

平成 18 年 11 月 5 日

TD 勉強会 情報 242

1. TDR 10 月 25 日号の要約

- (1) 米オンライン市場成熟化すれど 新規参入余地存在
- (2) GDS、航空会社の商品化計画に対応
- (3) 航空会社・レンタカー・ホテルのサイト ビジター実績
- (4) ワールドスパン、レンタカー販売 で POS 後にアップセール

2. その他のニュース

(「連載」主要法人旅行市場の現状は、お休みしました。)

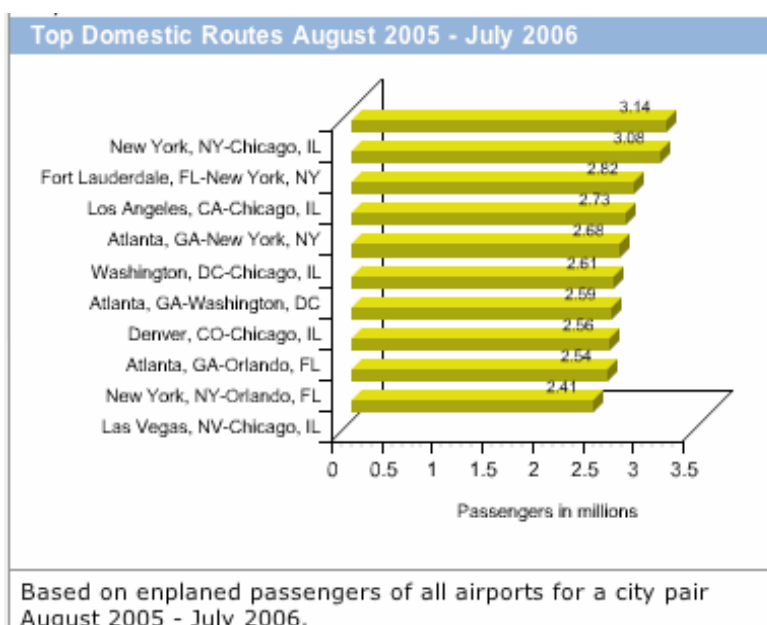


Bureau of Transportation Statistics

The Intermodal Transportation Database

TranStats

Tuesday, October 24, 2006



1. TDR 10 月 25 日号の要約

TDR (Travel Distribution Report) の 10 月 25 日号 (Vol.14, No.21) は、以下の 4 つの記事を掲載している。

- (1) 米オンライン市場成熟化すれど 新規参入余地存在
- (2) GDS、航空会社の商品化計画に対応
- (3) 航空会社・レンタカー・ホテルのサイト ビジター実績
- (4) ワールドスパン、レンタカー販売で POS 後にアップセール

以下に、各記事の要約を記す。

(1) オンライン市場成熟化すれど 新規参入余地存在

U.S. Online Travel Market Maturing, But Still Playing Field

Challenges like low conversion rates leave the door open for new entrants.

- ・ 米オンライン旅行市場は、市場の成熟期に入りつつある。 Forrester Research によれば、米国のオンライン旅行は、2006 年に 744 億ドル (8 兆 7,000 億円)、2007 年には 860 億ドル (10 兆円) に達すると予測されている。
- ・ 確かに、この市場は成熟期に入りつつあり、過去の如くの成長スピードは期待出来ないが、依然として新規参入者が入り込む余地を残している。 米国のオンライン旅行者のおよそ 63%が、彼等の旅行をオンライン購入している。 つまり、未だオンライン購入をしていない旅行者が 37%も存在するのだから、新規参入者が入り込む余地が残っている。
- ・ しかし、オンライン旅行社 (OTA) は、Expedia, Travelocity, Orbitz のパワー ハウス 3 社で 90%以上のシェアが席巻されている寡占市場だ。 市場が成熟化しているので、3 社は、シェアの喰い合い競争を展開している。
- ・ 従って新規参入者は、未だオンライン購入しない 30%に狙いをつける事が必要だ。 そして、3%~4%の低いコンバージョン率の向上の手立てを見つければ、必ず成功するだろう。
- ・ 最近、OTA は“カタログ ソース”と化し、人々は、サプライヤー サイトから直接購入している。 この傾向を上手く活かして旅行検索エンジンが、消費者にフル カタログを提供し、予約の為に、彼等を、サプライヤー サイトに送り込んで手数料 (referral fee) を稼いでいる。
- ・ 新規参入者達は、依然として解決されていない幾つかの問題を解く事や、以下の如くの斬新的なアイディアを持つ事によって成功するかも知れない。

(1) コミュニティーとのリンク

未だ誰もコミュニティとトランザクションと結びつけていない。新規参入者は、消費者レビューを勧誘 (solicit) するべきだ。

(2) 複数のチャネルの使用

成功している旅行以外の小売業を研究しろ。Circuit City や Best Buy などでは全て、Web、電話、店の複数のチャネル (販路) を利用している。ここでは、諸費者は、最初にサイトを訪れて、買いたい商品を確認して、電話 (或は店) で購入している。しかし、このような思考プロセスは、OTA では未だ存在していない。

(3) ブロード バンドの一層利用

例えば、ビデオによる詳細商品説明が考えられる。そうすれば、消費者を虜にして、販売増加に繋がられるだろう。e-コマースでは、ブロード バンド顧客の方が、より多く購入すると言う調査結果が存在する。

- ・ 消費者は、より多くの情報を所有し、より賢明な消費者になっている。OTA は、嘗ての信頼を失っている。OTA 以外 (コミュニティ レビューや新旅行検索エンジンなど) のサイトが、OTA と同じ様な透明性溢れる情報を消費者に提供し始めているからだ。そして、サプライヤー サイトへのシェア シフトが発生している。
- ・ 消費者を繋ぎ止めておく為に、大手 OTA は、消費者ケア プログラムを導入している。Travelocity は、ポイント制のロイヤルティー プログラムを開始している。

□

(2) GDS、航空会社の商品化計画に対応

GDS Get Closer To Fulfilling Airlines' Merchandising Desires

The challenges: Agents and travelers need to understand all their options.

