

TD 海外事情 3 月 14 日号

ウクライナ危機の旅行業界への影響が大きくなりつつある。旅行関連株が値を下げている。「4. ウクライナ危機 3 週間継続、旅行関連株下落」
長引けば、さらに下がるだろう。グローバル旅行ブランドは、軒並みロシアでのビジネスを一時停止した。旅行需要の回復が見られ始めたばかりだと言うのに、パンデミックに次ぐ大きな災難が襲いかかっている。Amex GBT の先月 2 月の総収入が、パンデミック前のレベルの半分以上に戻ったと言うのに、これではまた逆戻りしてしまう。「1.(TJ) Amex GBT、法人旅行回復」

市場概説 > エクスぺディア



市場概説 > ブッキング・ホールディングス



市場概説 > ユナイテッド航空ホールディングス

34.87 USD

-9.97 (-22.23%) ↓ 今日

3月11日 16:00 GMT-5・免責条項

NASDAQ: UAL

+ フォロー

1日 | 5日 | 1か月 | **6か月** | 年初来 | 1年 | 5年 | 最大



始値	35.94	時価総額	113.20億	CDPスコア	B
高値	36.14	株価収益率	-	52 週高値	63.70
安値	34.67	配当利回り	-	52 週安値	30.54

→ [ユナイテッド航空ホールディ...](#)

市場概説 > デルタ航空

32.07 USD

-8.11 (-20.18%) ↓ 今日

営業終了: 3月11日 19:57 GMT-5・免責条項
時間後取引 32.05 -0.020 (0.062%)

NYSE: DAL

+ フォロー

1日 | 5日 | 1か月 | **6か月** | 年初来 | 1年 | 5年 | 最大



始値	33.31	時価総額	205.23億	CDPスコア	C
高値	33.40	株価収益率	73.42	52 週高値	52.28
安値	32.01	配当利回り	-	52 週安値	29.75

→ [デルタ航空の詳細](#)

そんな中で、「8. In The Big Chair: Eviivo の Michele Fiyzpatrick」が、『自分だけの滞在を構築する』機能を提供する必要がある』と言っているのが印象に残った。PhocusWire Daily ニュースのインタビューで、独立系ホテルがより多くの収益を上げるための最大のチャンスは？と問われた Fiyzpatrick は、『ピザのトッピングを選ぶように、“自分だけの滞在を構築する”機能を提供する必要がある』と答えている。彼女は続けて『特に小規模の宿泊施設は、地元のビジネス・コミュニティと協力し、自分たちのサービスに加えて他のサービスをパッケージ化する方法を見つけるべきである。タクシーの運転手が観光客におすすめ

スポットを紹介することは、オフラインの世界では常に行われてきたことだ』と言っている。

先週の記事で、Uber がエクスペリエンスの予約を開始すると書いてあったがレストランやイベントの予約に加え、Uber の運転手を観光ガイドにするつもりなのだろうか……。そう言えば、Airbnb ではホストが地元のガイドをしている。

自分たちのサービスに他のサービスをパッケージするのが方々で始まっている。これこそが、旅行のコンテンツを動的に組み合わせて“自分だけのパーソナルな旅行”を組み立てることができる、本来あるべきダイナミックパッケージなのだろう。

(編集人)

目次

1. (TJ) Amex GBT、法人旅行回復

(TJ) = トラベルジャーナル 4 月 11 日号を参照ください

2. OYO と Hopper、顧客維持にゲーミフィケーション 閲覧第 4 位

3. Grab、2021 年通期 36 億ドル欠損計上

4. ウクライナ危機 3 週間継続、旅行関連株下落

5. テックに携わる婦人、リーダーシップの壁を打破れるか 閲覧第 1 位

6. エアビー、ウクライナの新ホスト申請 厳しく審査 閲覧第 5 位

7. グーグル、大部分のロシア営業活動一時停止

8. In The Big Chair: Eviivo の Michele Fiyzpatrick 閲覧第 3 位

9. VIDEO: PhocusWire Flash – ウクライナ危機 閲覧第 2 位

10. 法人旅行回復を動かす幅広いトレンド

11. 社説：法人旅行、回復のためには多くのスターが必要

12. 3 月 7 日の週の資金調達記事

1. OYO と Hopper、顧客維持にゲーミフィケーション

旅行におけるゲーミフィケーションの概念は新しいものではない。ゲーム理論と戦略は、望ましい行動を奨励する方法として、レジャーや企業の旅行スペースでブランドによって何年にもわたって使用されてきた。2013 年、Expedia はウェブサイト「Around the World in 100 Days」で 15 週間のゲームを実行し、Expedia リワードポイントをプレーヤーに提供した。また、2015 年に設立された旅行および経費管理会社 TripActions の初期戦略の 1 つは、費用効果の高いホテルの部屋またはフライトを選択したことでビジネス旅行者に報酬を与えることであった。そしてもちろん、報酬を獲得して燃やす能力に基づいて構築された標準的な旅行ロイヤリティプログラムの形式は、ゲーム理論に基づいている。しかし現在、種々の要因の収束により、一部の旅行ブランドはゲームの力を取り入れてブランドを成長させるようになっている。

1 つ目の要因は、スマートフォンの普及率が世界的に急上昇したことである。

2016 年の 37 億人の加入者から、今年は推定 66 億人の加入者になった。

第二に、オンラインゲームはかつてないほど人気がある。昨年 5 月の時点で、Statista は世界中に 10 億人のオンラインゲーマーがいると推定している。この成長は、COVID ロックダウン中の採用の増加に一部起因している。そして最後に、ブランドは、ゲーム戦略を使用し、アプリ内でゲームを提供する中国の e コマースプラットフォームである Pinduoduo などのスーパーアプリからインスピレーションを得ている。Pinduoduo は 2015 年に発売され、2021 年第 3 四半期の時点で月間アクティブユーザー数は 7 億 4,100 万人を超え、1 年前から 15% 増加した。

OYO

本日より、米国の OYO ユーザーには、ブランドのアプリに新しい「ゲームゾーン (gaming zone)」が表示される。これは、インド、マレーシア、インドネシアのアプリユーザー向けの数週間前のリリースに続くものだ。ゲーム会社 Gamezop との提携により作成されたこのインターフェースは、Fruit Chop や Furious Speed などのタイトルを持つ 10 のゲームの選択肢をユーザーに提供する。OYO International の社長である Prasun Choudhary は、ユーザーエンゲージメントを促進し、アプリをダウンロードした 1 億人の一部がアプリをアンインストールする可能性を最小限に抑える方法として、この数か月でゲームゾーンの開発を開始したと述べている。また、Choudhary は、旅行では頻繁に購入

することはないため、リピートエンゲージメントの問題が特に重要であると述べている。ゲームゾーンには、リアルタイムで更新され、ハイスコアを表示するリーダーボードが含まれている。トップパフォーマーは、OYO の施設での割引または無料の将来の滞在、および Amazon ギフトカードなどの外部ベンダーからのギフトの形で賞品を獲得する。Choudhary によると、ゲームゾーンの市場として、おそらく次に英国、次にラテンアメリカの市場でアプリに追加される予定である。時間の経過とともに、機械学習の助けを借りて、ユーザーの好みに基づいてエクスペリエンスがカスタマイズされる可能性がある。また、同社は、旅行の予約以上の価値を提供するために OYO アプリを拡張できる他の方法を模索し続けていると彼は言う。

