

海外事情 4月2日号

- FB、潜在旅行者向け広告機能
- ユニシス、ペット旅行支援
- 出張者の安全管理に音声 AI
- 音声デバイス、35 億ドル市場
- アマデウスが双方向ビデオ

以上のニュースは、トラベル ジャーナル 4月2日号をご覧ください。

➤ Redeam、770 万ドル調達

目的地のツアー&アトラクション (T&A) の流通業者の自動化を支援している Redeamが、シリーズAファンディングで770万ドルを調達した。Vertical Venture Partners がリードし、Thayer Ventures, JetBlue Technology Ventures, Tallwave Capital, Peninsula Ventures がこの投資に参加した。この他、Uber COO (元 Orbitz CEO)、Google Travel の社長 (managing director) も参加。Redeam は、2017 Phocuswright Conference の開発競争の3部門の入賞者である。(PhocusWire 3/05 <https://goo.gl/AfH9pr>)

➤ トラベル コンテンツサイト

多くのトラベル コンテンツ サイトが予約機能を持ちたがらない最近の傾向に反して、目的地の文化的体験を集めている Culture Trip (英) が、ホテル予約サービスを備えた OTA モデルに変化しつつある。今年第2四半期に自身のサイト内でOTA機能を立ち上げる。コンテンツとアベイラビリティはDigital Trip が提供、Culture Trip は顧客サービスを提供し、merchant of record (最終販売責任を負う商業者) となる。しかし、伝統的 OTA が数十万軒をリストするのは異なり、Culture Trip が厳選したプロパティのみをリストする。ホテル予約導入後に航空便予約サービスも開始したいと言っている。月間UV数は1,200万で2016年の3倍増、Facebook のフォロワーは470万、ビデオコンテンツ閲覧は13億ビューに達している。この分野の成功例は、ハイエンドホテルに特化した2003年営業開始の Mr & Mrs Smith (英) がある。(PhocusWire 3/5 <https://goo.gl/pCsSae>)

➤ ホテルの共同生活空間

香港で、共同生活スペース (co-living space) を設置するホテルが増えている。若いプロフェッショナルの旅行パターンの変化と中国本土からのツーリストの減少が原因だ。黄竹坑にある Mojo Nomad Aberdeen Harbor では、65 室に 250 ベッドを備える。コストは 8 人部屋で一部屋 1 泊 HK250 ドル (US\$32) からプレミアムプライベートルーム (14 人部屋) で HK3,500 ドルと安い。ベッド数増に関わらず、オキュパンシーは 60%~70%と向上している。香港来訪者は、2014 年の 6,084 万人から依然として 3.9%減少している。観光地以外の場所のホテルが大きな影響を受けている。Winland 800 Hotel (800 室) では 1 泊 HK207 ドル、その近くの Rambler Oasis Hotel (882 室) (李嘉誠の CK Assets 所有ホテル) では HK309 ドルになっている。(scmp.com 3/6 <https://goo.gl/eu6h4N>)

➤ Google、Zagat 売却

Google が、レストラン案内の Zagat を、新興レビューサイトの Infatuation に売却した。売却価格は明らかにされていない。Google は、Zagat を \$151 Million で 7 年前に買収した。買収後の Zagat は、Google の元で Google Map に統合されたものの、Google 自身のコンテンツが優先されてしまうなど、必ずしも良好な環境下における運営が保証されていたとは言えない。興味深いことに、2012 年に Google は Frommer's Travel Guides を \$22 Million で買収、買収後 1 年以内にブランド名を創立者の Arthur Frommer に売却 (返還) し、Frommer's のソーシャルアカウント上の全てのアカウントとデータを、Frommer's の Twitter アカウントを含め @zagat.travel にリブランドした。Infatuation は 2009 年に設立されたレストランのレビューサイトで、Instagram 上で同社のハッシュタグ「#EEEEEEats」を流行らしたり、SNS 上で食事関連のアカウントを運営したり、新旧のテクノロジーを駆使している。また、テキスト形式の提案サービス Text Rex を展開している。(PhocusWire 3/6 <https://goo.gl/bQ5MuS>)

➤ 手荷物追跡

IATA Resolution 753 が 6 月に施行されれば、航空会社の手荷物ミスハンドリングが更に大幅減少するだろう。世界の航空旅客の 83%を輸送している IATA 会員航空会社は、今年中に Reso. 753 の遵守が要求される。Reso. 753 は、旅客の手荷物チェックイン、航空機搭載、接続地点の手荷物移動、旅客への手荷物引き渡

しの合計 4 箇所得手荷物の追跡を要求する。世界の航空会社は過去 10 年間で、テクノロジーの進歩とプロセスの改良により手荷物誤配送で発生するコストを 42.2 億ドルから 21 億ドルに大幅に減少させた。IATA Reso. 753 は、更にこのコストを減少させる。その中心は RFID (Radio Frequency Identification = 短距離無線自動識別装置) 技術だ。香港空港では 2008 年に、RFID 手荷物ハンドリングシステムを構築し 99%の解読率を達成した。バーコード解読率 80%を大幅に上回る。香港空港では、AI 装置のトローリーの管理システムも開発している。(TN 3/6 <https://goo.gl/2jofbn>)

