

平成 24 年 4 月 16 日

# TD 勉強会 情報 529

1. フォーカスライトの米旅行会社調査 (2)
  - (1) 旅行会社 顧客サービスと専門性勝る
  - (2) 出張者 ルージュ化
2. OTA とサプライヤー、消費者 誤解 -- IBM 調査
3. ホテル マーケティングの 3 つの誤った神話
4. その他のニュース
5. 編集後記「5 年後の日本発国際線 需給想定」



## 1. フォーカスライト 米旅行調査（2）

### (1) For Agency Clients, Service & Expertise Trump Price

#### 旅行会社 顧客サービスと専門性勝る

PhoCusWright の「*The Travel Agent Customer: Who Uses Travel Agents, Why They Use Them and What They Buy*」のレポートが、米国のレジャー旅行会社の顧客が、その旅行会社の顧客サービスと専門性をより重視していると指摘している。このレポートは、米リアル旅行会社 1,200 社を調査した結果である。主要な興味深い調査結果は、以下の通りである。

- 旅行会社の顧客は、平均的な米旅行者以上に休暇旅行費用を支出し、より年をとっている顧客である。
- 旅行会社の 3%が、彼らの顧客が価格を最も重視していると言っているが、旅行会社の 31%は、彼らの顧客が旅行会社のサービスを、43%が専門性を重要視していると言っている。
- 人的関係が旅行会社を利用する 3 番目の理由だ。レジャー旅行会社の 19%、在宅旅行会社の 26%が、人的関係が自分たちが選択される理由だと言っている。
- 米旅行者の平均年齢は 45 歳以上だ。旅行会社の収入の 67%は、45 歳以上の顧客からの収入だ。60 歳以上の収入は 32%を構成する。
- 収入の 70%が 1 旅行者当り \$1,000 以上の商売だ。35%が \$2,000 以上となる。在宅旅行会社の場合は、67%の収入が \$1,000 以上の商売だ。
- 消費者は、クルーズ、海外旅行、複雑な旅行の場合、旅行会社を使用している。
- 旅行会社が販売する平均航空運賃は、OTA 販売よりも +\$200 も高い。法人管理旅行会社（TMC）の場合は、+\$247 も高い。
- 過去 15 年間で劇的なオンラインシフトが発生したが、総旅行市場の 1/3 が、旅行会社経由の販売だ。

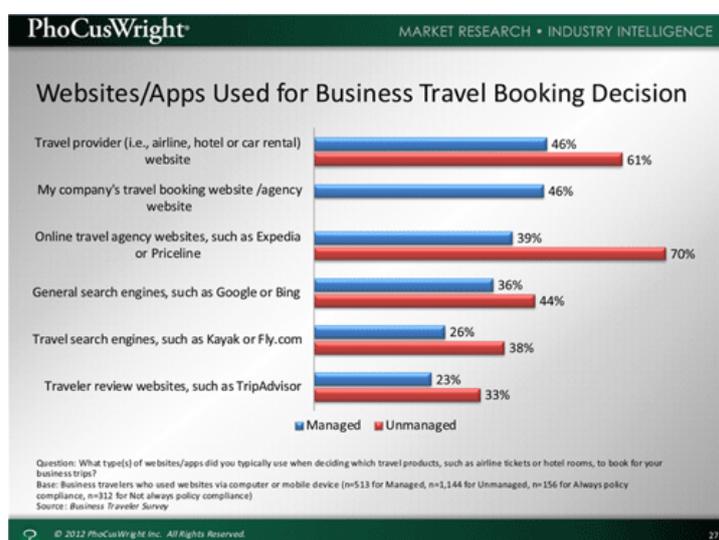
(travelmarketreport.com, 4/12/2012)

### (2) Business travelers going rouge

#### 出張者 ルージュ化

PhoCusWright の最近の調査が、出張者がルージュ（rouge）（規格外予約）化していることを明らかにした。しかし、日常的に自身で予約している出張者は 29%しか居ない。出張規程に縛られている出張者（Managed travelers）でも 32%だ。今まで企業のトラベル・マネジャーとの関係を重視していたホテルは、これからは出張者自身との直接の

関係も持たなければならなくなっていると、PhoCusWright のこのレポートが指摘している。出張規程に縛られない出張者（Unmanaged business travelers = UMB）が、法人旅行需要の70%に上っている。ルージュ化の原因は、“都合が良い”（47%）と価格が安い（30%）という理由とロイヤルティ プログラムだ。予約前の調査（ショッピング）と実際の予約で、UMB の使用するチャンネルが大きく異なっている。また、この調査は、Managed の39%と UMB の50%以上が、出張と休暇旅行を結合していることを明らかにしている。ビデオ会議の出張に及ぼす影響については、Managed の30%が「しない」、25%が「僅かしか影響しない」、30%が「いくらか影響する」、そして2%が「劇的に影響する」と回答している。



(HNN.com, 4/12/2012) ■

## 2. IBM Research: OTAs, suppliers are misreading buyers' values

### OTA とサプライヤー、消費者誤解 — IBM 調査

IBM の調査「Travel 2020: The Distribution Dilemma」が、OTA とサプライヤーの Web サイトに不満な消費者のリアル旅行会社復帰が増えていると伝えている。

このレポートは、IBM Institute Business Value が Frost & Sullivan と共同で 2,000 人の法人とレジャーの旅客を調査した結果である。その調査結果のサマリーを以下に箇条書きする。

- レジャーと法人旅行の半分以下の旅行者が、オンライン予約は彼らが支払った金額に見合う正当な価値を提供していないと考えている。47%しか彼らの旅行支出が“well spent”したとは考えていない。
- その理由は、殆どのオンライン旅行仲介者が、価格にフォーカスしてバリューの提供を怠っているからだ。
- この不満は、海外の旅行者のこの市場の参加によりますます増幅してしまうだろう。
- テクノロジーの進化が、ヒューマンタッチの顧客サービスをないがしろにしている。(Atmosphere Research Group の 2011 年第 4 四半期の 5,058 人のオンライン レジャー旅行者の調査でも、69%がオンラインの旅行計画と購入を楽しんでいるが、その一方で 54%が旅行サイトは十分な情報を伝えていないと不満を述べている)
- オンライン旅行販売のイノベーションの欠如と旅行計画の複雑化が、リアル旅行会社の復活の 1 つの理由だ。
- オンライン旅行販売に携わる人たちが、現状に自己満足している。彼らは、オンラインの単なるコンソリデーターやオーダー・テイカーとなっはいけない。(しかし、新たな OTA や旅行アドバイザーが Facebook, Google, Apple と数百のその他のオンライン プレイヤーたちと競争して自己研鑽しているのも事実だ)
- 高品質の豪華旅行を販売している Virtuoso は、同社の旅行アドバイザーに顧客と協業して旅行プランを提案させている。この協業と提案の顧客とのインタラクションは、オンラインでは真似られない。
- 旅行 Web サイトの運営コストが飛躍的に増加している。Web サイト間の競争激化とユーザのページビューが 10 年前より 10 倍も増加しているからだ。従って、トラフィックに対する収入の割合が低下している (即ちコスト増となっている)。
- 一方で、このエクストラの検索が、不満を増大させている。約 5 人に 1 人が旅

