

[海外事情 7月18日号]

- 既存旅行会社の利用増加      Travel Journal 7月18日号 参照
- 中国ウーバーが旅行サービス      Travel Journal 7月18日号 参照
- 訪米市場で中国の位置上昇      Travel Journal 7月18日号 参照
- エアビー、株式上場か?      Travel Journal 7月18日号 参照

➤ 米国務省、ガルフ3社不問

米国務省は、6月29日、米メジャー航空3社(AA, DL, UA)と幾つかの大手航空会社の労働組合が要求していた、ガルフ航空3社(EK, QR, EY)に対するオープンスカイ協定適用停止と米国路線増便凍結の要求には対応せず、その代わりに UAE とカタール 政府との非公式協議を今夏に開催することを決定した。メジャー3社は、ガルフ航空3社が04年以来政府から累計420億ドル(約4.7兆円)の補助金受け取り、公平な競争環境を阻害していると非難していた。現在、EKは10路線、QRは8路線、EYは6路線の米国路線を運航している。米メジャー3社は、最近数年間にほとんどの中東路線を運休してしまった。ある調査によると、メジャー3社と中東3社の合計1,700路線中で、彼らが同一路線で競争関係にあるのはたったの2路線。米メジャー3社の搭乗旅客のたったの0.7%が、ガルフ航空会社の同一路線に転移することができる。しかし、米=インドないし米=中東間の1回乗継路線では両者は競争関係あり、多くの場合、ガルフ航空会社が米国および欧州の航空会社の運賃を下回る。反対にEKは、02年~15年の間に、米航空会社は1兆ドル(約110兆円)の政府補助金(含む破産法適用)を受け取っていると主張していた。FX, 5Y, HA, B6はオープンスカイ協定の擁護派でメジャー3社の主張に反対、必ずしも米航空会社間の足並みは揃っていなかった。訪米インバウンド旅客需要喚起に貢献しているガルフ航空3社に好意的な米旅行協会(US Travel Association)は、今回の国務省の対応を歓迎するとコメントしている。(TW, 6/27 <http://goo.gl/KZf6HY> 他)

➤ HNA グの新オンライン旅行事業

ロジスティックとツーリズムのコングロマリットHNAグループ(海航集団、Fortune 500企業、年商250億ドル≒2.7兆円)と中国ポータルサイトNetEase(網易、NASDAQ上場企業、時価総額80億ドル≒8700億円)の間で進められていた新たなインターネット旅行の合併事業が、計画発表以来1年以上も経っているにもかかわらず未だに実現していない。HNAグループは、旅行とツーリズムに関する企業群である航空会社・空港・ホテル・両替業・ツアーオペレーター

(出資)を傘下に保有しているので、OTA 事業開始には困らない筈だ。しかし、15 年 5 月以来、中国のオンライン旅行市場では多くの出来事が発生した。中国最大手 Ctrip が、ライバルのチュナー(Qunar)の 45%を保有する Baidu(百度)と株式の交換を行ったために、Baidu は今では Ctrip 株を 25%保有している。また Expedia が、eLong を Ctrip 及び Tencent(騰訊)を含む買収団に 6.7 億ドルで売却した(15 年 5 月)。つまり巨大化した Ctrip が、計画していた合併企業の参入障壁となっているのではないかと考えられる。その上、現下の中国経済低迷 (15 年 GDP 6.9%)も影響しているのだろう。また HNA グループの M&A 活動が多忙を極めていることも見逃せない。HNA Tourism が、昨年 9 月に中国版エアビーの Zhubaijia(住百家)に、12 月には仏ツアオペレーター Pierre & Vacances にそれぞれ出資、そして今年 4 月には米 Carlson ホテルを買収している。航空事業部門では、ブラジルの航空会社 Azul と、最近では Virgin Australia の株を買い増している。HNA グループからの公式な発表が何もないので、この合併事業計画が進行中なのか中止されたのかは判断できないが、営業開始に漕ぎ着けたとしても Ctrip と互角に競争できるスケールを確保できるかどうか問題となりそうだ。(TN 6/28 <https://goo.gl/EzG0Kj>)

➤ Google の Do-No-Evil の本当の姿

アイルランドの CarTrawler(B2B 旅行テクノロジープラットフォーム)の CTO が Google に、航空会社の重要資産である価格と在庫情報を渡すのは自殺行為だと言っている。数 10 年前に GDS にやられてしまったように、今度は Google が(特に)航空会社の流通を支配するようになると警告している。

彼はこう言っている:

ほぼ全ての旅行計画が、航空検索から始まっているにもかかわらず、残念ながら航空会社はそのアドバンテージをフルに享受していない。航空会社が、Google Flight Search に参加するという事は、旅行計画ファンネルの最上部の最も美味しい場所をグーグルに提供してしまうことになる。これにより、旅行計画の時間軸(旅前)で、グーグルは今よりも(誰よりも)約 2 週間先行することができることになる。そして、航空会社が現在も余り得意でない付帯サービス収入(ノンエア収入)獲得のチャンスを失くしてしまうことになることを意味している。航空会社の常顧客の取り合い競争が始まるだろう。

大手では初めて LH が、Google Flight に参加した(15Nov)。その直前の 9 月には仲介業者(旅行会社)の GDS 経由予約に対して DCC 16 ユーロを導入した。これらの仲介業者との戦いは、戦う相手を間違えている。航空会社は長期的には Google との戦いをもっと意識すべき

だ。ホテル流通でも同様のことが言える。Google Hotel Finder や Google Hotel Ads は、Google Flight Search と同様に短期的にはサプライヤーや仲介業者に恩恵をもたらす。しかし、Google は巨大検索データをベースにして顧客情報を知り尽くしているのだから、長期的には Google に支払う流通コストが高騰して、サプライヤーや仲介業者のマージンの低下と消費者価格の値上げをもたらすことになるだろう。

本当の悲劇は、あまりにも多くの企業が、Google が旅行業界を乗っ取ることを許していることだ。今からでも遅くない、Google への価格と在庫情報の提供を中止するべきだ。消費者が、旅行計画ファネルの最上部で一度 Google に移行してしまっただけでは手遅れになってしまう。

(TN 6/29 <https://goo.gl/aIEEck>)

Phocuswright Conference 2016 (2016 Nov 14-17 Los Angeles) のメインテーマは「Funnel Revolution」です。

+++++      +++++      +++++