Air Canada やその他の数少ない数社の航空会社は、独創的な運賃ファミリー商品を開発している。そして、GDS 達は、彼等の夢を GDS モデルの中に取り込む事に努力している。

Amadeus と Worldspan の両社は、カスタム可能な運賃構造 (例えば、受託手荷物無しの場合 ▲\$5 値引く AC の Tango 運賃) のマーチャンダイジングには、旅行社が、この運賃を、より単純なその他の航空会社の運賃と比較する事が出来る様にさせる、適切なマルチ キャリアのポイントオブセール (POS) ソリューションを作り出す事に、課題が残っていると云っている。

Sabre や Galileo も、これに同意している。しかし、彼等は、AC の Tango 運賃のアイデアは、GDS にとって何も新しいモノではなくて、消費者に取って新しいだけ - 正に、

そこ（消費者への対応）が課題となる－と強調している。だから、Sabre と Galileo のミッションは、この種の運賃情報を可能な限りユーザー フレンドリーにして提供させる事となる。

航空会社は、何時も、複数のコーチ クラスのサブ クラス（即ち M, B, H or K）を提供して、週央対週末、7 日前事前予約、或は、払戻不可運賃を区別させて来た。これ等のサブ クラスは、航空会社が、レジャー客とビジネス客、或は、バジェット志向旅客と高い運賃を厭わない旅客を区別して管理する為に使われている。違いは、AC の場合は、彼等の旅行者に対して、マーケティングの方法としてこれを利用している点に有る。

GDS は、今迄、市場で利用可能な一般的な運賃とインベントリーの開発を促進させ、そして、一般的な人々に、分かり易くその運賃情報を提供する必要が有った。AC は、異なる運賃を支払う恩恵を一般的消費者に提供する為に、彼等の運賃クラスをブランディングしている。しかし、この流通の為には、依然として、多くの事を航空会社は解決しなければならない。Galileo は、アベイラビリティ データ上に、複数の航空会社の運賃をどうやって統合するかの“定義づけ”を AC と協議している。

ブランド運賃（branded fares）を取り扱う為には、GDS は、コスト管理ツールや、容易且つ効率的に航空会社と会話出来る能力を有した、基本的なビルディング ブロックを積み上げなければならない。殆どの GDS は、このビルディング ブロックを適切に保有し、それ等を仕上げつつあると言っている。例えば、Sabre の現在の目標は、「伝統的な航空会社のコミュニケーション手法から離れて、XML や Web サービスへの移行」に有ると言う。しかし、GDS は、航空会社の差別化したプロダクトを、旅行社が求めているスピードと正確さを伴って、統合しなければならない。

GDS は、流通経路のどの地点に於いても、ビジネスを実行する為のマスト標準化された方法を実践に見つけ出す事に苦勞している。これは、e-チケット팅が、その最初の導入段階で、GDS が全ての航空会社の e-チケットを同じ方法で取り扱える様になる迄は、進展しなかった事に似ている。ブランド運賃の危険は、多くの航空会社が、即座にこのアイディアに飛び乗って、彼等の独自の差別化した運賃を自分達の方法でマーチャンダイジングする事である。これでは、GDS が欲する標準化は出来ない事になる。

GDS は、航空会社のプロダクトの差別化を支援するのに柔軟であると言っているが、同時に、数ヶ月毎に、全ての航空会社がマチマチに戦術を変更しない事の確約を求めている。問題は、各航空会社が、彼等のプロダクトの－単に流通させるだけでなく－彼等が欲する販売方法を、各社毎に決める適切な方法が有るのか？と言う点に存在する。

多分、最良の方法は、航空会社に幾つかの問題 - 各小規模な販売方法の変更に関わるインベントリーと運賃ファイリング プロセスの変更如くの - を任せる事であるかも知れない。

創造的なマーチャндаイジングの仕事の開発の鍵は、最終消費者（それが旅行者なのか旅行代理店なのかを問わず）に不十分な曖昧なショッピング エクスペリエンスを提供して、彼等からソoppoを向かれない事である。 □

（３） 航空会社・レンタカー・ホテルのサイト ビジター実績

Suppliers Vie For Top Spot In Online' Eyes

以下は、調査会社の Hitwise が調査した、航空会社・レンタカー・ホテルのサイト ビジター一数の順位（9 月実績）である。

Airline Web Site Rankings Based On Market Share Of Visits, September 2006			
Rank	Name	Domain	Market Share
1	Southwest Airlines	www.southwest.com	23.42%
2	American Airlines	www.aa.com	10.26%
3	Delta Air Lines	www.delta.com	8.76%
4	Northwest Airlines	www.nwa.com	6.56%
5	JetBlue Airways	www.jetblue.com	6.53%
6	United Airlines	www.united.com	6.48%
7	US Airways	www.usairways.com	6.10%
8	Continental Airlines	www.continental.com	5.38%
9	Air Tran Airways	www.airtran.com	4.72%
10	Spirit Airlines	www.spiritair.com	2.55%

Note: Data based on market share of visits from a sample of 10 million U.S. Internet users.

Car Rental Web Site Rankings Based On Market Share Of Visits, September 2006			
Rank	Name	Domain	Market Share
1	Enterprise Rent-A-Car	www.enterprise.com	21.84%
2	Budget Rent A Car	www.drivebudget.com	19.53%
3	Avis Rent A Car	www.avis.com	14.09%
4	Hertz Corporation	www.hertz.com	13.02%
5	Alamo Rent A Car	www.alamo.com	9.99%
6	Dollar Rent A Car	www.dollar.com	8.88%
7	Thrifty Car Rental	www.thrifty.com	7.00%
8	National Car Rental	www.nationalcar.com	5.64%

Note: Data based on custom category of leading car rental Web sites from Hitwise "Travel - Transport" category (8 total) ranked by market share of visits from a sample of 10 million U.S. Internet users.

**Cruise Line Web Site
Rankings Based On
Market Share Of Visits,
September 2006**

Rank	Name	Domain	Market Share
1	Carnival Cruise Lines	www.carnival.com	35.06%
2	Royal Caribbean Int'l	www.royalcaribbean.com	24.98%
3	Princess Cruises	www.princess.com	13.35%
4	Norwegian Cruise Line	www.ncl.com	9.58%
5	Holland America	www.hollandamerica.com	6.17%
6	Celebrity Cruises	www.celebrity.com	6.00%
7	Disney Cruise Line	disneycruise.disney.go.com	4.84%

Note: Data is based on a custom category of leading Web sites from the Hitwise "Travel - Cruise" category (7 total) — which includes only cruise carriers — ranked by market share of visits from a sample of 10 million U.S. Internet users.

Source: Hitwise (www.hitwise.com).

□

(4) ワールドスパン、レンタカー販売で POS 後にアップセール

Worldspan Takes Car Rental Upsells Beyond The POS

Suppliers, agents benefit from last-minute consumer choices.

