

海外事情 12月24日号

- アジアの卸業者4社が連合
- Z世代のニーズ、現状に相反
- 航空便と地上輸送を接続予約
- 航空会社がサイバー攻撃対策
- アマゾンの旅行参入を予想

以上は、トラベルジャーナル12月24日号をご覧ください。

### ➤ LHの新B2B旅行プラットフォーム

LHが、同社のイノベーションハブで養成したB2BスタートアップYilu（ベルリン）を立ち上げた。このスタートアップは、旅行と交通のプラットフォームで、多くのプロバイダーのサービスを1つのプラットフォームに集めることを目的としている。Mytaxiの統合により、Eurowing（LHのLCC子会社）の顧客は、同航空会社のアプリからタクシー配車が可能になる。同様にホテル、航空会社、その他の旅行会社も、単一プラットフォームのコンテンツにアクセスして、それを自社のWebサイトやアプリで顧客に提供することが可能になる。将来は、リコメンデーション・エンジンを開発する計画だ。Yiluのスタッフ25名は、来年夏には倍増される。LHイノベーションハブは、約4年前に設立、Yilu、FlightPass、LHのオープンAPIを含む広範囲のプロジェクトに取り組んでいる。（PhocusWire 11/29 <https://bit.ly/2AYirxw>）

### ➤ マリオットで大量個人情報漏洩発生

スターウッド予約システムから、過去4年間に亘って、5億人の個人情報漏洩が発生したとマリオットが発表した。この漏洩はマリオットによるスターウッド買収前の2014年から始まっていたもので、合併による混乱などで4年間も長きにわたって気づかれず、今年9月になってやっとやっと発覚、11月半ばになってこの事件が発表された。

うち3億2,700万人分は、氏名・住所・電話番号・メールアドレス・旅券番号・スターウッド優先ゲスト（SPG）会員情報・生年月日・性別・チェックインおよびチェックアウト情報・予約時期・優先通信手段を含む個人情報が漏洩しており、最も重大なリスクをはらんでいる。残る1億7,300万は、氏名・住所・メールアドレスの漏洩に限られている可能性がある。

マリオットは、3億2,700万人の漏洩ケースでは、宿泊客のクレジットカードの詳細もハッキングされていると言っている。幾つかについては、クレジットカード番号・有効期限が漏洩している。クレジットカード番号についてはAES-128により暗号化されており、暗号を解読するためには2つのコンポーネントが必要となる。しかし、この2つの解読コンポーネントもハッキングされている可能性があると言っている。当局と警察が調査を開始している。

今回の大量漏洩事件は、ホテルから個人情報のハッキングが増加しているにも関わらず、その対策が後手に回っている実態を浮き彫りにしている。収入増に直接結びつかず、ややこしい金のかかるシステム対応を求められる情報漏洩への対処が遅れているのだ。データセキュリティ対策のために、旅行業界へのデータ保護規則導入の検討が必要になっている。ホテルでは、個人情報漏洩を恐れて、データを駆使したパーソナリゼーシ

## フォーカスライト Japan

ン・マーケティングを敬遠するかもしれない。(PhocusWire 11/30  
<https://bit.ly/2SyMpzh> 他)

### ➤ **Phocuswright Conference Innovation Summit Winners**

11月13日～15日於LAXで開催されたPhocuswright Conferenceには、日本を含む45カ国から2,000人以上の旅行業界幹部が集まった。会議の目玉の1つである改革者コンテスト (Innovation Summit and Launch Pitch) では、以下の9社が受賞した。

Summit = 新興企業 対象

Launch = 既存企業 対象

### 2018 PHOCUSWRIGHT INNOVATION PLATFORM WINNERS **AWARD FOR TRAVEL INNOVATION**

#### **Emerging Category Winner:** Sleepbox, Inc.

Sleepbox is a technology-driven micro-hotel providing frictionless, autonomous, affordable, private and safe housing during travel. (Summit)

#### **Emerging Category Runner-Up:** Perfect Price

The dynamic pricing platform that uses AI and machine learning to maximize profitability in an increasingly digital world. (Summit)

### **AWARD FOR TRAVEL INNOVATION**

#### **Startup Category Winner:** ConnexPay

How travel companies accept cards and pay for travel to save millions of dollars in fees is transforming. (Summit)