➤ コンバージョン率向上

オンライン旅行予約のコンバージョン率(予約成約率)はけたたましく小さい。多すぎる情報をユーザーに提示するからだ。チョイスが多すぎて予約の意思決定を困難にしている。最近の salecycle.com の調査によると、予約せずにサイトを去る率は 82.4%にも上る。休暇シーズンともなるとコンバージョン率は平均 0.5%以下となる。そこで、AI を使ってソーシャルメディアにおける足跡を追跡し、ユーザーに対してより関連したパーソナライズドした旅行提案をすることが始まっている。例えば、去年の家族ビーチ旅行の写真を掲載した人には、家族用のホテル客室割引を、あるいはベストなホテルの中で kid' s club にハイライトを当てるのが賢明だ。ソーシャルメディアのコンテンツの分析により、アートやスポーツを好む人たちには、美術館や博物館のそばのホテルの紹介、あるいはスポーツ観戦チケットのアドオン販売などが考えられる。この結果、コンバージョン率をほとんど確実に向上させるだろう。(TN 3/6 <https://goo.gl/cEwL1g>)

➤ Airbnb、Amazon 幹部採用

Airbnb が、過去数週間にわたる新プロダクト発表の後で、Amazon Prime のヘッド Greg Greeley を Homes 事業の社長に指名した。Airbnb CEO Brian Chesky は、新たに立ち上げた Airbnb Plus、Airbnb Collections、拡張した Superhost、新設した Superguest を含む「Airbnb for Everyone」戦略の、Greeley が責任者となるとブログに書いている。Greeley は 18 年間 Amazon に在籍、Amazon Prime の会員増加と Amazon の欧州事業立ち上げにも貢献した。欧州 Amazon 在籍中に、Booking.com CEO 職のオファーを断ったとの一部報道が存在する逸材。Airbnb

Plus では、この新商品発表後に 13 市場で 12,000 人がホストに応募、最初の 1 週間で泊数が 95%増加した。50 万以上のホストが、Airbnb Plus の新タイプに変更している。(PhocusWire 3/6 <https://goo.gl/BzwUWL>)

➤ Honeywell のホテル客室で音声デバイス

Honeywell が、ホテル客室で使用する音声デバイスを開発した。Amazon Alexa を使ったシステム Inncom e7 Thermostat で、宿泊客の客室温度調整、照明の明るさ、カーテンの開閉、アメニティーサービスの肉声による管理を可能にする。これは、企業レベルで使用する初の音声客室管理ソリューション。e7 は PMS と連動しており、ゲストのチェックインと同時にそのゲストの好みの客室を準備することが可能。(PhocusWire 3/7 <https://goo.gl/P8pY19>)

➤ Ryanair 2018 年計画

以下は Ryanair CEO Michael O' Leary の 2018 年計画に関する話：

パイロット

シミュレーターを 6 台から 14 台に増加させる。1 台 600 万ドルから 700 万ドルするので、合計 5,000 万ドル投資となる。パイロット組合との交渉は、3 月末には妥結するだろう。交渉如何によっては、イースターと夏の繁忙期に、若干のスケジュール混乱を回避できないかもしれない。昨年には、1,300 人の新たなパイロットを採用した。今年は 900~1,000 名を採用する。総じてパイロットが不足している。中国の航空会社が、魅力的なタックスフリーのパッケージを提供。中東の航空会社が継続してパイロット（特にキャプテン）を採用している。Ryanair では、パイロット給与を 20%アップさせて競争相手の Norwegian を上回る。

IT 統合

IT の問題により、昨年発表した Aer Lingus との接続サービス開始が遅れている。両者間のコンピューターシステムの接続に時間がかかっている。これは、Aer Lingus の GDS レガシーシステムと Ryanair が使っている LCC 用の Navitaire との接続だ。今夏には Aer Lingus の大西洋便あるいは長距離便との接続サービスが開始されるだろう。PSS あるいは GDS の法外に高いシステムは採用しない。

Ryanair は年間 1 億 3,000 万人を輸送し、搭乗率 95%を誇っている。長距離便から旅客をもらうのではなくて、我々が長距離便に旅客をフィードする。

Brexit

2019 年 4 月のハード Brexit となるか、それとも 2020 年 1 月までの暫定協定となるか。状況は幾分硬直的で、欧州側は ownership 規則の厳格適用を主張しているドイツとフランスが協定交渉をリードしている。そうなれば、BA は Iberia や Aer Lingus を保有できなくなる。easyJet のオーストリア AOC (Air Operator' s Certificate = 航空運送事業許可)が無効になるだろう。Ryanair の株主の 60%~65%は EU 以外の株主となるだろう。議決権株を 50%以下に制限するか、EU 以外の株主が保有する株式を 50%以下に制限するかの 2 つのオプションがある。どちらにするかは、Brexit の期限近くまで決められない。間際になれば、英国は Brexit がなんと愚かなことだったかに気がつき再考するだろう。

RareBnB

Ryanair Rooms は成功している。Airbnb と提携して Airbnb に予約機能を提供するのは現実的でない。宿泊施設が ryanair.com に直接掲載することを望んでいる。およそ 2%の旅客が Ryanair Rooms にスイッチしている。そしてトラベル・クレジットの報奨を得ている。彼らは Airbnb を使わない。Ryanair Rooms の考えは、ホテルあるいは部屋のレンターが直接 ryanair.com でレントすることであって、彼らが Airbnb にコミッションを支払ってまでリストすることではない。Ryanair は 1 月から Ryanair Rooms の販売促進策として、将来の Ryanair 便利用に使えるトラベル・クレジットとして 10%を顧客に還元している。Ryanair のホテル、ビラ、レジデンス、ホステルのリスティングは提携先から得ている。現在のホームステイ施設は Expedia の Hotels.com から提供してもらっている。(TN 3/7 <https://goo.gl/WocPXV>)

