

海外事情 12月9日号

2つのIATANDC標準に関する記事「3.(TJ)NDC進展も課題山積み」、「16. 航空会社の3つのテクノロジートレンド」があった。3.(TJ)の記事は、NDCは安定的に進展しているものの、乗り越えなければならないハードルがまだまだ存在すると述べている。その反対に16.の記事は、開発進展状況は計画通り順調だと述べている。後者は、IATAが主催した航空会社リテリングシンポジウムに関する記事のため、多分にIATA寄りになっていると思われる。4.がより正確に実態を表しているのだろう。「技術的な問題よりも“人と金と政治”(people, money, politics)の問題が進展を阻んでいる」と言っている。NDC APIで接続して流通経費をできるだけ削減したい航空会社と、反対していたNDCに今では積極的に対応して、新たに登場したアグレゲータとの競争に勝利するためと、航空会社に“中抜き”させないための両方で頑張っているGDSとの、これからのせめぎ合いが激しくなるだろう。

グローバルOTAの第3四半期決算で、EXPEが22%大幅減益となった「9. エクスぺディア 3Q 減益」。その反対にBKNGは10%増益した「15. ブッキング 3Q、増収増益達成」。どちらもnet incomeベースだ。EXPEの減益は、GoogleのSEOに関するアルゴリズム変更が影響しているという。BKNGは、このチャンネル規模がそんなに大きくなく影響が軽微であったという。TRIPの3Qも減収減益となった「12. トリアド、トリップ・コムと中国合弁設立」。TripAdvisorブランドホテル収入が、Google自身のホテルプロダクト検索増加が原因で14%減少したのだ。Googleの旅行領域参入がますます本格化しているようだ。11月7日、3社の株価は、EXPE▲27%、BKNG▲8%、TRIP▲22%、と値を下げた。市場は、オンライン旅行市場におけるOTAの今後の競争力維持を懸念しているのだろうか。OTAは、サプライヤー直販拡大はもとより、Airbnbなどの新たな販売モデルの台頭やGoogleなどのグローバルプラットフォームとの競争激化に直面している。

目次

1. (TJ) カヤック、法人旅行に参入
 2. (TJ) フェアーハーバー驚異的成長
 3. (TJ) NDC 進展も課題山積み
 4. (TJ) ハーンエアが新会社
- 以上は、トラベルジャーナル 12月9日号 FROM THE WORLD (海外事情) をご覧ください。

5. メイクマイトリップ第2四半期決算増収
6. トリバゴ CEO 交代
7. ウーバー 3Q 依然損失計上継続
8. アビエーション、サイバーセキュリティとクラウド最優先
9. エクスぺディア 3Q 減益
10. アマデウス、2019年上半期増収

11. エアビー、安全確保のために全ホームを検証
12. トリアド、トリップ・コムと中国合弁設立
13. デスペガー 3Q、EBITDA 利益復帰
14. 英コックス&キング、売却先模索
15. ブッキング 3Q、増収増益達成
16. 航空会社の 3 つのテクノロジートレンド
17. カーニバル、決済オプション拡大
18. ホテルベッズ、従業員 5%カット
19. トリップ・コム 3Q、増収増益達成
20. スカイスキャナー、航空便予約開始
21. ホッパー、GDX トラベル買収
22. リファンドイットのデジタル VAT リファンド

5. メイクマイトリップ第 2 四半期決算増収

MakeMyTrip の 2020 年第 2 四半期決算で調整収入 1 億 8,110 万ドルを計上した。アナリストの予想を 109 万ドル上回った。グロスブッキングは前年同期比 20.6%増の 15 億ドル、マーケティングと販促費は 10.5%減の 4,010 万ドルであった。その結果、損失は 610 万ドル減少し 1,930 万ドルとなった。最新の顧客ベースは、ロイヤルティ・プログラムが貢献して 25%増の 4,400 万となった。Gold Rewards 会員は、220 万人。航空券調整収入は 16.7%増の 6,590 万ドル、グロスブッキングは、Jet Airways の倒産などインドの航空業界の混乱が存在したにも拘らず、アウトバウンドが貢献し 22.4%増の 9 億 1,600 万ドルであった。バスチケット調整収入は、37.4%増の 1,660 万ドル、グロスブッキングは 33.4%増の 1 億 9,200 万ドル、ホテルとパッケージ調整収入は、1.9%増の 8,700 万ドル、グロスブッキングは 9.6%増の 3 億 8,300 万ドルであった。(PWD 11/4 <https://bit.ly/2Qdk0AX>)

