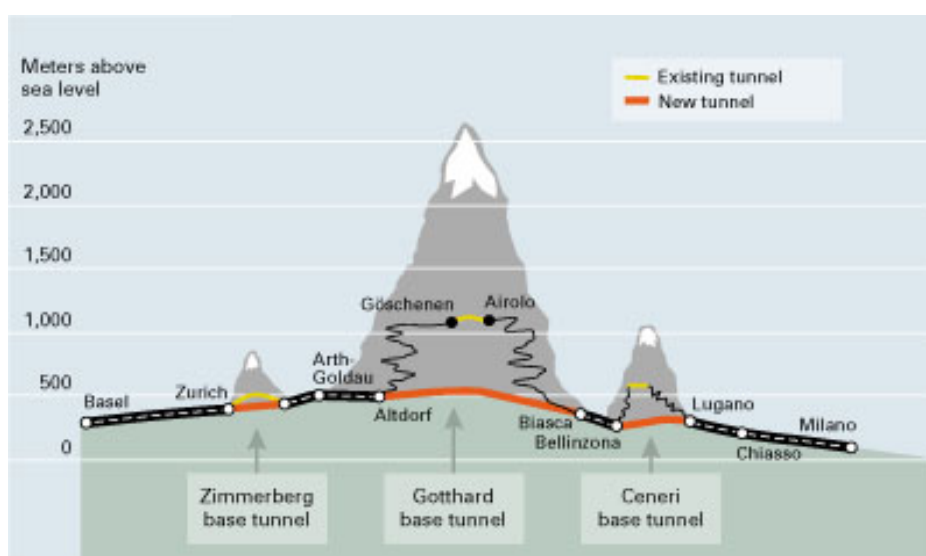


TD 勉強会 情報 237

1. スイス ゴタルド トンネル、青函を抜く
2. 大西洋線の新路線開設にリスクは無いのか？
3. 米 4 社、米中路線権獲得で火花
4. 「連載」主要法人旅行市場の現状（6）
5. その他のニュース



世界最長スイス ゴタルド トンネル、2017 年に開通。 ページ 2 参照

1. Slow Progress In The Mountains

スイス ゴタルド トンネル、青函を抜く

スイス アルプスの Gotthard Pass (ゴタルド峠) の地下を貫通する、Gotthard Base Tunnel (57.091km) が掘り進められている。2017年に完成すると、青函トンネル (53.85km) を抜いて、世界最長のトンネルとなる。(上りと下り用の2本が併行して掘られる為、トンネル全長は153.5kmとなる。2006年9月現在、98.76km<全体の54.3%>が掘られている。)

工事は、スイス国鉄 Swiss Federal Railways (SBB-CFF-FSS) の100%子会社 AlpTransit Gotthard AG により進められている。工期を短くする為に5工区に分けられて、夫々で掘り進められている。総工費は、803.5億スイスフラン (7兆5,500億円) で、掘り出す岩石の量は2,400万トンだ。(エジプトのギザピラミッド4つに相当)

1993年に試掘が始まり、当初計画では2015年の完成を目指したが、工事の遅れなどにより、現在の予定では、2016年12月に完成の運びとなる。

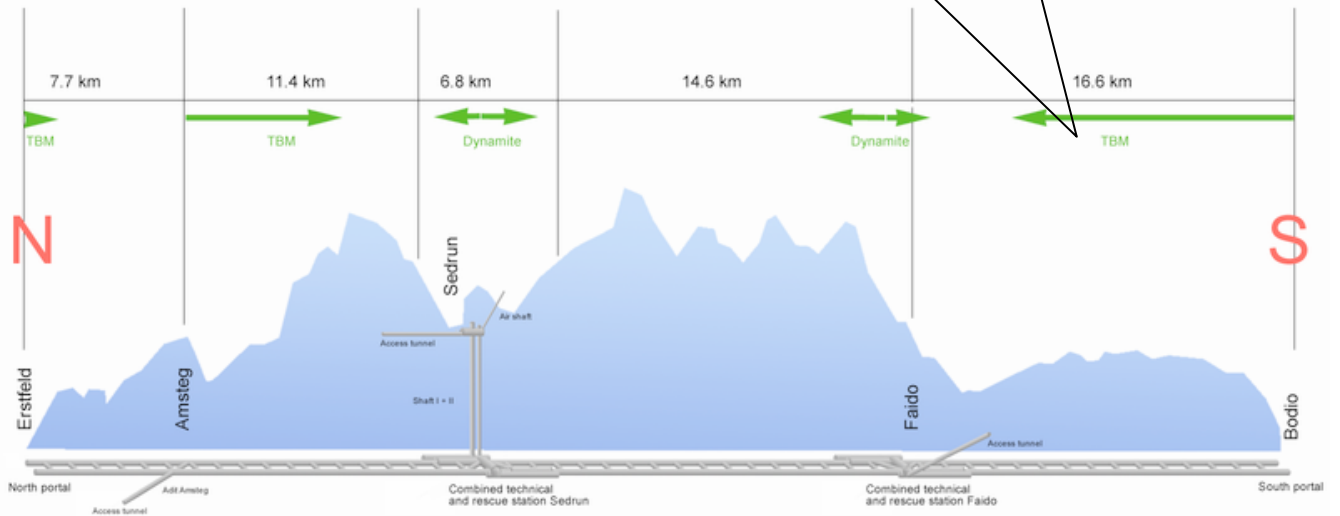
Gotthard Base Tunnel が完成すると、ZRH=MIL間が、現在の3時間半から▲1時間短縮されて、2時間40分となる他、貨物列車の輸送能力が、現行の2台~3台の機関車による1,400トン/列車から、1台の機関車による1,600トン/列車に飛躍的に向上する。(「1列車2,000トンから4,000トンに向上する」という記述も有る。) 2017年には、欧州域内輸送のモーダルシフトが出現するだろう。 ■



TBM は、Tunnel Boring Machine の略。 一台の大きさは、全長 400 メートル、直径約 10 メートル、3,000 吨。 5,000 馬力で岩盤に 28 吨の圧力をかけ、一日当たり 25~30 メートル掘り進む事が出来る。 メーカーは Herrenknecht AG, Shwanau, Germany。 (下左写真参照)

New Rail Link through the Alps NRLA
Gotthard Base Tunnel

between Erstfeld UR and Bodio TI, Switzerland
 Length: 57 km / 35.4 mi - Construction: 1995 - 2015



Wsj.com, 9/26/2006

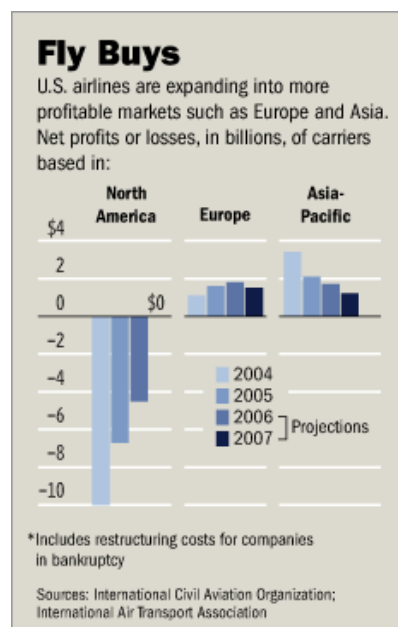
2. Airlines Beef Up Offerings to Woo Profitable International Travelers

大西洋線の新路線開設にリスクは無いのか？

過去 4 年間に、約 +24% 増加して、年間 5,400 万人の世界一の航空需要を抱える大西洋路線で、新路線の開設が続いている。

米航空会社が、LCCの攻撃に晒されて苦境に陥っている国内線から、競争がより少なく、より儲かる、国際線へ進出しているのだ。UAは太平洋路線で、AAやCOはラ米路線で積極的に供給を拡大している。IATAは、グローバル航空業界が、過去5年間で累計▲410億ドル（4兆8,000億円）の赤字を計上した後で、今年は、+19億ドル（2,200億円）の利益を計上するだろうと言っている。

DLとCOは、大西洋路線で新路線の開設に忙しい。ATLベースのDLは、3月以来、12の新路線を開設した。そして、冬ダイヤからは、アフリカ路線を含む更に3つの新路線を開設する。（DLは、この他、ラ米や中国への供給増も試みている。）DLの収入は、今では、昨年の20%を上回り、35%が国際線からの収入で構成されている。そして、それを40%にする事を目標にしている。長い間、国内線航空会社として認知されて来たDLが、内際を運航する航空会社に大きく変身している。COの国際線収入は、6月迄で、メインライン収入比43%（前年比微増）となっている。



DLの新路線は、レジャー旅客が中心で、ビジネス旅客が少なくマージンが低いVCEやNCEの如くのセカンドティアの路線が殆どだ。それに加えて、12月からは、需要が良く見通せないウクライナの首都Kievや、西アフリカのガーナの首都Accraへの新路線開設が予定されている。

DLは、UAのNYC=LON線の路線権益を\$21m（24億円）で買収する。買収した権益で、今年末にも、NYC=GTW線毎日便を開設する。（FT.com 7/28/2006）

殆どの米航空会社は、年間2〜3路線／週間数便（或は季節運航）のテンポでもって、段階的に慎重なペースで、国際線の新路線を開設している。ところが、DLは、小型機（B757型機172席）を保有していない為も有って、B767型機（214席）による毎日運航により路線を開設している。（DLは、最近、B757型機×10機の中古機の購入を決定した。）リスクを更に高めているのは、最近のレバノンで勃発している戦争やLONテロ計画の発覚だ。これ等の予期せぬ出来事は、矢継ぎ早に開設した新路線（特にTel Aviv線）に影響を与えるだろう。NCE線も、所期のL/Fに達していないと言う。しかし、DLの幹部は、大西洋線展開は、+4.4%のイールド上昇に見られる通り、計画通りに行っていると言っている。

中でもドイツ路線の競争が激しさを増している。DLは、6月に、COのEWR=CGN線の

再開（9-11以降運休していた）の直前（1ヶ月前）に ATL=DUS 線を開設した。（CGN と DUS は 35 マイルしか離れていない。） ドイツのディスカウント航空会社の LTU は DUS=NYC 線を、そして、LH は、DUS=NYC/CHI の 2 路線で全席ビジネスクラス毎日便を運航している。 PAR, AMS, FRA での乗り継ぎを余儀なくされていた旅客は、これ等の米=独直行便の開設で便利が良くなるだろう。 彼等の直行便化計画は、米国内線で LCC が PTP 運航でもって、メジャーの H&S に挑戦した図式と一致する。 競争が激しいものの、DL は、DUS 空港のキャッチメント エリア（半径 100km に 2 千万人の人口擁する）には、Bayer AG や ThyssenKrupp AG などの大企業が存在し、年間 50 万人の米国向け需要を発生させると強気の予測している。



CO は、燃費性能の良い狭胴機の B757 型機を揃え（CO は、この航空機導入のパイオニア）、1996 年から EWR と HOU のハブから、欧州 24 都市を結ぶ大西洋線供給拡大計画を開始した。 この計画は、2001 年の 9-11 同時複数テロ攻撃で一時休止されるが、2003～2004 年に復活、2004 年には、GVA、Edinburgh（スコットランド）、Oslo、2005 年には、BER、HAM を含む欧州 6 都市の新路線を開設している。 そして、今年、更に数路線の新路線展開を計画している。