行のオンライン調査と予約に 5 時間以上を費やしている。 およそ 50%の旅行者が 2 時間以上も費やしている。

- ソーシャル・メディアが、旅行のショッピングと予約にもますます利用されている。そして、旅行会社やその他の仲介業にとって不慣れなアジアや東欧などの旅行者も増加するだろう。旅行サプライヤーや仲介業者は、さらに難題を抱えることになる。
- 顧客の間でコモディタイゼーションと認識された商品で、その市場の販売競争が熾烈化している場合は、競争者間で基礎的な顧客情報を共有化しもっと協業すべきだ。検索履歴、旅行習慣、アメニティーの嗜好などの情報を共有できればオンラインショッピングに費やす時間も短縮されるはずだ。そうならば旅行者のオンラインに対する不満も和らぐだろう。
- サプライヤーも OTA 同様の問題を抱えている。彼らは、短期的視点にばかり集中して長期的戦略に欠けている。マーケティングを理解していないのだ。他の産業では顧客を獲得することマーケティングだが、旅行の余りにも多くの企業ではマーケティングは“make it pretty”部門なのだ。そして、流通の責任を各種の部門に分散している。
- 航空会社では、マーケティングはしばしば最も弱い部門となっている。自身のロイヤルティーのマーケティング部を保有せず、ロイヤルティー・プログラムをクレジットカード会社に委嘱している航空会社が存在する。

Travelers who say ...	'Getting value for my travel dollar is very important to me'	'Money spent on travel is money well spent'
<b>Types of travelers:</b> <b>Happily infrequent</b> Glad to travel less than average because travel takes a toll	62%	56%
<b>Occasional luxurists</b> Enjoy short and frequent getaways and will spend when necessary	92%	61%
<b>Perpetual searchers</b> Constantly searching for a travel deal and looking to cut costs on all trips	99%	13%
<b>Cautious calculators</b> Make buying decisions carefully because travel is highly valued	99%	82%
<b>Carpe deists</b> Willing to seize an opportunity to travel with few advanced plans	98%	9%

Source: IBM Institute for Business Value analysis, IBM-Frost & Sullivan Travel Survey

### 3. Top three hotel marketing myths (and the truth behind them)

#### ホテル マーケティングの誤った 3 つの神話

消費者のホテルのオンライン購入方法が進化している。ソーシャルメディアやモバイルの新たなチャネルが誕生している。この記事は、ホテルマーケティングの最も大きな3つの誤った神話と、その陰に存在する真実を明らかにすることを目的としている。

##### 神話-1 全ての問題は、宿泊客がどこで予約するかだ

Googleによれば、平均的な旅行者は、予約前の9.5回の調査のセッションの間に22の旅行関連サイトを訪問する。ホテルは、旅行の消費者と全てのポイントでインタラクトすることを最優先させなければいけない。Hiltonは、全ての関連するチャネルに出て行ってマーチャンダイズしている。そして、それは予約のポイントだけではなく、計画段階に於ける意思決定のポイントまでをカバーしている。ホテルは、Hiltonを見習うべきだ。宿泊客の全てのショッピング段階で、彼らにしっかり情報伝達してインタラクトするべきだ。(ショッピングと予約/購入を区分して理解しなければいけない。ショッピングは、予約/購入の前段階の調査と言うことになる。例:window shopping)

##### 神話-2 宿泊客は、ホテルを Facebook でショップしない

Google Search からリフェラルされて来る顧客よりも、Facebook のリフェラル顧客の方が予約する確率が高いけれども、予約は諸要素の1つでしかない。宿泊客は、Facebookでもショップするのだ。PhoCusWrightは、ソーシャル・ネットワークキングが旅行計画段階に使用される最も強力なメディアの1つであると言っている。旅行者のソーシャル・メディア利用の方が、旅行業界の利用よりもより早く成長している。ホテルもこのメディアの利用を急いで開始しているが、多くは良いコンテンツ作りに失敗し真のホテルの情報を伝えていない。ホテルは、Facebook ページが、旅行者の旅行の全ての段階、即ち旅のドリーム (インスピレーション) から旅行後のシェアリング (レビュー投稿や写真の友達との交換) で、旅行者のニーズに合致しているのか再検討するべきだ。

##### 神話-3 アプリがあるから モバイルの Web サイトは要らない

PhoCusWrightによると、オンラインでレジャー旅行関連の情報に接している人たちの28%しかモバイルのWebサイトを利用していない。72%が、モバイルWebサイトと

アプリケーションの両方を使っている。より詳しく言えば、旅行の調査や購入にアプリケーションだけを利用しているのは誰もいない (0%)。

だから、アプリケーションを持っていても、ホテルのモバイル Web サイトの最適化が必要なのだ。Web サイト本体から単純に分離したモバイル Web サイトを作ってはいけない。



## 4. その他のニュース

### 旅行流通・TD

#### 【法人旅行】

##### (1) GBTA が認証制度導入

Global Business Travel Association が、法人旅行を取り扱うエージェントに対して認証制度を導入した。この GBTA Certification は、昨年設立された GBTA Academy を通じて発行される。(travelweekly.com, 4/12/2012)

##### (2) セーバー バーチャル・ミーティングの流通市場創設

Sabre が、バーチャル・ミーティングの流通市場を創設した。Sabre Red を使用するエージェント 200,000 人が GetThere の新たにリリースされたホームページ経由で、法人旅行者のためにビデオコン会議室ないしシステムの手配を行うことが可能となった。ビデオ会議室は、2012 年 1 月時点で 7,000 室存在する。2008 年の 2,000 室、2010 年の 5,500 室から増えている。International Data Corp.によれば、2012 年の世界のビデオ会議市場規模は \$3.2bn (前年比+18.7%) と予測されている。(businessstravelnews.com, 4/11/2012)

#### 【その他の旅行流通】

##### (1) バーチャル・コンセルジュ

在宅旅行会社は過去の言葉である。現在は、プロのバーチャル・コンセルジュと呼ぶべきだと独立と在宅旅行会を会員に持つ National Association of Career Travel Agents が言っている。事務所がなくても、ラップトップや携帯電話で顧客とのビジネスが可能なのだ。業界ではコンソリが進展し、メガ旅行会社がどんどん伝統的旅行会社を買収している。買収された旅行会社のベテラン社員たちが、ちょうど良い機会だとばかり

会社を辞めて独立エージェントないし在宅旅行会社を興している。在宅旅行会社が、劇的に増加している。顧客は、固定した店を好んでいるのではなくて、長年の信頼関係を築いた地域に密着したエージェントの専門性を求めている。独立エージェント／在宅旅行会社／バーチャル・コンセルジュが成長すれば、ホスト旅行会社になって、多くの独立エージェント／在宅旅行会社／バーチャル・コンセルジュを雇用して（会員に持って）更にビジネス拡大に努めるだろう。(travelmarketreport.com, 4/05/2012)

