平成 16 年 8 月 10 日

TD 勉強会　情報 124

1. ユナイテッド航空第２四半期+7.7 億円営業利益計上
2. セーバー：　ホテル・リスティング順位販売開始
3. インタラクティブ　中国 Web サイトを 66 億円で購入
4. 航空会社オンラインサイト予約上昇　SITA 調査
5. 米 LCC、国際線進出有り得るか？
6. セーバー、旅行社サブスクライバー契約条項緩和
7. 米国旅行社の実態
8. オンライン旅行社、法人旅行販売本格化
9. グーグル　上場 1 週間延期

"I'm not buying." Stephen Wozniak, Co-Founder of Apple Computer

アップルコンピューターの創立者の 1 人、Stephen Wozniak は、Google 上場株について、“俺は買わない”と語っている。

TD 勉強会

1. ユナイテッド航空第２四半期+7.7 億円営業利益計上

UA 航空が米国証券取引委員会にファイルした、第２四半期決算からの抜粋を、以下に箇条書きする。

- UA 航空の第２四半期決算は、営業利益+$7M （+7.7 億円）の黒字決算、これは昨年同期の▲$431M から+$438M (+482 億円)の改善。　ネットでは、▲$247M (▲272 億円)の欠損。　6 月単月では、+$77M （+85 億円）の営業利益を確保している。
- ユニットレベニューは、8.17¢から 8.95¢へ、+10%向上した。　イールドは、10.53¢から 10.85¢に+3%向上。（ユニットレベニュー＝旅客収入÷ASM、 イールド＝旅客収入÷RPM ）
- ユニットコスト（ CASM ）は、10.93¢から 9.83¢へ、▲10%減少した。　燃料費を除けば、ユニットコストは、▲17%減少している。
- Reorganization items を除けば、ネット損失は▲$103M （▲113 億円）となる。
- 期末のキャッシュバランスは、22 億ﾄﾞﾙを保有している。（内$858M が restricted）　DIP ファイナンスを 10 億ﾄﾞﾙに拡大。（ 2005 年６月満期）
- Atlantic Coast Airlines (ACA)とのリジョナル運航契約を破棄し、6 月から 8 月にかけて航空機の移動が完了する。
- 2 万 7 千人以上の退職者の medical and life benefits の給付条件変更が合意され、2010 年迄で、3 億ﾄﾞﾙ以上がセーブされる事となった。

CFO の Jake Brace は、UA の収支は、営業利益ベースで黒字を計上したものの、全体的な財務パーフォーマンスは、依然として満足が行くものではない、と語っている。

その他の UA 関連ニュースは以下の通り。

① 7 月 29 日、UA の組合の一つ IAM は、連邦法で定められている年金基金への拠出を怠ったとして、CEO を始めとする UA の経営者 3 人を訴えた。

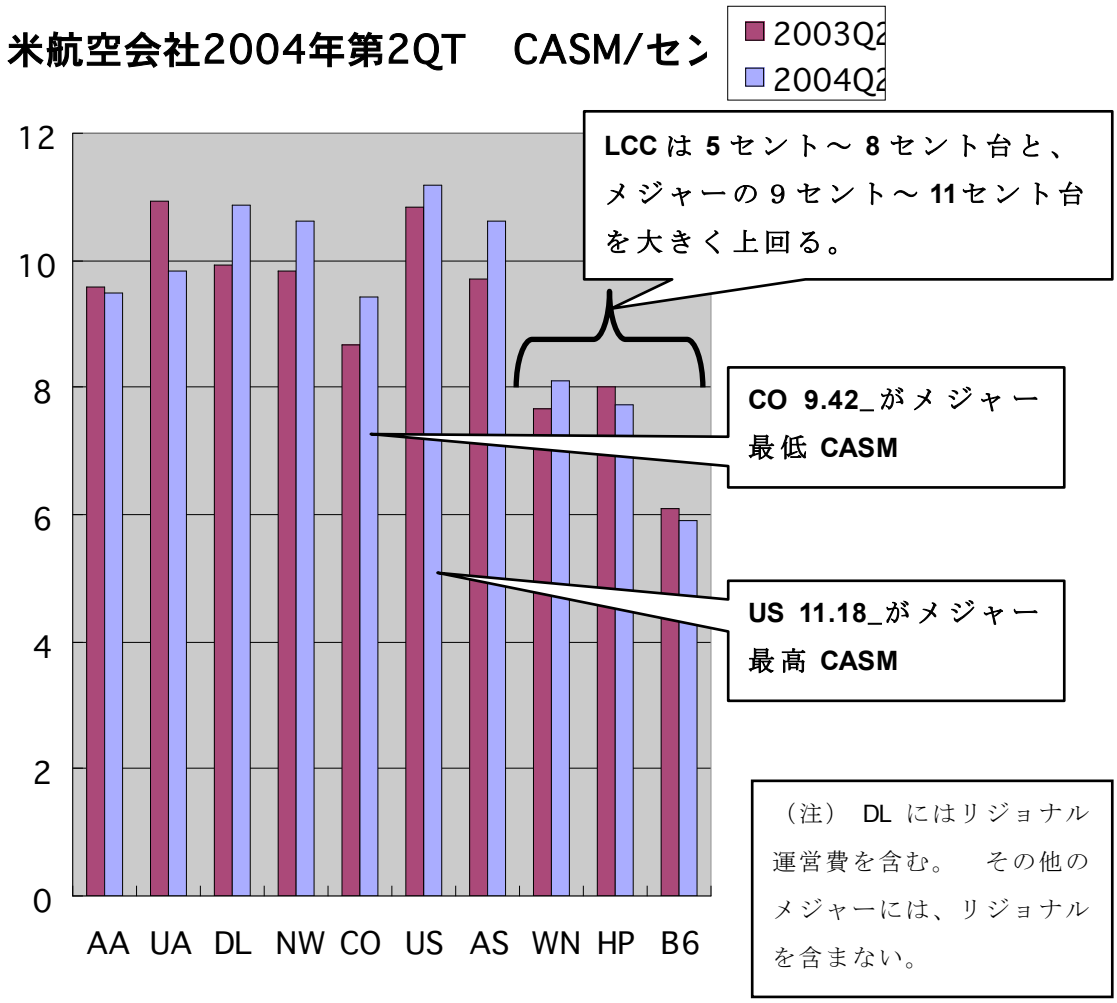
② NYC と SFO/LAX 間の大陸横断線に、16 機の B757 を導入し、当該機材の客室コンフィギュレーションを、3 クラス（ 12F ＋ 26 ビジネス＋ 72 エコノミープラス＝合計 110 席）に改修する。 UAは、この新プロダクトを“p.s.”(premium service)と呼んでいる。　UA は、LCC との運賃競争で、イールドの低下している大陸横断線の運賃を、このハイエンド旅客用の新プロダクトの導入で、（乾坤一擲）値上げを試みるのかも知れない。

