

平成 14 年 11 月 1 日

TD 勉強会 情報 11

米国オンライン・トラベル展望

PhoCusWright の 2005 年までと、ForresterResearch の 2007 年までのオンライン・トラベル予測を報告します。 どちらも、観光市場（Leisure と Un-Managed Business Travel の合計）が対象です。

手法等の違いにより、両社の予測値にはかなりズレが有りますが、双方に共通している事は、オンライン・トラベル市場の大幅拡大持続と、とりわけ Vacation Package と Cruise オンライン販売の躍進が予想されている事です。

米国オンライン市場の現状と予測を、“絵”にしたものに纏めてありますので、ご覧下さい。

9-11 を挟んでオンラインのシェアが急拡大する PCW の絵（Table: 3）とか、単なる売上だけの比較ではなく、Reach X Booking Score X Revenue Index の総合評価による、Forrester のオンライン・サイト TOP10（Table: 11）は必見です。

PCW TRAVstats (30 September 2002)

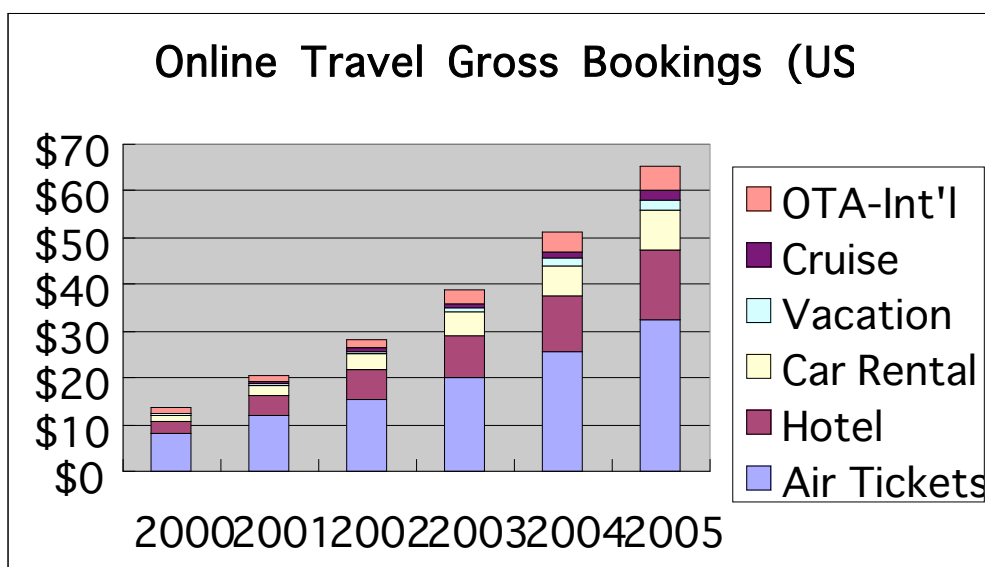
Online Travel Market Update 2001-2005

Forrester は、2005 年まで以下の通りの予測を行っています。

総旅行市場は、9-11 と米国経済低迷の影響を受け、2002 年までマイナス成長、2003 年下半期よりヤット回復に向かう。 2005 年迄の 5 年間で +7% の微増となる。(2000 年比)

オンライン・トラベル市場は、大幅拡大継続（年率+ 35 %増で 4.8 倍）、
 2005 年には \$ 65.5B（≒79 兆円）。 オンライン比率は、略 30 %に拡大する。
Vacation（10 倍）と **Cruise**（9 倍）の拡大がとりわけ大きい。
 オンライン旅行社の海外旅行販売シェアは、7 %→8 %に拡大(5 倍弱)する。

