

平成 19 年 4 月 15 日

# TD 勉強会 情報 265

1. アジア最大 LCC エアー アジアの躍進
2. 代替支払手段のオプションを採用せよ
3. トピックス概観： 米オンライン リテール
4. 品質重視の旅行者増加
5. その他のニュース



## 1. Malaysia's leading airline AirAsia, now looking further afield

### アジア最大 LCC エアー アジアの躍進

欧州 LCC 最大手の Ryanair と同じ程度の単位コストを誇る CX や SQ が存在するアジアでは、LCC は、決して成功しないと言われて来た。

ところが、2002 年 1 月に、B737 型機×3 機と、CASK 2.5 セント（燃油費除き）の営業コストのビジネス・モデルでもって立ち上がった AirAsia が、今年 2 月に、創業以来 3,000 万人の旅客を獲得した。（CASK=Cost per available seat km=有効座席キロ当たりコスト）2007 年 6 月に終了する会計年度で、AirAsia は、CX や Emirates を上回る年間 1,800 万人の旅客を獲得するだろう。 AirAsia の成長は、下表の通り凄まじい。

|             |   |
|-------------|---|
| 2002 年 1 月  | ×6 路線、2002 年 6 月 最初の 6 ヶ月間で 旅客×611 千人   |
| 2004 年 2 月  | 合弁企業 Thai AirAsia 及び Indonesia AirAsia 設立<br><ul style="list-style-type: none"> <li>・ Thai AirAsia、2006 年 10 月～12 月純益 +33m バーツ（1 億 2 千万円）<br/>B737-300×11 機保有、2008 年には B737×13 機 + A320×6 機</li> <li>・ Indonesia AirAsia 第 2 四半期 純益 IDR+2bn（2 千万円）<br/>B737-300×6 機保有、2008 年には B737×8 機 + A320×6 機</li> </ul> |
| 2004 年 6 月  | ×26 路線、年間旅客×280 万人  |
| 2004 年 12 月 | A320 型機×80 機発注 → 2005 年 3 月×100 機に増機（B737 更新）<br>A320 単位コスト B737 比▲12%、且つキャッシュ・コスト▲20%  |
| 2006 年 6 月  | ×65 路線、年間旅客×930 万人  |
| 2006 年 12 月 | 上半期決算 純益 227m リンギ（80 億円）利益率 25%達成、平均運賃 ▲5% 164 リンギ（5,740 円）、現在マ国内線シェア×51%（'05=25%）  |
| 2007 年 1 月  | A320 型機×100 機追加発注、年 +18 機ペース、CASK 2.2 セント<br>2007 年末フリート B737-700×34 機 + A320×20 機  |
| FY2007 見通し  | 増益 +5% ~ +10%、旅客数 +10%、CASK▲1% ~ ▲3%  |
| 来年          | A330 若しくは B777 により、長距離子会社 AirAsia X 欧州・インド・日本・韓国・豪州に就航  |
| 機内サービス      | 基本的には LCC モデル（no frill service）踏襲、機内食販売実施、機内に持ち込んだ物の飲食は禁止されている  |
| 路線          | 片道 2 時間以内の路線に集中<br>中国路線は、BKK=アモイ、BKK/Kota Kinabaru/KUL=マカオに就航<br>中国路線は、飛行時間が短い Kota Kinabaru 乃至 BKK から展開予定  |

Forrester Research, 2/20/2007

## 2. Travel Sellers Should Adopt Alternative Payment Options

*PayPal And Bill Me Later Appeal To Travelers And Make Sense For Sellers*

### 代替支払手段のオプションを採用せよ

#### CREDIT CARD FEES ARE TRAVEL'S NEXT DISTRIBUTION BATTLEGROUND

クレジットカード手数料が、旅行の次の流通コスト削減対象

旅行 e-コマースと流通の幹部は、小売業界で盛んになっている Bill Me Later, CheckFree, electronic bank transfer (EBT), PayPal などの代替支払手段を採用するべきだ。旅行流通の世界に於いても、オンライン購入に新しい支払手段を導入する検討が始まっている。

GDS コストの削減に成功した航空会社は、次のコスト、すなわちクレジットカードの手数料の削減に照準を当て始めている。ホテルや旅行社が、この航空会社の動きに参加するだろう。複数のクレジットカード支払が含まれる、前払いのマーチャント・モデル ホテルやダイナミック・パッケージの如くプロダクトと、チェックイン後のカード支払の継続した増加により、彼等は、カード会社に支払う手数料を何とかしたいと思っている筈だ。それに加えて、オンライン旅行販売の海外展開が、クレジットカードが普及していない国々への対応を模索している。この様な複雑な背景をバックにして、代替支払い手段の採用は、旅行 e-コマースと流通の幹部に以下の機会を提供する。

#### ➤ マージン拡大

\$500 の航空券のクレジットカードの割引手数料は、運賃の 2.75% = \$13.75 にも及ぶ。これは、新 GDS プライシング モデルよりも高額だ。運賃が高くなれば、それに比例して手数料も高くなる。コスト削減に熱心な LCC が、代替支払い手段を採用し始めている。US は、Bill Me Later を採用した初めての航空会社だ。AirTran Airways が US をフォローしている。CO は、同社のオンライン直販サイトで、現在、Bill Me Later と Western Union をオファーしている。しかし、注意が要するのは、代替支払い手段をプロモートする余り、折角のマージンを無くしてしまう様な割引をしてはいけないと言う事だ。

### ➤ クレジット・カードのセキュリティー懸念対策

32%の米レジャー旅行者の Lookers が、オフライン購入する理由について、クレジットカードのセキュリティーに対する懸念を挙げている。

(Lookers = オンラインで調査は実施するが、オンライン購入は実施しない人達。)

代替支払い手段の採用は、これ等のオンライン購入をしたがらない顧客のコンバージョンを促進させると共に、追加的販売の拡大も発生させるだろう。 Bill Me Later の如くの後払いを導入した商店で、+6%の収入増加が発生したと言うエビデンスが存在する。

### ➤ 海外展開

日本や韓国で人気がある、コンビニ Kiosk や携帯電話を含む支払いオプションのミックスの採用は、海外のオンライン展開には欠かせない。日本では、オンライン レジャー旅行者の 19%がクレジットカードを所有していない。海外展開を積極的に実施している Marriott International, Hertz, Expedia の如くの旅行の会社は、クレジットカードが普及していない進出先で、オンライン販売をどの様に拡大するかに挑戦している。インドの大都市では、オンライン レジャー旅行者の 64%がカードを保有していない。ドイツでは、24%しかオンラインでクレジットカードを使用したがらないのに対して、45%は EBT の使用を好んでいる。

## TRAVELERS HAVE UNMET DEMAND FOR PAYMENT ALTERNATIVE

旅行者の代替支払手段ニーズは、充足されていない

提携クレジットカードのロイヤルティー・プログラムのポイント提供が、旅行者にアピールしている事は疑いも無い事実である一方で、意味ある少数の Bookers が、Bill Me Later や PayPal を使ってオンライン購入している。Forrester の North American Consumer Technology Adoption Study の 2006 年第 3 四半期調査によると：

### ➤ より多くの旅行者が代替支払い手段を使いたがっている

代替支払い手段は、eBay の如くの e コマース・サイトではポピュラーかも知れないが、旅行では、今のところは、まだ発芽期の段階にある。米レジャーBookers の 3%が旅行のオンライン購入でPayPalを使用したと言っている。しかしながら、若し利用出来るならば、PayPal を使いたと言っている。(Figure 1 参照)