➤ Ctrip の Trip.com 総合旅行 OTA へ

Ctrip が運営する Trip.com が、国際レンタカー販売を開始する。全ての旅行商品を販売する総合旅行 OTA へ一歩前進した。既に 200 万の航空路線、120 万のホテルと列車切符を、13 言語でオンラインとモバイルアプリで販売している。今

回導入したレンタカー販売“Car Hire”は世界の6,000都市におけるレンタカー予約を可能にする。(PhocusWire 3/7 <https://goo.gl/s6cFfr>)

➤ Amazon と旅行

今の所、旅行業界はAmazonの破壊者からは影響を受けていない。だからと言ってAmazonが、再び旅行業界への参入をトライしない訳ではないだろう。Amazonがこの業界に参入すれば、控えめにも見積もって6億ドル、強気の予測では15億ドルの増益を達成するだろう。Amazonの影響を受けない業界は存在しないが、オンライン旅行は比較的その影響を回避している。確かに、Amazonは、Amazon Local と Amazon Destinations の2回亘って旅行業参入を試みたがいずれも撤退した。食料雑貨販売に見られるように、Amazonは過去10年間に亘ってこの業界参入をテストしては失敗した。そしてそこから学習し、最終的にはWhole Foodsを買収してこの業界に参入した。

Amazonの顧客ベースは推定3億人以上と巨大だ。それに消費者の生活に密着した販売は、オンライン旅行で競争するための基盤にもなる。さらには、Amazonのコンバージョンを向上させて販売をより増加させるための、商品やサービスの品揃え・価格・効率良い決済手段に対する注力は、そのまま旅行業にも当てはめることができるのだ。大雑把な広告効率分析によると、Amazonは、旅行市場でBooking.comやExpediaよりも極めて少ない0.75ドルのトランザクション当たり広告費の消費で済むことになる。Amazonの限界利益は92%となり、OTA2社の15.2倍となる。

年に1回しか旅行しないなどの低い購入頻度と、1回の旅行あたりの高い消費額を勘案すると、顧客は価格と(目的地の)“体験”の比較を綿密に実施するので、オンライン旅行ビジネスにおけるロイヤル顧客やリピート顧客を増やすことは容易ではない。これは、旅行では、価格と品揃えがより重要であることを意味している。Booking.comやExpediaでは、販売チームを編成し、彼らにホテルと交渉させて契約を取って来させているだけだ。これに対する投資は、Amazonが2018年にコンテンツのストリームライン化に投資する推定64億ドルや、インド市場における年間10億ドル以上の損失に比べれば、大した額にはならない。Booking.comとExpediaは、世界のホテルサプライチェーンに対してそれぞれ年間6億2,000万ドルしかかけていない。

実際の運営開始は困難で時間がかかるかもしれない。(Booking.com と Expedia は、創業後 20 年/22 年でやっと 160 万軒/60 万軒の宿泊施設をリストした) しかし Amazon は、そんなに時間をかけないだろう。何故ならば (1) Amazon の積極的な価格政策とより低いコミッションがホテルを喜ばせ、(2) Amazon の巨大な規模と、コンバージョン向上のためのデータの利用が、ホテルにアピールするからだ。パートナーシップ・アフィリエイト・買収の可能性により Amazon は更にこの時間を短縮できるだろう。

Amazon のデータと機械学習とパーソナリゼーションの能力を伴った強固なホテルセレクトションにより、消費者の旅行購入行動を変化させ、ホテル選択を増加させる。そして Amazon Prime Rewards クレジットカードと 5% のキャッシュバックが、この傾向を更に強めるだろう。オポチュニティーは大きく、我々の感度表 (Sensitivity table) では、もし Amazon が Expedia のホテル事業の 50% の規模のオンラインホテル事業を立ち上げたならば、(低いコミッションにより) Expedia の ~15% 低いトランザクション当たり粗利と booking.com と同等のトランザクション当たり広告費によって、およそ 6 億ドルの営業利益を追加できるだろう。

Booking.com や Expedia や Google に取って、これは何を意味することになるのだろうか? Amazon の参入は、(1) (もし Amazon がより安いレートを提供するならば) ホテルコミッション率と、(2) 規模の成長と市場シェアの 2 つで既存の旅行市場に破壊的な影響を与えるだろう。とは言うものの、Amazon が OTA とサプライの規模で競争できるようになるまでには時間がかかる (多分数四半期もしくは数年間の可能性がある) と言うことを、しっかり認識しなければならない。Google にとって、Amazon の旅行市場参入は短期的には肯定的である。(Google の最重要カテゴリーの一つである) 旅行検索市場で、大きな資力をバックにした競争力のある広告支出者となる Amazon は、Google の広告主ともなるからだ。長期的には、Amazon のより多くのリピーターと旅行者のダイレクトトラフィックの拡大能力は、Google の旅行検索ビジネスにも脅威となり得る。我々の見解では、ボイス検索能力が拡大し、Alexa が消費者の家庭と TV で登場回数を増せば、更にこの脅威は拡大するだろう。(Morgan Stanley RESEARCH 3/8)