Table: 1



OTA = Online Travel Agency

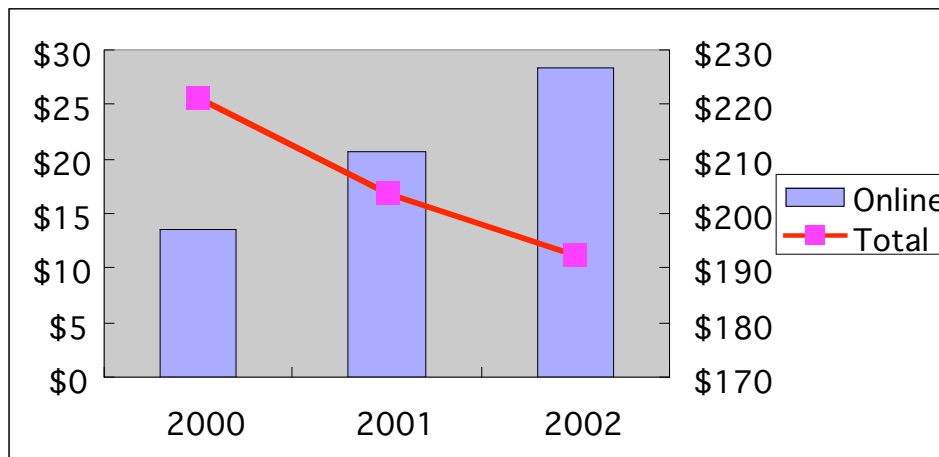
Table: 2

単位： US\$M

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Airline Tickets	8,078	11,795 146%	15,400 131%	20,100 131%	25,800 128%	32,300 125%
Hotel Reservations	2,620	4,220 161%	6,300 149%	9,000 143%	11,800 131%	15,200 129%
Car Rental Reservations	1,320	2,528 192%	3,510 139%	4,850 138%	6,500 134%	8,300 128%
Vacation Packages	210	340 162%	590 174%	1,025 174%	1,640 160%	2,370 145%
Cruise	210	340 162%	560 165%	900 161%	1,375 153%	1,925 140%
OTA-International	1,150	1,450 126%	2,000 138%	2,900 145%	4,100 141%	5,400 132%
Total	13,588	20,673 152%	28,360 137%	38,775 137%	51,215 132%	65,495 128%
All Travel Revenue	221,400	203,600 92%	192,500 95%	199,200 103%	210,200 106%	225,200 107%
% Of Online Travel	6%	10%	15%	19%	24%	29%

2000-2002年の2年間で、総旅行市場（観光）はマイナス（▲13%）、オンラインは拡大（+109%≒2倍超）する結果、オンライン比率は6%→10%→15%と拡大。

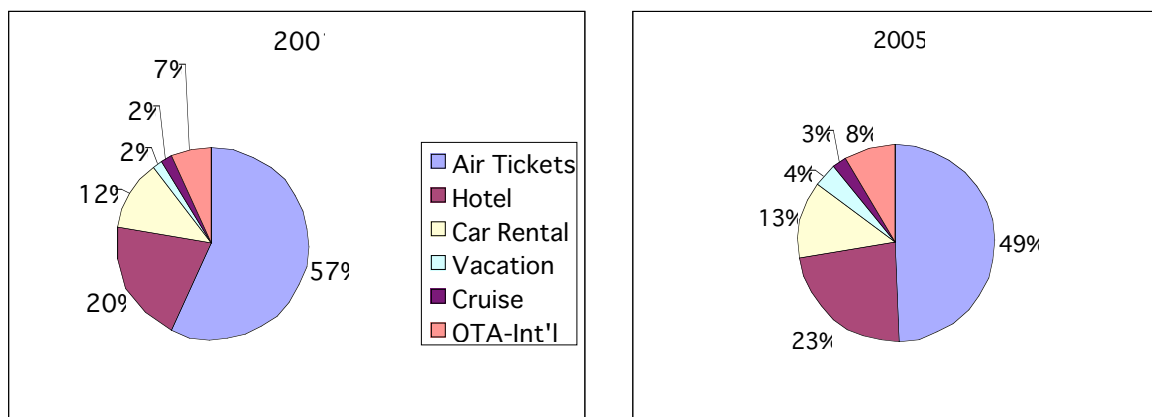
Table: 3 Online Travel Growth vs. Total Market Decline



単位： US\$B

プロダクト別シェアは、エアーが最大で約60%（2001年）。この傾向は、2005年まで継続するも、ノン・エアーがより大きく拡大する為、2005年のエアーは49%まで低下する。

Table: 4 Shift In Online Travel Segments, 2001-2005



チャンネル別では、エアライン **Web** が市場の半分を構成する。

チャンネルシフトは余り発生しない。

Table: 5 **Online Travel Market By Distribution Channel**

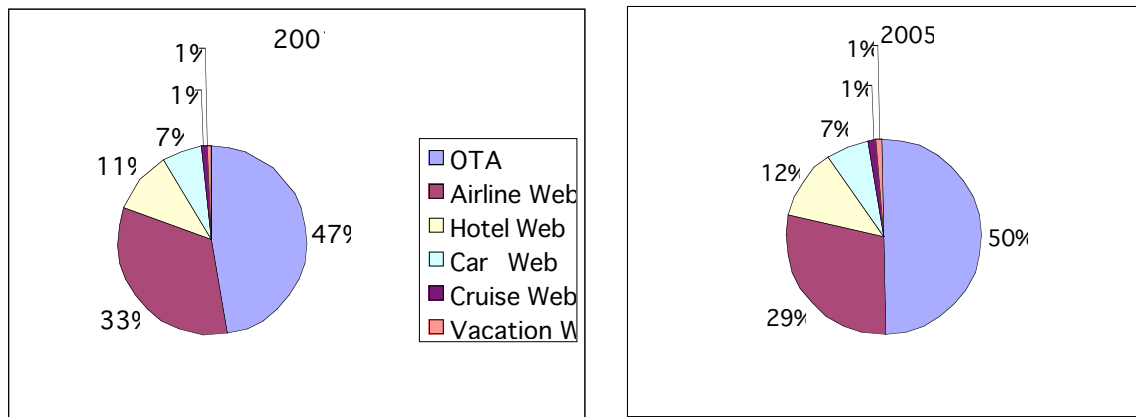


Table: 6

	2001	2005
OTA	9,779	32,300
Airline Web	6,900	19,000
Hotel Web	2,200	8,000
Car Web	1,454	4,800
Cruise Web	170	825
Vacation Web	170	570
合計	20,673	65,495