#### **Startup Category Runner-Up:** Airside Mobile, Inc.

Airside's new privacy-by-design, consumer-centric ID platform offers a faster path to deploying biometrics in travel. (Summit)

### **BRAND USA MARKETING INNOVATION AWARD**

#### **Winner:** Vivere.travel

Vivere.travel transforms your vacation vision into reality. A personalized, interest-based, visual travel guide. (Summit)

### **THE GENERAL CATALYST AWARD FOR TRAVEL INNOVATION**

#### **Winner:** Sleepbox, Inc.

Sleepbox is a technology-driven micro-hotel providing frictionless, autonomous, affordable, private and safe housing during travel. (Summit)

### **OAG AWARD FOR AI INNOVATION**

#### **Winner:** Baarb

This enterprise B2B platform is helping global travel brands deliver

## フォーカスライト Japan

hyper-relevant search results based on travelers' preferences. (Summit)

### PEOPLE'S CHOICE AWARD – SUMMIT

**Winner:** Sleepbox, Inc.

Sleepbox is a technology-driven micro-hotel providing frictionless, autonomous, affordable, private and safe housing during travel. (Summit)

**Runner-Up:** Rentals United

Discover how the vacation rental industry is drawing off new tech and how we propose to create the most advanced automation platform the sector has ever seen. (Summit)

### PEOPLE'S CHOICE AWARD – LAUNCH

**Winner:** AirHelp

Machine learning: AirHelps' bots in charge of handling claims. (Launch)

**Runner-Up:** Tinyclues

Tinyclues' AI-first solution reinvents how marketers work while doubling their campaign revenue and improving the customer experience. (Launch)

Learn more about the winners and all of the innovators [here](#).

(Phocuswright November <https://bit.ly/2QqDJPb>)

### ➤ 2018年の回顧と展望：ブロックチェーンと旅行

旅行業界のためのブロックチェーンベースのイニシャティブを開発している企業が世界に多く存在する。これらのほとんどは、流通・ロイヤルティ・個人認証・オペレーションの4つのうちの1つに携わっている。2018年の回顧と展望では、旅行ブロックチェーンのスタートアップについて詳細を調査する予定であるが、Travelport, Tui Group, SITAなどの既存の大手企業も主要なブロックチェーン研究と開発を行なっている。ここではSITA研究所のプログラム・マネジャーであるSherry Steinに、航空輸送業界に対するブロックチェーンの応用例のアップデートと、彼女の2019年予想について解説してもらった。

SITA Air Transport Insight は、59%の航空会社が2018年にブロックチェーンを試験し、34%が2021年までにブロックチェーン研究と開発プログラムを計画すると報告した。ブロックチェーンが、航空会社のアジェンダに載っていることは確かだ。

#### 密接な協力

ブロックチェーンは、単体組織には馴染まない。1つの組織であれば、スタンダードのデータベースのテクノロジーを使用した方が容易でありかつ安いだろう。

ブロックチェーンは、複数の組織にわたって、参加組織間の信頼性のレベルの向上とか仲介業者の一掃の共通した願望に対応した新しいものを生み出す。航空会社が相互に協力して、ことに当たらないと実現しない。マルチのブロックチェーンネットワークを構

## フォーカスライト Japan

築するのは難題だ。SITA は、主要の業界調査プロジェクトである Aviation Blockchain Sandbox をセットアップして、航空会社間のクラウドベースのブロックチェーンネットワーク作りにも努力している。

### フライト情報

フライトデータの問題は、業界のよく知られた問題である。真実のデータの単一ソースが存在せず、データに全ての関係者が容易にアクセスすることができないでいる。顧客のスマホ上と、空港ターミナルのスクリーンと、航空会社スタッフのコンピューターが同期されていない現実がある。FlightChain トライアルは、フライト情報のこの現状を改善するブロックチェーンの応用例である。このトライアルでは、SITA Lab は、BA、ヒースロー空港、ジュネーブ空港、マイアミ国際空港で実証実験が開始されている。