## (2) 予約ウインドー長期化

旅行需要の回復とともに、予約ウインドー（予約日から旅行出発日までの期間／窓口）が長期化し始めている。景気後退時の間際予約の増加とは大きな違いだ。ウインドーの長期化は、旅行需要の回復と航空会社の需給調整の厳格化が影響している。ホテルのスイッチ Pegasus 社の調査によると、法人旅行とレジャー旅行の両方で予約ウインドーが長期化している。(HNN.com, 4/09/2012)

	レジャー旅行の平均予約リードタイム					
	2月7日	2月8日	2月9日	2月10日	2月11日	2月12日
北米	22.63	23.20	20.84	19.81	20.69	20.02
その他	31.09	29.21	28.31	31.53	33.18	35.92

	法人旅行の平均予約リードタイム					
	2月7日	2月8日	2月9日	2月10日	2月11日	2月12日
北米	19.38	19.71	18.74	18.10	20.57	22.99
その他	22.67	22.54	22.06	19.18	20.42	21.40

## (3) アマデウス、エクスペディアのグーグル批判支持

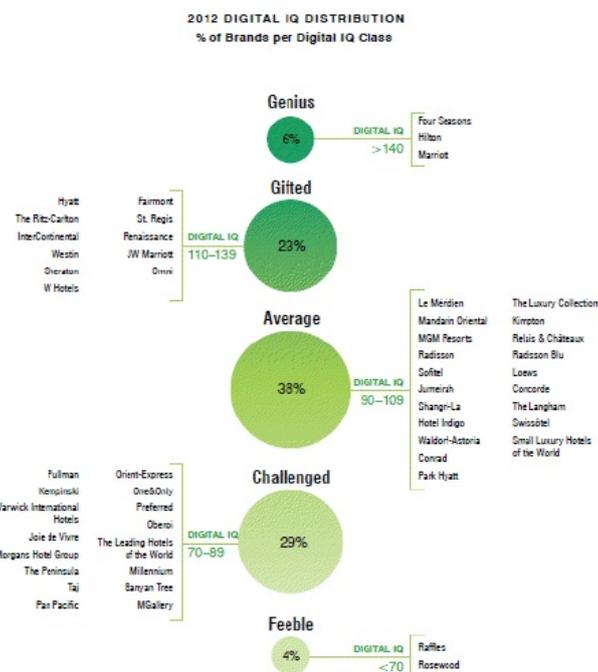
Amadeus が Expedia の Google 批判に参加した。Expedia は、3月30日、Google の旅行バーティカル検索が競争法と消費者保護に違反していると欧州委員会に苦情を申し立てた。その後、TripAdvisor がこの申し立てに参加した。そして今度は、Amadeus が、Google Flight Search が検索にバイアスをかけているとして、Expedia の Google 批判を支持する声明を発表した。また GDS と OTA を会員に持つ European Technology and Travel Services Association も、Expedia のグループを支持している。(Tnooz.com, 4/09/2012)

## (4) ホテルのデジタル・マーケティング

L2 Think Tank がホテルの Digital IQ Index 最新レポートを発表した。このインデックスは、Web サイト 30%、モバイル プレゼンス 20%、ソーシャル メディア 20%、デジタル マーケティング 30%のそれぞれの重みを付けてホテルのデジタル マーケテ

ィングを評価している。 以下がその概要だ；

- 2010年にホテルはOTAに対して \$2.5bnの流通コストを支払った。
  - ホテルのマーケティング費用の1/3をデジタル マーケティングが占める。
  - 40% (20%) がソーシャルネットワークキングを、27% (22%) がインターネットチャットを、17% (9%) がユーザーレビューを扱っている。( )内数値は2009年。
  - 63%がモバイル Web サイトを保有している。
  - Digital IQ 140以上のトップのホテルには、Four Season, Hilton, Marriott が並ぶ。
- (L2ThinTank.com, 4/10/2012) (Tnooz.com, 4/10/2012)



## (5) メディカル旅行

メディカル ツーリズムが盛んになっているようだが、旅行会社はより身近なメディカル旅行にフォーカスを当てるべきだと Patients Beyond Borders の編集長 Woodman Josef が次のように言っている。

- 健康診断や歯医者などのよりアフォードブル医療の近場で済むメディカル旅行を手がけるべきだ。
- インドで心臓手術などのシリアスなケースは、専門知識と経験が要るので一般的ではない。
- 団塊の世代の定年により、メディカル旅行の需要は増加するだろう。
- 米国のMRI検査は \$2,300 だが、メキシコでは \$500 で済む。
- 世界の病院評価機構 (Joint Commission International) 承認病院が 500 以上に増加し

ている。

(travelmarketreport.com, 4/09/2012)

#### (6) 旅行会社の生産性

旅行会社 120 社を会員に持つ Travel Agency Management Solutions CEO Robert Joselyn が、旅行会社は自身の業務効率化や人的生産性の向上にもっと注意するべきだと語っている。1 人当りの販売額が、生産性の重要なメトリックスの 1 つだ。TAMS のメンバーの 1 人当り販売額は、レジャー旅行会社で \$134,000 (\$69/人時間)、法人旅行会社で \$191,000 (\$97/人時間) である。法人旅行の生産性は、レジャーに比して +43% も高い。法人旅行の場合は、顧客である企業の出張者から手配の要請に基づいて仕事するのでセールス活動が殆ど不要だ。そして仕事量(頻度)も多い。反対にレジャー旅行は、ツアーやクルーズのセールスが不可欠である上、1 人の潜在的顧客に要する時間が極めて長くなる。旅行会社にとっては、時間の管理とフィー収入がより重要になる。(travelmarketreport.com, 4/09/2012)

#### (7) ライオン航空の“ツアーとアクティビティ”

Ryanair が、“ツアーとアクティビティ”のマイクロサイト運営をオンライン リテラーの Isango に委ねることとなった。Isango は、2009 年第 1 四半期まで Ryanair と契約したことがあるので、Ryanair のサイトの 2 回目の登場となる。Ryanair のホテルサイトも booking.com から HotelsCombined に変更される。Ryanair が、付帯サービス収入(非航空券収入)の増収に努力している。(Tnooz.com, 4/10/2012)

#### (8) ピントレストと旅行

最近登場したもう 1 つのソーシャルメディアツールである人気急上昇のスクラップブック・サイト Pinterest と旅行の親和性が良いと、旅行業界の人たちが言っている。旅行はバーチャルだと、STA Travel のソーシャル・メディア担当課長が言っている。人々は旅先で写真やビデオを撮影して、それを Pinterest に貼付けている。Pinterest は、Facebook や Twitter と違って、言葉ではなくて写真で旅行の話を語ってくれる。Facebook の 50%以上が、友達のページの写真によって旅行購入の意思決定を行っているので、Pinterest は旅行業界にとって無視できないメディアとなる。Pinterest のユーザの 68.2%は女性で、年収 \$100,000 以上が 28%も存在することも魅力的だ。(travelmarketreport.com, 4/10/2012)

#### (9) トラベルズー身売り

航空、ホテル、休暇パッケージ、クルーズの特別販売サイト Travelzoo (NYC) の株価が、昨年 7 月より ▲75%も値を下げた。同社は、財務アドバイザーを雇用して売却先

