

2019年3月4日

## 海外事情 3月4日号

今回は 航空関係のニュースが目立ちました。

「カンタス、旅行会社向け NDC 開発」と「GDSs、QF サーチャージ回避で合意」のニュースは、QF が今年後半に、LH、BA、AF/KLM に続いて GDS 予約にサーチャージを導入すると伝えていきます。明らかに航空会社の流通が大きく変化している。

「米航空会社の 2019 年注目すべき 4 つのトレンド」でも、付帯サービス販売が直販拡大の鍵となると書いています。付帯サービス販売のリッチコンテンツについても難なく流通することができる NDC の導入も、必ずや直販拡大に貢献すると思われます。航空会社の大きな変化は流通ばかりではありません。「航空会社の機内エンタメ」では、モバイル機器の普及によって機内エンタメが大きく変わると言っています。シートバックのスクリーンが不要になるかもしれないと言うのです。

航空会社とは直接関係はありませんが、「エアビー、航空幹部経験者採用」では Airbnb が空業界を経験した超大物を採用しました。ホームシェアリングからホテル販売と目的地の T&A 販売へ事業を拡大している Airbnb が、今度はトランスポーターションの販売に本腰を入れる。10 年後には Expedia と Booking を追い抜くと言っている Airbnb 本気度が現れています。もっとも、これは年内に予定している上場のためのアクションなのかもしれません。(編集人)

- **QF、旅行会社向け NDC 開発**
- **ヒルトン、直販拡大を加速**
- **米オンライン旅行、4 つの鍵**
- **エアビー、航空幹部経験者採用**

以上のニュースについてはトラベルジャーナル 3月4日号をご覧ください。

### ➤ **手荷物預り LuggageHero、145 万ドル資金調達**

Phocuswright の 2019 年ホットなスタートアップに認定された LuggageHero が、145 万ドルの資金を調達した。ベンチャーキャピタルの Nordic Eye が 115 万ドルを出資、Danish Growth Fund と Innovation Fund Denmark がこの資金調達ラウンドに参加した。2016 年の創立以来、累計で 225 万ドルの資金を集めたことになる。旅行者は、LuggageHero を通じてローカルの店に時間単位で手荷物を有料で預けることができる。現在、ニューヨーク、ロンドン、コペンハーゲンでサービスを提供、今回調達した資金を使って更に 36 都市に展開する。2020 年 1 月までには、小売店、カフェ、ホテルなどを含む 1,700 の預かり場所を設置する計画だ。ゆくゆくは、パッケージレンタルなどのホスピタリティー企業や

OTA やその他の予約関連サイトなどの第三者との統合を予定する。創立以来 2 年間で、累計で 125,000 個の手荷物を 65 万時間預かった実績を有している。LuggageHero は、セルフサービスの手荷物預り市場のリーダー的な位置を占めている。(Phocuswright 2/4 <https://bit.ly/2NaX2XM>)

#### ➤ 音楽エクスペリエンス Festicket が増資

英国の音楽エクスペリエンスのプラットフォーム Festicket (創立 2011 年) が、1,050 万ドル増資後 2 ヶ月足らずで、さらに 460 万ドルの資金を調達した。産業創造に特化している Edge Investment が、この資金調達ラウンドをリードした。Festicket は、フェスティバルのチケット、宿泊、イベント会場の地上送迎を含む旅行パッケージのプロバイダーである。現在、欧州と米国にオフィスを構え、50 カ国の 1,200 以上のフェスティバルを取り扱う。今までの累計資金調達額は 2,400 万ドルで、集めた資金は、米国やアジアへの市場拡大費用に投下する。富裕層向けのフェスティバル愛好家特別会員組織を今年開発中である。(PhocusWire 2/5 <https://bit.ly/2Gy64xF>)

#### ➤ 亥年の中国旅行者

モバイル オンリー

春節が始まった。昨年は、トランプの貿易戦争、ファーウェイ (華為技術) の問題、国民監視、成長鈍化と中国に関する話題が多かった。中国は、他の多くの発展途上市場と同様、旅行を予約するためのチャネルとして、西側諸国がリアルエージェントから PC へ、そしてラップトップ、スマートフォンへとシフトした同じ軌跡を辿らなかった。スマートフォンに直接行って、ブラウジングしない。モバイルが中国ではユビキタスで、生活でありコミュニケーションの手段なのだ。このことを、アプリの話始める前に言っておかなければならない。