6. トリバゴ CEO 交代

Trivago の共同創立者兼 CEO Rolf Shromegens が 12 月 31 日を持って CFO と交代することとなった。彼は、2005 年創立以来 15 年間 CEO であった。CEO 退任後は、監査役会 (Supervisory board) メンバーとなる。

Trivago (本社 Dusseldorf) の第 3 四半期の収入は、2 億 5,030 万ユーロ (減収 1%) で、アナリストの期待値を 974 万ユーロ ショートした。純益は前年同期の 1,010 万ユーロから 30 万ユーロに減少した。EBITDA 利益は 2,660 万ユーロから 1,090 万ユーロに減少した。Qualified referrals は 1 億 8,910 万から 1 億 6,200 万に 14%減少した。リフェラル収入が欧州で 9%減、その他の地域で 16%減少したが、米州では 19%増加した。代替宿泊施設は、昨年より倍増して 2,300 万ユニットが 9 月 30 日時点でプラットフォームに掲載されている。販売とマーケティングコストは、主に TV 広告の縮小により 36%減少した。その結果採算性は向上した。(PWD 11/5 <https://bit.ly/34XToIg>)

7. ウーバー 3Q、依然損失計上継続

Uber が Q3 決算で 12 億ドルの損失を計上した。前期の 52 億ドルの損失から損失幅が減少した。調整 EBITDA 損益は 5 億 8,500 万ドルの損失であった。

CEO Dara Khosrowshahi は、決算発表で 2021 年までに会社トータルの EBITDA 利益計上を約束した。採算性向上のために全雇用者の 2%に及ぶ 1,000 名をレイオフした。カルフォルニア州は、9 月、Uber のごとくの企業のインデペンデントコントラクターを、正式の雇用契約に基づく従業員とさせる法案を可決した。Uber は Lyft や DoorDash と組んで、この法の適用除外を求める住民投票を求めている。彼は、マジカル企業は、大幅増収、マージン改善、資本配分効率化と、全ての利害関係者に対して正しいことの全てを実行する企業であり、Uber はそのようなマジカル企業の 1 社になること目標としていると述べた。収入は 30%増の 38 億ドルで、アナリストの予想 34 億ドル~39 億ドルの圏内に収まっている。グロスブッキング（取扱高）は 29%増の 165 億ドルであった。Uber Eats は 73%増、Uber Freight は 81%増であった。月間アクティブプラットフォーム消費者は 26%増の 1 億 300 万であった。中核事業のライドでは、調整 EBITDA 利益 6 億 3,100 万ドル（52%増）を記録し、これで Uber の人件費（corporate overhead）を完全にカバーしている。ライド以外のセグメントの全ては EBITDA 損失計上であった。（PWD 11/5 <https://bit.ly/34Y3J7g>）

8. アビエーション、サイバーセキュリティとクラウド最優先

SITA 2019 Air Transport IT Insights 調査によると、航空会社と空港が、今年、IT に 610 億ドル（約 6 兆 7 千億円）を投資する。昨年の 500 億ドルより 20% 以上も増加する。IT 投資のおかげで、航空会社の CIO の 60%が、顧客満足度が 20%向上したと言っている。45%が、旅客プロセスの向上率が 20%上昇したと言っている。

空港の CIO の 63%が、顧客満足度が 20%向上し、44%が旅客プロセッシングの時間が短縮したと言っている。2018 年 IT 投資の収入に対する割合は、航空会社で 4.84%、空港で 6.06%。2019 年は、航空会社で 5.22%、空港で 6.26%と予測されている。IATA は、主要ハブ空港だけでなく二次的空港においても、航空旅客需要が今後 20 年間で倍増すると予測する。空港では、空港混雑に対応するための AI と、旅客エクスペリエンス改善のためのビジネスインテリジェンスの投資が多くなる傾向がある。IT 投資優先順位は、航空会社では 1 クラウド、2 サイバーセキュリティ、3 ビジネスインテリジェンスの順となる。空港では、サイバーセキュリティがトップになる。新たなテクノロジーでは、航空会社の 44%が、2022 年までに AI の主要プログラムを計画すると言っている。ブロックチェーンについては、15%が 2022 年までに主要プログラムを計画する。57%がパイロットプログラムを現在動かしている。（PWD 11/6 <https://bit.ly/2NN6HWu>）