次ページに、米主要航空会社の第２四半期決算比較表を掲載する。（情報 121 の続き）

2004 年第 2 四半期、米主要航空会社のネット損益（単位 M$）

	As Reported				Excluding Unusual Items		
	03/2QT	04/2QT	増(減)益		3/2QT実	4/2QT実	増(減)益
AA	-75	6	+81	AA	-357	-25	+332
UA	-623	-247	+376	UA	（注）-567	-103	+464
DL	184	-1,963	-2147	DL	-237	-312	-75
NW	227	-175	-402	NW	-160	-78	+82
CO	79	-17	-96	CO	（注）-100	2	+102
US	13	34	+21	US	（注）-100	34	+134
AS	45	-2	-47	AS	1	8	+7
WN	246	113	-133	WN	103	125	+22
HP	80	6	-74	HP	13	6	-7
B6	38	21	-17	B6	26	21	-5

（注） UA, CO 及び US の 3 社の 2003 年度第 2 四半期数値は、極めて粗い想定概算値。 つまりイイカゲンな数値。



米主要キャリア　第 2 四半期実績

	収入 $ M	営利 $ M	Net P. $ M	備考 Unusual Items	Operating Statistics				
					Yield ¢	CASM ¢	ASM Million	L/F %	Fuel ¢/g
AA	4,830 +11.7%	196 (-87)	6 (-75)	03/ +282 04/ +31	11.69 (11.74)	9.50 (9.59)	43,997 +8.5%	75.7 (74.4)	111.4 (83.2)
UA	4,041 +30.0%	7 -431	-247 -623	03/ +341 -397 04/ -144	10.85 (10.53)	9.83 (10.93)	36,235 +12.8%	82.0 (77.0)	117.9 (87.0)
DL	3,961 +13.3%	-241 (196)	-1,963 (184)	03/ +421 04/-1,534	12.36 (12.91)	10.88 (9.92)	38,620 +16.1%	76.6 (75.0)	104.5 (76.3)
NW	2,871 +18.5%	-52 (-73)	-175 (227)	03/ +330 04/ -104	11.61 (11.11)	10.61 (9.84)	22,791 +5.1%	82.5 (76.4)	107.9 (80.3)
CO	2,514 +13.4%	43 (238)	-17 (79)	03/ +162 04/ -30	8.90 (8.86)	9.42 (8.67)	21,547 +12.4%	78.1 (76.5)	109.6 (83.9)
US	1,957 +10.1%	83 (67)	34 (13)	03/ +179	12.87 13.10	11.18 (10.83)	13,519 +3.6%	78.9 (75.4)	101.39 (79.71)
AS	699 +14.4%	-21 (0.6)	-2 (45)	03/ +71 04/ -14.9	12.52 (12.67)	10.63 (9.70)	5,635 (+8.2%)	72.8 (70.6)	123.1 (82.0)
WN	1,716 +13.3%	197 (140)	113 (246)	03/ +265 04/ -23	11.54 (11.67)	8.09 (7.68)	18,773 +4.9%	76.3 (70.1)	81.9 (67.4)
HP	605 +5.1%	21 (28)	6 (80)	03/ +81	9.62 (9.79)	7.72 (8.01)	7,552 +8.3%	78.3 (78.9)	115.6 (81.7)
B6	320 +30.7%	45 (46)	21 (38)	03/ +23	7.86 (8.48)	5.90 (6.08)	4,656 +42.2%	84.5 (85.3)	96.7 (79.0)

備考= Unusual Items、即ち、①機材早期退役、従業員早期退職等の一時的費用（“-”で表示）、及び、②政府補助金や資産売却益などの一時的収入（“+”で表示）を表す。　下段は、前年同期値乃至増減率を示す。

DL の Operating Statistics には、リジョナルの運営経費が含まれている。　その他のメジャーは、メインラインの数値であり、リジョナルを含んでいない。

AS　= Alaska Airlines (損益値には Horizon Airways を含む)
WN　= Southwest Airlines
B6　= jetBlue Airways
HP　= America West Airlines

