

TD 勉強会 情報 212

1. 「連載」ホスピタリティーの収入とチャネル管理の融合（1）
2. 米旅行市場拡大継続、オンライン化率5年間で倍増
3. コンチ、アメリカンに続いて 幾つかの GDS 参加中止を示唆
4. AOL、トラベロシティーとの契約更新
5. 米オンライン旅行社の欧州展開の現状
6. ディズニー、テーマパークと分離したツアー販売に乗り出す
7. その他のニュース



米コンビニストアで、何でも出来る Kiosk が設置され始めている。

(関連記事：ページ 30 参照)

1. Hospitality Revenue And Channel Management Converge

「連載」ホスピタリティーの収入とチャンネル管理の融合（1）

<PhoCusWright 社の、ホテル業界の収入管理とチャンネル管理に関する調査レポートを、今週号と来週号の2回に分けて連載する。>

チェーン ホテルは、収入とチャンネル管理を統合して、

- ① オンライン仲介業者から、流通支配権を取り戻し、
- ② 直販（direct booking）を成長させ、
- ③ カスタマー リレーションを強化し、
- ④ 流通チャンネルに亘る需要のより良い管理を、

実行する事を目論んでいる。

流通サービス プロバイダーの Pegasus, SynXis, iDeas, TravelCLICK/iHotelier, Hotel Booking Solutions は、開発能力と、ホスピタリティーの収入とチャンネル管理を必要としている顧客拡大のために、提携し、合併し、買収されている。

そして、収入管理とチャンネル管理の両方を理解する新しいタイプのホテル マネジャーが必要とされているが、財務的、分析的、マーケティング スキルを持った、彼等は不足しているので、おいそれとは見つからない。

PhoCusWright は、収入とチャンネル管理の融合と、それがチェーンやプロパティーの、マネジャー・オーナー・流通サービス プロバイダーと教育機関に与える影響を考察する。PCW は、収入管理とチャンネル管理の融合は、市場の現実であり、経営活動であり、システム リクワイアメントであると考える。

流通チャンネルの発展

Distribution Channel In Evolution

ホスピタリティー流通チャンネルは、インターネット利用を触媒として、継続して変化しシフトしている。 ビジネス・レジャー・グループの各セグメントの需要は、旅行や宿泊のプランや、調査、予約（購入）のために、インターネットとその強化された機能への依存

を益々増加させている。 オンライン化率とその利用パターンは継続して発展しており、(Table 1.参照) ホスピタリティー流通に、以下のような幾つかの影響を与えている。

- より多くのオンライン ショッピング (調査) と予約の発生、
- 検索エンジンとメタサーチ サイトの利用の増加、
- ショッピングと比較検索のための複数サイト利用、
- 伝統的旅行社 (オフライン旅行社) の利用減少、
- オンライン サプライヤー ダイレクト ショッピングと購入の増加
- コールセンター利用の減少、(或いは異なった利用)

Table 1



インターネット利用や、オンライン化率は、地区によって異なっている。例えば、欧州では、米国よりもツアーオペレーター利用の機会が多い。そして、ホテルプロパティは、大手チェーンにそんなに属していない。

アジア太平洋地域では、文化、政治システム、地理、テクニカル インフラストラクチャーのヘゲモニーが、旅行とホスピタリティーの流通を形作っている。 PCW は、2007 年に、アジア太平洋地域のホテルのオンライン予約収入を、80 億ドル (9,400 億円) と予測している。 これは、米国に於けるオンライン ホテル販売 257 億ドル (3 兆円) に比して、1/3 以下の規模である。 しかし、この地域の大きな人口、潜在力有る経済成長、欧米と引けを取らない現在のインターネット ユーザー ベースを考えると、ホスピタリティー チャンネルと収入管理に与えるマッシブなインターネットの影響を受ける素地を、アジア太平洋地域は既に十分に持っている。 この地域へのインターネットの影響は必ず起こるだろう。 どんな影響が起こるのか?ではなくて、何時起こるのか?の問題だ。

将来、全世界の収入とチャンネル管理を一緒に働かせるという問題は、未だ不確実な問題だ。しかし、アクションとレスポンスのための原則的なガイドは存在する：

- ① チャンネル流通戦略の保有、
- ② チャンネル間に亘る、一貫した価格設定、
- ③ 流通チャンネル、特に検索エンジン チャンネルに於ける、ブランドの支援と保護、
- ④ ④ チャンネル コスト(直接/間接を問わず)、⑤ 消費者との親和性 (consumer intimacy)、
⑥ 競争力 に関して、収入管理に及ぼす流通効果の理解と解明
- ⑤ 統合された **需要管理 (demand management)** の決定とその実行 (**integrated demand management decision**) を支援するソリューションの採用

Hotel Booking Solutions の CEO Larry Hall が提案しているように、新秩序“**需要管理(demand management)**” がホスピタリティー業界で考案されている。

この新秩序は、以下を含んでいる。

- ① 供給規制に従って収入の最適化を実現する伝統的収入 (イールド) 管理、
- ② 意思決定支援ツールによって企業全体に亘って測定され統合される収入が動かすマーケティング決定に基づくマーケティング計画、
- ③ 顧客へホテルをリンクさせるチャンネルに亘って遂行されるマーケティング意思決定に基づくチャンネル管理、