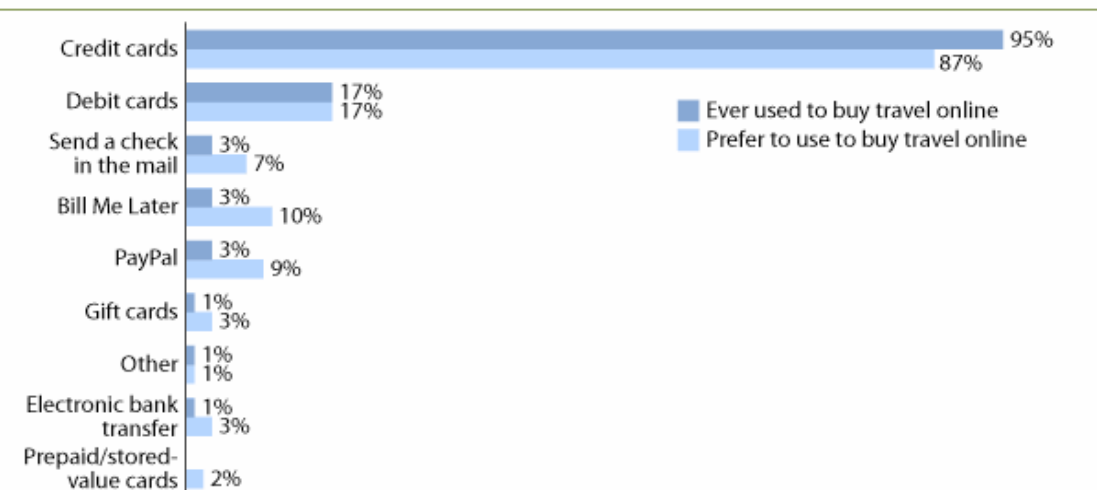
➤ 中低所得層が代替支払い手段をより強く求めている

95%の米レジャーBookersが、旅行のオンライン購入にクレジットカード使用しているが、カードを優先使用している人達は87%に低下する。これは、少なくとも13%が、代替支払い手段を使う事に躊躇しない事を意味している。特にこの傾向が最も強いのは、年収が\$50,000（600万円）以下の世帯収入の人達だ。Celebrity Cruises, Cunard Lineなどのアップスケールの需要層は、代替支払い手段を余り必要としないだろう。しかし、マスマーケットブランドであるCarnival Cruise Lines, Royal Caribbean Internationalの如くは、代替支払い手段がより必要となる。\$50,000（600万円）以下の世帯収入の人達には、デビット・カード、prepaid cards、EBTの支払手段も考慮すべきだ。例えばデビット・カードは、年収が\$30,000の人達の28%が使いたがっているのに対して、それ以上の年収の人達は、Bookersの9%しかそれを欲していない。

➤ 20代の人達はPayPal、それ以上の人達はBill Me Laterを好む

Millennial-generation Bookers（18歳～26歳）は、Generation Xers（27歳～40歳）よりも2倍もPayPalを好む傾向が有る。（Figure 2参照）この傾向は、Millennial-generation Bookersが、PayPalが通貨となっているeBayの如くのオンラインオークションを利用しているので、何の不思議も無い。これとは反対に、Generation XやBoomers（41歳～61歳）やSenior（62歳以上）のBookers達は、Millennial-generationよりも3倍も多くBill Me Laterを、旅行の支払に好んで使う。

Figure 1: Travelers Have Unmet Demand For PayPal And Bill Me Later



Base: US leisure Bookers (multiple responses accepted)

Source: Forrester's NACTAS Q3 2006 Survey

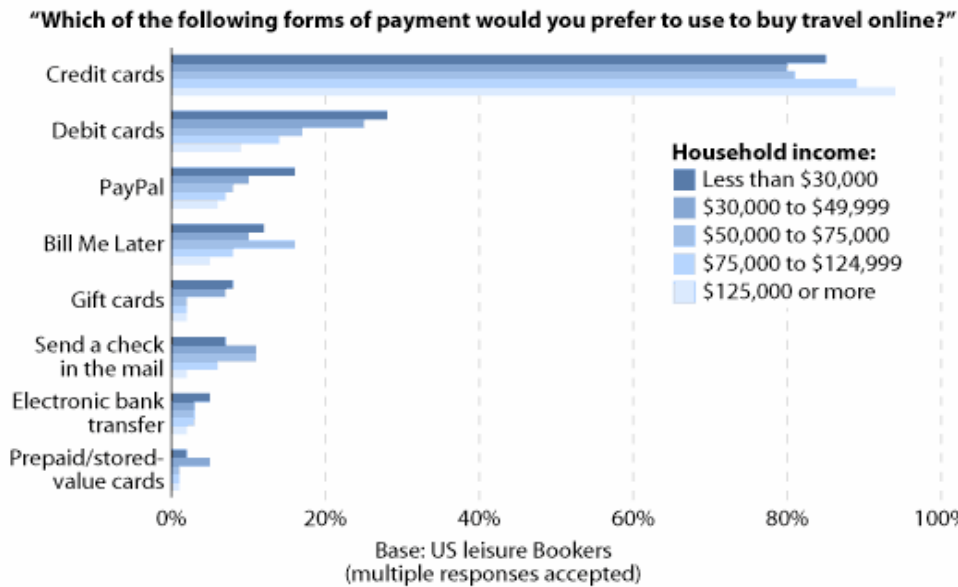
Note: Forrester included Western Union, Yahoo! Wallet, and Microsoft Passport in our survey but received an insufficient number of responses to include them here.

41600

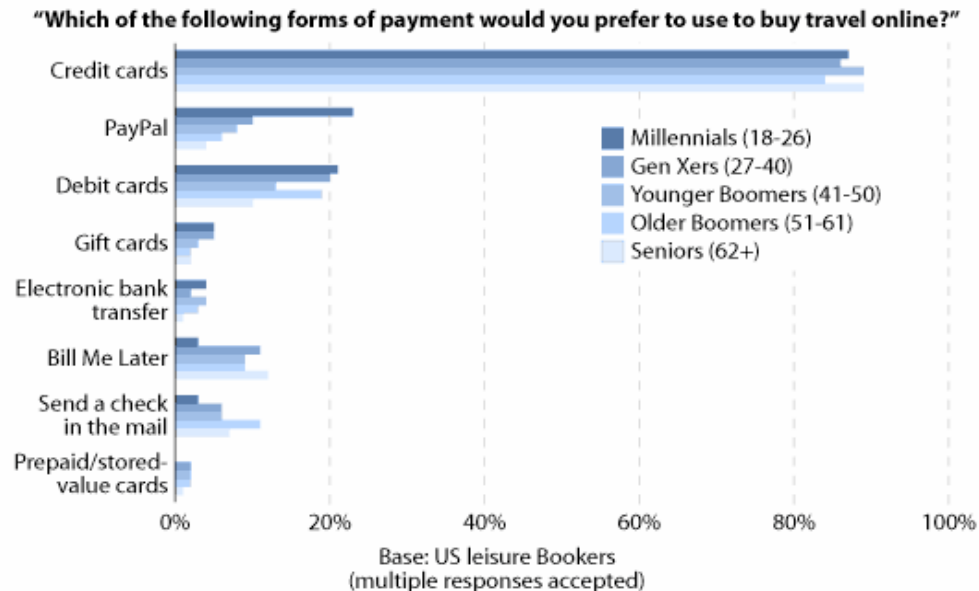
Source: Forrester Research, Inc.

**Figure 2: Preferences For Forms Of Payment Vary By Income And Age**

**2-1 Wealthier travelers are the most likely to prefer credit cards**



**2-2 Younger travelers are the most likely to prefer PayPal**



Source: Forrester's NACTAS Q3 2006 Survey

Note: Forrester included Western Union, Yahoo! Wallet, and Microsoft Passport in our survey but received an insufficient number of responses to include them here.

## RECOMMENDATIONS

### USE PAYMENT ALTERNATIVE AS A WAY TO OPTIMISE YOUR ONLINE SALES

#### 代替支払い手段を、オンライン販売の最適化に使用しろ

次の数年間、旅行の e コマースと流通の幹部は、彼等のオンライン販売戦略を合理化して、オンライン予約の最大化と、それにまつわるコストの最小化を求められている。

その為に、彼等は：

#### 常顧客でないロイヤルティ会員以外に、代替支払手段をオファーして見ろ

若年層の顧客には PayPal を、年齢の行った顧客には、或は、高額商品の購入者で後払いを好む顧客には Bill Me Later をオファーしたら良い。特に負債やセキュリティーに神経を使う顧客には、現金と同等の prepaid、stored value cards、CheckFree、EBT をオファーしたら良い。航空会社が 1934 年に立ち上げた Universal Air Travel Plan (UATP、殆どが法人カード) も、コストが安く、魅力あるユーザー ベースを持った、ホテルやレストランにも使う事が出来る潜在力を有している使い勝手の良いカードだ。

#### 海外市場では、よりクリエイティブなソリューションを展開しろ

海外市場に於けるオンライン展開には、支払手段のオプションのミックスが必要となる。クレジットカード、クレジットカードの代替、オフラインの支払、携帯機器による支払などのミックスが要求される。GlobalCollect の如くの企業は、各国に合った支払ソリューション（日本ではオンラインで購入し、付近のコンビニで現金支払が出来る）を見つけてくれる。