9. エクスペディア 3Q 減益

Expedia Group の第 3 四半期決算が 22%減益となった。収入は前年比 9%増の 35.6 億ドル、アナリスト予測 35.8 億ドルを僅かに下回った。Google のアルゴリズム変更に伴う SEO の量の減少により、高いマーケティングコストのチャネ

ルへのシフトが減益の原因。Google 依存を減少させるため、直販拡大努力に加え、ビデオ、インスタグラム、ソーシャルインフルエンサーとの関係を強化している。しかし、ソーシャルメディアの計測は難しく、真の ROI の確保が困難とも言っている。グロスブッキング（取扱高）は、9%増の 269 億ドル。代替宿泊施設予約の Vrbo のグロブッキングは前年比 5%増加した。期末の掲載数は 65 万軒。収入は 14%増の 4 億 6,700 万ドル、前四半期の 17%増より増率は低下した。Trivago と Vrbo の利益は、期待していたよりも少ない。Vrbo では決済システム統合の追加コストが発生した。(PWD 11/6 <https://bit.ly/2O9FbRZ>)

10. アマデウス、2019 年上半期増収

Amadeus の 2019 上半期決算が、収入 420 億ユーロ（15%増）（約 5 兆円）、EBITDA 利益 18 億ユーロ（11%増）の増収増益となった。調整後利益は 9 億 9,300 万ユーロ（12%増）であった。流通部門収入は 24 億ユーロ（5%増）、IT ソリューション事業収入は 18.4 億ユーロ（31%増）であった。TravelClick とその全ホスピタリティー部門の収入は二桁成長を達成。

Amadeus は、2017 年に結んだ Premier Inn との提携から離脱した。IHG との提携については、新たな機能のパイロット開発中であるとのコメント以外は話なされなかった。(PWD 11/6 <https://bit.ly/2CJzTHj>)

11. エアビー、安全確保のために全ホーム検証

10 月 31 日のハロウィンパーティーで、サンフランシスコのエアビーレンタルで 5 人が射殺された事件とその他の詐欺事件の発生を受けて、Airbnb が全掲載リスト 700 万軒の検証を行うシステムを 2020 年末までに構築することとなった。Airbnb CEO Brian Chesky は、「人間は基本的には善良という考えに基づき、Airbnb は知らない人々同士が信頼できるシステムを作り上げた」と語り、信頼を確保するために“全リストの検証”という会社始まって以来の最重要課題に取り組む。検証のプロセスは、全ホストと全ホームの、写真・住所・掲載内容の詳細・品質標準準拠の如何についてテクノロジーとゲストのインプットの両方で実施される。レビューのプロセスも、ゲストがリスティングについてより正確に評価できるように変更する。また来月からは、チェックイン時点でゲストが施設の不備を発見した場合は、他の同様の施設への再予約もしくは全額払い戻しのいずれかを提供する。また「Neighbor Hotline」の 24/7 対応の顧客サービス窓口を開設する。(PWD 11/7 <https://bit.ly/2qVOB4X>)

12. トリアド、トリップ・コムと中国合弁設立

TripAdvisor が、中国 Trip.com Group（元 Ctrip.com）と中国合弁企業 TripAdvisor China を設立する。Trip.com Group は、中国市場における TripAdvisor ビジネスのブランド・コンテンツライセンス・全ての資産の排他的利用が可能になる。見返りに TripAdvisor は、Trip.com Group の Skyscanner を含めた全てのポートフォリオへのアクセスが可能なる。Trip.com Group は、当局の承認を得た後、TripAdvisor の取締役 1 名の指名権利を獲得する。Trip.com Group は、TripAdvisor の 695 万株を取得できることになる。一方 TripAdvisor は新たな中国合弁企業の 40%を保有する。この株式取引は、