Travel Technology: DTW, 7/26/2004

2. Sabre: Hotel Displays Spots Come at a Premium
セーバー： ホテル・リスティング順位販売開始

Sabre が、ホテル・リスティング優先順位（旅行社に対するホテル・アベイラビリティー画面の、しばしば第 1 若しくは第 2 順位となる）を、ホテルに、8 月中旬から販売開始する。 このプログラムは、Sabre Hotel Spotlight と呼ばれるもので、その概要は以下の通りである。

① プログラムに参加するホテルは、Web オンリーレートの他に、ホテルの自社サイトと、仲介業者に提供している、レート、ルール、アベイラビリティーと、同条件を Sabre に提供しなければならない。（ Orbitz の MOF に似ている？）
② シカゴのホテル・マーケターである TravelClick 社が、このプログラムの、ホテルへの販売を代行する。
③ プログラム参加ホテルには、標準的ブッキングフィーに加えて、4 %のトランザクションフィーが課金される。
④ 年間サブスクリプションフィーは、Sabre の売上高や支払方法にもよるが、1 スロット当たり 3,800 ドル～ 7,370 ドル（ 41 万円～ 81 万円）。
⑤ リスティング順位は、都市ごとに決定されるが、第 1 順位が自動的に保証されるわけではない。 Sabre が、そのホテルとダイレクトコネクションを保有しているかどうか等の、他の要素が考慮されて順位が決定される。

ホテルから競争力の有るネゴレートの獲得が出来ない中小旅行社にとって、Spotlight は、最適なプログラムである、と Sabre は言っている。

同様なプログラムとしては、Galileo の Featured Property が存在する。 このプログラム（ marketing/advertising program ）は、1999 年後半から開始されているもので、GDS のホテル・アベイラビリティー画面上を使って、featured placement をホテルに販売している。 リスティング順位は、ホテルが所在する都市中心部からの距離に基づいて決定され、ロテートされる。 広告出稿しているホテルについては、緑色のダイアモンドの形をしたアイコンが付けられている。 プレイスメントの料金は、1 都市当たり年間 3,800 ドル～ 5,800 ドル。 トランザクシ

ョンフィーは徴収されない。

Spotlight プログラムに対するホテル各社の評価は、マチマチといったところの様だ。 Fairmont Hotels は、主要都市中心部に位置する 20 以上のホテルを、Spotlight に参加させる 6 ヶ月間の契約を結んだ、と言っている。 6 ヶ月かけてシェアーが向上するか否か評価する、と言っている。 Starwood は、高いプログラム参加費用とその効果について、疑問を呈している。 Hilton Hotels は、90 日から 120 日間かけて、Spotlight 参加の是非の検討を行なうと言っている。

また、ある批評家は、このプログラムは参加費が高い上、旅行社は、インターネットの消費者とは違って、都市ごとのホテル検索(citywide approach)を余り実施しないので、シェアー向上効果は疑問である、と言っている。
Amadeus は、新しいモデルとプログラムを検討中であり、スクリーン・バイアシングは、全ての流通チェーンの総合的なニーズを勘案して決定する、と言っている。
Cendant の Travel Distribution Services ユニットは、Galileo の Featured Property の変更を考えていない、と言っている。
Worldspan は、アベイラビリティー・ディスプレーのバイアスについては、何も考えていない、と言っている。

7 月 31 日に、DOT の GDS ルールのバイアス禁止ルールが撤廃され、GDS の完全規制緩和が実施されているが、Spotlight の導入は、この規制緩和とは全く関係していない、と Sabre は言っている。 確かに DOT ルールは、エアーのリスティングについてのみ、バイアス禁止を謳っていた。
然しながら、Sabre のホテル・リスティング販売開始は、完全規制緩和の動きと連動して、エアーのリスティング販売への序曲となるのかもしれない。 Sabre は、レンタカーについては、メジャーなプレイヤーが少なすぎて、リスティング販売には馴染まない。と言っている。

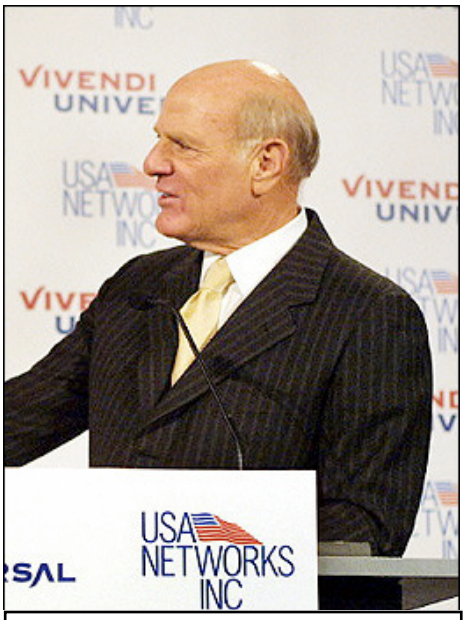
この記事に続けて、DTW は“Bias? Get More!”と言う、以下の報道を行なっている。 ＜ 7 月 31 日の完全規制緩和以降は、「バイアス」と言う言葉自体が死語になっている。 GDS のリスティング優先順位の販売は「バイアス」とは全く関係がない。 優先順位販売は、マーケティング施策の一つであり、その効果は、市場が決定するものである。 GDS は、情報の伝達と広告との違いを、明確に区別してリスティング販売に当たるべきである。 広告は、（過去のバイアスとは違って）ごまかしの無い、正しいマーケティング行為である。 リステ