Hopper

Hopper はまた、アプリのゲームとゲーム理論に基づく戦略のテストと開発を行っている。「私たちはモバイルであり、定着率が非常に高いため、旅行のリーダーから学ぶのと同じくらい、モバイルの他のリーダーから学ぶ機会がたくさんある」と、Hopper のユーザー獲得責任者である Rheault-Kihara は言う。

開発の作業は、「ゲームに取り組む旅行チームではなく、社内の旅行に取り組むモバイルゲームチーム」によって主導されている。同社の主なインスピレーションのソースの 1 つは、Pinduoduo である。これは、CEO の Fred Lalonde が、Hopper をスーパーアプリに変える取り組みに関連してよく言及している。

Rheault-Kihara は、ユーザーが毎日事実上果樹に水をやる必要がある Pinduoduo ゲームの例を共有している。これにより、アプリで割引や商品に変換できる果実が成長する。「そのゲームには 1 日あたり 6,000 万人のアクティブユーザーがいて、それは彼らの大きな保持メカニズムの 1 つである。ユーザーに毎日アプリを開くように指示するよりも、自然にアプリを開くように促し、最後に割引を適用して購入につながるような楽しいメカニズムを導入する方がはるかに簡単だ。したがって、このような全体的なメカニズムは、私たちが本当に関心を持っているものである」と彼は言う。

Pinduoduo からの追加のインスピレーションは、一緒に購入するユーザーに割引を提供することで、会社がソーシャルコマースを使用する方法である。たとえば、一緒に予約するユーザーにホテル料金の割引を提供することを Hopper が検討していると言う。また、有料検索マーケティングに投資したことのない Hopper は、マーケティング予算を使用して、友人をアプリの使用に招待したり、

定期的にログインしたり、定期的にアプリをブラウジングしたりする Pinduoduo の戦略に特に興味を示している。「Facebook や Google にマーケティング費用を支払ってユーザーを獲得し、他の手段で変換しようとするのではなく、マーケティング費用をユーザーの財布に直接支払うことで、ユーザーにやりたいことをやらせるように促すことには、非常に直線的な関係がある。ユーザーがアプリを使用することで割引を受けるという概念全体は、私たちが本当に興味を持っているものであり、テストを開始している」と彼は言う。

(3/7 https://www.phocuswire.com/oyo-hopper-gamification-drive-retention-travel?oly_enc_id=9229H9640090J9N)

2. Grab、2021 年通期 36 億ドル欠損計上

ライドヘイリングとフードデリバリーのブランドである Grab は、過去 2 年間の COVID ヒットを別にして、「そのスーパーアプリの回復力と関連性の高まりを実証する」ことを試みている。シンガポールを拠点とするこの会社は、2021 会計年度に 6 億 7,500 万ドルの収益を上げ、過去 12 か月 44%増収を遂げた。

収益面でより良い数字に戻ったにもかかわらず、Grab は依然として大きな損失を出し、2020 年の 27 億ドルから昨年は 36 億ドルに増加した。損失は 2020 年の第 4 四半期の 6 億 3,500 万ドルから、2021 年の対応する 3 か月で 11 億ドルになった。同社によれば、この損失の一部は、公開市場に上場した際に失効した 16 億ドルの転換社債と、同じ特別買収会社主導の IPO に関連する 1 回限りの 3 億 5,300 万ドルの費用によるものである。同社にとって重要な指標である総商品価値 (GMV=Gross Merchandising Value) は、前年比 29%増の 161 億ドルである。GMV の成長は 2022 年の第 2 四半期と第 4 四半期の間に 30%から 35%に加速すると予想され、EBITDA は 2023 年 6 月までに初めて食品配達で損益分岐点に達す。Grab は、ライドヘイリング、フードデリバリーサービス、e-wallet 支払いにおいて、東南アジアのマーケットリーダーであり、そのモビリティユニットが市場の 71%を占め、オンラインフードオーダーの半分強 (51%) を占めていると主張している。グループ CEO 兼共同創設者の Anthony Tan は、「東南アジア人は、日々の多くのニーズに Grab スーパーアプリをますます依存している。ユーザーの 56%が現在 2 つ以上の Grab サービスを使用しており、2021 年のプラットフォームでの平均ユーザー支出は前年比で 31%増加した。

シンガポールで digibank を立ち上げる準備ができていますので、2022 年は Grab

にとってもう一つの分水嶺年になると予想しています。そして、より多くのオプションとより良い利便性で消費者にサービスを提供するために、配達の大規模な機会を追求し続ける」と述べている。

(3/7 https://www.phocuswire.com/Grab-posts-loss-4-billion-2021-claims-strongest-year-yet?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

3. ウクライナ危機 3 週間継続、旅行関連株下落

米国の旅行業界の株は月曜日、石油価格の高騰に対する投資家の懸念と、ロシアのウクライナへの継続的な侵入がヨーロッパの旅行計画にどのように影響するかについての懸念をめぐって急落した。航空セクターでは、米国のグローバルジェットファンドは 11.1%減少した。ユナイテッドの株価は、4 大航空会社の中で最大の急降下を遂げ、15%減少した。デルタ株はその価値の 12.8%を失い、そのすぐ後ろにある。アメリカ人旅行者数は 12%減少し、南西部は 8.6%減少した。クルーズ部門では、ノルウェー・ジャンクルーズラインホールディングスが 11.6%減少した。カーニバルコーポレーションの株価は 9.9%下落した。ロイヤルカリビアングループは 9%減少した。値下げは大手ホテル会社にも及んだ。ハイアットは 9.3%減少した。マリオットインターナショナルは月曜日に 7%下落した。ヒルトンは 6.2%下落。インターコンチネンタルホテルズグループの株価は、その価値の 4.8%を失った。レンタカー部門では、エイビスの株価は 7.1%下落した。Hertz は 5.1%減少した。Booking Holdings は 8.5%減少し、Expedia Group は 11%減少し、Tripadvisor は 4%減少し、Airbnb は 8%減少した。旅行部門の衰退は、市場にとって全体的に際立っている。ダウジョーンズは月曜日に 797 ポイント (2.4%) 下落したが、S&P 500 は 3%下落し、ナスダック総合指数は 3.6%下落した。原油価格が 2008 年以来初めて一晩の取引で 1 バレルあたり 130 ドルに達した後、旅行部門に対する投資家の否定的な感情が現れた。銘柄価格は月曜日の日を通して下落した。米国の原油は東部午後 5 時直前に 1 バレル 120 ドルで取引されていた。*この記事はもともと Travel Weekly に掲載された。

(3/8 <https://www.phocuswire.com/Travel-stocks-fall-Ukraine-conflict-enters-third->