中国のほとんどのオンライン活動は、Tencent と Alibaba の専用アプリを使用し、それらの全てがスマホによって動く。Alibaba のオンライン支払システム Alipay が中国オンライン決済市場のおよそ半分が占有している。Alibaba は C2C の Taobao (淘宝网) マーケットプレイスを持つ。つまり Alibaba は eBay, PayPal, Amazon のポートフォリオを持っていることになる。Tencent は、10 億人以上のユーザーを持つ WeChat を所有し、Facebook, Twitter, Spotify, WhatsApp, PayPal, YouTube, Uber Eats, Instagram, Expedia, を全て一箇所にまとめてしまうスーパーアップなのだ。

WeChat は、最近“中国の OS”と言われている。西側の人たちは「中国のモバイル戦略は？」と質問するが、「中国ではモバイルが戦略」なのだ。

E-コマース中心

ブランドは、単なるプロダクトとサービスの提供者ではない。消費者の日常生活を助けるパートナーなのだ。ほとんどの中国企業は、それを理解しているからこそ、宣伝広告、ソーシャルコミュニケーション、ショッピング、購入、支払いプログラムをモバイルによって可能にする。文字通り、モバイルで会話し、テキスト、ショップ、タクシー配車、旅行予約、株式売買、ユーティリティー支払い、銀行入金、送金 全てができる。その結果、中国は E-コマースの次の段階に入りつつある。デジタルショッピングが中国の消費者の標準となっているのだ。その結果、中国のブランドは販売だけにフォーカスせず、完全なブランド エクス

リエンスの提供にシフトしている。多くの中国ブランドは、まだ西側では見られないことを行っている。

#### 摩擦のない生活

Alibaba の創業者 Jack Ma は、オンラインとオフラインのショッピングの区別を分からなくする新語“new retail (新たな小売)”を作り、Hema スーパーマーケットを買収、Hema の 50 の各店から 30 分以内の配達を可能にした。店では、全ての通路のスクリーンがインタラクティブの商品説明を掲載し、もちろん購入商品の自動チェックアウトが可能。

#### 旅行トレンド

中国のミドルクラスの所得の急速の拡大が長距離旅行を増やしている。1 回の旅行あたりの消費で、中国人旅行者はすでにビッグスパンダーの仲間ランクされている。中国のほとんど全ての旅行ブランドと中国人相手の西側旅行ブランドが WeChat に対応する。航空便予約は、WeChat 経由で航空会社のアプリに行けば済む。ホテルの部屋の QR コードを読み取って、スマホでインルームアプリを使って部屋の明かりや温度調整ができる。

そして中国市場の 60% シェアを有する最大 OTA の Ctrip が存在する。2016 年には Skyscanner を買収、米国では Trip.com を運営する。Alibaba と Tencent も旅行市場に投資している。Alibaba 旅行部門 Fliggy が Ctrip の航空券販売を侵食、Tencent が支援する Meituan Travel の宿泊予約量が昨年 Ctrip を追い抜いた。

中国経済成長が減速したと言われているが、2018 年の小売販売は 9% 増加した。英国の 6.9% よりも大きい。危機とは言えない。

(PhocusWire 2/5 <https://bit.ly/2Efl9wN>)

#### ➤ 法人旅行で、Uber と Lyft 出費増加

Certyfy の最近の法人旅行消費調査によると、出張者の消費の中でデジタル企業の Amazon や Uber や Lyft の 3 社の消費が、北米企業の法人旅行消費額のトップ 6 に入る。Uber が 3 年連続トップで全消費の 11% を構成する。18 年にトップ 10 入りした Lyft は 3 位となりほとんど 3%、Starbucks は 2 位で 4% 強を占める。この調査は 5,000 万件の消費と 33 億ドルの出張費精算額をベースにしている。(カテゴリー別では) 食事は全消費の 17% で、デジタルブランドの Grubhub や Uber Eats が伸びている。食事出前サービスは 2017 年から 118% 増加した。Uber と Lyft のライドヘイリング サービスは、2015 年配車市場シェア 50% 以下から 92% に拡大した。2015 年第 3 四半期のシェアはタクシー 22%、レンタカー 44% であった。航空会社は、Certify 調査の 4 位であった。(PhocusWire 2/7 <https://bit.ly/2SKANhu>)

