

1月23日号 海外事情

- 民泊旅行予約、18年に1060億ドル
- ホンダ、クラブに投資
- Cトリップ、M&A加速
- 大西洋路線のLCC供給拡大
- セーバー、旅行商品を販売
- 米政府、SNSデータを要求

以上のニュースは、トラベル・ジャーナル1月23日号9ページ参照

Tnoozの2016年最も読まれたニュース10傑 (12/15 goo.gl/ikuT9T)

(各ニュースのURLをクリックすると原文を参照できます。)

- 1 何故旅行計画スタートアップを考えないのか (1/14 goo.gl/GMOEQo)
- 2 ホームアウェイがレンタル手数料調整、宿泊客手数料追加 (2/19 goo.gl/UHu6qM)
- 3 プライスライン・グループCEO、社員との不適切な関係で辞任 (4/28 goo.gl/ruFJRb)
- 4 グーグルの旅行新アプリ (5/4 goo.gl/ZWRPdK)
- 5 ホームアウェイ、新宿泊客手数料徴収でオーナーから集団訴訟受けるかも (3/16 goo.gl/DDwxEX)
- 6 航空会社はグーグル航空便検索に要注意 (4/11 goo.gl/Hszwsd)
- 7 バージンアトアトランティック上海便の中国人客人差別でSNS炎上攻撃受ける (3/18 goo.gl/tX00ua)
- 8 Kayak CEO インタビュー: Phocuswright Conf. センターステージ (11/18 goo.gl/H09v5h)
- 9 図解 OTA の現状 (8/4 goo.gl/u2ILcl)
- 10 グーグルとAI (5/20 goo.gl/FnqDc9)

➤ ウーバー、第3四半期8億ドル損失

ウーバーの第3四半期が8億ドルの損失計上となった。ネット収入は17億ドルで前年同期比240%増、前期比190%増であった。損失は前年同期比34%増、前期比25%増と減少しつつある。第3四半期では中国ウーバー売却による22億ドルの一時的純益が発生した。ロイターは今年のネット収入を56億ドルと予想、CNBCは少なくとも28億ドルのEBITDA損失を予想

している。ウォールストリートは、ウーバーの企業価値を 680 億ドルだと見積もっている。(TN 12/20 goo.gl/rA8kNc)

➤ **トラベルウイークリー 2016 年の回顧(順不同)** (TW goo.gl/sFfj8f)

1 ジカ熱

ジカ熱が、米州とカリブの 30 カ国に広がる。昨年夏にはマイアミそしてテキサス南部に感染。リオ・オリンピック、フロリダ、プルトリコへの旅行取消が多数発生した。

2 テロリズム

15 年 11 月のパリに始まり、イスタンブール、ブラッセル・・・と連続発生したテロが旅行需要冷ます。欧州長距離旅行は、5 年連続年平均 6.5%増加後 0.9%減少した。

3 ドナルド・トランプ

旅行業界幹部が、トランプ次期大統領の保護貿易主義と反移民政策に関する選挙運動中の発言を批判。当選後は、14 年の米キューバ関係正常化合意の破棄すら表明。実際に旅行業界にどのような影響力を振るうか未だ不分明。

4 ホテル対 OTA

16 年中、ホテル直販と OTA 販売の戦いが継続。第三者経由予約は 11 年の 19%から 5 年間で 27%に。これに対抗してホテルは直販増に努力。しかしフォーカスライトは、17 年の OTA 販売拡大を予測。

5 エアビー&ビー

エアビー、16 年に 300 万民泊掲載し 7000 万人の宿泊客獲得。エアビーのレンタルは今や全宿泊在庫の 9%。ホテル業界はエアビー違法施設に苦情。地域によっては行政がエアビーに対する規制と取締強化。

6 キューバ

昨年、米キューバの国交が 54 年ぶりに正常化。米クルーズ船や航空便のキューバ運航再開。米ホテルチェーンがハバナ進出。トランプ次期大統領の国交再断絶発言が一抔の不安。

7 ファザム(Fathom)