一まとめになっているプロダクトを解体して、その各部分を販売し、消費者により多くのオプションを与えて、収入を増やそうと計画しているのは航空会社だけではない。ホテルは、長い間、アドオンのアメニティーを提供して来ている。レンタカーは、GPS や衛星ラジオを提供して、顧客を楽しませている。

しかし、消費者に、事前に、或は、これが重要であるが、旅行購入の事後に、(即ち、POS 後に) 容易に、エクストラの機能を選択させている流通仲介業者は数少ない。Worldspan は、2007 年第 1 四半期に、My Trip and More オンライン旅程サービスと銘打ったレンタカーに関する、この手のケーパビリティの立ち上げを計画している。

消費者はオンライン購入の時点で、追加機能無しの車をレンタルするかも知れない。そして、旅行出発間近になって、GPS 機能を欲しがるとかも知れない。Worldspan の My Trip and More は、航空会社がフライト予約した顧客に対して、予約後にホテルやレンタカー予約を勧誘する e-メールを送付している様に、レンタカーを予約した顧客に、予約後に (即ち POS 後に)、よりアップグレードした車種へのアップセールを促す e-メールを自動的に送付する。

レンタカー会社は、この様な GDS のより改善されたレンタカー販売への取り組み開始に喜んでいる。同時に旅行社は、エクストラ販売によるコミッション収入を増加させる事が出来ると喜んでいる。そして、消費者である旅行者は、レンタカーのプロダクトの一層の透明化と、旅行社が提供するエクストラのパーソナライズド バリューに価値を見出している。 □ ■

2. その他のニュース

旅行流通 TD

(1) サイドステップ、ユーザーが作るレビュー サイト トラベルポスト買収

トランザクション以外にフォーカスしている SideStep が、ユーザーが作り出すホテルのレビュー／レーティング／写真／ブログに特化したサイト TravelPost を買収した。この買収により、SideStep はユニーク ビジターのベースの増加と、購入意思決定間際に近づいた時点ではなくて、その前の早い段階で、旅行計画プロセスへ彼等を引き込む事を目論む。旅行検索エンジンの SideStep は、旅行サプライヤーの為のマーケターであり、米国と欧州のサイト或はダウンロード可能なツールバーを通じて、彼等の為にセールス リードを作成し、トランザクションには手を付けていない。その代わりに、SideStep は、ユーザーをサプライヤー サイトにトランスファーし、そして、CPM (crick-per-thousand-page impressions) や CPC (cost-per-click) や cost-per-booking のベースで、サプライヤーから収入を得ている。TravelPost の買収で、SideStep は、CPM や CPC モデルよりも、より多くの cost-per-booking 収入を得るだろう。レビューでは、Expedia が所有する TripAdvisor が広く知られており、旅行業界に於けるリーディングなユーザーが作り出すコンテンツ サイトとなっているが、TravelPost は、250,000 件のホテル レビューや写真を保有する、ホテルのレビューとレーティングでは最大のサイト。ユーザーが作り出すコンテンツ (ホテルゲストに、彼等が宿泊したホテルの評価<つまりレビュー>を書かせ、そしてレーティングさせる事を含む) の取得は、幅広い旅行の会社の最優先事項となっている。彼等は、① Web サイトにユーザーを引きつけて、② ユーザー間同士でコミュニケーションさせて、③ オンライン コミュニティーを作り出し、④ オンライン旅行社の信頼を強化出来れば、④ より多くのトラフィックと収入増加に繋がると考えている。幾つかのソーシャル ネットワーキング サイトは、レビュー作成者 (ユーザー) やブロッガーに彼等自身の身分を明かす事を要求し、サプライヤー関係者による“やらせ”のレビューを排除している。TravelPost も、レビュー作成者の登録を要求しているが、仮名 (screen-name) での記述を許している。そして、「こんな劣悪のサービスの XXX ホテルには泊まるべきではない！」と言った様な辛辣なレビューも積極的に掲載している。TravelPost は、辛辣な酷評レビューを書かれない様にするのは、全てサプライヤーの責任、と言っている。(DTW, 10/31/2006)

(2) 米旅行業界、米中間選挙動向に注目

11 月 7 日の米中間選挙では、最近の調査によると、過去 12 年間で初めて、民主党が下院若しくは上院のマジョリティーを制する可能性が出て来ている。民主党がリードする事になれば、多くの委員会の議長ポストが大幅に変更となるだろう。旅行業界のロビース

ト達は、このパワーシフトに対する備えを開始している。しかし、旅行業界は、共和党、民主党のどちらが議会のマジョリティーを制し様が、国際観光促進とナショナル セキュリティーが中心の旅行に関する問題は、余り影響を受けないだろうと予想している。何故ならば、これ等の問題は、共和党も民主党も意見を異にする場合が極めて少なく、両党共闘態勢が敷かれているからだ。下院の House Transportation and Infrastructure Committee も、上院の Senate Commerce Committee の運輸小委員会も、議長交代となっても、その議事運営に大きな変化は発生しないだろう。業界の一部には、外客誘致促進予算により好意的な民主党の議長ポスト獲得を期待する向きもあるが、これとて、ハッキリした事は分からない。過去に、民主党は、クリントン政権時代に、インバウンド客誘致促進を司っていた U.S. Travel and Tourism Administration を潰した、反業界寄りの実績を有している。共和党も民主党もどっちもどっちで、このマーケティング費用の捻出を同じ様に無視して来ている。選挙結果に関わらず、米旅行業界は、両方の党と仲良く付き合っていく必要が有りそうだ。(DTW, 10/31/2006)

(3) サンクスギビングがやって来る、早めの旅行予約が必要

ハロウィーンの次は、直ぐ感謝祭 (11 月 23 日) がやって来る。間際旅行ディールを探している人達は、早めに旅行予約をした方が良さそうだ。Peiceline.com は、11 月 18 日 (土) 或は 20 日 (月) 出発で、24 日 (金) か 28 日 (火) 帰りが、航空便を利用した最も安い休暇旅行となると示唆している。Expedia のニュース レター Trendwatch は、オフィス群が有る目的地郊外のホテル (ビジネス宿泊客が皆無で空いている) に直接コンタクトして、最低料金取得を試して見ろと案内している。Travelocity によると、最も人気の高い目的地はフロリダの Orland で、2 位以下には、LAS, PHX, DEN (スキー シーズン開幕), NYC と並んでいる。(wsj.com, 10/31/2006)

(4) マイトラベル、来年、英国で 3.5% マージン達成困難と表明

英国に本社を持つパッケージ ツアー オペレーターの MyTravel の 2006 年度収支 (11 月→10 月) は、昨年度の▲17.4m ポンド (35 億円) から、税引き前 +10m~+15m ポンド (20 億円~30 億円) の利益達成となる模様。MyTravel が、税引き前利益を計上するのは、2001 年以来これが初めて。同社は、2007 年度について、英国のホリデー市場の回復が遅れており、目標の 3.5% マージンの達成は困難との見通しを発表した。今冬のチャーター予約は、前年比▲9.5% 減少している、と言っている。英国ホリデー市場は、今年 8 月の LON テロ計画発覚と、夏の猛暑、サッカー世界大会の 3 つの影響により大きな影響を受けている。(FT.com, 11/1/2006)