Trip.com Group に、今後 12 ヶ月間で、3 億 1,800 万ドルを負担させることになる。TripAdvisor は、2009 年に DaoDao ブランドで中国で営業を開始したが、この事業を閉鎖して 2015 年から Mau Tu Ying に Web サイトを変更した。この合併設立は、TripAdvisor の 3Q 決算発表の直後の 11 月 6 日に発表された。TripAdvisor の 3Q は総収入 7%減の 4 億 2,800 万ドルでアナリスト予想を 3,139 万ドル下回った。調整後 EBITDA 利益は 1 億 2,900 万ドルに 12%減少した。GAAP ベースの純益は 5,000 万ドルに 28%減少した。セグメント別では、Experience と Dining が 19%増収の 1 億 4,100 万ドル、ホテル・メディア・プラットフォームでは 12%減収の 1 億 9,700 万ドルであった。TripAdvisor ブランドホテル収入は、14%減少した。Google 自身のホテルプロダクト検索増加が原因。TripAdvisor は、Google 自身の積極的ホテル販売は予想されたことで、今後もこれは変更されないだろうと語っている。Expedia Q3 決算も、この Google のアルゴリズムの変更に影響されている。TripAdvisor は、今後、メディア広告収入とホテル B2B 販売による増収を期待する。(PWD 11/7 <https://bit.ly/2Qkh0Ts>)

13. デスペガー 3Q、EBITDA 利益復帰

ラテンアメリカ OTA Despegar の 3Q 決算が、グロスブッキング（取扱高）12 億ドル（恒常為替ベース 26%増）となった（通貨変動ベースでは 8%増）。収入は 1 億 3,200 万ドル（恒常為替ベース 19%増、通貨変動ベースでは 9%増）であった。

今年初めのリブランド戦略が奏功し EBITDA 利益計上に復帰した。先月、Trip.com Group と API 接続契約を締結した。同月、中国商工業銀行と 10 年間の排他的契約を締結し Mastercard と共にアルゼンチンでコーブランドのクレジットカードを発行することとなった。Despegar の事業は、航空券販売と、ホテル・パッケージ・その他（総収入の 61%）の 2 つに分類される。航空券販売収入は 1%増の 5,120 万ドル、ホテル・パッケージ・その他の収入は 14%増の 8,100 万ドルであった。モバイル販売比率は 39%、アプリのダウンロードは 5,700 万回。販売とマーケティングコストは 12%増加、収入比 34.3%から 35.3%に僅かに上昇した。(PWD 11/7 <https://bit.ly/2OafTmL>)

14. 英コックス&キング、売却先模索

Cox & King UK が 11 月 8 日、Cox & King India と分離して、KMPG を指名して、幾つかの潜在的バイヤーと同社売却について協議していると発表した。この売却意志決定は、CAA から 2019/20Atol の 1 万保証席確保のあとで決定された。Cox & King India の 6 月 IATA BSP 決済不渡り以来、BSP での取引が停止されている。Cox & King (India) が、49%保有する Malvern Group への資金供給を停止したために、その子会社である Super Break と LateRooms が 8 月 1 日倒産した。Cox & King UK（英国従業員 80 人）は、Cox & King India の 100%子会社である Prometheon Enterprise Ltd が保有している。Cox & King は 1758 年創立の旅行会社。(ttgmedia.com 11/8 <https://bit.ly/2Qhm1fr>)

15. ブッキング 3Q、増収増益達成

Booking Holding の 3Q 決算が、Google のアルゴリズム変更の影響を物ともせず、グロスブッキングが 4%増収し 253 億ドルとなった。調整後 EBITDA 利益は 5%増益の 25 億ドルであった。BKNG の Google SEO チャンネルは小規模で、そのアルゴリズム変更の影響は軽微であった。ルームナイトは 11%増の 2 億 2,300 万泊、収入は 4%増の 50 億 40 万ドル、アナリスト予想 50 億 70 万ドルを僅かに下回った。マーチャント収入は 25%増の 10 億 3,100 万ドル、エージェントモデルの収入は 3%減の 34 億 3 千万ドルであった。

最近の活動には、欧州一部地域における航空便予約開始、東南アジアにおける Grab の配車サービス開始が挙げられる。代替宿泊施設のリスティングは 620 万軒。(PWD 11/8 <https://bit.ly/2qPjr5K>)

16. 航空会社の 3 つのテクノロジートレンド

これは、バンコックで 2 週間前に開催された IATA の 2019 Airline Industry Retailing Symposium に出席した、AnsWair の Philippe Arslanian のレポートである。彼は、このイベントで印象に残った以下の 3 つを指摘している。