カーニバルの「ファザム」が 2 年連続リスト。前回は目的地でボランティア活動するユニークなクルーズ・コンセプトが選出理由。しかし 17 年中頃にこのブランドは破棄される。新コンセプトが顧客によく理解されなかった。

8 リバークルージング

ここ数年間リバークルーズ人気が増加。夏にはアドベンチャーby ディズニーが、ドナウ河 7 日間の家族顧客向けクルーズを運航。クリスタル・クルーズも 7 月にリバークルーズ

に参入。

9 バージン アラスカ

アラスカ航空が4月にバージンアメリカ航空買収。米西海岸のプレミアム航空会社を目指す。ユナイテッド・デルタ・アメリカン・サウスウエストの4社が84%を席卷する国内線市場で対抗する。

10 米運輸保安局(TSA)のプリチェック

空港セキュリティ混雑による航空便大幅遅延がなんとか回避。議会の応急予算措置とTSAの運営調整などに加え、旅行者のトラステッド・トラベラー・プログラム(プリチェック)登録増が貢献。

11 ブレクジット

6月英国がEU離脱決定。ポンドが31年ぶり安値更新し訪米英国人への影響必至だが訪英米国人には朗報。EU不安定化・オープンスカイ消滅の可能性・ポンド安の世界経済への影響など長期的には不安要因大。

➤ トリアド、エクスペと契約

トリアドがホテルインスタント・ブッキングを立ち上げた後、2.5年経ってエクスペディアがやっとならに参加する。エクスペディアが保有するホテル・コムブランドが米市場でこれを試験的に使うことになった。プライスライン・グループは昨年10月に参加している。インスタント・ブッキングでは、メタサーチサイト(トリアド)から離脱せずにホテルが予約できるが、マーチャント・レコードは販売元のホテルないしOTAが保持する。現在、トリアドのインスタント・ブッキングに参加している企業は、OTAのGetARoomやホテルチェーンのマリオット・アコー・ベストウエスタン・ウインダムワールドワイドなど70社にのぼる。トリアドCEOは、11月の四半期決算説明会で、インスタント・ブッキングが期待通りの成果を未だ上げていないことを認め、このツールが市場に浸透するには時間がかかると語っている。(TN 12/20 goo.gl/tqfepd)

➤ 次の旅行テクノロジートレンド

セーバーのR&D部門であるセーバーラボが、初めての「旅行テクノロジーの進化」のレポートを発行した。以下は、この部門長Mark McSpaddenのインタビュー記事の抄訳である。

Q: チャットボットは旅行会社のエージェントに取って代わるか? それとも旅行会社のエージェントに大きな力を貸すのか?

A: エージェントは、近い将来ルーティン作業の一部をチャットボットに委ねて、仕事の効率化を実現させるだろう。

Q: 昨年で最も興味をそそられた提携は?

A: エアビーの Detour と提携した音声支援歩行ツアーのプロモーションだ。エアビーは、自分で案内可能な音声支援ツアーの、携帯電話ベースのコンセプトを顧客に提供している。このような音声を伴った拡張現実 (augmented reality) の提携が増えるだろう。

Q: 旅行業界のモバイル対応を他産業と比較して成績をつけると何点になる？

A: トランザクションでは「A-」だ。ショッピングとトランザクションが急速に改善している。モバイルアプリやモバイル Web を、そしてウェアラブルやチャットボットを素早く試験している。サービス面では「B-」だ。旅行では強力なコールセンターが存在する。小売業界よりも遅れている。会話型コマース (conversational commerce) では、旅行は他産業をリードするチャンスがある。カバーする領域がはっきりしていることと、エージェントの業界知識の蓄えがある。ボットが回答できないものは、人間のエージェントが回答することができるのだ。

Q: 会話型コマースについてはどう見ている？

A: 米国の Wynn Hotel グループが、12 月から 4000 室全室にアマゾンのエコーを導入した。音声チャンネルは顧客サポートとサービスに大きな力を発揮する。しかしショッピングには向いていない。我々は、旅行には未だ V コマース (voice commerce) は存在していないと考える。