DL も CO も、ドイツ線は順調だと言っている。 しかし、7 月の実績では、DL の ATL=DUS のビジネスクラス（36 席）は 1/3 しか埋まっていない。 エコノミーの座席は、ワールドサッカーの観戦者達で満員となった。 CO の EWR=CGN は、エコノミーは数席を残して略

満席であったが、ビジネスは、16席中6席しか埋まっていない。DLは、冬期のNCE線の便数を間引くと言っている。

欧州の航空会社も、大西洋線を増強している。例えばAF/KLMは、ラ米路線で供給を拡大している。彼等は、空港セキュリティが厳しい米国経由を回避した直行便を増加している。EmiratesはNYC=DBX(毎日2便14:10)、Air IndiaはNYC=DEL(毎日1便14:20)の超長距離直行便を開設している。

LHやBAやAF/KLMのCASMは、14^{ポンド}~17^{ポンド}で、CO, UA, DLの11^{ポンド}~12.25^{ポンド}よりも数段コスト高となっている。この関係は、米国内線に於けるCASMの低いLCCとメジャーの関係に酷似している。欧州航空会社は、ハイイールド旅客の獲得を目指して、ファーストとビジネスクラスのサービス強化に力を入れている。LHは、FRA空港で、ハイイールド旅客専用ターミナルを建設し、旅客を機側まで、ポルシェやベンツSクラスで直接運んでいる。彼等は、ハイコストをハイイールドで補っている。 ■

Wsj.com, 9/25/2006

3. Airlines Lobby Full Throttle for China

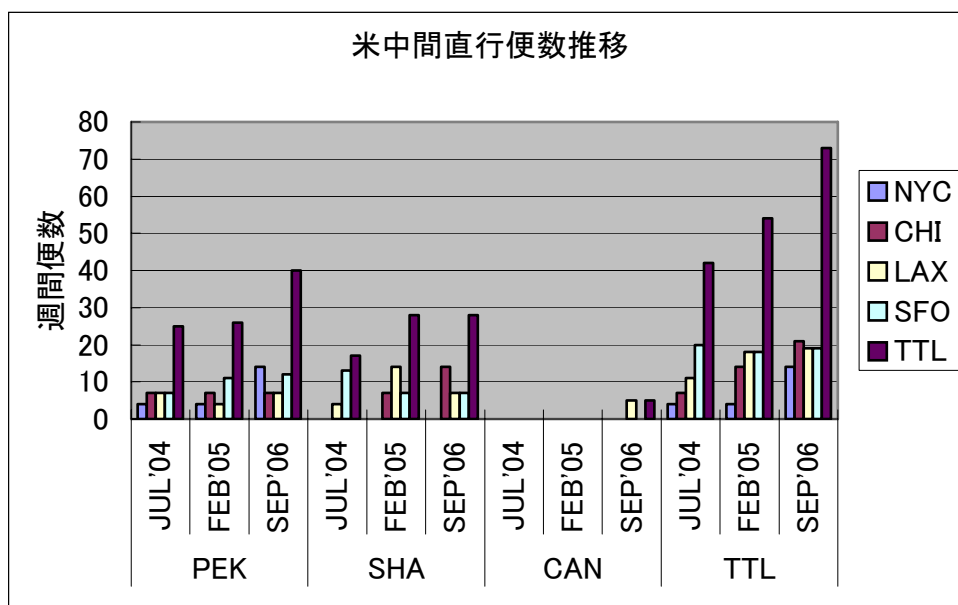
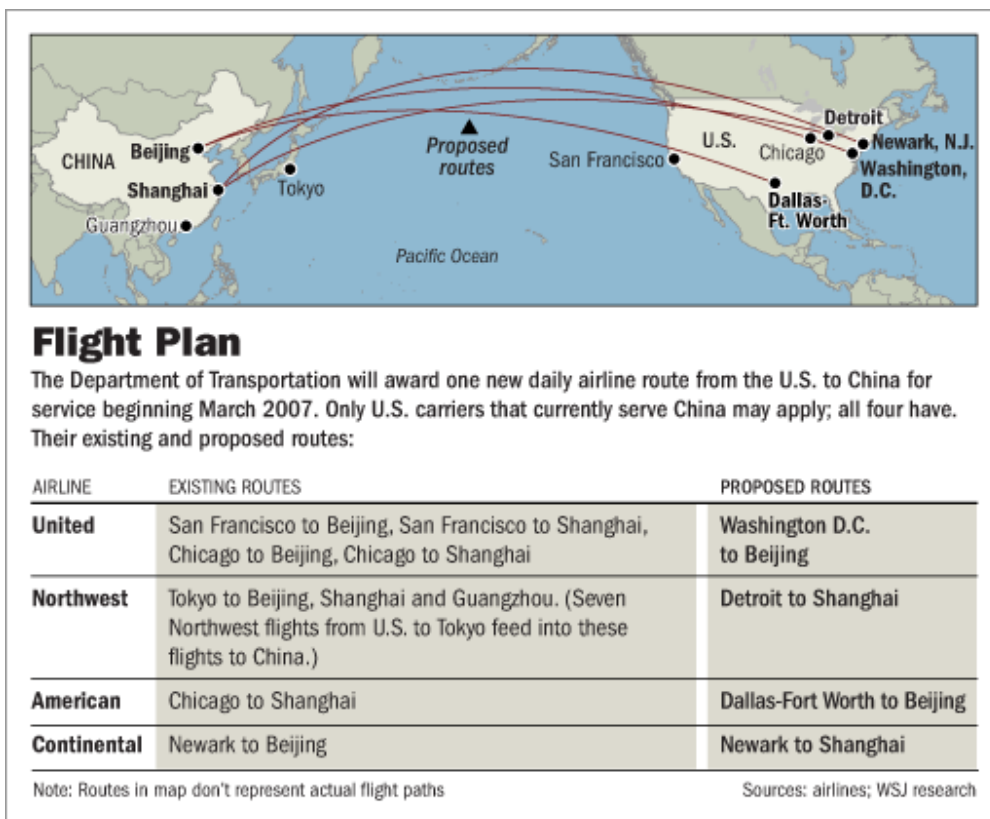
米4社、米中路線権獲得で火花

2004年に改定された米中2国間航空協定で、2007年3月25日から、毎日1便の新路線開設が、現在中国に乗り入れている米4社の何れかに認められる事が決められている。(次の増便チャンスは、2008年よりの新指定企業追加1社による毎日1便の増便。)

この権益に、現在中国に乗り入れているAA, CO, NW, UAの米4社(具体的申請路線は下表参照)が、米運輸省に競願している。彼等は、今や米国の第3位の貿易相手国となった中国に、そしてエコノミーで800^{ドル}、ファーストでは12,000^{ドル}を稼げる、最も儲かる路線の一つとなった中国路線に熱い視線を送っている。

米運輸省は、今年末迄に、どの1社を選定するかを決定する。選考基準は、旅客の利便を向上し、競争を促進する路線。競願している4社は、ワシントンに於けるロビー活動は勿論の事、顧客にeメールを送付し、特別なWebサイトを立ち上げ、全米の主立った都市を回って路線獲得に対する支持を訴えている。現在、米中間で1路線しか運営していないAA(DAL=北京を申請)やCO(EWR=北京を申請)がやや有利なのかも知れない。しかし、UAは、両国の首都であるWASと北京を結ぶ路線、NWは、工業の都市DTTと商業都市の上海を結ぶ経済上のメリットを、夫々訴えている。業界ウォッチャーは、こ

んなに激しい路線獲得キャンペーンを、嘗て見た事が無いと言っている。 ■



米加＝中国間 直行路線便数 (出典：OAG/Sep'06)

	北京	上海	広東	香港
NYC	CA/UA 7便 CO 7便	×	×	CX/AA 14便 CO 6便
CHI	UA/CA 7便	UA/CA 7便 AA/MU 7便	×	UA/US 10便
LAX	CA/UA 7便	MU/AA 7便	CZ/DL 5便	CX/AA 21便
SFO	UA/CA 12便	UA/CA 7便	×	CX/AA 7便 UA/US 7便 SQ 7便
小計	(40便)	(28便)	(5便)	(72便)
YYZ	AC 7便	AC 3便	×	AC 7便 CX 7便
YVR	AC/CA 14便	CA/AC 14便	×	AC 7便 CX 14便
合計	61便	45便	5便	107便

NW は、米国からの直航便を運航していない。現在 DTW から北京、上海、広東に乗り入れているが、何れも NRT 経由。 XX/YY コードシェア一便を表す。



4. Corporate Travel Distribution: Key Markets

「連載」主要法人旅行市場の現状（6）

Chapter Five European Market

第5章 欧州市場

欧州とは、このレポートでは、欧州連合創立15ヶ国とスイスを意味する。地域として纏められているが、これ等の各国は、経済・ビジネス倫理・文化・テクノロジー・購入・旅行行為の要因を異にしている。この地域は、全体として、恒久的に法人旅行の形を変えてしまうドラマティックなオンライン旅行の成長の最前線にいる。勿論、ビジネス旅行、そして/或は、オンライン法人旅行のアドプションの大きな成長と機会の regional pocket が存在する。

PhoCusWright は、今後3年間の、欧州に於けるマネジッド ビジネス トラベルの控えめな成長を予測するが、これに対して、オンライン法人旅行は、大きな成長を遂げるだろう。オンライン法人旅行の大きな伸びを示す諸国には、英国、スカンジナビア、ドイツ、フランスが含まれる。この伸びは、短距離旅行の増加、調達のコスト削減強化、予約機能の改善、プロダクト インテグレーションの結果によるモノである。

欧州で最も明らかな違いは、北部欧州と南部欧州間の違いである。北部欧州には、最も高い法人オンライン アドプションを達成している諸国、英国・ドイツ・ルクセンブルグ・スカンジナビア・オランダ・ベルギーが存在する。ツールの使用は義務づけられている訳ではないにも拘らず、幾つかの企業では、TMC/主要流通業者のアシスタントにより、70%のアドプション レベルを達成している。ドイツでは、TMC が法人旅行管理の意思決定に大きな影響を与えているので、企業のサプライヤーとのダイレクトな関係は、有っても極僅かしか存在しない。鉄道は、法人旅行の重要な要素である。スペイン・イタリア・フランスを含む南部欧州では、ハイタッチに高い価値が置かれ、旅行社のエージェントとの会話形式によるオプションが好まれている。ここでは、旅行は、出張者自身というよりは、アシスタントや秘書によって手配されている。

英国は、米国市場と比肩し得る、高いオンライン化率と洗練されたトラベル オファリングを伴った、欧州で最大且つ最も成熟したオンライン法人旅行市場となっている。フランス・ドイツ・スカンジナビアは、シェアとオンライン化率で英国に近似しているものの、

その他の市場は、まだ開発初期の段階にあつて、分裂されたサプライヤーと強力なレガシープレイヤー達が継続して市場の全体像を規定している。伝統的航空会社が、明解なオンライン戦略によって市場を変えつつあるが、LCC達が、この儲かる市場への進出を積極的に試みているため、彼等にビジネス旅行を再定義させる事を強いている。それに加えて英国では、広く普及したインターネットマーケティングの影響で、検索のインパクトが継続して大きくなるだろう。ブロードバンド接続は、ますます広まるだろう。よりリッチな、より内容深いコンテンツを閲覧可能にして、成長するワイアレスブロードバンドネットワークが、より多くのモバイルな機能の需要を高めるだろう。世界のその他の地区同様、欧州のホテル市場は極めて活況を呈している。そして、そこでは、法人旅行に於いて、収入を増加させる為の、ダイナミックなプライシングの機会が存在する。