PhoCusWright (以上)

Travel October 2002 Data Overview: Covers US Leisure Forecasts, Web Travel Winners, Brand Royalty, And Channel Use

2002 US Online Travel Landscape

米国オンライン世帯数は約 7 千万、内 86 % がオンライン旅行購入者世帯。つまり、14 % が何処にも旅行していない。オンライン旅行購入世帯は、オンライン世帯の 44 %、2 千 6 百万世帯。

(注) Forrester の予測手法は、PCW のそれとは異なり、米国カナダ約 9 千世帯のアンケート調査を中心とした予測を行っている。

(注) Brand Royalty, And Channel Use の部分は割愛してある。

Table: 7

WholeView™		FORRESTER
2002 US Online Travel Landscape		
Online households	68.8 million	
Online leisure traveler households	59.2 million	
Annual leisure travel spending per household (US\$)	\$2,400	
Annual leisure trips	3.9	
Households that research travel online	42.0 million	
Households that book travel online	25.9 million	
Online leisure travel spending per online booking household (US\$)	\$873	
Total value (on- and offline) of the online travel market (US\$)	\$142B	

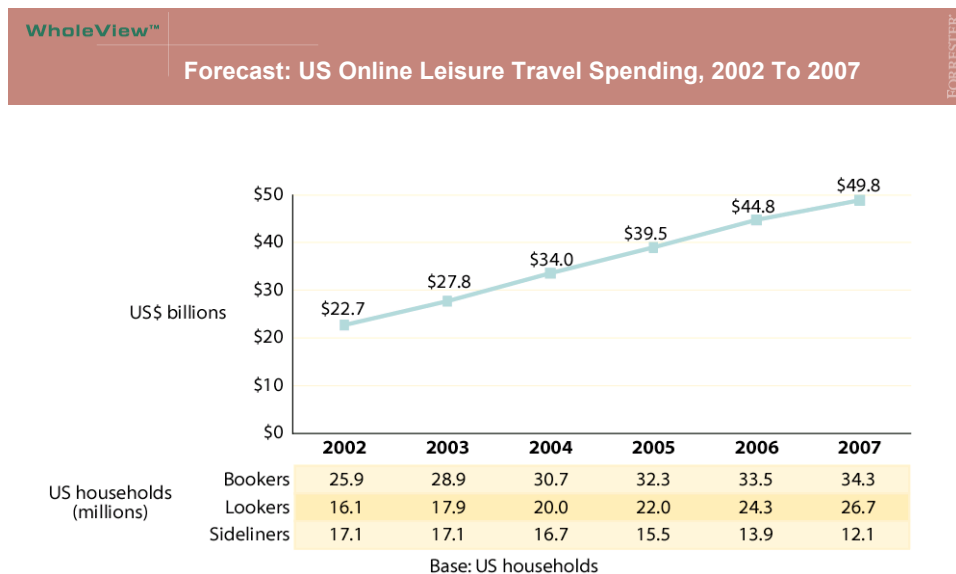
Forecast: US Online Leisure Travel Spending, 2002 To 2007

2007年に、現在の2.2倍の\$49.8B（≒6兆円）に拡大する。
 （PWC 2005年予測 US\$65.5B > Forrester 2005年予測 US\$39.5B）

Bookers と Lookers の比率は、B61 : L39 (2002) が、B56 : L44 (2007) に、むしろ Lookers のシェアが拡大する。

(オンライン市場の総パイの拡大が大きく、2007年以降も市場拡大の潜在力が大きい事を意味しているのではないか?)

