

## TJ 海外原稿 5 月 21 日号

### マリオット、体験プラン強化

- エアビー、MICE 企画者を支援
- GBT、地上輸送比較サービス
- ホテル宿泊予約で詐欺横行
- トリアド、影響力が拡大

については、トラベル ジャーナ 5 月 21 日号をご覧ください。

### ➤ AI 分析-part1:旅行業界システム大手

Microsoft 社はつい最近 AI を次の世代の最重要技術として、AI を重点とした組織再編を発表した。Harvard Business Review では AI を最重要の汎用技術だとしている。スタンフォード大学では各分野での活動や進捗を追跡するオープンな AI index の開始を発表するなど、AI はかなり定着していることは明らかなだ。旅行業界において AI は旅行者のオンライン検索でのアイデア、イメージに始まり航空運賃、宿泊、目的地での体験に至るまでのステップすべてに関わるようになってきた。マシンラーニング（機械学習）として知られる人口知能の部分集合（サブセット）は 1 ビット、1 バイト追加されるごとにより早く、よりスマートに、より役に立つ機能となり続けることとなる。

今月は AI の旅行における現在と将来の可能性について深堀する。まずは 3 大 GDS の Amadeus, Sabre, Travelport から見てみよう。

#### <背景>

GDS は流通、サプライヤー、仲介業者の中心にある伝統的な旅行システムの提供者だ。3 社とも AI をプラットフォームやプロセスに装備するために多大な資源を投入しており、営業チームのサポート、デジタルマーケティングの改善、詐欺の検出、社内システムの監視、旅行会社業務の自動化などに AI を利用したさまざまな実例を体現している。しかしながら最終的に最も重要な顧客である旅行者が”見る”から”予約する”へ促すソリューションとなることを AI に期待していることは明らかなだ。

#### <細分化と個別化>

例えばロスからロンドンへのフライトを探している旅行者へ何百もの選択肢の

中から、どうやったら最適な選択を提示できるかということはサプライヤーにとっての最大の課題だ。解決策は顧客を知ることであり、GDSはそれを容易にしようとしているのだが、他の業界より旅行ブランドにとってはより大きなチャレンジとなる可能性がある。

Amadeus の AI 研究グループの責任者アクーナ氏によると「Amazon などの小売業界は顧客ごとの情報を持ち顧客をよく知っているが我々は個人化されたデータが少ない。利用頻度も買い物に比べて旅行の 80%は年に一回かそれ以下だ。そうはいつでも GDS は毎日買い物や予約での 150-200TB のデータ処理から、出発日、行き先、予約のクラス、滞在日数など AI が顧客を個別に細分化するのに十分なデータがある」

Sabre のチーフサイエンティスト、バイノッド氏は述べている。「我々は顧客を知らないにしても出張なのか週末の旅行なのか家族連れでの滞在延長なのかは把握しており、この細分化されたデータを推奨の手段に使います。顧客にターゲットを絞った回答を返すという点では旅の前後の状況把握ということが最も重要な考え方かもしれません。」

Sabre は顧客の個別分析と、フライト時間、運賃などの選択属性を組み合わせて選好性主導型エアショッピングというソリューションを作った。

「これはお勧めを個別化できるので顧客に多数の選択肢の中から最適のものを表示することができ、旅行会社が行っている大部分が再現できます」とバイノッド氏は言っている。GDS の手動での退屈なプロセスを AI により自動化でき作業がはかどるというわけだ。

Travelport のチーフアーキテクトであるクロージャー氏によると「我々は AI を使って何を売り、何を転換したか、どのルートがベストかを学習するために検索のアルゴリズムを徹底的に見ています。旧来の方法ではなく AI を活用した学習反復により、最終結果が顧客に関連づけられるようになります。」クロージャー氏は次の段階は AI を使って特定のフライトに乗っている旅客の好むホテルのタイプを理解させ、旅行者とのタッチポイントでよりよい接触を持つことだと言っている。

<その他の機能>

スピードと正確性はコンバージョンにおいて決定的な原動力だが、AI はどちらも改善できるとクロージャー氏は言う。

「現在、キャッシュの結果の予測可能性が期限切れになる可能性がある場合に

顧客にごく近いキャッシュサーチの結果とそれを理解するためにAIを使っています。つまりキャッシュでどれくらいのリフレッシュレートが必要かモデルづくりを始めており、これは業界を大きく前進させることができると思います。」GDSはAIを需要予測や運賃予測にも利用している。最終的にこれらのソリューションは、旅行者のニーズを満たすことにより旅行ビジネスを成長させるという共通の目標をもって設計されている。

「旅行者は目的地での体験を楽しむために旅行する傾向があります、AIが行っていることは目的地での体験を最大化してそれに至る手間を最小限に抑えることだということがわかんと思います。」とクローチャー氏は述べている。

