

平成 15 年 9 月 5 日

# TD 勉強会 情報 52

1. セーバー クルーズ予約販促キャンペーン
2. スターウッド 第三者サイト販売にアワード付与中止
3. オービッツ 株式上場 ?
4. アメリカン航空 英国航空 コードシェア開始
5. ツアーネット ダイナミックパッケージング導入
6. ユナイテッド航空 中国航空と提携
7. セーバー **JTB** (ロンドン) 獲得
8. ホテルズドットコム トラベロシティーとの契約解消
9. オンライン予約 出張旅費コスト削減
10. センダン新サービス 旅行社と競合
11. 観光旅客がオンラインサイトに求めるもの
12. スターウッド+ **CNL** シェラトン 2 ホテル共同買収
13. ヒルトンホテル キオスク チェックインのテスト計画
14. 英国航空、旅行社にコミッション支払再開
15. 会計検査院 **GDS** 市場支配力調査

GDSs: TDDA, August 27, 2003

## 1. Sabre Promotes Cruise Bookings Through Prizes

### セーバー クルーズ予約販促キャンペーン

Sabre は、Celebrity Cruise, Princess Cruise, Royal Caribbean Cruise の 3 社のクルーズ会社と組んで、米国カナダの Sabre 旅行社を対象にした、クルーズ販促キャンペーンを開始した。9 月 1 日から 12 月 31 日までの間で、Sabre の自動予約ツールである CruiseDirector 若しくは CruiseMatch を使用した予約の達成状況に対し、200 以上の商品が用意される。1 等はカップルによる 7 泊クルーズ。

Hotel: Reuters, August 27, 2003

## 2. Starwood To Stop Loyalty Awards On Other Web Sites

### スターウッド 第三者サイト販売にアワード付与中止

Sheraton のオーナーである Starwood Hotels は、第三者サイト販売のゲストに対して、客室アップグレードや各種の恩典のアワード付与を中止すると発表した。これは、第三者サイト（Expedia, Travelocity, Orbitz 等）の販売により、イールドが低下している事への対処で、実施は来年の 4 月から。

Online Travel: TDDA, August 29, 2003

## 3. Orbitz Goes Public?

### オービッツ 株式上場 ?

Orbitz は、8 月 28 日、証券取引委員会（SEC）に IPO（株式上場）のための申請（再申請）を行った。Orbitz は昨年 5 月に上場申請を行ったが、タイミングを逸し、ペンディングとなっていた。上場の規模ないし価格などの詳細は明らかにされていない。SEC にファイルされた申請の中で、以下の二つの興味深い情報が明らかにされている。

①、Orbitz の今年上半期決算は、\$▲16.5M（▲20 億円）。累損\$▲167.4M（▲200 億円）所有者である AA, CO, DL, NW, UA は、\$214.8M を投資している。

②、Worldspan との現契約を変更しない限り、Orbitz は、ダイレクトコネクション（Super-Link）のトランザクション数を制限される。Orbitz が契約により定められたクォーターを達成できない場合は、Worldspan に、クォーターまでのブッキングフィーの支払を余儀なくされる。

(Orbitz のシステム構成は、下表の通り。 Super-Link は、Worldspan を中抜きして、直接サプライヤーにリンクするシステム。 Super-Link 予約の増加は、自動的に Worldspan のセグメント数の減少を意味する。

システムベンダー /GDS	機能
ITA Software	Faring and Shopping Engine
Datalex	Internet Booking Engine
TRX	Customer Service
Worldspan	GDS

Orbitz がいよいよ上場する。 システム開発などの資金の捻出に、相当困っているのではないだろうか？ 今年の 6 月には、予約手数料を\$5 から\$6 に値上げしている。 親会社のメジャー5社は赤字で資金拠出どころか、Orbitz をどこかに売却して、逆に資金を捻出したいと考えているのではないだろうか？ 昨年 5 月の上場を延期し、累積▲200 億円を抱え、今回の上場は、その規模にもよるが、成功するのだろうか？)

