

平成 17 年 4 月 21 日

# TD 勉強会 情報 164

1. モナコ政府観光案内所のオンライン戦略
2. 会社は、ブログした社員を解雇出来るのか？
3. インターネット詐欺、ツケを回されるのは誰なのだ
4. メジャーリーグファン、スポーツブログ立ち上げ
5. セサミストリート、携帯電話に登場
6. アメリカンエクスプレス、中国市場で BTM 展開
7. 米運輸省 航空輸送消費者レポート(上)
8. その他のニュース

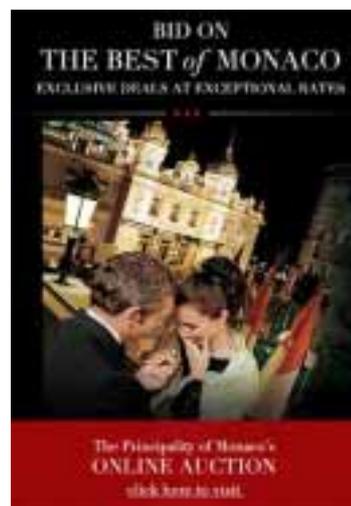


Arnette Espiritu of MetroNaps helps Stuart Sangster-Williams, 10, left, into a napping pod at the airport in Vancouver, British Columbia. 料金は、20 分で C\$15 (1,300 円)。

## 1. Online Destination Marketing: Building Destination Web Site Traffic

### モナコ政府観光案内所のオンライン戦略

NYC にあるモナコ王国政府観光案内所 (MGTO) の Web サイトが、沢山のビジターを惹き付けている。テクノロジーの専門家など一人も居ない、インターネットに精通した人も居ない、MGTO は、1994 年のサイト設立以来の 10 年間で、多くのインターネットツールを使用して、立派に成功したデジタルの観光案内情報を作り上げている。2002 年のサイトビジター 44 万人が、2003 年には 60 万人に、2004 年には 80 万人に拡大している。



この成功は、以下の点による所が大きい。

- (1) MGTO は、ユザビリティ・テストにより、そして強力な content management system (CMS) のバックアップにより、2003 年にサイトをリニューアルした。CMS は、WYSWYG ( what you see is what you get ) 形式の使用により、インターネット・テクノロジーの経験の乏しい観光案内所職員の、コンテンツの作成と、そのタイムリーなアップデートを可能にした。
- (2) サイトビジターの要求する情報に、3 クリックで到達するナビゲーション手順を完成させた。(今では、オンライン資料請求は、案内所の店頭を含む全ての請求の 90% を構成している。)
- (3) サーチエンジンマーケティング (SEM) のため、検索キーワードや記述の選別的使用を実施した。 サイト利用状況を分析し、それに従って HTML タグの適合化を実施した。 全てのサイトページが、検索エンジンマーケティングのために最適化され、サイトは、オープンソース検索エンジンの domz.org の如くのディレクトリーサービスに定期的に提供された。 この結果、ホームページだけでなく、異なったページからの、サイトアクセスを可能にした。

これらの諸点が、特に SEM が、サイト成功の主たる要因であるが、この他に、MGTO が、以下のインターネット・ツールを積極的に採用した事も、サイト成功に大きく貢献している。

### **Promotional Web sites and URLs**

イベントや募金慈善事業のための、プロモーション Web サイト立ち上げへの協力。 CMS により、MGTO は、プロモーション URL、或いは転送 URL を作成し、多くのビジターを掻き集めるのに成功している。 たとえば、毎年開催される Monaco Takes New York イベントのための Web サイト立ち上げや、1999 年から開始した St. Jude Children's Research Hospital の多くの募金活動への協力が、サイトへの顧客誘引に効果を発揮している。

### **Loyalty Program and Online Auctions**

MGTO は、2000 年に排他的な旅行クラブ *Le Club Diamant Rouge de Monaco* ([www.ClubDiamantRouge.com](http://www.ClubDiamantRouge.com)) を、 2003 年 9 月には、オークションサイト ([www.MonacoAuction.com](http://www.MonacoAuction.com)) を、夫々立ち上げた。 これらのサイトは、MGTO が、効果的に且つ採算的にモナコをプロモートする上で、大きな役割を果たしている。

### **AvantGo Channel, E-cards and Online survey**

AvantGo チャンネル(携帯電話あるいは PalmOS などの PDA で、ダウンロードを可能にするソフト)が、[www.VisitMonaco.com](http://www.VisitMonaco.com) の最もビジターの多いページとなっている。 Web サイト上の E-card や “Tell a Friend” のアイコンは、モナコ情報伝達の大きな武器となっている。

### **E-mail Newsletter**

MGTO は、1 ヶ月に 2 つの、e-メールのニュースレターを発行している。 1 つは顧客用であり、1 つは旅行社用である。 E-メールマーケティングは、ダイレクトメールよりもコストが掛からず、潜在旅客への最も効果的な通信手段である。

### **Blogs**

ブログへの人気も高くなっている。 MGTO は、1 月にブログを立ち上げ、開催間近のイベントと特別オファーに従って、定期的に、このアップデートを行っている。 これには、コストは殆ど掛からない。

### **Event Calendar, “Find it Here” tool, and Travel Agent Locator**

検索可能なイベントのデータベースである Event Calendar と、場所と things to do を探し出す Find it Here、それに北米でモナコを販売する旅行社をリストする Travel Agent Locator などの、ユーザーとインタラクティブする機能を、MGTO サイトは有している。

### **Streaming Videos, Photo Gallery and Downloadable Brochures**

新しいメディアのリクエストに対応するために、ダウンロード可能なブローチャー / フォトギャラリー / ストリーミングビデオが、MGTO サイトに用意されている。

### **Online Catalogs**

MGTO は、2 つのオンラインカタログを用意している。 1 つはインセンティブマーケティング用で、これはミーティングのプランナーの為のもの。 もう 1 つは、*Le*

Club サイトがホストする、Monaco Collection と呼ばれるカタログ。これらのオンラインカタログは、モナコに関する、グランプリの小物・香水・カード・ポスター・CD・DVDなどで、一般にもオンライン販売されている。

#### Partnerships

MGTO は、NYC タイムズのオンライン旅行セクションなどの、主要 Web サイトに有料で広告を流している。しかしながら、モナコのホテルや、NYC やその他の都市との提携の方が、これらの有料バナー広告よりも効果が上がっている。提携先とのジョイント e-メールなどは、コストが殆ど掛からずに、大きな効果をもたらしている。

#### Offline advertising

主要旅行雑誌やライフスタイル・マガジンに加え、ブローシュア、地図、ステーションナリー、デジタル署名、トールフリー電話番号などへのオフライン広告が、MGTO の Web サイトをプロモートしている。

一般的に考えられている事とは違って、デジタル化には、費用がそんなに掛からない。デジタル化によるベネフィットが、リーズナブルなコスト増を相殺してオツリを出して呉れている。殆どの MGTO のインターネット・イニシャティブはインハウスで作られているので、追加的なコストは、余り発生していない。たとえばオンラインカタログの作成は、印刷費を 2 万ドル以上も節約している。次のステップは、*Le Club* の季刊ニュースレターのデジタル化による、各号 8 千ドルのコスト削減である。