これらの原則の実行が、需要管理の中核をなすものである。

収入とチャンネル管理の融合点に於けるコストと機会の理解

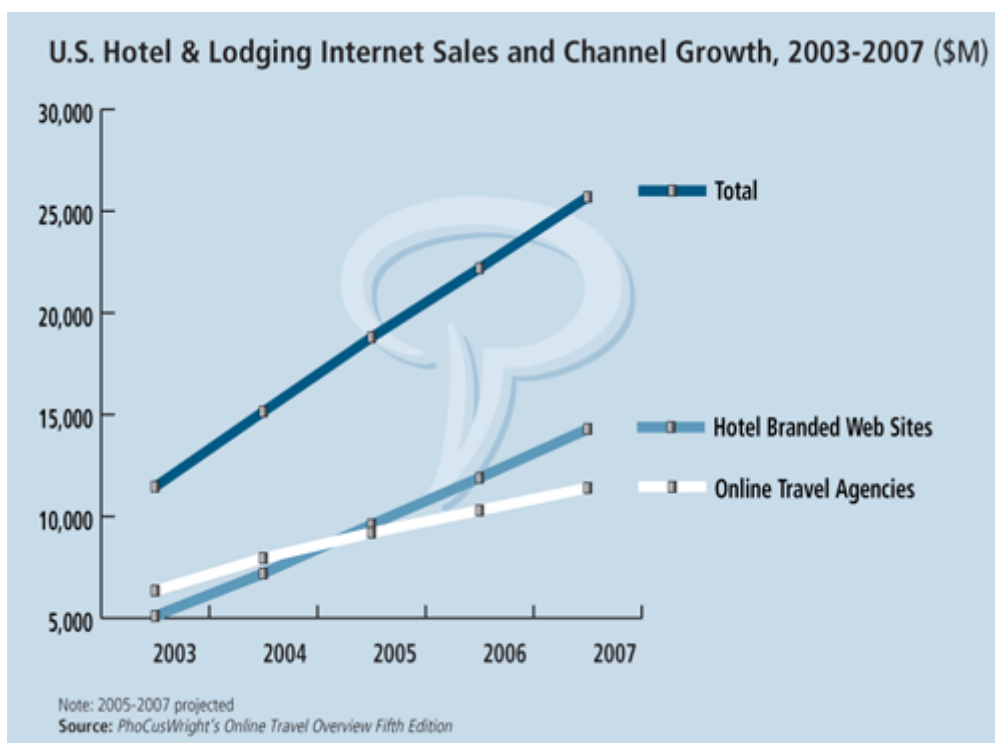
Understanding Costs And Opportunities At The Crossroads

マルチのチャンネル環境に於ける収入管理の効果的な実行には、夫々のチャンネルに於けるコ

スト（とベネフィット）の正確な理解が要求される。 これらのコストには、GDS、及び/或いは、スイッチ、伝統的旅行社に対するコミッション支払い、ネット仕入値に対するマーチャント マージン等のハッキリしたコスト（explicit cost）が含まれる。 間接コスト（implicit cost）には、ホテル、及び/或いは、チェーンと顧客間の仲介業者介在に関連するコストが含まれる。 もう一つの、余り目立たない、しかし関連性がある間接コストは、短期的と長期的オキュパンシーの低下時に対応する仲介業者の潜在的マーケティング価値のコストである。 収入とチャンネル管理のためには、直接と間接の両方のコストを理解し解明しなければならない。

「直販優先！（go direct!）」は、大手チェーンの流通戦争の、時の声である。 敵と見られているのは、オンライン仲介業者達だ。（多分、間もなくすれば検索エンジンがこれに加わる） 彼等は、ホテルを顧客から切り離し、ADRの分け前を横取り（少なくともチェーンから見れば）している。 この時の声は、チェーンと彼等のプロパティに成功裡に伝わっている様だ。 何故ならば、ホテルは、仲介業者達からシェアを自分達に奪い返している。（Table 2.参照）

Table 2



しかし、“不思議な国のアリス”の近くに居る様に、ホスピタリティーの流通は、必ずしも何時も彼等が思っている通りであるとは限らない。 ひたむきな直販戦略は、成功していると一般的には見られている様だ。 特にブランド サイトのダイレクト予約は、しばしば

低コスト（或は最低コスト）のチャンネルと見られている。また同時に、直販は、顧客の期待・ロイヤルティー・エクスペリエンスを強化させる事が出来、ブランド管理をサポートしてくれる。この様な考えを収入管理へ応用して、インベントリーをバケツ毎へ割り振る際に、*仲介流通コスト (intermediary distribution costs)* の多寡によってインベントリーを調整するシステムを作り出す事が考えられるだろう。例えば、マーチャント流通コスト（例えばグロス ADR の 30%）が掛かっている同一グロス ADR インベントリー（バケツ M）は、そのコストが掛かっていない同一グロス ADR インベントリー（バケツ A）の下位に割り振られなければならない。（即ち、バケツ M は、バケツ A が売れている間は、インベントリーが開かれない。）

これを代替するのは、仲介業者に支持されている流通チャンネル、特にマス マーケット型でメディアの様な訴求力を持った流通チャンネルだ。このチャンネルは、チェーンの（或はプロパティの）自社サイトよりも安いマーケティング費用で、オフピーク時のボリュームを動かす能力を有している。伝統的イールド管理は、マーチャント予約（即ちネット レート）のハッキリしたコストを容易に取り込んでいるが、彼等の最適化方程式に、オフピークのボリュームを動かすベネフィットの要素を取り込めないでいる。オフピークのベネフィットを計量する事は、非常に重要な事である。