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

### ➤ アップル、ブラックベリーの二の舞？

スマートフォン市場を開拓した BlackBerry が、2007年に Apple の iOS と Google の Android に完膚なきまでに駆逐されてしまった。2011年に開発した Apple の Siri が同じ軌跡を辿らないとも限らない。デバイスの機能を重視してスマホ市場中心戦略を維持する Apple に対して、スマートスピーカーの新市場を開拓している Amazon の戦略が際立っている。Siri はモバイルのタスクを助ける役割を担っているのに対して、Amazon の Alexa は未だ不完全ながらボイスアシスタントで幅広い Q&A に対応する。Apple の今年 2 月にリリースしたスマートスピーカーは、Amazon Echo に比べて評価が良くない。減産しているとの情報もある。また Amazon Echo に 2 年遅れて登場した Google Home は、Google の巨大なリソース幅広い AI のポートフォリオ、自然言語処理能力、ナレッジグラフ、グローバルなテレコムキャリア、OEM 機器提携などを背景に Amazon とのギャップを直ぐにでも埋める可能性を秘めている。Apple は Siri を iOS モバイル App から切り離し、彼女に新たなフォーカスを伴った新たな生命を与えるタイミングがきている。(voicebot.ai 4/15 <https://bit.ly/2Hpko8n>)

### ➤ 東南アジアのバジェットホテル RedDoorz

東南アジアのバジェットホテル RedDoorz が、中央 Java の 100 軒以上のホテルを加え、自身のポートフォリオを 20% 拡大した。2015 年設立のシンガポールベースの RedDoorz は、インドネシア・シンガポール・フィリピンに 500 軒以上のバジェットホテルを運営する。今後 18 ヶ月間で、完全リースのプロパティ

100 軒と、フランチャイズのプロパティ1,000 軒を追加する。すでに\$20 million の資金を調達した。投資家には Sushquehanna International Group の Asia Investment Fund, International Finance Corporation, InnoVen Capital, Jungle Venture の他、新規投資家として DeepSky Capital, FengHe Group, Hendale Capital が存在する。(Tnooz 4/17 <https://bit.ly/2vEcsyE>)

### ▶ パナソニックの機内販売ソリューション

Panasonic Avionics は、同社のエンドツーエンド デジタルリテール ソリューション NEXT を進化させる。機内エンターテインメントとの接続を強化しつつ新たな機内販売とロイヤルティのオプションを航空会社に提供する。そしてデータ管理を充実させて、集積した顧客データの分析結果を Next Marketplace 運営にフィードバックさせる。そのために、機内食の Gategroup とデータ分析の Black Swan とクラウドサービスの Amazon Web Services と提携する。機内販売の在庫管理や機内食の適正量搭載にも資することになるだろう。(Tnooz 4/17 <https://bit.ly/2HhMhTU>)

### ▶ トリップ、エアビー、アゴダのデジタル成長戦略

市場全体の成熟化が進んでいるので、国際市場展開が成功に不可欠となり始めている。デジタルプレイヤー大手 3 社である TripAdvisor、Airbnb、Agoda のデジタル戦術を観察する。

#### TripAdvisor

極めてコンソリされている日本市場は、旅行 Web トラフィック Top 10 サイトのうち 8 サイトが日本のローカルサイトで占められ、Top100 の旅行サイトの 25% のトラフィックシェアを席卷するのは日本の 3 社 (jalan.net, navitaime.co.jp, travel.rakuten.co.jp) である。この市場ではモバイルのトラフィックが 94% 近くに達している。米国の 54% をはるかに超える。そこで TripAdvisor は、まずモバイルでの露出を倍増させた。次が SEO である。TripAdvisor は SEO の大家で知られている。TripAdvisor のブランド認知度が最大である米国では、ブランドキーワード検索が 46% を占める。ところが日本では 6% と限りなく小さい。ここではブランド認知が極めて低い。TripAdvisor は、できるだけブランド認知を上げる必要がある。

### Airbnb

世界市場展開で最も重要なことは、参入するローカルの市場と、他の何処と異なるかを知ることだ。しかし、それと同じように、他と似通う要素と既存の戦略をそのまま適用できるかを見つけることも重要だ。この手法で Airbnb はフランス市場で Top 20 サイトの中で、シェアが 25% 増となる成果を収めている。Airbnb は、フランスで新たなチャネルによる拡大よりも、自分自身の試行錯誤の方法で彼らのプレゼンスを増加させている。Airbnb の流入トラフィックの 65% はブランド検索とダイレクトだ。しかしこの方法による成長は未来永劫続かない。ペイド UA (user acquisition) を実施するならば、なお一層の成長が期待できるだろう。

### Agoda

東南アジアで支配的な市場の地位を得ている Agoda が、米国市場参入に努力している。競争激しい米国市場参入の試みは、東南アジア市場における支配力を弱めるリスクがあるが、今の所はそんなにそうになっていない。確かに東南アジア 10 市場のうち 8 市場で Web トラフィック シェアを減少させたが、その減少は 2% 以下とわずかなものだ。しかしオーガニック検索による成長の継続は困難となり、ここでもペイドへの以降が必要になるだろう。

(Tnooz 4/17 <https://bit.ly/2qP4s9c>)