大変成功しているサイトではあるが、MGTO サイトには、依然として、幾つかの検討を加えるべき点が存在する。まず、複数の URL 保有は、ブランド認知の問題から言ってベストではない。次には、オークションサイトは、エクセレントなマーケティングツールであるが、必ずしも魅力ある価格を提示出来ていない。サイトのナビゲーションには、改善の余地があるだろう。また、ダウンロード時間短縮と、利用条件の簡素化も必要と思われる。そして、唯一モナコを販売しているので、依然として MGTO サイト自身のニッチ（適所）を探す必要がある。

MGTO の次の目指すゴールには、Web サイトのダウンロード時間短縮と、Google の AdWords( 検索連動型 PPC 広告 )キャンペーンとサーチエンジンマーケティング( SEM )の継続と、新しい籤引きや懸賞などのインセンティブの導入、提携先の拡大、世界のモナコ政府観光局共通のサイト立ち上げ、などがあると思われる。

## 2. Angry Retailers Count Cost Of Net Fraud

### インターネット詐欺、ツケを回されるのは誰なのだ

英国で、オンライン詐欺の被害額を払わされているインターネット・リテラーが、銀行の責任について言及し始めている。

殆どの場合、消費者は、ネット詐欺から免責されている。消費者のクレジットカードが、ネットで詐欺行為に使用されたとしても、カード所有者は、銀行に通報して、被害額を払い戻してもらえるのだ。そして、銀行は、詐欺行為が行われたリテラーから金を取り戻す chargeback する事が可能なのだ。つまり、損失のツケは、リテラーに回されてしまう事になる。

リテラーは、これらの損失の吸収に憤慨している。Huddersfield に在るコンピューター機器の販売店 Easy Computers の場合は、HSBC 銀行に対して、連続して発生したチャージバックについて、法的手段に訴えて、支払いを拒否し様としている。このオンライン コンピューター販売店は、昨年 6 月から 9 月の間に、いくつもの連続詐欺に引っかかり、HSBC から 18,000 ポンド (360 万円) の請求 (チャージバック) の請求を受けてしまった。Easy は、この損害は、HSBC の詐欺行為に関する不十分な調査が原因で発生したもので、自分達には落ち度が無い、と主張している。

銀行は、損害のツケを、リテラーにチャージバックとして回せる事が出来るため、詐欺行為に関する調査のインセンティブが働かない、と Easy は言っている。

電子決済に関する商業団体である Association of Payment Clearing Services (APACS) は、カード提示が無い取引の、詐欺行為による昨年 1 年間の被害は、150m ポンド (300 億円) に上っていると、言っている。この内、約 117m ポンド (234 億円) がインターネット上における被害で、その殆どはリテラーで発生している。

APACS と銀行協会は、300 万ポンド (6 億円) をかけて、Web サイトで詐欺行為を見つけ出す方法を業界に広めるなど、オンライン詐欺の防止に努めている。しかし、最も重要な且つ効果的な詐欺防止策は、昨年導入された、Visa と MasterCard による認証サービスだ。このサービスは、Verified by Visa and Secured Mastercode と呼ばれるもので、参加したリテラーには、チャージバックが請求されず、銀行が被害を被る事になる。今のところは、欧州で 1 万軒のリテラーしか、このシステムに参加していない。しかし、このシステムには、電話による取引を対象としないと言う問題がある。

電話取引も含めるように、システムの改善が図られているが、ここ当分は、インターネット・リテラーと銀行の間のテンションは、緩まることはなさそうだ。

nytimes.com, 4/18/2005

### 3. When The Blogger Blogs, Can The Employer Intervene?

#### 会社は、ブログした社員を解雇出来るのか？

1千万ものブログが、インターネット上に出現していると言われている。

如何に表現の自由が保障されているとは言え、それと、自分が書いた事には責任を持たないでも良い、と言う“自由”とを混同してはいけない。 Electronic Frontier Foundation の政策アナリストの Annalee Newitz は、「企業は、ブログに対して、想像以上に神経を使って、対応している」と言っている。

最近、個人的なブログに会社の悪口を書いた社員が、懲戒処分を受けたり解雇されたりしているケースが増加している。 DL 航空は、制服を着て、足をあらわに露出した自分の写真(右)をブログに載せた客室乗務員を解雇し、Google は、同社の収支状況について、好ましくない意見をブログに載せた社員を首にしている。 たとえ、勤務時間以外で、会社に拘束されない時間であっても、ブログに会社の悪口を載せたり、会社に悪影響を及ぼしたりする場合は、解雇される事がある、と言うことを、このケースは物語っている。



(DL 解雇ケース 情報 143 参照)

テクノロジー業界で、日刊オンラインニュースダイジェストを配信している Corante の社長の Stowe Boyd は、「これらの懲戒免職のケースに対して、ブログから、大きな批判と攻撃が噴出すると想像したが、驚いた事に、そのような動きは、全く発生しなかった」と、言っている。 彼は、間違った情報を伴っていなければ、自分の意見のブログ上での開陳は、たとえそれが自分の勤務している会社のものであっても、許されてしかるべきである、と言っている。 勤務時間以外の個人の自由は尊重されてしかるべきで、会

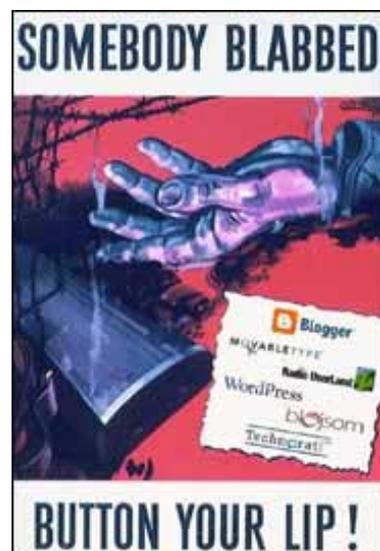
社はそれに侵食出来ない、と彼は主張している。

しかし、殆どの州が、自由州と考えられており、社員の退職も自由、会社の首切りも、法律で禁止されている人種或いは宗教上の差別で無い限り、自由に認められている。「保護してくれる法律は存在しないのだ」と、Newitz は言っている。

Chicago-Kent College of Law の法学部教授 Martin H. Malin は、「ブログが許されるのは、コンテンツの中味次第と、契約上で社員の保護があるかどうかにかかっている」と言っている。たとえば、US Postal Service と地方衛生局に勤務している人々のブログは、場合によっては、彼らのオンライン上の意見が、世間の役に立つと見なされて、特別に許可されている。単純にブログだけの理由で解雇されることは無く、或るポリシーやプラクティスに反したので解雇されている訳であるが、1980 年代後半から 1990 年代初頭のトレンドを反映したライフスタイルの習慣 (“ Lifestyle law ”) は、社員の適法なオフデューティー活動による解雇を、禁止する州法を制定させている。そして、スーパーバイザーやマネジャーで無いならば、その他の社員と、給与や待遇条件についてブログで連絡しあうことは、National Labor Relations Act により、許されている、と Malin 教授は述べている。