(1) NDC の計画通りの進展 **NDC target volume is on track**

2020 年末までに 21 航空会社の間接的販売の 20%を NDC API 接続の予約とする、“2020”の IATA の計画が順調に進展している。Swiss Air Lines では既に 20%を超えた。IATA は、中間目標である 8%を超えて、2019 年 9 月には 9%に達していると報告した。今までサービシング、インターライニング、スケール拡大の 3 つの大きな障害が存在したが、これらの障害も取り除かれつつある。9 月時点で、60 社（航空会社、IT プロバイダー、アグリゲーター）が、フルサービシング実施できる Level 4 認証を取得した。インターライニングでは、Orders の設定を利用した Swiss と Edelweiss Air の E2E（エンドツーエンド）の概念実証が紹介された。最終的に航空会社 6 社が、NDC@Scale の要求を充足する資格を取得している。NDC を補完する One Order も勢いを増している。UA 航空は、専門性や特殊性（すなわちレガシー航空券・PNR・EMD/クーポン・SSR・その他）を排除する One Order による単純化が、旅客のエクスペリエンスのみならず、スタッフの業務効率化にも良い影響を与えていると言っている。LH 航空は、4 月に 200 人旅行者を対象とした概念実証を実施、顧客中心主義と潜在収入が最も重要なビジネスドライバーとなる可能性があると付け加えた。

(2) 加速がこのゲームの名前 **Accelerate is the name of the game**

この会議にはいくつかの新興企業が参加した。伝統的なグローバルな流通システムとは大きな違いがある。彼らの時間の観念は「日」であるのに対して旧来のシステムは「年」である。新興企業は、遍在（omni-present）であり、業界の破壊者であり、加速度的変化を引き起こしている。アグリゲーターのパネルでは、GDS に加え Travelfusion が登壇した。法人旅行においては潜在的プレイヤーが増えている。伝統的プレイヤー（GDS/TMC/OTA）、新規参入者（TripActions 或いは AmTrav のような NDC 装備 TMC）、或いは消費者ブランド（Google や Booking.com）たちだ。これらのプレイヤーの利用可能資金と、彼らの市場参入に対する関心が、長期的には違いをもたらす可能性がある。

多分、最も興味深いのはプラットフォームの影響だ。Facebook, Trip.com Group（旧 Ctrip.com）、Hopper などの登壇者が、リテラーは、顧客の場所に、彼ら

が必要とする時に、居る必要があると述べている。本来的にユーザー中心かつモバイルで動く（或いはモバイルオンリーの）世界では、全旅程、特に旅行日における会話型の商業アプローチ（conversational commerce approach）が重要になると、彼らは強調した。多くの航空会社は、ショッピング時点の Offer と Order の創造に注目したが、これらのネイティブなプレイヤーたちは、E2E のエクスペリエンスに焦点を当てている。例えば 1 ヶ月で 200 億のメッセージを持つ Facebook では、同社のメッセージングシステムがサービスチャネルとしてだけでなく、コンパニオンセールスチャネルとして機能する。このリーチ“プラットフォーム”（reach “platform”）は、制御が難しいけれども、航空会社により多くの価値をもたらす可能性がある。監視続ける必要がある。

IATA は Accelerate@IATA により、加速度的進展に活発に取り組んでいる。IATA は、既に 14 以上のハッカソンを運営、25 の最小実行可能プロダクトの開発と 5 つの人工知能（AI）の概念実証を実現した。現在 Plug and Play との協業で、年間 3 つ開発するアクセラレーターを立ち上げている。IATA は疑いなくこの変革をリードする 1 組織である。

（3）巨大な価値なるも単純なビジネスケースが欠落

Gigantic value but lacking simple business cases

NDC に取組む航空会社の 3 分の 2 以上が、NDC の ROI 目標或いはそれ以上の達成を期待しているが、このイベントでは NDC と One Order の具体的なビジネスの実例の紹介は少々曖昧なものであった。ほとんどの登壇者たちは、ダイナミックと、継続したプライシングと、コスト/複雑性の削減の 3 つの結合による収入の増加に対する強い期待を有している。しかしながら、一つだけ欠けている。機密情報開示なしでも他のプレイヤーにコピーされてしまう可能性がある、目に見えるビジネスの実例だ。このリテールのイベントでは、ケーパビリティーの話に集中し、アカウントビリティーが不足していた。しかし潜在力が無いということではない。IATA は、リテールの定義を NDC と One Order と Dynamic Offers の組み合わせとした McKinsey の報告書（Where the Value in Airlines Retailing）を引用し、旅行プラットフォームのための大手航空会社の 150 億ドルまでの 1 回の投資が、年間 400 億ドル以上の巨大な価値を生み出すことができるだろうと予想している。この予測はいささか重複し過大な評価とも見えるが、それにもかかわらず、業界全体にわたって NDC と補完機能の真の価値を評価するための素晴らしいスタートである。