を探している。 Amazon や Google が買収を検討している模様である。 AXA Private Equity と Permira が所有する欧州 OTA の ODIGEO も興味を示している。 Travelzoo が保有する世界の 2,400 万サブスクライバーと安い株価が潜在的買収者にとっては魅力的となっている。 Travelzoo の 2011 年収入は \$148m (前年比+32%)。 (reuters.com, 4/11/2012)

### (10) ARC の 3 月実績

ARC の 3 月清算実績が \$8.3bn (前年比▲1.2%減) となった。(arc.com 4/12/2012)

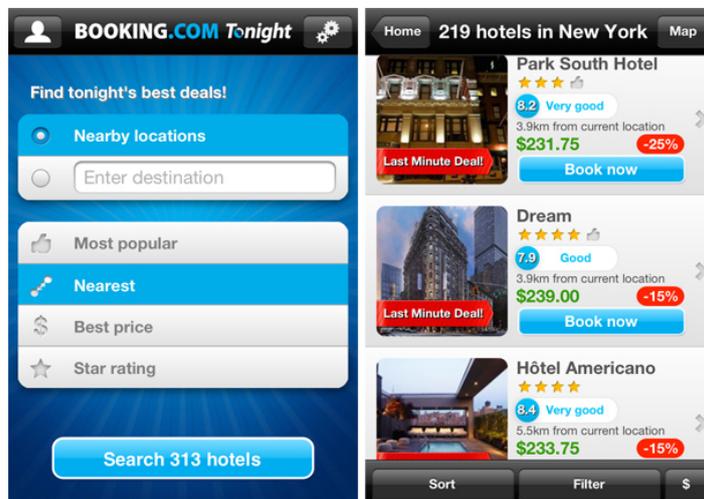
ARC PROCESSING DATA MARCH 2012				
SYSTEM INFORMATION				
Carriers	193			
Retail Locations <sup>1</sup>	13,914			
STP Locations <sup>1</sup>	573			
VTC Locations <sup>1</sup>	1,385			
Average Daily Sales (calendar month) <sup>4</sup>	\$16,939			
	Months		Year to Date	
	Mar-12	% change (same month previous year)	2012	% change (same period previous year)
Credit Card Sales	\$7,485,875,567	0.68%	\$20,950,445,936	7.08%
Credit Card Transactions	11,738,333	-3.96%	34,337,322	1.87%
Cash Sales	\$848,697,249	-6.64%	\$2,361,882,668	2.17%
Cash Transactions	1,687,907	-11.42%	4,865,592	-4.77%
Total Sales	\$8,334,572,816	-0.12%	\$23,312,328,604	6.57%
Total Transactions	13,426,240	-4.97%	39,202,914	1.00%
Total Taxes and Fees	\$1,500,708,883	21.36%	\$4,173,067,567	28.44%
Domestic Fares	\$3,535,956,536	-1.10%	\$9,952,956,763	5.69%
Domestic Transactions	9,344,205	-5.54%	27,600,382	0.26%
International Fares	\$3,204,556,824	-6.72%	\$8,908,557,108	-0.37%
International Transactions	4,082,035	-3.63%	11,602,532	2.78%
Total Fares	\$6,740,513,360	-3.85%	\$18,861,513,871	2.74%
E-ticket Percentage	99.80%	0.09%		
INDUSTRY DATA				
Number of Flight/Segment Details in ARC Compass <sup>3</sup>	2,918,259,381			
Number of Unique Origin and Destinations in ARC Compass <sup>3,5</sup>	697,642			
Number of Days Available in ARC Compass <sup>3</sup>	1,198			
Number of Monthly Online Logins to ARC Data Services	300,965			
<sup>1</sup> Based on current active status <sup>2</sup> Based on reported/processed data by date of issue <sup>3</sup> Based on 39 months of tickets with itinerary and using ARC Origin and Destination logic <sup>4</sup> Average Daily Sales by ARC-accredited agency locations <sup>5</sup> Using ARC Origin and Destination logic				

[Print Chart](#)

### (11) ブッキング・コムが間際予約ホテルアプリ開発

Booking.com が、間際予約のアプリ Booking.com Tonight を開発した。 Booking.com の 165 ヶ国 200,000 ホテルの同日予約を最大▲50%引きで販売する。 同社のモバイル予

約は \$1bn 以上存在する。 NYC, LAX, LON, HKG に於けるモバイルのホテル予約の 40%以上が同日予約だ。 Booking.com Tonight は、使用が容易なマップ機能も取り揃えている。(breakingtravelnews.com, 4/12/2012)



### (12) ルーム 77 のホテル販売 Web サイト

メタサーチ Room77.com のホテル販売 Web サイトは、ユニークなサイトだ。 客室レートは、シニア・レート、リテール・レート、マーチャント・レート、AAA (American Automobile Association, 5 千万人の会員を擁する) レートを検索結果第一画面に並べて表示する。 ロイヤルティー・ポイントが適用できるか否かも表示する。(Priceline は、マーチャントと “pay when you stay” の 2 つのレートを表示する) (tnooz.com, 4/12/2012)

### (13) デルタ航空 ベーシック・エコノミー新運賃導入

DL 航空が、新運賃 Basic Economy を DTT=Tampa, Orlando, Fort Myers 路線に導入した。この運賃は、変更不可、払戻不可、座席指定不可で、運賃レベルは▲\$12～▲\$15 安い。(travelmarketreport.com, 4/09/2012)

## 空 運

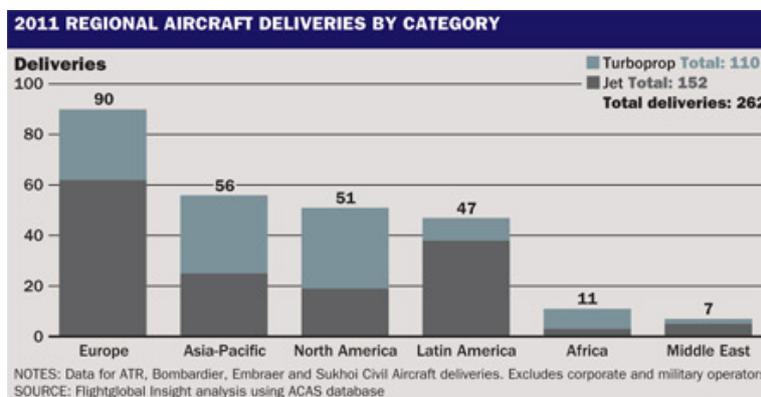
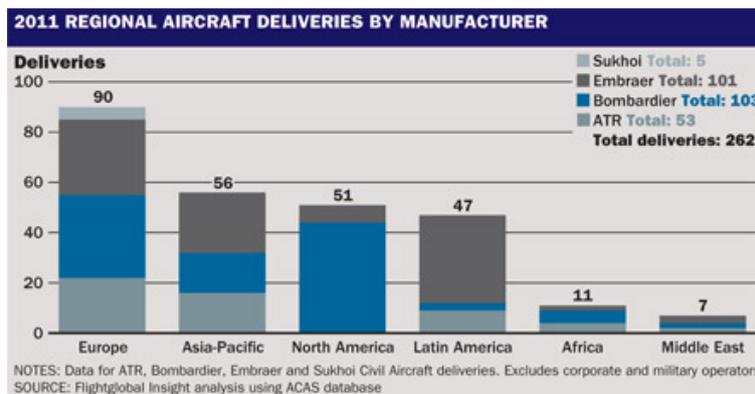
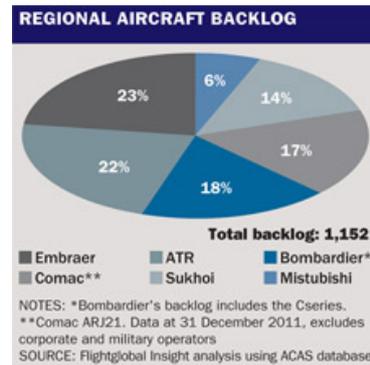
### 【共通】