#### 現実的にならなければいけない

旅行 e コマース、チャネル、プロダクトのマネジャーは、現在の支払オプションに替えて代替支払手段を導入しようなどと考えるのはいけない。そうではなくて、より多くのオンライン旅行者に対してよりアピールする為に、代替支払い手段でもって補完する事を考えるべきだ。代替支払い手段を採用している旅行の会社は、Forrester に、その使用率はオンライン販売の 2% (Forrester の消費者調査と同一) にしか過ぎないと言っている。旅行の会社は、例えば 90 日間の無利子若しくは支払猶予等のサービスによるプロモーションにより、その使用率を引き上げる事が出来るかも知れない。しかし、それでは、代替支払い手段は、クレジットカードのコストよりも高くなってしまう。



### 3. Topic Overview: US Online Retail

#### トピック概観： 米オンライン リテール

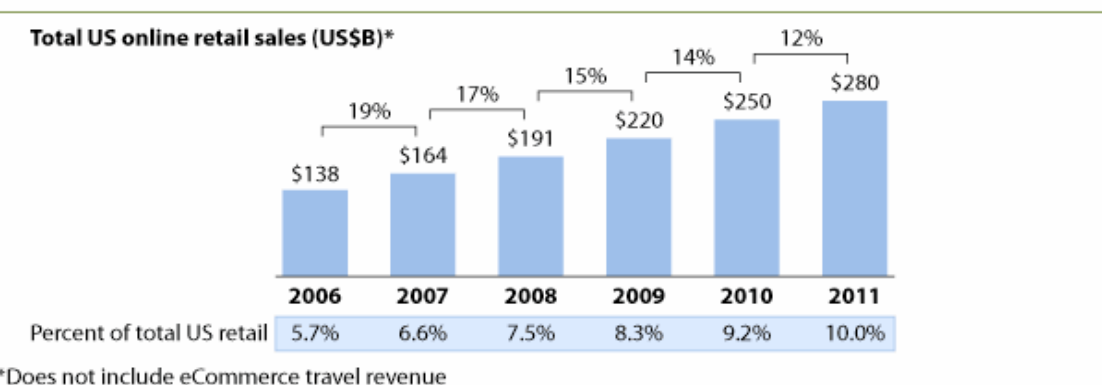
旅行を含む米オンライン小売り販売（B2C）が、200bn（23兆5,000億円）に達している。今後も2桁成長が期待されている。

この成長のドライバーは；

- ① 消費者のオンライン/マルチ・チャンネル ショッピングの採用、
  - ② 消費者のeコマース エクスペリエンスを作り出す為のベスト プラクティス、
  - ③ 小売業者のオンライン販売に影響するユーザーが作り出すコンテンツ（UGC）の如く  
の新しいトレンド、
- に有ると、Forrester は見ている。

B2C のeコマースは、既に6,000万の所帯がオンライン購入を経験し、総小売り販売の6%を構成している。2006年には、その規模は、\$200bn（23兆5,000億円）に達している。（下図F.1は、注\*に在る通りオンライン旅行販売を含んでいない。）そして、今後5年間で、+10%成長するだろう。（Figure 1 参照）

Figure 1: Forecast: US eCommerce, 2006 To 2011



41752

Source: Forrester Research, Inc.



Forrester は、650,000 の大・中・小の企業が、プロダクトやサービスをオンライン販売していると推定する。 彼等は、以下の3つの主たる方法によって消費者にサービスし、ニッチなオンライン プレイヤーとして成功を収めている。

### 1. 便利さを提供

e コマースは、消費者に、彼等の調査と購入のプロセスに対して、時間と場所のシフトを可能にする。 これは、過去に地理的且つ物理的の近接地点の制約を受けて来た業界（例えば中古自動車の購入、art house auctions）を見てれば最も顕著である。 76%のオンライン ショッパーズが、何時でも欲する時にオンライン ショッピング出来る事を無常の喜びと感じている。

### 2. チョイスを提供

リッチ メディア アプリケーションとオンライン比較検索ツールを使用する事によって、消費者は、極めて幅広いプロダクトやサービスを、瞬時に比較する事が可能となった。 実際、60%のフリークエントなオンライン消費者は、リッチ メディア アプリケーションが、オンライン エクスペリエンスにバリューを追加していると言っている。

### 3. 価格の透明性を提供

現在の e コマース市場は、専業者達（pure-play companies）の、既存の B&M のビジネス・モデルを壊そうという、積極的な顧客獲得とコスト削減努力の結果である。 価格競争力の有るチャネルとしての信頼は、これからも継続するだろう。 76%のオンライン ショッパーズは、比較検索エンジンを使用している。 そして、半分以上が、オンラインで最もバリューの有るディールを見つける事が出来たと言っている。

オンライン販売は、オフライン販売の幾らかのシェアを奪ってしまっているけれども、貴重な調査のチャネルとして、オフライン店の販売増加にも貢献している。 Forrester は、オンラインが、\$125bn（14 兆 7,500 億円）のオフライン販売に貢献していると推定する。 米国のブロード・バンド利用者の増加（既に米所帯の半分以上が利用）と携帯電話用のコンテンツの急速な展開が、オンライン小売り販売の新たな機会を作り出している。 ■

## 4. Good News: Quality-Focused Travelers' Rank Have Grown

### 品質重視の旅行者増加

米オンライン レジャー旅行者の間で、旅行が大好きで、少々値段がアップしてもそれだけバリューが有る品質の高い旅行を購入する人達が増加している。(Figure 1 参照)

この人達は、品質重視旅行者 (quality-focused traveler = QFT) と呼ばれる人達で、2007 年には、オンライン レジャー旅行者の 28%を構成している。 QFT は、Forrester がこの需要層を調査し始めた 2004 年よりも +33%も増加している。

今日の QFT は、Figure2 に示した通り ;

- ・ 男性

男性が 53%を構成する。 2004 年の 52%より変化していない。 男性の方が、女性より、より良い旅行エクスペリエンスに金を使う。 これは、旅行を販売している人達の、女性に対するマーケティング努力不足の存在を明らかに示している。

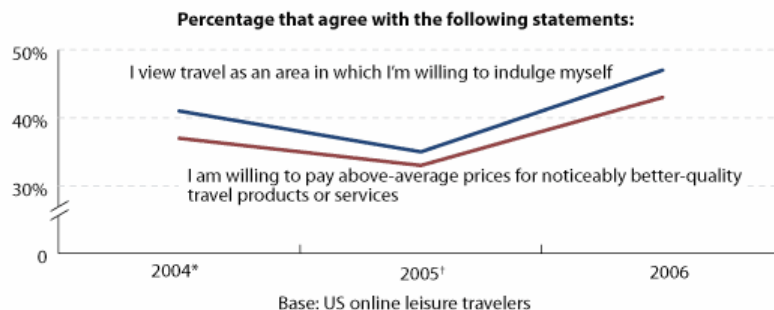
- ・ 高年収

QFT の平均年収 \$94,654 (1,120 万円) は、QFT で無い人達よりも +47%も高い。 QFT の 8%は、\$1m (1 億 1,200 万円) 或はそれ以上の財産 (住居、企業年金、保有企業を除く) を持っている。 これは、米国の全オンライン レジャー旅客よりも 2 倍も高い。

- ・ エンターテイメント好き

QFT の 51%が、エンターテイメント好きだ。 キャリア志向は 26%存在する。 残りは、家族志向派だ。 旅行の商品企画や流通マネジャーは、彼等が Blackberry 端末を操作する競争的でエネルギーギッシュ (所謂 Type-A 人間) という先入観を捨てなければいけない。

Figure 1: Quality-Focused Leisure Travelers Grow 33% In Two Years



Source: Forrester's NACTAS Q3 2006 Travel Online Survey

\*Source: Forrester's Consumer Technographics® August 2004 North American Travel Online Study

†Source: Consumer Technographics Q3 2005 North American Travel Online Survey

42036

Source: Forrester Research, Inc.

Figure 2: Profiling Today's Quality-Focused Traveler

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| Female                         | 47%      |
| Average age                    | 45       |
| Household income (US\$)        | \$94,654 |
| College degree                 | 52%      |
| Technology optimist            | 72%      |
| Broadband access at home       | 63%      |
| Annual number of leisure trips | 5.4      |
| Annual leisure travel spending | \$5,240  |

Base: US online leisure quality-focused travelers

Source: Forrester's NACTAS Q3 2006 Travel Online Survey

42036

Source: Forrester Research, Inc.