4. テックに携わる婦人、リーダーシップの壁を打ち破れるか

女性が現在職場で直面している最大の課題の 1 つは、リーダーシップの目に見えない壁を突破する方法を学ぶことである。これは世界的な問題であり、多くのセクターに蔓延している。世界中で働く女性の大きな進歩が見られるが、テクノロジーセクターを含む多くの産業は、特にリーダーシップの観点から、依然として主に男性が支配する産業である。女性の経営者であり、働く母親として、ジェンダーの平等を目指し、女性が男性と同じ機会を確実に受けられるようにすることは、私にとって非常に重要だ。では、どうすれば女性を正しく認識し、適切な報酬を与えることができるのか。職場での女性のエンパワーメント まず、面接の過程で、女性が会社の性別の違いや女性が利用できるシニアの機会について質問できるようになり、シニアの役割が達成できるかどうかについて情報に基づいた決定を下せるようにすることが重要である。同様に、組織はこの情報を共有する際に透明性を保つ必要がある。

Trip.com Group では、性別の多様性は私たちの文化の中核であり、最初の採用段階から社内昇進に至るまで、私たちが行うべきすべてのことを実行している。2021 年の新入社員の男性と女性の比率は 50/50 であった。現在、従業員の 50% 以上が女性であり、2021 年末現在、従業員の 43% が女性中堅管理職であり、上級管理職の従業員のほぼ 3 分の 1 は女性である (VP レベル以上)。私たちはこれの利点を毎日見ている。パンデミックの際に女性が信じられないほどの回復力を示しただけでなく、この困難な時期から抜け出すにつれて、組織内のコミュニティ精神の高揚感が非常に明白になり、その多くは女性従業員の影響を受けている。また、さまざまな視点やアイデアをテーブルに持ち込むことを可能にする多様な労働力を持つことのメリットを享受している。

トレーニングの機会 Training opportunities

女性は、企業がスキルセットを拡大して上級管理職に到達できるようにし、トレーニングの機会を積極的に活用するように奨励されるべきである。私たちの雇用の数字はそれ自体を物語っている。私たちは、女性がテクノロジー業界で正当な地位を占めることを保証するために、有用なリソースへの平等なアクセスとリーダーシップの役割のためのトレーニングを女性に提供し、労働力の女性を

引き続き支援するつもりである。

女性従業員の人生の選択をサポートする

Supporting female employees' life choices

多くの女性は、キャリアのある時点で家族を持つことを決定する。これは、自分の役割と子供の世話のバランスをとる必要があるため、仕事に戻ったときに昇進を見逃してはならないという意味ではない。彼らは以前と同じように資格があり有能であるため、機会均等が利用できるはずである。組織は、必要に応じて柔軟な作業オプションと追加のサポートを提供することにより、この才能を維持する方法を見つける必要がある。これらの従業員が大切にされていると感じることは不可欠だ。性別を問わず、初期の親子関係を通じてすべてのスタッフをサポートすることは、私たちの文化に根付いている。妊娠中の従業員を職場に出入りさせるための無料のタクシーを提供しており、赤ちゃんが生まれたときにウェルカムギフトを贈る。女性スタッフは、妊娠中に 800RMB の出産ボーナスと最大 3,000RMB の追加出産手当を受け取る権利がある。お母さんが仕事に戻ったときは、フレックスタイム制を採用している。これは、すべてのグローバル従業員が利用できる最近スタートしたハイブリッド作業モデルに追加される。

ジェンダー平等の改善 Improving gender equality

ここ数十年で、私たちはジェンダー平等に関して信じられないほどの進歩を見てきた。長年にわたる個人の勇敢な行動を通じて、今日、世界中の女性が社会、ビジネス、政治に登場している。しかし、まだやるべきことがあり、集合的に、私たちはすべてのセクター、組織、そして日常生活においてより良い多様性と包摂を確実にするために努力しなければならない。女性がリーダーシップの目に見えない壁を突破するには、質問をすることを恐れず、積極的にトレーニングの機会を探すことで、自分の価値を知り、リーダーシップの役割を追求できるようにする必要がある。同様に、女性が当然のことながら上級管理職の役割を追求し確保するためのツールと機会を女性に提供することにより、女性が仕事で力を与えられていると感じられるようにすることは組織の義務である。

著者：Jane Sun は、Trip.com Group の CEO。

(3/8 https://www.phocuswire.com/how-women-in-tech-can-break-through-the-leadership-glass-ceiling?oly_enc_id=7798E1381467C7B)

5. Amex GBT、法人旅行回復

旅行管理会社によると、2月のAmerican Express Global Business Travelの取引量は、COVID-19 オミクロンバリエーションからの「強力な回復」の一環として、パンデミック前のレベルの半分以上に戻ったとのことである。今年後半に公開される計画に先立ち、Amex GBTは月曜日に2021年の財務結果を報告し、2020年と比較して14%増加し、年間の総取引額は68億ドルとなった。2021年の旅行収入は前年比で5%減少、年間で4億4,600万ドルになり、製品および専門サービスの収益は前年比2%減の3億1,700万ドルになった。2020年の総取引量は前年比で71%減少したが、Amex GBTの最高財務責任者であるMartine Gerowは、パンデミックが始まった後に続いたキャンセルから受けたサービス料に加えてパンデミック前のレベルの旅行の恩恵により2020年の利回りが高かったと述べている。Amex GBTがEgenciaの買収を完了した後の数字を含む第4四半期の総取引額は、前年比488%増の28億ドルで、旅行収入は244%増加し、製品および専門サービス収入は31%増加した。Amex GBTのCEOであるPaul Abbottは、決算発表の中で、12月と1月に取引量を減らしたオミクロンの亜種が出現したにもかかわらず、このTMCは最高潮で今年を終えたと述べている。2月の最後の週の取引量は2019年レベルの51%であり、総取引額は2019年レベルの45%であった。

Ames GBTはまた、世界中の企業がオフィスを再開するにつれて、会議やイベントの需要が高まっていると言う。3月の初めの時点で、会議やイベントの前方予約は2019年のレベルの63%であったとAbbotは付け加えている。

このTMCは、2021年に95%の顧客維持率を報告した。これは、パンデミック前のレベルよりも高かった。Abbotは、Hewlett Packard Enterprise, Standard CharteredとPalo Alto Networksを昨年の「注目すべき[クライアント]の勝利」として挙げ、今年はRaytheon Technologies and Ferrero Groupを挙げている。Amex GBTは、2021年に4億7,400万ドルの純損失を報告した。これは、2020年の6億1,900万ドルの純損失からの改善である。

*このストーリーはもともとBTNに掲載された。

(3/9 https://www.phocuswire.com/amex-gbt-notes-corporate-travel-resilience-in-Omicron-recovery?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

6. エアビー、ウクライナの新ホスト申請 厳しく審査

Airbnb は、ウクライナで危機が始まって以来、世界中で注目を集めている。最初は、最大 10 万人のウクライナ難民に無料の短期住宅を提供し、次にロシアとベラルーシでの活動を停止し、その後、周りの人々の草の根運動のためにホストに送金する方法として、ウクライナの物件の世界予約を開始した。

