAを10.23bnポンド（2兆2,500億円）で買収したスペインの建設グループFerrovialは、一部の空港の売却（GTW空港？）を迫られるかもしれない。OFTは、Competition Committeeへの諮問は、利害関係人のコメントを得た後に最終決定する。（FT.com, 12/12/2006）

### (7) バージン ブルー（豪）増益見通し +40%

豪州第2位のVirgin Blue Holdingsは、2007年6月に終了する年度で、前年同期間の利益A\$113mを+40%上回るA\$158m（145億円）の利益を計上出来る見通しであると語った。同社は、2008年後半に予定している長距離国際線への進出を加速させると言っている。

Virgin Blue の筆頭株主は、Patrick Corp から Toll Holdings に変わっている。(FT.com, 12/13/2006)

#### **(8) 世界の航空会社、損益分岐点 間近**

IATA は、6 年間の欠損の後で、世界の航空会社が、燃料費の削減などの改善された環境のお陰で、ヤット損益分岐レベルまで到達しつつあると発表した。 IATA は、2006 年の純損を▲\$500m (580 億円)、2007 年の純益を +\$2.5bn (2,900 億円) と推定している。(2001 年からの累損は▲\$41bn≈4 兆 7,900 億円。) DL と NW のリストラ費用を除くと、2006 年に業界は黒字を達成する。 2006 年の地域別パフォーマンスは、北米が最悪で、欧洲は +\$1.5bn、アジアは +\$1.2bn の利益を夫々計上するだろう。(wsj.com, 12/13/2006)

#### **(9) シンガポール、アイルランドとオープン スカイ協定締結**

シンガポール政府は、アイルランドとの間で、オープンスカイ協定を締結した。 現在、SQ が SIN = Dublin 間に貨物便を週 3 便運航している。 シンガポールが締結したオープンスカイ協定は、これで 17 になった。(channelnewsasia.com, 12/13/2006)

#### **(10) 英運輸省、LHR 空港 第 3 滑走路建設計画 支持**

英運輸大臣 Douglas Alexander は、12 月 14 日、環境問題の解決を条件に、2020 年供用開始となる LHR 空港第 3 滑走路と第 6 ターミナル建設を支持すると発言した。 同相は、航空に対する環境税の導入と、トレーディング スキームへの編入などの新しい施策により、今後 10 年間に亘る航空の環境問題を解決出来るだろうと、楽観的な見通しを述べている。英運輸省は、来年に、パブリック コンサルテーションを開催して、この問題に関する幅広い意見の聴取を開始する。 このコンサルテーションには、LHR 空港の現在運用方式を変更した、滑走路容量の +15% 拡大についても含まれる。 運用変更となれば、最大離発着回数や騒音に関する地元との、長年の合意の変更が必要になる。 Friends of the Earth などの環境保護団体は、Stansted の第 2 滑走路と LHR の第 3 滑走路建設は、環境悪化に拍車をかけると強く反対している。 英運輸省の予測によると、航空旅客は、2005 年の 2 億 2,800 万人から、2030 年には 4 億 6,500 万人 (2010 年以降の環境税を折り込み済み) へと倍増する。 運輸省は、増加する旅客需要への対応の為、空港拡張が必要だと主張している。 LHR 空港の第 3 滑走路が完成されると、現行の年間 480,000 回の離発着スロットが、720,000 回に増加する。 第 6 ターミナルの完成で、利用客数は、現行の年間 6,700 万人が、1 億 2,800 万人に拡大する。(第 5 ターミナル完成時の 2008 年 3 月は 9,000 万人。)(FT.com, 12/15/2006)

#### **(11) ジェットブルー 6 座席撤去**

jetBlue が、A320 型機全機の座席を▲6 座撤去して、より快適なスペースを旅客に提供する。 1 列目から 11 列までは 36 時とし、12 列から 25 列までは少なくとも 34 時とする。 jetBlue

は、この減席は、5年間で▲\$30m (35億円) のコスト削減策 (機体軽量化による燃費減と客室乗務員▲1名減) のためだ、と言っている。(DTW, 12/15/2006)

## 水 運

### (1) クルーズでノロウイルス多発

クルーズ船に於けるノロウイルスによる食中毒の発生件数が、今年、既に22件に達した。これは、Centers for Diseases Control and Prevention の Vessel Sanitation Program が1994年に記録を取り出してから最多の発生件数。しかし、これにはノロウイルスによるモノかどうかが未だ特定出来ていない、最近発生した5件の食中毒が含まれていないので、この数値は確実に増加するだろう。昨年の発生件数は、14件であった。患者数では+3%増加している。VSPのチーフは、過去10年間に於けるクルーズ船客の大幅な増加に注目すれば、クルーズ船客に対するノロウイルス発生率は、寧ろ減少していると言っている。Centers for Diseases Control の数値によると、毎年2,300万人のアメリカ市民がノロウイルスに罹っている。これは12人に1人の罹患率となるが、クルーズの場合は、毎年850万人の船客に対して1%以下の3,600人しか罹患していない。(DTW, 12/11/2006)