## QFT HAVE A DYNAMIC PERSPECTIVE TO THE PRICE-VERSUS-BRAND TRADEOFF

QFT は、価格対ブランドのトレードオフについて、ダイナミックな見方をしている

ブランドが価格に対して何れだけ重要か？ を旅行者に尋ねたところ、QFT は一貫してブランドが価格に勝ると回答している。これは、旅行の商品企画者にとっては朗報である。

(Figure 3 参照)

### エアラインとレンタカーでは、価格がブランドに勝る - しかしその理由は異なる

21%のQFTは、エアラインの場合は、3時間以上のフライトで、「ブランドが価格に勝る」と回答しているのに対して、56%が「価格がブランドに勝る」と言っている。エアラインは、継続して顧客エクスペリエンスに冷淡であったので、この様な自業自得の結果を招いている。

レンタカーの場合は、異なったチャンレジに直面している。タッタの15%のQFTが価格よりもブランドを重視しているが、これはレンタカー企業そのものが悪い所為ではない。レンタカー企業が、顧客にブランドイメージを植え付ける努力をしていない為だ。ブランド・カーやGPS装置の提供だけではブランドイメージを作る事が出来ない。Enterprise Rent-A-Carの有名な自宅への車の配車サービスや、Hertzの“グリーン・カー”は、QFTのブランド・イメージの醸成に成功している。

### ホテルの場合はブランドが物を言う

ホテルは、ベッド、インルームのテクノロジー、その他のアメニティーをアップグレードしている。そして、消費者の拡大する興味に対してキチンと対応している。その甲斐あって、ホテルの場合（1泊の場合）のブランド志向は、エアラインの3時間以上のフライト

イトの場合よりも2倍も大きい。ホテルの場合のブランド志向が高い理由には、ホテルの料金が大幅に値上げされ、ミッドスケールホテルが見かけ上あたかもアップスケールホテルの如くになってしまったので、そして、プロパティがホテルの名前を変えているので、顧客はよりブランド志向になっているという、もう1つの理由が存在する。

**Figure 3: More QFTs Focus On Brand For Hotels Than For Airlines Or Rental Cars**



### QFT BUY MOST OF THEIR TRAVEL ONLINE, BUT MANY STILL USE OFFLINE

QFT は、殆どの旅行をオンライン購入する、しかし多くは依然としてオフラインを使用

QFT の 78% (2004 年は 74%) が、オンラインで旅行の調査と購入を同時にするレジャー旅行 Bookers だ。 QFT Bookers は、オンラインで、彼等の旅行の 70%を調査し、62%を購入する。 5 人 1 人の QFT は、オンラインで旅行を調査し、オフラインで購入する事が便利だと考えている、クロス チャネル愛好者だと言う事は注目に値する。

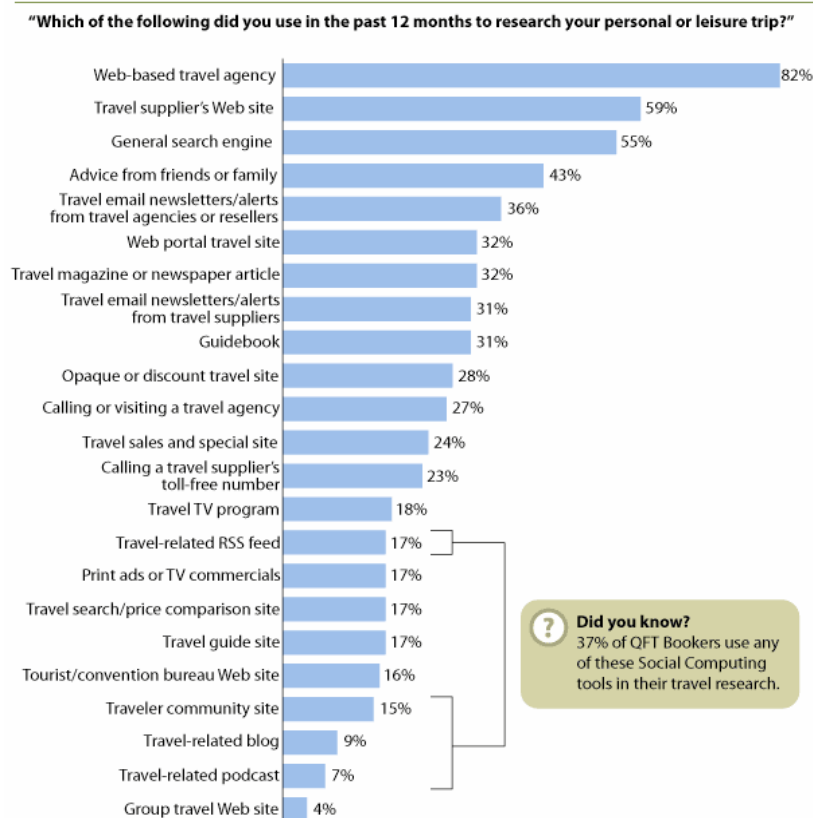
#### 一般検索、e-メール ニュースレター、旅行紀行コンテンツが人気の高い調査ツール

勿論、QFT Bookers は、調査の段階で、オンライン旅行社やサプライヤーのサイトを訪れる。(Figure 4 参照) 注意を要するのは、彼等が他のチャンネル：一般検索エンジン、旅行社からの e-メール ニュースレター、新聞の旅行セクションの記事、*Conde Nast Traveller* の如くの旅行雑誌も利用しているという事だ。 4 人に 1 人以上の QFT は、旅行の調査の為にオフライン旅行社を利用している。 しかし、これ等の現象は、QFT が忠誠心を持っていない事を意味していない。 これは、QFT が、彼等のディマンディングな性格と最も相応しい旅行オプションを調査したいと言う生来の好奇心を反映している。

## QFT Bookers は、オンラインもオフラインでも 旅行社を利用する

オンライン旅行社が、QFTB Bookers が最も良く利用する購入チャネルだ。 その次がサプライヤー サイトだ。(Figure 5 参照) サプライヤー サイトは、彼等のプロダクトの提供が中心であるので、この順位は理解出来るし何の驚きも無い。 QFT Bookers の 5 人に 1 人がオフライン旅行社から購入している事は、オフラインがプレミアムな市場にとって依然として重要なチャネルである事を示している。 オンライン旅行社とサプライヤーが、オンライン・チャット等のツールによって彼等のプロダクト オファリングやプライシング能力やクロス・チャネル顧客サービスのケーパビリティを強化しているので、オフラインはプレッシャーを受ける事になるだろう。 しかも、3大オンライン旅行社である Expedia, Travelocity, Orbitz は全てコール・センターを強化している。 しかし、QFT Bookers が、手数料を払ってまでして、彼等の旅行の 40% もオフラインで購入している事を勘案すると、彼等が如何にサービス、コントロール、レスポンス、高いバリューを求めているかが良く分かる。

Figure 4: Search, Travel Agency Newsletters, And Travel Articles Influence QFT Bookers' Research



Base: US online leisure quality-focused traveler Bookers (multiple responses accepted)

Source: Forrester's NACTAS Q3 2006 Travel Online Survey

42036

Source: Forrester Research, Inc.

Figure 5: Online And Offline, QFT Bookers Turn To Travel Agencies To Buy Their Trips



## RECOMMENDATIONS

### FOUR THINGS THAT MATTER TO 2007'S QUALITY-FOCUSED TRAVELERS

#### 2007年の品質重視旅行者（QFT）が重視する4つの問題

##### ・ バリュー

GFTは、各年、5.4回のレジャー旅行に\$5,240（62万円）を支出している。かと言って、彼等は価格に頓着しない訳ではない。約5人に2人は、ブランドよりも価格が重要だと言っている。QFT以外の旅客の53%よりも余程少ないけれども、プライシング マネジャーは、対策を立てる必要が有りそうだ。それに加えて、QFTの47%が、予算によって行き先を決めていると言っている。

どうするのかって？ 価格一辺倒の販売を中止したら良い。そして、QFTが理解し反応してくれるバリューにフォーカスしたら良い。現在 Expedia が TV で宣伝している、そしてエアラインの直販サイトが幅広く採用しているカレンダー ベースの柔軟検索オプションを強調したら良い。旅行が大好きな QFT の願望を満たす事が出来るパッケージは、このセグメントに対して販売するもう一つのスマートな商品だ。

##### ・ エンターテイメント

多くの QFT がエンターテイメントを好んでいる事は、旅行者の旅心を引き出す重要な鍵となる。旅行者との接点で、言語、ビジュアルな要素、音楽の使用が重要となる。ラップトップやその他の電子機器とインターフェイス出来る Marriott Hotels & Resorts のマルチ