#### ➤ 自転車レンタルの大規模拡大計画

企業評価 24 億ドルの“マイクロモビリティ”の Lime (設立 2017 年 1 月) が、シリーズ D で 3.1 億ドルの資金を調達して、市場展開拡大とテクノロジーに投資する。わずか 2 年間で累計 7.65 億ドルを集めた。直近 12 ヶ月間では 5 千万ドルとなる。シリーズ D は、Andreessen Horowitz, Bain Capital Ventures, Fidelity Investments, GV, IVP の新規投資家がリードした。既存投資家は、Alphabet, Coatue, DCM, Fifth Wall, GGV Capital やその他。(PhocusWire 2/7 <https://bit.ly/2S475i4>)

#### ➤ **GDSs、QF サーチャージ回避で合意**

Amadeus, Sabre, Travelport の GDS 3 社が、Qantas Channel 経由で予約することに合意して、QF が今年後半に導入を予定しているセグメントあたり \$12.5 (A\$17.50) のサーチャージを回避することとなった。Sabre は、QF が同社の Beyond NDC の流通テストと開発プログラムに参加したと発表した。QF は、昨年 6 月に Amadeus の NDC-X プログラムに参加している。(BTN.com 2/7 <https://bit.ly/2DKYnQK>)

#### ➤ **OYO、米国と欧州で成功するか**

世界最大のホテルチェーンを目指している OYA が、2018 年 12 月から、米国でミレニアルの顧客層をターゲットにした OYO Town House を展開し始めた。その他のブランドの Oyo Homes, OYO Living, OYO Rooms, Silverkey, Pallete と合わせて、2018 年にはインド、中国、マレーシア、ネパール、インドネシア、UAE、フィリピン、英国の 500 都市における 18,000 軒の完全にコントロールした施設の 458,000 室を販売している。OYO は、ノンブランドのホテルの施設を改修し、収入、値付け、在庫、飲食、フロントデスクの運営と管理に関するテクノロジーを提供し、エアコン、無料 Wi-Fi、バスルーム清掃、リネン洗濯のサービスを請け負う。同社の Web サイトでは、同社のネットワークが、登録後 6 ヶ月以内に稼働率 70% による 2 倍の増収をもたらすと謳っている。米国では、ノンブランドのホテルが約 18,000 軒で全ホテルの三分の一を構成している。米国で OYO がうまく運営して、このビジネスモデルを成功させれば、ABB がホテル業界に問題を起こしているように、主要ホテルブランドに少しは影響を与えることになるだろう。Asian American Hotel Owners Association では会員 18,500 が全米ホテルの半分を所有し、そのうちの約 20% が独立系ホテルである。この AAHOA 会員ホテルが、OYO のエントリーポイントとなるだろう。業界のアナリストは、OYO のテクノロジーと運営にフォーカスしたモデルが、米国でも成功すると予想する。米国のフランチャイズのアプローチはブランディングが中心で、フランチャイズの低い層のプログラムでは幾つかのテクノロジーと行き当たりばったりの運営しか実施されていない。中小規模ホテルの所有者にとっては OYO のモデルは大いに魅力があるモデルになると言えるだろう。

欧州では、幹部を採用しスタッフィングを強化している。英国、スペイン、ドイツの各市場では、12 以上のポストを OYO の Web サイトで募集している。OYO のコンセプトは、多くの可能性を秘めていると思われがちだが、しかし地理的に広くより分散化した欧州市場における OYO ブランド認知には、金がかかり困難なものとなるだろうと前出のアナリストが言っている。OYO は、2015 年の創立以来 16 億ドルの資金を集めた。最近の資金調達には、2018 年第 4 四半期のソフトバンクビジョンファンドと、既存投資家の Lightspeed Venture Partners, Sequoia, Greenoaks Capital からの 10 億ドル投資。(PhocusWire 2/7 <https://bit.ly/2Nb4kuz>)

#### ➤ **エクスペディア 2018 年決算二桁増**

Expedia Group の 2018 年決算が二桁の増収と増益を達成した。グロス販売額は前年比 13% 増加の 1 億ドル弱 (約 11 兆円) を達成した。収入は 12% 増で米国収入と国際収入がほぼ均衡、調整純利益が 112 億ドルで 33% 増、調整 EBITDA 利益が 15% 増加した。Expedia Group の中核事業である宿泊プラットフォームには 100 万軒以上の施設が存在する。2018 年には 20 万軒増加した。この増加数は 2017 年に達成した増加数のおよそ倍となる。37