(5) 中国法人旅行市場規模が世界第 4 位に躍進、アメックス調査

中国の法人旅行市場が、2005 年に 74.1 億ドル (8,700 億円) 規模に達し、米、日、独に次ぐ

世界第4位の法人旅行市場に成長している。これは、American Express Business Travel の China Business Survey (Barometer) が明らかにしたモノ。そして、来年以降についても大幅な法人旅行支出の増加を予測している。サプライヤーとのネゴ運賃設定は +20%増加、ポリシー保有企業は +15%増加する等、調査した 70%の企業が、何らかの旅行管理手法を採用している。しかしながら、ポリシーの遵守率は極めて低い。出張費の精算では、依然として現金の授受が行われている。この調査(3回目)は、北京、上海、広東の 100 人以上採用企業 200 社を対象として実施された。(DTW, 11/2/2006)

(6) セーバー第3四半期決算、インセンティブ削減で増益

Sabre Travel Network の第3四半期決算は、米メジャーキャリアとの長期フルコンテンツ契約締結で、1ヶ月間に及ぶ旅行社に支払うインセンティブが減少したため、見通し通りのマージン 17%を達成する事が出来た。GDS/travel agency business, Travelocity, airline solutions を含む Sabre Holdings の純益は +15.6%増加して 67.6m^{ドル}(79 億円)、収入は +6.6%増加して 746.1m^{ドル}(870 億円)であった。Sabre Travel Network の最大の顧客の1社でもある Travelocity の、Sabre からのインセンティブ収入(北米収入比 10%台の中間)も、低い2桁の率で減少している。Sabre Travel Network の収入は▲1.1%減少し 397.9m^{ドル}となったが、Travelocity の収入は +16.2%増加して 321.3m^{ドル}を達成した。(DTW, 11/3/2006)

空 運

(1) シンガポール航空、中間決算 +50%増益

SQ が中間決算で、+S\$868m (650 億円)の利益を達成した。この利益には、SQ ビル売却に伴う一時的特別利益 S\$223m が含まれている。収入は、物量と単価の両方が向上し、S\$7.03bn (5,270 億円)(過去最高半期収入)となった。しかし、第2四半期利益は、前年同期を▲14.6%減益した S\$293m に止まっている。SIA Cargo は、S\$67.5m の利益から▲S\$28.5m の損失へと落ち込んだ。燃油費の高騰と為替差損がこの欠損の原因。A380 型機を 10 機確定発注(+9 機オプション)している SQ は、同型機の今年中の SIN=LON 線就航を計画していたが、デリバリー遅延発生で、来年の供給が +1%しか拡大されないだろうと言っている。(当初計画では +4%~+5%の拡大を予定していた。) SQ は、この供給ギャップを埋めるため、B777-300ER×10 機を来年半ばより導入する。(channelnewsasia.com, 10/27/2006)

(2) ライアン航空のエールリングス買収、欧州委裁定基準に満たないかも

Ryanair の Aer Lingus 買収は、欧州競争委員会の審査の対象にならないかも知れない。航

空会社の合併に前向きな欧州競争委員会の裁定から外れる事にでもなれば、Ryanair にとっては、大きな打撃となるだろう。欧州競争委員会の審査の対象となる合併は、① 合併後企業の年商が 25 億ユーロ (3,750 億円) 以上、② EU 加盟国内に於ける年商が、少なくとも 100m ユーロ (150 億円) 以上、③ 欧州連合加盟国 3 ヶ国の内の 1 カ国に於ける、各企業の年商が 25m ユーロ (37 億円) 以上である事、の 3 条件。Ryanair の Aer Lingus 買収は、この内③の条件に到達しない恐れが存在する。O&D の定義如何にもよるが、Aer Lingus が委員会に提出した資料では、アイルランドと英国の 2 ヶ国のみが 25m ユーロを超過している。

Ryanair の Aer Lingus 買収の成功可否は、12.58%を保有している Aer Lingus 社員持株会 (ESOT) の動向が大きく左右すると見られている。Ryanair は、ESOT が持ち株を Ryanair に売却すれば 60,000 ユーロの tax free を受けられると喧伝している。(Aer Lingus は、正確には 32,500 ユーロと言っている。) Aer Lingus CEO Dermot Mannion は、「Ryanair が仕掛けた買収戦争には必ず勝つ」、「しかし業界レベルに於ける全面戦争に勝つためには、コストと人員の削減を実施する必要が有る」と組合幹部に訴えた。「Ryanair に買収されるとレイオフが始まる」と言って、組合員に株式売却を思いとどまらせている組合は、この CEO 発言に戸惑っている。(F.com,10/28-31/2006)

(3) エアーインディア エクスプレス、チェナイ=SIN 線開設

Air India の LCC 子会社 Air India express が、10 月 29 日、Chennai=SIN 線 週 5 便を開設した。往復運賃は S\$600 (45,000 円) で、現在の運賃の▲25%～50%割引。インドとシンガポール間の航空需要は、今年 9 ヶ月間で +22%増加して 150 万人に達している。AIE の機内サービスには、無料のボックス ミールと、エンタメの一部が提供される。(channelnewsasia.com, 10/29/2006)

(4) カンタス、スーパー ジャンボ 更に A380 型機×8 機 発注

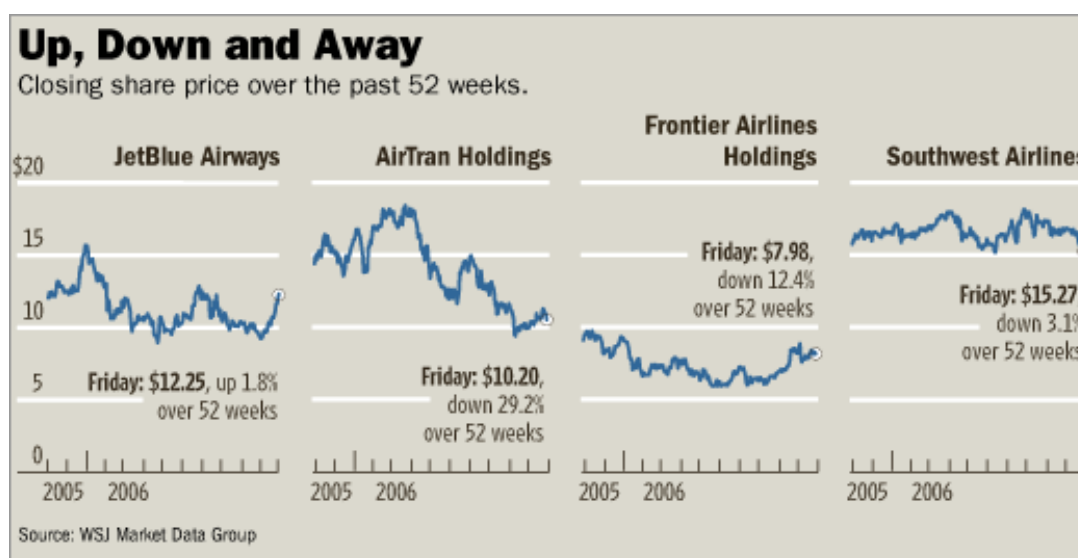
QF が、更に 8 機の A380 型機を発注した。同社は、既に 12 機を発注しているので、これで、A380 型機の合計機数は 20 機となる。20 機のデリバリーは、2008 年～2015 年。QF は、この追加発注と同時に、更に A330-200 型機×4 機 (2007 年 12 月～2008 年 12 月デリバリー) を発注し、A380 型機の導入遅れによる供給減少をヘッジする。(channelnewsasia.com, 10/29/2006)