### ➤ 旅行保険と AI

旅行保険ほど AI に適したものはない。ボリュームが大きく、台風などの影響で旅行のスケジュールが混乱した際に、旅行保険ほど顧客との双方向の会話が必要になるからだ。AI は、顧客との迅速なインタラクションを支援して、クレーム申請書の書き方などの単純な質問への回答をコンピューターが用意してくれる。また蓄積したビッグデータを分析して、顧客に最適な保険を提案するのも特に AI が役立つ。旅行保険の平均掛け金は 100 ドル以下で、その購入意思決定は他の保険に比べて早い傾向がある。Allianz の場合で年間 20 億の保険見積もりを作成している。Allianz は、マシンラーニングと予測解析 (predictive analysis) を使って、旅行会社や OTA やサプライヤーたちが販売する最適な旅行保険を作り出す。AIG Travel や Generali でも AI を利用して保険ポリシーを作成する。チャットボットへも AI が利用されている。AIG は WeChat アプリ

を試験している。単純な質問やクレーム（求償）に対応しているが、ボットと顧客サービスエージェントの人間のサービスとを、どのようにバランスさせるかが難問だ。（PhocusWire 4/17 <https://bit.ly/2vytv1K>）

### ➤ カーシェアーTURO

カーシェアー新興企業 TURO（サンフランシスコ）が、独立レンタカー企業を同社のプラットフォームに追加した。この新たな“Commercial Hosts”プログラムは、TURO の世界 56 カ国への展開拡大を支援するだろう。TURO のカーシェアリングレンタルは、現在北米と英独のみに展開。2012 年創業の TURO は、600 万会員を抱え 23 万台の乗用車をリストしている。住友と AMEX ベンチャーが TURO に投資、資金調達額は累計で 1.04 億ドルに上る。AMEX の投資は旅行エコシステムへ TURO を位置付け、住友の投資はアジア展開拡大に役立つ。Uber は、先週、P2P プラットフォームの Gateround との提携を発表した。Uber アプリの中の新たな“Uber Rent”が、Gateround の車の予約を可能にする。（PhocusWire 4/17 <https://bit.ly/2qT0k7n>）

### ➤ ソーシャルフード

ソーシャルフードの Eatwith が、中国の大手オンライン旅行サイト 5 社と提携した。これで中国人海外旅行者は、旅先でソーシャルフォードの体験がより容易にできるようになる。Eatwith は、ホームクッキングの食事を自宅や食事ツアーや料理教室で提供する 130 カ国の 25,000 ホストを掲載するサイトである。提携した中国大手 5 社は、Ctrip, Qyer, Tongcheng, Meituan-Dianping, Mafengwo。中国海外旅行者の 86%が旅行先のローカルの家で食体験をしたがっている。（PhocusWire 4/18 <https://bit.ly/2HypvmH>）

### ➤ アルバでブロックチェーン

カリブ海のオランダ領アルバ（人口 10 万人）は、年間 200 万人の観光客が訪れる GDP の 88%を観光で稼ぐ観光大国だ。観光従事者数は総就業者の 90%を構成する。そのアルバがブロックチェーンを試験している。アルバ新興企業とテクノロジー エコシステム開発を支援する NPO の ATECH Foundation が、ブロックチェーンを使って、同島のホテルが Expedia や Booking.com に支払っている高額な手数料（45%という話もある）をゼロにすることを考えている。ホ

テルが支払っている手数料をゼロにすることができれば、その分地元のホテルの利益がそれだけ増加するだけでなく、アルバの税収もそれだけ増すことになる。ATECH は、2017 年末にブロックチェーンの B2B 流通プラットフォームを開発している Winding Tree と契約した。そして 2018 年 6 月中にはアルバの初期段階のブロックチェーン プラットフォームを立ち上げる予定だ。アルバ政府もこのプロジェクトを支援している。(PhocusWire 4/18 <https://bit.ly/2HWZ51l>)

### ➤ カヤックのボイス

Kayak が、2 周年を迎えた Amazon Alexa のスキルの利用サービスを強化した。新たに航空便到着案内を問い合わせることができるようにした。空港に迎えに行く人にとっては至極便利だ。2016 年 5 月に立ち上げたスキルでは、航空便やホテル検索を可能にし、例えば「500 ドルで何処に行けるか？」などの質問にも回答できるようにしていた。2017 年 6 月にはホテル予約と Kayak アカウントへのアクセスを可能にした。今後は、航空便予約とか、ユーザーのカレンダーを事前に察知して目的地の会議場に近しいホテル予約をすとかのスマートな機能を充実させる計画だ。(PhocusWire 4/19 <https://bit.ly/2HyCEMz>)

### ➤ トリップ忍者の旅行計画支援

2014 年創立の Trip Ninja (加) が、複数都市を訪問する旅行計画を支援する B2B ツール FlexTrip (2017 年 6 月) と FareStructure (2018 年 2 月) を開発している。FlexTrip のテクノロジーは、旅行日ではなくて各訪問都市の滞在日数で航空オプションを検索できる。これらのプロダクトは、データソースとして GDS を利用しているため、OTA に対して容易にライセンスすることができる。そして look-to-book 率を阻害することなく、多くの組み合わせの中から最良のルートを探し出すアルゴリズムを開発している。(Tnooz 4/19 <https://bit.ly/2FtkZnO>)

### ➤ 航空会社、手荷物取扱改善

SITA の手荷物報告書によれば、2017 年の航空旅客数が 40 億人に劇的に増加したにも拘らず、航空会社の受託手荷物の取扱ミス率が過去最低の 1,000 個あたり 5.57 となった。これは、テクノロジー利用によるデジタル手荷物プロセスの成果だ。IATA は決議 753 により、4 つの地点 (チェックイン、航空機搭載、乗