Sun Microsystems のような企業は、社員がブログするために、blogs.sun.com を、ブログの場として提供している。勿論、会社の悪口は、ご法度であるが、会社がサポートする数百の自由奔放な、殆どモニターされないブログ ( diaries ) が存在している。

Microsoft も、有名コンピューターおたく達 ( Robert Scoble の如くの ) を社員に取り込んで、彼らが発信するブログ ( online journaling ) の、同社に関する素直な無検閲の意見をオープンにして、これにより、かえって、忠実な Microsoft 鼻頂を作り出し、都会の若者達の信用を得ている。



しかし多くの会社は、Sun や Microsoft のやり方とは違って、ブログに関するポリシーを決めたがっている。彼らは、少なくとも、常識から外れた、中傷的な、俗悪な、名誉毀損の内容を持つ、ブログ編集を禁止したがっている。そして、編集人の名前については、実名で、しかも帰属する会社名まで記述し、掲載したコンテンツは、自分の意見であることを明確にする方が、ベターと言う意見が存在する。

企業は、インターネットがここまで普及し、ブログがこんなに大量に出回っているので、長年積み上げてきた企業ブランドを毀損するようなブログは、何としてでも、排除する手段をとらざるを得ないようだ。

ブログを発信する人たちも、それが友人と会話しているのではなくて、不特定多数の、全ての人達と会話していると言うことを、忘れてはいけない。 本当に、安全にブログするには、先の意見に反して、編集人の名前は、匿名もしくは仮名とする方が無難だと言う意見も、一方で存在している。

nytimes.com, 4/18/2005

#### 4. A Blog For Baseball Fans Builds A League Of Sports

##### メジャーリーグファン、野球ブログ立ち上げ

オークランド A's の支配人の Billy Beane が、昨年 12 月、このチームで最も人気があった投手 2 人をトレードに出したところ、ファンから大ブーイングが湧き上がった。翌月、Beane は、A's のために作られたブログ Athletics Nation との長時間のインタビューに応じ、トレードの詳細を説明した。このプログラムの終了後、ブログサイトのモデレーターが、Beane の実施したトレードを承認するかどうかを、読者に問うたところ、93% が、今度は Yes と回答した。

Markos Moulitsas Zuniga, right, the chief executive of SportsBlogs, in his home with Tyler Bleszinski, the company's president.



Beane は、「ブログの Athletics Nation のインタビューに赴いたのは、彼らが、フィルターを通した間接的な誰かの意見で無く、広く真のメッセージを集めている偉大なフォーラムであるから」と、言っている。「1チームに7人の記者が張り付き、真のメッセージではなくて、他の事を書きたがっているかも知れないスポーツ担当記者とは大違いだ」と、言っている。

Athletics Nation ( [www.athleticsnation.com](http://www.athleticsnation.com) )は、左がかった政治ニュースのブログ Daily Kos ( [www.dailykos.com](http://www.dailykos.com) )の創立者 Markos Moulitsas Zuniga が、彼独自の発想により作ったスポ

ーツの Web サイトシリーズ、SportsBlogs の機関紙である。Daily Kos は、Moulitsas が 2002 年に開始したブログで、ニュース (posting) への対応以外に、インタラクティブな日誌を開設出来ることが、読者に受けて大成功を収めている。

Daily Kos の成功で得た金 (殆どがオンライン広告収入) で、パークレーの高級住宅地に住居を構えた Moulitsas は、今度は、政治以外のブログについて考え出す。彼は、「ブログは、同じ意識を持った集団に、まさに効果的である事に気が付いた。その 1 つがスポーツで、もう 1 つが宗教だ。宗教には、殺し合いがあるので、避ける事にした。スポーツは、Red Sox や Yankees の大ファンが沢山いる。そこで、スポーツをカバーする複数のブログを、束ねた SportsBlogs を考え出した」と言っている。

Moulitsas は、2003 年に、長年 A's について書きたがっていた Bleszinski を誘って、Athletics Nation を開始したところ、このブログサイトは、すぐ毎日 1 万人のユニークビジターを集めて来た。そこで、この 2 人とパートナーの 3 人は、17 人のライターをスカウトし、SportsBlogs が所有する 17 サイト (全て野球のブログ) を立ち上げ、オンライン広告収入を折半する契約を、このライター達と結んだ。野球のブログの次には、全てのビッグスポーツをカバーし、Nascar・テニス・サイクリングなどにも手を出して見たいと、Moulitsas は言っている。

SportsBlogs の立ち上げの初期投資額は 2 万ドルで、この資金は、Daily Kos の利益より捻出された。17 のサイトの中には、Minor League Ball, Lookout Landing (Seattle Mariners), McCovey Chronicles (San Francisco Giants), Pinstripe Alley (Yankees), Amazin' Avenue (Mets) 等があり、活発にニュースを発信している。Minor League Balls 等は、毎日、約 3 千人のユニークビジターを集めている。

Moulitsas によると、SportsBlogs サイトの月間収入は、現在 3 千ドル以下。開始後間もない事を考えると、そこまでの収入が有るのが不思議なくらいだ、と Moulitsas は語っている。

San Francisco Chronicle の、A's のスポーツ担当記者の Susan Slusser は、「SportsBlogs は、ファンの立場で記事を書いている。そして、応援するチームの、偏った、イモーションな記事ばかりを載せている。それは、我々スポーツ担当記者が決して真似る事が出来ない、素晴らしいことだ」と語っている。

## 5. A Way To Calm Fussy Baby: “Sesame Street” By Cellphone

### セサミストリート、携帯電話に登場

むずかるヨチヨチ歩きの幼児をあやすのに、玩具のガラガラを鳴らすのか、携帯電話を首にかけてやるのか、貴方だったらどっちを選びますか？

エンタメの企業が、携帯電話に賭けている。彼等のターゲットする顧客は、電話など全く出来ない子供達だ。子供達が、セサミストリートのアーニーが登場する携帯電話にかじり付いている。全ての子供向けエンタメジャイアンツが、携帯電話用のプログラミングの開発に血眼になって殺到している。ウォルトディズニーと、タイムワナーが所有するワナーブラザーズは、ミニ TV と兼用出来る、第 3 世代の携帯電話用の “mobi-toons” 開発しつつある。Teletubbies の制作者 Anne Wood は、グローバルな放送局 BBC と提携して、テレビ・電話・ゲーム機器・Web で流す、子供向け TV ショー Tronjis を作る為に、更に 9 社の国際的企業を探している。