目的新フラット画面 TV の様な、エンターテインメント関連テクノロジーを追加する計画を立てたならば、QFT に対してそれをプロモートしたら良い。そして、最後に、エンターテインメントに動機付けされた旅行者は、購入の刺激によりオープンなので、関連したアップセルとクロスセルのオファーを適当なタイミングでオファーするべきだ。

#### ・ 効率性

QFT の 54%以上が対学卒で、略 5 人に 3 人がフルタイムの仕事に就き、41%が少なくとも年 1 回の出張旅行を実施している。彼等はスマートで、忙しい人達だ。平均所得が \$94,654 (1,120 万円) と高い事もあって、QFT の 81%が、時間とハッスルを無くしてくれる旅行サービスを求めている。本質的には QFT は、合理性を追求する快樂主義者と言えるかも知れない。彼等には、物理的な或はサービス特性よりも、むしろプレミアム商品の合理的なベネフィットを販売すれば成功するだろう。ホテルは、クラブ階の織り目の多いシーツを伴った快適なベッドを強調するかも知れないが、それよりは、クラブ階の部屋へのセキュリティーが保たれたプライベート アクセスや、チェックインないしアウト時の専用デスクを、部屋の快適性に優先させるべきだ。

#### ・ ソーシャル・コンピューティング

ブランドについての評判を広める為に、QFT を最大限に利用しろ。彼等は、優秀なネット・ワーカーなのだ。2/3 の QFT は、彼等が体験した旅行のエクスペリエンスを、友人や知り合いに喋るだろう。38%が、友人や知り合いの旅行情報に信頼を置いている。そして 3 人に 1 人が、旅行の調査の為に、ブログ、RSS フィード、ポッドキャスト、コミュニティー・サイトなどの幾つかの Social Computing に所属している。 ■

## 5. 其の他のニュース

### 旅行流通 TD

#### (1) ヒューストンが“米国へようこそ”の初のモデル空港となる

国家安全保障省 (DHS) は、HOU の George Bush International Airport を、“米国へようこそ”の初のモデル空港に指定した。強化された入国プロシージャや、英・スペイン・仏・独の言語によるインフォメーション ビデオや“welcome to the U.S.”のチラシが用意されている。今春末には WAS Dulles Airport が HOU に次ぐモデル港となる。昨年 11 月に実施された Discover America Partnership による 2,011 人の米入国者アンケート調査によると、

殆どの米国訪問者が入国管理官に恐怖を感じており、その 2/3 が入国時にヘマをして拘留されるのではないかと怖れている。そして 54%が、CIQ の係官が無礼な態度をとっていると非難している。米国は、“Secure Borders, Open Doors” を促進させる。  
(DTW, 4/6/2007)

### (2) タイ入国者数、▲7%減少

Tourism Authority of Thailand (TAT)は、政情不安と爆破テロの影響で、1月～2月の2ヶ月間のタイの入国者数が▲7.3%減少した、と発表した。昨年9月の軍事政権樹立、12月の通貨規制強化、大晦日のBKKの爆破テロ(3人が死亡)、1月の外国取引規則の強化等が、外国資本のタイ投資を弱め入国者数にも影響を及ぼしている。LASのツーリズムコンサルタント Globalysis は、これ以上の政情不安が無ければ、タイ入国者数は昨年比 +8%増の14.9百万人に達すると予測している。しかし業界は、軍事政権が、学校・寺院・政府事務所から半径 500m 以内に於ける酒類の販売禁止政策を導入するために、ツーリズム収入は、8,000 億バーツ(2兆7,500億円)に▲10%減少すると予想している。  
(channelnewsasia.com, 4/8/2007)

### (3) 払戻を諦めるな

払戻不可運賃でも、払戻を諦めてはいけない。払戻不可運賃に加算されている航空旅客税(APD=英国出国税:英政府は最近これを倍に値上げした)などのTFCs(tax, fees and charges)は、払戻が出来るのだ。殆どの旅客は、航空会社が教えてくれないので、この払戻の機会を棒に振っている。APDは、最近の倍の値上げで、長距離線のエコノミー・クラスで40ポンド(8,700円)もする。BAは、運賃以外のサーチャージを全て払い戻している。大西洋路線の場合は、TFCsの合計は157ポンド(36,900円)になるという。払戻手数料15ポンド～20ポンドを支払っても、かなりの額の払戻が得られる事になる。みすみす航空会社に“棚ぼた”を提供する義理は無い。(FT.com, 4/7/2007)

### (4) メタサーチ cFares が、航空会社に排他的運賃設定を可能にする

メタサーチ エンジン cFares (2006年3月創立)が、ユニークな、航空会社に対する運賃保証を提供する。参加航空会社は、cFaresのDynamic Pricing Engine(DPE)(特許出願中)により、特定路線で、常時、多分\$5～\$10他社より安い運賃を提供する事が可能になる。また、cFaresは、入札制により、消費者のPOSに於ける全ての情報を、航空会社に排他的に提供する。つまり、今までは、例えば、UAは、\$10運賃が高かった為何人の顧客がAAに流れたか?を知る事が出来なかった。DPEは、これを明らかにする。既に数ヶ月間、このDPEをテストした或る航空会社は、+25%もコンバージョン率が向上したと言っている。cFaresは、会員制のサイトで、年会費\$50を支払ったPlatinum会員だけが利用できる。



cFares は、これと併行して、コンソリデーター運賃のオンライン販売を開始する。CFares のテクノロジーが、80 程のコンソリデーターをオンラインに連結し、その運賃を会員に登録した消費者に販売するのだ。コンソリデーターは、旅行社相手のオフライン販売が主体であるので、cFares は、コンソリデーターと消費者の間のマーチャント的な役割を果たす事になる。言わば、会員ベース卸売り販売の“Costoco モデル”に近似している。cFares は、消費者が購入希望運賃額を指値出来るオークション制も採用している。(DTW, 4/9/2007)

#### (5) トリップ アドバイザー、スマーター トラベル他を買収

Expedia Inc. の TripAdvisor が、ディール・パブリシャー兼旅行検索企業の Smarter Travel Media (本社 BOS、従業員 50 人) を買収した。同社は、2 月中旬に、航空会社 40 社以上の座席情報を携帯電話に案内する企業 SeatGuru.com についても買収した。Smarter Travel Media の買収は、TripAdvisor のオンライン広告収入を拡大させるだろう。また SeatGuru の買収は、Expedia に非管理法人需要 (unmanaged business travelers) の獲得増加に貢献するだろう。(DTW, 4/9/2007)

#### (6) アマデウスと英国航空、未だ契約更改出来ず

Amadeus と BA は、依然として新コンテンツ契約に合意していない。このため、少なくとも 5 月 1 日までは、Amadeus は、BA のコンテンツ アクセス料金 (セグメント当たり 3 ポンド) と同額をサブスクライバー (旅行社) に払い戻す。BA は、既に Galileo, Sabre, Worldspan と新コンテンツ契約に合意している。(DTW, 4/10/2007)

## 空 運

#### (1) アテネ国際空港 初の利益計上 上場へ途を拓く

独 Hochtief とギリシャ政府が運営する Athens International Airport が、4 月 4 日、国際会計基準に則した初の利益 96.3m ユーロ (150 億円) を計上した。(収入は 357.5m ユーロ ≒ 560 億円) これにより、AIA は、アテネ証券取引所上場への途を拓いた。AIA は、2004 年アテネ オリンピックの開発プロジェクトとして Hochtief が 22 億ユーロ (3,500 億円) をかけて建設した飛行場。AIA の資本構成は、ギリ政府が 55%、Hochtief が 40%、ギリシャのエネルギーと建設企業 Kopelouzos が 5% を保有している。ギリ政府は、民営化計画の一環で、上場で 15%~20% の株式を売却するだろう。Hochtief は、30 年間の AIA 運営権を取得している。AIA の利用者数は昨年比 +5.6% の 1,510 万人。Hochtief は、ATH 近郊の 2 つの軍用空港の LCC 利用を禁止させる約束を、ギリ政府から取り付けている。

Hochtief は、中規模の空港管理会社で、DUS, HAM, SYD, Tirana 空港を運営している。  
(FT.com, 4/4/2007)

### (2) エアパートナー、チャーター需要急増で利益倍増

チャーター・ブローカーの世界大手である Air Partner が、法人・政府・裕福な個人などからのプライベート アビエーション需要の力強い増加で、上半期に倍以上の税前利益を計上した。プライベート・ジェット現象は継続して成長しており、小型航空機メーカーでは、2011 年までのポジションが売り切れとなっている程だ。グローバリゼーション、富裕層の急速な台頭、セキュリティーに対する恐れ、空港混雑が、商業定期便からプライベート航空会社に継続して需要をシフトさせている。