PCW の調査では、オンライン旅行者の 1/3 に近い人達が、レート比較でオンライン旅行社を利用した後に、プロパティでダイレクト予約している。この現象は、マーチャントのマージンを縮小させるので、大手オンライン旅行社である Expedia や Travelocity や Orbitz を、格安販売（マーチャント販売）から、旅行エクスペリエンス充足の為の、旅行情報コンテンツの充実や旅行計画支援ツールの開発などの、消費者のショッピングを助ける方向へと向かわせている。

オンライン旅行社が取り組むオフピークのプロモーションは、収入管理が、少なくとも長期的には、プロパティが欲する時にボリュームを動かしてくれる、チャンネル能力を勘案しなければいけない事を示唆している。さもなければ、オフピーク時の旅客を、競争相手に取られてしまうだろう。

究極的には、チャンネルと収入管理の意思決定ツール、及び或いは、そのユーザーは、旅行のエクスペリエンスをプロモートし確保してくれるオンライン旅行社のマス マーケティング（メディア）能力を、何らかの方法で勘案しなければならないだろう。この事は、収入管理のためには、トランザクション コストに、仲介業者による安いレート販売を数パーセントは含めなければならない事を意味している。しかし、当然の事ながら、これは、仲介業者がプロパティ チェーンにもたらず、*相対的に*より高い ADR、及び或は、ボリ

ユーモ不足時のより大きなパーセンテージの追加的トランザクションによって相殺されなければならない。

この事から、経営上は、実際に運用される収入管理システムが、マーチャント インベントリーのハッキリしたコストだけを含めれば良いと考えるのは間違っている。 オンライン仲介業者の参加によって動かされる直販 (*direct booking*) の影響の範囲とバリューを測定する事は、より効果的なのだ。

顧客とプロパティ-或はチェーン間の仲介業者の介在が、ネガティブなカスタマー リレーション効果もたらす事を無視するのも、同様に間違っている。 この効果の測定は、複雑である。 究極的には、これは、仲介業者とのディール時の、消費者ロイヤルティ-とリピート ビジネスに与える影響の理解と計量化を意味している。 ネガティブなカスタマー リレーションを回避するために、チェーンが、ブランドやプライス オペーク マーチャント プログラムを好む訳である。 この様なプログラムは、明らかに格安志向、価格一辺倒の旅客にアピールする。 この様な顧客には、ゲスト ロイヤルティ-を追求する価値が制限されるのだから、オペーク マーチャントによる対応が適当なのである。

大手チェーンは、ブランド ロイヤルな顧客に対する仲介業者の影響を理解する為の調査を行っている。 この様な効果の明確な取り込み、或は、少なくともその効果を勘案して収入管理最適化を調節する事は、チャレンジな事である。

これ等の全ては、仲介業者の間接的なコスト (*implicit cost*) を知る必要性が、大いに有る事を示唆している。 同様に、この情報は、需要管理の実際に明確に含ませる必要性がある事を示している。 ■ (次週に続く)

PhoCusWright, TRAVstats, 3/27/2006

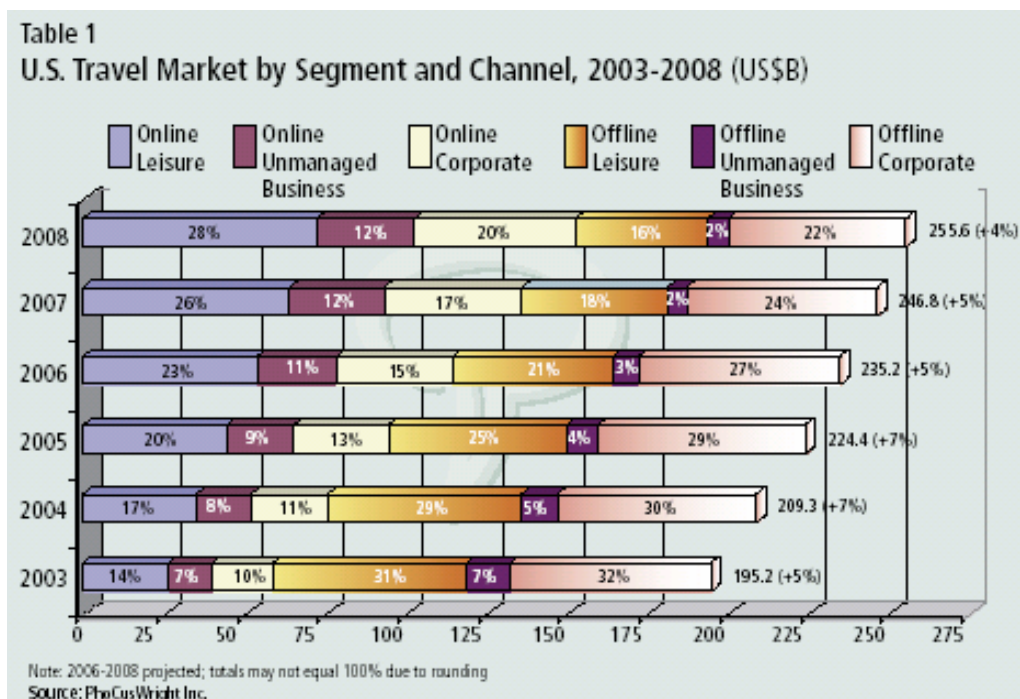
2. Total U.S. Travel Market Expands As Shift To Internet Distribution Continues