セサミストリートは、既に、米国の Verizon と提携して、V Cast と呼ばれる月間 15 ドルの無線ブロードバンドサービス経由で、同社の古い番組を携帯に流している。セサミストリートのインタラクティブグループ部長の J. Paul Marcum は、「勿論、小学校入学以前の子供に、携帯を販売する訳ではない。しかし、運転している時の便利さは、応えられない。親は、車の後部座席の子供に携帯を与えて、子供を静かにさせる事が出来るのだ。しかも携帯なので、何処にでも持ち運びが可能なのだ」と述べている。

ミニエンタメの潜在力は高いものがあるが、それが、どのくらいの物になるのかは、予測不可能である。テレコムやテレビ会社の幹部達は、視聴料や広告料が主たる収入源となり得るのか、測りかねているのだ。今月発表されたハイテク市場調査会社の ABI Research (Oyster Bay, N.Y.) のレポートは、携帯 TV の市場は 2 億ドルビジネスで、



2010 年末には 270 億ドル（2 兆 9,700 億円）に成長し、2 億 5 千万以上の顧客が、エンタメサービスを申し込む事になる、と報告している。

韓国では、Digital Multimedia Broadcasting 携帯ネットワークの開始により、モバイルの世界の実験場となりつつある。（ドイツでも次のワールドカップに先駆けてテストされている） 来月には、新しい人工衛星ネットワークが、月間利用料 12.4 ドルで、顧客の携帯に 14 のビデオと 24 のオーディオチャネルの提供を開始する。 このテストに、1 万 3 千の顧客が申し込んでおり、韓国の政府調査機関の ETRI は、2010 年には、この数は 1,100 万に膨れ上がるだろうと予測している。

携帯電話への TV やショーの放映は、長編映画には不向きであろうが、5～10 分物の短編であれば、大きな人気が出るかも知れない。 しかし、どのような子供への影響が生じるかは、本格的なサービスが始まっていない現段階では、未知数となっている。

DTW, 4/19/2005

## **6. Amex launches corporate Tool For China Market**

### **アメリカンエクスプレス、中国市場で BTM 展開**

American Express が、American Express Online と呼ばれる、中国市場向けのオンライン法人旅行管理ソリューション（BTM=Business Travel Management）を導入する。 そして、中国市場のオペレーションの為に、中国の TravelSky Technology を排他的提携先に選定した。

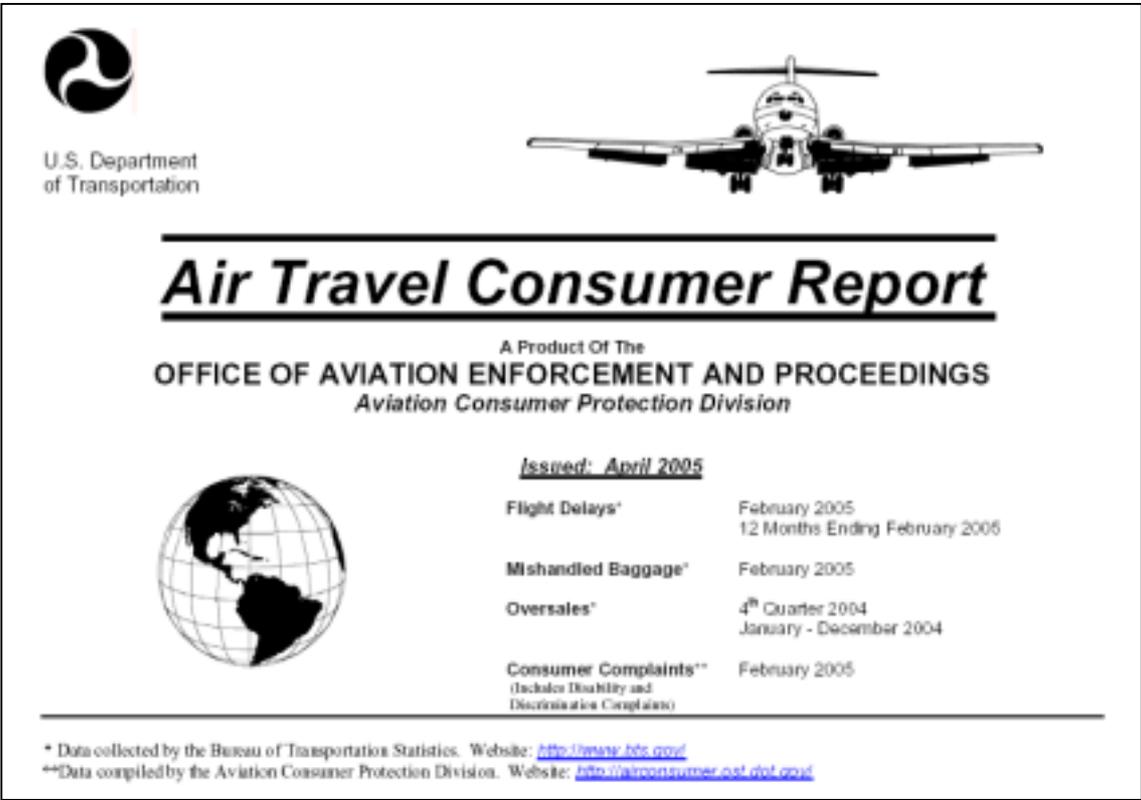
American Express Online は、中国企業と、在中国の多国籍企業向けのソリューションで、エアー・ホテル予約ツール、経理システムと連動する電子的自動出張申請、トラベル・トラッキングシステム、などの機能を含んでいる。

TravelSky との契約は、3 年間の American Express のアクセスが保証される。

TravelSky は、21 の中国航空会社と、TravelSky Holding Co により、2000 年に設立されている。

## 7. 米運輸省 航空輸送消費者レポート(上)

米運輸省(DOT)は、6月から、新たに、米航空会社のペット輸送の品質データを、航空輸送消費者レポート(USDOT Air Transportation Consumer Report、以下 ATCR)に追加する。ペットの輸送中の、逃亡・傷害・死亡に付いての月間実績を DOT に報告させ、消費者レポートに反映する。(DTW, 4/13/2005)



U.S. Department of Transportation

**Air Travel Consumer Report**

A Product Of The  
**OFFICE OF AVIATION ENFORCEMENT AND PROCEEDINGS**  
Aviation Consumer Protection Division

Issued: April 2005

Flight Delays*	February 2005 12 Months Ending February 2005
Mishandled Baggage*	February 2005
Oversales*	4 <sup>th</sup> Quarter 2004 January - December 2004
Consumer Complaints** (Includes Disability and Discrimination Complaints)	February 2005

\* Data collected by the Bureau of Transportation Statistics. Website: <http://www.bts.gov/>  
\*\*Data compiled by the Aviation Consumer Protection Division. Website: <http://airconsumer.dot.gov/>

DOT の ATCR に付いて、その内容を以下にレポートする。

- (1) ATCR は、米航空会社のサービス品質を、消費者に知らしめる事を目的としている。
- (2) 定時性、手荷物事故、オーバーセール、消費者苦情、空港セキュリティーに関する苦情の、5分野のサービス品質データを網羅している。今回、これに、ペットに関するイレギュラー発生率のデータが加わることになる。