(5) 米 LCC 株低迷、レガシー航空会社挽回

米 LCC の至近の四半期決算が芳しく無い。彼等は、LCC 間同士の競争に加えて、息を盛り返して来たレガシー航空会社の反抗に直面している。航空コンサルタントは、LCC について、以下をコメントしている。

- ✓ 飛ぶ所が無くなっている。(セカンダリー空港から、コストの高いハブ空港を選択せざるを得なくなっている。)

- ✓ 空港セキュリティ強化による機内持ち込み手荷物規制が、特に、短距離旅客に影響を与えている。
 - ✓ 供給拡大が大き過ぎる。(レガシーは供給を絞って L/F を上げている。)
 - ✓ 燃油費の低下で、ヘッジによる優位性が減少している。 労務費が上昇している。
(Southwest)
 - ✓ 景気の低下と需要の緩和が発生れば、1 社か 2 社が倒産するかも知れない。
- (wsj.com, 10/30/2006)



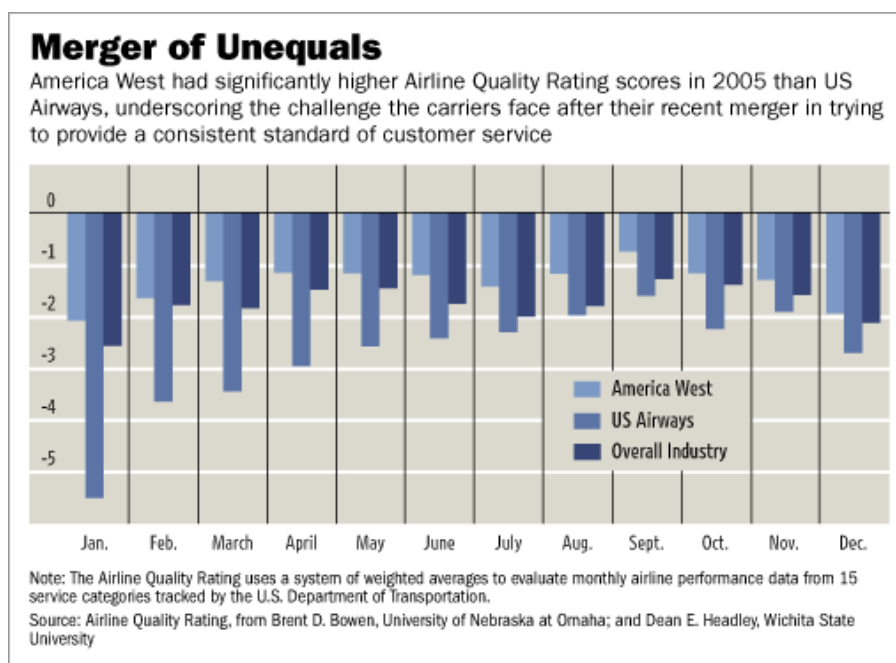
(6) 中国エアショーに、世界の航空メーカーが殺到出展

10 月 31 日から、広東省珠海で、Airshow China 2006 が開催されている。 世界 33 カ国の軍事、商業航空機メーカーなど航空関係企業 550 社が出展している。 ボーイング社は、中国の商業航空機市場は、年率 +7.3%で成長すると予測している。 一方、ロールスロイス社は、向こう 20 年間で、中国の新造機需要は 2,600 機に達するだろうと言っている。
(channlenewsasia.com, 10/31/2006)

(7) 合併後の US 航空、顧客サービス評価で苦労

昨年 9 月末に合併した US 航空が、旧 US と America West (合併後の US 社内では、旧 US が East、America West が West と呼ばれている)の顧客サービス平準化に苦労している。 被買収企業の旧 US のサービス評価が、買収企業の America West を大幅に下回っている。 米運輸省の 2005 Airline Quality Rating (定時性、バケトラ、オフロードなど航空会社の 15 のサービスを評価している)で、旧 US は、過去 5 年間で最低の成績を記録している。 機内サービス実施要領の統一後間もない事も、サービス品質の悪化の一因と見られている。

（America West 方式が採用されたサービス手順に対して、旧 US 客室乗務員の不満が発生していると言う。） America West では数年前から開始している、顧客の苦情の客室乗務員本人へのフィードバックも、旧 US でヤット開始されている。(wsj.com, 10/30/2006)



（８）香港オアシス航空、更に混乱

先週、香港＝LON 初便の運休を余儀なくされた新興長距離 LCC Oasis が、またまた 10 月 29 日の LON (GTW) 発便で 16 時間の遅延を発生させた。 同社は、B747-400 型機×1 機のみによる運営の為、折り返しの 10 月 31 日の香港発便もロング ディレイとなった。 遅延の原因は、トーイング トラクターと空港混雑に起因すると発表されている。

初便の運休（24 時間遅延）は、ロシア上空通過許可取得の失敗によるモノであった。 特別許可を取得した初便を除いて、その後の便は全てロシア上空通過を回避して運航（飛行時間が 1 時間余計にかかる）している。 今週、Oasis は、ロシア当局と上空通過許可取得で再協議する。 世界初の長距離 LCC と、鳴り物入りでスタートした Oasis の、混乱が続いている。(channelnewsasia.com, 10/31/2006)



An Oasis Hong Kong Airlines plane

（９）航空機排ガスが、欧州連合規制目標値達成を困難にするだろう

航空機排ガスは、現在、欧州連合の CO2 排出の 2.6%を構成している。しかし、40 年～50 年後には、欧州の排出枠の殆ど全てを航空が使い切ってしまうだろう。欧州の航空会社は、地球温暖化問題で、航空が不当に環境保護団体のターゲットにされていると怒っている。欧州に於ける国際航空の排ガスは 2004 年に 114m 屯であり、道路交通や住宅が排出する量は、その 10 倍も多く、1990 年より +175m 屯も増加している。しかし、LCC の急成長が、航空の排ガス規制の動きを加速化させている。そして、域内の往復航空券に、9 ユーロ (1,350 円) の排ガス税を賦課する動きを促進させている。航空会社は、排ガス税の導入に反対しているが、排ガストレーディング スキームへの参加は、已むを得ないと考えている。