継空港積替え、到着空港引渡し)における手荷物追跡を航空会社に義務付け、取扱ミスゼロを目指す。(Tnooz 4/19 <https://bit.ly/2HF17Qp>)

### ▶ ブッキング、フェアハーバー買収

Booking Holdings が、米 T&A のテクノロジープロバイダーの FareHarbor を買収した。FareHarbor は、2013 年創立で 5,000 の米 T&A のサプライヤーを抱えている。2015 年にベンチャー投資家から 11 万ドルの資金を調達した。Booking Holdings は、T&A ビジネスには手を出さないとする戦略を 100%変更した。QR コードを使って、いくつかの都市のアトラクションのチケット販売を開始している。Booking Holdings は B2C ブランドの買収よりも、テクノロジー企業の買収を優先させる。T&A についても既存の GetYourGuide などよりもテック企業の FareHarbor を選択した。2014 年の TripAdvisor の Viator 買収の後で、Booking Holdings が GetYourGuide を買収するのではないかという噂が流れていた。Booking Holdings は、Peek だとか Rezdy などのその他のロングテールの T&A を買収するかもしれない。ライバルの Expedia は、Local Expert ブランドに対してここ数年かなり多額の投資を行なっている。(PhocusWire 4/19 <https://bit.ly/2r6Y4tU>)

### ▶ スカイスキャナー多言語サービス

旅行検索エンジンの Skyscanner が、翻訳テクノロジーの専門家である Unbabel を使って、ロングテールの言語 (例えばルーマニア語とかフィンランド語) を話すユーザーの顧客サービスを向上させている。2016 年に Ctrip によって買収された Skyscanner は、30 カ国の言語を使う毎月 6,000 万人以上のユーザーを抱える。2014 年に Unbabel を使い始めた以前は、初回の問い合わせに対する平均レスポンスタイムは 17 時間で顧客満足度は 75%であった。顧客サービス係は 2012 年のたった一人から、世界時間と多言語に対応する 10 人のチームに増加した。

この顧客サービスチームは、Zendesk の顧客サービスソフトウェアを利用して、一般的な質問はセルフサービスに委ね、複雑な問い合わせだけに対応する。英語による問い合わせが 50%、上位 5 言語が 80%を構成する。Skyscanner は、残る 20%のロングテールに対して AI ベースのテクノロジーを使用した Unbabel の“Translation as a Service”プラットフォームを API により Zendesk



に接続させて対応する。この結果、最初の 1 年で、顧客満足度のスコアが 75% から 92% に上昇し、レスポンスタイムが 17 時間から 5 時間に 70% も速くなった。(Tnooz 4/20 <https://bit.ly/2FtyaVO>)

### ➤ Ctrip が AccorHotels と提携

中国最大 OTA の Ctrip が、仏最大ホテルチェーンの AccorHotels と提携した。中国人海外旅行者に対するパーソナライズした個人旅行への対応を強化する。そして Accor の少なくとも 250 のホテルで、中国人宿泊客に対するより良い接遇方法の研修を開始する。中国 OTA が海外ホテルチェーンと提携するのはこれが初めてではない。Alibaba と Marriott が 2017 年中頃に、Marriott の中国語のデジタルチャネルを管理させる合弁企業を立ち上げた。

中国人のカスタマイズ旅行人気が増している。Ctrip は、2016 年に立ち上げた Customized Travel プラットフォームの需要が拡大していると言っている。中国アウトバウンドツーリズム調査機構は、中国人のアウトバウンドのカスタマイズ旅行が前年比 130% 増加し、そのうちの 10% が欧州旅行であると指摘している。Ctrip のデータによれば、2017 年に中国人 600 万人が初めて欧州を訪問した。女性が半分以上で、23% が 50 歳以上の旅行者だ。中国海外旅行者の間では、欧州旅行の人気が強い。Ctrip は、スコットランドのツアーオペレーター Rabbie's を買収し、エンジンバラでは海外旅行中の中国人のための初めてのコールセンターを立ち上げる。(Tnooz 4/20 <https://bit.ly/2HC9Ne8>)

### ➤ トリアド、ボークン買収

TripAdvisor が Bokun を買収し、T&A (ツアー&アクティビティ) のサプライヤーを自身の流通チャンネルに掲載する。Bokun は、2012 年にアイルランドで設立された新興企業で、T&A のサプライヤーに対して在庫チャネルと価格管理のサービスを提供する。掲載手数料は 1% と一般的な 5%~6% よりも格段に低い。問題は、オンライン販売を希望しない T&A のサプライヤーがいることだと TripAdvisor は言っている。この買収は、Booking Holdings が米国の T&A テクノロジープロバイダーの FareHarbor を買収した 1 日後に発表された。(PhocusWire 4/21 <https://bit.ly/2I0NdeS>)