Q: 何故、会話型インターフェイスはショッピングに未だ馴染んでいないのか？

A: テクノロジーが、会話型の質問 (検索) に対して最も関連付けた回答を引き出せないからだ。テクノロジーは、未だ、最も関連付けた回答を簡潔にまとめられない。「木曜日に NYC で会議がある。できるだけ早く行って直ぐ帰る最も良い航空便は？」のような自然言語検索に対して、機械が最も関連性の高い回答を抽出するためには、もっと多くの文脈が必要となる。これが実現できるのは、現時点では顧客サービスとなる。

Q: ポケモン Go のような旅行に使うことができるテクノロジーは？

A: 物事が継続してシフトしている。今年初めには AR、それから VR が騒がれた。しかし販売増には繋がっていない。VR は感情をゆすぶる (インスピレーション) ツールだ。プロダクトレベルでは、VR を使って自身のブランドを差別化するのに興味がある。航空会社やホテルが、マーケティングのツールとして使用しているのにはちょっと驚かされる。航空会社は VR 機器とコンテンツをビジネスクラスの顧客に手渡している。評価は未だ分からない。

Q: モバイル決済は？

A: 電子決済の問題 (フリクション) は依然としてかなり大きい。モバイルベースのソリューションが解決してくれることを望んでいる。アマゾンのエコーのような音声ベース機器で購入して決済することが先ず頭に浮かぶだろうが、音声ベース認証が今後のモバイル決済の大きな部分を占めるだろうか？

Q: 巨大なデータの利用は？グーグルは「モバイルファースト」から「AI ファースト」と言い始め

ている。

A: AI は、「AI ファースト」と言うよりは補完的と考える。グーグルは、長期的に考えている。機械学習は、会話と翻訳で力を発揮している。グーグルは、機械学習を使って検索結果を補完し成果を上げている。とは言え、機械学習を使いこなすにはより長い時間が必要だ。「プロダクトファースト」より「データファースト」の考え方だ。

(TN 1/03 goo.gl/QyzchI)

➤ チャットボットと旅行

以下は、ブランド エクスペディアのプロダクト・マネジメント VP の観察である。

16 年は、顧客インタラクションの新しいインターフェイスとしてチャットボットが出現した年だった。ニューラルネットワーキングや自然言語処理のような AI テクノロジーの進歩により、フェイスブック・グーグル・アップル・アマゾンなどが会話型プロダクトを提供し、顧客が検索やメッセージングを通じて商品を注文したり旅行を計画したりすることを可能にしている。

17 年には、特に旅行業界では、チャットボットがありきたりのものとなるだろう。機械学習(マシナラーニング)がチャットボットをますます洗練化させる一方で、顧客の期待も相前後して急速に進化するだろう。20 年前に OTA が旅行を民主化し消費者に柔軟性とチョイスの力を与えて以来、オンライン観光旅行販売ではあまり大きな進化が見れなかった。しかしチャットボットは、旅行予約プロセスは勿論のこと顧客サービス体験に対して次の地殻変動的変化をもたらすだろう。

昨年エクスペディアは、旅行予約プロセスと顧客サービスで、フェイスブックのチャットボットとアマゾンのアレクサやスカイプのチャットボットを使用した新しいスキルを立ち上げた。多くの旅行ブランドが最初のボットを立ち上げる難題に苦労してるが、エクスペディアはその一歩先を行っている。直ぐに旅行商品購入に利用される訳ではないが、旅行予約プロセスの過程で、ユーザーの体験を改善するためにチャットボットが導入できる多くの領域が存在する。

旅行は、その他の Eコマースのセクターとは異なり、異常なほど長いファンネルを有している。顧客は、初期段階では色々な目的地の航空便やホテルや旅行期間を検索し、自身の旅行の詳細についてはっきりしていない。そして、各段階のユーザーたち各々が異なった情報を求めているので、チャットボットは複数の変数を反映するように設計する必要がある。多くの企業がチャットボットの設計を第一に考え、その後に顧客の利用目的を考えているが、第一に個別の消費者の問題やニーズを考える必要がある。

