

【海外事情 10月3日号】

- コンカー、比較サイトを買収 トラジャル 10月3日号 P.9 参照
- 中国人の海外旅行、成長鈍化 トラジャル 10月3日号 P.9 参照
- OTAとホテル大手が提携 トラジャル 10月3日号 P.9 参照
- グリック最高値はレストラン トラジャル 10月3日号 P.9 参照
- BA、NDC 利用で座席指定 トラジャル 10月3日号 P.9 参照

▶ ヒルトンのモバイル・コンシェルジュ

ヒルトンが、同社の HHonors 上顧客会員用のモバイルアプリに「ファンファインダー」(Fun Finder)を導入した。このツールは、顧客のプリファレンスに基づくベストなオファーとメッセージを提供する、本質的にはノーティフィケーションのシステムである。例えば、ハネムーンのカップルには、カップルのマッサージ予約の割引を、家族旅行にはリゾートにおけるアクティビティのスケジュールを送信する。顧客プリフェレンスの情報は、顧客の旅程情報やチェックイン前の調査と位置情報から抽出する。ヒルトンは、このパーソナライゼーションはモバイルアプリの最高のレベルに達していると誇示している。アクティビティやサービスの予約を可能にするほか、顧客がいつでも質問できるリアルタイムのメッセージング・サービスも提供する。(TN 9/6 goo.gl/GIKy11)

▶ 百度とプライス、Cトリップ出資増

百度とプライスラインが、中国最大 OTA である C トリップに対する出資を追加する。プライスラインの追加分は、合計 7.5 億ドル (約 750 億円) の転換社債のうち 2500 万ドル (約 25 億円) 相当と普通株式 2500 万ドルの合計 5000 万ドル (約 50 億円) と控え目。プライスラインは、12 年に商業的な関係を構築、14 年には株式保有を開始、15 年 12 月には 5 億ドルを出資して C トリップ株の 15%を保有している。

一方、百度は、去年の株式相互保有契約の一部として、百度が C トリップ株の 25%を、C トリップがチューナ株 (百度が大株主であった) の 45%を保有することとなった。百度は、7.5 億ドルの優先債券のうち 1 億ドル相当を出資する。これとは別に C トリップは、米国預託株式 (ADS) 2250 万株を発行する計画を発

表している。C トリップは、第 2 四半期末で 27 億ドル (2700 億円) の現金と現金相当物の流動資産を保有している。C トリップは、集めた資金をこれからの成長のための原資とする。最近では、インド最大 OTA のメイクマイトリップや中国東方航空の株式を購入しているほか、中国新店頭市場「新三板 (New Third Board)」の独立ホテル IT ビジネス智合工程有限公司 (ジョイント・ウィズダム) を保有している。(TN 9/7 goo.gl/8zdpRP)

▶ トリアド、目的地商品で提携

トリップアドバイザーとツアー&アクティビティ予約のバイターが、アトラクションのコンテンツ予約ツールをホテルや旅行の会社に提供している。ホテルや旅行の会社は、このコンテンツに API 接続して自社の Web サイトやモバイルアプリやメールで地元のアトラクションを販売し副収入を得ることができる。ラジソンブルーホテルは、同社の「ワンタッチ」アプリにこのサービスを統合した最初のホテルとなった。ワンタッチは、モバイル専門会社の Runtriz のテクノロジーにより動くアプリで、宿泊客は、このアプリを使ってトリップアドバイザーに掲載されている数千のアトラクションのレビュー、レーティング、写真を見ることができ、その多くをバイターのソリューションで予約することが可能となった。トリップアドバイザーは、旅行者の 67% がモバイルにより目的地で“すること”を探していると言っている。同社の最近のサイトのデザイン変更では、ホームページのホテルや航空便やその他のコンポーネントの脇の目立つスペースに「Things To Do」(すること) を配置している。トリップアドバイザーのツアー&アクティビティ予約は、14 年にバイターを 2 億ドルで買収したことにより可能となった。同社は、「完全な旅行体験」をカバーする方向に着実に歩を進めている。(TN 9/7 goo.gl/fUPj5k, 9/14 goo.gl/z83FS5)