▶ トリアド 予約可能 T&A 10 万件

TripAdvisor がオンライン販売するツアー&アクティビティ (T&A) 体験が累計 10 万件に達した。2017 年中に掲載件数が 48%増加、その需要は倍増、ノンホテル収入を 24%増加させた。それに引き換え、ホテル収入は 5%増に止まった。2014 年に \$200 Million で買収した Viator の TripAdvisor への統合努力が結実、今後 も鋭意予約可能のリスティングを増加して行く方針だ。T&A 市場は、Airbnb の Experiences 新戦略や、今後予想される Google の本格的市場参入など競争が激化しつつある。現在の市場は極めて弱小のサプライヤーたちがひしめく分散化された市場で、そのオンライン販売率は 20%程度に止まる。(PhocusWire 3/8 <https://goo.gl/2eRDzr>)

▶ ブッキング、航空便検索？

Booking.com CEO Gillian Tans が、ITB Berlin で、顧客が希望するのであれば航空便検索を検討すると述べた。以下は CEO の発言：

- 顧客の 1/3 がホテル予約の前に、1/3 がホテルを検索中に、1/3 がホテル予約の後で航空便を検討している。
- Booking.com では、全てをテストしている。2 つの異なるサイトで顧客がどちらを選ぶかを見ている。1,000 以上の体験も毎日この異なるサイトに掲載している。時々は極端にテストする。
- 全ての予約の 50%はマシンラーニングの対象。数年内には、全ての予約の 50%を AI の対象とする。
- 異なる決済手段をテストしているが、Bitcoin は良く分からないので扱わない。

Booking.com は、米最大 OTA であるが、Booking Holdings (旧 Priceline Group) がグループの収入の 80%を稼ぎ出している。Booking.com は、2005 年に Priceline が 1.33 億ドルで買収した。(Travolution 3/9 <https://goo.gl/L2BrSx>)

▶ Hipmunk 航空便検索再設計

Hipmunk by Concur が、航空便検索ツールに 2 つの改良を加えた。1 つは、航空便検索に新たに設置した「Show Me」コラム経由で、手荷物容量とか座席指定とかアメニティー (付帯サービス運賃) の詳細比較を可能にした。もう 1 つは、ユーザーの好みの調整。そして蓄積した FFP マイレッジを表示する。マイレッ

ジ表示は業界初。Hipmunk は、2010 年設立、2016 年 9 月に Concur が買収するまでに 5,500 万ドルの資金を調達している。(PhocusWire 3/9
<https://goo.gl/4LfBkX>)

➤ 中国事情

以下は TravelDaily China からの抜粋：

中国市場トレンド

- China Tourism Agency の Outbound Tourism Travel Report によると、2017 年の中国人海外旅行者数が、約 1 億 3,000 万人となった。2016 年の 1 億 2,200 万人から 7%増加した。消費額は 1,152.9 億ドル (+5%) であった。
- European Travel Commission の調査が、中国人の 5 人中 3 人 (58%) が 2018 年 1 月～4 月の間に海外旅行に出かけると報告している。彼らの 98%が目的地として欧州旅行を選ぶ可能性があると言っている。
- Accor Hotel CEO は、この 2 年間で中国におけるトランザクションの 90%あるいは 100%さえもが、キャッシュやクレジットカードに代わってモバイル決済となるだろうと予測している。
- Nielsen と Alipay の共同調査は、中国人ツーリストの 65%が、昨年、海外旅行中にモバイル決済を利用したと報告している。中国人以外では 11%。
- CLSA Asia-Pacific Markets は、2021 年の中国人海外旅行における消費額が、驚愕の 4,290 億ドルに達すると予測している。
- この巨大な需要増に対応して、東南アジア諸国では空港・鉄道・ホテル・テーマパーク建設のために 1,000 億ドル以上が投資されている。Visa は APAC 地域で少なくとも 178 の新空港建設と数百の既存施設のアップグレードが計画されると予想。
- American Express によれば、中国の建設中のホテル数は、APAC 地域のホテル開発の 50%以上を占める。
-

新興企業

- ブロックチェーンベースのマーケットプレイス Trip.io が数千万元の資金を調達した。ブロックチェーンのテクノロジーを利用してホテル予約プロトコルを再構築し、高いコミッション・過度の集中・誤ったレビュー・不確実な

客室在庫を改める。

- アウトバウンドのドライバーガイド プラットフォーム Hi Guides が C ラウンド資金調達で 5,000 万ドルを調達した。Sequoia Capital がリード投資家。Hi Guides は、2016 年 5 月に Yundijie.com を立ち上げ、B2B のグランドモビリティサービスを提供している。
- 台湾ベースの KKday が、HIS がリードしたラウンドで 1,050 万ドルを資金調達した。KKday は、IT 投資無し、全ての（大手中小を問わず）企業の顧客の容易なコミュニケーションとオーダー管理を可能にする強力な Supply Chain Management (SCM) システム開発に注力している。
- Locals が、Shuwei Capital の支援のもとで、ほとんど 1,600 万ドルの資金調達に成功した。ホームレンタルと B&B のこの企業は、1 月には 2,400 万ドルを調達している。Locals は、55 都市の 1 万軒のリステイングを保有。これを、2018 年には 5 万軒に増加して 2,000 万人の宿泊客を獲得する計画。また 2018 年には、新たに家庭家具の小売ビジネスを開始する。プラットフォームでは、既に JUNBYHOME, EXNIHILO, Xiaomi, ZAOZUO, ZENS のごとのハイエンドブランドを紹介している。

(TN 3/9 <https://goo.gl/gQKWvN>)