欧州では、マネジッドビジネストラベルの購入為のインターネット利用が増加している。このオンライン行為の大きな部分は、セルフ予約ツール経由で発生しているが、ビジネス旅行者は、出張にもレジャーWebサイトも使用する。セルフ予約ツールの使用は、特により大手の欧州企業と、米国の国際的な企業に顕著である。

Dynamics of Corporate Travel 法人旅行のダイナミックス

購入／インターネット利用／旅行パターン／行為は、著しく文化的ベースに関係しているので、二つとして似た様な法人旅行市場は存在しないけれども、この市場をユニークなモノにする以下の特色が存在する。

TMCの利用

欧州企業には、異なった旅行管理会社を利用する傾向がある。TMCは、欧州の異なった国で、様々なGDSプロバイダーを使用する。それに加えて、TMCは、彼等のサービスへの最も広いリーチと“適合”(“fit”)を確保する為に、複数のセルフ予約ツールのグローバルリセラー(再販売業者)に積極的になっている。

鉄道の重要性

欧州のマネジッドトラベルの様相は、鉄道によって大きく影響されている。事実、欧州の鉄道は、ドイツ・フランス・スウェーデンに於いて重要な位置を占めている。鉄道は、プライマリーな輸送モードではないけれども、航空旅行のフィーダーとして良く使用されている。これは、今日の業界に於けるチャレンジであるが、インベントリーへのダイレクトオンラインアクセスを提供する鉄道ソリューションの統合が、重要である事を強調している。

ホテルのダイナミックス

欧州ビジネス旅行者は、ブティック ホテルと独立した、GDS には表示されていないホテルを良く利用する。

海外出張の発生件数

海外出張の高い発生割合が、購入プロセスとコスト削減 (e.g., 事前購入航空券) の為の機能をより複雑化させている。そして、オンライン予約ツールへの購入プロセスの組み込みをチャレンジングなモノとしている。

ノーフリル キャリアの広まり

欧州のビジネス旅行者は、誰もが欲しがるとされるセグメントだが、新しいルート、スケジュール、特にビジネス旅行者のニーズをターゲットとしたサービスを提供するノーフリル キャリアによって積極的に摘み取られている。この結果、LCC は、欧州全土にわたって、ビジネス旅行者にとっての益々重要な旅行オプションとなっている。欧州の企業は、LCC の魅力は、コスト (低運賃) とフライト アベイラビリティに集中していると指摘している。これ等のキャリアは、今や、ビジネス エア旅行のリアルな信頼置けるオプションと見なされている。彼等の大きなオンライン トランザクションを勘案すると、LCC は、法人インターネット予約を増加させる事に貢献するだろう。

スケール対専門性

競争激化と法人のコスト認識の高まりの為に、TMC は、自身をスケールか専門性かのどちらかで差別化する事を選択している。スケールの追求よりは、特別なサービス (e.g., コンサルティング) や深い旅行分析で、自身の差別化を試みているチャネル プレイヤー達が増加している。セコンドティアアのより小さな TMC は、彼等自身をニッチ プロバイダーとして差別化し、継続して積極的に新プロダクトと彼等のサービス オファリングの地域を拡大している。メガ TMC は、スケールが絶対的な、クラシックな、ワンストップ ショップ アプローチの方向に進んでいるが、地理的拡大や、オファリングの多様化や、垂直的な市場への展開によってこれを補完し、グローバル アカウントの獲得に勝利し様としている。彼等は、新しいセグメント、或は、地理的展開に於けるプレゼンスの獲得のために、継続してピュアプレイ企業 (一つの業種だけに専念している企業) の買収 (pure play acquisition) を模索している。

買収フィーバー

法人旅行の買収活動が、2006 年初頭に新しい局面を迎えている。これ等は、主としてメガ TMC によって動かされているが、幾つかのより小さなプレイヤー達 (e.g., FCm Travel Solutions) による買収も存在する。PhoCusWright は、2006 年の残りと 2007 年には、TMC

が、専門的ケーパビリティを獲得し、彼等のグローバル デリバリー ネットワークの地理的なギャップを埋め、採算性改善する為のより小規模な、ニッチ プレイヤーの買収が発生すると予想する。例えば、HRG は、米国の Partnership Travel Consulting を買収した後で、彼等のオフリングを完結させる為に、そして、CWT や BCD や American Express に対して対等に競争する為に、米国とオランダとベルギーで継続して買収ターゲットを追求する事が必要となるだろう。同様に CWT は、Navigant International の買収（2006 年第 3 四半期に手続き完了）後に、今やかなり大きなオペレーションを英国で行っている。

グローバル デリバリー ネットワーク

2006 年初頭の、リーディング TMC 間に於ける、TMC 買収、ビジネス再編成、リブランディング努力の波は、メガのグローバル リーチを拡大し、単一オーナーシップとローコストプロデューサーになる競争を加速化させている。

セキュリティ

旅行者とデータ セキュリティは、彼等のリーチと旅行がグローバル化しているので、継続して最も優先される関心事となるだろう。英国とアイルランドの Institute of Travel Management と Argate Consulting の調査は、77%の企業が、社員の出張先の居所を承知しているが、しかし、50%しか1時間以内には、彼等を探し出せないと言っている。これは、企業がコンティンジェンシー計画（危機管理計画）を保有していない事を暴露し、TMC によるトラッキング サービスと標準化された規定の制定が必要な事を示している。しかしながら、多くの TMC は、これ等のトラッキング サービスに、別な料金を支払う十分な価値を見出していない。この事実は、多くの人手による処理が、余分な旅行管理コストとして継続して残ってしまう事を意味している。

GDS の規制緩和

欧州に於ける GDS の回復は、若し、欧州連合委員会が、業界の完全規制緩和を採用するならば、数年間かかるかも知れない。若し GDS 1 社 Amadeus が継続してエアライン 3 社に所有される（部分的に）のであれば、C-Fare（Coalition for Fare Access to Reservations in Europe）によって動かされる、規制緩和の有効性と反競争行為に論争が集約されるだろう。欧州の消費者に対する公平さとセーフガードの強さを勘案すると、大手航空会社が GDS のオーナーシップを維持する限り、規制緩和は起こらないだろう。それには関係せずに、G2 SwitchWorks と ITA Software は、欧州市場への参入を計画している。

階層化された法人旅行サービス オフリング

小規模な、十分に洗練化されていない法人旅行プログラムに関連するサービス デリバリーコストを低下させる為に、チャンネル プレイヤー達は、顧客のニーズに最も良く適合する為

に、エアー／旅行予算、旅行管理プログラムの洗練化 (sophistication)、トラベル ポリシーの利用、レポートینگ リクアイメント、会計管理ニーズをベースにして、彼等のオフアリングを階層化しつつある。(e.g., CWT の 3 階層オフアリング ①CWT Connect Express <small>, ②CWT Connect Business <medium>, ③CWT Enterprise <large>)

オープンスカイ協定

欧州連合は、米側に外資導入規制緩和の難題が存在するにも拘らず、欧米間のオープンスカイ協定成立に依然として期待をかけている。 米国航空会社に対する外資保有比率の増加による国家安全保障と国内経済への大きな影響を懸念する議会の反対が有るため、ブッシュ政権は、規制緩和を緩やかなモノに変更している。 これに、欧州連合が満足を示さない限り、オープンスカイ協定は、合意に至らないだろう。

ルージュ購入

欧州に於けるビジネス旅行管理が直面する最大の挑戦は、ルージュ (Rouge)、すなわちポリシーを遵守しない購入行為である。 PhoCusWright の調査は、ポリシーを遵守せずに、エアライン Web サイトで直接航空便を購入している、企業の出張者が増えている事を明らかにしている。 この調査によれば、平均で 5%~20%のルージュ行為が存在する。 このトレンドには、簡単にエアライン Web サイトで予約出来るノーフリル キャリアの低運賃と、優先 TMC の利用手数料が影響している。 企業の幹部は、管理旅行プログラムの目的は、コストの抑制と、旅行プログラムが削減する金額に直接リンクしたその効率性にあると考えている。 旅行プログラムの成功には、益々、旅行者の動機付けが重要であると認識されているので、彼等のニーズを吸収する事も重要である。 だから、多くの企業は、ポリシー遵守の 100%のマンデート (指令、義務化) の実施に躊躇している。

Online Corporate Travel Readiness オンライン法人旅行の準備

オンライン セルフ予約の需要は、コスト削減の為と、フロントとミドルとバックオフィステクノロジーを統合する為にテクノロジーを使用している、大手と中小 (\$63m+のエア支出) 企業によって動かされている。 欧州に於けるオンライン法人旅行の準備は、以下の幾つかの主要なファクターとインディケータによって影響されている。

インターネットとブロードバンドの普及

欧州連合に於ける、平均インターネット利用は、47%に達している。(出典: International Telecommunication Union <ITU>) インターネット利用は、デンマーク (76%)、フィンランド (70%)、スウェーデン (82%) と、北欧諸国が高い実績を達成している。 欧州委員会が発行した報告書 (2/06) は、欧州で、現在、5,300 万のブロードバンド回線が存在する事をレポートしている。 ドイツ・英国・フランスに於けるブロードバンドの普及率は約 35%

で、ナローバンド回線に取って代わりつつある。(出典：Hotwire/MORI) インターネットとデジタルTVと携帯電話の3つのテクノロジー全てを含めて見た場合は、世帯の44%がこの3つの全てを利用しているドイツが、最も高い普及率を示している。これに、英国(38%)と、フランス(21%)が続いている。(この調査では、これ等の3ヶ国しか調査されていない事に注意が必要。)

携帯電話の利用

欧州は、マルチチャネル市場で、携帯電話への依存が極めて高い。3G携帯電話は、消費者が、例えばデータやビデオの如くの、より多くの機能を追求しているため、その普及は、今は低いけれども今後成長するだろう。この結果、多くのWebサイトは、欧州の旅行者が継続してインフォームドな旅行を購入する便利な方法を探す事を可能にする為に、これ等のネットワークに対して、彼等のトランザクションサービスを拡大しつつある。これは、欧州に於ける携帯電話のマルチ機能のバリューを強調する。英国・フランス・ドイツに於いては、人口の75%以上が携帯電話を所有している。(出典：Hotwire/MORI) T-MobileとSiemensによるモバイルブロードバンドの展開は、この普及と、旅行計画及び購入に於ける携帯電話の使用を加速させるだろう。

メタサーチの増加

Yahoo!/Kelkoo、Tazzoo(フランス)、dohop.com(アイスランド)、Flightscanner(英)、そして、米国のSideStep、Kayak、Mobissimoは、最低のエア運賃とホテルレートを探り出し、旅行者のプリファレンスに従ったベストなオファーを選択する。法人旅行分野に対するこの潜在的インパクトは、極めて大きいかも知れない。旅行者は、メタサーチの利用により、一時に複数のエアラインサイト、オンライン旅行社、コンソリデーター、LCCを検索する事が出来る。この価格の透明化は、ポリシー遵守に意味があるのか?と言う疑問を投げかけている。(e.g., より安いオプションが利用可能なのに、何故ポリシーを守らなければいけないのか?と言う素朴な疑問。) Kayakは、\$11.5m(13億円)に上る追加的ファイナンスでもって、欧州の特定言語と通貨に基づくサイトを展開しつつある。主たるフォーカスは(レジャー)消費者であるが、Kayakは、欧州のリーディング市場と米国で、法人旅行市場へ参入すると予想されている。