Air Partner の 1 月に終了した上半期決算の税前利益は、1.6m ポンドから 3.5m ポンド (8.25 億円) に増益した。一方、収入は、+60%増加して 90.3m ポンド (215 億円) に増加した。Air Partner は、昨年 10 月に Gold Air International を買収して、プライベート航空に進出したばかり。(FT.com, 4/5/2007)

### (3) サンフランシスコ空港の国際線獲得戦略

LAX International 空港の国際線出発ロビー床面積の 40%が、運輸保安局 (TSA) の大きな手荷物検査機で占拠され、ロビーに長い列が蛇行している。航空会社のチェックインカウンターのサインは壊れたままだ。(看板を取扱っていた業者が倒産した。)

SFO 空港の国際線ターミナルは、LAX に比して、旅客は 1/2 にも拘らずスペースは 2 倍も広く、TSA のマシンもここには設置されていない。警察官が自転車でロビー内をパトロールしている。2000 年に \$1bn (1,200 億円) をかけた新ターミナルをオープンして以来、SFO 空港は、国際線供給が +5.2%増加した。それとは反対に、LAX は、同期間に▲11.9%減少した。SFO は、コスト削減により空港使用料を▲30%も削減した。そして、新規国際線の乗り入れ企業には、1 年間、着陸料を▲50%割り引く措置を導入した。現在の空港使用料は、SFO が 1 旅客当たり \$14 に対して LAX は \$6 であるけれども、改修工事が終了すれば、この \$6 は大幅に値上げされるだろう。2001 年に乗入れを中止した Southwest は、今秋に SFO 空港に復帰する。JetBlue は、5 月 3 日から乗入れる。

UA は、LAX 発着の幾つかのアジア線を SFO にシフトしている。QF は、LAX 発着週 50 便の内 8 便を SFO に切り替えた。NZ は、LAX 経由の YVR 便を YVR 直行便に変更した。同じ様に KE は LAS 便の LAX 寄港を中止した。SFO は、A380 型機用のゲート×6 ポジションを確保したが、LAX は、今年中にヤット×2 ポジションを用意する。多くの航空会社が LAX 空港に不満を有している。LAX 市は、\$723m (860 億円) をかけて 1984 年 (LAX オリンピック開催年) に建設された Bradley International Terminal の改修に乗り出した。しかし、現在 34 社で混雑している×12 ゲートの増設は予定されていない。海寄りの別な場所に新ターミナルを建設する計画が進められているが、環境アセスメント

や地元住民の説得等ナニヤカニヤで、完成まで長い時間がかかるだろう。 空港間の熾烈な顧客（航空会社）争奪戦が始まっている。(wsj.com, 4/10/2007)

#### (4) ライアン航空、大西洋線路線開設検討

Ryanair が、今後 3 年～4 年以内に、大西洋路線に進出する計画を練っている。これは、先に合意された大西洋オープン・スカイ協定へ対応する戦略。 Ryanair は、既存の欧州域内 19 基地と、米国のサブ空港を結ぶバジェット便の路線網の構築を検討している。世界では、既に、計画を含めて、以下のバジェット・キャリの長距離路線運営が存在する。(FT.com, 4/12/2007)

| LCC   | 長距離路線        | 備考                          |
|---|--------------|-----------------------------|
| Zoom Airlines (英)   | GTW = JFK    | 6 月開設、片道 129 ポンド (3 万円)     |
| Virgin Blue (豪)   | SYD = 米西海岸   |                             |
| AirAsia X (マ)   | KUL = LON/中国 |                             |
| Oasis (香港)  | HKG = GTW    | 2006 年 10 月開設、香港 = OAK 年内開設 |
| Air Berlin (独)  | 大西洋路線        | LTU 買収により、長距離線に進出           |
| Jetstar (豪)   | 東アジア 太平洋路線   |                             |
| 上記の他、Maxjet (米)、Eos (米)、Silverjet (英)、L'Avon (仏) の大西洋全席ビジネス・クラス路線が存在する。 |              |                             |

Ryanair is considering the launch of low-fare, long-haul transatlantic services within three to four years - a move that could pose a serious competitive threat to European and US long-haul carrier



#### (5) ズーム航空、LON=NYC 線 6 月開設

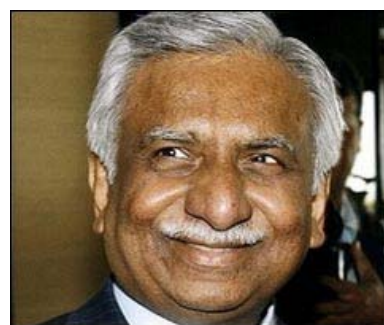
スコットランドの旅行経営者 Boyle 兄弟が所有する Zoom Airlines が、6 月 21 日から GTW=JFK 毎日便に就航し、片道を 129 ポンド (3 万円 (税・チャージ込み)) で売り出す。Zoom は、供給席数の少なくとも 25% を確保して、この 129 ポンド運賃を通年提供すると言っている。これは、1970 年代の Freddie Laker の敢え無く失敗した Skytrain に次ぐ大西洋バジェット便計画。Zoom の資本構成は、Hugh Boyle が 60%、兄の John が少数株の大

部分を保有。 Bank of Scotland は、昨年、Zoom 株 7.5% を 5.7m ポンド (13.4 億円) で購入した。 Boyle 兄弟は、1997 年に、英国旅行社 Direct Holidays を Airtours に 80m ポンド (188 億円) で売却して、航空会社設立資金を手にした。 Zoom Airlines は、カナダ=英国/ PAR 路線を保有する Ottawa に本社を置くカナダ国籍の航空会社であるが、今回の LON=NYC 線開設の為に、英国に子会社を設立した。 Boyle 兄弟は、カナダと英国の 2 重国籍を所有している為、路線権益上の国籍条項問題は発生しない。(FT.com, 4/12/2007)

#### (6) ジェット (印)、サハラ航空買収

インド最大の民間航空会社 Jet Airways が、インド第 4 位の Air Sahara を約 \$340m (400 億円) で買収した。 この買収価格は、昨年一度合意した買収価格 \$500m よりも ▲34% 安い価格。 Jet の 2 月のインド国内線シェアは、競争激化の為に、1 年前の 35% から 25% に低下している。

同様に Sahara のシェアも 11.6% から 8% に低下した。 インドでは、最近の航空自由化政策導入により 10 社以上の航空会社が新たに誕生し、競争激化をもたらしている。 Jet は、\$2.5bn (3,000 億円) に及ぶ機材投資計画を有しており、今回の Sahara 買収と燃料費高騰で、ますます財務的に苦しくなるとアナリスト達は見ている。(channelnewsasial.com, 4/13/2007)



Jet Airways 会長 Naresh Goyal

#### (7) アメリカン航空、女性専用サイト立ち上げ

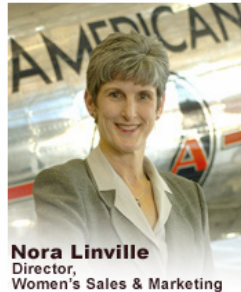
AA航空が、4月9日、女性顧客専用のサイト [www.aa.com/woman](http://www.aa.com/woman) を立ち上げた。このサイトは、セーフティーとセキュリティ情報；旅行中の時間と金の節約方法；友人や家族やパートナーとの旅行；他の女性旅行者の話や助言を満載している。また、女性旅行者が自分自身の意見を [wehearyou@aa.com](mailto:wehearyou@aa.com) 宛に投稿する顧客コミュニティーを設けている。女性専用サイト立ち上げを記念して、Wyndham Hotels and Resortsが、このサイト経由予約の▲20%割引を、12月まで特別提供する。Wyndhamは、女性をターゲットにした Women On Their Wayプログラムを展開している。AAの女性客は、年間5,000万人存在し、全旅客の48%を構成している。(DTW, 4/9/2007)

女性の98%が、出張の際、女性のパーソナルセーフティーのニーズが叶えられていないと感じている。セーフティーに対する大きな苦情は、ホテルのチェックイン係が、女性客の名前と部屋番号を大きな声で復唱する事だ。ホテルは、女性客をエレベーターの側の部屋にアサインする等の配慮があって良い。ホテルは、増加が著しい女性客の要望を取り入れ様と努力している。ホテルや航空会社は、女性をマーケティングの部課長に抜擢し、女性需要への対応を強化している。(nytimes.com, 4/20/2007)

- Reservations >
- Travel Information >
- Net SAAver & Special OffersSM >
- AAAdvantage® >
- Products & Gifts >
- Business Programs & Agency Reference >
- About Us >

Our **Lowest Fare** Guarantee

## Women Travelers Connected



**Nora Linville**  
Director,  
Women's Sales & Marketing

Welcome to American Airlines AA.com/women – the airline industry's first web page dedicated to connecting women who travel, and an example of American's commitment to the growing women's market.