### ▶ ツアーアプリの苦悩

大手音響機器メーカーの Bose が、暫定的にツアーガイドアプリの Detour をソフトウェアとコンテンツとともに所有することとなった。Detour は、フラッシュセールスの Groupon の共同創業者で元 CEO の Andrew Mason が開発した App で、携帯電話の GPS を利用して旅行者が滞在する旅先現場のツアーの案内サービスを提供する。ガイドは、サンフランシスコ、オースティン、NYC、バルセロナ、パリ、ロンドン、マラケッシュの都市をカバー。しかし昨年 12 月に、オリジナルのプロダクトから離れてオーディオ編集プラットフォーム Descript を開発して以来、Detour の位置付けが曖昧になっていた。Detour を引き継いだ Bose は、これを同社の新たな AR（仮想現実）プラットフォームの一部に位置付ける。しかし、Bose が、コンテンツをホストする新たな提携者を見つけるまでは、このアプリを使うことができなくなる。再立ち上げするまでには、かなりの長い時間がかかるだろう。5 月 31 日までは無料ダウンロードが可能であるが、それ以降はこのアプリは使えなくなる。（(PhocusWire 4/23 <https://bit.ly/2HCPHMV>)

### ▶ カルチャートリップ、8 千万ドル調達

TripAdvisor とロングテールのニッチサイトが既に存在する市場では、旅行コンテンツが途絶えてしまったという説は当たらない。英国のトラベルコンテンツサイトの Culture Trip がシリーズ B 調達ラウンドで \$80 Million を調達したのだ。累計で \$100 Million の資金調達となった。投資家には PPF Group, Barbe and Gornell 家、個人投資家の Wim Bushell, Sarah Allen が名を連ねる。調達した資金は、優秀な人材の採用と、サイト内に OTA スタイルの予約サービス機能の設置のために使われる。この予約機能の開始は今年第 2 四半期内に予定されている。コンテンツとアベイラビリティは Digital Trip が担当、Culture Trip は全ての顧客サービスを取り扱うマーチャント オブ レコードとなる。予約できるホテルは Culture Trip の基準に合致した施設に絞られる。CMO には Mike Fox (元 Facebook マーケティング部長)、Chief Revenue Officer には Dick Soule (元 YouTube の販売部長) が就任する。取締役会には、Nelson Mattos (元 Google 欧州中東 VP)、Yariv Adan (元 Google Assistant のプロダクト長) が加わる。（PhocusWire, 4/24 <https://bit.ly/2r60Ake>)

### ▶ ホテルチャンプ、第三者サービス取り込む

ホテルの直販を支援する Hotelchamp (2015 年創立、蘭新興企業) が、同社のプラットフォームに色々な第三者サービスを取り込んで、ホテルが必要とする各種テクノロジーソリューションをまとめて提供する。取り込んだ第三者サービスは、ホテル客室料金情報の OTA Insight、宿泊客口コミの TrustYou、レビュー分析の Customer Alliance、LiveChat と Web とモバイルのアクセス分析の HotJar。 (Tnooz 4/24 <https://bit.ly/2JGiscd>)

### ▶ Guesty \$20M 調達

バケーションレンタルを管理するクラウドベース システムの Guesty が、シリーズ B ラウンドで \$19.75 Million を調達した。TLV Partners がリード、既存投資家の Magma VC, Buran VC が参加した。2013 年設立の Guesty は、Airbnb, Booking.com, Agoda などのチャンネルにまたがって、短期レンタル物件に関する全てを管理する単一ダッシュボードをプロパティーマネジャーに提供する。チャンネル管理に加え、プロパティーマネジメントソフトウェア、決済処理、コミュニケーションツール、ホームオーナーのためのポータルなどを提供する。 (PhocusWire 4/25 <https://bit.ly/2FrhBtq>)

### ▶ Rocketrip \$15M 調達

Google Venture が、スマートに旅行した社員に褒賞を与えるツールである米 Rocketrip の \$15 million 資金調達をリードした。C ラウンドまで累計 \$32 million を集めたことになる。既存投資家の Bessemer Venture Partners, Canaan partners も参加した。Google Venture のパートナー Erick Nordlander が、この投資の関係で Rocketrip の取締役会メンバーとなった。このプラットフォームを利用しているユーザーは、2017 年に 1 出張旅行あたり \$208 を節約できたと Rocketrip が言っている。節約できた金額の一部が、この出張旅行を予約した社員に還元される。今年はじめ Google の Area 120 International Incubation 研究所は、Rocketrip のサービスと同様の Yondo の試験を開始している。このアプリは、企業の社員に対して instant budget を作成し、出張旅費のセーブを社員に動機付けるメカニズムを利用する。Google は、Yondo はごく初期的開発段階だと言って多くを語らない。 (PhocusWire 4/25 <https://bit.ly/2HZjoLM>)

### ▶ トリバゴ、高品質リフェラル増加

実予約に繋がる高品質のリフェラルが 8%増加したにもかかわらず、Trivago の第 1 四半期決算は 3%の減収となった。純損は €21.8 million で、前年同期の €7.7 million より損失が拡大した。調整後 EBITDA は €21.9 million の損失と前年同期の €19.3 million の利益から赤字計上に転落した。損失拡大の原因は、為替要因と商業化 (Commercialization) の落ち込み (高品質リフェラルあたり収入 RPQR=revenue per qualified referral、€1.35 へ 2017 年第一四半期から 9%低下した) によるもの。Booking Holdings と Expedia からの広告がそれぞれ Trivago の広告収入の 38%を構成する。その他のソースは 24%となる。Booking Holdings は 33%から増加、Expedia は 39%から若干減少した。2018 年末で Trivago は、190 カ国の 200 万以上のホテルと代替宿泊施設と接続する 55 のローカル プラットフォームを保有している。(PhocusWire 4/25 <https://bit.ly/2r8pC1V>)