全体として、会議は非常に教育的で、洞察力に富み、NDC の将来とその補完的なドメイン（たとえば One Order と決済）についての理解を深めた。

会話型商取引、すべての法人旅行プレイヤー間の緊密なコラボレーション、具体的なマルチチャネルビジネスケース、およびデータとその派生ビジネスモデルの影響など、いくつかの興味深い側面を優先していなかったかもしれないが、昨年と比べて大きく前進した。（PWD 11/12 <https://bit.ly/2XIFOfh>）

17、カーニバル、決済オプション拡大

旅行ペイメント企業 Uplift が、Carnival Cruises Lines と提携して、同クルーズ船客に頭金なし 24 ヶ月分割払いを可能にする。

今月初め、Uplift は UA 航空とも提携した。現在の顧客には Kayak, AA

Vacations, Norwegian Cruise Line, Universal Orlando Resort, Volaris が存在する。Carnival は、インハウスのペイメントプログラム EasyPay に加え Uplift Pay Monthly を追加する。(PWD 11/12 <https://bit.ly/2rGVwpu>)

18. ホテルベッズ、従業員 5%カット

HotelBeds は、テルアビブ、ロンドン、ドバイ、オーランド、チューリッヒで人員カットし、世界の従業員の約 5%を削減している。この決定は、「最適化」計画の一部であると言われている。スペインに本拠を置くこのベッドバンクは、2017 年初頭に Tourico Holidays と GTA を買収した後、それらを HotelBeds の 1 つの事業に統合した。声明では、「業界で最も効率的なベッドバンクプレーヤー」になることに焦点を当てていると述べている。

9 月 30 日に終了する年度の業績は、EBITDA 利益が 2 億 3,350 万ユーロ（前年比 2 億 790 万ユーロ）、現金ポジションが 498 百万ユーロとなった。

HotelBeds はまた、「1 泊あたりのコスト」を現在の 6.30 ユーロから今後 2 年間で 4.90 ユーロに削減する戦略を開始した。

決算と人員削減を発表した声明の中で、同社は「自動化と最先端のテクノロジーに投資して」、顧客エクスペリエンスを改善し、統一されたビジネスをより有効に活用することを計画していると述べている。

HotelBeds は最近、大手ハイテク企業のアマデウスと、Booking.com や Expedia を含む OTA の買収ターゲットにされていると噂されていたが、今ではこの話は払拭されている。また、スペインのバレンシアに新しいテクノロジーハブを開設、将来のプラットフォームとプロセスを開発することも発表した。

2016 年 4 月、HotelBeds は、TUI から Cinven および CPPIB に 12 億ユーロで売却された。(PWD 11/13 <https://bit.ly/2O7Hche>)

19. トリップ・コム 3Q、増収増益達成

Trip.com Group (以前の Ctrip) は、2019 年第 3 四半期の未監査決算によると、営業利益が前年比 52%増の 3 億 1,400 万ドルを記録した。四半期の営業利益率は 21%に達し、2018 年の同期間の 16%を超えた。上海に本社を置く OTA は、最近 20 周年を迎えたが、国際ホテル事業（中華圏を除く）の前年比が 50%成長率した。また、国際航空の発券量は 12 四半期連続で 3 桁成長した。純売上高は、前年比 12%増の 14 億 7,000 万ドルで、アナリストの期待値 14 億 8,800 万ドルをわずかに下回った。宿泊施設の収益は 14%増の 5 億 6,700 万ドルで、これは同社のグローバルなリーチとプロダクトポートフォリオの広さによるものである。

パッケージツアーの収益は 19%増加して 2 億 2,900 万ドル。これは、オフラインストアからのトラフィックの急増によるもの。この四半期で最も成長した分野は法人旅行で、26%増加して 4,700 万ドルであった。