ィング販売とは、このようなものである。＞

Travel Technology: DTW, 7/27/2004

3. IAC Takes $60M Stake in China Web Sites
インタラクティブ　中国 Web サイトを 66 億円で購入

IAC （ Interactive Corp ）が、中国の Web サイト eLong 株 30%を、 $60M （ 66 億円）で購入した。 この株式取得には、51%までの購入権が認められている。 eLong は、中国において、eLong.com と eLong.net を通じて、ホテルとエアーのインベントリーを提供している、
この投資に伴い、IAC は、IAC Travel Asia-Pacific ユニットを設立し、そのプレシデントに、以前 Expedia のエアー・カーのプライベートレーベル・サービス SVP であった、Barney Harford を任命した。
（「旅の友」の買収を試みたと噂された IAC が、いよいよアジアに狙いをつけている。）



中国株取得を発表する
IAC CEO Barry Diller

Online Travel: DTW, 7/27/2004

4. Airline Sites Show Uptick in Bookings
航空会社オンラインサイト予約上昇　SITA 調査

全世界の主要航空会社の IT 部門スタッフを対象にした、SITA の新しい調査によると、航空会社のオンライン販売比率は、2000 年の 7%から、16%に向上している事が判明した。 以下が、この調査結果の概要である。

① オンライン旅行社などの第三者サイトを含めた、エアーのオンライン販売比率は、21%であった。 コールセンター予約は 24%であった。
② 約 17%の航空会社が、2004 年内に、自社のオンライン化率が、50%を突破すると予測している。
③ e-ティケッティングが、全体の 1/3 を突破している。 これは、2001 年の 10%

からの向上。

④ 24%の航空会社が、今年中に、e-ティケッティングの使用率が、50%を突破すると予測している。

⑤ 凡そ 1/3 の航空会社が、Kiosk チェックイン方式を導入している。 1/3 弱が、Kiosk の導入を検討している。

⑥ 殆どの航空会社が、国内線で、2006 年までに、Kiosk 利用客が 50%を突破すると考えている。 （国際線では 2008 年までに）

⑦ 殆ど 1/3 の航空会社が、2007 年までに、機内に、インターネットと e-メールサービス、テキスト・メッセジング機能の装備を計画している。

⑧ 20%以上の航空会社が、2007 年までに、機内携帯電話サービスを導入すると予想している。

Airlines: TDR, 7/26/2004

5. U.S. LCCs to Start Spreading Wings Overseas?
米 LCC、国際線進出有り得るか？

S&P のエアライン株アナリスト Jim Corridore は、LCC は、最終的には、国際線に進出すると踏んでいる。 確かに、来年、欧州線に就航すると何回も言っている ATA は、いち早く国際線に出て行くだろう。 ATA は、大西洋線に就航可能な機材を既に有しているが、他の殆どの LCC は、長距離国際線用機材を保有していないし、その導入計画も持っていない。 とは言っても、幾つかの LCC は、カリブ線に就航するなど、近場の国際線に既に就航している。 長距離国際線用機材を保有していないとは言っても、中南米やカリブやメキシコ線などの近場の国際線であれば、いつでも就航できる能力を持っている。

国際線の進出となれば、事は機材の問題だけではない。 P2P 運航の LCC は、経験の乏しい（或いは全く無い） H&S 運航と国際線コードシェアーにより、新たに開設する国際線へのコネクティング旅客を掻き集めなくてはならない。
eCLIPSE Advisor の上席航空アナリスト Parashanth Kuchibhotla は、レガシー航空会社から顧客を奪い取れる間は、LCC は、米国内線に止まった方が得策と言っている。 国際線進出の誘惑に負けずに、LCC がベストを尽くせる米国内線に、止まるべきだと言っている。 彼は、その理由として、以下の諸点を上げてい

る。

① LCC の二つの大きな利点、即ち機材稼働時間と、低い CASM の有利性、が失われてしまう。

② 即ち、大西洋線となれば、1 日 15 時間稼動が要求され、LCC のメリットの稼動向上は、全く発揮で出来ない事になる。（国内線では LCC は日間 13 時間の稼動を誇っている）

③ 大西洋線では、メジャーは大型機を運航している。　従って、複数クラスのフリルサービス付きの運営を行なっているにもかかわらず､低い CASM を達成している。　ここでも LCC の低い CASM の利点が発揮できない。　（国内線では､単一機種､モノクラス､ノーフリルにより５_～ 8_台の低い CASM を誇っている）

④ 大西洋航路では低運賃競争が激しい。　欧州の多くのキャリアが､低い労務費を武器に、LCC 並みの低運賃を提供している。

短期的には、LCC の国際線進出は起こりそうにも無いが、長期的には、LCC の米国内線シェアー向上が頭打ちになる頃には、大いに有り得る事だろう。　そして、最終的には（低運賃を獲得する）消費者が、“Winner”と言う事になるだろう。

GDS: DTW, 7/2004

6.　Sabre Exacting Less Severe Shortfall Penalties
セーバー、旅行社サブスクライバー契約条項緩和

Sabre が、GDS 規制緩和を利用して、旅行社とのサブスクライバー契約の条項を見直している。　見直し（条件緩和）の概要は以下の通りである。

① DOT の GDS ルールは、旅行社に対する GDS 選定の自由度を確保する為に、
　－　GDS 1 社選定の旅行社に対する優遇施策と
　－　GDS 2 社以上選定の旅行社に対するペナルティーの設定
　のどちらについても GDS に禁止していた。　即ち、旅行社に対し、2 社以上の GDS 選定を容易にしていた。

