

## TD 海外事情 11月21日号

Uber が、Viator のコンテンツをアプリに追加し、Uber Travel の商品を世界 1 万都市以上に拡大する。(4. ウーバートラベル 1 万都市に拡大)

日経 11 月 18 日は、「ギグワーカー銘柄が大幅下落 規制強化・巣籠もり需要減」を伝える。Uber 株価は 2020 年に 71%増加したが、2021 年に▲18%、2022 年に▲31%も下落している。

Uber が、ライドシェアからスーパーアプリに、あるいは OTA に変身している？

2. 気候変動コラボの新イニシアティブが、「長距離移動は 2019 年の全移動量のわずか 2%を占めるに過ぎないが、報告書によれば、圧倒的に汚染度が高い。このまま放置すれば、長距離旅行は観光業の総排出量の 41% (2019 年の 19%から上昇) を占めることになる。……観光事業が将来を計画する際には、このことを考慮に入れなければならない」と言っている。要すれば、長距離旅行は抑制しろと言っているのだろう。

そういえば、10 月 31 日号の「14. The Big Chair : フライトセンター G Graham Turner」のインタビュー記事で、この CEO は、サステイナブルのために「出張旅行を減らすことを考えなければいけない」と言っていた。大手旅行会社の CEO に、自らそんなことを言わせるくらい、旅行業界にとってもサステナビリティが重要かつ喫緊の課題となっている。

5. 体験が旅行計画をどのように促進するか 3 つのグラフが、消費者がエクスペリエンスにシフトすることは、過去 5 年間でよく知られており、十分に文書化されてきた、と言っている。そして旅行では目的地のエクスペリエンスが脚光を浴びていると言っている。

パーソナルなエクスペリエンスが、旅行の中心であり醍醐味であるのだから、これは当然だ。

### 15. グーグル・トラベル データ、ブレンデッド・トラベル増加を指摘

Google の調査では、「一生に一度の旅行”once in a lifetime trip”」を計画または予約する可能性が以前よりも高まった、と旅行者の約 40%が回答している。

Google は、旅行会社は、ビジネス旅行、レジャー旅行、またはその両方を探し

ているかに関係なく、オンラインで旅行者がどこにいても常に対応する必要がある、と言っている。・・・レジャー目的の旅行者の 53%は、レジャー旅行者のリスクや不確実性を回避するためのサービスを旅行会社に期待すると答え、41%は、旅行会社に対する信頼が重要な購入要因である、と言っている。

パンデミック以降、旅行会社の存在価値が増しているようだ。ただしこれは、旅行者の“パーソナルな旅行のエクスペリエンスの相談に乗れる会社”の場合に限った話なのだろう。そういえば、前出のフライトセンターCEO は、旅行が復活すると、(旅行者は) 旅行コンサルタントと話したいと思うようになる、と言っていることを思い出した。TUI の CEO も、何時だったか忘れたが、従業員に対して「あなたたちは、旅行者の一生に一度の忘れることができない旅行を販売しているのだと言うことを忘れてはいけない」と言っていた。

(編集人)

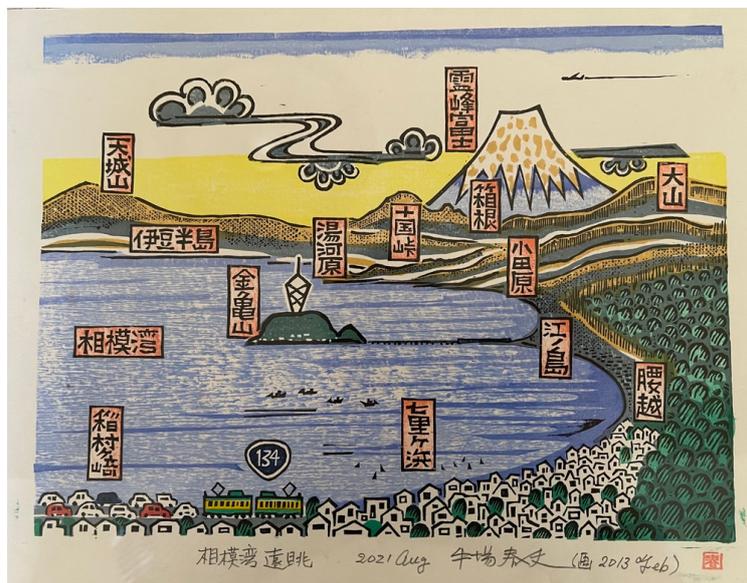
## 目次

1. (TJ) アマデウス、決済子会社設立
2. (TJ) ウーバートラベル 1 万都市に拡大
3. (TJ) グラブ、第 3 四半期損失減少  
(TJ) = トラベルジャーナル 12 月 19 日号を参照下さい。
4. 連載小説「XYX・コム」七里ヶ浜 (第 20 話)
5. 気候変動コラボの新イニシャティブ 閲覧第 2 位
6. 体験が旅行計画をどのように促進するか 3 つのグラフ
7. 旅行会社のダイバーシティへの取り組み 閲覧第 5 位
8. 2023 年の旅行新興企業 25 社 閲覧第 1 位
9. アマデウス、プラットフォーム戦略強化
10. GYG、オリジナルプロダクト削除
11. エアビーより多くリストするためスパーホスト支援
12. トリアド新 CEO、未来の旅行を語る 閲覧第 3 位
13. Phocuswright Conference、イノベーションピッチ勝利者
14. 経済不安定、旅行需要見通し暗雲、PW Conf. 2023 閲覧第 4 位

#### 4 連載小説「XYX・コム」七里ヶ浜（第 20 話）

七里ヶ浜から見る夕日は、相模湾の西に連なる伊豆半島の突崎の石廊崎から天城山、箱根、霊峰富士に至る山並みの箱根あたりに落日する。

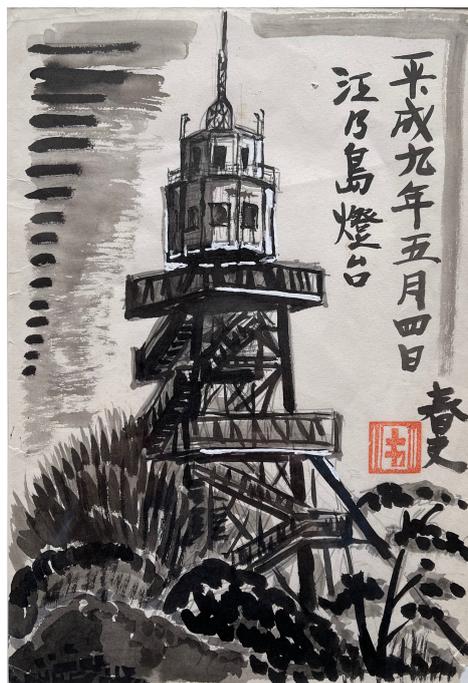
正確には、石廊崎から三浦半島最南端の城ヶ島に囲まれた相模灘のうち、城ヶ島から真鶴岬までが相模湾だ。七里ヶ浜は、その湾の海岸線のほぼ中間地点に存在する。七里ヶ浜から見る太平洋に開けた、この大きな湾のオーシャンビューは、実にスペクタクルだ。真正面右に大島、西方の富士山の左側の裾野あたりを背景にして江ノ島が浮かぶ。



春分と秋分の日のは、江ノ島の丁度北端から小田原を通って箱根芦ノ湖方面へ伸ばした直線上に沈む。夏至の頃は、富士山の左側裾の辺り（多分、金時山付近の足軽峠辺りか・・・）越しに、そして冬至の頃には江ノ島の北端から島一つ以上南に移動した海上の点と、おそらく真鶴岬を結んだ線上に落日する。昼が一番長い夏至の時が最北端に、その反対に夜が一番長くなる冬至が最南端に落日する。夏至と冬至の日のは、大きく北と南に移動する。この南北移動は地球の軸が 23.4 度傾斜しているためだそうだが、H はコペルニクスの天動説くらいしか理解できないので、なぜ地軸の傾斜が日没の場所の移動の理由になるのか？はチンプンカンプンだ。