このアイデアがソーシャルメディアで広まった最初の 2 日間、3 月 2 日と 3 日、Airbnb は、ウクライナの物件で 61,000 泊以上が予約され、ホストに 190 万ドルを生み出し、所定のホスト料金やゲスト料金は Airbnb によって取得されなかったと述べている。しかし、ウクライナの人々を支援するための創造的な戦略は、ドナーの最善の意図に促されながら、たとえば、不正なリストを作成することによって、利益を享受しようとしている人々によって悪用される可能性があるかどうかについても疑問を投げかける。「私たちはウクライナでのすべてのリスティング活動を綿密に評価しており、プラットフォーム全体の不正を検出するための非常に強力な対策を講じている。信頼と安全は絶対に最優先事項だ」と、Airbnb のグローバルホスティング責任者である Catherine Powell は述べている。Airbnb のウェブサイトによると、ウクライナには 300 以上の物件があり、プラットフォームは、部分的には、家から逃げるが国内に滞在する場所を探している人々のニーズを満たすために、まだ新しいホストに開放されていると Powell は言う。オンボーディングプロセスは、Airbnb Web サイトで概説されているように、ウクライナのホストでも世界の他の地域と同じである。これには、ホストの ID 検証とプロパティの場所の検証が含まれる。しかし、Powell は、「現在、ウクライナでは、通常のオンボーディングプロセスよりも綿密に評価している」と述べている。

ウクライナの人々に経済的支援を提供するために行われる予約が不動産管理会社または国外に住むホストに行くことができるかどうかの質問に関して、Powell は Airbnb のホストの 90% が個人であり、彼らのアイデンティティと場所についての詳細は、ホストプロフィールをクリックしてレビューを読むことで見ることができると回答した。ただし、個人としてリストされているホストが不動産管理会社の現地代理人である可能性があるかどうかは分からない。ウクライナ難民に無料の仮設住宅を提供する取り組みは、危機の際に人々を収容するのに役立つ同社の非営利団体である Airbnb.org を通じて調整されている。Powell によると、Airbnb.org には世界中に約 30,000 のホストがあり、過去 10

日間で 15,000 を超えるホストがサインアップしている。Airbnb.org のホストは、無料または割引のいずれかで難民を収容する。これは、Airbnb および Airbnb.org への寄付によって支払われる。先週末の 48 時間の間に、この非営利団体は 72 か国の約 14,000 人から 120 万ドル以上の直接寄付を受け取った。Airbnb.org を介してホストしている人は、Aircover の 100 万ドルの賠償責任と、100 万ドルの損害保護保険など、Airbnb のホストと同じメリットを享受できる。Powell によると、同社は Airbnb.org にさらに多くのホストを登録するために積極的に取り組んでおり、火曜日の時点で、ウクライナから逃げる人々をポーランドのモルドバ、ルーマニア、ハンガリー、スロバキアの無料住宅に接続するために、国際移住機関である国際移住機関とも協力している。Airbnb は、国際女性デーに関連して、女性がホストコミュニティの 56% を占め、2021 年には、女性として特定されたホストが合計 120 億ドルを獲得したことを共有している。
(3/9 https://www.phocuswire.com/airbnb-closely-evaluating-new-host-applications-in-ukraine?oly_enc_id=9229H9640090J9N)

7. グーグル、大部分のロシア営業活動一時停止

検索大手がロシアでの Google 広告を一時停止したという先週のグーグルの発表に続き、同社は本日、「ロシアでの商業活動の大部分」を一時停止したと発表した。これには、ロシアを拠点とするすべての広告主向けのグローバルなプロパティとネットワーク上の広告、新しいクラウドサインアップ、ほとんどのサービスの支払い機能、ロシアの YouTube 視聴者向けの現金化機能が含まれる。検索、Gmail、YouTube などの Google の無料サービスは、引き続きロシアで運用されている。同社はまた、本日より、ウクライナに隣接する国のホテル所有者が、難民に無料または割引の宿泊施設を提供しているかどうかをビジネスプロフィールに示すことができると発表した。地元企業は、検索と地図のビジネスプロフィールに投稿して、ウクライナからの難民にさまざまなサービスと支援を提供することもできる。

「今後数週間にわたってこの情報をまとめることで、人々が検索とマップでこれらの場所をすばやく見つけることができるようになる」と Google は声明で述べている。Google の最新情報は、多くの旅行会社やテクノロジー会社がロシアでのサービスを削減していることからきている。

Expedia Group と Booking Holdings はどちらもロシア発着の旅行の販売を停止

し、GDS の Sabre、Amadeus、Travelport はロシアの航空会社 Aeroflot からの運賃をシステムから削除した。一方、Airbnb はロシアとベラルーシでの活動を停止し、最大 10 万人のウクライナ難民に無料の短期住宅を提供している。さらに、草の根運動は、世界中の人々がホストにお金を送る方法としてウクライナのプロパティを予約することを開始している。Airbnb は PhocusWire に、ウクライナにおける不正なリストを防ぐために同地の新しいホストアプリケーションを「綿密に評価」していると語った。

(3/10 https://www.phocuswire.com/google-pauses-vast-majority-of-commercial-activity-in-russia-add-tools-for-hotels?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

8. In The Big Chair: Eviivo の Michele Fitzpatrick

2012 年以来、Michele Fitzpatrick は、クラウドベースの予約・不動産管理プラットフォームを提供する英国を拠点とする Eviivo の CEO を務めている。バケーションレンタル、ブティックホテル、キャビン、アパートメント、ヴィラ、高級 B&B など、2 万件以上の独立系不動産で利用されている。世界本社は 5 カ所にある。

Q: あなたは 10 年間エヴィーボに在籍している。この 10 年間で、会社と業界の両方において、目の当たりにした最も大きな変化は？

まず、デジタル化です。10 年前、私たちが話を聞いた宿泊施設の 3 分の 2 は、紙とペンを使っていた。現在では、3 分の 2 をはるかに超える企業がウェブサイトを持ち、必要不可欠なチャネル・マネージャーや、時にはその他のテクノロジーも利用している。また、10 年前、旅行会社の API は黎明期にあり、写真、コンテンツ、ポリシー、エクストラ、支払いなどを扱うのがやっとだった。Eviivo は、その近代化をリードしてきた。実際、2016 年の Expedia のラスベガスショーでは早くもフルコンテンツ API を導入し、その 1 年ほど後には Booking.com でカード不承諾 (card decline) API を最初に導入し、現在は Airbnb で完全自動オプトインに対応している。私たちの業界が進化し続ける中で、いくつかの宿泊施設プロバイダーにとっての主な課題は、時間をかけて購入した多くの異種アプリを管理しなければならないことだと考えている。自分が唯一のユーザーであれば問題はないが、チームや複数の物件を管理している場合は、手に負えない

ことがよくある。統合されていないため、手作業が多くなり、調整問題が発生し、宿泊施設プロバイダーがテクノロジーの進歩の恩恵を受けるスピードが制限される。オンライン予約プラットフォームが進化したとき、一つ目は、あなたのチャンネル-マネージャーをこれらの変更に対応させ、二つ目は、それらがサポートされており、あなたの PMS、会計システム、通信システムの CRM に至るまで最新状態に保つことを確認する必要がある。宿泊施設は、ソフトウェアを書き、これらのすべての API を管理するのに必要な時間とリソースを持っていない。異なる技術、アプリ、決済システムおよびエクストラネットをロールアウトし学習し更新するのに無限のサイクルを費やしている。