② このルールが存在した為、予約量を確保したい GDS は、旅行社に対して、年間最低必要予約量のクオータを設定し、このクオータが守られない場合は、未達成 1 予約当たり 2.4 ﾄﾞﾙの高い違約金を課していた。　この高額違約金の

設定により、GDSは、旅行社の、2社以上のGDS利用を回避させて来た。

③ この違約金の支払が、旅行社にとって大きな悩みの種となっていた。

④ しかし規制緩和により、これらのルールが撤廃され、GDSは、自由に旅行社とのサブスクライバー契約の条件設定が出来るようになった。

⑤ 旅行社は、この規制緩和が、かえって違約金の高額化をもたらす事になるだろうと心配したが、予想に反して、Sabreの場合の如く、逆の結果となっている。

⑥ Sabreは、Sabre使用が、その旅行社の全予約の95％以上であれば、クオータ未達成でも、ペナルティーの支払を免除する。

⑦ 2社以上のGDS利用の場合は、今まで通り、未達成1予約当たり2.4ﾄﾞﾙの、高い違約金を徴収する。

⑧ Sabreのみ使用の旅行社については、未達成1予約当たり15_の、格安の違約金を徴収する。

DTW, 7/2004

7. Core of the Issue
米国旅行社の実態

1980年代後半に、航空会社が自動発券機を雑貨店に設置した時には、また、銀行が旅行販売を開始した時には、旅行社は悲憤慷慨したものだった。　しかし、今では、米国旅行業の殆どの売り上げは、American Express, Carlson, Sabre, AAA, Cendant等などの、旅行を事業の中核としていない企業により販売されている。Travel WeeklyのPower Listトップ10旅行社を見てみると、以下の通り、旅行業以外を事業の中核に据えている企業が、目白押しに並んでいる。

No. 1 American Express	第一義的には、ファイナンシャル・カンパニー。 昨年、No. 3のRosenbluthを買収したが、親会社に与える財務的影響度が小さい為に、advisory noteの発行すら必要とされなかった。
No. 2 Carlson	販売業者と言うよりは、サプライヤー。
No. 3 IAC	旅行販売がIACの最大売り上げ部門。　旅行の他にHome Shopping Network, Ticketmaster, LendingTree.comやオンラインデートクラブまでも運営している。
No. 4 WorldTravel BTI	旅行販売を主とした旅行社。　親会社はBCD Holdingsで、

	事業の 22 %はファイナンシャル・サービスとテクノロジー販売。
No. 5 TQ3 Navigant	旅行販売のみを事業とする旅行社。
No. 6 Travelocity	GDS 事業を中核とする Sabre が親会社。
No. 7 Orbitz	旅行販売のみを事業とする旅行社なれど、航空会社が管理している。
No. 8 AAA	旅行業よりも、保険販売が中心。
No. 9 Cendant	旅行販売に加えて、GDS、レンタカー会社、ホテルブランドを保有している。
No. 10 Liberty travel	分離が進行中であるも、ホールセラーGogo Worldwide Vacations と一心同体と見られている。

以上の通り、殆どの大手旅行社は、旅行販売を、会社の中核事業としていない。又、興味深い事には、伝統的旅行社は、オンライン販売のトップ企業群に参加していない。　老舗の Barnes & Noble が、新興のオンライン Amazon.com に追いついて、米国最大のオンライン本屋になったように、老舗の伝統的旅行社も、オンライン旅行大手に名前を列するようになるかも知れない。　現時点では、Expedia のオンライントップの座を狙える伝統的旅行社は、American Express 以外には存在しないが、同社はそのような気配を見せていない。　American Express は伝統的旅行社と言っても、旅行を中核事業としている会社ではないと言う事に注意が必要。

Business Travel: DTW, 7/2004

8. Onlines, Megas Mixing and Matching
オンライン旅行社、法人旅行販売本格化

2 年前に Expedia が法人旅行管理会社の Metropolitan Travel を買収してオンライン法人旅行販売に進出した時は、誰もが、Expedia は、中小企業相手の商売しか出来ないと考えていたが、どうやらこの考えは完全に間違っていたようだ。

今日では、Expedia Corporate Travel は、年間$750M （ 825 億円）の法人旅行販売を達成する勢いである。　また、Travelocity　Business は、Missouri, North Carolina, Texas と英国にコールセンターを保有する、法人旅行のフルサービス旅行社となっている。　Orbitz for Business は、McDonald's USA, Knight Ridder, Sybase 等の大企

業を、顧客に有している。

National Business Travel Association の 2004 Mid-Year Travel Management Survey によると、調査した 13.9%の企業が、オンライン法人旅行管理会社のみを使用している、と回答している。　そして 21,7%が使用を検討していると言っている。　依然として、伝統的法人管理旅行社が市場を席巻しているけれども、調査した 265 社の内 28%が、オンライン旅行社を、彼らの出張旅行管理プログラムに、何らかの形で取り込んでいると回答している。　昨年は 23.2%であった。　そして殆どの企業が、オンライン旅行社のコストパーフォーマンスに満足していると回答している。