Table: 8

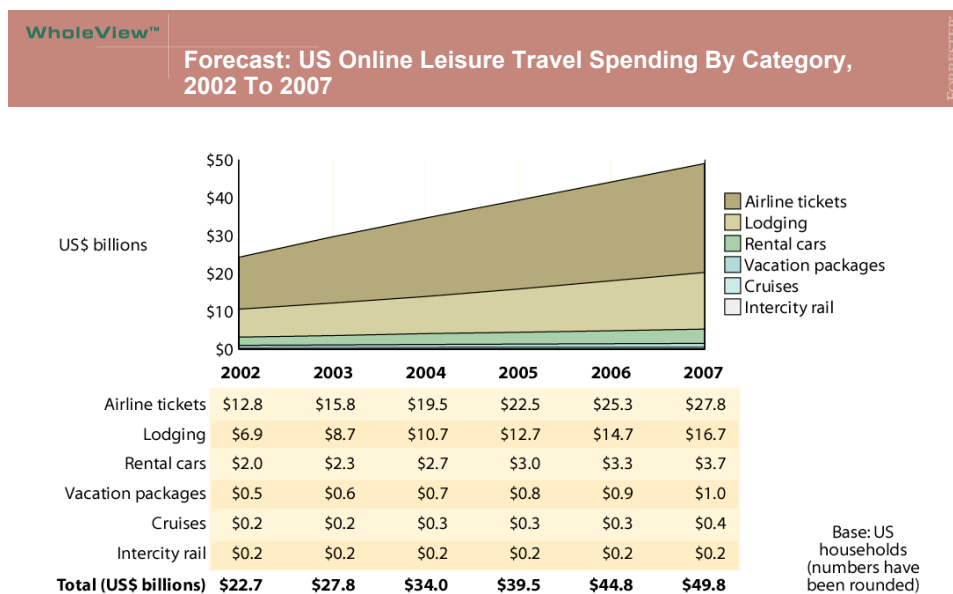


Forecast: US Online leisure Travel Spending By Category, 2002 To 2007

プロダクト別の構成は、エアー・チケットとホテルが全体の略 90 % を占める。

(PCW は 70 % ~ 75 % がエアーとホテルと言っている。 予測のとり方の違い?)

Table: 9



How Web Travel Winners' Scores Are Calculated

Reach と **Booking Score** と **Revenue Index** の三つのパラメーターによる総合評価。

Reach is calculated by dividing the total number of people claiming to have either researched or bought travel at a particular site by the total number of travelers who claim to have researched travel online.

The booking score is calculated by dividing the number of Bookers who have booked at a particular site by the total number of travelers who claim to have booked travel online.

The revenue index is calculated by dividing the average amount a site's visitors spend on travel by the average amount spent by all Web travel researchers.

Table: 10

WholeView™		How Web Travel Winners' Scores Are Calculated				FORRESTER
Total score		Reach	Booking score	Revenue index		
A rating that considers a site's reach, booking ability, and consumer base		The percent of all <i>Lookers</i> and <i>Bookers</i> that have visited each site in the past year	The percent of all <i>Bookers</i> that have booked at each site in the past year	An index of how much a site's visitors spend on travel overall each year		
Example: Expedia	6.75 =	40%	×	14%	×	1.18 × 100

2002 US Web Travel Winners

永年 TOP の Travelocity、2 位にダウン。 3 位の Expedia が TOP に躍進。

オンライン旅行社 御三家の Travelocity, Expedia, Priceline (2 位→8 位) と新規の Orbitz (6 位) の 4 社が健闘。

Orbitz は Reach が上位 (3 位) で Booking Score が低位 (6 位) ということは、

検索ツールとして使われる場合が多く、購入は他所で行われている。

エアラインは AA 3 位→Southwest 4 位→DL 5 位→UA 7 位の 4 社。

残る 2 社はホテル、Holiday Inn 9 位と Hilton 10 位。

Table: 11

WholeView™		2002 US Web Travel Winners					FORRESTER		
Rank	Change	Site	Total score	=	Reach	×	Booking score	×	Revenue index
1	▲	Expedia	6.75		40%		14%		1.18
2	▼	Travelocity.com	6.04		41%		13%		1.15
3	▲	American Airlines	5.41		31%		13%		1.34
4	▲	Southwest Airlines	5.00		27%		16%		1.19
5	▲	Delta Air Lines	4.75		30%		13%		1.26
6	▲	Orbitz	4.30		36%		10%		1.19
7	▲	United Air Lines	3.17		26%		9%		1.32
8	▼	priceline.com	2.56		26%		9%		1.14
9	▼	Holiday Inn	2.27		23%		9%		1.10
10	▲	Hilton Hotels	2.24		18%		9%		1.44

Last Year's Web Travel Winners

昨年実績ではレンタカー2社が TOP10 に名を連ねていた。

Hertz 8 位→11 位、Budget 10 位→17 位 (Budget は経営難となり Cendant が買収) と、何れも圏外へ。

Table: 12

WholeView™	Last Year's Web Travel Winners		FORRESTER
------------	--------------------------------	--	-----------

Rank	Site	Total score
1	Travelocity.com	9.63
2	priceline.com	7.00
3	Expedia	5.65
4	American Airlines	4.66
5	Southwest Airlines	4.06
6	Delta Air Lines	3.86
7	Holiday Inn	3.08
8	Hertz Rent A Car	2.87
9	Cheap Tickets	2.52
10	Budget Rent a Car	2.48