英国では、航空旅客数が 2003 年の 2 億人から 2030 年には 4.7 億人に拡大すると予測されている。オックスフォード大学の研究によると、航空の排出する二酸化炭素は、2050 年までには、1990 年レベルの 4 倍～10 倍に増加する。この増加は、他産業に於けるこの期間の排ガス削減量を上回り、2050 年迄に▲60%削減する政府の目標の達成を、殆ど困難にするだろう。英仏間高速鉄道の Eurostar は、鉄道の排ガスは、航空の 1/10 以下と宣伝して、航空旅客を鉄道に引き抜こうとしている。(FT.com, 10/31/2006)



Eurostar claims that a train journey produces less emissions than a comparable flight

(10) チャンギ空港バジェット ターミナル利用客、今年末に 100 万人達成

シンガポールのバジェット ターミナルの利用客が、今年末迄に 100 万人に達する事が確実となった。LCC 便数は、シンガポール発の総便数の 11.3%に達している。現在、バジェット ターミナルからは 16 路線 週間 244 便の LCC 便が取り扱われており、月間 10 万人の旅客がこのターミナルを利用している。ターミナルのキャパシティーは 260 万人なので、早晩、拡張が必要となるだろう。

(channelnewsasia.com, 10/31/2006)



Singapore's Budget Terminal

(11) 英国航空 第 2 四半期決算 ▲1.2%減益 8 月の空港セキュリティ強化が影響

BA の第 2 四半期決算は、▲1.2%減益し 165m ポンド (330 億円) の利益計上となった。収入は、+4.9%増加して 23.16 億ポンド (4,650 億円) であった。営業利益は、▲48.7%減少し 134m ポンド (270 億円) であった。この決算には、8 月の空港セキュリティ強化 (BA は、▲1,280 便の運休を余儀なくされた) による▲100m ポンドのコスト増と、一時的費用であるリジョナル部門 BA Connect の減損評価▲106m ポンドが含まれている。空港セキュリティ強化により、乗り継ぎ旅客が、LHR トランジットを嫌い、CDG, AMS, FRA 経路に変更している事が、BA 収入に影響を与えている。(トランジット旅客は、旅客数ベースで、BA 旅客の 40%を構成している。) そのため、BA は、年間収入見通しを +5%~+6%から +4.5%~+5%に低下させた。同時に、原油の値下げに伴い、燃料費について、+550m ポンド~+600m ポンド増から、+400m ポンド増の 20 億ポンド (4,000 億円) に修正した。

BA は、赤字のリジョナル部門 BA Connect を、Flybe に売却する。売却価格等の詳細は明らかにされていないが、BA は、Flybe の 15%の株式を保有する。Flybe は、この買収により収入 600m ポンド以上の、年間 1,000 万人を輸送する欧州最大のリジョナル キャリアに成長する。Flybe は、計画していた上場を、2008 年上半期迄延期する。(FT.com, 11/3/2006) (wsj.com, 11/3/2006)

(12) ユナイテッド航空 第 3 四半期決算 +190m ドル利益計上

UA が第 3 四半期決算で、+190m (222 億円) の利益を計上した。収入は、+11%の 52 億ドル (6,050 億円) であった。殆どの米メジャーが、強い需要、高い運賃、コスト削減、燃油低下によって恩恵を受けている。Chapter-11 の NW の第 3 四半期決算は、▲11.8 億ドル (1,350 億円) の損失であった。これにはリストラに伴う一時的経費 14 億ドルが含まれており、これを除去すると実質的には +252m ドルの利益計上 (去年同期は▲232m ドル) となる。収入は、+2.3%増加して 34 億ドル (3,950 億円) であった。しかし、9 月単月の収支は、リストラ経費除きで▲13m ドルの欠損を計上している。(DTW, 11/1/2006)

(13) 全席ビジネスクラスのイーオス航空、追加資金 75m 獲得

全席ビジネスクラスの新興航空会社 Eos が、既存及び新規の投資家より合計 75m (85 億円) の資金を獲得したと、11 月 1 日発表した。新たに獲得した資金は、フリートと路線の拡張に使用される。Eos は、9 月に 2 便目の JFK=LON (Stansted) 毎日便を増便したが、65% の L/F を達成していると言っている。同社は、来年、PAR 及び ZRH 便の開設を米運輸省に申請している。(DTW, 11/2/2006)

(14) カンタスとエアーニュージーランドの提携に反対、豪州消費者保護局

Australian Competition and Consumer Commission は、QF と NZ の両社の提携案は、競争を排除するだけで、公衆の利便の向上には繋がらないと言うコメントを発表した。両社は、全路線で、スケジュールから運賃設定まで幅広い提携を計画し、豪州とニュージーランド当局にこの計画の承認を求めている最中。QF と NZ は、豪州とニュージーランド間のタスマニア路線で、2 社合計で 80% の旅客シェアを誇っている。最終的な政府当局の判断は、来年に決定される。(channlenewsasia.com, 11/3/2006)

水 運

(1) ロイヤル カリビアン第 3 四半期決算 減益▲8%なるも実質的には +12%増益

Royal Caribbean の第 3 四半期決算は、減益 8%の \$345.4m (405 億円) であった。しかし、昨年同期の First Choice Holidays に対する投資回収に伴う一時的ゲインを除去すると、実質的には +12%増益決算となる。収入は、+6.7%増の \$1.6bn (1,850 億円) であった。強力なクルーズ価格がネット イールドを +2.7%上昇させている。燃油比の増加はネットクルーズ コストの +4.5%の内の、+3.4%p を占めている。(DTW, 11/1/2006)

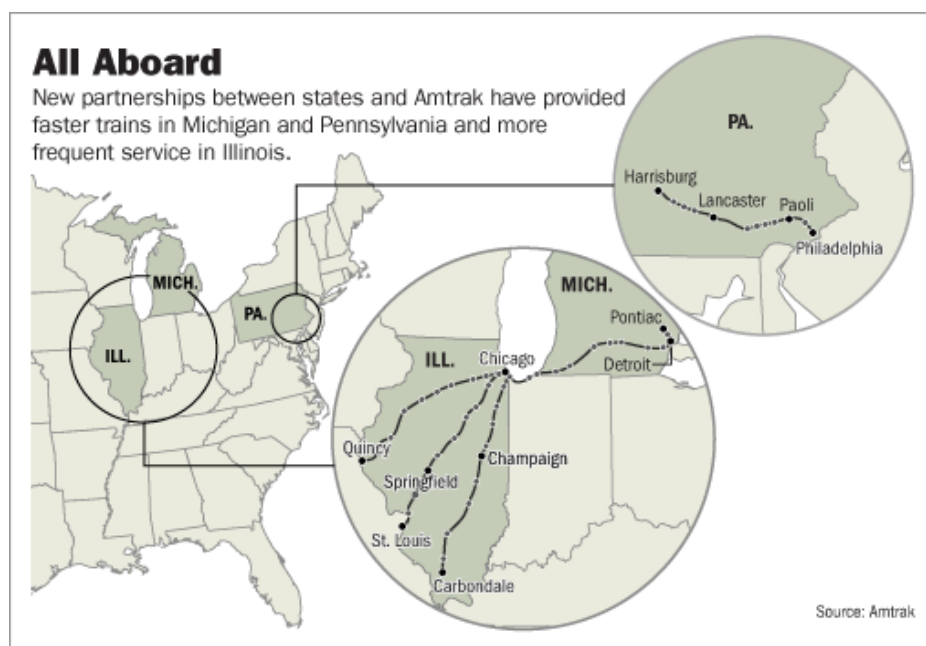
(2) NCL が第 3 世代の 4,000 人乗り超大型クルーズ船×2 艘を発注