伝統的法人管理旅行社も、オンライン対応を実施し、5㌦のトランザクションフィーを導入して、オンライン旅行社に対抗している。　業界識者達は、結局の所、オフラインとオンライン旅行社双方の利点のブレンドが、行われるだろうと予想している。　5㌦の格安トランザクションフィーや、大きなマーケティング支出で、本当にオンライン旅行社は、事業が成り立って行くのだろうか？　と言う懸念が無いでもないが、今のところは、オンライン旅行各社は、強気の姿勢を崩していない。

nytimes.com, 8/6/2004

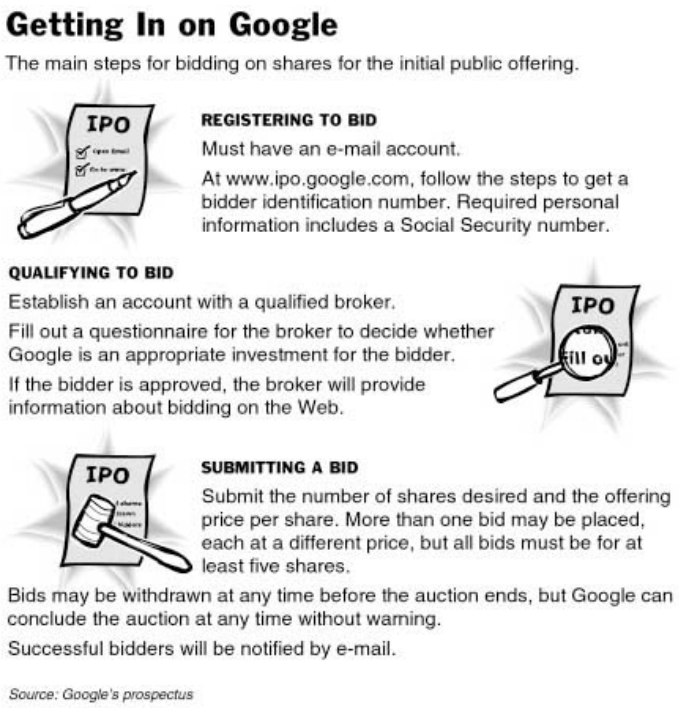
9. Google Is Said to Delay I.P.O. Because of Snag in Signing Up Big Investors

グーグル　上場 1 週間延期

Google は、8 月 9 日の週に予定されていた上場を、1 週間程度延期する。　機関投資家とのオークション方式の上場説明に手間取っている事が、延期の理由と見られている。　8 月下旬となれば夏休みの休暇の最中で、上場のタイミングには全く向いていない。

数ヶ月前までは、テクノロジー株の再活性化に繋がると、もて囃された Google 上場であるが、高い売り出し価格と、余りにも複雑な上場方式などの要因により、懐疑的見方が増えつつある。　一部の投資家の中には、上場株式数の減少と、上場時期の 9 月ズレコミを予想している者さえ存在する。

以下に Google 上場株の購入方法のイラストをペーストする。



10. 其の他のニュース

- Galileo の新しい NetFares がカナダで導入された。　これはブラウザーベースのショッピングと予約エンジンで、Apollo のデスクトップにビルトインされている。　サブスクライバーは、20 の北米コンソリデターの、百万以上のハイマージン運賃にアクセスし、検索し、予約し、マークアップして、ワンストップショッピングを行なう事が可能。(Travel Wire, 7/12/2004)

- AAA の調査が、今年の夏のシーズンは、9-11 以降初めての需要の大幅増が期待され、高額バケーションパッケージが売れている、と報告している。

2003 年の夏に比べて、+40 %の需要増が見込まれており、AAA 自身でも、

2000 年のシーズン需要を上回っている、と報告している。 Holland America Line の世界一周クルーズ（22,700 ﾄﾞﾙ～ 176,300 ﾄﾞﾙ≒250 万円～ 1,940 万円）が、売り切れになっている。 “安全地帯”のカリブやメキシコどころか、欧州向けの高額商品の売れ行きが、昨シーズンより+50 %上回っている。(Travel Wire, 7/12/2004)

- 米国農務省が、政府の e-Travel プログラムのベンダーに、EDS を指名した。このコントラクトは、$93M （102 億円）に匹敵すると見積もられ、EDS は、Fedtraveler.com を通じて、旅行管理サービス（travel management service = TMS）を提供する。 Fedtravel.com は、エンドツーエンドのソリューションで、旅行の計画、承認、予約、バウチャー決済、レポーティングとオーディティングの各機能を含んでいる。 EDS は、これから 18 ヶ月かけて農務省内にこのサービスを導入する。 政府の e-Travel （28 以上の政府エージェンシーが参加）には、EDS の他に、Carlson Wagonlit Government Travel と、Northrop Grumman Corporation が、システム・ベンダーとして参加している。今回の EDS の指名は、先月の財務省の Northrop Grumman の指名に次ぐもの。(Travel Wire, 7/26/2004)

- Worldspan が、インターネットとの統合をより容易にする為に、旅行管理ツールを、ドットネット・プラットフォームに移動している。 この移動は、Worldspan の Trip manager XE の新拡張バージョンと、企業の、調達システム、テクノロジー・プラットフォーム、或いはオペレーティングシステムとの、容易な統合を可能にする。 Trip Manager XE には、この他に以下の機能を含んでいる。
  - Worldspan Rapid Reprice （運賃自動再計算）
  - Power Shopper and Power Pricing （低運賃検索テクノロジー）
  - SecuRate Air Plus （ネゴ運賃管理 Web ベースツール）

