

【海外事情 2016 年 11 月 14 日号】

- アマデウス、20 年の動向予測
- シートリップが旅行会社買収
- アコー、民泊とデジタル強化
- ブッキング、アジア市場拡大

・・・・・・・・ 以上トラベルジャーナル 11 月 14 日号参照

➤ EXPE の “おまけサービス”

エクスペディアが、検索ページにホテルのフリビー（おまけ）広告を掲載する。極めて単純明快な話であるが、ホテルが他社より優位に立つためのリアルタイムで即効性のある方法は、宿泊料金の値下げ以外にはほとんど考えられないのが実情である。しかし、その他の方法としてブランド力や消費者のレビュー（口コミ）も存在する。エクスペディアは、これに加えてホテルが “おまけ” を付けることができるツールを開発した。“おまけ” を付けて宿泊客をホテルに呼び込む考えだ。これはバリュー・アッド・プロモーションと呼ばれているもので、客室アップグレード、無料 Wi-Fi、SPA 無料券、無料食事や飲物券、無料ウォーターパーク入場券など 25 種類の、ホテルが選ぶことができる “おまけ” が用意されている。“おまけ” は、滞在期間や客室タイプに準じて用意することができる。エクスペディアのサイト上でのホテル販売支援は以前から始まっている。今年初頭にはホテルが使える B2B アプリを開発し、そして 8 月にはホテルのロイヤルティ・プログラム会員に対する割引価格を、標準価格に並べて表示する初めての OTA となった。(TN 10/17 goo.gl/S4cMTJ)

➤ 滴滴出向とトリアドが提携

中国最大タクシーアプリの滴滴出行とトリップアドバイザー中国が、中国の 100 軒のホテルで、ローカルのアトラクションに対する宿泊客の需要に対応するサービスを開始するために提携した。トリップアドバイザーは、100 軒のホテルで滴滴出行の専門ステーションを設置する。これだけではつまらない提携話のように聞こえる。まだ初期段階で提携内容は漠然としているが、最終的には目的地に置ける宿泊客の “何かしたいこと” の調査や計画に止まらず、旅行計画に移動ソリューションを組み込んだフルサービスのエコシステムを構築する

ことを目的としている。特に滴滴出行が買収したウーバー中国在が 8 月に旅行者を旅前・旅中・旅後に必要とする旅行サービスと関連させることを目的とした「ウーバー+旅行」立ち上げたことを考えると、この提携が将来何か大きなものになる可能性を秘めている。パラダイムシフトとかゲームチェンジャーも最初の一步が必ず必要だ。滴滴出行とトリップアドバイザーの提携は、まさにこの最初の一步となるかもしれない。(TN 10/21 goo.gl/tJGct0)

➤ NY 州、エアビー規制強化

NY 州で、10 月 21 日、違法民泊レンタルの取り締まりを強化するために、複数の 30 日以内の非居住短期賃貸物件の広告を禁止する法案が成立した。同州は、すでに 10 年に、所有者もしくはテナントが非居住の物件の民泊賃貸を禁止している。またこの新法は、違反した場合の罰金を 75000 ドルに (約 780 万円) に値上げする。同州では、エアビーの違法な物件の賃貸があとをたたず、住宅不足問題を深刻化させている。10 年から 14 年 6 月までの間のエアビーの収入の 37% (1.7 億ドル) が、1 人のホストが三軒以上を賃貸する収入で占められている。NY 州の民泊規制強化法が他州にも及ぶようなことがあれば、エアビーの経営に大きな打撃を与えることになるだろう。エアビーは、新法成立とほぼ同時に、この新法が米通信品位法 (Communication Decency Act) と言論の自由に違反しているとして NY 州を訴えた。CDA 法は、インターネット企業が掲載したユーザーのコンテンツに対する一切の債務を負わないことを保証している。(TW 10/21 goo.gl/c2UACb)

➤ 途家、C トリップ民泊部門買収

エアビー中国版の途家 (Tujia) が、C トリップとチューナーの民泊賃貸部門をそっくり買収した。今年夏には、短期賃貸プラットフォームの Mayi.com を買収している。これらの買収で中国民泊市場を押さえた途家は、スタートアップの段階から成長軌道に乗る企業へ変身し、アジア太平洋地域における民泊市場のシェア獲得を目指す。途家がエアビーと大きく異なる点は、宿泊施設のリアル不動産開発事業を行なっていることである。しかし、今後 5 年以内にはオンライン予約プラットフォームと不動産開発事業を分離して、民泊予約事業の成長を加速させる方針だ。(TN 10/21 goo.gl/sLMpiF)

▶ 中国 HNA、ヒルトン 20%買収

中国コングロマリットの HNA グループが、ブラックストーンからヒルトン・ワールドワイド株の 25%を 65 億ドル（約 7700 億円、1 株 26.25）で買収することに合意した。ブラックストーンは、25%売却後もヒルトン株の 21% を継続して保有する。この買収契約には、今年末までにヒルトン・ワールドワイドが分社する予定のホテルリートのパーク \$ ホテルリゾート 25%と、タイムシェアのヒルトン・グランド・バケーションズ 25%の買収が含まれている。93 年設立の HNA グループは、世界に 2000 軒のホテルを展開し、4 月にはラジソンの親会社カールソン・レジドール買収に合意している。ブラックストーンは、07 年に 260 億ドルでヒルトンを買収、13 年末に 1 株 20 ドルで再上場させている。(TW, 10/24 goo.gl/d5Q1U2)