- ( 3 ) DOT へ実績報告する米国空会社は、米国内線で少なくとも 1%以上の旅客収入を上げている航空会社 18 社。(この基準に合致しない、任意でデータを供給する航空会社が追加される場合がある。)
- ( 4 ) ATCR 編集元は、DOT の Office of Aviation Enforcement and Procedures (OAEP)。
- ( 5 ) データの収集は、
- ・ 定時性 / 手荷物事故 / オーバーセール  
DOT Bureau of Transportation Statistics
  - ・ 消費者苦情  
DOT OAEP Aviation Consumer Protection Div.
  - ・ 空港セキュリティー  
Transportation Security Administration (TSA)
- ( 6 ) 集計結果は、ネット <http://airconsumer.ost.dot.gov> で毎月発表される。

TD 勉強会では、ATCR (4月5日発行、2月実績)の概要について、今週号で<定時性>、来週号で<残りの4分野>を、2回にわたって報告する。

なお、勉強会でレポートするのは、(1) ACTR の構成 (何をどう取り扱っているか?) と、(2) 米国内線旅客シェアトップの Southwest 航空と、メジャートップの American 航空の、両社の定時性 (2月実績) の概要について触れてみる事にする。

## 定時性

### (1) ACTR の構成

定時性は、米 DOT の ATCR レポートの最初に位置されている。そして、レポートの全 38 ページの内、19 ページを占めている。

14CFR Part234DOT 規則により、DOT の Bureau of Transportation Statistics (Office of Airline Information) が、米国内線で、少なくとも全米国内線旅客収入の 1%以上を構成するキャリア 18 社 (+ 任意の 1 社) から、毎月の運航実績を収集している。

定時性を記録する空港は、少なくとも全米の国内定期便搭乗旅客数の 1%以上を構成する 33 空港。ただし、航空会社からは、各航空会社が運航する全ての空港を網羅したデータが、DOT にファイルされて来るので、33 空港以外の空港についても、カバーされている。

構成は、次の通りになっている。

## 定時性に関する説明 (FLIGHT DELAYS)

時刻表記載のスケジュールより、15分以内の出発・到着を“on time”と定義している。

出発・到着は、ゲート出発・到着を意味する。(つまりブロックアウト・イン)

そして、オンタイム便数の全運航便数に対する比率を、定時性として記録している。

因みに2005年のオンタイム実績は、到着77.0%(昨年77.6%)、出発80.0%(昨年N.A.)であった。

データの整理は、以下の11の表に従っている。

### Table 1 ~ Table 4 キャリア別、空港別 定時到着率 (T4は空港別 出発定時性)

Table 1	キャリア別 定時到着率 総合表 (順位表示)
Table 1A	キャリア別 定時到着率 四半期・年計・順位表示
Table 2	キャリア別・空港別 定時到着率
Table 3	空港別・時間帯別 定時到着率
Table 4	空港別・時間帯別 定時出発率

### Table 5 ~ Table 6 キャリア別、便別遅延発生率

Table 5	キャリア別・便別遅延発生率 (順位表示・悪い順) (80%以上が遅延している便)
Table 6	キャリア別遅延発生率 (順位表示・悪い順) (70%以上が遅延の便の総数)

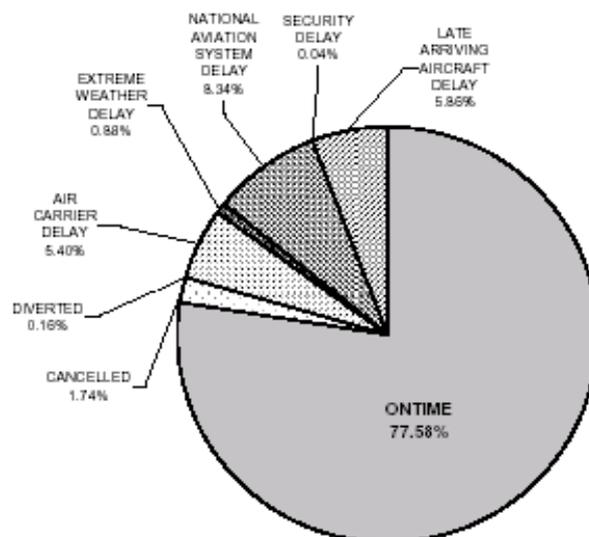
### Table 7 空港別 定時出発・到着率 (200 空港以上)

### Table 8 キャリア別 欠航便数・率 (順位表示・悪い順)

### Table 9 キャリア別 要因別 遅延発生率

### Table 10 Table 9 の円グラフ (下図)

Table 10, OVERALL CAUSES OF DELAY (Feb. 2005)



## APPENDIX

NOTE: The Department of Transportation has screened the reporting carriers' data for completeness and verified all arithmetic data elements computed by the carriers (e.g., length of delay). Individual flight operations records with incorrect calculations, erroneous city-pairs, or missing data elements were rejected and excluded from the data base; such rejected records accounted for less than 0.01% of the flight operations records submitted. Any errors in the data base with respect to basic flight data -- non-computed data elements such as flight numbers, scheduled and actual arrival/departure times, days of operation -- are the responsibility of the reporting carrier.

### Airports Covered by the Rule (14 CFR PART 214)

Atlanta: Hartsfield	ATL
Baltimore/Washington: International	BWI
Boston: Logan International	BOS
Charlotte: Douglas	CLT
Chicago: Midway	MDW
Chicago: O'Hare	ORD
Cincinnati: Greater Cincinnati	CVG
Dallas-Fort Worth: International	DFW
Denver: International	DEN
Detroit: Metro Wayne County	DTW
Ft. Lauderdale: International	FLL
Houston: George Bush	IAH
Las Vegas: McCarran International	LAS
Los Angeles: International	LAX
Miami: International	MIA
Minneapolis-St. Paul: International	MSP
Newark: Liberty International	EWR
New York: JFK International	JFK
New York: LaGuardia	LGA
Oakland: International	OAK
Orlando: International	MCO
Philadelphia: International	PHL
Phoenix: Sky Harbor International	PHX
Pittsburgh: Greater International	PIT
Portland: International	PDX
St. Louis: Lambert	STL
Salt Lake City: International	SLC
San Diego: Lindbergh Field	SAN
San Francisco: International	SFO
Seattle-Tacoma: International	SEA
Tampa: Tampa International	TPA
Washington: Reagan National	DCA
Washington: Dulles	IAD

### Air Carriers Required to Report

#### Data to DOT and to CBS Vendors

FL	AirTran Airways
AS	Alaska Airlines
HP	America West Airlines
AA	American Airlines
MQ	American Eagle Airlines
TZ	ATA Airlines
DH	Independence Air (formerly Atlantic Coast Airlines)
EV	Atlantic Southeast Airlines
OH	Cornair
CO	Continental Airlines
DL	Delta Air Lines
RU	ExpressJet Airlines
B6	JetBlue Airways
NW	Northwest Airlines
OO	SkyWest Airlines
WN	Southwest Airlines
UA	United Airlines
US	US Airways