  (Travel Wire, 7/26/2004)

- The Alexander All-Suite Oceanfront Resort (Miami Beach)が、GDS と Web サイトのコネクティビティーのために、TravelClick の iHotelier 予約エンジンを選定した。 TravelClick のテクノロジーには、OneScreen Web 予約エンジン ユーザーインターフェイス、カスタム可能な Web ベース CRS、GDS コネクティビティー、オンライン音声予約管理、インターネット・マーケティング、ダイナミック・パッケジングを含んでいる。(Travel Wire, 7/26/2004)

- オンライン旅行メディアの Travelzoo が、新しい SuperSearch ツールにより、コストパークリック検索の分野に参入する。 SuperSearch は、明確な旅行計画を持っているオンライン購入者に、複数の旅行 Web サイト（ LCC を含む）検索を提供する。 エアラインとホテルの、ベストディールへのリンクを提供する。 SuperSearch 検索には、ユーザーのフィードバックが活用され、優先表示順位は、ペイパークリックのレートに基づいて決定されている。(Travel Wire, 7/26/2004)

- Starwood が、W ブランドの中国展開を開始する。 W ホテル香港（ 383 部屋）を 2008 年初頭に開業後、上海にも展開する。 中国側のパートナーは Sun Hung Kai Properties。 今年に入り、Starwood は、既に、Barcelona (Spain)、Scottsdale（ Arizona ）、Hoboken(New Jersey)等を含む、六つの W ホテルの新計画を発表している。 現在、全世界で 18 の W ホテルが営業中で、八つのホテルが建築中。(ASIA Travel Tips.com, 7/27/2004)

- 継続的な欠損発表の後で、ユーロトンネル株が、7 月 25 日、最安値を更新した。 今年度上半期決算は、269M ユーロ（ 350 億円）の収入に対して、▲82M ユーロ（ 107 億円）の欠損であった。（昨年度同期は、280M ユーロの収入に対して、▲17M ユーロの欠損）
シャトルサービス（トラック・乗用車・長距離バス輸送）は、収入が 137M ユーロ（▲12M ユーロ）で、トンネル利用者が減少している。（トラックは＋ 2 %、乗用車と長距離バスは▲14 %） 株価はロンドンで 2.25 ペンス下げ 20 ペンスに、パリで▲3.5 セント下げ 30 セントに、1987 年の上場以来最低を記録している。(FT.com, 7/26/2004)

- コンピューターの支援による旅客の事前審査スクリーニング計画 CappsⅡが、当初の内容を大幅に変更して、生き残っている。 現在、Homeland Security Department で検討されている案は、どうやらクレジットカード使用歴のような個人情報を使用しない模様。 Transportation Security Administration のスポークスマンは、テロリスト警戒リストとの照合は行なわれるであろうが、これに、他のどのシステムを加えるかは、テスト期間や実施開始時期を含めて検討中である、と言っている。 CappsⅡの当初案では、旅客は、誕生日・自宅電話番号・住所を便予約時に提供しなければならなかった。 そして、これらの情報と PNR 情報が、政府の犯罪歴や、クレジットカード記録と照合される事になっていた。 Air Transport Association は、厳格な個人情報保

護を希望している。（DTW, 7/26/2004）

- 旅行社からの苦情に対応して、航空会社は、紙の航空券上のクレジット番号を削除する。　これは、ATA と IATA の旅客サービス委員会（6 月）で決定されたもの。　規則の導入時期は不明。　昨年 12 月連邦政府は、全てのクレジットカードのレシートから、カード番号の全ての番号か、下 4 桁の番号を削除しなければならない、という法律を定めている。　同様な規則は欧州連合にも存在する。(DTW, 7/26/2004)

- AA 航空が、社員の創意工夫を募集している。　今年 1 月に、2 日間にわたる旅客フロントラインの車座ミーティングを全世界で開催し、旅客サービス向上とオペレーションの効率化のベストアイディアを募集した。　200 ページ以上のアイディア集がまとまり、この中から、次の施策の実現が検討されている。

① トップの常顧客に対するエクセス・バッゲッジの無料化
② ゲートに於ける、より小さい搭乗旅客グループの設定
③ ギャレー・オーブンスペースの、追加サプライ品ストレージ転用
④ より少ない数の毛布と枕の搭載（21 短距離路線）

既に実行されているものは、次の通り。
① Executive Platinum 会員に対する、無制限アップグレード・リクエストの受け付け。（路線限定あり）
② FFP アワード券の旅程変更手数料 100 ﾄﾞﾙの廃止
③ TWA　MD80 型来オーバーヘッドビンの拡張改修 (2005 年秋に改修終了)
④ ファースト全席への電源の提供。　コーチクラスは 45 電源。(2004 年秋までに改修終了)
⑤ ファーストクラスへの real cream back の提供　(DTW, 7/27/2004)

- Starwood の W ホテルが、アップルコンピューターとコーブランディング契約を、今年始めに締結している。　この契約により、毎週火曜日の W ホテルのロビーは、iTunes Day と銘打って、iPod と Wi-Fi 機能を備えたアップルコンピューターに、DJ によるホットミュージックを放送する。　トレンディーな若者やビジネス客相手の W ホ

テルは、iPodの爆発的な人気にあやかった、タイムリーなマーケティング施策を展開している。　無料インターネットサービスを含む＋ 25 ﾄﾞﾙのアップグレード･パッケージを購入した Wホテル滞在ゲストには､3ヶ月間の iTunes ミュージックストアーの無料サブスクリプションを提供する。(DTW, 7/27/2004)