特に空気が澄んでいる秋と冬には、富士山から天城山までが、それはくっきり見えた壮大なパノラマが展開する。この頃は、大島も不思議と大きくなって見える。秋分の日9月23日の日の入りは17時38分であるが、伊豆半島越しに没する時間は、海水面ではなくて、それよりも高い山並み上に落日するので、実際はそれよりも5分程度早い33分頃となる。更にその30分ぐらい前が、太陽光の入射角が大きく丁度良い塩梅になって、海面に長い帯状のそれは見事なオレンジロードを映し出す。

写真マニアの間では、1月初旬頃の江ノ島展望灯台真上に沈む夕日を撮るのが流行っている。その江ノ島展望灯台は、2003年に新しいモダンな鉄骨組みの灯台に建て替えられた。二子玉川園の遊戯施設であった「読売大落下傘塔」を解体し、それらを材料として移築建設されたレガシー灯台の方が、長年見ていた所為もあってか何か風情があってHはよほど大好きだ。



Hは、西武が分譲した新興住宅地の七里ヶ浜に1975年から住んでいる。オゾンを含んだ澄んだ空気、広い空、緑が多く、魚が旨い、冬の夜の北の空には流星がよく見える、ここがすっかり気に入っている。

鎌倉山からなだらかに降る南斜面の分譲地には1,650世帯、約5,000人が暮ら

す。ここの自治会の活動は極めて活発、桜並木の保存、夏祭りの開催、テニスコートの運営、公園愛護会の設立、防犯防災などに、住民が一致協力態勢で町内自治に熱心に取り組んでいる。2020年には「七里ガ浜自治会 50周年記念誌」を発行した。

分譲地と鎌倉山の脇には、自治会の努力でデベロッパーの土地開発から救った60ヘクタールの自然林「広町の森」がある。そこには狸、大鷹、フクロウ、蛍などさまざまな生物が生息する。最近繁殖が激しい外来種の台湾リスもきっと住んでいるのだろう。Hの家にも時々リスがやってくる。そのリスを捕食して、猛禽フクロウが増えているそうだ。リス以外にもトンビが編隊を組んで多く飛ぶ。海沿いのハンバーグ屋の屋外テーブルに置いた食べ物を急降下して搔っさらう。「鳶が油揚げをさらう」とはまさにこのことだ。きっと栄養をつけたトンビの数も増えているに違いない。

Hが移住した時は、第1期の分譲が始まった1966年の10年後だった。その頃の駅前には牧場と乗馬クラブがまだあった。住人も少なく、住宅地といっても空き地の方が多かった。それから50年近くが過ぎた今ではそのほとんどが埋まり、空き地はちらほらしか見当たらず、あってもそのほとんどが駐車場とか趣味の畑に利用されている。江ノ電も、この人口増加に対応して2両から4両連結に輸送力を倍増した。「ボロ電」と揶揄されていた中古ばかりの車両を揃えた電車は、1979年から新車両に逐次更新され、現在は1編成2両のみのボロしか走っていない。

七里ヶ浜の商業地域周辺には、日本で一番小さい西友ストアと、渡辺淳一の「失楽園」の逢瀬の舞台となった鎌倉プリンスホテルがある。それに加えて、ツーリストやサーファーたちに人気が高いカレー自慢の「珊瑚礁」や、鰯の寿司を食べさせる「お魚亭」など飲食店がポツポツと並ぶ。商店は、ベーカリー、ドラッグストア、酒屋、床屋、クリーニング店ぐらいで少ない。かつてあった魚屋、野菜屋、肉屋、菓子屋、本屋兼文房具屋は、後継者の問題や何やかにやで、皆とうに無くなってしまった。それらの商品は、稲村ヶ崎の駅前の店々に行くか、鎌倉駅か藤沢駅まで買い出しに行くことになる。

ここに長く住んでいると地元の商店主たちとも顔馴染みとなって、買い物の際の何気ない会話を楽しむことができるのもHは大好きだ。

町内とは違って、海辺を走る 134 号線沿いには、珊瑚礁 2 号店、洋食、カフェ、イタリアン、海鮮料理、ステーキハウス、コンビニなど、どちらかと言うと観光客目当ての店が連なる。

またここは魚が旨い。相模湾沿いに七里ヶ浜から稲村ヶ崎、由比ヶ浜、材木座を経由して東に行った逗子の小坪漁港では、江戸前ならぬ湘南近場の漁場の活きの良い魚が豊富だ。

相模湾が、富山湾、駿河湾と並んで日本三大深湾のひとつで、海岸近くでも漁するのに十分な、深いところで 1,000m 以上の水深がある。わざわざ漁船を遠くに出せずとも港から 30~40 分程度の近場で漁をすることができるのだ。

問題は交通だ。アクセスが非常に悪い。南側は相模湾、北側、東側、西側の三方が山に囲まれて、まさに「天然の要塞」とも言える鎌倉の地なのだから仕方が無いと言えば仕方が無いのだが……。鎌倉幕府は、まさにこの地の利を生かして開かれ、幕府へのアクセスを 6 つの切り通しに制限した。

昭和になって稲村ヶ崎の切り通しを作ったぐらいの改善で、七里ヶ浜へのアクセスは、道路は 134 号線一本でいつも渋滞、鉄道は鎌倉と藤沢を結ぶ路線長 10km の 12 分間隔で走る単線の江ノ島電鉄しかない。まるで陸の孤島になってしまうほどだ。

江ノ電の七里ヶ浜駅は、全駅 15 駅の丁度中間、鎌倉駅から 6 つ目（所要時間 14 分）、藤沢駅から 8 つ目（所要時間 19 分）となる。盆暮祝祭日や夏休みには、観光客で大混雑となる観光公害が発生する。オレンジロード撮影さんたちや、江ノ電の撮り鉄さんたちや、週刊少年ジャンプの漫画「スラムダンク」の舞台となった鎌倉高校前駅の踏切に群がるインスタ投稿者さんたち（台湾の観光客も多い）も、観光公害の立派なメンバーだ。

そこで鎌倉市と江ノ島電鉄は、鎌倉地域の周辺にある既存の駐車場に駐車し、江ノ電等の公共交通機関に乗り換えて目的地に向かう「パーク&ライド」を導入した。また江ノ電駅構外に乗車待ちの列ができた場合は、長谷駅から腰越駅間に在住、在勤、在学する人が市発行の証明書を提示すれば、駅構内の列の最後尾に優先して並ぶことができる制度の社会実験をしている。

H は新宿の会社に行くのに、江ノ電の七ヶ浜町内循環バスで七里ヶ浜へ、江ノ電で鎌倉駅へ、JR 湘南ライナーで新宿駅まで、と何回も乗り継ぎ最速で片道 1 時間半をかけて通う。乗り継ぎがスムーズに行かない場合は、2 時間もゆうにかかってしまう難儀な通勤事情を余儀なくされている。急ぐときは、妻の C 子が車で家から 9km 離れる鎌倉駅まで運んでくれる。藤沢駅経由で東海道線に乗る手もあるが、15 両編成の大規模輸送力を誇る路線よりも、少し遅くても 10 両編成の横須賀線を H は好んで利用する。

最近になって、XYZ・コムにもリモートワーク制度が導入されたので H は大助かりだ。1 日 3 時間～4 時間も節約できるようになる。月曜日から金曜日まで合計で 20 時間、一週間で約 1 日も拘束されない自由時間が増えることになる。H のホビーは DIY の日曜大工とオートバイだ。H は、この増えた時間をもっぱらそれらの趣味の時間に費やすつもりだ。

(続く)