マーケットが、オンラインアダプションを規定する

セルフ予約ツールの最も積極的なユーザーは、米国の国際的企業と、欧州ベースの大手リジョナル企業達である。前者にとっては、パフォーマンスのプルーフが、重要なモチベーションとなる。欧州ベースの企業は、コストセービングの潜在力の為に、これ等のツールの使用に熱心だ。ここでも、再び、米国のパフォーマンスが目標達成のための管理基準となるだろう。欧州に於けるオンライン予約は、継続して成長しているけれど

も、その加速率は、米国の2年前のそれと同じ数値を示している事に注目する必要がある。

欧州に於ける企業のオンライン予約ツール使用を動かす特定のファクターは、以下の通りである。

マルチモーダル ディスプレー

欧州のビジネス旅行にとって鉄道が重要である事を考えると、セルフ予約ツールへ、より多くの鉄道コンテンツを組み込み、同一画面で、同一旅程区間のエアと鉄道のオプションの両方を並べて表示する事は、法人旅行者にとって大きなバリューを持つ事を意味している。 KDS は、現在フランス・ドイツ・英国・ベルギーの鉄道をオファーしている。 GetThere は、複数の GDS とのリンクを拡大している。 Amadeus は、プロファイル インテグレーションを改善し、企業のイントラネット経由のナビゲーションには単一サインオンを提供し、目的地に特定した旅行者アラートをオファーする。 Traveldoo は、旅行者が乗車駅で得る事が出来る、フランス国鉄 SNCF の電子チケットの発行能力を有している。 ここ数年間、同様のシステムを運営して来た英国のオンライン鉄道プロバイダー thetrainline は、同社が取り扱っている 80% の鉄道法人切符が、駅や鉄道事務所の Fast Ticket マシンで受け取られていると言っている。 そして、ひとたび英国 Eurostar が CNSF とリンクされれば、セルフ予約ツールは、フランス以外では（依然として）処理できない、英国のインベントリーへのアクセスを保有する様になるだろう。

グローバル ビジネス トラベル

新しい欧州連合加盟国（e.g., ポーランド）や、中国の如くの諸国との貿易の開始が、ビジネス旅行を拡大しつつある。

セルフ手配旅行

Visa Europe によると、52% の企業達が、彼等の社員が彼等の旅行に直接責任を有していると言っている。（つまり、そうでない残りの 48% は、スタッフが関与している。） 大手企業の旅行者ほど、コストを抑制する為に、バジェット エアラインとホテルを使用して、ショッピングにインターネットを使用する傾向が強い。

Web ベース テクノロジーへのコミットメント

2007 年末迄の IATA の e-チケットイングへのシフトは、TMS に対してコスト セービングをもたらし、e-チェックインばかりでなく、法人旅行のオンライン購入に影響を与える。

市場特定ニュアンス

予約ツール プロバイダーは、欧州法人旅行のニュアンスのサポートを、継続して改革しな

ければならない事を認識している。これ等のエンハンスメントは、複雑な企業の旅行ポリシー（そして機会損失：missed savings opportunity）の包含、複数の通貨への対応能力、プロファイル インテグレーションの改善、単一サインオン機能、複数レグの旅程の割引運賃計算（e.g., スプリット ティケッティング、短距離路線に於ける片道運賃計算）を含んでいる。

バジェット エアラインの増加

5年間で、バジェット エアラインの数が倍増して、現在、全世界で30万便が存在する。（OAGのQuarterly Airline Traffic Statistics, April 2006）欧州に於けるLCCシェアは、全便比16.3%を構成する。しかし、英国では、32%となっている。（出典：Eurocontrol, the European Organization for the Safety of Air Navigation, June 2006 statistics）LCCが、マージン増加の為に、積極的にビジネス トラベルにターゲットしているので、バジェットの利用は、更に上昇するだろう。

コスト セービング

マネッジド旅行の世界の調達では、マネッジド ビジネス旅行のオンラインを動かすための鍵となるモチベーションは、より低いコストでレストリクテッド運賃を予約する事を旅行者に奨励する、ビジュアル ギルト（visual guilt＝目の目に晒された自責の念）から生じるコスト セービングに存在する。

より厳格化されたエクスペンス コントロール

出張者は、より自由にビジネス エクスペンスを消費しているので、企業は、1年前よりも、より厳しく旅行エクスペンス（旅行・電話・飲食代）をチェックしている。その結果、企業は、エクスペンスをより良く管理し、ポリシー遵守の改善と、TMCのコンサルティング プラクティスのアドバイザー サービスを活用する為に、彼等の法人カードの使用を拡大しつつある。

ROIのパフォーマンス

セルフ予約ツール プロバイダーは、アドプションの保証を、財務的なインセンティブとして利用している。例えば、Expedia Corporate Travelは、新しい顧客へ、50日間以内の50%のアドプション率達成を約束する。達成しない場合は、財務的な支払を余儀なくさせられる。（米国でオファーしている様に。）

エアー旅行の為のサプライヤー直販予約

エアー トラベルに於けるサプライヤー直販予約の増加は、オンライン予約の増加だけでなく、Sabre Airline SolutionsのSabreSonic Web Internet 予約エンジンの如くの、第三者のエアーライン ツールの使用も増加させている。

欧州のオンライン アドプションの抑制する要因は、次の通りである。

企業の IT 部門

企業の IT 部門の、オンライン ツール ソリューションの購入前討議への不参加は、欧州に於けるオンライン予約ツールの普及とアドプション率向上の妨げとなっている。この傾向は、アプリケーションの統合と組織のコスト セービングを遅延させる。

TMC の嫌気

企業は、TMC が、オンライン トランザクションによる、より安い手数料のビジネス モデルを嫌がっていると見ている。

コンテンツの分散

分裂化されたインベントリーと非 GDS コンテンツ (e.g., ホテルや鉄道) は、アクセスが難しく、しばしばスクリーン スクレーピングを引き起こす。

運賃オプションの幅

欧州では、運賃オプション (e.g., コンソリデター チケット) の幅が、常に旅行者が利用可能なベスト価格を表示する事を困難にしている。

インターナル スポンサーシップ

幹部のサポートと、オンライン アドプションを向上させるための旅行管理の欠落、そして、その実施によるメリットに関する旅行者との会話不足が、劇的に、企業のオンラインの成功を制限するだろう。

市場に特化したテクノロジー

リジョナルのニュアンス (e.g., 通貨および言語)、旅行バリエーション (e.g., 鉄道)、購入の違い (e.g., mandate viability) への適合のためのテクノロジー イノベーションのスピードの遅い開発が、セルフ予約ツールの使用を制限するだろう。事実、言語やテクノロジー インフラストラクチャーが異なるので、緩い標準化が重要となる。

予想がつかないホテル コストとアベイラビリティ

需給環境が極めてタイトであり価格が上昇しているため、ホテルの法人レート ネゴシエーションは、企業にとってチャレンジングなモノとなっている。勿論、これは、例えば、より大きな人気の有る目的地では、より大きな価格上昇が有る様に、地域によって状況が大きく異なる。ホテルのダイナミック プライシングへのシフトは、レートが、市場の需

要のピーク&バレーを反映する事を意味している。企業は、ネゴシエイテッド レートをラスト ルーム アベイラビリティに固定しない限り、価格上昇に直面するだろう。法人旅行の意思決定者の間に於いては、ホテル支出のビジビリティが増すだろうが、企業は、意思決定の支援の為に、TMC の助言を求めるだろう。

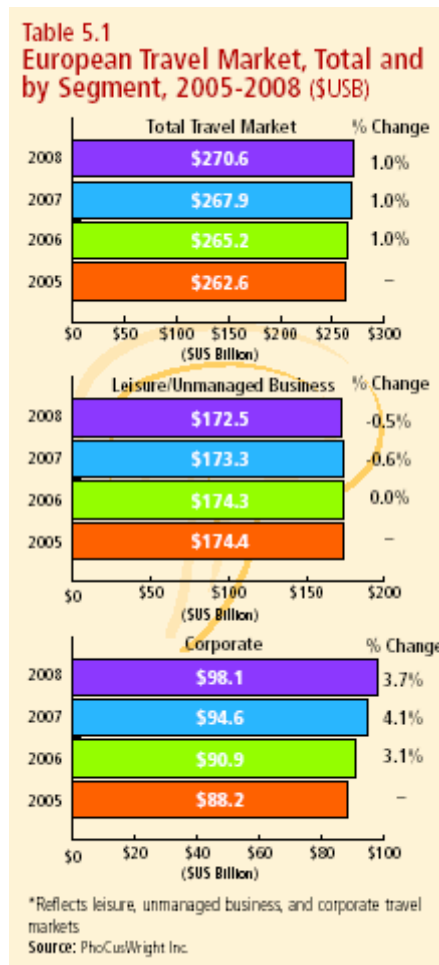
Size of the Market 市場のサイズ

欧州は、共通した旅行の習性と購入プラクティスを有した単一エンティティではない。国や地域によってドラマティックに変化する、異なった旅行パターンと各種の輸送モードの組み合わせから成り立っている。この章の中で、PhoCusWright は、欧州市場の規模を、欧州連合創立 15 ヶ国とスイスをベースにして推計した。この地域では、大きな旅行と、そして/或は、オンライン旅行支出を抱えている国や地域は、英国・フランス・ドイツ・スペイン・スカンジナビアである。

欧州市場に使用した全ての数値は、その他の市場との対比を可能にするために、米ドルを使用した。ユーロから米ドルへの換算は、2006年6月30日時点の1ユーロ=1.225米ドルが使用されている。

European Travel Market 欧州旅行市場

欧州旅行市場は、2005年に、\$262.6billion (30兆7,000億円)の規模に到達している。そして、2008年には+3%増加して、\$270.6m (31兆6,600億円)迄に成長するだろう。(Table 5.1 参照) この控えめな増率は、消費者の可処分支出の増加と、安近短休暇旅行を誘発する米ドル通貨安、長距離ビジネス旅行の増加に基づいている。



European Corporate Travel Market 欧州法人旅行市場

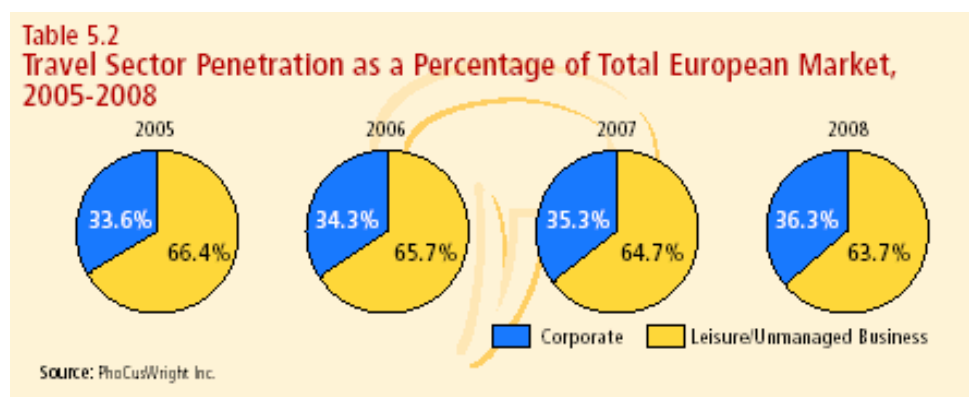
PhoCusWright は、2005 年の欧州法人旅行業界の規模を \$88.2billion（10 兆 3,190 億円）と推定する。（Table 5.1 及び 5.2 参照） 以下の結果によって、\$今後 3 年間で +11%成長して、98.1billion（11 兆 4,750 億円）の規模に達するだろう。