Airlines: TDDA, August 29, 2003

#### 4. American And British Airways Join Forces

##### アメリカン航空 英国航空 コードシェア開始

AA と BA が、いよいよ 9 月 17 日よりコードシェアを開始する。 これにより AA は、ロンドン以遠の BA 便で 110 都市、BA は、DFW, JFK, BOS, ORD, MIA, LAX 以遠の AA 便で 187 都市が、夫々コードシェアされる。 念願の、米国=ロンドン間の北大西洋便コードシェアは含まれていない。 販売協力等のマーケティング協定についても、競争法免除が認められていない為、開始できていない。

(長年懸案となっていた AA+BA コードシェアが開始される。 しかし、その規模は当初のマーケティング協定を含む広範囲なものからはかけ離れ、極めて小さいものになっている様だ。 多分、米国政府の、Heathrow 空港スロット増などの要求が解決されない為に、部分的なコードシェアの開始になったのであろう。 部分的なコードシェアにも拘わらず開始されるのは、1 円でも収入を増加させる策ならば、何でも採用と言う AA、BA 両社の思惑があったのだろう。 米国政府は、AA=BA コードシェアに引っ掛けて、英側にオープンスカイを求めている。 これとは反対に、UA=LH のコードシェア協定は、マーケティング協定を含む幅広いアグリーメントが認められているが、これは、独政府が米側のオープンスカイを認めた為とされている。 英国政府のガードが高い。 今後は米英の如くの、バイラタラルの二国間航空交渉が、欧州連合 EU との擬似マルチラタラルな協議に取って代わる事になるが、そうなる交渉カードを大幅に増やす EU 有利の交渉が予想されるのではないだろうか？)

Travel Technology: DTW, (8/29/2003)

## 5. Tournet Brings Dynamic Packaging To Web Sites

### ツアーネット ダイナミックパッケージング導入

テクノロジープロバイダーの Tournet (本社 NYC) は、TravXML.net と呼ばれる新しいサービスを、ツアーオペレーターに提供する。ツアー企業のサイトにダイナミックパッケージング機能を提供するもので、最初のユーザーは Beach Destinations (在 WAS)。このシステムは、Tournet のツアー管理システムから派生したもので、ツアーオペレーターの GDS コネクションを使用して、リアルタイムでエアーのアベイラビリティの提供が可能。

Airlines: DTW, (8/29/2003)

## 6. United, Air China Reach Deal On Alliance

### ユナイテッド航空 中国航空と提携

UA と Air China は、8月28日、コードシェア、FFP の相互交換、空港ラウンジの共同使用、のマーケティング協定を締結したと発表した。UA の PEK=ORD と SHA=SFO 便に Air China のコードが付けられる。Air China の PEK=LAX/SFO/NYC 便に UA のコードが付けられる。開始は 10月31日から。Air China は、スターアライアンスの加盟については、現時点では決定していない。

GDSs: TDDA, September 2, 2003

## 7. Sabre Snags JTB

### セーバー JTB (ロンドン) 獲得

Sabre は、Galileo ユーザーであった JTB (ロンドン) を獲得した。JTB (ロンドン) は、Sabre の Virtually there を使用して、顧客へのサービスをアップグレードすると述べている。GDS の変更は、皆が考えているほど難しくなかったと語っている。

Online Travel: TDDA. September 2, 2003

## 8. Hotels.com Calls It Quits With Travelocity

### ホテルズドットコム トラベロシティとの契約解消

8月29日 Travelocity の排他契約破棄後、Hotels.com は、Travelocity との全ての契約を、4日後に解消すると発表した。契約では、Hotels.com は、Travelocity にマーチャントホテルインベントリーの独占的供給を 2005年6月迄行う事となっていた。Hotels.com は、Travelocity の排他契約の廃棄は、不適切な行為 ( improper action ) であるとコメントしている。

Travelocity がサポートしている Web ポータル ( AOL Travel, Yahoo Travel ) に於いても、Travelocity は、排他条項に違反していたと、Hotels.com は述べている。この問題は、多分訴訟ケースとなるだろう。