## 5. 気候変動コラボの新イニシアティブ

2023 年初頭に開始される新しいイニシアチブは、トラベルテックコミュニティが気候変動に対して行動を起こすことを支援することを目的としている。Travel Foundation は、今週フェニックスで開催される The Phocuswright Conference で TravelTech4Transformation (TT4T) を発表する。この課題に取り組むには、トラベルテックイノベーター、つまり「現状の破壊者」であり、「観光の新しいモデルを支えるシステムとソリューションを生み出す」人たちに勝るものはいないだろう、と Travel Foundation の CEO であり、観光の未来連合の議長でもある Jeremy Sampson は言う。

今回の発表は、国連が毎年開催している気候変動会議「COP27」と同時期に行われた。世界の指導者や活動家が今週エジプトに集まり、温室効果ガスの排出削減や発展途上国における気候変動対策への資金調達など、さまざまなテーマに取り組んでいる。

Sampson は、「我々は、COP やそれ以降の各国政府に対して、グローバルに調整し、この巨大な投資を誰が負担するか、また、世界の旅行流通を最適化する上で何が公平であるかを検討するよう要請する」と述べている。

グローバル TT4T イニシアチブは、新しいソリューションの開発にトラベルテ

ックコミュニティを巻き込むことを目的としており、それらはデスティネーションレベルのパートナーを通じてパイロットテストされ、改良される予定である。「私たちは、より回復力があり、将来を見据えたビジネスや目的地への推進をサポートする新しいソリューションを提供できる人々には、大きな機会があると考えている」と Sampson は付け加える。

Travel Foundation は、新年に発表予定の報告書「2030年の観光の展望」の結果を踏まえて、このような取り組みを行っている。この報告書では、2030年までに排出量を半減し、2050年までに排出量ゼロを達成するには「世界的な協調対応」が必要であり、そのためには政策立案者が最も環境に優しい交通手段に「1兆ドル規模の投資」を行い、ほとんどの公害を制限する必要があることが明らかにされている。

2019年から2050年にかけて世界の観光客は倍増すると言われており、「カーボンオフセット、技術的効率性、バイオ燃料のみに頼る現在の戦略は、極めて不十分である。そのような対策だけでは、2030年までに排出量を半減させ、遅くとも2050年までに排出量ゼロを達成するというパリ協定に沿った目標を達成することはできない」とこの資金調達に述べている。この報告書は、「厳しい現実を示すと同時に、機会も示している」と Sampson は言う。

「温室効果ガス排出量の急激な増加から急減へ、2050年までに排出量を倍増 (business as usual) させることから、2050年までに正味ゼロにする必要がある。そのためには、新しい制度、インセンティブ、観光商品など、変革が必要だ。意志があれば、複雑さも克服できるし、資金も調達できると思う。残念ながら、私たちは現状と戦っている。しかし、完全にシステムの一部になっている人たちでさえ、天候や成長パターンが不確実性に直面している未来でうまく運営するために必要な変化のレベルに今気づいているのだと、私は楽観視している。そして、より良いシステムを構築すれば、その移行をより容易にし、より多くの回復力を組み込み、現状をほったらかしにすることができる」と Sampson は続ける。のです。"

Travel Foundation は、政府、企業、コミュニティと協力し、コミュニティと環境に利益をもたらす方法で観光を管理する世界的な非営利団体である。2003年に設立された同財団は、その後、30カ国以上で活動している。このレポートは、Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH)、ブレダ応用科学大学、European Tourism Futures Institute、オランダ観光コンベンション協会の

協力のもと、企業、観光地、その他の関係者の意見を取り入れ、トラベルファウンデーションが発行する予定である。この報告書の作成チームは、「システム・モデリング」を用いて、世界の旅行と観光に関する将来のシナリオを探った。その結果、現在の成長予測に合致する脱炭素化シナリオは 1 つだけであることがわかった。

「このシナリオは、利用可能なすべての脱炭素化対策に 1 兆ドルの投資を行い、排出量を最も容易に削減できる旅行（例えば、道路や鉄道による旅行）を優先させることで達成される」と、同研究は明らかにしている。“特に、長距離の旅行については、2019 年のレベルまで制限することが必要である”。

長距離移動は 2019 年の全移動量のわずか 2% を占めるに過ぎないが、報告書によれば、圧倒的に汚染度が高い。このまま放置すれば、長距離旅行は観光業の総排出量の 41%（2019 年の 19% から上昇）を占めることになるが、それでも全旅行のわずか 4% に過ぎない。CELTH のディレクターである Menno Stokman は、「観光産業において、従来通りのビジネスが望ましいものでも、実行可能なものでもないことは明らかである」と述べている。「現在の脱炭素化戦略では、ネットゼロに到達するのがあまりにも遅すぎる。だから、私たちはシステムを再構築しなければならない。短距離の移動であれば、莫大な投資によって 10 年以内に達成できるだろう。しかし、長距離の旅にはもっと時間が必要だ。観光事業が将来を計画する際には、このことを考慮に入れなければならない」と Stokman は言う。

アドベンチャーツアー会社 Intrepid Travel のグローバル環境影響マネージャー、Susanne Etti は、この調査について、「弾力性のある低炭素観光セクターを今から計画する必要性を明確に示している」と述べている。

(11/14 [https://www.phocuswire.com/Initiative-travel-tech-collaborate-climate-change?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/Initiative-travel-tech-collaborate-climate-change?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 6. 体験が旅行計画をどのように促進するか 3 つのグラフ

消費者がエクスペリエンスにシフトすることは、過去 5 年間でよく知られており、十分に文書化されてきた。

Arival と Phocuswright による最新の調査では、世界中の 8,000 人以上の旅行者を対象に近々行われる消費者調査によると、Z 世代とミレニアル世代の旅行

者の 58% が、物よりも体験への支出を優先していると述べている。裕福な旅行者（世帯収入が 150,000 ドル以上）の場合、その好みは 68% に跳ね上がる。しかし、これは旅行業界全体にとって何を意味するのか？

### チケットからツアー（&体験）まで

エクスペリエンスのトレンドは、ツアーやアクティビティの大幅な復活に拍車をかけている（Viator の 2022 年第 3 四半期の予約総額は、2019 年の同時期と比べて 179% 増加していることに注意して欲しい）。また、個々のアトラクション チケットを購入するのではなく、少人数のグループやプライベート ガイド付き体験への注目すべきシフトも部分的に推進している。

## Shifts in Tour, Activity, Attraction Demand, 2019-2022



### アクティビティの重要性が事前予約を促進

歴史的に、旅行者はほとんどのツアーやアクティビティを目的地または出発地近くで予約するが、移動手段と宿泊施設を手配した後に予約する。

ただし、予約期間は、旅行者およびその旅行に対する特定のツアーまたはアクティビティの認識された重要性と高度に相関していることが分かった。特定の体験を優先する旅行者は、事前に予約する可能性が高くなる。舞台芸術やスポーツ イベントは、前もって予約される傾向があるが、ツアーや美術館のチケットは、体験の直前に予約される可能性はるかに高くなる。これは、旅行者にとって体験が重要であると認識されていることと直接相関している。

## Activity Importance vs. Advance Booking



ミュージカル アーティストやスポーツ チームをフォローしている人は、そのイベントを巡る旅行を企画するが、レジャー旅行の旅行者は、土壇場でツアーを予約したり、博物館を訪れることにしたりする。

### Z世代とミレニアル世代は優先順位が異なる

しかし、若い旅行者は、旅行の計画と予約の方法と時期について、異なるアプローチを取っているようである。なんで？シフトは体験によるものだ。

55 歳以上の旅行者（X 世代および団塊の世代以上）は、歴史的な基準に従ってツアーやアクティビティを計画している。ほとんどの場合、目的地または出発前に体験を予約しているが、他のコンポーネントを手配した後である（次のスライドを参照）。