トランスポートेशनチケット（航空および地上）は、当四半期に 3%増加して 5 億 1,200 万ドルになった。第 3 四半期には、販売とマーケティングが 8%減少した。(PWD 11/14 <https://bit.ly/2qiSnMn>)

20. スカイスキャナー、航空便予約開始

Skyscanner は、ビジネスへの「マーケットプレイス」アプローチと呼ばれるアプローチを導入し、オンライン旅行で最も成功した比較検索エンジンの 1 つとしての 17 年間で終了する。英国に本拠を置くこの会社は、OTA にはならないと主張している – その代わりに、航空券でユーザーをつなぐための 3 つのアプローチを提供する。それでも、決定的に重要なのは、メタ検索専用モデルからの移行の一環として、スカイスキャナーが初めて航空予約のマーチャント of レコードになることだ。

フライトから始めて、ブランドのアプリとモバイル Web サイトでのみ、ユーザーには検索結果が表示された際に航空券を購入する 3 つの方法が提供される。選択肢の 1 つは、スカイスキャナーでの予約。Skyscanner はカスタマーサービスを処理し、支払いを確保し、乗客のすべての発券ロジスティックを所有する。2 つ目の方法は、既存の直接予約サービスで運賃を確保する。この場合、サイトで支払いは処理するが、航空会社または OTA のパートナーは引き続き顧客を所有しチケットの責任を負う。元のメタサーチモデルは完全に削除されていない。3 番目のオプションは、予約を行うためにユーザーがパートナーサイトに遷移するメタサーチの従来の方法だ。Trip.com Group は、2016 年 11 月に 17 億 5,000 万ドルで Skyscanner を買収した。

航空券販売の市場展開は、シンガポールの少数のユーザーグループを皮切りに、オーストラリアは 6 月に追加され、先月からは英国で別の小さなログインサブセットが追加された。他の英語圏市場はその次であり、その後、他の国は今後 18 か月の間に追加される計画だ。

導入は当初はフライトのみだが、ホテルやその他のプロダクトが今後追加される予定である。まもなく、デスクトップ Web サイトにも拡張される予定。

航空会社の Web サイトでしか利用できないアンシラリー（座席の選択、食事、アップグレードなど）も、NDC 接続によって含まれることが望まれている。

(PWD 11/14 <https://bit.ly/2QnFGdM>)

21. ホッパー、GDX トラベル買収

運賃予測と予約アプリの Hopper (Montreal) が、航空会社の流通スペシャリスト GDX Travel (Bogota) を買収した。NDC 開発を促進が目当て。GDX Travel は、同社の API により NDC 経由でラテンアメリカのリージョナルと LCC 合計 25 社と接続している。そして、GDX Travel の Bogota オフィスを Hopper のラテンアメリカ本社として兼用する。Hopper にとって、ラ米市場は米国市場につぐ 2 番目の大きな市場、年率倍増の勢いで成長している。現在 Hopper は、310 社の航空会社と接続している。その多くは GDS と接続していない。Hopper は、2018 年 10 月にシリーズ D による 1 億ドルの資金調達を実施、世界市場への展開拡大を視野に入れている。今年 1 月には、LH Group と AI に焦点を当てている LH Innovation Hub からの数百万ドル投資により、欧州市場展開を加速させつつある。(PWD 11/14 <https://bit.ly/2Qnjb8P>)

22. リファンドイットのデジタル VAT リファンド

旅行者や小売業者に対する VAT の払い戻しを自動化する新興企業である Refundit が、980 万ドルの資金を調達した。Amadeus Ventures がラウンドを

リードし、Portugal Venture と多くのシード投資家も参加した。イスラエルに拠点を置く払い戻しサービスは、ヨーロッパへの旅行者に VAT の払い戻しを迅速に請求するデジタルサービスを提供する。

旅行者はモバイルアプリを使用して領収書、搭乗券、パスポートの写真を撮り、VAT の払い戻しを申請できる。次に、各国の関連税務当局がリクエストを確認し、結果のデジタル確認を旅行者に送信する。

現在ベルギーで試験運用されているこのサービスは、空港や書類事務での長い行列の現在の VAT 回収プロセスに終止符を打つだろう。

Amadeus によると、これはデータ会社の Dawex や航空会社の収益最適化のスタートアップである Volantio と共に、2019 年に完了した 4 番目の投資だという。

(PWD 11/15 <https://bit.ly/2NStJuW>)

+++++