Travelocity は、Hotels.com の最大のアフィリエイトで、その売上は、Hotels.com の 13.8 % にのぼる。( 4 月～ 6 月 '03 ) この契約破棄後、Hotels.com は、Expedia との営業協力を促進するとコメントしている。Hotels.com と Expedia 双方の親会社は Cendant。( Hotels.com と Expedia の取扱い額を合計すると、オンライン旅行社売上の 50 % ほどのシェアとなる。即ち Cendant 1 社で、オンライントラベル旅行社市場の半分を制覇している事になる。)

Business Travel: New York Times, September 2, 2003

## 9. Online Booking Cuts Costs And Simplifies Trips

### オンライン予約 出張旅費コスト削減

企業出張のオンライン予約が増加している。昨年、出張旅行市場 \$150B ( 18 兆円 ) の内、\$13B ( 1 兆 6 千億円 ) がオンライン化されている。2007 年には、倍以上の \$27B ( 33 兆円 ) に成長するだろう、と Forrester Research は予測している。昨年 3 大オンライン旅行社は、揃って法人セルフ予約ツールを開発した。Orbitz for Business, Expedia Corporate Travel, Travelocity Business がそれ等である。いずれも彼らの消費者向けサイトを強化分離したもので、基本的には、中小企業向けのツール。このツールを使用すると、出張者は、契約を有する優先サプライヤーのアベイラビィティとネゴレートの検索が可能になる他、トラベルマネジャーには、出張データのアウトプットが提供される。手数料は、伝統的旅行社が \$25 ~ \$45 なのに対して、1 予約当たり \$5 ( 注 ) と極めて安い。

( 注 ) 人手によるヘルプを使用した場合は、\$10 ~ \$20。

予約の変更には追加手数料がかかる場合がある。又、アカウントのセットアップもしくはネゴレートのアップロード等に対しては、別料金が徴収される。伝統的旅行社は、このような状況を座視している訳ではない。業界トップの American Express は、既に数年前から大手企業を対象としたオンライン予約ツールを提供している。American Express の Corporate Travel Online は、より複雑なカスタマイズが可能 ( 例えば、職階別の出張規定などの対応が出来る ) なほか、世界数カ国に跨る国際企業の出張管理システムとしての機能を備えている。出張規定を持たず、サプライヤーとのネゴディールも所有していない中小企業に対しては、RezPort という簡便ツールが用意されている。1000 社以上の企業に展開されている GetThere は、企業のエクスペンス レポート ソフトウェアと統合され、迅速な出張清算と会計処理が可能など、更に高性能なオンラインツールである。\$2,000 の航空運賃を予約した出張者に対し、“\$1,000 の運賃に変更して欲しい” などのメッセージを自動的に出すように仕組むことも可能。GetThere は Sabre が所有している。幾つかのエアラインも、法人予約ツールを開発し、企業

へのダイレクトセールを強化している。例えば **Southwest** は、2000 年 5 月より法人専用のオンラインサイトを立ち上げている。このシステムにいち早く対応したキャリアの1社。観光旅行のオンライン予約が成長拡大したように、ビジネス市場のオンライン予約も成長して行くだろうと、Forrester Research は述べている。

Business & Government travel: DTW, (9/2/2003)

## 10. Agencies Mulling Cendant As Competitor

### センダン新サービス 旅行社と競合

Cendant の法人企業相手の新サービス立上げは、旅行社に対して、“サプライヤーは競争相手”と言う、今では最早聞き慣れた警鐘を鳴らしている。Galileo のサブスクライバーで、Travelport (Galileo の法人セルフ予約ツール)を使用している旅行社は、Cendant のフルサービス法人旅行社の立上げに戸惑いを隠せないでいる。「エアラインとの関係と同様に、Cendant はパートナーでもあり競争相手でもあるので、用心しなくてはならない。」と述べている。また、他の旅行社の中には、「競争する会社と買い付ける会社が同一と言う話は、何も今に始まった訳ではない。Cendant は、Expedia Corporate Travel や Orbitz for Business に対して巻き返しを図っているので致し方ない。Cendant の対象とする法人企業は、\$8M (10 億円) 以上の大企業であり、直接競合する訳ではない。」などと、寛容な対応を示している所もある。事の進展如何によっては、Galileo から他の GDS への変更を考慮する旅行社も出て来るのかも知れない。