Star Cruise (シ) の子会社 NCL Corp.が、4,200 人乗りのクルーズ船×2 艘 (+1 艘オプション) を、フランスの Aker Yards SA (Saint Nazaire) に発注した。このクルーズ船は、150,000 トン級の超大型船で、NCL は第 3 世代の “Freestyle Cruising” シップと呼んでいる。デリバリーは、2009 年と 2010 年 (オプション船は 2011 年) となる。契約価格は、オプションを含めて、およそ 28 億ドル (3,250 億円) に上る。(DTW, 11/1/2006)

陸運&ロジスティックス

(1) アムトラック高速運転徐々に開始

一度も利益を出した事が無い、年間 13 億ドル (1,500 億円) の政府補助金を貰っている Amtrak が、高速運転に積極的だ。10 月 29 日、Harrisburg, Pa., と Philadelphia 間の時速 110 マイル (180km) 走行が開始された。ペンシルバニア州が、高速走行化に必要な 145m ドルの資金の一部を補助して呉れた為に、両都市間が 1 時間 30 分 (▲30 分短縮) で結ばれる様になった。道路渋滞と空港のセキュリティ強化が、多くの州政府を鉄道への再投資に向かわせている。Union Pacific 鉄道の幹部から Amtrak の CEO に最近就任した Alexander Kummant (46) が高速化に積極的に取り組んでいる。殆どの米国の鉄道は、50 年前の高速走行による連続事故の発生で、制限速度が時速 79 マイル (126km) に制限されている。彼は、先ずこれを時速 100 マイル (160km) 走行に引き上げる事を計画している。欧州やアジアの時速 200 マイル (360km) 走行に及ばないけれども、米国の鉄道輸送が見直される切掛けになるかも知れない。(wsj.com, 11/3/2006)



(2) ユーロタンネル取締役会 再建案承認

61.8 億ポンド (1 兆 2,350 億円) の負債に喘ぐ Eurotunnel SA の取締役会は、同社の再建案を承認した。この案 (債権者の一部の合意が取れていない、Eurotunnel 独自案) は、2007 年 3 月に新会社 Groupe Eurotunnel を設立し、そこに 28.4 億ポンド (5,700 億円) の上位債務 (40 年満期の senior debt) を保有させるもので、この新規ローンは Goldman Sachs がア

レンジする模様（金利等の詳細は未だ決定されていない）。Eurotunnel は、5 月に、366m ポイントの債権を保有する上位債権者団との間で一時債務リストラ案の合意に達したが、その他の債券保有者団の反対に合い、再建案の成立に失敗している。今回の Eurotunnel 独自再建案に対しても、債券保有者団の一部は反発を示しており、合意が形成されない場合は、Eurotunnel は、今年末迄に破産（insolvency）する可能性が出て来ている。債券保有者団の一部は、破産させて資産を支配した方が、今回の再建案よりも魅力的と考えている。（FT.com, 10/27/2006）

（３）TNT グローバル エクスプレス サービスには手を出さず リジョナルに止まる

TNT（蘭）の CEO Peter Bakker が、TNT はグローバル エクスプレス サービスには手を出さず、飽くまでリジョナル展開に止まると、と言っている。TNT は、ビッグ 4 のエクスプレス デリバリー グループ – 即ち UPS、FedEx、DHL、TNT – の中で最小の企業であり、ライバル企業が世界展開を優先させている中で、欧州域内とアジアの国内市場に止まる戦略を採用する。TNT のビジネスの 80% 以上は欧州域内で発生し、大陸間のエクスプレス デリバリーは、物量ベース、全体の 5% 以下しか構成していない。欧州ではオランダ ベースの大規模な郵便ビジネスを保有し、来るべく欧州連合の郵便事業民営化に備えている。アジアでは、インドの Speedage、中国では Hoau の大規模国内貨物陸運企業を買収し、両国の国内市場への参入を狙っている。（FT.com, 10/31/2006）

ホテル&リゾート

（１）ラスベガス、建設資材高騰で開発プロジェクトに影響

建設資材の高騰で、Las Vegas の大規模開発計画に影響が出始めている。Harrah's Entertainment は、昨年、10 億ドル近くを注ぎ込んだ Las Vegas Strip の 350 エーカーの土地で、野心的な再開発計画を有しているが、未だに具体的な計画の詳細を発表していない。

（Harrah's の場合は、現在、プライベート エクイティ企業のアポロ Management LP と Texas Pacific Group の 2 社から 155 億ドルの買収を仕掛けられている事も、計画着手に踏み切れないもう一つの理由。Harrah's は、シンガポールの総合リゾート開発入札競争からも手を引いている。）MGM Mirage, Wynn Resort Ltd, Boyd Gaming Corp の巨大再開発プロジェクトは、現在進行中であるが、建設資材の調達難の為に、潜在的な工期の遅延が発生する可能性が出て来ている。その他のプロジェクトは、建設費の高騰で延期若しくは計画の縮小が必至となるだろう。最大の MGM Mirage の Project CityCenter の場合は、2004 年の見積もり 50 億ドル（5,900 億円）が、コンドの追加等のデザイン変更の所為もあって、今では 70 億ドル（8,300 億円）に跳ね上がっている。プロジェクトの遅れにより、過去 5 年

間で年率 +4%増加して来た Las Vegas の客室増が、今後 5 年間では +1.8%に低下するだろう、と言う予測も存在している。（2008 年の北京オリンピックと 2010 年の上海万博が終わる迄は、当面の間、建築資材の高騰と品不足は止まらないかも知れない。）(wsj.com, 11/1/2006)

MGM Mirage's Project CityCenter, under construction on the Las Vegas Strip, has seen its budget grow to \$7 billion from \$5 billion since it was announced in 2004.