➤ Kayak がサイト大改修

Booking Holdings 所有のメタサーチエンジン Kayak が初のサイト大改修を行った。航空会社のブランド運賃や手荷物料金、ホテルやレンタカーの特別レートなど複雑化した運賃構造を分かりやすく表示するための大改修。手荷物料金計算が航空便検索のトップに位置して、ユーザーが手荷物個数を入力すると合計運賃を自動的に算出する。パーソナリゼーションにも対応する。モバイルとタブレットの改修が現在進行中。Booking Holdings は、2012 年 11 月に Kayak を 18 億ドルで買収した。この買収は、メタサーチ買収では最高額。(PhocusWire 3/12 <https://goo.gl/KeEEdk>)

➤ RedDoorz が 1,100 万ドル調達

積極的拡大戦略をとっているシンガポール ベースのバジェットホテル プラットフォーム RedDoorz が、シリーズ B のラウンドで 1,100 万ドルを調達した。2016

フォーカスライ Japan

年のシリーズ A では 500 万ドルを調達している。Susquehanna International Group の Investors Asia Investment Fund, International Finance Corporation (World Bank Group の私的投資部門), InnoVen Capital, Jungle Ventures, Deep Sky Capital (新規), FengHe Group (新規) Hendale Capital (新規) の投資家がこのラウンドに参加した。

2015 年創立のこの会社は、現在、シンガポールで 500 軒以上のプロパティを扱っている。同社の CEO は、「多くはバジェットや 3 つ星あるいはそれ以下のホテルで持って構成されている東南アジアの 520 億ドルの旅行市場に食い込み、バリューチェーンを構築し、この地域のユーザーに満足のいく滞在を届ける」と語っている。同社の顧客の 65% はリピート客である。最近シンガポールで完全リースのホテル (65 室) を立ち上げた。今後 18 ヶ月で、このような完全リースを 100 軒、フランチャイズを 1,000 軒立ち上げる計画だ。(PhocusWire 3/12 <https://goo.gl/KeEEdk>)

➤ TripAction が 5,100 万ドル調達

ビジネス旅行ソリューションの再構築を追求している TripAction が、2016 年のシリーズ A の 8,000 万ドルに続いて、シリーズ B のラウンドで 5,100 万ドルを調達した。Arif Janmohamed, Lightspeed Venture Partner, Oren Zeev Ventures がこのラウンドに参加。TripAction は、通常は、旅行サイトや大型割引サイトでしか見つけられない航空便・レンタカー・ホテル在庫へのアクセスを可能にする。TripAction の最大の特徴は、休暇旅行に Amazon ギフトカードやクレジットを還元するインセンティブ プログラムを有していることである。創立以来、TripAction を利用する出張規定を有する企業の出張者は、毎四半期倍増し 2017 年には 12 倍増加した。顧客は、平均 27% コスト削減し、97% が満足している。1.5 兆ドル市場を変革すると言っている。(PhocusWire 3/12

<https://goo.gl/ZjFWSn>)

➤ デジタル・ダーウィン説

繋がった商業主義 (connected commercialism) と、新しいテクノロジーの影響と、人間行動に対するサービスが市場を破壊する。これが「デジタル・ダーウィン説 (Digital Darwinism)」として知られているものであり、Sabre のホテルテクノロジー イニシアティブの主要なシリーズを支える考えだ。Sabre は、

デジタル・ダーウイン説が、ホテルテクノロジーへアプローチするプラットフォームのベースを形作ると願っている。ホテル業界は、伝統的に新たなテクノロジーへの対応に遅れをとっている。数年前にホスピタリティーのセクターが多分提供していたサービス以上を期待しているゲスト（宿泊顧客）によって、この遅れの傾向はさらに悪化させられている。これはミレニアルの問題だなどと片付けられない。ホテルのサービスレベルの良し悪しと、旅行計画から予約に至るまでと滞在中の全てを通じて、顧客のニーズにどれだけホテルが対応できているかの両方の問題に関する宿泊客の体験に起因するものなのだ。最も重要なことだが、デジタルの分野では、この現象が頻繁に発生している。

近く発表される Sabre と Altimeter Group の報告書は以下を述べている。

- ・ デジタル・ダーウイン説は差別しない。ホスピタリティー企業は、今や、Uber や出会い系サイトの Tinder や、カミソリ販売の Dollar Shave Club のような異業種とも競争しているのだ。
- ・ デジタル・ダーウイン説は、テクノロジーと人間工学の理解を試みる企業を好む。
- ・ 近代的宿泊客は、Uber や Airbnb や HotelTonight やその他が提供する顧客体験と同じ体験を、何故ホスピタリティー業界が提供できないのか頓着しないのだ。
- ・ 伝統的競争相手と競争する一方で、オンデマンドの新興企業やアプリあるいは近代的な方法で近代的サービスを提供するオンラインサービスとも競争することを考えなければいけない。
- ・ Sabre のコンピューター予約システムの新たな開発のベースは、顧客とのデジタルコミュニケーションに必要となるツールをホテルに提供するために、外部の予約の世界と接続したデジタル“プラットフォーム”上に作られる。

Sabre は、ホテルのデジタルと流通戦略の両方の立案に必要な 8 つの考慮すべき主要な点を以下の通り述べている。

1. 無限ループによるゲストジャーニーの再考
Reimagine the guest journey as an infinity loop
2. ゲストジャーニーの主要モーメントのプロット
Plot key moments in the guest journey
3. 既存データとインプットによるゲストジャーニーの図示
Map guest journey via existing data and input

フォーカスライ Japan

4. 外部ブランドのカスタマージャーニーの図示
Map customer journey of external brands
5. パーソナライゼーション優先させるクロスチャネル ジャニー
Cross-channel journey that prioritize personalization
6. 近代的顧客バリューの模索
Explore what modern customers value
7. デジタルと物理的体験の融合
Blur the lines between digital and physical experiences
8. 組織化運営！
Get organizes!