Forrester TECHNOGRAPHICS, September 2, 2003

## 11. What US Leisure Bookers Want From Sites

### 観光旅客がオンラインサイトに求めるもの

米国の観光旅客は、特にフリークエント旅客は、オンライン予約の Web サイトに、使い勝手の良い、割り込み広告の無い、laser-focused なものを求めている。彼らは以下の三つが重要と考えている。

- **Navigation is king.**

フリークエントの Web 予約者 (Bookers) は、使い易さを求めている。80%以上が、探し求めているコンテンツに迅速にアクセスすることを求めている。メニューアイテムの明快な直感的なラベリング (intuitive labeling) が重要。彼らは、ホームページ割り込んで、画面を見苦しくしている広告に不満を募らせている。(図-1 参照)

- **Easy registration is crown prince.**

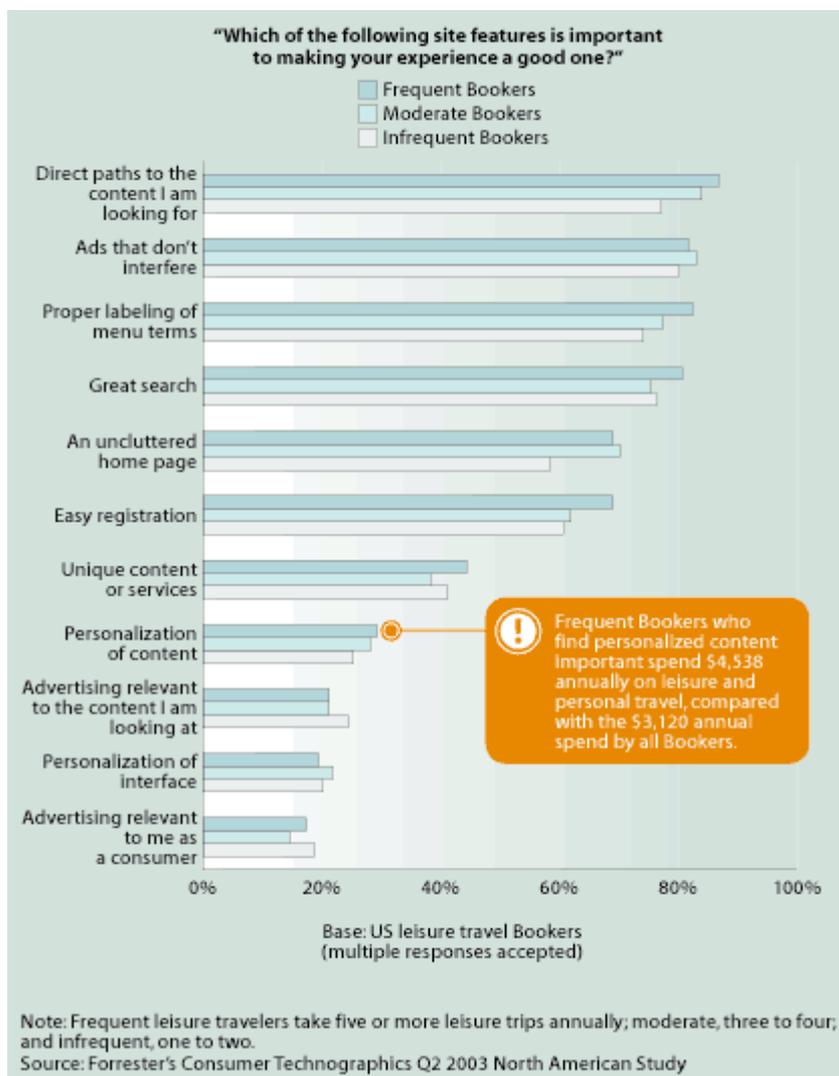
60%以上の予約者が、シンプルな、直接的な登録 (registration) プロセスを望んでいる。登録はオプションにし、登録のメリットをシッカリ説明する必要がある。登録に付随して、ロイヤルティメンバーシップのデータを要求しては、決していけない。予約に必要な基本的な、