This web page is about you – our valued customer. We've listened to women like you and recognized the need to provide additional information tailored to your business and pleasure travel needs and lifestyle.

We also want to welcome you to the American Airlines customer community and invite you to share insights, travel tips and stories by submitting them to [wehearyou@aa.com](mailto:wehearyou@aa.com).

Thank you for flying American Airlines!

### Quick Links

- [Join AAdvantage](#)
- [Sign Up For Email](#)
- [Business ExtraAA](#)
- [AA Vacations\\*](#)
- [Our Women's Network](#)
- [Mark Your Calendar](#)

### Ready To Book Your Flight?

|  |                          |
|--|--------------------------|
| From: (City)<br><input style="width: 90%;" type="text"/> | Departure Date:<br>Jan 1 |
| To: (City)<br><input style="width: 90%;" type="text"/>   | Return Date:<br>Jan 1    |

[GET FARE](#)

[Discount Code](#)   [One-Way Trip](#)   [Multiple Cities](#)



Wyndham is offering an incredible 20% discount and Special Spa Packages through AA.com/women. Simply fly with American and stay with Wyndham now through December 31, 2007. Reserve your Wyndham stay online then present your American Airlines boarding pass at check in to receive your discount. [Book now OR shop Wyndham's Special Spa Packages online.](#)

### Women Connected Through Business

Check the latest carry-on regulations, find advice on travel safety and wellness, and pick up tips for a stylish and efficient travel wardrobe.

- [Safety and Security](#)
- [Your Time/Your Money](#)
- [Health and Wellness](#)
- [Travel Smart and Chic](#)
- [Rewards](#)
- [Be an AA Team Member](#)

### Women Connected Through Lifestyle

Here are some ideas for relaxation, adventure and fun. Enjoy browsing vacation packages to suit a wide range of interests and budgets.

- [Girlfriend Getaways](#)
- [Family Fun and Safety](#)
- [All-Inclusive Resorts](#)
- [Romantic Escapes](#)
- [Cruise Vacations](#)
- [Redeem Your Miles](#)

### Women Connected Through Each Other

If you travel frequently or sporadically, with family, friends, or on your own, get connected and learn from those who've been there.

- [Interviews and Profiles](#)
- [Book Recommendations](#)
- [American Way Magazine](#)
- [Charities We Support](#)
- [Mark Your Calendar](#)
- [Our Women's Network](#)

\*By following this link, you may be taken to a partner or information site. Use the back button on your browser or the AA.com button to return to AA.com.



### (8) 米運輸長官、米中間航空路の拡大を要求

米運輸長官 Mary Peters が、中国に対して、米中間航空路の拡大を要求している。現在、米側は、2004年に合意された両国間輸送力取極めにより、日間10便の運輸権を有している。(現協定では、2008年から毎日1便の追加が許される。) 米国は、現在の輸送力取極めは、世界第1位と4位の経済大国間の輸送力としては余りにも貧弱で、英米間の日間120便とは行かなくとも、大幅な拡大が必要と主張している。Peters 運輸長官は、5月までに大枠の方向を定め、その後6ヶ月間かけて詳細を詰めて、新しい拡大された輸送力を両国間で合意したいと言っている。中国側は、競争力に遜色がある自国航空会社の問題もあり、供給拡大には余り積極的な対応をとっていない。中国は、米国の Visa 規制について言及している。米中間で輸送力拡大が合意されると、乗り継ぎ需要を獲得している香港のCXと韓国の航空会社(複数)は、大きな影響を受けるだろう。

(wsj.com, 4/13/2007)



### (9) カンタス航空買収団、買収条件引き下げ

Macquarie 銀行が率いる QF 航空買収団 APA は、株式の90%を買収して上場を取消す計画を断念し、その代わりに、70%買収して上場を維持する事を決定した。買収価格(1株 A\$5.45)が低過ぎるとして反対している一部の株主が存在するため、QF は、90%の株式買

収を断念せざるを得なかった様だ。

同時に、買収提案の有効期限を4月20日から2週間延期して、5月4日まで延期した。買収団（豪 Macquarie Bank + 米 Texas Pacific Group + 豪 Allco Finance Group）は、既に30%のQF株を買収済みであり、これにヘッジファンドが所有している40%を加えれば、70%買収は、一応、完結する事になる。買収団にとっては、条件を緩和した事により、買収資金A\$7.5bn（7,500億円）の調達コストが上昇する上、上場維持の結果、QFが生み出すキャッシュ・フローを使用した債務返済が困難となるという問題が発生する。買収団は、一先ず上場維持による買収を完結させ、継続して90%株式買収による上場取消を狙うだろう。あるいは、早期のエクジット計画が実施されるのかも知れない。（wsj.com, 4/13/2007）



#### (10) アラスカ航空、B737-200 型機 全機退役

Alaska 航空が、先週、最後の B737-200 型機×9 機を退役させた。ベテランパイロット達（自分達を Arctic Eagles と呼んでいる）は、この北極圏を飛行する為に特別な対応を施されたアナログ機材（mud hens）の退役を惜しんでいる。（wsj.com, 4/13/2007）



## 水 運

### (1) 17,000 人乗りの超メガクルーズ船

Mega Crown International Cruise Lines LLP の The Brobdingnagian 丸 (45 万グロス吨、船長 618m) (建造費 \$982m≒1,150 億円) は、船員 3,480 人、船客 17,650 人を乗せる事が出来る。このサイズは、Royal Caribbean Cruise が造船中のメガシップ (5,400 人乗り、建造費 615m ポンド≒1,445 億円) の 3 倍の大きさを誇る。

(<http://www.travelfox.com/archive/20060210.htm>)



(この TravelFox.com の 2006 年 2 月 10 日付けの記事である。アラスカ クルーズに使用されると伝えているが、“Mega Crown” ないし “Brobdingnagian” で検索しても、何故か、具体的なクルーズ スケジュールは抽出出来なかった。)

## 陸運&ロジスティックス

### (1) 北米最大鉄道会社 BNSFE 株 買われる

先週末、Warren Buffet のコングロマリット Berkshire Hathaway が Burlington Northern Santa Fe 株を \$3bn (3,550 億円) 以上で 10.9% 購入した。BNSFE の株価は、月曜日に +6.6% 上昇し \$88.17 をつけた。Berkshire Hathaway のスポークスウーマンは、この他にも鉄道会社 2 社の株式を \$1.4bn (1,680 億円) で購入している事を打ち明けた。負債が少なく、安定したキャッシュ・フローを生み出す強力な貸借対照表を持っている米鉄道企業が、パイアウト企業の投資対象とされている。トラック業界の供給不足も、この傾向に拍車をかけている。Berkshire は、最近数年間、PacifiCorp (電気事業)、Russell (衣服メーカー)、Iscar (イスラエル工具メーカー) などの大型買収を手掛けている。(FT.com, 4/9/2007)



## (2) 中国 長江、ロジスティックの要

中国大陸最長の川である長江（全長 6,380km）が、ロジスティック企業の熱い眼差しを集めている。 エネルギー物資などの輸入原材料を、川上の成都・武漢・重慶に、そして、完成した一般貨物の輸出品を、それ等の工業都市から川下の上海まで運ぶ水上交通の要路として、長江が大きな発展を遂げている。 2000 年から 2005 年の期間に、長江の貨物輸送量は 3 倍に成長している。

年率 +35% で成長を続けている世界最大のコンテナ港 上海は、世界のコンテナ グッズの 1/4 を取扱う。 長江の船舶航行可能流域（2,700km）には、人口 4 億人が住む 7 省が連なり、中国の GDP の 40%（GDP 成長の 60%）を占める。 長江は、特に、バラ積み貨物の輸送に適していると言われている。 極めて官僚的且つ閉鎖的な運営が営まれているが、陸上ロジスティックスの早急な改善が期待されていない事もあり、 中国大陸に於ける長江のロジスティックスの価値は、益々高まる事だろう。(FT.com, 4/11/2007)