エクスペディアの経験では、ボットの役割が限定された領域の場合に、チャットボットがより成功するようだ。つまり、少なくとも現時点では、極めて主観的でオープンエンドの旅行の調査段階であるファンネル上部では、チャットボットは多くの役割を担えない。全ての消費者二

ーズに適合する単一目的のチャットボットを設計するのは困難だ。しかしながら、チャットボットは日に日に進化しているため、エキスペディアは今後 12 ヶ月の間に多くの進展を見ることを期待している。

チャットボットは、依然として初期段階のテクノロジーなので高望みは禁物だ。チャットボットが機能すると思われるファンネルの特定段階を隔離してから、そのファンネルの特定段階におけるチャットボットを開発するべきだ。

(TN 1/04 goo.gl/LxfOTr)

➤ カーニバルのウェアラブル

カーニバルのリーガルプリンセス号がクルーズ船客向けのウェアラブルを 17 年 11 月から導入する。「オーシャン・メダリオン」と呼ばれるこのウェアラブルは、ディズニーがオーランドのテーマパークに 10 億ドルかけて導入した「マジックバンド」の技術をベースにしている。ブルートウースの近距離無線を使った顧客とのインタラクションを可能にし、船客の乗船下船認証、オンボード支払い手段、客室鍵などを自動化する。また、船客同士のインタラクション、例えば同伴旅行者の船内居場所の確認や一定の通話の能力も備えている。ゆくゆくは、寄港地のエクスカージョンにも使用可能する予定だという。(TN 1/05 goo.gl/EygSwc)

➤ インスタグラム旅行キャンペーン

多くの旅行企業は顧客が再び訪れてくれることを願っている。3 人に 1 人が戻ってくればハッピーだ。しかしオーストラリアの OTA ハローワールド (HelloWorld) は、インスタグラムを使ってそれ以上の復帰率を達成している。昨年 9 月におよそ 80 人のインスタグラムのインフルエンサーに対して、12 時間以内に彼らの生活の 1 日を紹介する 12 枚の写真を、#HelloWorldRelay のハッシュタグを付けて SNS のスタックラ (Stackla) にアップさせた。そしてそれをきっかけにして、その他のユーザーに写真のアップを促した。その結果、次の 36 時間以内に 16515 枚の写真が続々とアップされ 54000 のツイートと 1000 のフェイスブックのインタラクションが発生した。(TN 1/05 goo.gl/RN2AY3)

➤ 中国ディディのブラジル投資

ディディ (滴滴快的) が 16 年に大きな投資を行った。10 月には 1 日当たり乗車件数 2600 万を記録、世界第 2 位のオンラインのトランザクションサイトとなった。今年初頭以来、第三者開発者に API を開示し 1000 以上の提携関係を樹立して、単なるタクシーアプリからモバイル旅行プラットフォームとして旅行サービス全般をカバーすることを考えている。(TN 12/16 goo.gl/DGzs0V)

中国最大のタクシーアプリ「ディディ」がブラジルの 99 (公式名 99 タクシー) と戦略的提携を結んだ。提携内容の詳細は不明であるが、ディディ投資は 99 の 1 億ドル強の資金調達ラウンドの一部。99 は 12 年の創立以来 1.25 億ドルの資金を調達している。アプリベースの自家用車とタクシーのオンデマンドヘイリングサービスは、現在ブラジルの 550 都市に展開、14 万人の登録運転手を擁している。アプリは 1000 万回ダウンロードされている。(TN 1/05 goo.gl/3exmYC)

➤ C トリップ、モバイクに投資

C トリップが、スマートフォンで自転車をレンタルする中国「モバイク」の第 4 次資金調達ラウンド 2.15 億ドルに参加する。モバイクは昨年 4 月に公式に創立した企業で、今までに 3.5 億ドルの資金調達に成功して現在 9 都市に展開中である。モバイクは、耐久性に優れた整備不要の自転車に GPS と専用スマート鍵テクノロジーを装備している。モバイク APP で何時でも何処でも近場の自転車を容易に探し出してスマートフォンで開錠するシステム。目的地に到着したら道路脇の適当な場所に止めて施錠するだけで済む。(TN 1/06 goo.gl/yUVPzo)

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