名前・住所・クレジットカード番号に絞り込むことが必要。

・ **Personalization is pauper.** (乞食)

予約者は週間 18 時間（Non-Bookers は 14 時間）オンラインサーフするけれども、パーソナライズされたコンテンツが重要と考えているのは 1/3 以下である。そしてタッタ 20%の予約者がパーソナライズ インターフェイスが、彼らのサイト使用にとって重要である、と示唆している。だからと言って、パーソナライゼーションを無視してはいけない。フリークエントな予約者は、他に比べて 45%以上の支出をしているのだから。

図-1 US Online Leisure Travelers Value A Focused Web Site



Hotels & Resorts: DTW, (9/2/2003)

## 12. Starwood, CNL Looking Into Deal For 2 Sheratons

### スターウッド + CNL シェラトン 2 ホテル共同買収計画

Starwood Hotels and Resorts と CNL Hospitality Properties は、Sheraton の二つのホテルを共同で買収する交渉を行なっている。 2社の提携では、Starwood がプロパティの管理、CNL が資本の過半を所有する模様。

関連ニュースとして、CNL は、Washington International Airport の Marriott と、Arlington, Va. にある Courtyard by Marriott を、Starwood から買収した。 Marriott は引き続きこれらのホテルの運営を行う。

Hotels & Resorts: DTW, (9/3/2003)

## 13. Check It Out: Hilton To Test Kiosks

### ヒルトンホテル キオスク チェックインのテスト計画

Hilton New York と Hilton Chicago は、セルフサービス Kiosk (IBM 製) による、チェックイン / アウトのテストを計画している。 テストは第 4 四半期開始を予定。 Hilton は、テストの結果如何にもよるが、3 ヶ月～6 ヶ月のテスト終了後、他のホテルへの Kiosk 展開拡大を計画している。

Airlines: DTW, (9/3/2003)

## 14. BA Returns To Commissions For U.K. Agents

### 英国航空、旅行社にコミッション支払再開

BA は、イギリスの旅行社に対してコミッションの支払いを再開する。 コミッションは 1% で、12 月 1 日から適用開始される。 これは、2 年以内前に導入したフィーベース システムに取って代わるもの。 フィーベース システムは、運賃種別と飛行距離をベースに支払われるもので、旅行社は、1 予約当たり、\$3.93 から \$31.42 を得ていた。 フィーベースが導入された 2001 年 4 月以前は、7% のコミッションが支払われていた。 BA は、今回の措置は、生き残りをかけた採算性改善の為の措置であると説明している。

Controversy: TDR, September 8, 2003

## 15. GAO Report:

### What Does It Imply About GDS Market Power?

### 会計検査院 GDS 市場支配力調査

公的機関の調査結果は、DOT の GDS ルール改定に影響を与えることになるだろう。

が、それは調査結果が、衆目の合意を得られる場合の話である。

**General Accounting Office (GAO)** は、8月1日、航空券流通業界に関する、GDS コストとブッキングフィーの間の関係を調査したレポートを発表した。洞察力豊かなものではあるが、結論のない要領を得ないものになっている。GAO は、GDS が究極的に市場支配力を有しているか否かを見極める目的を有していたが、その回答は得られなかった。各セグメントに、このレポートに対する見解を求めたところ、以下の通り、まちまちの大きくかけ離れたコメントが返って来ている。