デジタル・ダーウイン説時代にあっては、近代的ゲストは、彼らの旅行全体を通じて、リッチな、没入できる、マンツーマンのパーソナライズドした経験を、各モーメントで必要となるデバイスやチャネルや物理的スペースに亘って欲している。時間やテイストやトレンドが変化するので、いつも積極的に革新し、顧客にとっての価値の提案 (value proposition) が何なのかを再考しなければならない。時には失敗するリスクを取らなければならない。しかし結局は、これらの失敗は新たな体験と専門性を生み出し、企業やチームを強靱な体質にするだろう。

この報告書は、間もなく Sabre Hospitality の Web サイトで閲覧可能。

(PhocusWire 3/13 <https://goo.gl/1M6WGr>)

➤ グーグル ホテルレビュー倍増

ホテルレビューの投稿数が 2017 年に倍増した。この増加には Google の倍増が大きく貢献している。これは、ホテルのソフトウェアとデータ分析会社の Revinate が Google Hotel Reputation Benchmark Report のために実施した分析結果。Revinate は、世界 200 カ国の 138,000 軒のホテルと 1 億 3,200 万人の宿泊客を調査した。四分之三のレビューは、Booking.com, Google, TripAdvisor, Facebook に集中している。レビュー数のトップは Booking.com で Google が 2 位に躍進した。Facebook が Hotels.com を抜いて 4 位となった。ホテルは月間平均 37 レビュー (2016 年 28) を受け付け、そのレーティングは 4.2 とほとんどが肯定的なレビュー。レビューに回答するホテルの回答率は 30% と、レビュー数が増

加したにも関わらず、ホテルの回答率は昨年並みを維持している。APAC のホテルの回答率は 40% と最高。(PhocusWire 3/13 <https://goo.gl/UCa4sE>)

➤ TurnKey3, 100 万ドル調達

米ダラスの TurnKey Vacation Rentals がシリーズ D ラウンドで 3,100 万ドルを調達した。スマートホーム・テクノロジーとローカル顧客サービスチームにより他社と差別化する。2013 年の設立以来、7,200 万ドルの資金を調達し、現在 3,500 以上のバケーションホームを取り扱っている。スマート鍵・ノイズモニター・Ring ビデオドアベル・HomeDroid タブレットをレンターに提供する。HomeDroid タブレットは、ハウスキーピングの時間調整をしたり、施設や周辺の情報を提供したりする。2020 年までに、世界の宿泊施設予約市場の 20% シェア獲得を狙う。バケーションレンタル産業は 1 兆ドル市場で、米国だけでも優に 100 万以上の施設が存在する。(PhocusWire 3/13 <https://goo.gl/4BhQtz>)

➤ エアビー、大手 OTA に真っ向勝負

Airbnb が 2 月に新たにホテルを同社のプラットフォームで販売開始するなどの一連の新戦略を打ち出した後で、Booking.com と Expedia の大手 OTA に対して宣戦布告した。コミッションを 3~5% にして OTA の高いコミッション (15%~20%) に対抗するキャンペーンを張っている。安いコミッションに加え、新たな 4 つのホテルタイプである Vacation Home, Unique Space, B&B, Boutique を新設して、顧客のニーズとより関連付けたホテルの検索結果を表示することにも腐心している。(PhocusWire 3/14 <https://goo.gl/MbnVZ9>)

Tired of paying up to 30% to the big OTAs? Try Airbnb.



➤ IHG、Regent Hotel 51%買収

InterContinental Hotels Group (IHG) が、Regent Hotels の 51% を 3,900 万ドルで買収する。この買収契約には、IHG が残る 49% の株式を 2026 年から段階的に買収できる権利が付いている。IHG は、Regent が保有する豪華ホテル 6 軒を

長期的には 40 軒に増やす計画だ。2018 年第 2 四半期には、買収手続きが完了するだろう。(Skift 3/14 <https://goo.gl/RjH54B>)

➤ 中国 NDC 展開

NDC が航空流通の変化を促進させるかもしれない。しかし、それには中国市場が立ちふさがる。IATA の航空会社と仲介業者を結ぶ業界標準通信手段である NDC は、開発開始以来 GDS の反対などの様々な障害を乗り越えて最近やっと安定した進展を見せ始めている。反対していた GDS も NDC 接続に必要となる適格性認定レベル 3 を獲得しつつある。しかし中国市場での展開には、クローズドショップの問題以外にも未だ多くの解決すべき問題が残っている。中国の国が支援している GDS である TravelSky が、この国の NDC 展開の鍵を握る。TravelSky は、中国で独占的位置を占めており、外国流通業者の中国における NDC 展開を難しくしているのだ。LH などの GDS チャージさえ、強く規制されている中国市場に導入するのは困難だ。したがって、GDS チャージを導入したり、NDC 利用のダイレクトコネクトに誘導したりすることは、TravelSky が中国航空会社と海外の仲介業者との間の流通独占を緩和するまでは不可能となりそうだ。(PhocusWire 3/13 <https://goo.gl/uD2vAb>)

