

平成 22 年 12 月 7 日

TD 勉強会 情報 456

アメリカン航空とトラベルポートの航空流通戦争



発行人の都合により、今週号では AA の Orbitz 発券中止に関する記事 1 つだけを掲載しました。

【関連ニュース】

情報 452 号 11 月 8 日

アメリカン航空、12 月からオービッツ発券中止 (P2)

情報 454 号 11 月 22 日

オービッツ株価低下 (P6)

アメリカン航空、トラベルポート予約でサーチャージ (P7)

情報 455 号 11 月 29 日

裁判所、アメリカン航空にオービッツ復帰 暫定命令 (P4)

と共にお読み下さい。

Business Travel News, 11/29/2010

AA, Travelport Mobilize For Air Distribution War

アメリカン航空とトラベルポートの航空流通戦争

AA は、Orbitz 株 48%を保有している Travelport が 12 月 2 日から、米加以外の主要 POS (Point of Sale) で AA のブッキングフィーを大幅に値上げしたので、それ等の POS に於ける Travelport GDS の利用者に対して手数料 (サーチャージ) を課すことを決定したと発表した。

米国の旅行会社は、AA の Orbitz に対する航空券発券禁止に対してシカゴの裁判所の一時的復帰命令が発出されているので、直ぐには影響を受けることが無い。しかし、この命令が解除される場合は、法人旅行管理会社 (Travel Management Company) や旅行の購入者である企業は大きな影響を受けることになるだろう。それとも、過去の航空会社と GDSs 間の契約更新時に大騒ぎしたけれども、結局はフルコンテンツ契約を再契約した時と同じような軌跡を辿るのだろうか。航空会社は、2003 年に Web オンリー運賃を、2006 年には GNE (GDS New Entrant) をそれぞれ持ち出して、GDSs ブッキングフィーを低下させる戦術を採用した。

仮に、契約更改に漕ぎ付けられないような場合が発生した場合は、Orbitz の法人予約サイトである Orbitz for Business のトラベル プログラムは、大きなインパクトを受けることに

なるだろう。

AA は、何故 Orbitz との契約を 12 月 1 日から破棄することにしたのだろうか？

AA は、1 年以上前から、その流通戦略の一環で Farelogix のテクノロジーの利用を含めたダイレクト コネクト利用を旅行会社に対して勧めている。流通コストの低下と顧客のニーズの把握のために伝統的な GDS 接続を迂回するダイレクトコネクトの利用を旅行会社に推奨しているのだ。

AA はブログで こう言っている。

- 航空会社は、現在の旅行会社と GDS のチャンネルのメッセージング プロセス経由では、顧客のプロファイルやニーズをシッカリ把握できない。
- 航空会社は、自社の Web サイトやその他のダイレクト チャンネルでは 顧客のパーソナルなニーズに対応している。
- 今度は、この顧客に対するベネフィットを米国の航空券の 50%以上を販売している旅行会社にも広げるべきだと考える。

Travelport は、AA の Orbitz に対する発券禁止（契約破棄）は、Travelport と Travelport の関連会社に対するフルコンテンツの提供を取決めていた契約に違反すると裁判所に申し立てている。 Travelport は、裁判所に提出した資料の中で次のように主張している。

- AA は、Orbitz の既存のビジネスモデルを変更しろと言わんばかりだ。
- Orbitz からの収入は、どこの旅行会社よりも多く、Travelport のセグメント収入の 14%を構成する。
- ダイレクトコネクトのアプローチは、航空会社と旅行会社間の非常に多くの個々の接続を必要とする。どんな旅行会社も、経済的に言って、500 の航空会社との接続よりも GDS との単一接続を希望するだろう。
- AA のダイレクトコネクトが旅行会社にとって経済的に最も優れていると言うのは作り話だ。 AA の全予約に対する GDS の旅行会社に対する長期的な財務的支援を AA のダイレクトコネクトは 100%カバー出来ない。
- AA のダイレクト コネクトは、旅行会社のカスタマイズも可能だと言っているが、それは唯一 AA がカスタマイズに協力的である場合に限っての話だ。
- AA は、顧客の購買意思決定時に予約の真のコストの明細を示して、顧客にどの航空会社を選択するかをインフォームドな選択を可能にするべきだ。

Amadeus CEO David Jones は、今月アナリストたちに対して次の通り語っている。

「AA は既に Orbitz とダイレクトコネクトしているので、我々には AA の行為が良く理

解できない。これは、過去数年間 我々が直面している航空会社の強硬な契約更改のための戦術のようにも見える」

AA は、1 年以上前からダイレクト コネクトの必要性について公言している。DL が 9 月に米運輸省に対して同様のコメントを行なっている。他の航空会社は、沈黙を守っているが、おそらく AA と同様の考えを持っているのであろう。

ウォール街のアナリストたちは、こう言っている。

- AA の行為は GDSs との契約更改を有利に展開するための戦術だ。AA が他社と比較して突出しているのは、2011 年に 3 大 GDSs との契約更改が一度にやって来るからだ。
- しかし、他の航空会社が AA と同様の強政策や顧客ベースのアプローチを選択するかは未だ良く分からない。
- AA は Orbitz だけを標的にするのではないだろう。2009 年 4 月に AA CEO Gerald Arpey が、“航空会社のコンテンツの有料化”について触れている。OTA (Online Travel Agency) は、その最初の槍玉にされたに過ぎない。
- その理由としては、OTA 予約が (1) 低イールド、(2) 航空会社 Web サイトとの共食い、(3) より高イールドの座席へのアップセル機会の不存在であることが挙げられる。
- Travelport は、AA と Orbitz の争いに参加する理論的根拠に欠けている。これは、航空会社と ARC が公認している 1 リテラーとの争いだ。AA は、GDS に対しては何等の差別的な対応をとっていない。その面では、過去の航空会社の戦術とは異なっている。
- 結局は、年内にはこの争いは AA がより良い財務的好条件を取得して和解するだろう。GDSs は、バイアスのかからない略 独占的なコンテンツを維持したいので、フルコンテンツ契約の更改のためには代償を支払うことになるだろう。

■

表紙： ギター弾き (部分) マジックと筆ペン F6 スケッチブック 2003 年 6 月作
--

TD 勉強会 情報 456 (以上)