Trivago の株価は \$4.62 (4 月 27 日)、52 週高値 \$24.27、52 週安値 \$4.31。

### ▶ ユーロスター、エクスペディアと離別

Eurostar が Expedia との長期間継続してきた提携を終了し、新たにホテルと鉄道乗車券を組み合わせた独自のパッケージ プラットフォームを立ち上げた。新たなオンラインサービスは Eurostar Holidays と呼ばれる。Expedia は、継続して Eurostar の乗車券販売を継続し、自社のホテルと Eurostar を通じたサービスと組み合わせる。Eurostar Holidays のパッケージには、Jack Travel のベッドバンクをホテルコンテンツに使用する。ディズニーランド パリなどのアトラクションの入場券は、Freedom Travel (Thomas Group) 経由で販売する。(PhocusWire 4/25 <https://bit.ly/2r5nCrt>)

### ▶ APAC モバイル旅行予約 30%

APAC のオンライン旅行予約のチェックアウト時点の離脱率が 92%となっている。これは、マーケティング会社の Ve Global の 16 ヶ月間にわたる 5,800 万セッションの調査結果。OTA が 95.5%なのに対して、サプライヤー直販は若干低い。ホテル 90.4%、航空便 91.6%、vehicle hire 88.9%。豪州の企業は 82%と最低、日本の企業は 93.8%と最高。しかし APAC には、元気付けさせてくれるデータも存在する。E メールによる再販売の成功率は、顧客に送った 18 リマーカー

ティングメールに対して1予約の復帰が発生している。欧州では23メールに対して1つの復帰予約。モバイル予約率もAPACが30%と最大だ。米国29%、欧州28%となっている。(Tnooz 4/25 <https://bit.ly/2I3J0Hg>)

### ➤ エクスペディア、第1四半期決算

Expediaの第1四半期決算収入が25億ドル(15%増収)となった。総売上高も15%増加した。このほとんどは、バケーションレンタルのHomeAwayの総売上高46%増加が貢献した。HomeAwayの総売上高は3月31日までの1年間で100億ドルとなった。販売費(selling and marketing)は19%増の15億ドルであった。HomeAwayのオンライン予約可能リスティング施設は160万施設。Booking.comの500万より依然として見劣りする。HomeAwayの拡大は、Google AdWordsの利用によるところが大きい。

調整 EBITDA 利益は \$124 million で 40%減益となった。Trivagoを除けば \$152 million となり減益幅が19%に半減する。Trivagoの第1四半期は減収であった。Expedia Groupは、多くのブランドを有しているが、宿泊施設収入がグローバル収入の64%を構成する最大セグメントである。広告とメディア収入が11%と10%を構成、その他の収入が15%となる。第1四半期末の世界の宿泊施設軒数は665,000で前年比74%増加した。3月26日に、企業名をExpedia Inc.からExpedia Groupに変更した。(PhocusWire 4/26 <https://bit.ly/2jmMx5z>)

### ➤ 中国最新事情

#### 【主要な動き】

- 中国の大手ソーシャルメディア Tencent Holdings が、中国高速鉄道の Wi-Fi サービスを提供する Bullet Train Networks の買収に入札した。買収額は \$485 Million 以上となるだろう。Tencent のライバル Alibaba Group も、この買収に興味を示している。
- レンタル企業 eHi Car Services の株主である Ctrip が、未公開株式投資会社 Ocean Link と組んで eHi の株式非公開化の非拘束プロポーザルに参加した。
- ホテルのテック企業 Shiji Information が、デジタルとオフラインの消費者行動を計測する Baoku Online の過半株を買収する強い意思表示を行なっている。この買収により、Shiji の中核事業である PMS、POS、目的地とリテール ソリューションを補完する。

- 海南航空が、親会社の HNA Group と幾つかの国内航空会社と海外ホテルオペレーターを含む独立第三者企業から、主要ホテルと航空関連資産の買収を検討している。この買収の海外資産に占める割合は 48%~65%となるだろう。
- 中国（政府）は、海南の競馬場、ビーチと水上スポーツを含むその他のプロジェクトの開発をサポートする。海南は、より自由な免税販売、国際航空路線の拡充、ツーリズム振興に注力する。この動きは、330 億ドルのマカオのカジノやアジアのその他のカジノとの競争に直面する。世界の旅行産業にも影響を及ぼすだろう。
- Meituan Dianping が、30 億ドルの資金を調達して香港で上場することを検討しているとの報道がある。同社の CEO は、この報道に対して言及を避けている。