### ブロックチェーンと IoT

ブロックチェーンと IoT の結合は、航空輸送業界における働き方を変化させる極めて大きな可能性を秘めている。ブロックチェーンは、組織に対して、高価な複雑な IT インフラストラクチャーのセットアップ無しに、彼らの IoT データを活用し、パーティー間のビジネスプロセスを自動化する。

その1つの応用例が、ULD コンテナの配備状況のデータをブロックチェーンに記録させる航空貨物管理だ。スマートコントラクトが、このソリューションに統合され、貨物の配達と同時に航空貨物料金の決済が完了する仕組みが取られている。このソリューションは、プロセスの効率化とハンドリングコストと紛失貨物を削減する。2019年には、今日の多くの紙のプロセスが、デジタルソリューションに移行するだろう。

### ブロックチェーンと生体認証

ブロックチェーン ID 管理のトライアルが生まれつつある。ブロックチェーンとバイオメトリックの結合により、個人認証管理 (ID 管理) が格段に進化する。バイオメトリックのトライアルは、全旅程における旅券やドキュメントのチェックを不要にしようだろう。頻りに旅行する旅行者は、空港における ID チェックの記録がブロックチェーンに記録される結果、“信頼おける旅客”としてのステータスを確立することができるので迅速なチェックポイントの通過が可能になる。同時にセキュリティーゲートの係員は、その他の旅客の厳重審査により多くの時間をかけられることになる。IATA の One Identity イニシアティブは、長い間、真のペーパーレス旅行とシングルトークン旅行に挑戦してきた。しかし、未だにエンドツーエンドの真のペーパーレス旅行は実現できていない。SITA は、2018 年 7 月に Founding Steward として Sovrin ネットワークに参加、世界のどこの飛行場でも通用するブロックチェーンによる self-sovereign ID ソリューションの開発に努力している。

(PhocusWire 12/4 <https://bit.ly/2G6nQZs>)

### ➤ Lyft、バイクシェアに 1 億ドル投資

Lyft が、バイクシェア Motivate を買収した後で、これに 1 億ドルを投資することを計画している。Motivate は、米国市場 80% を席卷する最大バイクシェア企業である。(12 月 6 日付 Wallstreet Journal は、Lyft が秘密裏に証券取引所の上場の仮申請を行った

## フォーカスライト Japan

と報じている。上場期日は2019年初頭と言われている。至近の企業評価額は150億ドル。) (PhocusWire 12/5 <https://bit.ly/2B19x2c>)

### ➤ 2018年の回顧と展望：トラベルマーケティング

将来の旅行、マーケティングと広告戦略、Google と Amazon に対する膨張する恐怖、モバイルのインパクト、パーソナリゼーションと音声認識テクノロジーはどのようになるのだろうか？MMGY Global CEO Clayton Reid に聞いた。

観光旅行や法人旅行の管理と予約から、サプライヤーのオペレーション効率化のためのテクノロジーの利用まで、旅行ほど大きなデジタルへの変化率は、世界の他の業界では見つけられない。MMGY は、2019 年に向けて 5 つの大きな変化を予想する。

#### (1) 観光旅行消費性向低下と商業レート高騰がデジタル化に影響を及ぼす

2017 年後半まで 20 四半期連続で大きな旅行需要増を得ることができた。2017 年のピーク以来需要増加傾向は緩和され 2018 年には減少した。2019 年の懸念材料は、RevPAR 低下 (3.2%増から 2.6%増) と航空国内線搭乗旅客数の月間約 7,500 万人規模での横ばいだ。

2019 年の需要カーブの増率緩和は、市場支配を継続できるかどうかの真のテストを OTA やその他の仲介業者に突きつけることになる。もちろん全ての市場における需要緩和は、破壊者 (disruptors) たちに継続して好機を与えることとなるが、今日より良いポジションを確保し旅行計画ファンネルの上部と中部で旅行者の意思決定に食い込んでいるサプライヤーたちが、その好機をより多く得ると考える。航空会社、ホテル、レンタカー、アトラクションの企業は、Concur, Deam, TripAction などの法人旅行プラットフォームと密接に連携しながら、データ分析に基づく特別販売オファーを使って、観光旅行者への直販を強化している。