▶ 目的地 T&A、OTA 利用は半分以下

目的地ツアー&アクティビティのソフトウェア企業トレックソフト社の調査によると、目的地ツアー&アクティビティのオペレーターの 10 社のうち 4 社しか OTA を利用していないことが判明した。OTA 利用を考えたこともないオペレーターが 32%も存在する。チャンネル別の販売構成は、半分ちょっと（53%）の予約がオンライン販売で、オペレーターの直販サイト経由販売は 39%、ツアーオペレーター経由が 19%、オフライン直販が 17%、OTA 経由が 15%、ローカルポイントオブセールスが 9%だ。OTA 経由予約は少ないものの、69%が予約は増加していると回答している。平均 OTA サイト数は 4 つ（バイター、ゲットヨアガイド、エクスペディア、ムーズメント）。OTA のコミッションが問題で、5 社のうち 4 社が 15%以下でなければ OTA は利用しないと言っている。またリアル在庫を OTA に提供するのが困難なために、オーバーブッキングについての心配が付きまっている。(TN 10/26 goo.gl/6jKe6D)

▶ エアビルの法人需要

法人出張規定の 9%が、宿泊施設のシェアリング・エコノミー（主としてエアビー）の利用を社員に許している。これは、今年 9 月に AMEX のグローバル・ビジネス・トラベルと、コーポレート・トラベル・エクゼクティブ協会が調査したアンケート結果である。シェアリングの利用者は、20 歳～30 歳代の若い人たちが中心（15%）。シェアリングの利用については、積極的に若い社員の意向に

適合して出張規定を変更していく企業と、当面の間は静観とする消極的対応の企業と半々に分かれている。しかし、40%のアンケート回答者が、過去3年間で、規定に組み込まれていようとなかろうと、シェアリング利用が増加していることを認めている。シェアリング増の中には出張規定破りの出張者も依然として多く含まれているようだ。何れにしても、若年層の利用が多いということは、9%に悲観することはない。長期的にはシェアリングの利用増加が予想される。(TN 10/27 goo.gl/032Hk2)

➤ 2021年の航空流通システム

IATAが、今後5年以内の、航空流通システムの「アクティブ・ディストリビューション」モデルへの抜本的改修を予想している。近い将来、航空会社と旅行者とその間に立つ仲介業者の関係が、全く異なる新たな方向に向かうと予想している。そして、今後5年間に航空流通に大きな影響を与える以下の8つの分野を特定している。

- 1) 顧客ベースが高齢化し市場が BRICS 以外の第2需要層へ拡大するので、これらの需要のショッピング体験への対応が必要になる。そして、モバイルが消費者チャネルの圧倒的シェアを占める。
- 2) 新たなテクノロジー、すなわち音声認識と AI への対応を迫られる。そして潜在顧客の掘り起こしのために、VR（仮想現実）が航空会社の商品計画に使用される。
- 3) 直販率が現在の33%から21年には45%に拡大する。直販増は、TTAとOTAの販売を減少させる。ただし法人管理旅行会社（TMC）のシェアは若干増加する。
- 4) 航空会社の新たなIT環境が、時代遅れのGDSに対抗して、顧客ニーズに基づく新たな商品特性を統合するためのテクノロジーをアップグレードする。
- 5) 供給管理と航空券販売のための第三者経由の膨大な運賃情報の事前ファイルと、いわゆる階層別在庫（inventory buckets）への依存の必要性がなくなる。
- 6) 近代的社内販売システム（PSS）が、フルリテーリング・プラットフォームのサービス（ダイナミックかつフレキシブル販売）に基づくモジュール式テクノロジーに取って代わる。

- 7) グーグルが、航空会社の流通フードチェーンにおける最も重要な破壊的要因になると考えられる。この検索ジャイアンツは、航空流通で大きな役割を演じるためのアセットとリソースを保持している。グーグルそれ自身が OTA になる可能性を秘めている。
- 8) ローカルあるいは地域のペイメント・システム (M ペサや アリペイ) と、新たなグローバル・プレイヤー (ペイパル、アップルペイ、グーグルペイ) のモバイル中心の決済システムの普及が、航空会社と第三者の既存の財務システムとプロトコールのアップグレードを余儀なくする。

このレポートは、アトモスフェア・リサーチのヘンリー・ハートベルトが調査したもので、レポートの最後で、「今後 5 年間ににおける航空会社流通の変化は、過去 50 年間よりも大きいものとなる」と予想している。(TN 10/27 goo.gl/bmLW2k)

➤ インド最大 OTA の買収

インド最大 OTA メイクマイトリップ (MMYT) がイビボ・グループを買収したことで、採算性が向上し黒字転換が見えてきた。しかし MMYT は、買収後も利益計上よりも成長戦略を最優先させると言っている。7 月～9 月の四半期で、インド国内ホテルのオンライン予約シェア 27% を獲得した。インドでは、ホテルの 12%~15% しかオンライン予約をしていないので、この市場の潜在的成長力は極めて大きい。この四半期で、MMYT のホテル予約は約 3 倍、モバイル予約は 4.5 倍増加した。モバイルアプリのダウンロード回数は累計 2750 万回で、月間ユーザー数は 540 万人に達している。インド人の人気目的地である主要海外 20 都市のホテル予約も強化する。数週間前には、代替宿泊施設 (オルタナティブ・アコモデーション) 予約の新ブランド「ライトステイ」を開発。ライトステイでは、既に 9000 の予約可能の施設を展開している。ホテルに加え航空予約も MMYT の大きな事業だ。国内航空予約は前年比 35% 増加、モバイル予約は 49% に達している。7 月～9 月の四半期決算は、収入 8310 万ドル (前年同期比 27% 増) ネット損失 3940 万ドル (前年同期損失 1220 万ドル) であった。損失拡大は、販管費 4840 万ドル (前年同期比 3.3 倍) によるところが大きい。(TN 10/28 goo.gl/vAWtuf)

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