万軒は HomeAway から移動させた施設である。これは、HomeAway の即予約可能総軒数は 180 万軒のごく一部。

グロス販売額の増収に主として貢献したのは、Brand Expedia, HomeAway, Hotels.com, Expedia Partner Solution。宿泊は Expedia Group の収入の 69%を構成する。広告とメディア収入構成比は 10%、航空は 8%、その他が 13%となる。

グローバルの総旅行市場シェアは、北米で 13%、EMEA で 3%、APAC とラ米で 2%、継続してシェアの拡大に努力している。数年前に約三分の二を構成していた直販のデータは更新されていない。引き続き Google やメタサーチのペイドサーチチャネルと直販のバランス（直販の拡大）に腐心する。

2018 年の検索エンジン、TV、ラジオ、紙媒体広告、アフィリエイトプログラムのコミッションなどのマーケティング費用は 12% 増加した。(PhocusWire 2/8 <https://bit.ly/2SasCpo>)

#### ➤ 航空会社の機内エンタメ

航空会社のシートバックのスクリーンが、余り見られなくなっている。搭乗旅客が自分のモバイルを使用しているからだ。旅客は、航空会社のシートバックのコンソールよりも、機内 Wi-Fi 接続を利用したモバイルエンタメを期待している。このチャンスを活かすべきだ。航空会社は、アプリ、映画ライセンス、機内誌作成の長い経験を有している。これらの 3 つの資産を利用して、航空会社のアプリにコンテンツライブラリーを作り、アプリをエンゲージメントハブにするべきではなかろうか。ダウンロードされたコンテンツの閲覧時間は制限する。旅客は、映画や TV 番組の搭乗前のダウンロードが可能になる。FFP のアワードにもこれらのコンテンツを加えたら良い。そうすれば、航空会社は機内エンタメのハードウェアや、Wi-Fi 負荷の問題や、客室乗務員の煩わしい機内エンタメ機器に関する説明も不要になる。機内誌のコンテンツと広告もアプリに掲載したら良い。そうなれば機内誌の印刷や配送コストが不要になる。そしてホテルのアプリともコラボしたら良い。航空会社とホテルは、彼らのアプリを予約やチェックインのツールにするだけでなく、旅程全てにわたったエンタメツールにもするべきだ。これは、インフラとアプリをすでに保有しているのだから、少ないコストで実現できる話だ。(PhocusWire 7/11 <https://bit.ly/2tiU4aA>)

#### ➤ セーバー第 4 四半期 増収増益

Sabre の第 4 四半期は、収入が \$ 923.9M (+4.8%)、純益が \$ 84.4M (+3%)、営業利益が \$ 121M (-10%)であった。営業利益の減少は、Travel Network のインセンティブ費用と減価償却費の増加によるもの。セグメント別では、Travel Network 事業の収入が \$ 775.2M (+7.5%)、Airline Solution 事業の収入が \$ 201.9M (+1.7%)、Hospitality Solutions の収入が \$ 66.7M (+3.8%)であった。

Farelogix 買収は、今年第 2 四半期に買収手続きが終了する予定。Sabre の Airline Solution 事業における航空会社との契約更新は 94%が終了している。2023 年まで有効の契約が 75%にのぼる。2019 年の見通しは 2018 年 \$ 3,867B の 6%増の \$ 4B。(PhocusWire 2/12 <https://bit.ly/2SDCxJ4>)

#### ➤ トリアド第 4 四半期 増収増益

TripAdvisor の第 4 四半期の収入が \$ 346M (+8%)、通期では \$ 1.62B (+4%)となった。連結調整 EBITDA は \$87M (+38%)、通期では \$ 422M (+27%)であった。2019 年には連