### (2) ドバイ国営 DP ワールド、米国港湾資産を A.I.G.に売却

ドバイの DP World が買収した P&O 資産 (買収価格\$6.8bn≈7,900億円) の内の米国港湾資産が、A.I.G.に売却された。売却価格などの詳細は、明らかにされていない。売却した資産は、NYC, New Jersey, Philadelphia を含む6港のターミナル運営権と、東部およびメキシコ湾岸の貨物ハンドリング事業。DP World は、米国議会の感情的とも言える、安全保障上の問題を理由にした、アラブ (ドバイ) の米港湾施設保有反対により、この売却を余儀なくされていた。(9.11テロ実行犯の幾人かがドバイから米国に入国している。) (nytimes.com, 12/12/2006)

## 陸運&ロジスティックス

### (1) アムトラック アセラ特急、食堂車メニュー改善

Amtrak は、Acela Express の食堂車のメニューを改善する。昼食と夕食には、ホット アントレとワインのセレクションを付け、朝食にはオムレツ、フレンチ トースト、ベルギーワッフルの選択を可能にし、フルーツ コンポート付きとする。この改善で、Acela Express

の食堂車は、2000 年 12 月開業のサービス レベルまで復帰する。 Acela Express は、 Washington=NYC=Boston 間の Northeast Corridor を走る特急列車。 Northeast Corridor の収入は、9 月 30 日までの 1 年間で、前年同期を +12% 上回る \$725.4m (850 億円) を計上した。 乗車率は、▲1.6% 低下した。 (DTW, 12/8/2006)

## ホテル&リゾート

### (1) ハラーズ買収が大詰めを迎えている

収入規模で世界最大のカジノ企業 Harrah's の臨時取締役会は、2 つの買収ビッドについて、今週末から連続して協議している。 プラオベート エクイティ グループの Apollo Management と Texas Pacific Group は、1 株 \$87 現金、対抗ビッド者の Penn National Gaming Inc. が 1 株 \$71 現金と \$16 株式 (合計 \$87) のオファーしている。(エクイティ グループは、12 月 12 日、当初のオファー \$81 を \$87 に上げた。) Harrah's は、第 3 のオプションとして、leveraged recapitalization についても検討を加えている。 今週末にも結論がでるだろう。 (wsj.com, 12/11/2006)

### (2) ゲンティング (マ)、株価急騰

賭博とレジャー グループの Genting (マ) と、その小会社 2 社の株価が、シンガポール総合リゾート (Sentosa プロジェクト) の落札後に急騰した。

シンガポール上場の Genting International (プロジェクトの 75% を出資) 株は、12 月 11 日、+24% 上昇して、S\$52 セントへ、Star Cruise の株価は、香港市場で +17%、シンガポール市場で +24% 夫々値を上げている。 マレーシア上場の Genting 株は、+9.4% 上昇し、32 リンギを付けた。 Genting は、シンガポールのプロジェクトの建設資金の捻出の為に新株を発行する。 Genting International と Star Cruise は、夫々が新株を発行して、合計 S\$2bn (1,530 億円) を調達する。 マレーシアの Genting は、3,000 新株の発行で、915m リンギ (305 億円) を調達する。 新株発行を控えているにも拘らず、株価は値を上げている。 この他、Genting International は、S\$350m (265 億円) のゼロ クーポン転換社債を発行する。(FT.com, 12/12/2006)

### (3) マカオのカジノ企業株過大評価の危険

マカオでカジノを運営している企業の株価が大幅に値を上げている。 ソロソロ売り時で利益を確定した方が良いかも知れない。 香港上場の Melco International Development 株は、2005 年末の HK\$9.25 が、HK\$23.95 に 2.5 倍に跳ね上がっている。 同じく香港上場の Galaxy Entertainment Group 株は、今年に、+80% 上昇して HK\$7.89 (12 月 8 日) を付けている。 米

国企業の Wynn Resorts は、+75% 上昇し \$95.75、Las Vegas Sands の場合は、2005 年末の \$39.47 から、2 倍以上も上がって \$94.48 をつけています。これ等の株高は、全て、マカオの将来を買っている。中国大陸からの来訪者により、マカオのカジノ市場は大盛況で、その収入は、Las Vegas のカジノ収入を今年に追い越す事が確実視されている。しかし、カジノ急増で、需給バランスの逆転を心配するアナリスト達が多く存在する。Melco は向こう 2 年間で大規模なカジノ 2 軒を建設する。昨年に 4 軒の巨大カジノをオープンした Galaxy は、2008 年にもう 1 軒のカジノを建設する。マカオで 40 年間カジノ ライセンスを独占して来た Stanley Ho の娘の Pansy Ho は、MGM と組んで、更にもう 1 つのカジノを建設する。(Melco は、Stanley Ho の息子が社長。)