予約チャンネル、広告チャンネル、コミュニケーションチャンネル、支払いチャンネルを含む、マルチプロパティ、マルチチャンネルのプラットフォームは、API が文字通り目に見えず、完全に組み込まれていることが標準となっている。ネイティブな統合により、宿泊施設は繰り返しの重要なワークフローを自動化し、宿泊客とスタッフの幸福を確保することができる。学習と管理のための技術が少なければ少ないほど、その利点を素早く享受することができる。最終的には、ビジネスにとって最も重要なすべてのツールをシームレスに統合したオールインワン・プラットフォームが、間違いなく未来につながる。もうひとつの最近の変化は、ハイブリッドビジネスモデルの人気の高まっていることである。5、6 年前、B&B やブティックホテルは Airbnbs をチャンスではなく“脅威”“競争相手”と見ていた。COVID はこの構造を変えた。今ではプライバシーと孤立が望ましい商品となり、国内旅行がより安全な選択肢とみなされるようになった。私たちは、多くのゲストハウス、B&B、ホテルが宿泊施設をバケーションレンタルに変更したり、不動産、農場、牧場に自己充足型のユニットを追加配置したりするのを目の当たりにしてきた。また、オンライン予約のプラットフォームが多様化し、あらゆる宿泊施設に対応できるようになった。そして、バケーションレンタルの分野も変化している。一部の不動産管理会社は、リスクを最小限に抑えるために、ポートフォリオを短期と長期の間でバランスを取るようになり、その逆もまた然りである。同時に、従来の不動産業者や賃貸仲介業者はオンラインでの短期賃貸活動を展開し、最も成功している個人の Airbnb ホストの中には、新しいフルタイムビジネスとして他のホストに不動産管理の専門知識を提供し始めた人もいる。

Q: 顧客からの最大の課題や不満は何か？

私たちのクライアントの多くは、小規模な独立系宿泊施設やブティックホテルである。彼らは COVID の際に、無視された、あるいは意気消沈したと感じていると思う。大規模なオンライン予約プラットフォームは、主に消費者に焦点を当てたが、政府は雇用の節約や大企業の救済に焦点を当てた。主要なメディアは、小売店やパブ、レストランに多くの時間を割く傾向があり、決済プロバイダーは、キャンセル件数がかつてないほど増加したため、しばしば支払いをブロックしたり、不可能なデポジットを要求したりした。その結果、小さな独立系の宿泊施設は、そのギャップに陥ったことを声高に叫んでいる。もちろん、誰もがゲストに安全で幸せになってほしいと願っているのだが・・・多くの宿泊施設プロバイダーは、残念ながら振り子が狂ってしまったと感じていたのである。COVID はよりコントロールされているように見えるが、世界的な不安、特にヨーロッパでの不安はまだみんなの心の中に重くのしかかっている。ビジネスや海外旅行の回復にはもう少し時間がかかりそうなので、国内向けに対応できるようになることが今の課題だ。

もうひとつの課題は、3DS2 (3D セキュア 2) の導入である。3DS2 は、宿泊客、代理店、宿泊施設の 3 者間のカード決済の流れを破壊している。残念ながら、金融業界は 3DS2 がホスピタリティに与える影響について十分に考えていないようだ。予約の大部分は、旅行代理店、観光局、地元協会、航空会社など、必ずしも宿泊施設の自社サイトではないウェブサイトからオンラインで発信される。3DS2 ではリアルタイム認証が必要であり、他のサイト経由でカード認証を行い、宿泊客がパスコードを入力するために不在になった時点で宿泊施設に転送され処理されることで、より多くの決済取引が失敗する可能性が高くなった。Eviivo はこの問題に対する包括的なソリューションを提供しているが、決済業界全体でもっと努力できるはずである。宿泊客の認証データをトークン化することで解決できるが、すべての加盟店銀行、PSP、旅行参加者がトークンを安全に共有・転送できるようになるには、まだ時間がかかると思われる。

Q: 第三者流通について、どのような質問を受け、どのような回答をしているか？

オンライン旅行会社の優位性と彼らが課す手数料は、常に論争的となっている。手数料を払うのが好きな人はいない。しかし、予約時に手数料を払うことは、そもそも予約を取れないよりはましであり、多くの宿泊施設プロバイダーは実際にそれで構わないと思っている。多くの場合、手数料は、しばしば広告の最も

費用対効果の高いフォーム、および収益を増加させるルートであることを証明することができる。あなたが定期的なゲストと独自の評判を構築するまで、それはしばしば、少なくとも商売開始時点で、独自のオンラインプレゼンスを管理しようとするよりも安くなる。流通では、誰も話したくない重要な問題は、コントロールの問題である。宿泊施設は、どのようにして自社ブランドとそのポリシーを管理するのか。旅行代理店は、最初から独自のポリシーを課すことも、宿泊施設のポリシーや支払い条件、価格を無視したり上書きしたりすることも可能である。また、オンラインプラットフォームが、小規模なアカウントからのトラフィックを、より収益性の高い大規模なアカウントや、コンバージョン率の高いビジネスにリダイレクトする例も多く見受けられる。これは、予約のリダイレクトを受けた宿泊施設と、直販ビジネスがカニバリゼーションに見舞われている成功した宿泊施設の両方に影響を及ぼす。幸いなことに、Eviivoのようなプラットフォームは、予約の軽減やコントロールの維持に役立つ多くのツールやアドバイスを提供している。最終的には、教育が最大の課題であることに変わりはない。宿泊施設プロバイダーを支援するために、私たちはリソースセクション“Trade Secrets”で包括的なアドバイスとガイダンスを提供している。多くのホストは、ティア1チャネル・パートナーに愛憎の念を抱いているが、彼らはフロントエンドのコストしか見ていないため、これらのツールを活用して初めてのゲストの安定したプロバイダになる方法を学ぶために十分な時間を費やしていない。簡単な解決策は、コミュニケーションのベストプラクティスを活用し、記憶に残るゲスト体験を作り出し、そのゲストに、より安価なチャネルで再訪問を促すことである。これは文字通り、泡立て、洗い流し、繰り返すだけで、ホストの時間を解放し、契約を結ぶための温かく心地よい環境を提供するところまで自動化することができる。

Q: 独立系ホテルがより多くの収益を上げるための最大のチャンスはどこだと思うか？

ビジネスを成長させるためには、ゲストが滞在に満足し、口コミで広がるようにすることである。これは永遠の真理だ。宿泊施設は、“人”の要素を考える必要があり、“語るべき物語”を持つ必要がある。先日、イギリスのホワイトホースという旅館を引き継いだばかりのプロバイダーと話をした。Eviivo だけと関係するホワイトホース B&B は約 30 あり、おそらく英国全体でさらに多くの B&B がある。しかし、このホワイトホース B&B が『マトリックス』の撮影を担当した