米旅行市場拡大継続、オンライン化率5年間で倍増

米国の旅行市場が、2年連続で、前年を+7%上回る成長を継続させている。 2005年の米旅行市場は224.4億^{ドル} (26兆3,250億円)に達し、その内、オンラインによる販売が42%を占めている。(Table 1 参照)

好調な景気、企業の出張旅行拡大、消費者の堅調な旅行熱、旅行業界の自信の回復、などのファクターが、世界的な健康問題や、原油価格の高騰や、それにハリケーン災害など問題を吹き飛ばし、2004年と2005年の、2年連続の旅行需要の増加を支えている。

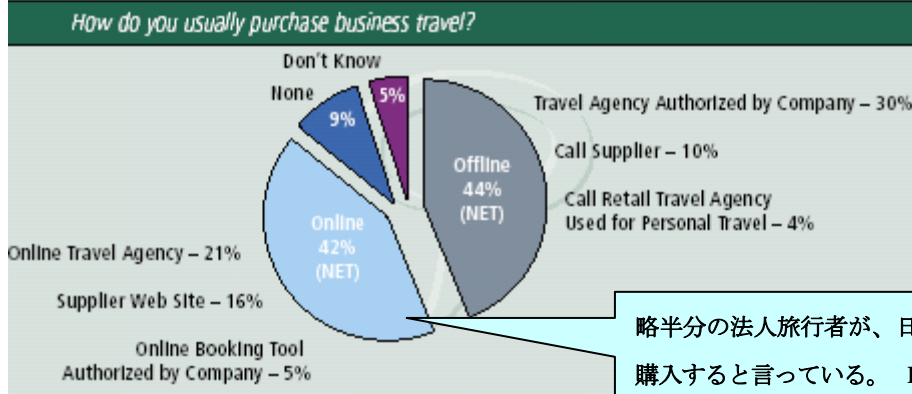
しかし、2006年以降は、この成長振りに、翳りが生じるだろう。金利の上昇、GDP成長率の鈍化、貿易赤字の拡大、など米経済成長は鈍化する方向で、旅行需要はマイナスに転じる恐れすら無しとしない。しかし、販売額では、価格の上昇により、年+4%~+5%の増率が、確保される事になるだろう。米旅行市場の成長鈍化に対応して、米旅行流通業者は、欧州やアジアへの展開を、更に拡大させるだろう。



2006年以降の顕著なトレンドは、オフライン販売の継続的低下、即ち、オンラインの継続的増加である。2005年のオンライン化率42%は、2008年には60%に拡大すると予測される。2003年から2008年の僅か5年間の間に、米旅行市場の30%が、オフラインからオンラインに切り替わっている。(2003年オンライン化率31% → 2008年60%の倍増) オンライン化率の一番遅れている法人旅行市場でさえも、ビジネス旅客の略半数が、日常的にオンラインで彼等の旅行を購入する、と言っている。(Table 2 参照)

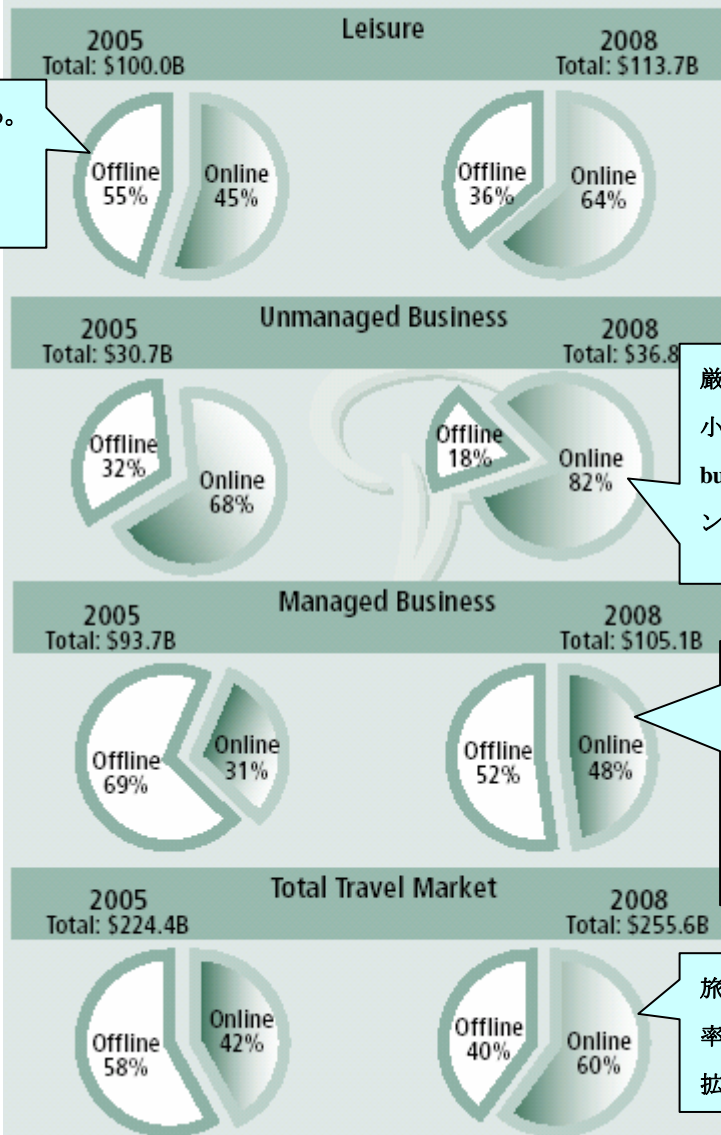
セグメント別のオンライン化率の変化はTable 3に、セグメント別の需要の年増率はTable 4に図示する。 ■