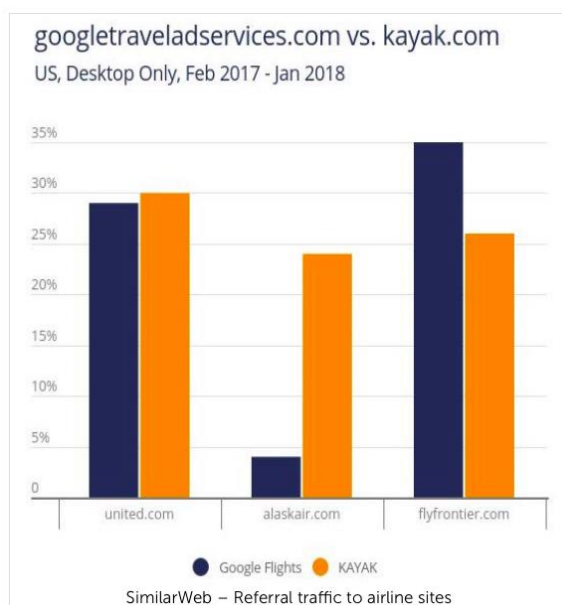
➤ Google Flights

テクノロジー最大企業が 2001 年に Google Flights を立ち上げた際には、旅行業界に警報を鳴らしたものだ。Google の巨大な規模によるほとんど全ての関わりが、様々な業界を根本的に再編してしまうほどの連鎖反応の力を有しているからだ。しかし、大きな反響にもかかわらず Google Flights は、オンライン予約の領域で比較的マイナーなプレイヤーに甘んじている。しかし、それは今までの話である。過去数年間、Google Flights は、航空予約の分野で大きな影響力を発揮し始めている。航空会社が直販チャンネルにますます指向しているので、直販を支援するチャンネル間の競争が激しくなる。OTA やホテルにトライフィックを直接送っている Kayak と Skyscanner のごとくサイトに、長い間席卷されていたメタサーチ市場にも直接大きな影響が出ている。OTA もこの変化を注視している。Google は「現在も将来も OTA にならない」と言っているが、この言葉は割り引いて聞く必要がありそうだ。それでは、広いエコシステムに対する Google のインパクトを、どのように考えたら良いのだろうか？ 以下のシ

ナリオに従って、異なるレベルにおける Google の潜在的影響力を考えて見よう。

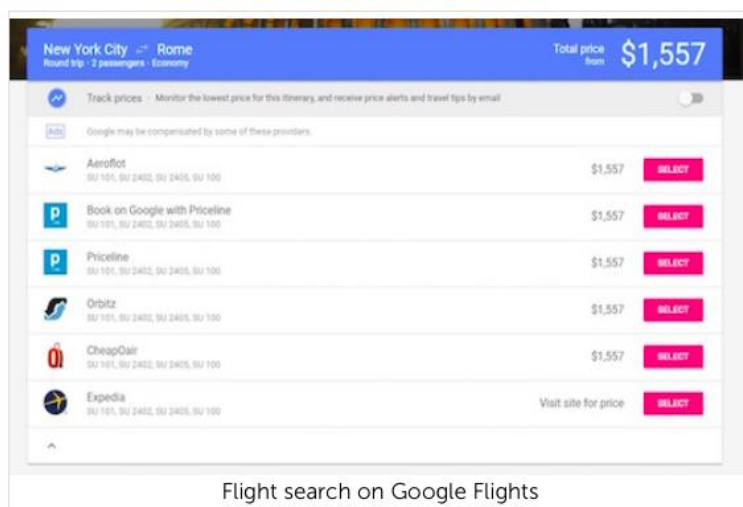
航空会社

航空会社にとって Google Flights はありがたい。米航空会社 3 社 (united.com, alaskaair.com, flyfrontier.com) は、Google Flights のリファリング URL である googletraveladservices.com から最も多くのリフェラル・トラフィックを得ている。それらの航空会社のサイトでは、リフェラル (第三者サイトから始まるトラフィック) から受け取るトラフィックが、全デスクトップトラフィックのおよそ 20% となっている。Google Flights は、Paid コンポーネントが含まれているので、少々異なる構造を有しているが、フォーマットの性質から言ってリフェラル・トラフィックとほとんど整合が取れていると考えられる。24%~30% は最大手 Kayak からだ。Google Flights から Alaska.com には 4% と低いものの、united.com と frontier.com にはそれぞれ 29% と 30% のトラフィックが送られている。これらの数は、1 つを除いて Kayak に引けを取らず、内一つは優っていることを見れば、Google Flights が、リフェラル・トラフィックの航空会社に送り込む方法を、根本的に破壊する潜在力を有していることが明らかだ。この変化は、航空会社が直販促進のために自社サイトへのトラフィック増加に最大限努力している時と同時に発生している。リフェラルの競争激化と航空会社自社サイトへのダイレクトトラフィック拡大願望は、メタサーチ業界に大きな影響を及ぼすことになるだろう。