- インターネット経由のインベントリーへのアクセサビリティ；
- 欧州域内のビジネス旅行の増加；
- LCC と低運賃フライト オルタナティブの成長と、より儲かるビジネス旅行セクターへの彼等のプッシュ；
- オンライン レジャー／アンマネジッド ビジネス旅行市場（2005 年に 49%成長）の拡大と、そして、
- フランス以外に於ける Eurostar の予約能力。

この成長にチャレンジするファクターは；

- 不透明な経済情勢、企業のコスト削減、より強力な調達フォーカス；
- 大陸間或は長距離旅行支出の注意深い監視；
- 予算削減とコスト セービング努力による旅行期間の短縮；
- 市場に於けるインターネット予約の増加による運賃の透明化の増加；
- 割引運賃使用の為の LCC 利用増、そして、ナショナル キャリアのトラフィック獲得と自社サイト直販増加の為の低運賃設定；
- 原油高と、キャリアによる燃料サーチャージの導入。

レジャー／アンマネジッド ビジネス セグメントは、\$174.4billion（2005 年）（20 兆 4,000 億円）の規模でもって、欧州旅行市場を席卷している。 市場シェアの拡大と年間成長率は、今後数年間、かなり停滞気味に推移するだろう。 レジャー／アンマネジッド ビジネス旅行は、マネジッド ビジネス旅行（下図 corporate）セクターのサイズの倍以上であるが、このセクターは、欧州の業界の略全ての成長を動かすだろう。

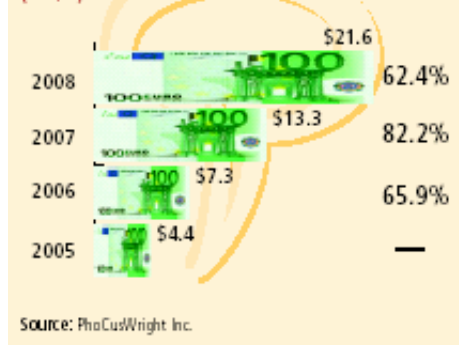


European Online Corporate Travel Market

欧州オンライン法人旅行市場

欧州法人旅行の全てのサイズとタイプは、2005年に、\$4billion (4,680 億円) の低いレベルに止まっている。(Table 5.3 参照) 勿論、この平均は、市場の消費をリードし、トランザクションコストと旅行支出の合計を厳しく削減している米国の国際企業と大手リジョナルローカル企業間のセルフ予約ツールの使用を適切に反映していない。PhoCusWright の調査は、これ等の大手企業間の15%~20%の旅行支出がオンラインで処理されている事を指摘している。しかしながら、平均で、欧州オンライン法人旅行市場は、依然として、米国のペースよりも数年間遅れている。

Table 5.3
European Online Corporate Travel Market & Growth, 2005-2008 (US\$B)



PhoCusWright は、欧州のオンライン法人旅行市場は、今後3年間で、かなり成長する(小さな数値からの成長であるけれども)と予測する。この市場は、2006年末までに、+65.9%増加して\$7.3billion (8,540 億円) に達すると予測する。その後2年間で、3倍増加し、2008年迄に\$21billion (2兆4,570 億円) を突破すると予測される。

コストを削減し、プロセスを標準化する為の、セルフ予約ツールの立証されたROIパフォーマンスは、オンライン法人旅行市場の成長のクリティカルな要因となるだろう。現在では、セルフ予約ツールの使用義務化(mandates)に抵抗する(或はその採用を躊躇する)企業文化のお陰で、成長のサイズとペースが制限されている。

オンラインチャンネルは、2005年で、法人旅行グロス予約合計の5%のシェアを達成した。(Table 5.4 参照)

オンライン法人旅行は、以下の結果、2008年末迄には、積極的に拡大して、22%の市場シェアを達成するだろう。

Table 5.4
European Online Corporate Travel Penetration, 2005-2008 (US\$B)

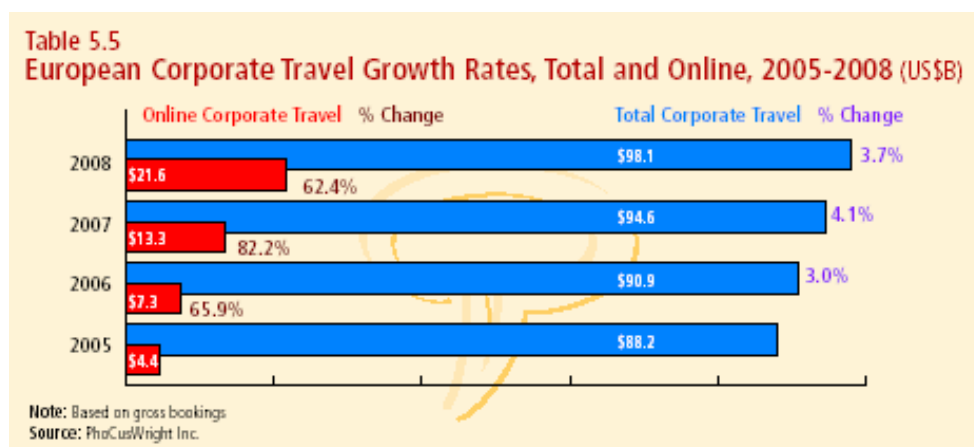
	Total Corporate Travel	Online Corporate Travel	% Online Penetration
2005	88.2	4.4	5.0%
2006	90.9	7.3	8.0%
2007	94.6	13.3	14.1%
2008	98.1	21.6	22.0%

Note: Based on gross bookings
Source: PhoCusWright Inc.

- オンライン購入が必要となるビジネス旅行への、LCCと(ナショナルキャリアの)低運賃オルタナティブの利用の増加;
- 鉄道利用と、ダイレクトオンライン購入のためのセルフ予約ツールの統合;

- 2007 年末迄の e-チケットング導入 IATA 指令；
- 立証された ROI オンライン予約パフォーマンスと、米国企業と欧州本社企業の両者によるタンジブル コスト削減；
- 消費者 Web サイトの使い勝手を密接に反映した、オンライン予約ツールの“自由化”；
- 携帯電話の高い普及率；
- TMC の、オンライン予約ツールのアドプション向上の積極的努力；
- ITMC の市場に於ける拡大（しかし、予測期間に於ける彼等の市場シェアは小さなモノに止まる。） そして、
- オンライン アドプションを増加する為の、企業の指令の増加（e.g., mandates と公式な旅行ポリシー）

2008 年までを通じたマネジッド ビジネス旅行の控え目な成長予測に対して、オンライン法人旅行は大きな成長を遂げると想定される。 この強力な成長は、主として既存のオフライン トランザクションのオンライン チャンネルへのマイグレーションから発生する。
 (Table 5.5 参照)



European Online Corporate Travel Market by Channel

チャンネルによる欧州オンライン法人旅行市場

欧州では、TMC が、2008 年迄を通じて、オンライン予約を代表する支配的な方法である。

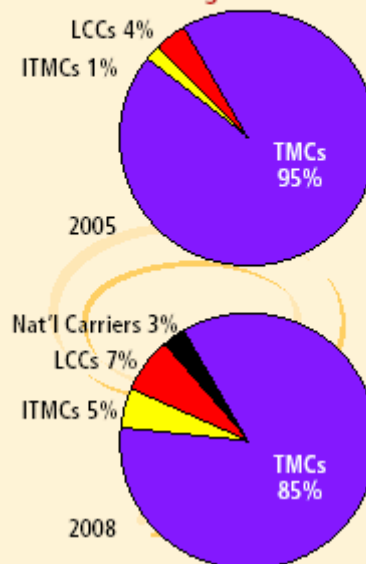
(Table 5.6 参照) これは、グローバルな、ナショナルな、そして中小企業 (SME) アカウントへ浸食する為の、ツール プロバイダーによって使用される第三者流通チャンネル戦略の結果である。予約ツール プロバイダーは、直接グローバル アカウントをターゲットにしているけれども (e.g., GE)、GetThere、i:FAO、KDS は、異なった市場に於いて、TMC

のリセーラーを通じて主に流通されている。PhoCusWright は、2005 年の 95%よりは低下するけれども、2008 年迄、TMC が依然としてオンライン法人旅行市場の 85%のシェアを席卷すると予測する。残る市場の 15%は、LCC、ITMC、ナショナル キャリアによってシェアされるだろう。ITMC は、克服しなければならないブランディングハードルを有している、そして、米国同様、アンマネジッド ビジネス旅行者をより引きつけがちである。

European Corporate Travel Market by Segment セグメントによる欧州法人旅行市場

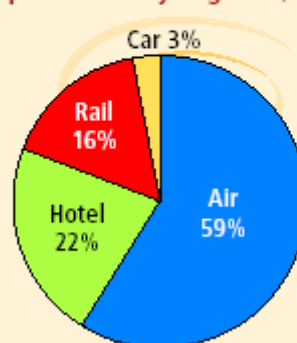
その他の市場の如く、欧州でも、エアーが市場の 59%のシェアを押さえて、法人旅行支出を支配している。(Table 5.7 参照) PhoCusWright の調査は、英国・ドイツ・スカンジナビアの如くの市場では、ビジネス旅行者のマジョリティーは、国内線に限らず欧州域内路線も、エコノミー クラスを使用している事を指摘している。興味深い事には、鉄道とコンバインした際には、エアーと鉄道の輸送が、欧州企業の年間旅行予算の 3/4 を構成する。これは、欧州では鉄道がビジネス旅行に対して重要であると共に、オンライン トランザクション動かす為には、そのインベントリーが如何にクリティカルであるかを強調している。鉄道利用は、国によって大きく異なるが、法人旅行支出の 16%を構成している。ホテルは、市場の 22%を構成する。全般的には、このセグメントの 2008 年迄の大きな変化は期待されない。

Table 5.6
European Online Market Share, by Method of Booking



Source: PhoCusWright Inc.