## ホテル&リゾート

### (1) ディズニー、中国第 2 テーマ・パーク建設地 上海に拘らず

Walt Disney は、2005 年 9 月に開業した香港ディズニーランドに次ぐ第 2 の中国テーマ・パークの建設を依然として希望しているが、具体的な計画は未だ出来上がっていない。 Disney のアジア太平洋地区開発の副社長 Wing T. Chao は、「建設地は、上海に拘らない」と語った。 彼は、ここ暫くは、香港ディズニーランドの開発と拡張に専念すると言っている。(channelnesasia.com, 4/9/2007)

### (2) モーガン スタンレー、全日空 13 ホテル買収へ

Morgan Stanley が、全日空の 13 ホテルを、28 億 1,000 万円で買収する運びとなった。 Morgan Stanley は、既に 14 の日本のホテルに投資している。 全日空は、ホテル資産を売却し、その運営を Intercontinental Hotels Group PLC との合弁企業にアウトソースする戦略を採用している。 そして、より航空事業に専念する戦略を採用している。 ホテル運営合弁企業は、今回の 13 ホテルを含めて日本で 30 ホテルを運営している。(nytimes.com, 4/13/2007)

### (3) トランプ カジノは生き残れるのか？

Atlantic City で 3 つのカジノを運営する Trump Entertainment Resorts（Donald Trump が 30% を保有）が、昨年、▲\$19m（22 億円）の欠損を計上した。 3 つのカジノの内 2 つは、この地区のカジノ収入ランキングの最下位に位置している。 負債は \$1.4bn（1,650 億円）

存在する。 Atlantic City のカジノは、隣接する NYC や PHL のスロット・パーラーの相次ぐ開業で苦境に立たされている。 日帰りの賭博ツアー客から、LAS スタイルのバケーション型宿泊客を狙う戦略へ、切り替えを求められている。 Trump Entertainment も。過去 18 ヶ月間で、カジノ・ホテルの改修に\$140m (168 億円) を投資した。そして、更に今後 1 年半以内に \$110m (132 億円) を追加投資する。 3 つのカジノの中で成績の良い Trump Taj Mahal には特に多くを投資する。 投資資金の捻出の為に、インディアナ州 Gary の Trump Indiana Casino Hotel を \$228m (273 億円) で売却した。 更に、Atlantic City の 3 つのカジノ・ホテルの内の 1 つが売却されるかも知れない。(nytimes.com, 4/11/2007)



Trump Entertainment is installing hundreds of new slot machines at each of its three properties in Atlantic City as part of a \$250 million project to spruce up its casinos. The company also wants to attract more big spenders and rely less on the day-tripping retirees.

#### (4) ハイアット、新 豪華ホテル ブランド立ち上げ

Global Hyatt Corp. (本社 CHI、非上場企業) が、アップスケール都市ホテル ブランド“**Andaz**”を新たに立ち上げた。 先ず、LON (金融街の既存ホテルを **Andaz** 転換) と、NYC (五番街と 34 番通りの角に建設中) と、LAX (既存 Hyatt ホテルを **Andaz** 転換) で展開する。 このブランドは、ハイエンドの Park Hyatt ブランドと Hyatt Regency プロダクトの中間に位置する。 **Andaz** は、ヒンディー語で “personal style” の意味。 この新ブランドは、2005 年に立ち上げた郊外型のサービス限定ホテル Hyatt Place ブランドに次ぐ Hyatt にとっての新たなブランド。(wsj.com, 4/12/2007)

## その他

### (1) マック、中国で組合編成を許す

Wal-Mart は、中国で展開している 62 店に於ける組合編成を認めた。これに次いで、McDonald's の 750 店と Yum Brand の KFC と Pizza Hut 2,000 店が、組合編成を認めた。All-China Federation of Trade Unions は、今年末までに、中国に進出した外資の 70% で、合法的な組合活動が開始されると語っている。広東省では、McDonald's 及び Yum は、労働契約も締結せず、最低賃金法（時給 95 セント）に違反して、時給 52 セントしか払わず、10 時間シフトを強要していた。（MacDonald's は否定している。）(nytimes.com, 4/10/2007)

A worker outside a McDonald's in Guangzhou, where the fast-food chain has been in talks with the country's largest state-run union.



## 編集後記

「ホテルの場合（1泊の場合）のブランド志向は、エアラインの3時間以上のフライトの場合よりも2倍も大きい」、と Forrester がレポートしている。

航空会社の場合は、サービスする時間がホテルに比べると断然に少ないために、顧客に対するブランドの浸透力が弱くなってしまふのだろう。フルサービスの国際線の場合では、ホテルのブランド志向に、かなり近づく事を見てもこれは明らかだ。(P. 12 Figure 3 参照)

それが原因なのだろう、エアーは何時も買い叩かれているのに、ホテルは比較的高い料金を取っている。最近では、ホテルは史上最高の利益をエンジョイしている……。航空が苦勞してホテルに送客してあげているというのに……。

サービスの時間以外の、ホテルのブランド浸透力が高い理由を考えてみた。

|              | ホテル                    | 航 空        |
|--------------|------------------------|------------|
| 1. エンターテイメント | ◎ スパ・ジム・飲食             | ▲          |
| 2. スペース      | ◎                      | ▲          |
| 3. サービス要因    | ◎ 1 部屋×18 人 (Jumeirah) | ▲ 50 席×1 人 |
| 4. 場 所       | ◎ 固定運営                 | ▲ リモート運営   |
| 5. サービス      | ◎                      | ▲          |
| 6. 資産／施設     | ◎ 全てが自社施設              | ▲ 空港は他人施設  |
| 7. 用 途       | ◎ 宿泊・会議・イベント           | ▲ 2 地点間移動  |
| 8. サービス時間    | ◎                      | ▲          |

上表の、5.のサービスは、消費者の一般的な評判である。

物理的な面で、ホテルに比して劣勢にある航空は、唯一、サービスでもって、ブランド浸透力を強化させる事が出来る事になる。

しかし、これまでが、ホテルに比して劣勢であるのは頂けない。

ホテルのサービスから学ぶ所が多いに有りそうだ。(H.U.)

参考

**easyJet.com**  
*Come on, let's fly!*

**Great 4-star hotels from £20**

One million customers can't be wrong!  
Join them at **easyJet Hotels**

**Flights**  
Choose a cheap flight with Europe's leading low cost airline. 258 routes across 68 European airports.

[Book a hotel](#)

[Book a cheap flight](#)

Acceptable use policy | Privacy policy  
©1997-2006 easyJet airline company ltd. All rights reserved

easyJet.com

Contact Us | Sitemap
My easyJet.com >>>
English

Latest news  
on hand  
baggage

Hotels & apartments

Car rental

Travel insurance

Airport parking

To / from the airport

Ski breaks

Book flights

[Environment](#) | [Manage bookings](#) | [Airport lounges](#) | [Group bookings](#) | [easyJet b2b](#) | [Where we fly](#) | [About your trip](#) | [Timetable](#)

### Europe's leading low cost airline

**Where we fly to**

Spring City Breaks  
Barcelona from £25.99  
Summer 07 fares on sale now

### Book a cheap flight

From ->

-> To

Flying out on

Returning on

no  just one way

Passengers

1  adults

0  children (under 14 years)

0  infants (under 2 years)

**Edinburgh & Glasgow**  
from  
**£22.99**

**Need to change your flights?**

Click here for your **FLEXIBLE** options

**Flight Specials**  
The best late fares!

**Let us help you**

All your questions answered

**Latest news**

easyJet passenger statistics for March 2007

**eOffers**

Be the first to find out about our great offers

**AirMail**

Our latest news straight to your desktop

Great late d

**Jobs at easyJet**

[About us](#) | [Investor relations](#) | [Jobs](#) | [Acceptable use policy](#) | [Privacy policy](#)

©1997-2006 easyJet airline company ltd. All rights reserved



Search Tips

Search

Select your destination

- 1. Select destination airport
- 2. choose your destination

OR See full A-Z destination list

Select your dates

Arrival Date  
 2 Apr 07  
 Departure Date  
 2 Apr 07

Number of rooms and guests

1 room  
 2 adults per room  
 0 children per room  
 Pounds Sterling

SEARCH

Top 10 Per Category

Golf, Health & Spa

Hand picked Top10 most popular Golf, Health and Spa hotels



Family Hotels

Hand picked Top10 most popular family hotels



Plan Your Trip

- Book Flights
- Car Hire
- Travel Insurance
- Airport Parking
- To / From the Airport
- Airport Lounges

add us to your favourites