- 飛行場の Wi-Fi ホットスポットが増加している。　IDC の調査によると、米国の飛行場では、2003 年の 173 箇所から、今年中に 379 に倍増し、2008 年までには 1,000 箇所以上に、ホットスポットが拡大すると予測されている。米国のパブリックスペースのホットスポットは、1 万箇所から、2008 年には 6.5 万箇所に拡大されると予測されている。　使用料は、T-Mobile （ Starbucks にも提供している）の場合、24 時間パスで 9.99 ﾄﾞﾙ、月間使用料は 19.99 ﾄﾞﾙ～ 39.99 ﾄﾞﾙ。　Wayport （ McDonald's にも提供している）の場合は、1 日当たり 6.95 ﾄﾞﾙ、1 ヶ月間無制限使用は 29.95 ﾄﾞﾙとなっている。　NW は、米国内空港ラウンジで、1 日当たり 6.95 ﾄﾞﾙを徴収している。　JetBlue は、JFK と Long Beach 空港で無料サービスを提供している。　CO と Alaska は、ラウンジ会員に無料のサービスを提供している。　Forrester Research の主席アナリストの Henry Harteveldt は、これからは、航空会社の有料プライベートラウンジは、Wi-Fi サービスに代わる、例えばマッサージとかレストランのような新手のサービスを、考え出さなければなくなるだろうと、と言っている。(nytimes.com, 7/27/2004))

- エレクトロニックスとエンジニアリングのジャイアント Siemens が、Connexion by Boeing 経由で、出張社員の無制限の機内インターネットアクセスを､LH から取得した。　この手の法人契約は､Siemens が初めて。（ FT.com, 7/27/2004 ）

- Pleasant Holidays の旅行社用 Web サイト www.pleasantoagent.com の新しい予約エンジンが、7 週間のβテストの後に正式に立ち上がった。　新エンジンは、バケーションパッケージ価格を、タッタの２ページで表示する。（以前は８ページが必要であった）　旅行素材の価格をガラス張りにし、より多くのショッピング比較を可能にし､バーチャルツアーやストリーミングを含むイメージを提供する。（ DTW, 7/28/2004 ）

- AVIS が、今年 1 月以来、米国内に 25 の支店を開設している。　需要の顕著な増加に対応する為、と AVIS は言っている。　25 の新設支店には、ミニバ

ンから SUV やラクジュリーカーまで、全ての車種を用意している。(DTW, 7/29/2004)

- 5 年前に設立された、コンセルジェ会社（旅行中の家主に代わって、ペットの世話、住居のケアー、その他の仕事を代行する）の My Girl Friday が、全米展開の為に、フランチャイジーの募集を開始している。　フランチャイズに参加するコストは、31,500 ﾄﾞﾙ。(DTW, 7/30/2004)

- S&P は、7 月 28 日、NW 航空のレーティングを B＋から B にダウングレードした。　近い将来、もう一段階の“下げ”が有り得ると言っている。　1 年以上も継続している組合交渉の帰趨如何、ないしは、バンク・クレジットライン$975M （ 1,075 億円）の更新が行なえるか否かにより、レーティングの、一層の格下げの可能性が、有り得ると言っている。（ NW は、賃金カットの組合譲歩を得る為の交渉を続けている。　クレジットラインの最初の更新が 10 月に予定されている。）
  レーティング B は、NW の採算性の良い太平洋路線、航空機などの担保物件などのためだ、と S&P は言っている。(nytimes.com, 7/29/2004)

- USAirways が路線の大幅な組換えを行なっている。　今秋からの路線便数計画で、
  ①　東海岸地点からの直航便の強化
  ②　PIT ハブの解体
  ③　競争の激しい NYC＝フロリダ路線の増強
  を予定している。

  H & S システムから決別し、BOS, NYC, WAS, PHL からの直航便を増強する。PIT 発着については、既に▲1/3 の便数が削減されているが、更にカットして、ローカル需要に対応する小規模な便数とする模様。　以前言われていた、重要な資産の売却云々については、最早考慮しないと US は言っている。
  この路線便数計画の成否も、会社の倒産回避も、全て賃金カット（▲$800M ）の組合譲歩にかかっている。　会社は組合に対して、9 月 30 日までに回答

するよう求めている。　譲歩取得に失敗するならば、US は、機材の貸し手に対する債務不履行、政府保証融資のデフォルト、そして Chapter 11 に再突入するだろうと、CEO の Bruce R. Lakefield が警告を発している。　今回の組合譲歩が有るとすれば、Chapter 11 離脱の際の 2 回に加えて、3 回目の譲歩となる。(nytimes.com, 7/28/2004)

- Citigroup は、同社の$150M （ 165 億円）の出張旅費を取り扱う旅行社に、American Express と Travelocity の 2 社を選定した。　元々 Citigroup は、Rosenbluth の顧客であったが、Amex.の Rosenbluth 買収により、今回の 2 社併行指名となったもの。　Amex.が 95 %のビジネスを確保する。　Travelocity Business は、Diners Club 部門を獲得した。　Citigroup は、同社のクレジットカード事業の利害が、Amex.のそれとコンフリクトしてしまう為、入札による業者選定方式を選び、めでたく Travelocity Business が Diners Club の商売を獲得した。(DTW, 7/28/2004)

TD 勉強会　情報 124　　（以上）