Table 5.7
European Corporate Travel Expenditures by Segment, 2005



Source: PhoCusWright Inc., GTMC (Guild of Travel Management Companies)

Overview of Key Markets 主要市場の概観

Shared by Market マーケットによるシェア

Table 5.8 と 5.8a に示した通り、アドプシヨンのペースは、国毎によって異なる。英国・ドイツ・フランスは、リーディング オンライン パーフォーマーである。それにスカンジナビアとイタリアを含む市場が続く。より詳細には、市場毎のニュアンスは以下の通

りである。

フランス

フランスは、法人旅行とオンライン法人旅行両方で、17%のシェアを有している。鉄道が、オンライン成功のクリティカルなファクターであり、そしてSNCF インベントリーへのアクセスが必須の条件となっている。(鉄道は、ビジネス旅行の30%~40%を構成する。)ここでは、マネジッド ビジネス旅行のストラクチャーは、何処よりも最もコンソリデート化されている。CWT がフランスに於ける市場リーダーだ。

ドイツ

ドイツは、24%の市場シェアを構成し、欧州最大の法人旅行市場を形成している。オンライン法人旅行市場では25%近くのシェアを有して、欧州2番目に大きなオンライン市場規模を誇っている。オンラインの浸食は、LCC と、直接或はLCCを彼等の画面に並べて表示するTMCの両方の経路で、もたらされている。ドイツのナショナリスティックな性格が、この国に於けるi:FAOのオンライン法人旅行市場席巻に繋がっている。

スκανジナビア

この市場を支配している航空会社SASのトラベルパスのエア購入への利用と、テクノロジーの採用に熱心な国民性のお陰で、スκανジナビアの欧州オンライン法人旅行市場のシェアは12%に達している。これは、法人旅行市場シェアは8%よりも大きい。この地区へのAmadeusの強力なプレゼンスにより、Amadeus e-Travel Managementが、このオンライン市場を席巻している。もう一つ、オンラインの成長を押し上げているファクターには、スκανジナビアからの旅行の60%が、オンライン予約可能となっている事である。(つまり、それ等は複雑でない。)既に、全てのRFPは、セルフ予約コンポーネントを含めなければいけなくなっている。

英国

英国は、欧州の最大のオンライン法人旅行市場を形成している。しかしながら、トータ

Table 5.8
European Corporate Travel Share
by Market, 2005

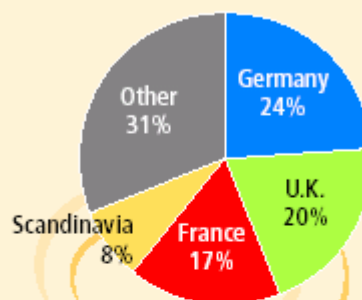
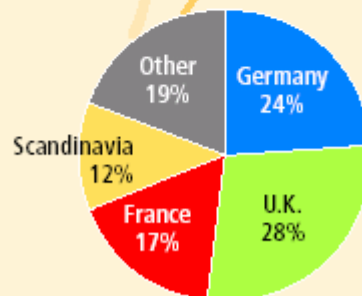


Table 5.8a
European Online Corporate Travel
Share by Market, 2005



Source: PhoCusWright Inc., WTC, WTO, company sources

ルの法人旅行支出では、20%とドイツに次ぐ欧州 2 番目の市場となっている。この英国のポジションは、トランザクション コスト削減、価格の透明化、セルフ予約ツールのリセーラーとしての TMC の利用に集中している米国法人旅行トレンドの影響の結果である。ここでは、米国際企業に使用され、そのパフォーマンスの実績が証明されている GetThere が、ドミナントなオンライン予約ツールとなっている。米国市場で見られた通り、法人旅行は、消費者旅行をフォローする。従って、両方（法人とレジャー）のベストのツールを統合する事によって、より迅速なアドプションの向上が図られるだろう。他の欧州諸国と同様に、英国でも鉄道が重要な役割を示すだろう。合計法人旅行とオンライン法人旅行の両方の市場は、伝統的な鉄道とハイスピードの Eurostar によって大きな影響を受けるだろう。大手の LCC 2 社（easyJet と Ryanair）は、オンライン化の加速に貢献している。

その他： イタリアとスペイン

イタリアとスペインの市場は、オンラインテクノロジーの採用が遅れている SME によって占められている。スペインでは、より競争的な価格が動かす市場になりつつある。MAD=BCN 間の LCC の立ち上げは、オンライン購入とフルフィルメントを刺激するだろう。イタリアでは、しかしながら、TMC ストラクチャーが大変分裂しているので、オンラインツールの採用は緩慢となるだろう。 ■

—— Chapter Five : European Market 第 5 章 欧州市場 前編 以上 ——

次週 [Market Profiles; UNITED KINGDOM / GERMANY / FRANCE / SCANDINAVIA / ITALY and SPAIN]に続く

5. その他のニュース

旅行流通 TD

(1) 旅行ブログがメインストリームとなっている

旅行サプライヤー、目的地、そして彼等のマーケティングや PR のプロフェッショナル達が、イライラさせられる、非礼な、時には誇大的で間違った声を Web で上げるブロガーと、付き合わざるを得ない事を認識しつつある。数値だけで見ても、サプライヤーの注意を喚起するには十分過ぎるくらいだ。FlyerTalk.com は月間 2,000 万ページビューを有していると言っている。Gridskipper.com は 1 日平均 18,000 のページビューが有ると言

う。 Gadling.com は、毎日 15,000、HotelChatter.com は、8月に、20万ユニーク ビジターによる 30万ページ ビューを有している。 Marriott International は、業界誌や新聞に変わるもう一つの媒体として、ブログを活用している。 新聞が食いつかないニュースをブログで流して、大きな反響を得る事に成功している。 また FlyerTalk.com によると、幾つかのサプライヤーが、社員のアイデアやその他のマーケティング タクティックスをブログに流して、消費者の反応を探っている。 BA、Starwood、CO、AF や、その他の旅行の会社は、FlyerTalk.com に公式なプレゼンスを有している。 そして、そこにエクステンデッドな顧客サービスを展開すると同時に、誤ったコメントの訂正を行っている。(DTW, 9/25/2006)

(2) アマデウス、ノースウエストと流通契約暫定合意

Amadeus が、9月1日に遡って発効する、NW との流通契約に、9月25日、暫定的に合意した。 この暫定合意により、北米の Amadeus 旅行社は、NW のフル コンテントへのアクセスの確保と、3.50ドルの GDS 手数料の徴収から免れる。 一方、Amadeus と CO の両社は、10月1日に失効する現契約を、新契約が締結される迄の間、延長する事を決定した。 Amadeus は、Amadeus 経由の AA 便予約に対して徴収される 3.50ドルの GDS 手数料を、旅行社に還元する。(DTW, 9/25-26/2006)

DL は、Amadeus 経由の DL 便予約に対して徴収する予定であった 3.50ドルの GDS 手数料を、暫くの期間延期する。(DTW, 9/27/2006)

(3) ホッグ ロビンソン (英) 上場延期

法人旅行管理会社の Hogg Robinson が、現在の市場環境が適していないとして、LON 証券取引所への上場を暫く延期すると発表した。 同社 (プライベート エクイティー企業 Permira が所有) は、9月27日に、上場価格一株 140ペンス〜220ペンスの間で上場し、380mポンド (760億円) の資金を調達する予定であった。 Hogg Robinson は、CWT、American Express、BCD に次いで、世界第4位の TMC。 3月31日に終了した会計年度で、36.2mポンド (73億円) の営業利益 (一時的特別費用を除く) と 297.2mポンド (600億円) の収入を計上している。(FT.com, 9/26/2006)

(4) e化が米連邦政府のビジネス旅行の形を変える

米連邦政府の国家公務員のビジネス旅行規模は、年間 120億ドル〜200億ドル (1兆4,000億円〜2兆3,000億円) に及ぶと推定されている。 一般調達局 (GOA) は、各政府省庁でバラバラに扱われている旅行手配を、9月30日迄に、全て E-Gov Travel Service (eTS) に一まとめにする。 しかし、殆どの政府機関は、官僚的な鈍い対応などが影響して、このデッドラインを守れない。 現在まで 24 の最大政府機関の内 22 が eTS の展開を開始しているが、それ以外は、中小の部局を含めて、システムの採用が遅れている。 GOA は、2008

年度末迄には、システムの機能のパーソナリゼーションが進展する結果、90%の政府機関で eTS が展開すると期待している。

eTS は、連邦政府の国家公務員のビジネス旅行手配をオンライン化し、コストの削減と利用者の満足を向上させるシステム。 エンドツーエンド プロセスのシステムで、事前承認、旅行予約、エクスペンス報告、費用請求の全てについて、ユーザーのオンライン セルフ コントロールを可能にする。 GOA は、2003 年 11 月に、eTS システム開発の為に下表のベンダー3社を指名している。

eTS ベンダー	システム	Fulfillment Agency	システム採用省庁
Carson Wagonlit Government Travel	E2 (GetThere for Government)	インハウス	労働省、教育省、内務省が E2 採用。 eTS シェア率は 16%。(% of the total number of agencies)
EDS	FedTraveler	Sato Travel	Sato は CWT に買収されている。 eTS シェア率は 24%。
Northrop Grumman	GovTrip(注)	American Express	国防省、農務省、司法省が GovTrip 採用。 eTS シェア率は 45%。

(注) Pentagon の旅行費用は、兵員の民間機による輸送が有るため、年間 80 億ドルにも上る。この巨大な年間費用のために、国防省のシステム GovTrip は、一部の共通部分を除いて、シビリアン用の eTS とは区別して開発されている。

eTS 計画の導入により、フルフィルメント サービスが大手3社の旅行社に配分された結果、中小旅行社が取り扱っていた政府ビジネスが減少しているという批判が上がっている。

(DTW, 9/26/2006)

(5) サイドステップ、英国サイト立ち上げ

SideStep が英国 Web サイトを立ち上げた。同時に、英国とアイルランドに於いて、ダウンロード可能な比較ショッピング ツールバーを導入した。消費者は、エア・カー・ホテル・パッケージ・アクティビティのインベントリーを探す為の検索エンジンを使用する事が可能となる。 SideStep は、サプライヤーとオンライン旅行社とマーケティング デイールを締結し、ユーザーを、予約の為に第3者 Web サイトに送り込む。 Web サイトでの検索に加えて、ユーザーは、彼等がポピュラーなオンライン旅行社サイトで旅行検索する時に、別のウィンドウを開ける SideStep のツールバーのダウンロードが可能。そして、SideStep は、パートナーズのデイールを比較可能にする。 SideStep の英国 Web サイトは、600 航空会社、125,000 ホテル、30,000 レンタカー ファシリティーからのデイールへのアクセスを提供する。(DTW, 9/28/2006)

(6) トラベルポート、3つのユニットに再編

Travelport は、保有する 21 の企業を、来年の 1 月から、現在の 2 つから、3 つのグローバル ビジネス ユニットに再編する。 8 月に Travelport を 43 億^{ドル} (5,000 億円) で買収した TDS Investor (Blackstone 子会社) は、Travelport を、Galileo, Orbitz Worldwide, Gullivers Travel Associates の 3 つユニットに再編する。 Galileo を Business Group からはずして独立させ、Business Group の名前を Gullivers Travel Associates に変更する。 Gullivers Travel Associates は、主に欧州とアジアに於ける B2B 事業を取り扱う旅行社。 この再編は、各ユニットの効率化を促進させ、顧客との距離を短縮する目的を有しているが、売却/合併/スピンオフ/上場に備える為の措置でもあると Travelport は言っている。(DTW, 9/28/2006)

空 運

(1) 空港小売り業者、テナント料の値下げを BAA に要求

英国の空港で商売している小売業者達が、空港運業者の BAA に対して、テナント料の値下げを要求している。 彼等 (売上の 10~20% を BAA に支払っている) は、8 月 10 日以降の空港セキュリティ強化により機内持ち込み手荷物が制限された結果、売上が減少したとして、その分に見合うテナント料の値下げを要求したのだ。 空港に於ける混乱が、今迄の支配的立場に立っていた BAA を 180 度逆転させている。 3 月迄の 1 年間の BAA 収入 22 億ポンド (4,500 億円) の内、凡そ 1/4 がショッピングからの収入。 小売業者達のこの要求は、2008 年にオープンするターミナル 5 の難しいテナント スペース配分決定を更に難しくしている。 値下げを要求している小売業者には、Accessorized, Austin Reed, Body Shop, Boots, Borders, Dixons, French Connection, Hamley's, Harrods, HMV, Mappin & Webb, Ted Baker, Tie Rack, WH Smith が含まれている。(FT.COM, 9/22/2006)