18 歳から 54 歳の若い旅行者（主に Z 世代とミレニアル世代）は、体験を予約する際に劇的な変化を示している。10 人中 7 人以上が、交通機関や宿泊施設の予約と同時またはそれ以前に、ツアーやアクティビティの計画を立てていると答えている。

## When U.S. Travelers Book Tours



### 体験が旅行計画の未来を切り開く

この変化は注目に値するものであり、目的地のマーケティング担当者、宿泊施設プロバイダー、旅行代理店、OTA、および旅行のインスピレーション、計画、予約に関与するほぼすべての組織に大きな影響を与える。

若い旅行者は、体験を中心に据えている。やるべきことは、目的地の決定と全体的な旅行計画の中心になるだろう。体験をリードする旅行ブランドと目的地は、今日の旅行者、特に明日の旅行者を獲得するのに最適な位置にあります。

著者：Douglas Quinby は Arival の CEO 。

(11/15 [https://www.phocuswire.com/how-experiences-will-drive-trip-planning-in-three-charts?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=7798E1381467C7B](https://www.phocuswire.com/how-experiences-will-drive-trip-planning-in-three-charts?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B))

### 7. 旅行会社のダイバーシティへの取り組み

Phocuswright の SVP、研究および製品戦略担当の Charuta Fadnis は、企業のはしごの「壊れた段」に言及している。管理職レベルの役割に昇進する男性 100 人に対して、女性は 86 人しか昇進しない。これは、Google のマネージング ディレクター兼グローバル トラベル/サイト ディレクターである Susie Vowinkel が旅行業界で観察した現象である。多くの女性が世話人の役割を果た

さなければならなかったからである。

この会話は月曜日、フェニックスで開催された The Phocuswright Conference の Diversity in Leadership セッションで行われた。

ダイバーシティとインクルージョンは、Vowinkel の役職にはないが、彼女はよく考えていることだと言う。Google のカルチャー クラブと従業員リソース グループ (ERG) (黒人やアジア人を含む) は、当初、人々が自分のような人や擁護者を見つけることができるグループとして始まった。しかし、ERG の範囲と影響力は会社全体に広がっている、と Vowinkel は言う。Expedia Group の包括性と多様性のシニア ディレクターである Abu Bundu Kamara は、トラベル テック業界の多様性について楽観的であると述べているが、「私たちにはもっとやるべきことがあると思う」と付け加えている。

Kamara によると、システムの再設計が必要になる可能性がある。たとえば、さまざまな障害を持つ人々の個別のニーズを満たすために宿泊施設のプロセスを再設計するなどである。

Hyatt Hotels Corporation のグローバル ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン担当ディレクターであるロニシャ グッドウィンは、次のように述べている。「私たちは非常に多くの戦術とプログラムを展開したと思う。多くの努力が必要であるが、まだ結果を見ていない」

Hyatt は、2020 年にジョージ フロイドが殺害された後、エクイティの概念を導入した。「エクイティは、私たち Hyatt ファミリーにとって受け入れるのが難しい概念であった。その理由の一部は、リーダーシップ チームの 60% が白人男性であると認識しているからである。特権について話し始めると……。私たちの指導者の多くは裕福に育ったわけではないので、その結果、彼らは特権を調整するのに苦労している」とグッドウィンは言う。

Hyatt は、重要なリーダーシップの役割を担うすべての求職者に、少なくとも 2 人の多様な候補者がいるようにしている。グッドウィン氏によると、多様な候補者が 2 人いると、そのうちの 1 人が最終的に採用される可能性が高くなる。

効果的な DEI プログラムでは、「すべての人に包摂感を持たせるにはどうすればよいかに対処する必要がある。彼らがどのように認識しているかに関係なく、あなたのための場所がある」と彼女が言う。DEI Advisors のプリンシパルである David Kong は、Hilton の CEO 直属部下の 50% が女性であり、ヒルトンはゼネラル マネージャーの 50% を女性にするという目標を設定したと述べ

ている。Kong によると、ERG は組織内で DEI を推進する効果的な方法である。ERG は、女性や LGBTQ+ の人々などの人々のための自主的なグループであり、所属意識を提供し、人々が組織に意見を提供できるようにすることで発言権を与える。「インクルージョンとは、[人々の] 意見、多様な背景、多様な知識を尊重し、尊重することを意味する」

中小規模の企業では、CEO または取締役会が、多様性が「最も重要なこと」であり、「無意識の偏見は克服するのが難しい障壁である」と信じていることが重要である。「経営幹部の同意なしに大きなことをすることは不可能だ」と Kong は言う。Destinations International は、Tripadvisor およびバージニア州のシャーロットビル アルベマール コンベンション アンド ビジターズ ビューローと提携して、公平性、多様性、包括性 (EDI) のパイロット プログラムを発表した。

(11/15 [https://www.phocuswire.com/how-travel-tech-companies-are-advancing-dei?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=7798E1381467C7B](https://www.phocuswire.com/how-travel-tech-companies-are-advancing-dei?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B))

## 8. 2023 年の旅行新興企業 25 社

創造性や革新性は危機的状況に置かれたときに発揮されると言われて久しい。我々が選んだ「2023 年注目の旅行系スタートアップ 25 社」は、まさにその言葉を実証するものだ。このリストにある 25 のスタートアップのうち、14 社は、世界中の人々が COVID-19 の危機に直面し、旅行、そして世界の他の多くのことが停止した 2020 年の初め以降に設立されたものだ。実際、25 社のうち 9 社は 2021 年に立ち上げられ、すでに選出を正当化するのに十分な将来性を示している。それは簡単な作業ではなかった。私たちは、120 社以上のスタートアップを検討することから始めた。選考にあたっては、イノベーションと成長の可能性を示す指標に着目し、創業から 5 年以内のスタートアップに焦点を当てた。また、業種、地域、創業者の多様性を考慮し、多様性のある企業を選ぶよう努めた。このリストは、今年で 5 年目を迎え、今年フェニックスで開催される The Phocuswright Conference のオープニングで発表されるのが恒例となっている。過去に選出された 2022 年、2021 年、2020 年、2019 年の Hot Startups はこちらでご覧いただける。

## 過去のセレクションの分析

過去4年間に選出された100社の統計を見ると、イノベーションの最先端を行くトレンドが可視化され、洞察することができる。

この100社グループは、累計で17億ドルの資金を調達しており、TravelPerk（2019年コホート）が4億850万ドルと、最も多くの資金を調達している。2020年と2019年のコホートでは、これまで最も多くの資金を調達しており、それぞれ6億3,000万ドル、5億9,000万ドルとなっている。70%の企業が主にB2Bベースで事業を展開しており、ここ2年間の消費者向け旅行環境がいかに厳しいものであったかを考えれば、驚くには値しないかもしれない。しかし、B2Cの企業もほぼ同額の資金を調達している。B2Bの8億9,900万ドルに対し、B2Cは8億1,100万ドルだ。

企業の57%が北米に本社を置き、30%がヨーロッパ、7%がアジア太平洋地域、残りが中東と南米に本社を置いている。北米は時間の経過とともに減少傾向にあり、ヨーロッパは地歩を固めている。

29%が主にホスピタリティ業界（ホテル・ホテル 19%、短期レンタル 10%）、18%が航空業界、10%が法人旅行、6%が複数の業界、さらに6%がツアーやアクティビティに携わっている。

旅程、インスピレーション、コンテンツに特化した企業は、旅行業界の新興企業ではよく見られるが、Hot 25ではほとんど見かけないという例外がある。11社が買収され、3社が倒産し、1社が合併した（Setoo - 2020年選定 - Pattern Insuranceと合併）。85社はまだ操業中である。買収された11社のうち4社は、コーポレート・トラベルの分野である。