映画スタジオのディレクターが経営する宿であることを知り、スタジオ見学に招待されたら、そのホワイトホースはもっと面白くなるだろう。そして、誰もが良いストーリーを好むものである。ゲストが自分のストーリーを、オンラインやソーシャルメディア、友人や家族に話してくれるようになれば、すべてがうまく回り始める。宿泊施設の第一の資産は、そのロケーションである。2つ目は、そのストーリーである。宿泊客は、良いストーリーをもって帰れば、それだけで良いのだ。第二に、柔軟なハイブリッド・ビジネス・モデルを採用し、潜在的なゲストに“セルフサービス”能力を与え、できるだけ頻繁に、あなたと直接関わるようにすることである。すべての宿泊施設のウェブサイトは、ピザのトッピングを選ぶように、“自分だけの滞在を構築する”機能を提供する必要がある。また、特に小規模の宿泊施設は、地元のビジネス・コミュニティと協力し、自分たちのサービスに加えて他のサービスをパッケージ化する方法を見つけるべきである。タクシーの運転手が観光客におすすめスポットを紹介することは、オフラインの世界では常に行われてきたことだ。これは、オンラインではまだ比較的新しい。様々なコミュニティのためのバーチャルなコンシェルジュ・サービスとでも考えて欲しい。Eviivo はこの 2 年間で、これを支援する多くの機能を立ち上げてきた。例えば、あらゆる種類のエクストラやパッケージを商品化したり、他のローカルプロバイダーと手を組んで追加料金なしで利用できるようにしたりする機能である。最後に、COVID の影響で、旅行者の需要があるため、屋外スペースを活用する顧客が増えている。

Q: 近い将来、他の第三者やダイレクトディストリビューションが登場すると考えるか。それとも、今のところエコシステムはかなり確立されているのか。

この業界は広大で、常に新規参入者が存在する。問題は、新しい支配的なプレーヤーが現れるかどうかだ。それとも、もっと細分化されるのだろうか？それは何とも言えない。私は、“地元根付く”方法を学び、地元コミュニティの知識と専門性を活用して、自分たちのサービスを支える人々が勝者となると思う。先ほど、より多くの伝統的な実店舗を持つ不動産業者が短期賃貸業を始めていることを紹介した。彼らは地元密着し、地域を知り、適切な人材をどこでどのように見つけることができるかを知っている。彼らは、レンタルと他のサービス（挨拶、清掃、メンテナンス、修理など）を組み合わせるのに理想的な立場にある。また、多くの地方自治体、ビジタービューロー、その他のコミュニティが、完全なオンラインビジネスモデルに変換し始めている。以前はそのスピードが遅く、

多くはウェブサイトをアップグレードしたが、取引フローを効果的に管理できていない場合が多かった。これらの協会は、現在、より多くの市場に参入し、より適したデスティネーション・マネジメントや予約ソリューションを買収している。コミュニティが地元の協会を通じて適切に組織化できるようになると、そして特定の地域で重要なオンラインプレゼンスを確保できるようになると、状況は改善し始める。通常、特に国内のオーディエンス向けの直接予約が増加する。COVID 以来。この種のイニシアチブは、州や地方自治体によっても奨励される。COVID の期間中、EU は封鎖中に多数のデジタル化助成金を提供したり、地元の市場のスポンサーを支援したりした。プライベートソーシングとパブリックソーシングの間の通常の対立を考えると、これには時間がかかる場合があるが、良い兆候がここにはある。

Q: ホスピタリティテクノロジーは、長期滞在、仕事とレジャーの組み合わせなど、顧客のニーズを促進および簡素化するために、これ以上何ができるか。

短期的には、柔軟性とオプションの提供が重要だと思う。これは、前述の“独自の滞在を構築する”ことである。また、いつでもどこでもゲストにサービスを提供できるようにすることも重要だ。これは、チームを即座に動員できるようにすることを意味する。私たちのようなベンダーにとって、これは、マルチユーザー、マルチプロパティ、マルチチャネルの高性能モバイルアプリをすべての宿泊施設プロバイダーに提供することを意味する。最近、Eviivo Mobile の新しいバージョンをリリースした。これは、今後さらにエキサイティングな機能を提供する継続的な作業プログラムの最初のステップである。

Q: 旅行以外のインスピレーションはどこに向けるのか？

歴史と認識論！（History and epistemology!）私は人類が成し遂げたことに魅了されている。私は過去、現在、そして未来の発明に魅了されている。

Q: ホスピタリティ業界に影響を与える可能性が最も高い新興技術はどれか？

今日：モバイルおよび決済テクノロジー。明日：音声ボットと VR ボット。モビリティと自動化は、実際には、ホストがより少ないコストでより多くのことを実行できるようにする 2 つのテクノロジーである。予約の問い合わせに答え、スタッフの質問に連絡し、月末のレポートを完成させることで、休暇中の自分自身がますます現実になり続けるだろう。

Q: Eviivo に入社する前は、Oracle、McAfee、IBM、Lotus などのさまざまな企業で幹部職を歴任した。Eviivo をリードするのに役立った経験から何を学んだ

か？

Eviivo が何よりもまずソフトウェア会社として運営され、常に先導し、発明し、解決していることを確認したい。私たちの予算の大部分は研究開発に費やされている。ソフトウェアとは、ユーザーのオプションを犠牲にすることなく、日常の問題を自動化して解決することである。両方を行うと同時に物事をシンプルに保つのは難しい場合がある。ソフトウェアが単純であるほど、その背後にある作業は難しくなる。これこそが、私たち全員を動かし続けている理由である。また、Eviivo を“人間”レベルで独立系宿泊施設セクターと接続させることも個人的に重要である。私たちはソフトウェア会社かもしれないが、私たちは自分たちの業界とその背後にある顔関係者たちに心から深く気を配っている。宿泊施設のプロバイダーが彼らの好きなことを成功させ、忘れられないゲスト経験を提供することを望んでいるため、今後の Eviivo Awards や International Week of the Host など、ホスピタリティ業界の不動産所有者、ホスト、ホテル経営者をサポートし、表彰するために絶えず努力している。

Q: キャリアの中で、あなたはエグゼクティブおよび取締役会の役職を歴任し、プライベートエクイティグループのアドバイザーを務めた。旅行業界の女性に対してどのようなアドバイスがあるか？また、旅行会社の C スイートに多様性を持たせるには何が必要か？

私たちが C スイートについて話す場合、女性はホスピタリティセクターを実際に“トラベルテック”と考える必要があり、強力な技術的または経済的背景を身に付ける必要がある。しかし何よりも、旅行業界は、より大きなインセンティブとより多くの賃金の平等を提供する必要がある。また、より上級の地位にある女性のための余地を作る必要がある。私たちが小さな独立した宿泊施設のプロバイダーについて話している場合、所有者の多くは、大多数ではないにしても、これらのビジネスを運営するのに非常に機敏な素晴らしい自作の女性である。

Q: 今後 10 年間の Eviivo の優先事項は何か？

私たちの目的は、それを使用する宿泊施設プロバイダーのワークライフバランスを完全に変革するプラットフォームを提供することである。顧客について私たちが知っていることは、彼らの仕事は執拗であり、ほとんどの場合自立している傾向があり、フロアを走ったり、あるレンタルから次のレンタルに移動したりしているということである。私たちの使命の一部は、私たちのプラットフォームが、税務管理、調整、請求など、嫌いなタスクを自動化することでこの負担を軽減

