

海外事情 1月2日号

- 付帯サービス運賃収入 7 兆円
- 欧州ジオブロッキング法
- ライオン航空のパッケージ販売
- エクスぺ、千億ドル企業へ
- トリバゴ上場へ
- Cトリップ、スカイキャナー買収

以上の二ニュースはトラベルジャーナル 1月2日号 参照

➤ エクスぺ、AI アシスタント利用

エクスぺディアが、アマゾンの AI パーソナルアシスタント「アレクサ」を利用した旅行検索を開始した。「アレクサ、エクスぺディアに聞いて・・・」などと音声によってアマゾンの自動音声認識デバイスの「エコー」に問いかけることができる。「アレクサ」は、旅程について、航空便スケジュール、予約ステータス、チェックイン時間、ロイヤルティのステータスやレンタカー予約などについて自動音声で回答する。エクスぺディアは、急速に進化している音声中心のインタラクションの、特別なニュアンスまで理解することができる音声認識と自然言語処理テクノロジーへ大きな投資を行っている。エクスぺディアは、ユーザーがホテルとチャットで会話できる「フェイスブック・メッセンジャー」についても利用している。(TW 12/4 goo.gl/dvrB5w)

➤ IATA 17 年収入予測

IATA が 12 月 8 日、17 年の世界の航空会社の利益予測を、16 年から 60 億ドル引き下げて 298 億ドル(約 3 兆円)とした。収入は 7360 億ドル(約 74 兆円)、利益率は 4.1%。これで 3 年連続最高利益達成は難しくなった。しかし投下資本利益率(ROIC)は 7.9%と、加重平均資本コスト(WACC)6.9%を 3 年連続で上回る。16 年の利益見通しについても 356 億ドルへと、9 月時点予測の 394 億ドルから引き下げた。それでも過去最高利益計上となる。利益率は 5.1%で、これも過去最高。IATA は、「航空会社の着実なリストラの進展とより良い経営管理により、不安定な燃油価格の変動に対する抵抗力が強化されている証拠である」と語っている。北米の航空会社の利益が全体の 57%(16 年見通し)、60%(17 年予測)と過半を構成する。17 年の搭乗旅客数は 40 億人弱で、一人当たりの利益は 7.54ドル(17 年予測)となる。肝心の燃油価格は、今年末に 10 ドル値上げしてバレル 55 ドルとなると予想している。(IATA Press Release goo.gl/VUJhsq 12/8)

➤ **ホテルと OTA の関係変化？**

ホテルと OTA の関係が微妙に変化している。両者の関係は、“ホテルの直販強化販促活動に嫌気がさしている OTA”というコンテキストで理解されてきたが、最近では幾つかのホテルが OTA をパートナーと言い出している。事例をあげてみよう。エクスペディアが、レッドライオンホテルの常顧客クラブ会員向け特別価格をエクスペディアのサイトに掲載し始めた。常顧客会員でないユーザーもその場で会員登録すれば特別価格を利用することができるのだ。エクスペディアのトラベルアドと同様に、実際の予約はレッドライオンの直販サイトで実施することになる。ここではペイパークリックのビジネスモデルが適用される。この他にもエクスペディアのホテル向けサービスは次に列記する通り幾つも存在する。エクスペディア・パートナー・セントラルの中に「Rev+」のホテル向け B2B の収入管理ソフトが立ち上っている。エクスペディアを利用するホテルは無料でこのソフトを使用することができる。MICE のオンライン予約を促進するための、エクスペディアのミティングマーケット・ポータルには、ベストウエスタンヨーロッパが参加している。また 9 月には、バケーションズ BY マリオットがエクスペディアのダイナミック・パッケージングのプラットフォームを使い始めている。(TN 11/29 goo.gl/E3AuZh)

➤ **セーバーの旅行メガトレンド予想**

セーバーが 17 年の旅行テクノロジー進化を予想した報告書を発表した。その中で最も大きなインパクトを与える以下の 3 つの主要なトレンドを特定している。

メガトレンド No1 インテリジェンス接続

- ・旅行会社エージェントの次世代テクノロジーツール利用による採算性向上、
- ・航空会社の近接ビーコン利用による社員やリソース配置の合理化、
- ・顧客エンゲージメント改善のためのボットと人間の融合、
- ・宿泊客の位置情報の把握によるホテルの顧客体験改善と追加収入獲得、
- ・ロボットによる手荷物運搬支援などによる旅行者のハッスル軽減。

メガトレンド No2 会話型インタフェース

- ・企業は、モバイルアプリかメッセージベースのインタフェースのどちらかに戦略的価値があるかを決めなければならなくなるだろう、
- ・メッセージ・サービス利用によるソーシャル・コンプレインの減少
- ・旅行者は、自動音声認識システムにより旅行情報を取得するようになる
- ・多くの企業が、WeChat や FB のメッセンジャーなどのメッセージング・サービスを利用するだろう、
- ・アマゾンの「エコー」のような自動音声認識デバイスが、旅行会社エージェントの迅速な旅行情

報取得を支援するだろう。

メガトレンド No.3 デジタル現実

- ・AR(拡張現実)が継続して航空会社のパイロット訓練に使われる
- ・旅行会社は、VR(仮想現実)を利用したターゲット広告ができるようになる
- ・スマートフォンベースの AR が、ホテルの販促活動を変えるだろう
- ・航空会社は、ポジショニングとプレミアム商品販売に VR を利用するだろう
- ・標識やテキストベースのコンテンツのリアルタイム翻訳が、国際旅行者の最強ツールとなるだろう
- ・ホテルが、VR 利用による客室販売を強化する

(Sabre Lab's Report, December, goo.gl/MP7eM9)

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