Table 2
 "Usual" Channel of Business Travel Purchase



略半分の法人旅行者が、日常的にオンライン購入している。PCWは、2008年には、それが、57%に拡大すると予測している。

Table 3
 U.S. Leisure/Unmanaged Business, Managed Business and Total Travel Market by Channel, 2005 and 2008



表示が間違っている。
 On 55%, Off 45%
 が正解。

厳格な出張規程を持たない中小企業の法人旅行 (unmanaged business travel) の略全てが、オンライン化される。

セルフ予約ツール展開増などにより、一番遅れている法人旅行 (managed business travel) のオンライン化率が50%近くにまで拡大する。

旅行市場全体のオンライン化率が、3年間で42%から60%に拡大する。

Table 4
Total U.S. Travel Market Growth by Travel Segment, 2004-2008

Year	Leisure	Unmanaged Business	Corporate
2004	9.6%	3.0%	6.2%
2005	4.9%	9.2%	9.1%
2006	3.8%	5.9%	5.5%
2007	5.3%	9.1%	3.0%
2008	4.0%	3.6%	3.1%

Source: PhoCusWright Inc.

2006年以降は、米GDPの低下に伴い、旅行需要が低下すると予測されている。

Unmanaged Businessは、オンライン旅行社などの積極的プロモーションの影響により、年度増率が逆行する。

DTW, 4/3/2006

3. Continental: Dispute Puts Agents “In The Middle”

コンチ、アメリカンに次いで 幾つかの GDS 参加中止を示唆

CO 航空が、AA 航空に次いで、GDS の内の幾つかへの参加を取り止める場合がある、とサブスクライバー旅行社に警告した。そして、Travel Weekly 誌に、より高いコストの流通チャネルを使用する旅行社に対しては、フィーの徴収を検討する可能性がある事を打ち明けた。

CO は、現在 GDS と契約更改交渉中で、米国内線予約当たりの GDS フィーを、6ドルに値下げさせる事の実現に努力している。仮に、旅行社が、現行と同レベルの 12ドル掛かる GDS を利用する場合は、差額の 6ドルをその旅行社から徴収する“コスト リカバリー プログラム”を採用するかも知れない、と CO は言っている。勿論、CO が、GDS との交渉で、6ドルの料金の獲得に成功すれば、旅行社への差額請求は消滅する。

(CO の現在の GDS 契約は、Amadeus が 6 月 30 日、Sabre が 7 月 2 日、Worldspan が 7 月末、Galileo が 8 月に、夫々失効する。)

CO は、6ドルへの値下げの要求に併せて、ノーマル運賃販売のみの GDS 提供のオプション (12ドル?) を検討している。

CO は、3 月 28 日付けの旅行社に宛てた書簡で、現在旅行社が使用している GDS と契約を更新しないかも知れないので、CO コンテントへのアクセスの突然の中断を回避するために、早めに他のソースへのシフトを行う事を、旅行社にリコメンドしている。CO は、他のソースとして、自社サイト、GDS 代替の G2 Switchworks、Farelogix、EZRez、Patheo の利用をリコメンドしている。CO は、既に幾つかの旅行社のフロントエンド システムを、

COの予約システムにリンクさせる作業に取り組んでいる。そして、このダイレクトリンクする旅行社が増加していると言う。 ■

DTW, 4/3/2006

4. AOL, Travelocity Sign New Two-Year Deal

AOL、トラベロシティとの契約更新

AOLは、Travelocityとの提携 — Travelocityが、AOL Travelに排他的予約エンジンを提供する契約 — を、4月1日から更に2年間（3年目のオプション付き）延長した。

Travelocityは、1999年よりAOL Travelの排他的エンジン提供者となっている。AOLが2004年にメタサーチのKayakに出資（\$2m）して少数株を取得し、AOLのPinpoint TravelにKayakのショッピング比較検索エンジンを採用した時点から、AOLとTravelocityの提携は、先が短いと見られていた。であるから、今回の2年間の契約延長は、周囲の人を驚かせている。

更新された契約は、現行の排他的流通提携から、テクノロジー戦略提携に形を変えている。AOLは、「Travelocityは継続して、AOLの、エアー・カー・ホテル・パッケージ・クルーズの統合された排他的オンライン旅行社となる」、と語っている。また、この契約は、AOL Travelを、編集された情報、ユーザーが作り出すレビューやブログ、パーソナライズ機能、MapQuest マップ、RSS アラート、ビデオなどを総合的に保有するオンライン旅行社に成長させるためのテクニカルな支援を、Travelocityに約束させている。