### Air Carriers Voluntarily Reporting

#### Data to DOT and to CBS Vendors

HA	Hawaiian Airlines
----	-------------------

## ( 2 ) Southwest 航空と American 航空の定時性 ( 2 月実績 ) の概要

ATCR の最新版( 4 月発行 )に記載されている、メジャートップの American 航空と、LCC トップの Southwest 航空 ( WN ) 両社の定時性 ( 2 月実績 ) を以下に記す。

- ・ 2 月単月の実績では、19 社中 AA は 4 位、WN は 6 位とどちらも、定時性上位にランクされている。( Table 1 )

### 定時到着率 総合表

Feb, 2005	申請空港内	順位	全空港
AA	80.0%	4	80.5%
WN	79.0%	6	79.9%
全社計	77.0%		77.6%

- ・ AA の定時性が改善されている反面、WN の定時性が悪化している。 WN の場合は、PHL ハブ空港への展開などの供給拡大が定時性に影響を及ぼしているのかも知れない。 とは言うものの、WN の定時性は、2月までの1年間で、AA を上回って5位にランクされる優秀な定時性を誇っている。 LCC の航空機クイック T/R は、定時性に影響を与えていないようだ！ (Table 1A)

#### 定時到着率 四半期・年計・順位表示

	1Q'04		2Q		3Q		4Q		2月迄1年間	
	%	位	%	位	%	位	%	位	%	位
AA	74.3%	17位	76.9%	13位	77.8%	14位	78.2%	9位	77.3%	11位
WN	83.2	3	78.9	9	79.9	7	78.3	8	79.2	5
全社計	77.9		77.9		79.3		77.2		77.8	

- ・ 15分以上の遅延到着が80%以上発生している便は、AA、WN 両社とも1便ずつ存在する。 AA のケースで平均58分、WN のケースで平均41分遅延到着している。(Table 5)

#### 15分以上到着遅延が80%以上発生している便(名)

	便名	区間	遅延発生率	平均遅延分	同中間値
AA	1468	FLL-LGA	82.14	58	48
WN	1958	FLL-MCO	82.14	41	23

- ・ 15分以上の到着遅延が70%以上発生している便は、AA で8便、WN で4便存在している。 両社の便数(日間)が極めて多い(AA 1,928, WN 2,922 便)ので、率にすると、0.3%ないしは0.2%にしかない。(Table 6)

#### 15分以上到着遅延が70%以上発生している便(名)

	日間総便数	遅延発生便	発生率
AA	1,928	4	0.3%
WN	2,922	8	0.2%
全社計	18,804	94	0.5%

以上が、定時性レポートの概要である。 手荷物事故、オーバーセール、消費者苦情、空港セキュリティに関する苦情の、5分野に付いては、来週号で報告する。

## 8. その他のニュース

### ● United to eliminate pay of foreign travel agents

UA 航空は、2007 年までに、海外の代理店手数料と GDS ペイメントをカットし、1 億ドル (110 億円) の流通経費の追加的削減を実施すると述べた。代理店手数料単体では、2005 年に \$17m (18 億円)、2007 年までに \$50m (55 億円) の削減を計画している。同社は、GDS を中抜きする、Orbitz のダイレクトコネクト予約により、今年 \$9m (10 億円) の流通経費の削減を見込んでいる。(DTW, 4/13/2005)

### ● Reports say sale of Olympic Airways close at hand

ギリシャ国営航空 Olympic Airways の 100% 買収に、5 社の民間会社が名乗りを上げている。これは、ギリ政府の過去 6 年間に於ける 5 回目の民営化の試みである。欧州メディアによると、買収に名乗りを上げた企業は、Aegean Airlines (ギリ)、Intro (独 LCC, DBA 関連会社) 及び 3 社の投資会社の、Olympic Investors (米)、Sures Estate (蘭)、Kkesch グループ (英)。およそ 2 ヶ月以内に売却先が決定される予定。Olympic Airways は、2004 年に 88m ユーロ (115 億円) の欠損を計上している。2 年前の再建時に、ギリ政府より 150m ユーロ (200 億円) の政府補助金の支給を受けたとして、非難されていた。(DTW, 4/15/2005)

### ● Northwest, KLM enforce 90-day rule for unused tickets

NW 航空と KL 航空は、航空券再発行の有効期間を 1 年から 90 日間に短縮する。国内線航空券は、最初の搭乗しなかった便の運航日より 90 日以内、国際線航空券は、最初の搭乗しなかった便の運航日より 90 日以内、もしくは、発行日から 1 年以内の、いずれか早く来る日にちまでを、再発行の有効期間とする。最初の搭乗便から、1 年間の、国内線・国際線の航空券の再利用は、今まで通り可能。NW と KL は、この措置は、ノーショウの減少と、航空券の管理コスト削減のため、と言っている。(DTW, 4/15/2005)

### ● India's Jet Airways arrives in Singapore on maiden flight

インドの Jet Airways が、Mumbai = SIN 路線 (週 14 便) に就航した。使用機材は、B737-800。シンガポール = インド間の総便数は、これで週 218 便となる。Jet Airways のシンガポール乗り入れは、コロンボ、カトマンズに次ぐ国際線 3 地点目の乗り入れ。同社は、今月末に、Chennai = KUL 線に就航する。Jet Airways は、国際線展開のために、4 億ドルを注ぎ込んでボーイング新造機を 10 機購入する他、ボーイング 7 機とエアバス 3 機をリースする計画を有している。同社のライバル Air Sahara は、5 月 11 日か

ら SIN に乗り入れる。(channelnewsasia.com, 4/15/2005)

- **SATS handled 19% more passengers in 2004**

Singapore Airport Terminal は、2004 年に前年を+19%上回る 2,530 万人(2005 年 3 月迄の 1 年間)の旅客を取り扱った、と発表した。貨物郵便(SQ ハンドリング)は、+3.1%の 140 万トン。SATS は、2003 年(特に 4 月~6 月)は、SARS による影響を受けている、と言っている。(channelnewsasia.com, 4/15/2005)

- **Singapore is world's busiest container port Q1**

2005 年第 1 四半期実績で、シンガポール港が、僅かながら香港を抜いて、世界一のコンテナ取り扱い港となった。シンガポールの取扱量は 530 万個コンテナ(20Ft)、香港は 528 万個であった。香港は、深川港から激しいシェア競争を挑まれている。(channelnewsasia.com, 4/15/2005)

- **Ryanair agrees plans for new European base in Germany**

アイルランドの LCC, Ryanair が、HAM 近郊の Luebeck 空港に、ドイツ内で 2 番目の基地を設営する。Ryanair は、同空港を所有する事になるであろうニュージーランドの投資会社 Infrati と、基地設営で合意に達した。(Luebeck 市は、4 月 14 日、Infrati と、空港売却に関する基本契約に合意した。) Ryanair は、B737 新造機(4 機)を駐機し、年間 2 百万人の旅客を送り込む、と言っている。Ryanair は、現在、ドイツ内 8 地点に乗り入れており、その内の Hahn 空港(南西ドイツ)を基地として使用している。ライバル社の easyJet(英)は、既にドイツに、Berlin-Schonefeld と Dortmund の 2 つの基地を保有している。Ryanair は、2 月に、140 機(確定 70 機)のボーイング機を発注している。(channelnewsasia.com, 4/15/2005)