#### (1) リジョナルジェット機の変遷

Bombardier が初のリジョナルジェット機を世に出してから 20 年が経て、この航空機の市場が劇的に変化している。 燃油費が 90 年代のバレル \$10～\$20 から \$100～\$140 に高騰したので、50 席のリジョナルジェット機の運航効率が悪化したのだ。 発注がゼ

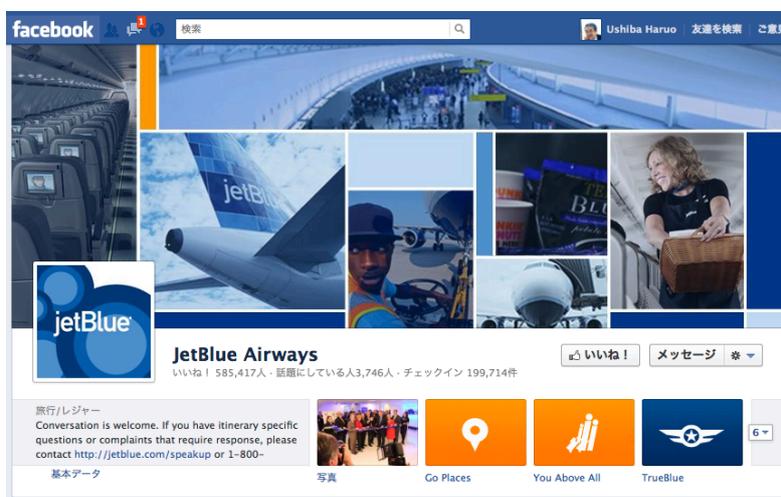
ロとなり、メーカーはこのサイズの航空機の製造を中止した。50席のリジヨナルジェット機は、①顧客がターブプロップより早いより快適なジェット機を求めた、②小型化による多頻度運航をメインラインの航空会社が採用した、③メインラインのパイロット組合が、自分たちの給与レベルを維持するために、リジヨナルジェット機を50席以下にすることを求めた、の3つの理由による。燃油費の劇的な高騰により、航空会社は座席マイルコスト(CASM)の低下のために、機材の大型化を迫られた。

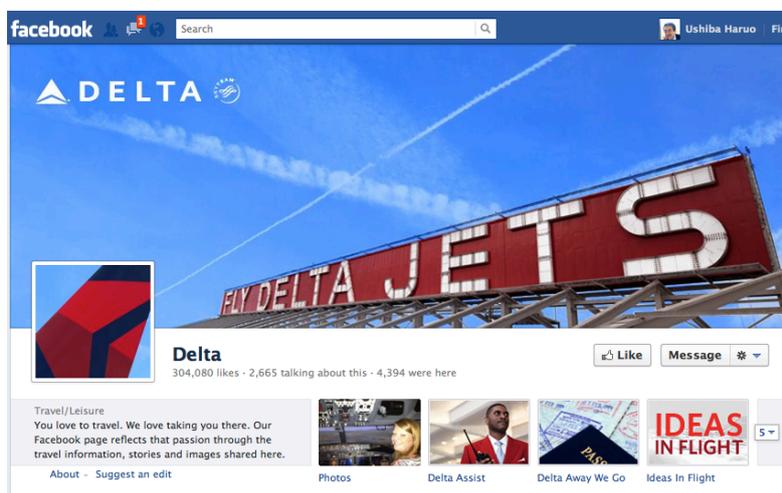
リジヨナルジェット機の大型化に加えて、ターボジェット機の需要も拡大している。短距離路線ではジェットとプロップの所要時間が余り変わらないからだ。リジヨナルジェット機の需要は、50席機から70席機となり、今では90席機が中心だ。人気の中心はEmbraer 190型機だ。BombardierのCRJ-700型機がその後を追っている。(flightglobal.com, 4/10/2012)



## (2) 航空会社のフェイスブック新画面

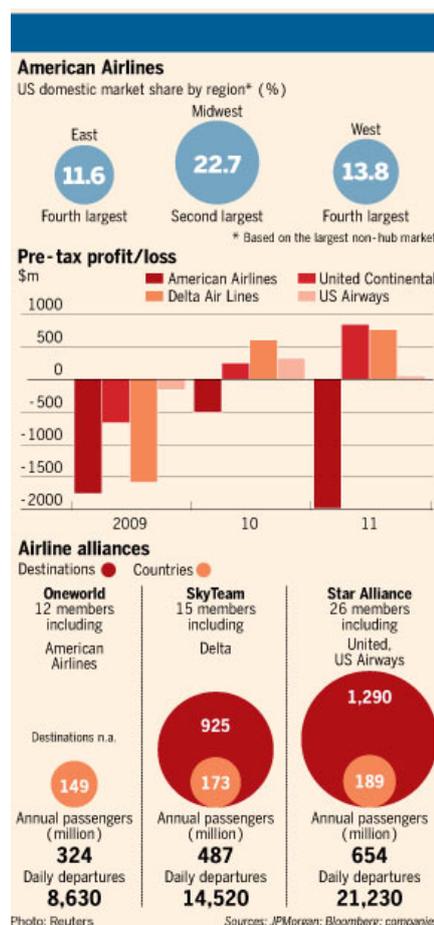
Face Book の新 Tmeline へ対応した航空会社の優秀な画面を以下に表示した。(tnooz.com, 4/09/2012)





## 【米州】

(1) アメリカン航空ライバル、合併案プッシュ  
DLやUSが、AAとの合併案を押ししている。AAは、第三者の助けを借りずに（合併せずに）単独でC-11離脱を計画している。合併案が騒がれ過ぎているようだ。AAはコストを▲\$2bn削減して、米大陸5大ハブの供給を+20%拡大し収入を+1bn増加させる再建計画を検討している。シェアの低い米西海岸と東海岸は、Alaska航空とjetBlue航空とのコードシェア便で供給を補完する計画だ。アナリストは、AlaskaやjetBlueとの合併だって考えられなくもないと言っている。(FT.com, 4/08/2012)