MapQuest マップクエスト

最初は、ガソリンスタンドの客に配る無料道路地図の製作サービスだった。1996年2月開設。2000年、AOLに買収される。現在、AOL Time Warnerの地図情報サービスとして、紙の地図とオンライン地図という双方の部門を擁し、オンライン地図サイトは無料でいつでも利用できる。同社のサイトはネット上で最も頻繁にプリントアウトされるサイトの1つとなっている。2005年現在、インターネット地図業界でトップ。サイト：<http://www.mapquest.com> ユーザーが住所を入力すると、その位置がオンライン地図上で示され、ズームインあるいはズームアウトすると、地域の道路や、周辺の様子を確認できる。幹線道路の補修工事、新しくできた道路、通りの名称の変更などをつねに反映しているとは限らないため、正確な道路地図というよりはむしろ、目的地周辺まで到達するためのガイドと見るのが良いらしい。提供される情報の多くは、郵便関連の情報に基づいている。米郵政公社が正式に新しい通りの存在

を認めるのは、それが公共の用に供されてからである。そのため、データベースに新しい道路が加えられるのに1年以上かかる場合もある。2002年8月にはユニークビジター数は約2300万人と前年より63%増加した。(オンライン コンピューター用語辞典)

更には、この契約で、AOLは、Pinpoint Travelを、AOL Travelに統合する。今までは、AOL Travelのホームページは、Travelocityのみしか表示していなかったが、これからはPinpoint Travelについてもフィーチャーする事になった。(AOLの検索ボックスで、“CHIホテル”と入力すると、Pinpoint Travelがスポンサードリンクのトップに表示されたが、AOL Travelでは、Travelocityのみが表示され、Pinpoint Travelは表示されなかった。)

Travelocityは、1999年のAOLとの契約に、\$200m(220億円)を支払い、広告とコミッション収入をAOLと折半する仕組みを採用したが、その後現在まで、2回契約が変更され、昨年には、Travelocityは、AOLに年間\$13m(15億円)を支払えば良い事になった。(AOLのTravelocity経由販売が、一定額にまで達しない場合は、この額は減額される。)

AOLは、4月1日からの更新契約の、財務的内容については明らかにしていない。Travelocityは、Yahoo Travelにもエンジン提供しているが、この契約は、12月31日に終了する。 ■

DTW, 4/4/2006

5. Despite Europe Skid, Online Agencies Stay The Course

米オンライン旅行社の欧州展開の現状

2004年後半から2005年の中頃にかけて、CendantとSabreならびにPricelineは、海外展開の拡大のために、欧州の知名度の高い旅行社を買収した。IACは、旅行部門をExpedia Inc.に東ねた分社化に忙しく、欧州に於ける積極的な買収は行わず、Expedia Europe自身の慎重な成長ペースを保っている。

この米大手オンライン旅行社4社の、欧州展開の成績が芳しくない。その理由には、以下の諸点が上げられている。

- ① サプライヤー自社サイトの直販拡大が、オンライン旅行社のシェアを奪っている。
 - ② 欧州のツアオペレーター達(Thomson Holidays, Tui, Thomas Cook<Tグループと呼ばれている>等)の本格的なオンライン支出による競争の激化。
 - ③ LCCの拡大。(LCCは、オンライン旅行社と商売しない。)
- 彼等の欧州展開の状況を表にまとめると、次表の通りになる。

	欧州買収企業	備 考
	'05年9月-12月実績	
Cendant	eBookers (昨年2月) Gullivers Travel Associates (昨年4月) Octopus Travel TDS 部門利益 EBITDA ベース ▲ \$332m	eBookers のプラットフォーム全面改修、2007年の再スタートを狙う。 2005年 eBookers 損失▲\$30m。 Cendant は、Orbitz を2004年11月に買収している。 Gulliver は、ホテル・地上手配・観光のホールセラー。 Cendant は、Gullivers コンテントを Galileo やその他の Cendant の旅行部門に提供させる計画している。
Travelocity (Sabre)	昨年7月 Lastminute.com を \$1.2bn で買収。 4QT に統合費用\$9m 支出。 営業損出 減益▲100% ▲ \$24.5m	4QT 欧州以外営業利益 +9.3m、欧州営業利益▲33.7m。 2006年海外営業利益見通し約+\$50m、グローバル収入、前年比+40%増の12億 ^{ドル} 達成を計画。 しかし、2006年1QT、前年同期比▲\$8m～▲\$10m 減益。 Lastminute.com 収入減と Zuji 買収(1月)が、この決算に影響。 Travelocity は、間際販売の Lastminute.com を米州でも展開する。
Expedia	(買収競争に加わらず) Expedia Europe の organic growth を追求。 純利益 減益▲43% +\$25.2m	2005年の海外販売は、全社の22%を占める。(2003年は12%) 2005年下半期より欧州販売の増率が下降。 姉妹会社 Hotels.com 29カ国に展開し、\$19m を売り上げる。 英で大苦戦なるも、独・仏・伊で、昨年始めて利益計上。 2006年末までに日本進出。
Priceline	Active Hotels (2004年9月)、 Bookers B.V. (2005年7月) を、\$300m で買収。 利益 減益▲24% +\$3.8m	他のオンライン旅行社同様、北米市場収入の伸びが鈍化。 サプライヤー直販の増加と、L/F (or オキュパンシー) 向上により売り物の払底等の影響が原因。 Priceline の逆オークションモデル不振。 欧州事業は、Active Hotels と Bookers B.V.買収で活況。(どちらもホテル流通企業) Priceline Europe の40カ国に跨る2万軒のホテル予約サービスは、4QT で+88%増加して、グロス\$158m を売り上げた。 Priceline Europe のホテル販売マージンは、競争他社が20%を取っているのに対して15%。これが Priceline の競争力を高めている原因。