## 2023年のクラス

今年のリストに掲載された各企業について、創業者が自らの言葉で提供した詳細 — 会社の説明、2023年の戦略目標、創業以来学んだ教訓 — を紹介している。また、PhocusWireが過去に取材した新興企業へのリンクも適宜掲載している。各新興企業の詳細、これまでの活動、そして来年の計画については、以下の企業名をクリックしてください。

\*このリストの作成および上記のデータ分析にご協力いただいた Phocuswright のリサーチ&イノベーション担当マネージャー、Mike Coletta に感謝する。

- [Aeronology](#)
- [AeroPaye](#)

- [Aidaptive](#)
- [AltoVita](#)
- [Buoy](#)
- [Choose](#)
- [Fairlyne](#)
  - Headquarters: Paris
  - CEO: Gilles de Richemond
  - Website: [Fairlyne](#)
  - Founding date: 2021
  - Investment: pre-seed round of €1 million
- [Fetcherr](#)
  - Headquarters: Israel
  - CEO: Roy Cohen
  - Website: [Fetcherr.io](#)
  - Founding date: 2019
  - Investment: \$20 million
- [Flycoin](#)
  - Headquarters: Los Angeles
  - CEO: Lenny Moon
  - Website: [Flycoin](#)
  - Founding date: 2021
  - Investment: \$33.2 million
- [Fora](#)
  - Headquarters: New York
  - Co-CEOs: Henley Vazquez and Evan Frank
  - Website: [Fora](#)
  - Founding date: 2021
  - Investment: \$18.5 million
- [GauVendi](#)
  - Headquarters: Frankfurt, Germany
  - CEO: Markus Mueller
  - Website: [GauVendi](#)
  - Founding date: 2020

Investment: €750,000

- [Gopass Global](#)

Headquarters: Singapore

CEO: Mark Radford

Website: [Gopass Global](#)

Founding date: 2020

Investment: about \$800,000

- [Grapevine](#)

Headquarters: London

CEO: Jack Dow

Website: [Grapevine](#)

Founding date: 2019

Investment: £750,000 funding

- [Holibob](#)

Headquarters: London

CEO: Craig Everett

Website: [Holibob](#)

Founding date: 2019

Investment: \$15 million

- [Hotelverse](#)

Headquarters: Mallorca, Spain

CEO: Fermín Carmona

Website: [Hotelverse](#)

Founding date: 2020

Investment: €2 million

- [Iomob](#)

Headquarters: Barcelona

CEO: Boyd Cohen

Website: [Iomob](#)

Founding date: 2018

Investment: €4 million

- [Jyrney](#)

Headquarters: Chester, England

CEO: Daniel Price

Website: [Jyrney](#)

Founding date: 2020

Investment: £150,000

- [Mount](#)

Headquarters: New York

CEO: Madison Rifkin

Website: [Mount](#)

Founding date: 2020

Investment: \$2 million

- [Nectar](#)

Headquarters: Atlanta

CEO: Derrick Barker

Website: [Nectar](#)

Founding date: 2021

Investment: \$2.75 million in equity, \$27 million in debt

- [NeoKe](#)

Headquarters: Berlin

CEO: Vikas Bhola

Website: [NeoKe](#)

Founding date: 2022

Investment: Closing first round

- [Selfbook](#)

Headquarters: New York City

CEO: Khalid Meniri

Website: [Selfbook](#)

Founding date: 2020

Investment: approximately \$50 million

- [StatusMatch](#)

Headquarters: Singapore

CEO: Mark Ross-Smith

Website: [StatusMatch](#)

Founding date: 2020

Investment: None, bootstrapped

- [Swayed](#)

Headquarters: Los Angeles

CEO: Arjun Shokeen

Website: [Swayed](#)

Founding date: 2020

Investment: \$420,000

- [TravelX](#)

Headquarters: Miami

CEO: Juan Pablo Lafosse

Website: [TravelX](#)

Founding date: 2021

Investment: \$11 million

- [Zytlyn](#)

Headquarters: Geneva, Switzerland

CEO: Houman Gourdarzi

Website: [Zytlyn](#)

Founding date: 2021

Investment: \$3.6 million

(11/15 [https://www.phocuswire.com/hot-25-travel-startups-2023?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/hot-25-travel-startups-2023?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 9. アマデウス、プラットフォーム戦略強化

Amadeus は、Amadeus Travel Platform の 3 つの新しいパートナー契約により、北米での事業を拡大している。消費者ブランドの CheapOair と One Travel を所有するニューヨークを拠点とする Fareportal は、20 社以上の航空会社のコンテンツを含む Amadeus Travel Platform を通じて NDC 対応のコンテンツにアクセスすることで、このスペインの旅行テクノロジー企業との提携を拡大している。フロリダを拠点とし、個人、グループ、企業の旅行予約サービスのグローバルプロバイダーである HotePlanner も、Amadeus Travel Platform を使用する。この

場合、ホテルのコンテンツにアクセスし、全体的なホスピタリティ サービスを拡大する。また、同じくフロリダに本拠を置く旅行小売業者で、ツアーやアクティビティ、航空、地上輸送、宿泊施設などのサプライヤー ネットワークを持つ Simplenight は、Amadeus Travel Platform の 3 番目の新規顧客である。Phocuswright カンファレンスでは、今日も引き続きフェニックスで、航空流通およびグローバル オンライン担当の Amadeus エグゼクティブ バイス プレジデントである Sam Abdou が PhocusWire スタジオに立ち寄り、Amadeus のプラットフォーム戦略と、同社が将来のイノベーションの機会をどこに見出しているかを説明する。

(11/16 [https://www.phocuswire.com/amadeus-boosts-north-american-business-with-three-new-deals?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/amadeus-boosts-north-american-business-with-three-new-deals?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 10. GYG、オリジナルプロダクト削除

GetYourGuide ブランドのツアー イニシアチブである Originals は、まもなく終了する。Originals でこの OTA のパートナーを務めていたツアー オペレーターは、匿名を条件に Arival に語ったところ、この数週間で決定を知らされたと述べた。GetYourGuide の広報担当者は、同社が「以前からプラットフォームに存在していた Originals Tours を段階的に廃止し、別の方法でアプローチを進化させる」ことを確認した。

2018 年に開始された GetYourGuide Originals は、OTA が現地の運営パートナーと共に設計した主要な目的地で人気のあるツアーである。地元のオペレーターが、GetYourGuide ブランドのプライベート ラベル エクスペリエンスとしてツアーを運営していた。私たちが話を聞いたオペレーターによると、GetYourGuide は Originals に他の製品よりも高い手数料を請求したが、検索結果でのツアーの可視性を高めていた。また OTA は地元のオペレーターと協力して、彼らのプラットフォームで見られる需要を満たすツアーを設計した。

一部のオペレーターは、GetYourGuide が 2022 年の夏のシーズンに Originals をあまり宣伝していないことに気付いた。ツアーのいくつかは引き続き実行されているが、公開時のサイトでの検索では、この OTA がツアーを積極的に宣伝していないことが示されている。Originals が検索結果の上位に表示されることは

めったにない。この OTA は、ウェブサイトと同様のツアーよりも Originals ツアーを宣伝したことで、しばしば批判に直面していた。以前の検索では、Originals が頻繁に、または常にリストの一番上にあることが分かった。このサイトでパリを検索すると、この OTA が 2021 年にベルサイユを拠点とする Guidatours を買収したときに設立された GetYourGuide France が運営する Originals ツアーが表示される。

### **OTA はブランドへの投資を継続する**

GetYourGuide の広報担当者は、Originals が終了することを認めたが、声明で新しい方向性については言及しなかった。「Originals は、ブランディングの影響を強調している。今後数か月でこのプログラムの主要な要素を拡大することで、目的地でブランドのタッチポイントを作成し、洞察を拡大して、これを引き続き構築したいと考えている。これは、これまでとは異なる形で Originals を進化させなければならないことを意味する。来年の初めまでに、さらに詳細情報提供する」と彼らは言った。GetYourGuide は、ブランドの車両、自転車、テレビ広告、その他のイニシアチブを通じて、ブランドの認知度を高めるための投資を続けてきた。Viator も、新しいストリーミング TV ビデオ キャンペーンなど、同様の投資を行っている。目的は明確だ。顧客維持率と全体的なライフタイム バリューを高め、Google などのオンライン広告チャンネルへの依存度を下げることである。