## (2) アレジアン航空 米西岸＝ホノルル線開設

ウルトラ LCC (ULCC) の Allegiant 航空が、LAS (週 3 便) 及び Fresno (加州、週 1 便) と HNL を結ぶ路線を開設する。LAS からは片道 \$174 で通常運賃の \$363 の 1/2 以下だ。使用機材は B757×6 機。Southwest 航空もハワイ路線参入を計画している。(wsj.com, 4/10/2012)

## (3) 欧州行き運賃高騰

米国から欧州行きの運賃が高騰している。Kayak によれば、1月のPAR行き運賃は前年比 +22%上昇した。LON行きは +14%であった。LONの運賃は、オリンピックの開催(7月27日～8月12日)で更に上昇するだろう。ホテルの料金も、メモリアルデー(5月最終月曜日)からレイバーデー(9月第一月曜日)の間で平均 \$241 に +24%高くなっている。穴場はイスタンブールの航空運賃とホテル料金(共に▲4%～▲5%)だ。アテネのホテル料金は▲22%下がっているが、航空便の減少(週26便から週14便)で運賃は値上がりしている。米旅行者は、欧州旅行よりも国内旅行を優先し始めているようだ。(wsj.com, 4/12/2012)

行き先	米国発平均往復運賃	前年比
Copenhagen	\$1,365	+10%
Dublin	\$1,173	+17%
London	\$1,347	+14%
Frankfurt	\$1,463	+15%
Paris	\$1,431	+15%
Munich	\$1,463	+15%
Rome	\$1,463	+15%
Athens	\$1,463	+15%

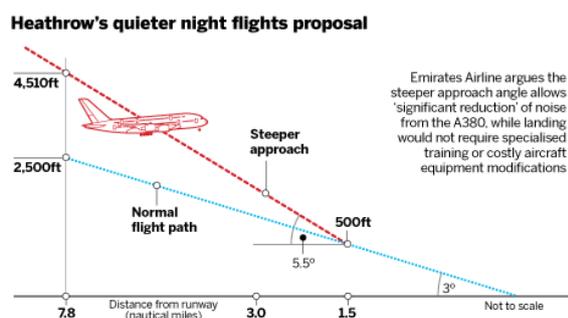
## 【欧州&アフリカ】

### (1) ヒースロー空港、着陸方式変更による夜間発着回数増 検討

LHR 空港 (年間発着回数 44 万回の世界最多の国際旅客が利用している空港) は、現在、11:30pm~6:00am の間の夜間便の運航を平均 18 離陸もしくは着陸に制限している。英 CAA は、航空機の着陸角度をより大きな角度にして、着陸地点を滑走路の 1km 内側にして、騒音の影響を受ける地域を減少させ、夜間運航便数を拡大させることを検討している。この検討結果は、来年初めには発表されるだろう。

英連立政権は、LHR の第 3 滑走路建設を放棄したので、既に飽和状態となっている LHR の今後の航空便処理能力不足が、英経済界の大きな問題となっている。空港運営企業の BAA は、LHR の供給不足が、英経済に £14bn 以上のネガティブな影響を与えると推定している。

Emirates 航空は、A380 の到着 1:00am 出発 4:00am の深夜便の LHR 空港進入角度を現行の 3° から 5.5° の急降下にして、騒音コンターを減少させることにより現行の毎日 5 便から 7 便に増便することを計画している。



ロンドン市長 Boris Johnson は、テムズ川入り江に新空港建設を提案しているが、この計画では建設に時間が借りすぎて、当面のロンドンの航空便不足の問題へは対応できない。(FT.com, 4/09/2012)

## 【アジア&中東】

### (1) ガルーダ航空、エアバス機×11機発注

GA 航空が A330-300×11機 (\$2.54bn) を発注した。同社は、昨年 6 月に A320×25

機を発注、その1ヶ月後にはA330×4機を発注した。インドネシアは17,500の島と2億4,000万人の人口を抱える。その経済は昨年6.5%成長した。航空旅客需要は、過去2年間で+50%近く増加し昨年には6,500万人となった。GAは、昨年上場して8,055.3億ルピア(\$88m)を調達した。現在の政府持株比率は69%となっている。LCCのLion Airが、2月、ボーイング機×230機(\$22bn)を発注した。この発注は、ボーイングにとって史上最大の単一企業の発注となった。(wsj.com, 4/11/2012)

## (2) インド政府、インド航空再建案承認

インド政府が、4月12日、AI航空のリストラ計画を承認した。この再建案には、政府の3兆ルピー(\$5.85bn)の補助金支給が含まれている。この補助金の内675億ルピーは株式投資となる。政府は、同国の航空会社に対する外資規制を緩和して、外国の航空会社の投資を許可することとした。B787×27機は予定通り導入する。(wsj.com, 4/12/2012)

## 水運

### (1) カーニバルの抵抗力強し

Costa Concordiaの座礁とその6週間後のCosta Allegraのエンジンルーム火災と2回の連続事故にも拘らず、投資家はCarnivalの抵抗力は力強いと感じている。アナリストは、1株当たり利益見通しを事故前の\$2.71から\$1.63に引き下げた。Carnivalは、constant net yieldの見通しを+1.5%から▲2%~▲4%に下げた。しかし、株価は\$30から▲\$5以下しか値を下げていない。投資家は、Carnivalを見放していない。4月11日に開催された株主総会では、便宜置籍船の制度を利用しているCarnivalが米国で適正な納税義務を果たしていないという批判が続出した。(wsj.com, 4/10/2012) (travelweekly.com, 4/12/2012)

### (2) トライトン、化学タンカーに投資

欧州で最も注目されている投資ファンドの1つTriton Partnersが、2008年の金融危機以来大きく低迷している化学タンカーに投資している。€4bnを管理しているこのファンドは、Nordic Tankers (CPH)を\$30m(含む負債\$100m)で買収することに合意した。Nordicは、2011年に収入\$145mに対して▲\$35mの損失を計上した。Nordicのフリートは、保有9隻と備船6隻だ。これを、昨年買収したHerning Shippingの37隻と統合する。投資家は、過去25年間で最大の海運市場の低迷を「買い」と見ている。Tritonは、化学タンカーの既存船舶に対する新造船発注の割合が10%と小さい点

が魅力的だと言っている。コンテナ船の場合は、それが30%以上で今後の供給過剰が目に見えている。Tritonは、化学タンカー最大手2社であるノールエーのStole-Nielsen(159隻)とPdfjell(96隻)と同じ規模までフリートを拡大させる計画だ。(FT.com, 4/10/2012)

### (3) ベール、ベールマックス 100 隻建造か

Valeが、論争激しい巨大バルク船Valemaxを100隻建造することを考えている。Valeの鉄鉱石輸出の53%(2億トン)は、中国を中心としたアジア市場だ。Valeのライバル市場であるオーストラリアとの競争で地理的に不利となっている。鉄鉱石1トン当りの輸送費はValeの場合\$20であるが、BHP BillitonやRio Tintoの豪州勢の場合は\$7~\$8しかかからない。Valemaxは、ブラジルと中国の間を年間4往復して150万トンの鉄鉱石を輸送できる。そして巨大船による大量輸送は、輸送費を▲20%削減できるので、これを実現するためには100隻が必要だということになる訳だ。Valeは、Valemaxを全て直接保有するのではなくて幾船かをリースバックする。35隻のValemaxの内16隻を\$4.2bnを投資して2013年までに就航させる。中国政府は、今年1月、この巨大船の中国港入港を安全上の理由で拒否した。この背景には、中国造船所の圧力が存在したと言われている。Valeは、数ヶ月後にはこの規制が解除されるだろうと楽観視している。(FT.com, 4/11/2012)