### **The Author's Analysis**

「データ不足のために、GDS ブッキングフィー、関連コスト、市場支配力について結論を出すことが出来なかった。」とこのレポートの GAO の作成者は述べている。「GDS が、殆どのメジャー米国キャリアに対して、絶対的な重大な役割を担い続けるのは確実である。事実 GDS は、流通システムを中心に位置し、少なくとも、市場支配力を発揮できる潜在力を有している。構造的にも GDS は、市場支配力を発揮できるポジションにいる。我々の調査は、十分詳細なトランザクション コストデータが得られなかったために、コストと価格の正確な関連を分析が出来なかった。その結果、GDS が確実に支配力を奮っているか否かにつき、結論を出せなかった。」と述べている。

### **Sabre's Outlook**

「“結論の無し” という事は、公正な判断である。」と Sabre は述べている。以下は、Sabre のコメントである。

現在の市場環境では、CRS が市場支配力を有していると結論を出すのは不可能である。Sabre の DCA-3 は、GDS が市場支配力を有していない証拠の現れである。何処の業界が、支配力を有する者が、取引をする為に▲10%の割引(DCA-3)を行うだろうか？ GAO が述べている“エアラインは CRS に依存しており、それに参加しなければならず、したがってエアラインの交渉力が弱められている”事を示唆しているが、これは、現実を見ていないために起こる誤りである。先月最多の国内線旅客数を輸送した Southwest は、CRS 1社(Sabre)のみに参加している。それでもエアラインには、チョイスが無いと言えるのか？ エアラインの CRS 依存を唱える人たちは、最近市場で起きていることを直視していない。システムに参加せず、自社サイトに旅行社を呼び込んでいるエアラインが存在することに気づいていない。NW は、旅行社専用 Web サイトを立ち上げている。しかし、この調査は、市場が機能しつつある事を、競争環境を育みつつある事を、認識している。それは、究極的には規制緩和を奨励する為に重要である。

### **Orbitz's Opinion**

Orbitz のこのレポートの見方は大変異なっている。Orbitz は、「GAO の調査結果は、先の Orbitz 審査の中で DOJ が出したコメント、“GDS の寡占状況は、エアラインに対して重要な市場支配力を、継続して有している。”と言うコメントと符合する。」と述べている。GAO は、「“GDS が継続して市場支配力を有しているとレポートが言っている”、と言うのは誇張し過ぎである。

組織的な調査により GAO は、そう信じているだけで、多分 DOJ や、米国アンタitrust協会（**American Antitrust Association**）も同じ意見であると思われるが、そこまで言い切るには、更に踏み込んだ調査が必要である。」と反論している。

以下は、Orbitz のコメントである。

確かに GAO は、GDS が支配力を有しているとは明確に述べていないが、強く示唆しているのは事実である。 GAO の正確なコメントは、“エアラインが GDS に依存して、旅行社と大部分の潜在旅客へアクセスすると言う業界の構造は、GDS による市場支配力の潜在的な存在と実行を持続させる事になる。”となっている。 結局のところ、GAO のレポートは、多くの点で、今まで Orbitz が主張してきた事であり、極めてポジティブなものである。 究極的に、GAO のレポートは、幾つかのルールを廃止し、幾つかのルールを残し、想定されている CRS の市場支配力を回避する、選択的 GDS 規制緩和を支持していると、Orbitz は解釈している。

（GAO には、DOT の CRS ルール改訂原案に多くの注文をつけた経緯がある。 ルールの存続よりは、撤廃を主張している。 どちらかと言うとアンタイ GDS 派ではないのだろうか？ エアライン寄り？ この記事を読むと、Sabre も Orbitz も、GAO のレポートを自分達に都合の良い様に解釈し、利用しているところが有る。 Orbitz は、規制緩和に賛成しているものの、何故かルールの完全撤廃を求めず、部分的な規制緩和を求めているようだ。 ルールを作った DOT は、ルールの擁護者であるが、これから現行ルールが失効する来年 1 月に向けて、規制派と緩和派の虚虚実実の駆け引きがワシントンを巻き込んで展開されて行くのだろう。 何れにしても、大赤字のメジャーキャリアに不利になるようなルール改訂は行われたい、のではないだろうか？ 何処でも、やはり最後は政治判断が絡む？）

TD 勉強会 情報 52 ( 以 上 )