OTA

以上の話は横に置いて、もし Google Flights が成功し続けるならば、Google Flights のこの最も儲かる旅行ビジネス領域の拡大は、遅かれ早かれ不可避となるかもしれない。しかし、OTA は、航空便・ホテル・レンタカー・ツアー・アトラクションやそれ以上のトランザクションのハブであり、これらのトランザクションの中心に位置する能力を OTA が逸するとは考えられない。Google が OTA になると言うのは極めて興味深い。Google は、より完全なコンバージョンのプロセスを伴って、平均的メタサーチが有している強みであるオーガニック検索を活用できる。これらの全てを勘案すると、Google が業界を広範囲に破壊することはほとんどないだろう。Google のリフェラルは、航空会社を利することになるだろうが、メタサーチと OTA を傷つける可能性があるからだ。しかも Google の得意分野のコンバージョンは、それだけで航空会社とメタサーチと OTA に対する潜在価値を剥ぎ取り、このプロセスを根本的に動揺させてしまうだろう。これらのファクターは、Google のこのモデルの究極的参入を躊躇させるだろう。しかし、そうなる（究極的に参入する）かもしれないと考えることは依然として興味深い話である。OTA にとって良いことには、これは最も起こりそうもないオプションだと言うことだ。現在でも、Google Flights は航空会社と並べて OTA も積極的に掲載している。これは Google が、OTA の利益を尊重しつつ、自身の市場参入に慎重になっている証だ。



メタサーチ

最後にとって置いたのは、Google Flights の成長に対して最も脆弱であるかも知れないメタサーチである。メタサーチは、顧客と販売業者（航空会社であろうとホテルであろうと）の間の理想的な歯車である。すでに検索プロセスを支配し、しかも完全にそれに密着しているテクノロジーの巨人 Google の登場は、メタサーチ市場に大きな影響を及ぼす。Google Flights が、顧客が選択するチャネルとなる一方で、顧客と企業を結びつける能力を更に向上させるならば、その影響は甚大となる。オーガニック検索とダイレクトトラフィックが鍵となるかも知れない。TripAdvisor などのサイトは、潜在的旅行者の主たるニーズを満足させる大きなコンテンツベースにより、巨大なトラフィックを動かしている。その他のサイトも、同じように、ダイレクトトラフィックを増加させる企業力と顧客ベースとの明らかな関係に注力している。大手メタサーチは、これらのサイトから大きなトラフィックを獲得して、Google Flight の成長を抑止する手段とするべきかも知れない。(TN 3/15 <https://goo.gl/UsJXgM>)

➤ 途家の戦略

2015年に、Airbnbが中国市場展開拡大を発表した年に、中国新興の途家(Tujia)がB2Cモデルで営業開始した。しかし今ではC2Cにも注力し始めている。2016年には短期レンタルサイトのMayi.comを買収、その4ヶ月後にはCtripとQunarのアパートと住宅施設レンタル部門の買収を発表した。昨年、途家は100万軒以上のオンライン登録を保有、1億5,000万人のCtripアプリの日間アクティブユーザーが途家の潜在顧客となっている。最近買収対象となっているのがFishtripで、この買収により2018年の途家の海外展開を加速させる計画だ。途家は、テクノロジーにも投資している。Tujia Hostは、PMS・リスティング・客室管理に加え収入管理さえも取り扱うことが可能である。Smart B&Bは、スマートハウス機器導入によりホームステープロダクトとユーザーエクスペリエンスの付加価値を増加。途家は、Airbnbとのコラボと、特にAirbnbの海外展開経験に興味を有している。(TN 3/15 <https://goo.gl/CRLCo>)

➤ Ctrip 2017 財務結果

Ctrip（携程旅行）の2017年の財務結果(P/L)は、ネット収入が39%増収し41億ドルとなった。2018年第1四半期のネット増収9%~11%を見込んでいる。同社

フォーカスライ Japan

CEO は、Ctrip は中国最大オンライン旅行サービスのプロバイダーであるが、これからがスタートだと語っている。テクノロジーに投資して、海外進出を積極的に展開する。現在の国外収入は全収入の 20%。上海ベースの Ctrip は、2017 年 11 月の買収後に英語サイトとして再立上げし、アジア太平洋地域をターゲットとする Trip.com も運営する。収入内訳は、運輸が 19 億ドル（38%増）で総収入の 45%を構成、宿泊施設が 15 億ドル（30%増）で総収入の 35%を、パッケージツアーが 4 億 5,700 万ドル（29%増）で総収入の 11%をそれぞれ構成する。子会社群の成績も良好。Skyscanner の第 4 四半期のダイレクト予約収入がほとんど倍増、そして Trip.com は、Ctrip の昨年 11 月買収以前から 5 四半期連続で航空券販売の 3 桁増を達成した。オペレーティング・マージンは 11%と 2016 年の-8%の赤字から黒字に転換した。なお、株式給与を除いた non-GAAP ベースのオペレーティング・マージンは、18%（2016 年 10%）となる。（PhocusWire 3/15 <https://goo.gl/iPKXou>)

➤ 中国 2 つの新コラボ

Phocuswright は、中国旅行市場が 2017 年 12 月から年率 9%~11%の勢いで成長すると予測している。この拡大市場をターゲットにした 2 つの新たな提携が今週発表された。1 つは、VisaHQ と Fliggy とのコラボである。2017 年 10 月設立の VisaHQ は、中国海外旅行者の APAC 11 カ国の査証取得を支援する。Fliggy は Alibaba Group の旅行サービスプラットフォームで、5 億 8,000 万人のモバイルユーザーを抱える。

もう一つは、Worldpay と Lianlian Pay のコラボである。Worldpay はこの提携により、マーチャントの中国元による決済を可能にする。Lianlian Pay はモバイル決済サービスのプロバイダーで、中国元による国際間の現金決済と送金ソリューションを中国と国際企業に提供している。（PhocusWire 3/15

<https://goo.gl/2MEAqQ>)

+++++ +++++ +++++