## 陸運 & ロジスティック

### (1) 運輸とロジスティック業界で M&A ブーム

ここに来て、運輸とロジスティック業界のM&Aが活発化している。UPSが€5bnでTNT Expressを買収する。英国Royal Mailが£3bn~£4bnで買収先を探している。(この売却にはGLS European小包部門と郵便事業の分離が必要だ) BAAがEdinburghとStanstedの2空港を売却する。一方、スペイン政府の空港民営化も期待されている。欧州に多く存在するニッチのロジスティック中小企業も買収の対象となるだろう。Thomson Financialのデータによると、今年第1四半期の運輸とロジスティック部門のM&A(deal)は、発表分を含めて\$27.9bnに達し前年同期を大きく上回っている。2011年のM&Aは\$50bnであった。(FT.com, 4/09/2012)

### (2) カナダ太平洋鉄道 第1四半期増益

Canadian Pacific Railwayの第1四半期が、1株利益C¢80~83となる見通しである。これは前年実績ならびにアナリスト予想の両方を上回る。決算は4月20日に発表され

る。CO は、アクティビスト投資家の Bill Ackman から CEO と取締役会のメンバーの交替を要求されている。(wsj.com, 4/10/2012)

### (3) アムトラック、旅客数 最高記録

Amtrak の 2012 会計年度上半期 (2011 年 10 月～2012 年 3 月) の旅客数が前年比 +3.7% 増加した。このペースが継続すれば 2012 年度の旅客数は過去最高記録となるだろう。2011 年度の旅客数は 30,200 万人であった。(travelagentcentral.com, 4/12/2012)

## ホテル & リゾート

### (1) インド企業、ニューヨークのプラザホテル買収希望

インドのコングロマリット Sahara Indian Pariwar 社が、NYC の有名ホテル Plaza Hotel に対して \$600m による非拘束の買収提案を行った。Sahara は、LON の高級ホテル Grosvenor House ホテルを 2010 年に買収している。Plaza は、現在、イスラエルの El Ad U.S. Holding 社とサウジ皇太子 Alwaleed bin Talal が支配している Kingdom Holding Co. によって保有されている。Sahara の買収オファーは、Plaza のホテル (230 室) 部分を \$400m で (1 部屋 \$1.7m の高額となる)、そして El Ad が 100% 保有する所謂リテール部分を \$200m で買収する計画だ。Kingdom は、Plaza の客室 130 室の 50% と、コンドミニアム 100 室の 25% を保有している。Kingdom は、Plaza を売るつもりはないと言っている。Sahara は、買収した暁には Plaza の Fairmont Hotels and Resorts との運営契約を破棄して自前でこのホテルを運営したがっている。Fairmont は Kingdom が 35% 保有しているので、この面でも Sahara の買収を難しくしている。(wsj.com, 4/09/2012)

### (2) 米国、宝くじのオンライン販売開始

米司法省は、昨年 12 月、“1961 年に制定された Interstate Wire Act はスポーツ賭博にだけ適用される” という新見解を発表した。この DOJ 見解を受けて、イリノイ州の宝くじが先月末よりオンライン販売を開始した。Myillioislottery.com は、最初の 1 週間で \$1.2m のチケットを売り上げた。アナリストは、今後 12 ヶ月の間に 5～10 の州の宝くじのオンライン販売が開始されると予想している。そして、全ての 43 州が、公営のナンバー宝くじのオンライン化をきつと検討するだろう。米国の宝くじの売り上げは、昨年 \$56bn に達した。1 人当たりおよそ \$180 となる。

宝くじのオンライン化のシステムを支えているのは Scientific Games 社だ。この会社は、インスタント宝くじの切符の印刷を手がけて来た。そして、オンライン化のシステムのテクノロジーのプロバイダーであり Web サイトのサポーターでもある。同社

の株価は、先月 +17%も上昇し \$11.88 を付けた。アナリストは、来年には \$15 になると予想している。(online.barrons.com, 4/07/2012)

### (3) ラスベガス景気回復か

LAS のゲーミング業界が息を吹き返し始めた。地元大手 Station Casino LLC の 2011 年収入が +5.7%増加して \$1.18bn となった。2010 年の▲10.5%減収から大きく反転した。これは、まさに総合的な地元経済環境の回復を反映している。Station をはじめ殆どのカジノは第 4 四半期に継続して欠損を計上したが、その損失幅は減少している。破産法保護下で負債の軽減に成功した Aliante Station や Affinity Gaming は、利益を計上した。ネバダ州の Gaming Control Board は、2011 年 6 月 30 日に終了した会計年度の報告書で、Strip の 41 カジノが▲\$2.2bn の大きな損失を計上したと発表した。しかし、2010 年度の損失▲\$2.5bn より損失が少なくなっている。収入は +9.3%も上昇した。今年の LAS 入込み客は、2007 年のピーク 3,900 万人強の記録を破るかもしれない。(vegasinc.com, 4/08/2012)

### (4) スペイン、ユーロベガスに意見が二分

Las Vegas Sands の Sheldon Adelson が MAD か BCN に、メガカジノ“Eurovegas”を開発する計画を有している。これは、€18bn をかけて 12 の摩天楼のリゾートと 6 のカジノを建設し、18,000 台のスロットマシンを設置するプロジェクトだ。スペインから 5 時間圏内の欧州各国から毎年 1,100 万人を誘致し、スペインの観光収入を今後 10 年間で €15bn 増加させる。この計画は、財政が困窮し失業率が 23%にも上っているスペインにとってまさに干天の慈雨となるようだが、財政立て直しを優先させたい賛成派と、社会運動の反対派の賛否両論の意見がこの国を二分している。Sands の具体的計画は 3 ヶ月後に明らかにされるだろう。(FT.com, 4/09/2012)

### (5) ラスベガスサウンズ、マカオ新リゾート第一段階開業

Las Vegas Sands のマカオ Cotai Central プロジェクト (1,370 万平方フィート) の第一段階が開業した。世界最大の Holiday Inn Macao Cotai Central (1,224 室) と Conrad Central (636 室) も 4 月 11 日に開業した。9 月には Sheraton (3,863 室) がオープンする。Las Vegas Sands は、今までマカオに \$8bn を投資し、2004 年に Sands Macao (289 室) を、2011 年に Venetian Macao (3,000 室) をそれぞれ



A rendering of the Sands Cotai Central in Macau, where the largest hotels in the Holiday Inn and Conrad chains were set to open April 11.