オンライン旅行社の将来性について、悲観的な見方をしているアナリスト達が散見される。彼等は、その理由として、以下を上げている。

- ① オンライン旅行社は、コンテンツとインベントリーを保有していない。
- ② サプライヤーが、自社サイト直販を益々拡大させている。
- ③ 旅行社検索モデルが台頭している。
- ④ 上記が、オンライン旅行社の、ブッキング マージンとオペレーティング マージンを押し下げている。

しかし、この見方は、悲観的過ぎるかも知れない。米大手オンライン旅行社は、2005年は欧州展開の“投資拡大期間”であっただけで、何れはこの投資の効果を最大限に引き出して、健全な事業運営に復帰するだろう。

①パーソナリゼーション、②コミュニティー、③プランニング、④リサーチの、強化されたツールを開発して、サプライヤーや他の旅行検索サイトに、互角の勝負を挑むだろう。そして、更に海外展開を拡大させるだろう。欧州の次のプライマリーな展開先ターゲットは、アジア地域（それにロシア、中央欧州、中東）となるだろう。アジアでは、携帯電話を組み込んだモデルの構築が不可欠となるだろう。 ■

DTW, 4/4/2006

6. Disney To Promote Travel Products Without Park Tie-Ins

ディズニー、テーマパークと分離したツアー販売に乗り出す

The Walt Disney Co.が、ツアー販売方針を180°変更する。今までは、Walt Disneyのパークとリゾートに関連させたツアー販売だけを実施して来たが、これからは、それとは独立したツアー販売を開始し、本格的な旅行業界への参加を計画している。具体的には、Disney Cruise Lineのカリブクルーズに地中海クルーズ（PARのディズニーランドとは関係しない）を追加し、添乗員付きのランドオンリーパッケージ“Adventure by Disney”（オランダやアナハイムのディズニーランドとは関係しない）を新たに造成する。

販売はThe Walt Disney Travel Co.が手がけるが、クルーズも、ランドオンリーパッケージも、どちらも異なった部門であるDisneyのクリエイティブ開発とエンジニアリング部門が担当する。旅行部門に担当させないのは奇異に感じるが、これは、Disneyが、Adventures by Disneyを、家族需要を対象とした物語風に仕立てたツアーにして、企業の中核商品にする考えを持っている事を示している。もともと、Disneyは物語で生業をたてている企業であるが、新しいツアーは、ディズニーランドのファンタジーランドのパークとは異なった物語をテーマにして造成される。

ツアーは、両親、子供達、或いは両方にアピールするように作られている。サーフィンのレッスン、料理教室、子供達だけのピザやボーリングパーティーが、ツアーで企画される。行き先の各地では、エキスパートがツアーに参加する。Wyomingのカウボーイ、Veniceのガラス職人、Hawaiiの火山学者、Canadian Rockiesの元オリンピックスキー選手等が参加する。ツアーは、LON, PAR, Italy, Wyoming, Oahu and Kauai, Oahu and Hawaii,

Canadian Rockies, Costa Rica の 8 ツアー (7 泊 8 日～8 泊 9 日)。 催行人員は 40 人以上で、4～5 星ホテルを使用する。 値段は、ランドオンリーで 2,699 ドル～3,699 ドル。 Disney は、昨年夏、既に Wyoming と Hawaii 向けに、この手の新ツアー15 本をテスト販売し、75 家族を集めた実績を有している。 今年も、同様に試験的運営 (soft launch status) を継続する。 大々的な宣伝を展開する本格的な販売開始は、未だ予定されていない。 ■

7. その他のニュース

旅行流通 TD

(1) ワールドスパンが、アメリカン航空と 5 年間契約締結

Worldspan が、AA 航空と、8 月 1 日から 5 年間有効となる GDS 契約を締結した。 これにより Worldspan は、AA の総合的なコンテンツへ継続的にアクセスする事が可能となった。 Worldspan は、この契約に併せて、① 流通プロダクト ポートフォリオの拡張と、② 追加的フィーチャーとファンクショナルティ어의機会提供の、二つのプロダクトのオプションをロールアウトする。 Worldspan は、旅行社がフル コンテントにアクセスするために、料金を支払う事になるのか否かについて、多くを語らない。(DTW, 3/21/2006)

(2) 米上院で、国境通過コストを低下させる議員立法法案が導入される

上院議員 Byron Dorgan (D-N.D.) は、米加の国境通過に必要な著類作成コストを低下させる法案 (Common Sense Cross-Border Travel and Security Act) を提出した。 この法案は、米加国境通過に新たに必要となる；

- ① 18 歳以下の子供の旅券所持を不用にし、
 - ② 大人については 10 年間有効の PASS カードの取得費用を 20 ドル以下にし、
 - ③ 24 時間以内の日帰り旅行については、フリーパスを導入する、
- と言う内容を持つもの。 2008 年 1 月 1 日から施行される Western Hemisphere Travel Initiative は、米国境を通過する旅行者に旅券 (大人 97 ドル、子供 82 ドル) か、或いは、PASS カード (50 ドル) の携行を義務付ける。 旅行業界は、米国とカナダ・メキシコ・カリブ諸国間の旅行では、現在は、旅券などの書類の所持が必要とされていないので、WHTI は、旅行需要を減退させる恐れがあるとクレームしている。(DTW, 3/31/2006)