### 【ホテルとカスタム旅行統計】

- 2018 年中国ホテルチェーン開発投資報告書によれば、2018 年の中国のホテル業界の売上高が宿泊と料飲を含めて 7,960 億ドルに達すると予測されている。ケータリング単一では、10%増の継続した拡大となり 4.4 兆元となる。
- 中国大手ホテルグループ 50 社は、6,794 ホテル 客室 680,000 の Jinjiang International Hotels Group がトップで、第 2 位は BTG Homeinns Hotel Group (384,743 室)、第 3 位は China Lodging Group (379,675 室) となる。
- Ctrip が、2017 年の中国人の欧州カスタマイズツアー旅行者数が前年比 130%増加したと言っている。Ctrip と中国アウトバウンド ツーリズム研究機関が共同発表した報告書によれば、より多くの中国人旅行者がユニークなパーソナライズしたテーマ性のある欧州旅行に出かけている。
- 平均的なカスタマイズ欧州旅行では、2 カ国以下の国を周遊する 12 日間の旅行で 1 旅行者 1 日当たり平均 \$395 を支出する。

### 【投資活動】

- 田舎旅行オペレーターの Xband Club (Xiangban Culture Tourism) が、CYTS, IDG Capital, Sequoia Capital のツーリズム ファンドから 6,350 万円の資金を調達した。この資金調達後に、5 年間で一万室のゲストルーム在庫を確保し、10 年間では 500 の地方リゾートを運営する計画。

## フォーカスライト Japan

- B2B 旅行プラットフォームの Octopus が、9,500 万ドルの戦略資金調達を完了した。新たな投資家として Alipay の親会社 Ant Financial と CCB International がこの資金調達に参加した。Octopus は、初の国内長距離（ツアー）ブランドの Fei Yu を先月開発した。
- 深圳のホテル リソース コンソリデータの Dida Travel が、深圳キャピタルと Guolong Capital から 800 万ドルを調達。国内 OTA、旅行会社グループ、海外マーチャントの三者からイーブンに収入を得る計画。
- Film Hotel が、シリーズ A ラウンドで、1,600 万ドルを調達した。このラウンドは IDG Capital がリード、Buhuo Ventures が支援した。ファンディングチームが 478 万ドルを投資した。映画とホテルを組み合わせ、文化とテクノロジー要素を加味して、その他の中級ホテルチェーンとの差別化をはかる。
- 都市シェア宿泊施設新興企業 Islands がシリーズ A で 1,000 万元を調達。Banyan Capital がリード投資家、Plum Venture も参加した。時間あたりで貸し出すこともする。空室の際には優先割引も用意する。

(Tnooz 4/26 <https://bit.ly/2vWqH1U>)

### ➤ ホームアウェイ、ゲストフィー中止検討

HomeAway は、ホストとゲストの両方からフィーを徴収するハイブリッドモデルを採用している。ここ当面は、この柔軟性に富んだモデルを継続するが、異なるプラットフォーム間における宿泊施設のオーバーラップが拡大して行くと、ゲストフィーの中止があり得ると親会社の Expedia が言っている。この発言には、最近の Airbnb のゲストフィーの試験的中止も影響を及ぼしている。Expedia と Booking.com と Airbnb の三つ巴の競争が激化している。

Expedia は、HomeAway と米国市場の VRBO の二つのパッケージレンタルブランドを保有。二つのブランドの運営は合理的でないが、反面、この市場における成長拡大に貢献する。統合は慎重に検討すると語っている。(PhocusWire, 4/27 <https://bit.ly/2jlUGan>)

### ➤ アコーホテル、モーベンピック買収

仏 AccorHotels が、Movenpick Hotels & Resorts (本社スイス) を \$576 million で買収した。CEO Sebastien Basin が振興市場における拡大戦略を推進している。この買収の前には、ロンドンの Savoy Hotel、ニューヨークの The Plaza、

シンガポールの Raffles Hotel を所有する Fairmont Raffles Hotels International (トロント本社) を買収した。Movenpick は、スイスで 1973 年創立、80 のホテルを運営している。欧州と中東に強力なプレゼンスを持っている。(Reuters 4/30 <https://reut.rs/2jkKKxS>)

### ➤ MGM リゾート、エクスペディアのパッケージ利用

ラスベガスのプロパティの顧客集客のために、MGM Resorts International が Expedia Powered Technology を使って同社のパッケージ予約プラットフォームを運営している。Expedia のバックエンド ソリューションを通じて 550 社の航空会社と MGM Resorts のホテルと組み合わせる。パッケージ予約は、Expedia Group のラスベガス行き予約の 25% 近くを構成する。そしてパッケージを予約する旅行者は、ホテルだけを予約する旅行者に比べ、さらに 2 倍予約し、2 倍長く滞在し、取り消しは 3 分の一と少ない傾向がある。(PhocusWire 4/30 <https://bit.ly/2HObrp5>)

### ➤ セイバー、第 1 四半期決算

Sabre の第 1 四半期決算が増収増益となった。収入は \$988.4 million (8% 増) とほぼ 10 億ドルを達成、2014 年の再上場後の四半期ベース最高収益となった。EBITDA は 1.3% 増の \$301.3 million であった。中核事業のグローバル流通事業の収入は \$721.3 million (8.7% 増)、航空テクノロジーは \$206.6 million (6.7% 増)、ホスピタリティー \$68.1 million (5.8% 増) であった。グローバル流通事業の搭乗旅客数は 11.1% 減の 1 億 3,470 万人。Southwest 航空ホスティング契約終了が減少の原因。予約は 5.7% 増の 1 億 3,470 万でシェアが 36.9% と前年同期の 36.7% から微増。Sabre は Amazon Web Service と契約、クラウドベースのサービスに移行する。(PhocusWire 5/1 <https://bit.ly/2FzvKog>)