- **Ryanair drops paid-for service**

Ryanair は、昨年 11 月に試験的に導入した、ポータブル DVD プレイヤーの機内貸し出しサービスを、採算ベースに乗らないとして中止する。この試験的サービスは、ロンドン Stansted 空港発着の 5 機の航空機で、サービスされていた。有料(5£=千円)のサービスであった事と、Stansted 発着便にはビジネス客が多かった事が、人気の出なかった原因とされている。使用されたポータブル DVD プレイヤーは、米国 APS(Tacoma, Washington 州)社製の digEplayer。(FT.com, 4/18/2005)

- **After Refitting, Amtrak Plans Limited Acela Service**

車輪のブレーキにヒビが入っているのが見つかり、4 月 15 日の早朝から全列車が運休している、Amtrak の Acela 特急が、4 月 18 日から、一部の運転を再開する。今回ヒ

ヒが見つかったのは、Acela 特急 20 列車の、合計 1,400 ブレーキ中の 300 ディスクのスポーク部分。 ブレーキディスクは、半永久的使用に耐えるように設計されているにも拘らず、何故ヒビが入ったかの原因は解明されていない。 全列車のブレーキ交換には、かなりの時間が掛かる見通し。 2000 年 12 月に投入された 20 列車は、2002 年 8 月にも車台にヒビが発見されて、全列車が運休している。 Acela 特急は、北東回廊の BOS=NYC=WAS を結ぶ幹線列車であるが、にもかかわらず、Acela 運休による航空会社の代替輸送の手当ては実施されていない。 また、今後の増便も予定されていない。 Acela が運んでいるのは、PHL=Stamford (コネカット)、New Heaven=BOS 間などの航空便が存在しない区間の旅客であり、もともと航空とバッティングしない需要なのだ。 来年度連邦予算編成で、ブッシュ政権より政府補助金支給の中止が打ち出されている時点で事故発生は、Amtrak に少なからず、良くない影響を与えそうだ。(nytimes.com, 4/15/2005)

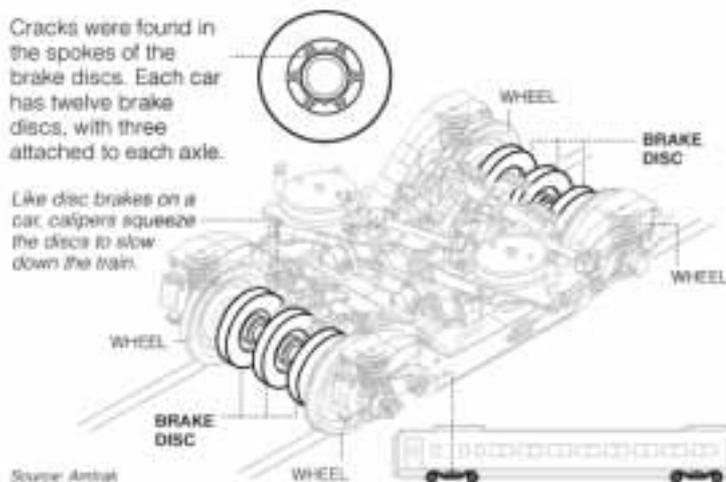
## Amtrak's Brake Woes

Amtrak has had to suspend service on its Acela Express trains because of cracks discovered in the brakes.

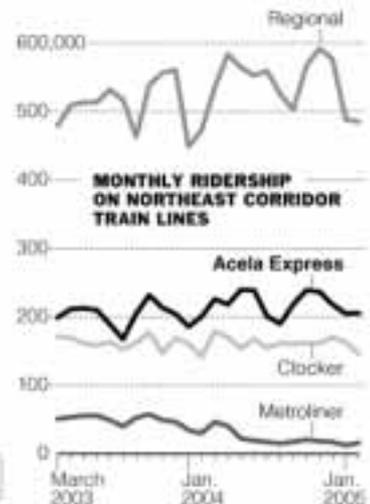
### WHERE THE CRACKS WERE DETECTED

Cracks were found in the spokes of the brake discs. Each car has twelve brake discs, with three attached to each axle.

Like disc brakes on a car, calipers squeeze the discs to slow down the train.



Source: Amtrak



### ● China's first low-cost private carrier finds budget services hard to provide

先月設立された中国初の民営 (LCC) 航空 Okay Airways は、設立したは良いが、ライバルの国営中国航空会社との差別化が出来ないで困惑している。 運賃は、既存の公示運賃が適用され、機内サービスは、機内食にいたる迄全く同じ物が提供されていると、China Business Weekly が語っている。 同航空 (本社北京、資本金 3 億元=39 億円) は、Binhai 国際空港 (天津市近郊) を基地とし、B737-900 リース機を保有している。 そして、中国 6 路線の運航が許可されている。 着陸料、輸入税、燃油代金等は固定されており、低コスト運営の余地は殆どない。 社長の Liu Jieyin は、真の LCC が中国で誕生するには、これから 3 年~5 年の長い期間が必要となるだろう、と語っている。 コストの削

減余地が殆ど無いならば、民間会社は、資金集めに苦労するのだから、ライバルの国営航空会社に比べて、競争力が弱められてしまう事になる、とも語っている。それでも、

United Eagle Airlines (成都) Spring International Airlines (上海) Huaxia Airlines (中国西部) で民間航空会社の設立の動きが慌ただしい。(channelnewsasia.com, 4/17/2005)

#### ● Singapore gives nod to two casinos

シンガポール政府の Lee Heisen Loong は、4月18日、総額 S\$5bn (3,200億円) にのぼる、2カ所のカジノを含む総合リゾート施設を建設すると語った。建設場所は、Marina Bayfront と Sentosa 島で、2009年の開場を目指す。35,000の新規雇用機会の創設と、ツーリズムの振興がはかられるものと期待されている。既に19社のイニシャルプロポーザルが、世界の大手カジノ運営会社より提出されており、最終的なリゾート開発業者の決定は、今年末頃が予定されている。この計画は、2002年に外資にオープンした、マカオの後塵を拝すリスク無しとしない、と言うコメントがある。一方で、シンガポールのカジノは、近隣諸国の賭博需要を獲得すると同時に、シンガポール市民が海外でギャンブルに費やしている US\$735m (800億円) の60%を取り戻す事になるだろう、と言う肯定的なコメント (Merrill Lynch) も存在する。(FT.com, 4/18/2005)

#### ● LCC Leap Into 2005

OAG の調査によると、LCC 便数は、現在、世界の定期便 30 万便の 12% を構成し、席数ベースでは、15% を構成している。これは、2004 年 4 月と比較すると、便数で +19%、席数で +20% 増加している、と OAG は言っている。(Travel Wire, 4/18/2005)