Morgan Stanley は、初めて、カジノの賭博テーブルに、しばしば空席が存在し始めているとレポートしている。2007 年には、

SJM Grand Lisboa	第 2 四半期	300 テーブル
LAS Sands Venetian Macao	2007 年中頃	750 テーブル
Wynn Phase II	2007 年中頃	280 テーブル
Melco Crown Macaw	第 2 四半期	na

のカジノが続々とオープンする。Melco は、最も高いバリュエーションとなっている。CIMB-GK は、2007 年の Melco の PER が 71 となると予測している。Galaxy 38、Wynn 38、LAS Sands 44 を上回る。Morgan Stanley は、Melco のフェアーバリューは現在の株価の半値の HK\$11.70 にしかならないと想定している。(wsj.com, 12/11/2006)

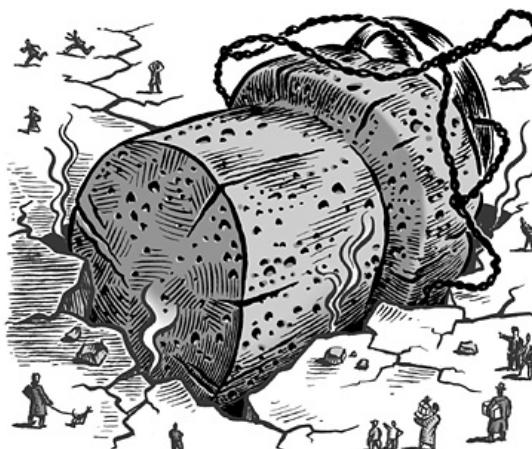
## その他

### (1) ゴールドマン サックスの驚愕高ボーナス

Goldman Sachs が、総額 165 億ドル (1 兆 9,300 億円) のボーナスを社員 (フルタイム 26,467 人) に支給する。この額は、社員 1 人当たり \$623,418 (7,290 万円) に相当する。トップトレーダーは、\$100m (115 億円) を貰うと言われている。ABC ニュースは、この額 \$100m は、飢えに苦しむ 80 万人の子供達の 1 年間の給食費 (\$60m) と、トム クルーズとケート ホームズ、及びブラッド ピットとジェニファー アニストンの結婚式を 4 回 (\$26m) と、メル ギブソンの 1 つ島 (\$15m) を全て合計しても未だ 9 人分のミリオネア以上の金 (即ち \$9m) が残る、と報じている。トップトレーダーの 1 人 Driss Ben-Brahim は、新聞報道によれば、\$98m (115 億円) を貰う。彼のロンドンの自宅には、パパラッチのストーカー達が詰めかけている。ロンドンの Goldman Sachs の事務所の掃除夫達は、自分達のレイオフに抗議して、ストに入る事を計画している。しかし、この会社の株主達は、何も文句を言っていない。株価

は、今年、+61% も上昇しているのだ。 Goldman Sachs は、11 月 26 日で終了した 2006 年度決算で、\$9.4bn (1 兆 800 億円) の利益を計上した。この利益は、2004 年度と 2005 年度の 2 年分の利益に殆ど等しい。(nytimes.com, 12/17/2006)

## Goldman's Season to Reward and Shock



## 編集後記

先週は、忙しい1週間だった。 **Sabre** が買収された直後に、今度は **QF 航空** が買収された。12月まで1回もなかった号外を、立て続けに3回 (**Worldspan** 買収、**Sabre** 買収、**QF** 買収) も発行する嵌めになった。 1週間当たりのユニーク ビジター数も、TD 勉強会ホーム ページ開設以来、初めて 200 ヒットを超えた。 今年の旅行業界 10 大ニュースは、候補があり過ぎて、その選定に困るだろう。

**Sabre** も、**QF** も、買収したグループの中に米大手プライベート エクイティー企業の **Texas Pacific Group** が含まれている。 そして、カジノの **Harrah's** の買収をビッドしているグループにも **TPG** が参加している。(確か **Priceline.com** にも **TPG** は投資していた筈だ。)

TD 勉強会が追っているニュースの中だけでも、港湾の買収、ホテル（不動産）の買収、空港の買収、旅行業の買収、カジノの買収、そして、航空会社の買収（含む米航空会社の合併投資）へと、世界を駆け巡る投資資金は休まる事を知らない。 まるで、モノポリー ゲームの進行を見ている様だ。

だから **Goldman Sachs** が大儲けするのだろう。

投資家達は、これからは、経済のグローバル化の進展が、旅行のグローバル化にも波及すると読んでいる。 ミドル所得層の世界的な台頭と、人間の寿命延長のデモグラフィックな変化を予想して、「大旅行時代」が始まると読んでいる。 (H.U.)

TD 勉強会 情報 248 (以上)