一方、BAA の最大の顧客である BA は、当局に対して、BAA の強要される利益率の低下を要請した。(BAA の如くの公益法人は、最大利益率が国により規制されている。) BA は、独占の弊害を排除する為に、BAA が運営している英国 7 空港の分割を主張している。そして、今後滑走路の増設が必要となる Stansted と Heathrow の同一運業者 (即ち BAA) による空港管理を排除する様要求している。 BA は、今回の英国の空港混乱で▲40mポンド (80 億円) の損害を蒙ったと言っている。(FT.com, 9/26/2006)

(2) 米運輸保安局、機内持ち込み手荷物規制緩和、

米運輸保安局 (Transportation Security Administration = TSA) は、9 月 25 日以降、透明のプラスチックのジップトップ バッグ (one quart-size) に収める事が出来る小さな化粧品やその他の液体物 (全て 3 オンス以下でなくてはならない) の機内持ち込みを許可した。 セ

セキュリティー通過後の免税品店などに於いて購入した香水、種類、食料や飲み物は、分量に拘らず、搭乗前のチェックを条件に機内持ち込みが許可される。この規制緩和は、旅客の利便の向上と、規制の厳格化以降 +20%も増加している受託手荷物を減少させるだろう。(一部の便では、受託手荷物の増加により、有償貨物や郵便の搭載が制限されていた。) TSA は、この規制緩和は、新しい情報に基づいたモノでは無く、テロの脅威は以前のレベルと全く変わっていない、と言っている。規制緩和は、どの位の量の液体爆破物が、航空機の致命的な破壊に影響するかの、危険度に関する知識の集積の結果であると言っている。TSA は、空港内の売店で購入した商品のランダム チェックの強化と、そこで働く従業員のセキュリティー チェックを厳しくすると言っている。

Travelers are now permitted to carry on small quantities of toiletries, as long as they are 3 oz. or less and fit in one clear, zip-top bag. Click the image to go to the TSA site.



一方、英国運輸省は、9月22日に、機内に持ち込む事が出来る手荷物のサイズを 56cm×45cm×25cm に拡大しただけで、液体物については、機内で使用する液体薬と乳幼児ミルクやベビーフード(試飲/食が条件)を除いて、一切持ち込み禁止を継続する。また、米国向け便については、セキュリティー チェックポイント以降で購入された飲料などの液体物の持ち込みも禁止される。搭乗地点で異なるルールの適用が、航空会社やその旅客を混乱させている。(wsj.com, 9/26/2006) (FT.com, 9/23/2006)

(3) インド最大LCCエアデカン、4月'05-6月'06の15ヶ月間で\$74m 欠損計上
 インドLCC最大手 Air Deccan が2005年4月から2006年6月までの15ヶ月間で、▲34億ルピー(87億円)の欠損を計上したと発表した。この期間の収入は、135.2億ルピー(350億円)であった。Air Deccan は、2003年8月に設立されたインドLCCのパイオニアで、急激な56路線展開と燃油費の高騰が赤字の原因。同社は、34機のフリートを保有し、国営の Indian Airlines を抜いて、Jet Airways に次ぐインド第2位の企業に成長している。社長の Captain Gopinath は、2008-2009年には、利益計上出来るだろうと言っている。インドでは、航空自由化により過去3年間で6社の新興航空会社(殆どがLCC)誕生している。そして、更には、少なくとも2社が市場参入を計画している。アナリストは、増え過ぎた航空会社間の低運賃競争激

化が、インドの航空会社間のコンソリを余儀なくさせるだろうと予想している。今年の航空需要増は、昨年の増率+25%を上回る +30%～+35%が予測されている。昨年の旅客数は2,500万人で、この内1,500万人は、航空機を初めて利用した旅客。2010年には、インド国民の所得増も有って、5,000万人～6,000万人に市場が拡大すると予測されている。(FT.com, 9/24/2006)



Air Deccan president Captain Gopinath stands in front of a ATR 72-500 plane

(4) バンコック新空港、予定通り開港へ

9月19日に発生した、軍の無血クーデターの勃発にも拘らず、BKK Suvarnabhumi (タイ語でGolden Landの意を持つ)新空港(建設費30億ドル≒3,500億円)が、予定通り9月28日に開港する。4,500万人の空港能力を有するアジアの有数のハブ空港になると期待されている。新空港の位置は、BKK中心部から東へ約25kmで、現在のDon Muang空港と略同じ距離。計画開始から開港迄、40年間の長い歳月がかかった事になる。

新空港は、シンガポールのChangi空港と、マレーシアのKuala Lumpur International空港と熾烈な空港間競争のため、開港後、即、空港拡張計画に着手せざるを得ないだろう。

Changi空港は、昨年、空港利用者数3,240万人(新記録)を達成した。2008年に第2ターミナルが完成すれば、6,400万人の収容能力を有するメガ空港に生まれ変わる。1998年に開港したKUL国際空港は、2008年第2ターミナル竣工後、4,000万人以上の利用が可能になる。1998年に開港した香港国際空港は、昨年、4,030万人が利用した。BKK新空港は、1億人利用迄を可能にする拡張余力を有している。(channelnewsasia.com, 9/26/2006)



(単位： 百万人)

海外空港 (米国以外) CY2005		米国空港 CY2004	
LHR	67.9	ATL	83.6
HND	63.3	ORD	75.4
CDG	53.8	LAX	60.7
FRA	52.2	DFW	59.4
AMS	44.2	DEN	42.2
MAD	41.9	LAS	41.4
BEJ	41.0	PHX	39.5
HKG	40.3	JFK	37.4
BKK	39.0	STP	36.7
GTW	32.8	HOU	32.8

(5) 英国航空、B747 型機 3 エンジンで大西洋横断

2005 年 2 月、LAX→LON BA268 便 B747 型機 (乗員 18+乗客 351) が、LAX 離陸後 268 フィートの高度で#2 エンジンから火を噴きインフライト エンジン シャット ダウンの事故に遭遇した。驚いた事に、この機のキャプテンは、BA 本社と相談の後、3 つのエンジンでそのまま飛行を継続、大西洋を横断して、英国迄飛んで行ってしまった。この機は、5,000 マイル以上を 3 エンジンで飛行し、最終的には、燃料不足を心配したキャプテンによって Manchester に緊急着陸した。

このインシデントは、航空機が目的地まで飛行する能力を有していて、合法的な運航であったにも拘らず、果たして賢明な決定であったのか？ 安全上正しい判断であったのか？ が問われている。更に、これは、航空で古くから議論が継続されている安全性と経済性の関連について再び焦点を当てている。緊急着陸は、航空会社に +\$30,000 (350 万円) の燃料費の追加と、仮にそれが 5 時間以上の遅延を伴う場合は、欧州連合規則により、+\$275,000 (3,210 万円) のコンペンセーションを旅客に支払わざるを得なくなる。BA は、決して経済性を安全性に優先していないと言っている。BA268 便は、3 エンジンの運航のため、最適運航高度への上昇が出来なくなり、空気抵抗が増加した結果、スピードが▲12%低下し、燃料消費が+8%増加した。

仮に、2 番目のエンジンにトラブルが発生した場合は、特に、それが付近に利用可能な緊急着陸空港が存在しない場合は、安全上大きな問題を発生させる事になる。2001 年以来現在まで、BA は、15 回の長距離 3 エンジン飛行を実施している。今回事故を起こした航空機は、なんと 2 週間後の SIN→LON の飛行で同じ#2 エンジン停止 (勿論、BA268 便のエンジンとは異なる) に再び遭遇し、11 時間以上も 3 エンジン飛行を敢行している。米 FAA は、このケースを耐空性不適格機 (unairworthy condition) と認定し、BA に対して

\$25,000 の罰金をプロポーズした。しかし、英国当局 (Civil Aviation Authority = CAA) は、この飛行は、安全規程に準拠しており、問題ないと主張した。BA は、このケースには、英国法が適用されるべきで、米国のルールは適用されないと主張した。結局両国当局は、先月、BA の運航規程を見直す事を条件にケースクローズとする妥協的な合意をした。BA は、運航規定の改定は実施しないが、今回のケースを斟酌して、今後の同様のケースの運用に気を付けると言っている。(wsj.com, 9/24/2006)

(6) エアリングス、上場初値 売り出し価格の+8.2%高をつける

Aer Lingus の上場初値は、売り出し価格 1 株 2.20 ユーロ (希望価格 2.10~2.70) 比+8.7%高の 2.38 ユーロを付けた。同社は、この上場で、644.1m ユーロ (960 億円) の資金を調達した。この資金は、年金基金への繰入と、今後の機材更新資金に充当される。今回の上場で、アイルランド政府の持ち株比率は、85%から 34.8%に低下した。追加株の売却が実行される場合は、28%までに低下する。(wsj.com, 9/28/2006)

(7) 台湾、中台間週末旅客チャーター便運航で合意

台湾は、現在年 4 回の休暇シーズンだけに認められている、中台間チャーター便運航を、週末にも拡大する事で中国と基本的な合意に達した。台湾政府を代理して、中国側とチャーター便運営の交渉に当たっている Taipei Airlines Association の Tony Fan 会長によれば、兩岸間のツールズム イシューが合意され次第、早ければ来年第 1 四半期より週末チャーター便の運航が開始されるだろうと語っている。兩岸間チャーター運航は、本年 6 月に、年 4 回の休暇シーズンに合計 168 便 (往復) の旅客チャーター便と、ケースバイケースの貨物チャーター便の運航が合意されている。年 4 回の休暇シーズンとは、Luna New Year (1 月末~2 月初め)、Tomb Sweeping Festival (4 月)、Dragon Boat Festival (5 月)、Mid-Autumn Festival (10 月) の 4 つ休暇シーズンを指す。台湾は、週末チャーター便の運航開始で、中国からの観光客の訪台増加を期待している。(wsj.com, 9/26/2006)

(8) ライアン航空、来年 1 月-3 月期、バレル 73^{ドル}で燃料ヘッジ

欧州 LCC 最大手の Ryanair が、2007 年 1 月-3 月期の燃料ヘッジをバレル 73^{ドル}で予約した事を明らかにした。この価格は、8 月最初の 2 週間のピークであるバレル 78^{ドル}に近似した価格。Ryanair は、10 月まで消費量の 90%をバレル 70^{ドル}、11 月~12 月をバレル 74^{ドル}でヘッジしている。9 月 26 日の Brent クルード 1 月渡しの価格は、バレル 62^{ドル}を付けている。Ryanair の第 4 四半期の燃料ヘッジは、どうやら市場価格を上回る事になるかも知れない。周辺収入の増加に努力している同社は、フリート全機の座席背面を InvisoMedia に販売する排他的な 5 年間契約を締結した。Ryanair のフリートは、3 月末の 134 機から 2012 年には 234 機に拡大する。今年の旅客数は、4,200 万人になると予測されている。(FT.com, 9/26/2006)

Ryanair は、オプション機の確定発注への切り替えを含む B737-800 型機×32 機 (カタログ

価格合計 17.8 億 ドル \approx 2,670 億円) を発注した。 デリバリーは、2008 年 9 月より開始される。 同社は、2006 年度の利益見通しを、前回見通し +5%~+10%を、+11%の 3.35 億 ユーロ (500 億円) に上方修正した。(channelnewsasia.com, 9/30/2006)