オープンした。2006年には Wynn Resorts が Wynn Macau(1,014室)を開業した。2011年の Sands のマカオ事業の営業利益は +\$370.4m であった。Las Vegas のホテルの営業利益 +\$48.5m を大きく上回った。マカオの Statics and Census Service によると、賭博を除くマカオの観光収入は \$4.7bn で前年を +20%上回った。マカオの入込み客は +12%増の 2,800 万人であった。マカオには 95 のホテル (22,356 室) が存在する。(travelweekly.com, 4/11/2012)

## その他

### (1) フェイスブックがインスタグラム買収

Facebook がオンライン写真交換サイトの Instagram を \$1bn で買収する。TechCrunch は、11 人の社員が居るこの会社の価値を \$500m としている。この買収は、2006 年に Google が YouTube を \$1.6bn で買収したことを思い起こしてくれる。Instagram は、Apple の iOS のユーザ 3,000 万人と、たったの 1 週間で Android ユーザを 500 万人も掻き集めている。(FT.com, 4/09/2012) (tnooz.com, 4/10/2012)

## 編集後記

### 「5年後の日本発国際線 需給想定」

国は、3月30日、新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定した。そして、この基本計画に基づき、5年後の2016年までに達成すべき主要7項目の目標を定めた。

(表【観光立国推進基本計画 新目標】参照)

この目標の内、2016年の訪日外国人旅行者 1,800 万人と日本人海外旅行者 2,000 万人を合計し、それにトランジット旅客 300 万人を加えると、2016年の日本発着国際線旅客数は片道ベースで およそ 4,100 万人になる。これは、2011年の旅客 約 2,650 万人の 1.5 倍 (年率換算 +11.5%増 = 日本人 OUT +3%増 + 外国人 IN +24%増) となる。

次に、2016年の供給を以下の2つの前提に基づき試算すると、およそ4,100万席（片道ベース）となる。

- ① 2012年以降の供給が、成田空港と羽田空港の国際線発着回数の拡大テンポ（平均年率約+6%と想定）並みに増加する。
- ② 最近躍進目覚ましい内外のLCC供給が、東南アジアのLCC化率並み（総供給の15%）に拡大する。

その結果、2016年の座席搭乗率(L/F)は84%（旅客数想定4,100万人 ÷ 供給想定4,900万席 = 84%）になった。（図【2016年日本発国際線需給想定】参照）

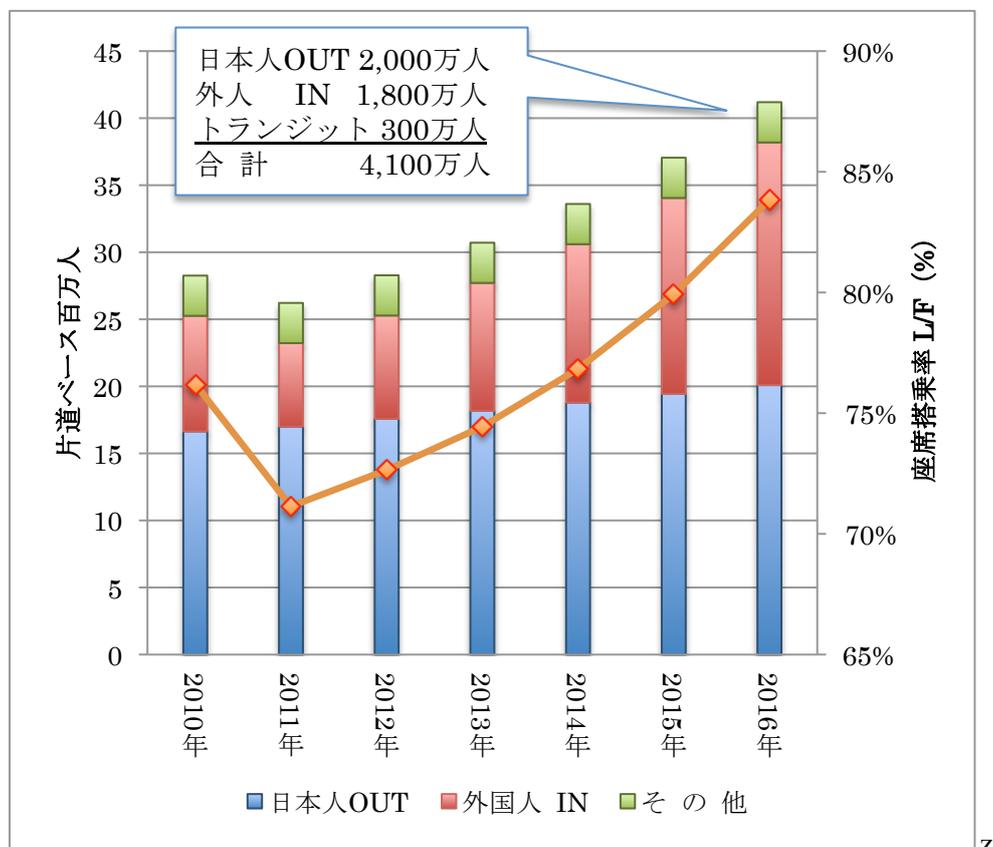
つまり、ここで言いたいことは、「最近の首都圏空港の発着回数の拡大計画により、今まで供給拡大の障害となっていた空港処理能力の物理的制約が取り除かれた結果、国が定めた2016年の目標旅客数を輸送する供給力は実現可能になっている」と言うことだ。

勿論、この供給を航空会社から引き出すためには、旅行会社をはじめとした業界の一致協力した海外旅行の需要喚起努力が必要なことは言を待たない。これからは、「発着枠の制約があるから・・・」というエクスキューズは通用しない。(H.U.)

### 【観光立国推進基本計画 新目標】

	2016年までの 新目標	前回の目標	至近時点の実績
国内旅行消費額	30兆円	2010年度 30兆円	2009年 25.5兆円
訪日外国人旅行者数	1,800万人	2010年 1,000万人	2010年861万人 2011年622万人
訪日外国人旅行者 満足度	大変満足 45% 再訪したい 60%	なし	大変満足 43.6% 再訪したい 58.4%
国際会議件数	+50%増 アジア最大開催国	2011年 252件	2010年741件
日本人海外旅行者数	2,000万人	2010年 2,000万人	2010年1,664万人 2011年1,699万人
日本人国内旅行 1人当り宿泊数	2.5泊	2010年 4泊	2010年 2.12泊
観光地域の旅行者 満足度	大変満足 25% 再来訪意向 25%	なし	なし

【2016年 日本発国際線需給想定】



	旅客数 (千人)							席数 (千席)
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	平均 年増率
日本人 OUT	16,637	16,994	17,572	18,169	18,787	19,426	20,086	X1.034
外国人 IN	8,611	6,218	7,698	9,530	11,798	14,606	18,082	X1.238
その他	2,997	2,997	2,997	2,997	2,997	3,000	3,000	SQ
旅客数 合計(片道)	28,245	26,209	28,267	30,696	33,582	37,032	41,169	X1.115
供給席数	37,071	36,844	38,907	41,241	43,716	46,339	49,119	
座席搭乗率 (L/F%)	76.2%	71.1%	72.7%	74.4%	76.8%	79.9%	83.8%	

**表紙：**

ハイビスカス

筆ペン

画用紙 F2 DRAWING BOOK

2012年3月作

TD 勉強会 情報 529 (以上)