#### ● Northwest hopes to reopen non-stop direct flight to and from China

NW 航空は、近い将来、DTT = 上海路線を再開する模様。そして、漸次、その他の中国都市と米国都市間の直行便を増設するだろう。NW は、DTT = 北京 / 上海直航路線を運営していたが、2年前に運休止、現在は、東京経由便による北京 / 上海 / 広東線を運航している。昨年7月に、米中両国は、両国間の航空輸送力を、向こう6年以内に週54便から、週249便に拡大する事に合意している。(channelnewsasia.com, 4/18/2005)

#### ● Air Macau in talks to cede exclusive Macau operation rights

香港メディアは、Air Macau が、航空会社2社と、排他的なマカオからの運輸権付与 (Air Macau の路線割譲) について協議を開始していると、伝えている。South China Morning Post によると、この2社は、Virgin Blue (豪) と中国振興航空会社の Golden Dragon。Virgin Blue の話には、WOW! Macau 航空も参加していると言われている。1999年のポルトガルからの返還以来、マカオ来島の中国人需要が大幅に増加している。また、カジノ

ホテルの建設ラッシュで、マカオは、昨年は + 25% の経済成長率を達成している。  
(channelnewsasia.com, 4/18/2005)

● **HK tycoon sells Macao casino for \$2.4bn**

香港の大資産家 Lui Che-woo は、彼のマカオのカジノを、ファミリー・コンソーシアムに 184 億 H ドル (2,520 億円) で売却し、香港上場を計画する。香港上場を計画するのは K Wah Construction (後刻 Galaxy Entertainment Group に社名を変更する) で、これは、初めてのカジノの香港上場ケースとなる。マカオのカジノ収入は、昨年 US\$5bn (5,500 億円) と、前年比で + 44.3% 増加している。Las Vegas の 2004 年のカジノ収入は、US\$5.33bn (5,860 億円)。今年、多くの外資カジノホテルが開業するマカオが、Las Vegas を収入規模で追い抜くのは確実と予想されている。



マカオのカジノは、2001 年に、Stanley Ho (右) の 40 年間のカジノ独占を排除し、Ho グループ、Lui の Galaxy、Steve Wynn の Wynn Resorts の 3 社にライセンスを付与している。Galaxy は、Sheldon Adelson が率いる Las Vegas Sands に、マカオの US\$12bn (1 兆 3,200 億円) ~ US\$15bn (1 兆 6,500 億円) プロジェクトのサブコンセッション認めている。  
(FT.com, 4/19/2005)

● **Dragonair and Air China increase Codeshare Services**

Dragonair と Air China が、5 月 15 日から、コードシェア便を Hangzhou と Wuhan に拡大する。これで両社のコードシェア便は、中国大陸 7 都市をカバーする事になる。香港 = Hnagzhou 線は、Dragonair が毎日 3 便を運航し、需要が増加すれば、4 便目を Air China が運航する計画。香港 = Wohan 線は、Dragonair が週 2 便を、需要に従って運航する。両社の現在のコードシェア便は、北京、Chengdu, Chongqing, Dalian, Tianjin の 5 路線。Dragonair は、中国南方航空とも、香港 = 広東線でコードシェア便を運営している。  
(channelnewsasia.com, 4/19/2005)

● **America West and US Airways in merger talks**

米航空業界 8 位の America West と同 7 位の US Airways が合併して、Southwest に取って代わって、6 位の航空会社になろうとしている。協議は、America West CEO, Douglas Parker (9-11'01 以前から CEO として残っている唯一の CEO) が、仕掛けたと言われている。順調に行けば、数週間以内に話がまとまるだろうと予想されている。東海岸 (PHL, Charlotte, Pittsburgh, 707) + シャトル BOS=NYC=WAS) に強い US と、南と

西に強い ( PHX, LAS ) America West の合併を、中央部の路線網に弱いので、ダンベル合併と呼んでいる業界通がいる。

合併までには、破産裁判所( US は C-11 企業 )と、ATSB( US は \$717m = 788 億円、America West は \$300m = 330 億円の政府融資保証を受けている ) のほか、債権者団の承認を得る必要がある。

米航空業界は、燃料の高騰と過激な低運賃競争により、ほぼ全ての企業が欠損計上から浮かび上がれないでいる。供給過剰を是正するためには、コンソリデーションなどのドラスチックな対策が不可避と見られている。US は、Chapter 11 離脱のために必要な資金 \$ 350m ( 385 億円 ) の内、Air Wisconsin および Republic 両社から、それぞれ \$125m を調達しているが、残る \$100m の貸し手は未だ見つからない。

Southwest など米企業数社が、US の買収に乗り出す可能性がある。(nytimes.com, 4/20/2005)

## 編集後記

幼児の頃から、セサミストリートを、お母さんの携帯で見るなんて、その子は一体どんな人間に成長するのだろうか？ 青年になって、バーチャル ビビアン ( 情報 157 ) に恋をしてしまうのだろうか？

確かにオンラインに強い人間が出来上がるだろうが・・・、何とも言えないオドロオドロした怖い感じがする。

オズオズと、「子供の教育に良くないではありませんか？」などと余計なことを言ってしまったら、

「何だ、この糞ジジィー！ 手前エーの子でもないのに、ブツクサ抜かしやがッテー。くたばれッこの馬鹿！」と、その子のお母さんに、罵声を浴びせられるようなことになるのだろう。

昔では考えられないことが日常化してしまっている。

テクノロジーがどんどん進歩して、人間と機械との対話（インタラクティブ）が、どんどん発達して行くのと反比例して、本来の社会の基本である人間と人間との対話が、どんどん無くなって行っている。

米運輸省の航空輸送サービスに関する消費者レポート（ATCR）は、さすがアメリカ、役所からして、消費者の為になることを、良く考えている。

「由らしむべし知らしむべからず」とは大分違っている。

トヨタは、レクサスに代表される、世界最高級の車を作り上げている。 弛まぬ品質管理と、一厘一毛単位のコスト意識があったからこそ、最高ブランドの車を作り上げることが出来たのだろう。 これは、プロダクト（車）の品質管理の話である。

米運輸省の ATCR は、サービス（輸送と言う）の品質管理の話である。

勿論 ATCR がカバーしている以外に、多くの品質管理データが、航空会社には存在する。航空会社は、これ等のサービスに関する品質管理データを、集計して、統計的に解析して、そこからトレンドを把握して、トレンドを決定づけている特定要因を見つけ出し、その特定要因に対する対策を練っているのだ。

そして、世界一のサービスブランドを作り上げることに努めている。 嘗ての「日本の翼、世界の翼、日本航空」或いは「Japanese Calm and Beauty」と言って、最高のサービスを提供した JAL の様な。

だから、品質管理のデータを使って、スタティックな定点観測情報とする事は勿論、そこから有意の“何か” <つまりサービスの改善や創造> を見つけ出さなければいけない。 (H.U.)

TD 勉強会 情報 164 ( 以上 )