（２）米豪華ホテル売却価格、1 部屋 100 万ドルの壁を越える

米豪華ホテルの売却価格が、遂に、1 部屋 100 万ドル（1 億 1,500 万円）の壁を越えた。つい数年前までは、1 部屋 50 万ドルの売却価格でも高いと思われていたのが、ここに来て初めて 100 万ドルを突破した。

Four Season Resort Hualalai（ハワイ島）と、W New York Union Square が、昨年、1 部屋 100 万ドルで売却された。Four Season Resort Hualalai（243 室）は、865 エーカーの海岸辺りの住宅用用地を含めて 500m ドルで MSD Capital L.P.（コンピューター メーカー Michel S. Dell の資産管理会社）と Rockpoint Group（グローバル投資管理会社）に売却された。（単純な計算では 1 部屋 200m ドル以上となるが、ホテル以外の土地の販売を勘案すると 1 部屋 100m ドルとなる。）

W New York Union Square（270 室）は、285m ドルで、ドバイの政府が所有する投資会社 Isthmar に売却された。空前のホテルの好景気（平均客室単価が +6.8%上昇し 96.90 ドル、オキュパンスーが +1%p 上昇し 65.2%に達している）と、ホテル建設費の高騰（2003 年以来、少なくとも倍に値上がっている）が、ホテルをかつてないほどの魅力有る投資対象にしているのだ。2000 年にオープンした W New York Union Square の場合は、好立地で付近に競争ホテルの無い事もあり、客室レートは、1 泊 525 ドル（62,000 円）以上もしている。

The W New York Union Square in Manhattan.



しかし、欧州では、特にアイコンック ホテルの売却価格は、ここ 5 年、1 部屋 1m^{ドル}以上で取引されている。 ミラノの Four Seasons は、昨春、1 部屋 200m^{ドル}以上で、ロンドンの Marriott Park Lane は 100m^{ドル}以上で売却されている。 ホテル ブームが継続する限り、米国の豪華ホテルの買収は、今後、1 部屋 100m^{ドル}以上を支払わなければならないだろう。(nytimes.com, 10/29/2006)



The Four Seasons Resort Hualalai in Hawaii, above, and the W New York Union Square in Manhattan, below left, have sold for more than \$1 million a room in the last year. Analysts say that these sales illustrate the recent boom in the domestic hotel market.

(3) オンライン賭博企業コンソリへ向かう

米国のオンライン賭博規制法案可決により、大打撃を蒙っている賭博企業が、コンソリの動きを活発化させている。 PartyGaming は、888 Holdings とコンソリ協議を開始したが、話はまとまらなかった模様である。 そして、かねてからオンラインに進出したがっていた Ladbrokes が、PartyGaming と 888 Holdings と初期的な協議を持っている。 一方 PartyGaming は、11 月 3 日、インド Hyderabad のカスタマーとテクニカル サポート社員 1,750 人の内▲40%近くをレイオフした。 ジブラルタル本社とロンドン事務所の社員のレイオフも予定されている。(FT.com, 11/3/2006)

その他

(1) IAC (Expedia 親会社) のディーラーが、Web サイト ビジネスに照準

IAC創立者のBarry Dillerが、長年TVと映画の幹部であったMichael Jacksonを雇い入れて、Webサイト ビジネスの立ち上げを計画している。IACは、最近、新しい日刊ニュース レターとWebサイトVery Short Listのテスト版を開始している。このサイトでは、余り良く知られていない、書籍、CD、DVDを含む文化的とエンターテインメントのプロダクトを紹介する。8月には、全米ユーモア サイト第6位にランクされているwww.collegehumor.com (comScoreによると9月に130万ユニーク ビジターを保有)を買収した。来年には、中道左派のブログを集合させたThe Huffington Postとの合併企業により、常時アップデートされる風刺Webサイトを立ち上げる。The Huffington Postは、Webサイトのブログ カテゴリーの全米24位にランクされるサイトで、9月のユニーク ビジター数は635,000に達している。Dillerは、彼の次のビジネスの照準はニュースとなるかも知れない、と言っている。ニュースを集めて編集し、最良の利用可能な情報を人々に、ユーモアと風刺を伴って提供する事が出来るサイトを立ち上げたい、と言っている。ベテランのJacksonを連れて来たので、IACの作り出すWebサイトは、キット大評判を得るだろう、と業界の多くが期待している。(nytimes.com, 10/31/2006)



Michael Jackson, the programming president for IAC/InterActiveCorp, in his Manhattan office.

編集後記

インターネット上をサーフィンしていたら、米運輸省統計局のサイトに、面白そうなグラフやチャートを発見した。丁度、勉強会の表紙に載せる適当な写真が見つからなかったもので、先週号より連続して、このグラフをコピペする事にした。

今週号に掲載した、2005 年 8 月から 2006 年 7 月の 1 年間の、「米国内路線 旅客数トップ 10」のグラフからは、以下の興味深い諸点が見て取れる。

- ✓ 1 位は、NYC=CHI（年間 314 万人）である。
- ✓ NYC と CHI の両都市は、トップ 10 路線の 8 路線に登場している。
- ✓ 全米の 2 大観光地である Orlando (NYC=Orlando) と Las Vegas (CHI=LAS) は、夫々、8 位と 10 位に入っている。
- ✓ トップ 10 路線の合計旅客数は、2,716 万人で、全路線総旅客数 6 億 5,700 万人の 4.1% を構成している。
- ✓ トップ 10 路線の総旅客数に占める割合が 4.1%と低いのは、広大な国土に展開された米国内航空路線網の広がりを示しているようだ。

（これ等のシティー ペアーは、全て複数空港の旅客数を合計している。即ち、NYC であれば、JFK, LGA, EWR 等の合計値。）

日本の国内線トップの東京＝札幌は、925 万人を数えるので、NYC＝CHI の規模と比べると、如何に我が国の国内線の単一路線の規模が大きいかが良く分かる。 確か、東京＝札幌、東京＝福岡（826 万人）、東京＝大阪（600 万人－平成 15 年度実績－出展：数字で見る航空 2005）は、世界の 2 地点間定期輸送旅客数で、トップ ランクに位置されている筈である。（サンパウロ＝リオデジャネイロ、台北＝高雄も大路線だったケツ。）
因みに日本の国内線総旅客数は 9,505 万人を数える。 また幹線の総旅客数に占める割合は、41%と大きい。 (H.U.)

TD 勉強会 情報 242 （ 以 上 ）

<訂正>

情報 238 号 P40 の、米前運輸長官 Norman Mineta は、共和党ではなくて民主党員。 彼はブッシュ政権唯一の民主党員であった。

情報 241 号の「編集後記」・・・DL 航空は、JFK のオペレーションを縮小している・・・は、誤りで、「DL 航空は、JFK 発国際線に接続する国内フィーダー線を強化している」が正解。