(9) シ政府、シンガポール航空の A380 型機パイロット給与交渉調停へ

SQ の A380 型機パイロット給与の労使間交渉が行き詰まりを見せている。 この事態を打開するため、Airline Pilots' Association, ALPA-S は、政府調停を依頼した。 シンガポール政府 NUTC 事務局長 Lim Boon Heng は、これを歓迎するとコメントした。(channelnewsasia.com, 9/28/2006)

(10) ネットジェットがダッソー ファルコン 7X ジェット×24 機 確定発注

欧州のリーディング ビジネス ジェット オペレーター NetJets Europe が、フランス製 Dassault Falcon 7X×24 機 (11 億 ドル \approx 1,250 億円商談) を確定発注した。 この発注には、整備費用 \$100m が含まれる。 NetJets は、今年に、+27 機の導入を計画しており、フリートを 89 機から 116 機編成に拡大する。 Falcon 7X の購入により、長距離チャーター便ビジネスを、現在の 20%から更に拡大する事を計画する。 Falcon 7X は、LON=LAX 並びに Edinburgh=東京直行運航が可能。 欧州に於けるビジネス ジェット需要は、2001 年から 2005 年の 4 年間で +22%増加している。(FT.com, 9/27/2006)



Dassault Falcon 7X

(11) タイガー (シ LCC)、フィリピン SEエアと提携

シンガポールの LCC Tiger Airways は、9 月 27 日、フィリピンの SEAir とマーケティング提携を締結して、フィリピン市場に於いて Tiger の初めての海外基地を設立すると発表した。 この SEAir との提携は、Tiger に、Clark Field (マニラ北部の元米軍空軍基地) に於ける基地を提供する。 Tiger は、SEAir に、A320 型機新造機×2 機をリースする。 SEAir

は、この2機を Tiger ブランドのまま使用して、来年2月から、SIN 及び Macau の国際線の他、フィリピン国内線 Cebu 及び Davao に就航する。 Tiger は、今後2年～3年以内に、ASEAN 加盟10ヶ国に、同様の提携による4～5の海外基地の設立を計画する。 Tiger は、フィリピンとマカオの他、ベトナム、中国、インドネシア、豪州に路線を張っている。(channelnewsasai.com, 9/29/2006)

(12) シンガポール チャンギ空港 CIP ラウンジ オープン

シンガポール Changi 空港が、会員制の CIP (Commercially Important People) ラウンジを新しくオープンした。このターミナルは、JetQuay (フランスの Worldwide Flight Service 社他3社の SIN 合弁企業) が運営する。このラウンジは、シャワー ルームから仮眠施設、ビジネス センターの施設を有し、ミーティング&アシストから、迅速レーン通過、各種のビジネス サービスを提供する。 Changi は、プレミアム旅客にも 照準を当てる。(channelnewsasia.com, 9/29/2006)



(13) EADS 取締役、エアバスのリストラ案を承認せず

EADS の取締役は、英・仏・独・スペインに在る工場生産体制に大きな影響を及ぼす事になる大幅なレイオフと海外外注化を含む Airbus のリストラ案を承認しなかった。この会議で、A380 型機の遅延スケジュールが決定される筈であったが、受注航空会社の反応をモット考慮に入れるべきだとの意見が出た模様。 Airbus は、既に、Route 06 と呼ばれる年間▲15 億ユーロ(2,250 億円)のコスト削減計画を今年より開始しているが、今回提出されたリストラ案は、この計画を更に強化している。この案は、7月7日に新 CEO に就任した Christian Streiff によって提出されている。(channelnewsasia.com, 9/30/2006)

水 運

(1) カーニバル、“水戦争”アトラクションを全てのクルーズ船に展開

Carnival Cruise Lines は、全クルーズ船デッキに、来年夏迄に、水戦争 (Water Wars) アトラクションを設置した船上ウォーター パーク コンセプトを展開する。水戦争ゲーム(下図イラスト参照)は、世界22ヶ国のアミューズメント パークに導入されている、誰でも

が楽しめる流行のゲーム。(DTW, 9/25/2006)



陸運&ロジスティックス

(1) 衝突事故にも拘らず、ドイツ、トランスラピッド技術に自信

ドイツ運輸大臣及びマグレブ鉄道システムの技術者達は、9月22日に、整備車両と衝突して大破し23名の死者を出した、ドイツ技術の基幹テクノロジーを代表する Transrapid の技術の将来は揺るがないとの見解を示した。事故は、Transrapid のテクノロジーの問題によるのではなく、オペレーションのコントロール システムの問題で発生したモノと位置づけている。世界初の Transrapid 営業路線である上海＝空港間 32km (2005年6月に営業開始、平均時速 250km で、都心と空港を7分20秒で結ぶ) では、整備車両とマグレブ車両の同一軌道内走行が、電子的システムにより回避されている。

一方、もう一つのマグレブ システムを開発している JR 東海は、山梨県にある実験線 18.4km を 42.8km に延長する工事を今年中にも開始する。工期は10年間で、総費用 3,550 億円がかかる見通し。JR 東海のマグレブは、EDS (Electricdynamic Suspension) と呼ばれる超伝導マグネットを使用する全く新しい技術で、最高時速 581km 走行が可能。ドイツの Transrapid (最高時速 501km) は、EMS (Electricmagnetic Suspension) と呼ばれる、既存のテクノロジーに基づいている。

ドイツは、上海=杭州 160km（世界初の都市間マグレブ鉄道）に Transrapid の輸出商談を進めている他、MUC=APO 37km を 10 分で連結する Transrapid 建設を計画している。(FT.com, 9/25-27/2006)



（２）欧州連合、2009 年から域内郵便民営化

欧州委員会が、2009 年から、EU 域内郵便事業を完全民営化する法案を準備している。域内の郵便市場は、年間 900 億ユーロ (13.5 兆円) の規模を有し、500 万人を雇用している。1997 年の画期的な EU 郵政民営化のお陰で、この市場は、最近、大きな変化を見せている。しかし、市場の半分を占める 50 グラム以下の郵便物の規制緩和が実施されなかった結果、依然として、フランスの La Poste やドイツの Deutsche Post が市場を席巻している。ドイツとオランダは、完全民営化に対応すると言っているが、他国の民営化を条件としている。欧州委員会の完全民営化法案は、加盟国の承認は勿論、欧州議会の可決を必要とする。国有化の傾向が強いフランスや、職を奪われる事を心配する組合の根強い抵抗が存在する。(FT.com, 9/28/2006)

ホテル&リゾート

（１）スターウッド、エクステンドッド スター新ブランド“エレメント”立ち上げ

Starwood Hotels & Resorts Worldwide は、コードネーム Project ESW と呼ばれていた新エクステンデッド スター ブランドを、“Element” とする事に決定した。Element は、Westin Hotels ブランドから切り離され、4 つのエレメントをコンセプトして、需要が拡大しているエクステンデッド スター市場に新機軸を打ち出す。4 つのエレメントとは、① multi-story widow-wall(地)、② tranquil water feature(水)、③ outdoor courtyard and patio(風)、

④ fire pit and barbeque (火) を指す。 Element は、2008 年に Lexington, Mass. でオープンした後、米国で 150 軒、海外では少なくとも 500 軒を展開する。(DTW, 9/22/2006)

(2) ホテル不動産投資、依然として活況が続く

米住宅投資に翳りが見え始めているが、ホテル不動産投資の勢いは衰える事を知らない。ホテル不動産管理会社の Jones Lang LaSalle Hotels によると、2006 年の 1 月～6 月のホテル売却 (\$10m 以上の物件) は、6 ヶ月間の実績にも拘らず、2005 年の年間 210 億ドルを突破して、218 億ドル (2 兆 5,500 億円) に達している。多くのホテルが、このホットな市場のチャンスを利用して、ホテルの売却に動いている。シカゴの Westin Michigan Avenue は、1 年前に \$137m で購入したホテルを、最近、\$215m で売却した。Walton Street Capital は、1 年前に購入した Marriott Renaissance ホテル 8 軒を売却する事を計画している。空前のホテル投資ブームが形成しているのは、依然とした低金利、利用可能なデットファイナンス、株式市場以上の利回りを探しているプライベートと機関投資家の存在、ホテル業界の好調なファンダメンタルズなどである。ホテル事業の 10 年周期を主張している或るアナリストは、2010 年迄は、7,500 万人のベイビーブーマーの旅行開始が期待される事も有り、ホテル ビジネスの活況が継続すると予測している。(DTW, 9/26/2006)

その他

(1) 米主婦、雫拭き取りヘラ開発

何処のホテルでも、風呂場には、環境問題に訴えて、タオルの毎日交換権利の放棄をゲストにお願いするプラカードが貼られている。このカードには、タオルの洗濯と乾燥に要する電気 (エネルギー) を節約出来れば、その分の炭酸ガス排出をセーブ出来ると書かれている。これは、ギデオン教会の聖書と値をつり上げたミニバーと共に、今やホテル客室の三種の“必需品”となっている。

ペンシルバニア州 England の特別教育教師の Wendy Brodie が、湯上がりの体の雫を拭うヘラ “Bodyflik” (写真) を開発した。これで、3 人の子供持つ Wendy の家庭の洗濯代が少しでも安く上がると彼女は言っている。(バス タオルの濡れが少なく洗濯回数が減少する。) 2005 年 2 月から、1 個 9.35 ドルでネット販売したところ、5,000 個が売れたと言う。開発費やその他のコストをチャラにするブレーク イーブンには、10,000 個の販売が必要となるので、Wendy は、ホテルに Bpdyflick を売り込んでいる。(nytimes.com, 9/24/2006)



編集後記

大西洋線で、米各社が、積極的に新路線を開設し供給を拡大している。米＝欧間路線の point-to-point (P2P) の直行便増加に加え、米国以外の航空会社による、欧州＝ラ米や、米＝中東／インド線の直行便も増加していると言う。

同じ様な現象が太平洋線でも見られている。米＝中路線が供給拡大されつつあり、来年には、旅客便だけでも週間 100 便に達すると言う。(香港を加えると、週間 200 便近い便数となる。) これに加えて、米東岸 (NYC) と SIN や BKK を結ぶ片道 18 時間 (西行便) のウルトラ ロングホールの直行便が開設されている。(最近の航空機の飛行距離能力の拡大には目を見張らされる。) ここでも P2P 路線が、益々増えている。

日本発着の大西洋路線の供給は、主に NRT 空港の発着枠に余裕が無い為に、殆ど増加していない。実際にデータを調べた訳ではないが、太平洋路線に占める日＝米路線のシェアがドンドン低下して行く様だ。

他路線の P2P 便数が増加するという事は、日本経由で旅行していた、所謂トランジット旅客が減少して行く事を意味している。このトランジット需要は、太平洋線の第 3/第 4 需要の凡そ半分を構成しているのだから、日本発着便のロード ファクターに、少なからずの影響を与えるだろう。

事業計画を担当していた当時、或る先輩が、「世界第 2 位の GNP を誇る日本の経済力を勘案すると、国際航空路線網における TYO の位置は、決して揺るがない」、「如何に中国の経済力が増しても、如何に近隣アジア諸国にメガ ハブ空港が開港しても、日本経由のトランジットは、憂慮するほどの影響を受けないだろう」、と言っていた。後知恵的誹りは免れないが、現状の他路線の P2P 便の拡大を見ると、この意見は間違っていると思う。(H.U.)

TD 勉強会 情報 237 (以上)