### **オペレーターの反応**

Originals を実行したオペレーターからの反応はまちまちだ。ある人はこの動きに満足し、自分のブランドで自分のツアーを運営することを好んだ。「私たちがそうしなかった場合、他の誰かがそうして、そのボリュームのすべてが競合他社に行くので、私たちはそれをしたただけだ」と言っている。彼らは、「GetYourGuide は非常に貴重なパートナーであり、過去数年間で予約が大幅に増加した」と付け加えた。Originals ツアーを開始するために多額の投資をしたと述べた別のオペレーターは、満足していない。「この発表には非常に驚いた。将来的には、非常に具体的な条件とそれが真のパートナーシップであることを保証することなく、そのようなパートナーシップを結ぶことはない」と彼らはコメントし、それは学んだ教訓であると付け加えた。

### **ブランドツアーの未来**

GetYourGuide の Originals からの退却は、TUI Musement が TUI Collection ブ

ランドのツアーと体験を再開した時期に行われた。Originals の終了は、ツアーやアクティビティに関する重要でありながら未解決の質問を提起している；市場にはブランド化されたツアーのコンセプトが必要なのか？そして、それは機能するのか？ Walks of City Experiences、City Wonders、Eating Europe、Secret Food Tours など、複数の目的地を巡るツアー オペレーターがいくつかあるが、グローバルで広く知られているブランドはない。ホテルには星評価に基づく明確なサービス レベル基準があるが、ツアーの場合は、所要時間、ペース、ガイドの質、ツアーの内容など、明確なサービス基準もない。

GetYourGuide の共同設立者で COO の Tao Tao は、2022 年 2 月の Arival San Diego で講演し、「Originals を思いついたきっかけは、お客様がツアーで喜ぶこと、不満だとすることを見つけたという多くのデータを蓄積していたことである。それから私たちは、どうすればそれをさらに一段階進めて、いくつかのパートナーとさらに密接に運営に携わり、もう少しユニークな差別化された提供物を作り、それをもう少し特別なものにするブランド体験を作り出そうと考えた」と述べた。

TUI Musement の COO である Claudio Bellinzona は、TUI Collection ブランドのエクスペリエンスへのコミットメントを確認したが、TUI は旅行者向けのフライトやホテルなどのパッケージ ホリデーを運営する大規模なツアー ビジネスの一環として、独自のエクスペリエンスの多くを長い間運営してきたと述べた。「私たちは単なる OTA ではなく、コンセプトから開発、納品まで、自社製品の全プロセスを管理しているため、自社ブランド製品により重点を置くことは、TUI にとって完全に理にかなっている」と Bellinzona は述べている。

### **Discovery Assistant の終了？**

GetYourGuide は、Discovery Assistant も廃止するようだ。これは一部のオペレーターによく知られている機能であり、OTA が複数のオペレーターからの同様のツアーをグループ化して、消費者が人気のあるツアー タイプの空き状況を簡単に見つけられるようにするものである。たとえば、Discovery Assistant は、コロッセオを含む同様のウォーキング ツアーをグループ化することができる。この機能は、すべてのレビューを組み合わせ、これらのツアーの可視性を高める。Arival が取材した 2 社のオペレーターによると、この機能は廃止されたようだ。GetYourGuide は、Discovery Assistant が段階的に廃止されるかどうかを確認しなかった。同じくベルリンを拠点とする OTA である Headout は、同様の

方法でオペレーターと連携し、非常に人気のあるツアーの供給を複数のオペレーターにプールして、OTA がそのプラットフォームですべての需要を満たすことができるようにしている。

\*この記事は Arival に掲載されたものである。

(11/6 [https://www.phocuswire.com/getyourguide-to-phase-out-originals-product?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/getyourguide-to-phase-out-originals-product?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 11. エアビー、より多くリストするためスーパーホスト支援

Airbnb は、より多くの物件を同プラットフォームに取り込むための新たな戦略を開始する。「Airbnb Setup」は、物件オーナーと経験豊富で評価の高いホスト（同社では「Superhosts」と呼ぶ）をマッチングし、テキスト、音声、ビデオチャットを通じて、リスティングプロセスを通じてライブでパーソナライズされたサポートを提供するシステムだ。このシステムは、場所と物件の種類に基づいて、新しいホストと既存のホストをマッチングする。Airbnb によると、報酬の額は様々であるが、その範囲は明らかにされていない。

Airbnb Setup は、本日より 80 カ国以上の 1,500 人のスーパーホストで開始され、今後さらに追加される予定である。新サービスに関する発表で、共同創業者兼 CEO の Brian Chesky は、「2008 年の大不況のときと同様に、今日、人々はホストを通じて副収入を得ることに特に関心を持っている」と述べている。そのため、何百万人もの人々が自分の家を Airbnb するための簡単な方法を紹介する」と述べている。Airbnb のグローバルオペレーション責任者である Tara Bunch は、初めてリスティングを考えている人は、そのプロセスが実際よりも難しいと思いついていないのではないかという認識から、このアイデアが生まれたとも述べている。また、このアイデアは、初めて物件掲載を検討する人が、その手続きを実際よりも難しいと思いついていないことに気づいたことから生まれたといいます。「どれだけ難しいかという予想と現実は、大きく異なる。経験豊富なスーパーホストとペアを組むというこの新しいプロセスは、まさにこのプロセスを解明するためのものなのだ」と彼女は言う。

### ホストの保護と安心感

また本日、Airbnb はホストに提供する保護機能を更新する。Airbnb の上位 35 の国と地域で宿泊を予約するすべてのゲストに本人確認が提供されるようにな

り、同社によると、これは全予約の 90%を占めるといふ。春までには、全世界で本人確認が可能になる予定である。本人確認システムは、運転免許証、パスポート、国民 ID カードなどの身分証明書と、お客様が提供した情報、および写真照合のための自撮り写真を比較するものである。また、住所、生年月日、電話番号、米国では社会保障番号などの情報を使って、第三者機関のデータベースと照合することもある。Bunch によると、同社は情報開示とプライバシーが適切に処理されるように複数のステップを踏んでいるとのことである。「この情報は、他の誰もアクセスできないように保管している。そして、不要になったデータは破棄している。私たちは、これに対して非常に規律正しいデータ管理のアプローチをしている」と彼女は言う。Airbnb はまた、昨年からテストを行っている米国、カナダ、オーストラリアで、新しい予約審査技術（reservation screening technology）を開始する。同社によると、このシステムは各予約について「数百の要素を評価」し、無許可のパーティーを開く可能性があるゲストを特定し、そうした予約が行われるのを阻止することを目的としている。このスクリーニング技術は、春には世界中で展開される予定である。

AirCover は、ホストの車やボート、美術品、宝石、家屋内の貴重品などにも保険を適用し、その評価額も拡大する予定である。また、Airbnb によると、損害賠償の請求手続きも簡素化されている。AirCover が 1 年前に開始されて以来、1,000 ドル以上の損害賠償が発生したのは旅行の約 0.02%に過ぎないと同社は言う。「ほとんどのクレームは故意ではない。この数字が物語っているのは、そういうことだ。誰かが偶然にランプを倒してしまったとか、自分の子供がランプを倒してしまったというものである。比較的軽微なもので、ほとんどは宿泊客とホストの間で解決される。繰り返すが、これもホスト、特に新人のホストが抱く懸念は、現実の状況に対して大きくかけ離れていると思う。そのため、私たちはゲストとホストを審査し、ゲストとホストの両方のコミュニティに行動に対する責任を負わせることができるようになったので、このようなことをする余裕がある」と Bunch は言う。

