

TD 勉強会情報 5

Orbitz: Use Supplier Link To Go Beyond Agency Role

Orbitz: Supplier Link で旅行社から脱皮しろ

Orbitz の新しい Supplier Link テクノロジー (SLT) は、廉価なディストリビューション コストをもたらし、GDS バイパス時代の到来を告げるものである。

しかし旅行業のディストリビューション プレイヤーとしての潜在力発揮のためには、Orbitz は、現在のルーツを跳び越えた旅行会社として成長する必要がある。

With SLT, Orbitz Offers Airlines A Way Around GDS

SLT でもって、Orbitz は、エアラインに GDS 機能をオファー

エアラインは、GDS はコストが高く、機能が充分でないと強い不満を漏らしている。

そのエアラインが所有する Orbitz は、先週、GDS バイパスの Supplier Link テクノロジーを発表した。SLT について、Forrester が Orbitz の CTO 他に取材したのが以下である。

- ・ **SLT は 11 社が契約している。**

GDS のパイオニアであり、1964 年にデジタル コマース Sabre を開発した AA が、SLT の最初の顧客である。AA と 3 社が年内に SLT コネクティビティーの使用を開始する。Alaska, America West, DL, Hawaiian, Midwest Express, National, UA が、18 ヶ月以内に SLT をインストールする。

- ・ **より多くのスケジュールとプライス オプションを提供する。**

SLT が導入されると、現在 Orbitz が処理している AA の予約発券の 86% をプロセスすることが可能となる。

ソース・データからはキャッチされない、キャリアのホスト CRS にリアルタイムでアクセスする結果、より正確なアベイラビリティとより良い運賃検索が可能となる。だから GDS の最高レベルであるシームレス・アクセスよりも最新である。その結果、SLT

は、GDS では見られない低運賃を探すだろう。 或いは、更に良いことには旅行社では売り切れの座席表示のものでも、売ることが出来るかもしれない。

- ・ **キャリアが強く欲しているコストセーブを実現する。**

GDS は、予約のコンファーム、変更、キャンセルの度に航空券毎に\$12~\$17 を徴収している。 Orbitz の SLT は、航空券当たりフラット フィー\$4 をチャージ、76%のキャリアのコストをカットする。

SLT Gives Orbitz A Strong Multichannel Foundation

SLT は強力なマルチ チャンネル基盤を作る。

新テクノロジーの開発により、Orbitz は、2001年6月に事業を開始しているが、今回の SLT は全く白紙からの斬新な開発であり、次の二つのキー・ベネフィットを実現するだろう。

- ・ **A cheaper, more flexible platform... 廉価な、より柔軟なプラットフォーム**

Orbitz は、SLT をたったの 10 万ドルで、コモディティーPC コンポーネント上に作り上げた。 ストラクチャー・データ・サービスにより、異なったエアラインの CRS ホストの各々にリンクする。 SLT は、より正確なアベイラビリティと運賃検索結果を返す。 そして 10 倍も速くプロセスし、代替するテクノロジーの 90%も低いコストで、それを実行する。

使い易さのため、Orbitz は、共通コマンド入力システムを備えている。 これによりコールセンターのエージェントは、問い合わせ先エアライン或いはホストシステムには関係なく、一つのコマンドを覚えるだけで良い。

- ・ **.....that lets it compete offline オフラインとの競争が可能**

遂に Orbitz は、オンライン、オフラインの両方の利用者に同じアベイラビリティと運賃検索結果を見せることが出来る。 ここが SLT の重要な点である。 今や Orbitz は、オフラインの商売 ——新法人旅行管理プロダクト TravelBuilder には特に重要である—— に効率的に出て行くことが可能。 そして Carlson Wagonlit の如くのオフライン旅行社に、フル・ブッキング・システムとして SLT を販売し、収入ベースを拡大出来る。 AQUA Software や Navigant にライセンスしている単なるフェア・チェックング・ソフトウェアに対抗することが出来る。

But Orbitz Must Free Itself Of Its Agency Shackles To Win

しかし **Orbitz** は、今後の繁栄の為に、旅行社以外を狙わなければいけない

8 月 19 日のプレス・コールの中で、Orbitz は、「我々は、オンライン旅行社である。そしてオンライン旅行社として留まる。」と言っている。

これは困ったことだ。この戦略は、Orbitz の影響力と顧客のコスト削減潜在力を抑圧してしまうだろう。何故なのか？ Orbitz は自分で認めているように、全米エアラインのトランザクションの、たったの 2%しか構成していない。トランザクション量の顕著な拡大のために、そしてエアラインがよりコスト削減できるように、そして投資家が期待している ROI を実現するために、Orbitz は、SLT で旅行社以外のトランザクション処理を行わなければならない。そのために、Orbitz は、その次には GDS も、自己変革する必要がある。

- **Orbitz must drop its MFN clause and become a true booking system.**
- **Orbitz は、真の予約システムになるため、MFN を捨てなければならない。**

Orbitz は、議論のあるサービス レベル ——“the Charter Associate”—— をオファーしている。その中で、MFN（最恵国待遇）は、Web 運賃とその他の Web 旅行社に与えられているプロモーションを含む運賃への自由なアクセスの見返りに、より安いブッキングフィーを与えている。

旅行社としての Orbitz は、罰せられないが、しかし予約システム販売会社としての Orbitz となれば、MFN 条項は、航空会社所有の GDS をカバーする CRS ルールに違反する。

SLT の最大限の潜在力を発揮するために、Orbitz は MFN 条項を捨て、オフライン旅行社ビジネス用として、四 GDS に SLT 販売を行うべきである。

- **Orbitz should expand beyond travel agency bookings.**
- **Orbitz は旅行社予約以外に拡大すべきである。**

皮肉にもエアラインがバイパスしたがっている GDS も又、年間\$25M～\$65M かけて、CRS をホストしている。Orbitz はこれを収入源にするべきである。そして、クルーズやパッケージのような旅行業界のその他の分野の、ホスティング・ケイパビリティを構築するべきである。

これは Orbitz を多角化するだけでなく、トラベル ディストリビューション テクノロジーの次のステージ ——Integrated Direct Connect—— に対する優位性を与えることになる

だろう。

- ・ **GDS must refashion themselves to keep Orbitz and others at bay.**
- ・ **GDS は Orbitz やその他を寄せ付けないために、自己改革すべきである。**

Orbitz のみが新しいテクノロジーを開発しているわけではない。

Expedia は、Worldspan への依存を減らすためシステム強化を行っている。そして Sabre の Travelocity に対抗して、Direct Connect を開発中である。

昨年、Forrester は GDS に Web サービス ソリューションを検討する事を提案した。

(Galileo が検討中である。) Web サービス運賃検索ツールである SideStep の如くの最先端企業の買収を提案した。

しかし GDS は、繁栄するために、旅行以外に眼を向けなければいけない。 マージンがより健全な金融サービスのような、その他の業界のトランザクション 処理者 (transaction conduit) に成る事を検討しなければいけない。

以上、Forrester Research 社 Technographics August 22 からの抄訳。

(以上) TD 勉強会