減し、より記憶に残る滞在とするためのエクストラのパッケージ化し、ブランドを管理し、ゲストや彼らが管理する物件の所有者と会話するなど、彼らが愛するタスクを加速することである。最近、顧客の 1 人が、Eviivo を目に見えないスタッフメンバーと見なしていると話してくれた。彼はコンピューターの後ろで多くの時間を費やす必要がないことを愛していた！確かに、あなたがホスピタリティビジネスに従事しているなら、コンピューターの後ろに留まることはあるべき場所ではない。昨年 12 月、Eviivo は Eviivo Mobile の新しいバージョンをリリースした。これには、マルチプロパティ、マルチチャネル機能、およびハウスキーピング、クリーニング、またはメンテナンスチームを動員する機能が含まれている。今後もモバイル向けの機能をさらに構築し、音声ボットとバーチャルリアリティボットを統合する方法をさらに見つけていく。私たちの目標は、顧客をコンピューターから解放し、顧客とそのチームがどこにいてもパフォーマンスと共有を非常に簡単に行えるようにすることである。

(3/10 https://www.phocuswire.com/ceo-interview-eviivo-michele-fitzpatrick?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B)

9. VIDEO: PhocusWire Flash – ウクライナ危機

国連が木曜日に発表した数字によると、ウクライナでの戦争による民間人死傷者の数は 1,500 人を超え、死者は 549 人、負傷者は 957 人である。しかし、当局は、実際の死者数は“かなり高い”と信じており、人道のおよび経済的観点から、悲劇的で壊滅的な影響ははるかに広範囲に及んでいると述べている。ロシアが隣国に侵攻し、第二次世界大戦以来、ヨーロッパの主権国家に対して最大の通常の軍事攻撃を開始してから 2 週間以上が経過した。旅行および観光業界の多くの企業が対応しており、Aeroflot からの運賃をブロックするグローバルな流通システム、Tripadvisor、Expedia、Booking などの企業がロシアのサプライヤーからの販売をブロックしている。Google は昨日、ロシアを拠点とするすべての広告主との広告を一時停止すると発表した。Hilton や Airbnb とその他は、難民を支援するプログラムを開始した。危機が続く場合の現在および長期的な影響について話し合うために、PhocusWire は木曜日に、PhocusWire Flash : Crisisin Ukraine と呼ばれるオンラインイベントのために業界全体のリーダーを招集した。PhocusWire の編集長 Kevin May に加わったのは、世界旅行ツーリズム協議

会の CEO である Julia Simpson。Tripadvisor のグローバルコミュニケーションおよび業界担当責任者、Brian Hoyt。Road.Travel の創設者兼 CEO である Nikita Dedik。<https://www.youtube.com/watch?v=AYAuWnCPl1c&t=1s> のディスカッション全体をご覧ください・・・。

(3/11 https://www.phocuswire.com/phocuswire-flash-crisis-in-ukraine?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=7798E1381467C7B)

10. 法人旅行回復を動かす幅広いトレンド

パンデミックによってもたらされた大きな変化の1つは、人々の働き方にある。現在、多くの大企業は、従業員が自宅で仕事をするか、オフィスで仕事をするか、またはその両方で仕事をするかを選択できるように、今後もより柔軟な仕事を提供し続けると述べている。これらの変化は、出張管理コミュニティが現在の出張の意味と人々への焦点という点で対処するための非常に異なる状況を意味する。これらは、先週ベルリンで開催された最近の Global Business Travel Association 会議で強調されたマクロトレンドの2つであった。GBTA の CEO である Suzanne Neufang は、旅行バイヤーと旅行管理会社に新しい機会があり、「供給側であれ購入側であれ、多くの人がデジタル遊牧民であり、オフィスに入る必要がなかったために都心部を離れた人々がいるが、我々は、不動産とオフィスの関係と再び立ち上がるビジネス旅行の回復を確かに見ている。作成する必要がある新しいポリシー（出張規定）があり、基地（base）に戻るための新しい種類の出張がある」と言う。

TripActions の創設者兼 CEO である Ariel Cohen は、出張の新しい機会についての考えを反映して、ここ数週間でシステムが 20%成長しており、出張が戻ってきていることを示していると言っている。

「トレンドについて考えるとき、問題は次に何が来るかということだ。誰もが直接会うことが非常に重要であると考えている。私たちが見ているのは、営業担当者、経営幹部レベルなどの以前の旅行が最初に戻ってきたということだが、その上に新しいタイプの旅行、チーム旅行があり、現在は毎週 40%の割合で成長している。営業チームとリモートワークによる新しいタイプの旅行のおかげで、来年は 2019 年よりも多くの数が見られると私たちは信じている」と語る。彼は、“大量退職時代 (Great Resignation)”について多くの話があると付け加え、

最終的に、従業員、または顧客やパートナーと会わない場合は、仲間を持たないため、それ(新しいタイプの旅行)を行うことが非常に重要であると述べている。Troop Travel の創設者である Dennis Vilovic は、パンデミックによって引き起こされる分散した労働力は企業にとって課題であり機会であると述べているが、人々はどこで働くかを柔軟に決定することを望んでおり、ある程度の“適応”が必要であることを示している。「昨日の通勤者は明日のビジネス旅行者だ。自宅で仕事をしている場合、大都市に住む必要はないが、それは労働力に影響を与え、雇用主にとっての課題である」と言う。

人を優先 People first

Neufang は、出張が停止したパンデミックの間、焦点はコスト削減と生産性から旅行マネージャーにとって最も重要な要素となる人々に移り、“人を第一に (people first)”のアプローチが引き続き目立つようになると付け加えている。CWT の顧客管理サポートのシニアディレクターである Robin Handley は、「今後 2〜3 年で、旅行マネージャー、企業のリスク部門、および HR チームの焦点は、世界中の政府によって施行された規則と規制によって導かれるが、これは従業員/旅行者の自信、関与、安全に重点を置くことに次ぐものである。それは、企業のパンデミック後の回復という点で、人々が組織の構成の核心であるためである。彼らはビジネスを前進させ、短期および長期の両方の回復力を確保するための基盤なのだ」と述べている。

Neufang はまた、多くの企業が“組織内の人々を促進し、雇用し、育成し、膨大な計画の中でそれを確実にするための目標”を検討しているときに、多様性、公平性、包括性へのコミットメントを更新するのを見てきた。私たちのビジネス旅行者はまた、私たちの DEI 活動を通じて、私たちが同僚や従業員のお互いに与える配慮と注意を理解していると付け加える。

デジタルドライブ Digital drive

出張と人々の焦点の解釈の変化は、持続可能性、セルフサービス、デジタル化に加えて、GBTA によって強調された 5 つのマクロトレンドのうちの 2 つであった。この会議での別のセッションでは、気候変動の専門家である Mike Berners-Lee と共に持続可能性について深く掘り下げ、カーボンオフセットの効果が限られていることを強調し、信頼と理解を促進するために出張の必要性についても議論した。今後は、人に焦点を当てるとともに、企業がテクノロジーを通じて効率を高めることを目指しているため、デジタル化もますます重要視されるよ