Airbnb は、新しい Setup と AirCover を宣伝するために、新しいマーケティングキャンペーンを開始する。このキャンペーンでは、ショートフィルムを使用して、「特にこれらの点を考慮して作成された当社の新しい製品機能である Setup と AirCover を強調することによって、主要な住居をホストする際の容易さと安全性に関するメッセージを住宅所有者に直接語りかける」ことを目的としてい

る。

### 新しいカテゴリー

Airbnb はまた、プラットフォーム上の物件やホテルをフィルタリングするために、6つの新しいカテゴリーを追加する。Airbnb のカテゴリーは5月に56種類でスタートした。新たに追加されるのは、車椅子に対応した物件を強調する「adapted」で、物件の画像を Matterport でスキャンして検証し、出入り口の幅などの詳細を表示する。その他、過去10週間以内に追加された住宅を対象とする「new」や、バスケットボールコートやゲームルームなどがある住宅を対象とする「play」などが新たに追加された。

(11/16 [https://www.phocuswire.com/airbnb-enlists-superhosts-add-properties-to-platform?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/airbnb-enlists-superhosts-add-properties-to-platform?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 12. トリアド新 CEO、未来の旅行を語る

Matt Goldberg は最近、Tripadvisor の社長兼 CEO としての最初の100日間を終えたが、彼は「人々は2番目の100日間について本を書くべきだ。それが行動の場だからだ」と言う。このベテランのメディア幹部は、7月1日に旅行情報および予約 Web サイト Tripadvisor の CEO に就任した。彼は11月15日にフェニックスで開催された The Phocuswright Conference で講演した。

Goldberg は、旅行の未来を再考することを楽しみにしていると言いながら、「私たちが行うすべてのことの中に消費者を置く」と言う。Tripadvisor は今後も「信頼できる案内」を提供すると同時に、より没入感を高め、旅行者がどこにいても会うことができるようになる。旅行者は Tripadvisor を利用して、自分が行っている選択を確認する。「結局のところ、その信頼は今でも私たちのブランドが表す基本的な部分である。旅行分野では、Google を含む多くの競合他社よりも信頼されている。ですから、それを強化する必要がある」と、Goldberg は言う。この CEO によると、Tripadvisor はアプリ エクスペリエンスを向上させることもできる。これは、このブランドの1つである Viator が大きな成功を収めている分野である。

現在、Tripadvisor は、どの領域を強化するか、どの領域を別の方法で実行するか、何を完全に削除するかを特定する「混乱の真最中」である。「どうすれば、

はるかに有意義な方法で消費者を引き付けることができるか? なぜ Tripadvisor の会員になるのか?」と Goldberg と自問する。人々がサイトでお金を使うことに慣れていない場合、「『あなたはメンバーなので、すぐに料金を請求します』と言うのは少し耳障りです」と、彼は付け加える。Tripadvisor には、旅行者が何を望んでいるか、どこに行きたいか、どのような体験をしたいかについて豊富なデータがある。この CEO によると、同社はそのデータをより有効に活用し、それを活用して将来の商業的機会を想像することができる。

以下の PhocusWire 編集長 Mitra Sorrells との完全なディスカッションをご覧ください。

(11/16 [https://www.phocuswire.com/goldberg-ceo-tripadvisor-phocuswright-conference?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/goldberg-ceo-tripadvisor-phocuswright-conference?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

### 13. Phocuswright Conference、イノベーションピッチ勝利者

Phocuswright Conference イノベーション プログラムは、サミットおよびローンチ イベントの勝者の発表で水曜日に終了した。このプログラムは、世界のイノベーターが旅行業界を変えることを目的とした新しいアイデアを示すための舞台を提供する。12社が火曜日に Launch イベントでプレゼンテーションを行った。これはスケールアップと確立された企業が新製品を紹介するためのプラットフォームである。また、PhocusWire Hot 25 Startups for 2023 から選ばれた 10 社が、スタートアップとスケールアップのピッチ コンテストである Summit で水曜日にプレゼンテーションを行った。

- ローンチ - People's Choice Award の受賞者: @hotel by TripScout
- ローンチ - 次点、ピープルズ チョイス アワード: Celitech
- サミット - 受賞者、最も革新的なスタートアップ オブ ザ イヤー アワード: Swayed Intelligence、セイヤー ベンチャーズアワードも受賞
- サミット - 準優勝、今年の最も革新的なスタートアップ賞: Nectar
- サミット - 受賞者、ピープルズ チョイス アワード: Nectar

「私たちの多くにとって、世界は通常の状態に戻ったと感じているが、パンデミックは旅行業界に広範囲にわたる一見永久的な変化をもたらした。今年のイノベーターのグループは、業務のデジタル化の加速から短期レンタルの急速な台頭、ソーシャル メディアの関連性の大幅な増加まで、今日の環境を具現化して

いる。このグループは、これらすべての分野やその他多くの分野で、創造的で実用的なソリューションを生み出した」と、Phocuswright の研究およびイノベーション担当マネージャーである Mike Coletta は述べている。

Coletta によると、2008 年の最初の Travel Innovation Summit 以来、現在 573 人のイノベーターが Phocuswright のイノベーション イベントに参加している。そのうち 400 社以上が資金を調達し、合計で 85 億ドルを超え、103 社が買収された。

(11/17 [https://www.phocuswire.com/phocuswright-conference-2022-innovation-summit-launch-winners?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/phocuswright-conference-2022-innovation-summit-launch-winners?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

#### 14. 経済不安定、旅行需要見通暗雲、PW Conf. 2023

ウォール街のアナリストによる旅行業界の見通しとは? Truist Securities のシニアアナリストである Naved Khan は「アナリストとして常に聞かれる質問は、"マクロレベルで起こっているすべてのことを踏まえて、23 年の成長はどのように見えるか"である」と述べている。経済状況により、消費者は、例えば、5 つ星ホテルから 4 つ星ホテルへ、5 泊や 7 泊から 3 泊や 4 泊へと旅行を縮小する可能性がある、と The Phocuswright Conference のエグゼクティブパネル“ストリートトーク”で Khan は述べている。

Evercore のシニア マネージング ディレクターである Mark Mahaney は、経済が減速する中、「消費者の自由裁量支出のうち、持ちこたえているのは旅行だけであり、それが持ちこたえられることを願っている」と述べている。

しかし、2023 年の労働力削減は、失業者が休暇をキャンセルすることにつながる可能性がある、と Mahaney は付け加える。

UBS のマネージング ディレクターであるロイド ウォームズリー氏は、投資コミュニティは、特にヨーロッパで 2023 年に何が起こるかを懸念していると述べている。

Booking.com は不況に備えて好位置につけているが、Booking のビジネスの多くはヨーロッパから来ているため、その大陸が経済的打撃を受けた場合、打撃を受ける可能性がある、と Walmsley は述べている。

「私たちは、回復の話から、『正常化された成長とはどのようなものか』という

質問へと移行しているこの段階にいる。つまり、『不況で旅行はようになるの?』ということだ」と彼は続ける。

以下のビデオで、Phocuswright の研究および製品戦略担当シニア バイス プレジデントである Charuta Fadnis が司会を務めるエグゼクティブ パネル: ストリート トーク - The Phocuswright Conference の会話全体をご覧ください。

(11/17 [https://www.phocuswire.com/wall-street-analysts-discuss-travel-industry?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/wall-street-analysts-discuss-travel-industry?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))