結調整 EBITDA の二桁増益を見込む。ホテル部門の調整 EBITDA が第 4 四半期で 25%、通期では 24%増益となった。ホテル部門が立ち直って、全社収益に貢献した。TripAdvisor は、現在 220 万軒の宿泊施設をリストしている。ノンホテル部門では、百万のアクティビティと 490 万のレストランをリストアップしている。このセグメントの 2018 年の収入は、\$ 458M (+27%)で総収入の 28% (2017 年 23%) を構成する。Rentals を除けば +40%の増収となる。この増収は、Viator と Bokun 買収によるところが大きい。TripAdvisor のプラットフォームでは、159,000 件 (前年比+90%) の予約可能のエクスペリエンスをリストしている。Rentals は減収傾向にあり、このセグメントへの投資は実施しない。(PhocusWire 2/13 <https://bit.ly/2SJMZ1V>)

### ➤ 米航空会社の 2019 年注目すべき 4 つのトレンド

米航空会社の 2018 年の収入が 5%増加した。供給増、旅客需要増、イールド改善、付帯サービス需要増に支えられて 2 年連続の増収を達成した。

Phocuswright が、米国航空会社の注目すべき以下の 4 つのトレンドを明らかにしている。

#### (1) ベーシックエコノミー運賃

LCC に効率的に競争するために、“バラバラ運賃”(unbundled fare) の提供を拡大している。ノーフリルのベーシックエコノミー運賃がそれだ。一方でバラバラ運賃を再度組み合わせた運賃 (re-bundled fare) についても作っている。この再組合せ運賃は“運賃ファミリー”と呼ばれている。消費者や OTA にとっては、この運賃を他社運賃と比較することが困難だ。航空会社がこのようなアラカルトの運賃や付帯サービスをますます作るリテラーとなりつつある。

#### (2) 付帯サービス

2018 年の付帯サービス運賃収入は全収入の 12%であった。この構成比は、より洗練した付帯サービス運賃システムによって今後ますます増加するだろう。OTA やメタサーチではこの運賃の比較が困難なので、航空会社のサイトへのアクセス (直販) を増加させるだろう。

#### (3) メタサーチ利用

GDS と OTA の高いコミッションに嫌気した航空会社が、直販拡大戦略を採用している。

(メタサーチ経由で顧客を自社サイトに誘導したり) 付帯サービスを拡大したりして、直販を増加させることに継続して腐心している。

#### (4) NDC 流通

当初、航空会社は NDC を使って GDS をバイパスする (流通コストを削減する) ことを考えていた。しかし今では、NDC 採用スピードは緩慢であるけれども、間接販売チャネルにおけるプロダクトマーチャンドライジング能力 (商品販売計画能力) 向上を NDC 導入の主目的としている。

(Phocuswright 2月 <https://bit.ly/2GOFNdt>)

### ➤ 中国シジ、買収に拍車

中国テクノロジーサービスプロバイダーの Shiji が、コンテンツ管理とビジュアル流通プラットフォームの Ice Portal を買収した。Shiji のホスピタリティ顧客にビジュアルコンテンツを流通させることがこの買収の目的。Ice Portal によってホテルは、写真、ビデオ、360 度ツアー含むメディアを、数千の OTA やグローバル流通システムやホールセラー経由で旅行者に届けることができる。Shiji は、6 万以上のホテル、20 万のレストラン、40 万の小売アウトレットにサービスするプラットフォームである。Ice Portal 買収は、SnapShot

と StayNTour の 2 つの買収に続くものである。これらの買収は、Alibaba から調達した \$ 486M の資金を使って実現した。2021 年までに、インターネットのコンテンツの 82% がビデオになると予想されているので、ビジュアルコンテンツの管理と流通のためのプラットフォームが、ブランドのパフォーマンスにとって重要になる。(PhocusWire 2/14 <https://bit.ly/2X9y53u>)

➤ **GoEuro の世界展開**

トランスポートプラットフォーム GoEuro (本社ベルリン、創立 2013 年) が、南米、アジア、米国への世界展開に乗り出す。同時に社名を Omio に変更した。欧州ではポルトガル、アイルランド、北欧、東欧へも拡大、ロングテールのサプライヤーについても追加する。具体的には、グローバルの流通システムには登場しない小さな村のリージョナルバス輸送についてもモバイル機器のワンクリックによるチケットングを可能にする。この他、マルチモーダルのトランスポートエーションの旅程を単一トランザクションで検索するためにシステムを改善する。現在の月間ユーザー数は 2,700 万、サービス展開国数は 15 カ国、18 言語によるサイトを用意している。昨年 10 月 1.5 億ドルの資金調達を実施した。(PhocusWire 2/14 <https://bit.ly/2Ehi6cc>)

+++++