うになる。Cohen は、「旅行はどんどん複雑になっている。COVID はまだ存在し、制約があり、世界は安定していませんので、管理しきれないため、人々はデジタルシステムに早く移行すると思う。代理店に電話して、COVID の制限事項やフライト、複数都市への旅行予約、二酸化炭素排出量を確認することはできないのだ。必要なことはすべて手作業ではなく、自動化されなければならない。一方、従業員には発言権があり、使いたいものを選ぶことができる。旅行業に限らず、人のために設計されていないソフトウェアは使わないだろうから、先に話したような変化が本当に早く起こると思う。エージェントに電話して、COVID の制限とは何か、フライトと複数都市の旅行の予約、二酸化炭素排出量を取得することはできない。あなたがしなければならないことはすべて、手動のプロセスではありえないので、自動化されなければならない。反対側には、発言権があり、使用したいものを選択でき、ソフトウェアを使用しない従業員がいる。旅行だけでなく、それは人々のために設計されたものではないので、以前に話したすべての変更が本当に非常に速く起こっているのを見ることができると思う」 (3/10 https://www.phocuswire.com/macro-trends-business-travel-gbta?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

11. 社説：法人旅行、回復のためには多くのスターが必要

「営業チームとリモートワークによる新しいタイプの旅行のおかげで、来年は2019年よりも多くの数が見られると私たちは信じている」、これは TripActions の CEO である Ariel Cohen からの引用で、今週の PhocusWire の出張環境の変化についての話である。出張は今のところ少しの愛が必要だ。

気まぐれで PR 風の「復讐旅行 (revenge travel)」のマントラと鬱積需要 (pent-up demand) のすべての話のために、これらはまだおそらくレジャーのカテゴリーにもっとよく置かれる要素である。多くの旅行ブランドが、各国が COVID-19 の制限を緩和するにつれて予約がどのように増加しているかを宣言しており、パンデミックの発生から2年後、何百万人もの旅行者が2020年に中断したところから再開しようとしている。業界は2年間の低迷から失われた収益の一部を取り戻すことに着手しているため、これは明らかな理由から良い兆候である。しかし、そのリーダーがそれを認めるかどうかにかかわらず、出張はまだ不確実な未来に直面している。Amex GBT は今週、2022年2月の最後の週の取引量が

2019 年レベルの 51%であり、総取引額が 2019 年レベルの 45%であることを明らかにした。これは、想像力の広がりによる出張の復活ではない。これは、クライアントのポートフォリオに含まれる企業の半分だけが従業員を道に戻していることを示している。他の旅行管理会社はさまざまな指標を見ている可能性がある。おそらくこれは、TripActions の Ariel Cohen が 2023 年について非常に自信を持っている理由だ。このセクターは、復讐を果たして戻ってくるために、通常、数百、場合によっては数千の部屋の宿泊と航空券を予約させる大企業を必要としている。長年の（まあ、18 か月かそこら）理論は、大企業の旅行マネージャーとその経理（bean counter）の同僚は、2018 年と 2019 年の幸せな年に行われた旅行が 2022 年以降に彼らのリソースに値するかどうかについて今でははるかに見識を持っている。もちろん、営業チームはもう一度動き出すこととなり、現在は世界のさまざまな場所にいる同僚の定期的な集まりがある。しかし、それに加えて、企業がスタッフの旅行スケジュールを再燃させることについての不安は（経済的および実理的な理由の両方で）、回復に関する話たくないヨーロッパでの紛争の問題がある。

現在、ウクライナ - ロシア - ベラルーシ地域にローカライズされているが、世界中のどこでも軍事行動は人々とその雇用者を緊張させる傾向がある。ウクライナ危機の迅速な解決は、人道主義の観点から非常に歓迎されるが、最も重要なことは、長期にわたる紛争は、業界、特に企業旅行が必死に望んでいる回復傾向を捉えることを望む場合に必要なものではない。

(3/11 https://www.phocuswire.com/sounding-off-152?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

12. 3 月 7 日の週の資金調達記事

● 電気航空機 Volocopter

電気航空サービスの Volocopter は、シリーズ E の資金調達ラウンドで 1 億 7,000 万ドルを調達した。ドイツを拠点とする電気垂直離着陸（eVTOL）航空機のスタートアップへの投資は、WP Investment が主導し、Atlantia や Honeywell などの既存および新規の投資家も関与した。資金は、Volocopter の電気旅客エアタクシーの認証に向けられ、世界中の都市での立ち上げを支援する。Volocopter は、都市タクシーサービスの VoloCity や VoloConnect を含む、都市向けの多数

のモビリティサービスを提供している。同社は、今回のラウンドと 1 年前のシリーズ D ラウンドを含めて合計 5 億 7,900 万ドルを調達した。最近、Aviation Capital Group と、航空機の販売とリースを支援する最大 10 億ドルの融資契約を締結した。先月、AirAsia は Avolon との契約を発表し、乗客に「高度なエアモビリティ」を提供するために 100 機の eVTOL 航空機をリースした。

(3/7 https://www.phocuswire.com/Volocopter-raises-170M?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

● シェアバイク Fifteen

共有自転車プラットフォーム Fifteen は 4,000 万ユーロを調達した。フランスに本拠を置くこの会社は、昨年、Zoov と Smoove が合併して出来た会社である。フランスや世界の他の地域で 50,000 台以上の自転車を稼働させている同社は、さらなる成長に向けて投資を行う予定である。資金は採用に投入され、Fifteen が都市でより早く立ち上げられるようにするとともに、その技術生産のほとんどをヨーロッパに移す。同社はまた、「当社製品の持続可能性、再利用性、リサイクル性を絶えず改善する革新的なソリューション」にも投資したいと考えている。ボルドーやパリ地方南部などの一部の地域では、Zoov ブランドが引き続き使用される。Zoov は共有自転車サービスのテクノロジーを提供するために 2017 年に作成され、Smoove は共有自転車サービスとして 2008 年に設立された。

(3/9 https://www.phocuswire.com/Fifteen-raises-40M-for-bike-sharing-service?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

● 旅行管理アプリ Trzmo

旅行ロジスティクスやリヤルティなどの管理を容易にするアプリである Trzmo は、個人投資家から 120 万ドルを調達した。1 月にリリースされたこのアプリは、フライトの旅程とリアルタイムの変更、陸上交通機関の詳細、天気と通貨の情報、免税店のおすすみを 1 つのダッシュボードに表示する。このアプリは iOS と Android で無料で、ロイヤルティメンバーシップを管理し、人工知能を使用して、ユーザーの場所に関連する推奨事項を作成し、オファーをプッシュする。

このスタートアップはまた、元 SilverRail のチーフプロダクトオフィサーである
Conor O'Mahony を含む諮問委員会を結成した。

(3/11 https://www.phocuswire.com/travel-management-app-trzmo-raises-1-million?utm_source=eNL&utm_medium=email&utm_campaign=Daily&oly_enc_id=9229H9640090J9N)

+++++