### ➤ ホテルボナンザのゼロコミッション

2014 年創立のオンラインホテル予約新興企業 Hotel Bonanza (英) が、ゼロコミッション制を採用する。創立以来他の何処の OTA よりも安い 8% コミッションを採用し、ユーザーから年間 10 ポンドの会費を徴収、そしてユーザーには更に 5% 値引きしたホテル料金を提供していた。(Hotel Bonanza には 8% コミッションから 5% 値引きを差し引いた 3% しか残らない)



第1回の資金調達ラウンド（25万ポンド）の計画を機にゼロコミッションに移行する。ゼロコミッションの条件として、ホテルに他のサイトの最低価格とのマッチングを義務付ける。（Hotel Bonanza は、有料会員限定サイトであるためパリティは適用されない）ゼロコミッション化は、ホテルにより安い価格を提供させるためと説明されている。

資金計画は3段階に分かれており、第2回ラウンドは今年第4四半期、第3回ラウンドは2019年下半期に予定、総額450万ポンドを調達する計画だ。第3回ラウンドでは、会費を50ポンドに値上げする計画だ。（Tnooz 5/2 <https://bit.ly/2wchGSI>）

### ➤ ホッパー、シクレットフェア導入

2015年創立のHopper（加）が航空販売のユニークな手法を開発した。毎日100億以上の運賃を分析して、モバイルで将来の航空運賃を予測し“買い時”あるいは“運賃が下がるまで暫く待て”をプッシュ通知する。Hopperは、毎日150万ドル相当の航空運賃を販売するモバイルオンリーの航空運賃販売OTA。

そのHopperが「Secret Fares」を導入した。これは、北米発6,000路線をカバーする航空会社6社の、公示運賃比5%~35%安い国際線運賃。6社とは、Air Canada, LATAM, Turkish Airlines, West Jet, Copa Airlines, Air China。来週には、更に航空会社7社以上追加して国際線発着便をカバーする。Secret Faresに割引運賃を提供する航空会社は、Hopperの限られたモバイル顧客に対するプッシュ通告であり、幅広い運賃競争を誘発するようなインパクトは存在しないとHopperの販売部長は述べている。Hopperは、2007年以来4回の資金調達ラウンドにより累計8,340万ドルを獲得している。Secret Faresのビジネスモデルは他の運賃販売と同一で、航空会社からのセグメント当たりのインセンティブとチケット当たりのコミッションの両方。（PhocusWire 5/2 <https://bit.ly/2Kv8ZWz>）

### ➤ トリアド、シェア拡大

過去3年間でTripAdvisorのvisit shareが26%増加した。2018年2月現在、TripAdvisorの旅行業界全体におけるシェアは0.95%である。昨年同月の0.79%からは20%増加した。Tripadvisor.comは、旅行計画のための最大リソースとなり続けている。

	Website	Clicks to Travel Industry
1	Google	46.41%
2	Gmail	3.46%
3	Facebook	2.53%
4	Yahoo! Search	1.41%
5	Yahoo! Mail	0.98%
6	TripAdvisor	0.95%
7	YouTube	0.83%
8	Kayak	0.76%
9	Bing	0.76%
10	Expedia	0.58%

消費者が他の旅行サイトを訪問した後のトラフィックでも **TripAdvisor** は 0.83%のシェアを獲得。旅行サイトの前でも後でも訪れているということは、**TripAdvisor** が、リフェラルのソースとしても評価のサイトとしても、旅行の調査と予約プロセスに深く関わっていることを示している。

**TripAdvisor** は、トップ 10 ホテル Web サイトの全ての訪問者の約 2%のリフェラルを送る。IHG が最大で 3%だ。ホテルに対して大きな収入源となる。**Expedia** と **Priceline** の大手 OTA 2 社を見ても、**TripAdvisor** が大きく貢献していることが分かる。

Tripadvisor.com から予約回答ページへのトラフィックのシェア

Expedia Hotel Booking	6.04%
Expedia Flight Booking	0.81%
Expedia Car Booking	0.52%
Priceline.com Hotel Booking	3.07%
Priceline.com Flight Booking	0.70%
Priceline.com Car Booking	0.33%

**TripAdvisor** は、航空業界に対するリフェラルはホテルより少ない。航空会社のトラフィックの 0.33%しか送っていない。一般的には、**TripAdvisor** は、航空会社に直接送るよりも OTA により多くの予約を送る。

フォーカスライト Japan

航空会社 予約		OTA 航空便予約	
United	0.35%	CheapOair	0.96%
Southwest	0.24%	Expedia	0.81%
Spirit Air	0.21%	CheapTicket	0.76%
Delta	0.13%	Priceline.com	0.70%
American Airlines	0.05%	Orbitz	0.64%

(Tnooz 5/3 <https://bit.ly/2HV1OFt>)

+++++      +++++      +++++