## 15. グーグル・トラベル データ、混合旅行増加指摘

Google の新しい調査によると、消費者は旅行体験の予約を優先し、そのような体験をするために混合旅行 (blended trips) を受け入れていることが明らかになった。検索大手の Google が行った新しい調査では、米国、英国、ドイツ、フランス、スペイン、イタリアから海外へ旅行するレジャー旅行者の 38%が、「一生に一度の旅行”once in a lifetime trip”」を計画または予約する可能性が以前よりも高まったと回答している。また、これらの国からの旅行者の 40%が、パンデミック前よりもレジャー旅行に時間と労力を費やす必要が出てきたと回答している。また、パンデミック前と比較して、消費者はビジネスとレジャーの組み合わせであるブレンドトラベルに対してよりオープンになっており、ビジネス旅行者の 74%がこのアイデアに魅力を感じていると回答している。

Google によると、旅行者の 50%がすでに混合旅行を利用しており、利用していない人のうち 37%が利用を予定しているとのことである。出張者の 33%が「出張がより楽しくなるから」、33%が「普段行かない場所を知る機会が得られるから」と、混合旅行をする動機付けを述べている。

### デジタル・タッチポイント

旅行マーケティング担当者は、「過去から学び、確実な結果をもたらし、長期的な成長を促進する戦略を実施する」ことによって、混合型旅行の増加に備えるべきだと、Google の調査は述べている。これには、旅行者がオンラインでどこにいても対応し、消費者がビジネス旅行、レジャー旅行、またはその両方を探しているかに関係なく、常にトップ・オブ・マインドであり続けることが含まれる。レポートによると、出張者の 68%は旅行の少なくとも一部を自分で予約し、そのうちの 62%はオンラインで予約している。また、自分で旅行を予約するビジ

ネス旅行者の 68%は、リサーチを始める前に特定のブランドを決めており、89%がそのブランドで予約していると回答している。

レジャー目的の旅行者の場合、90%が、デジタル・タッチポイントが旅行会社の決定に影響を与えると回答している。53%は、レジャー旅行者のリスクや不確実性を回避するためのサービスを旅行会社に期待すると答え、41%は、旅行会社に対する信頼が重要な購入要因であると述べている。今週の Phocuswright Conference では、Google の旅行担当マネージング・ディレクターである Nelson Boyce が、この検索大手が見ているさらなるトレンドと、Google の製品がパートナーの価値を高めるためにどのように役立っているかについて語った。Phocuswright のマネージングディレクターである Pete Comeau との対談の全文は以下のとおりである。

グーグル役員インタビュー。Google の最新情報 - Phocuswright カンファレンス (11/18 [https://www.phocuswire.com/google-data-highlights-growing-interest-in-blended-trips?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=7798E1381467C7B](https://www.phocuswire.com/google-data-highlights-growing-interest-in-blended-trips?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B))

## 16. 11 月 14 日の週の資金調達関連記事

### ● AI 利用プラットフォーム Deal Engine

マイアミに拠点を置く AI 対応プラットフォームの Deal Engine は、グローバル展開とエンジニアリング、製品、セールスの加速のため、530 万ドルのシード資金を調達した。このラウンドは、F-Prime Capital が主導し、Thayer Ventures、PAR Capital Management、Plug and Play、および複数のエンジェル投資家が参加した。Deal Engine のプラットフォームは、航空会社、オンライン旅行代理店、旅行管理会社の払い戻しおよび変更業務を自動化する。

同社の CEO である Alex Jara は、「Deal Engine のテクノロジーによって、旅行会社は複雑な手動プロセスを簡略化し、毎年何百万人もの人間の時間を節約することができる」と述べている。同社によると、航空会社が運ぶ年間 45 億人の乗客のうち、約 10%の航空券が払い戻しか変更されており、「旅行者と旅行会社の双方にとって不必要な時間とコストに相当する」という。

Deal Engine のダッシュボードまたはアプリケーションプログラミングインターフェース (API) を通じてリクエストすると、AI 対応プラットフォームが航空

会社の取引を一元的に処理するよう促す。

Sabre、Amadeus、Travelport、BSPLink、ARCなどのグローバルな販売・決済システムとの統合により、Deal Engineは毎日何千もの払い戻しや変更を自動的に実行できるようになった。F-Prime CapitalのパートナーであるGaurav Tuliは、「予約後の取引は、限られた透明性、複雑な運賃規則、複数の参加者、費用のかかるコールセンターサポートを考えると、旅行者や企業にとって苦痛と費用がかかる」と述べている。Deal Engineは「プロセス全体を合理化できるため、旅行者は予定が変更になったときに電話やウェブサイトで何時間も待つ必要がなくなる」と述べている。南米の観光会社、Expertia Travelのデジタル変革責任者、Nellie Reidは、Deal Engineを採用する前は、Expertia Travelのチームは、チケットがどのシステムで発行されたかを手動で特定し、運賃コンポーネントの各部を確認して変更または返金を受け入れられるかどうかを調べ、違約金や差額を計算していた、と述べている。Reidは、「最高のシナリオでは、1回の取引に約20分かかると言われている。さらに、顧客が負担する待ち時間を加えると、変更で1日、返金で2日かかることもある」と言う。現在では、Deal Engineの自動化により、「どのGDSや航空会社であっても、約30秒で完了する」とReidは述べている。ExpertiaがDeal Engineのソリューションを使い始めたのは、パンデミックの真最中であった。「これは、5人のフルタイム従業員（FTE）が処理するのに6か月かかる作業です」と、Reidは言う。「Deal Engineは2日後に、すべての払い戻しを正しく計算し、必要なFTEはゼロになった。Expediaが昨年発表したレポートによると、旅行者はあらゆる旅行セグメントにおいて、全額払い戻しや清掃の充実を他の何よりも重視している。Aeropayは、遅延またはキャンセルされたフライトの払い戻し処理を自動化する。

(11/15 [https://www.phocuswire.com/deal-engine-secures-funding-simplify-travel-refunds-and-changes?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=7798E1381467C7B](https://www.phocuswire.com/deal-engine-secures-funding-simplify-travel-refunds-and-changes?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B))

### ● プロップテック Silkhaus

UAEに拠点を置くプロップテック・スタートアップのSilkhausは、新興市場全体の短期レンタルをデジタル化するために、775万ドルのシード資金を調達した。SilkhausがMENA地域の歴史上最大のシードラウンドの1つであると主張

するこのラウンドは、Nuwa Capital、Nordstar、Global Founders Capital、Yuj Ventures、Whiteboard Capital、VentureSouq および著名グローバルユニコーンやプロテック起業家が主導した。2021年に設立された Silkhaus は、不動産オーナーに短期レンタルとして物件を収益化・管理するためのデジタルツールを提供している。短期レンタルを多様なオーディエンスにとってよりアクセスしやすくするというミッションの一環として、このスタートアップは不動産オーナーの収益を最適化し、運営を合理化することで、平均 20~40%の収益利回り向上で、複数または単一のユニットをプラットフォーム上に掲載することを可能にしている。「私たちは、代替宿泊施設や短期レンタルの大幅な増加を目の当たりにしています。しかし、短期賃貸の管理は非常に断片的で、ほとんどがオフラインで行われています。物件オーナーは、世界クラスの標準的な体験を提供するためのテクノロジーやノウハウが不足しています」と、Silkhaus の創設者兼 CEO の Aahan Bhojani は述べている。

今回の資金調達により、Silkhaus は需要に追いつくためにプラットフォーム上の供給を拡大することに注力し、中東・北アフリカ、南アジア、東南アジア全体で 2026 年までに市場機会が 130 億ドルから 180 億ドルに成長すると見込んでいる。2 月には、英国のプロップテック企業 Lavanda が、UAE の不動産開発・管理会社 Aldar と共同で中東に進出した。

(11/16 [https://www.phocuswire.com/uae-startup-silkhaus-raises-8-million-for-short-term-rental-platform?utm\\_source=eNL&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Daily&oly\\_enc\\_id=9229H9640090J9N](https://www.phocuswire.com/uae-startup-silkhaus-raises-8-million-for-short-term-rental-platform?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N))