▶ LH の流通改革ゴールまで 2 年

LH は、同社の全面見直をした革新的新流通戦略ビジョンを 2019 年までに導入する。同社は、現在、顧客双方向流通 (customer-interactive distribution) を達成するための段階的アプローチの 1 年目にいる。このプロジェクトは、2015 年の 6 月に開始され、9 月には大きな議論を呼んでいる GDS 経由予約に対する

サーチャージが導入された。このサーチャージの導入効果（GDS 経由予約の減少や同社の収支に与えた影響）は発表されていないが、主要目的は達成されていると LH は語っている。現在、17 のテクノロジー・プロバイダーが、LH のダイレクト・プラットフォームに接続してサーチャージの支払いを免れている。ドイツの主要な航空便コンソリデーターと世界の 1,500 の IATA 公認旅行会社が LH のダイレクト・コネクトを使っている。最近では、ドイツのシーメンスとフォルクスワーゲンがダイレクト・コネクト契約にサインした。第一段階は 2017 年まで継続し、マルチ流通ソリューションを作り出して、伝統的モデルである GDS 経由の航空券販売を脇に押しやることを試みる。そして、第二段階では、プッシュとプルの原則^(注)に基づいて各種の付帯サービス運賃を束ねて航空券を眺えることができる、ダイナミックなオフリングの能力を備えた収入管理プラットフォームを作る計画だ。（注）プッシュは（GDS などの）チャンネルを通じた販売、プルは（航空会社が）顧客に直接販売することを指す。

顧客双方向流通は、遅くとも 2018 年あるいは 2019 年の最終段階での完成を目指す。なぜ他社が、LH にフォローして GDS 経由予約に対してサーチャージ (DCC) を導入していないのか？との質問に対して、LH は「単に時間の問題」だと回答している。（TN 9/12 goo.gl/wPaMRA）

➤ EK 社長、GDS モデルを批判

エミレーツ航空社長のティム・クラークが、航空流通の現状維持に不快感を露わにしている。「あまりにも多くの“たかり”（パラサイト）たちが、自身の事業モデルをサポートするために航空会社の情報にただ乗りしている」と語っている。そして、彼はこう言っている；「航空業界は、レガシーな流通システムによって束縛されていると声を大にして言いたい」、「特にデジタルの世界で継続して起き来たことを見てみれば、GDS システムは今後 5 年から 10 年の航空会社の目的に適っていない」、「仲介業者が航空会社の情報にタダでアクセスして、彼らの有料サービスにそれを使用しているのは、多分反対の方向に改めるべきだろう」、「顧客がどこかに旅したい思った時に航空会社を直ぐ思い出すようにして、仲介業者を締め出すことが義務として我々にかかっている」と言っている。しかし EK には、LH の DCC (Distribution Cost Charge) と同様のサーチャージを導入する兆候は存在しない。多分 LH が言っている「単に時間の問題」

なのだろう。(TN 9/13 goo.gl/EBaA03)

▶ ウーバー、自動運転自動車導入

ウーバーが自動運転自動車をピッツバーグで導入した。しかし、テクノロジーが進化するまでは、安全確認をする運転手が同乗する。ウーバーは、2014 年から自動運転の開発に取り組んでおり、自動運転が交通事故を減少させ、都市の駐車スペースを 20%削減し、交通渋滞を緩和させると言っている。(TW 9/15 goo.gl/5T3qRZ)

▶ レストラン、キーワード 3.35 ドル

シミラーウェブのデータによると、旅行検索の最も単価の高いキーワード検索は「近場のレストラン」(restaurants near me) のクリック当たり 3.35 ドルとなる。このキーワードの購入者はレストランの大手のブランドたち。ここではトリップアドバイザーが、このキーワード検索の 40%のトラフィックを占拠している。イエルプの 5.2%、ゾマトの 3.1%を大きく引き離す。トリップアドバイザーにとってレストランは重要で、レビューの場所を予約のプラットフォームに変える戦略の重要な商品ラインアップの一つである。プライスラインが 14年にオープンテーブルを 26 億ドル (約 2,800 億円) で買収した通り、旅行サイトは、単に航空便やホテル予約にとどまらず旅行全体をカバーすることを考え始めている。レストランに次ぐ旅行の人気キーワードは、「格安ホテル」(3.35 ドル)、「レンタカー」(3.19 ドル)、「ホテル」(2.39 ドル)、「航空券」(1.76 ドル) など。(TN 9/16 goo.gl/u7kG4n)

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