その他の重要なトレンドは、

- ✓ サプライヤーの一層のコンソリデーションが、OTA とその他の第三者パーティーの犠牲の上に、デジタルマーケティングの効率化を促進し流通コストを低下させるだろう。
- ✓ Allegiant, Frontier, Spirit, Norwegian などのウルトラローコスト航空会社 (ULCC) が Google Flights 検索やメタサーチのデジタルチャネル経由で更に格安運賃を提供するだろう。そして旅行会社経由の販売を再び開始するだろう。
- ✓ エコノミーと豪華旅行の間の区分がより明確になり、航空会社はバジェット旅客と富裕層旅客の両方への対応が必要となる。
- ✓ インベントリーと規則に対する風当たりが強くなるので、民泊やライドシェア需要は横ばいとなるだろう。

#### (2) Amazon が大々的に旅行チャネルへ参入する

トラベルジャーナル 12 月 24 日号参照

#### (3) データ、GDPR、パーソナリゼーションの継続

2018 年は、データプライバシーと Facebook やその他のオンラインデータ収集についての疑問が高まった年であった。2019 年は、それらのプラットフォームが、消費者が

## フォーカスライト Japan

個人情報提供との引き換えに、どれだけ真のバリューを受け取ることができるかを更に証明しなければならない年となる。マーケターたちが、消費者が許可した、ロケーション購入行動と結びついた、リアルタイムの意思決定と結びついた、ファーストパーティーデータの収集にプレミアムを支払う通り、旅行業界は真の旅行キュレーションの真只中に立っている。

注視しておくべき重要なトレンドは：

- ✓ 人々が、個人情報提供に抵抗してアプリや Web コンテンツ利用を回避する兆候は全く存在しない。80%のアプリのダウンロードには、データシェアリングに関するデフォルトアグリーメントが付けられている。
- ✓ テクノロジーによる刷新がデータの可視化を増大し、どのプログラマティック・ネットワークが真のバリューを提供しているかを明らかにする。サブドインプレッションよりもデータダイレクト接続が好まれるので、広告プラットフォーム仲介業者の排除が予想される。
- ✓ より長期の AI テクノロジー発展は、テクノロジー改革を悪化させるだけだ。
- ✓ 広告クリックパスにおける中抜き (disintermediation) は、より叡智なターゲティングによるコスト削減と ROI 向上をもたらす。
- ✓ 旅行のスペースにおける効果的広告ターゲティングにおける Facebook と LinkedIn の席巻が、ファンネルの最上部と最下部で継続するだろう。
- ✓ 企業 (brands) は、個人データを得るために何らかの支払いを開始するだろう。例えば、詳細プロフィール情報と個人特定情報の提供との交換で、機内無料 Wi-Fi を提供する。

### (4) 伝統的広告手法への復帰

クライアントは、広告予算をデジタルから屋外広告、放送、PR、イベント、そして、紙媒体や DM にさえもシフトさせている。検索とデジタルユニットへの巨大投資によるコストアップ、ROI 低下、インベントリー低下 (特にモバイル) がこの原因である。Booking.com や Expedia さえもが、彼らのマージンが低下したために、より多くの資金を伝統的メディアにシフトさせている。その他のファクトとして：

- ✓ 2019 年のラジオ広告 (6.5%アップ) と全国 TV 広告 (2%アップ) が増加するだろう。OTT は 10%増加するだろう。
- ✓ 64%の旅行者が、ブランド認知が旅行意思決定の重要な要素であると言っている。ブランドビークルが、マーケティングミックスに必須となる。
- ✓ しかし、より多くのコード・カッティングと OTT のニッチコンテンツが、より狭められたターゲットチャネルの方を好んで、伝統的ネットワークとコンテンツハブを蝕んでいる。

### (5) モバイルの次の水平線、ボイスと AI がやって来る

消費者は 1 日 200 回モバイル機器をチェックし、1 週間に 20 時間モバイルでブラウジングしている。最近のより重要なトレンドは、米国の家庭における Web が可能な相互通信機器が今や 12%も存在することだ。2020 年までには、全ての検索活動の 50%が音声検索になるだろう。それは、我々が使用するデバイスのもう 1 つの大きなシフトが発生することを意味している。音声による購入は、現在 1%と僅かであるが、2020 年までには 7.600 万の所帯がスマートスピーカーを保有するだろう。音声によって、よ

## フォーカスライト Japan

り密接に IoT と繋がることになる。Carnival, Marriott, LH 航空などの企業は、AI ベースの消費者サービスのプログラムを開始している。

- ✓ KLM は、スマートアシスタント BB が、現在、計画から予約までの数百万の双方向通話を取り扱っている。このようなボットがコントロールするオンライン双方向通話の自然な進化が、インフルエンサーの世界を含むオーガニックソーシャルを排除するだろう。コンテンツの信憑性はもちろん、インフルエンサーの価値の透明性（より良い見易さとコンバージョンメトリックスを通じた）が 2019 年に加速するだろう。
- ✓ 空港アクセス、セキュリティー、ボーディングの顔認証がすぐそこまで来ている。2019 年には幅広いテストが開始され、空港遅延を緩和するだろう。

一方、AR や VR の旅行における採用率は依然として小さいものの、Statista は、今後 4 年以内に 2,070 億ドルの市場に成長すると予測している。そしてこの Business Insider のニュースは、マーケターの 51%が消費者の好みを割り出すために AI を使用していると伝えている。

デジタルエコシステムは、より良いデータと、オンライン UX と、キュレートされたトランザクション接続と、改善されたトラベルエクスペリエンスを統合して、継続して進化しているので、我々の業界は今や幅広いグローバルコマースの実験台となっている。Uber, Airbnb, Ctrip やその他の多くの企業は、フォロワーではなく世界の改革者と見られており、旅行業界全体は、経済のその他の領域の手本となるほど有意義かつエキサイティングな方法で自身を活性化させている。今後 10 年間、仲介業者、データプライバシー、ベストプラクティスの多くの展開が継続するが、ここ数年と同様に、2019 年にはさらに驚きと偉大なアイデアと劇的な変化をもたらすことが期待されている。(PhocusWire 12/5 <https://bit.ly/2Qitbl0>)

### ➤ **Arrivedo、ホテル向け API 開発**

宿泊客向けのパーソナライズされたホテル周辺ガイド Neighborhood Guide を作成している Arrivedo (サンフランシスコ+リマ) が、ホテル向けの API を開発した。これに接続するホテルは、Arrivedo が提供するホワイトレーベルのキュレートされた周辺ガイドを利用することができる。現在、Arrivedo は、Hyatt, Kimton Hotels, Marriott ブランドを含む 250 都市の 1,000 ホテル向けのガイドを作成している。同社のプラットフォームには 32,000 箇所の 8,000 エクスペリエンスが提供されている。Arrivedo の 2,300 人の協力者がホテルスタッフと面談してガイドをキュレートしている。(PhocusWire 12/5 <https://bit.ly/2L5eLij>)

### ➤ **Amazon、世界ホテルプログラムで HRS を採用**

大手グローバルホテルソリューションプロバイダー HRS が、世界最大の小売業 Amazon と複数年に亘る画期的な契約を締結した。Amazon は、2019 年から世界のホテルの調達を HRS にアウトソースする。Amazon は、同社のグローバルホテルプログラムを強化するために、その他の HRS ソリューションを展開するオプション権を有している。Amazon は Business Travel News の「米国トップ旅行プログラム」番付で、第 12 位にリストされている。(Business Wire 12/5 <https://bit.ly/2L5hlov>)

## フォーカスライト Japan

### ➤ Uber 上場

Lift の上場申請準備開始の 2 日後に、Uber が同様に上場の準備を開始したと Wall Street Journal が伝えている。2019 年第 1 四半期の上場と伝えられている。Uber の直近の企業評価は 720 億ドル。Travis Kalanick によって 2009 年 2 月に創立し 10 年近く経った現在までに 200 億ドルを負債ないし株式で調達した。日本のソフトバンクが数 10 億ドル、トヨタが最近 5 億ドルを投資している。

Uber の第 3 四半期の損失は、9.39 億ドル（前四半期比 32%増）、EBITDA 損失 5.27 億ドル（前四半期比 21%増）、収入は 29.5 億ドル（前四半期比 5%増、前年同期比 38%増）となっている。（TechCrunch 12/7 <https://tcrn.ch/2zPcq6q>）

+++++