(3) SITA が SMART と提携して、タイの空港へ最新 IT ソリューションを導入

世界の飛行場の、IT アプリケーションの供給リーダーである SITA が、SMART Comtech

と、再販売契約を締結して、タイの成長する飛行場市場に IT ソリューションを供給する。この契約がカバーするプロダクトには、AirportConnect CUTE, AirportConnect Kiosk, BagManager, BagMessage 等の IT アプリケーションの分配的使用 (shared use) が含まれる。これらは、Applications Service Provider ベースにより提供されるので、飛行場の TCO (total cost of ownership) を低下させることが出来る。(asiatraveltips.com, 3/31/2006)

(4) IATA、新 ID カード発行と同時に導入する試験制度を再考

IATA が、新 ID カード導入と同時に実施を計画した試験が、業界の強い反対を受けて、5 月に開催される Iatan アドバイザリー役員会議で再考されることになった。旅行業界は、

- ① 業務に熟練した旅行社のエージェントまでが、毎年の ID カード更新時に試験を受けさせられるのは可笑しい。
- ② 何故、旅行業界に跨る試験を、航空企業の協会が実施しなければいけないのか。
- ③ 公正な試験問題の作成が困難である。易くすれば、旅慣れた旅行通の旅客が試験に受かるし、難しくすれば、特定目的地市場などに特化しているニッチな旅行社のエージェントに不利となってしまう。

等の、多くの不満が噴出している。(DTW, 4/3/2006)

(5) セーバー、サブスクライバー用のホテル販売ツール立ち上げ

Sabre が、オンライン旅行社と類似したホテル販売機能を、GDS 経由でサブスクライバー旅行社に提供する。GDS と旅行社寄りの企業 eSabre Travel Network 社が、Upsell と呼ばれるプロダクトをロールアウトし、Cross Sell と呼ばれるプロダクトを年内に完成させる。Upsell は、ホテル予約の準備が出来ている旅行社エージェントのワークプロセスの中に割り込んで、例えば+10 ドルで朝食付きを購入させるとか、アップグレードされた別の部屋の販売とか、+500 ボーナスマイル付き販売だとかを、ポップアップ表示で勧誘するもの。これにより、ホテルは、より高い部屋を販売する可能性が出来、旅行社は、より高いコミッションを得ることが出来る。Upsell の販売に成功した旅行社は、付加的販売に関する収入 (コミッション) を Sabre と折半する。

Cross Sell は、Upsell に似たものだが、エージェントが、航空予約とか航空運賃の検索プロセス中に、ホテル予約勧誘をポップアップさせる。航空予約プロセス中のホテル表示は、一般的なホテル検索に比べて、20 倍も高く予約される確率を有していると言われている。Sabre は、Travelocity やその他のオンライン旅行社で標準装備となっている、ホテルのバイアス表示のプログラムである、Hotel Spotlight と呼ばれるプロダクトを販売している。そして、Web ベースの MySabre システムでは、この Hotel Spotlight に加えて Sign-In Advertising と Graphical PromoSpots などの広告プログラムを販売している。ホテルは、この Hotel Spotlight プログラムで、年間参加費用を払って、画面トップ表示 5 箇所の中の 1 箇所を購入する事が出来る。これらの全てのホテル宣伝プログラムを合計して、Sabre は、昨年

100万ドル（1.17億円）の収入を上げている。Hotel Spotlight は、2004年8月に導入され、TravelClick 経由で2,074プロパティに販売されている。Sabre は、レンタカーについてもバイアスポジションの販売を準備中であるが、エアラインに対する販売は考えていない。(DTW, 4/3/2006)

(6) アマデウス、レンタカー会社2社とダイレクト コネクト

Amadeus e-Travel Management (Aergo) は、法人顧客に、Avis Europe と Europcar のレンタカー会社2社とのダイレクト コネクトを提供する。これにより、Aergo の顧客は、追加的レート（法人レート？）やコンテンツと、空港外のレンタカー ロケーションへのアクセスが可能になる。法人顧客は、航空便、ホテル、その他の予約のPNRにレンタカー予約を統合し、バックオフィス システムでの管理も出来る様になる。(DTW, 4/4/2006)

(7) センダンのトラベルポートがジェットブルーのフル アクセス開始

Cendant の法人予約ツール Travelport が、jetBlue へのフル アクセスを開始する。Galileo の Travelport 再販売者も、jetBlue へのアクセスが可能になる。jetBlue 社は、今まで Cliqbook 1社だけとしかアグリーメントを持っていない。Travelport は、jetBlue にアクセスする2社目のオンライン予約ツール。jetBlue は、何処の GDS にも参加していない。(DTW, 4/4/2006)

(8) インターコンチ、センダンと流通契約 締結

InterContinental Hotels Group が、Orbitz と Cheap Tickets を含む Cendant の Travel Distribution Service 部門と、新しい流通契約を締結した。この契約により、Orbitz や Cheap Tickest は、ICHG のホテル予約システムとダイレクト コネクトして、リアルタイムで、ICHG のレートとインベントリーへのアクセスが可能になる。(TDW, 4/5/2006)

(9) ベンチャ企業のサーチ パーティーが、新検索エンジンを開発した

Search Party Inc (Mountain View, Calif.) が、米国のホテル4万軒を網羅した、ホテル比較ショッピング検索エンジン（β版）を開発した。Search Party のヘッド Erick Christensen は、以前に WorldRes を立ち上げた人物で、今回、彼が開発した検索エンジンは、ホテルやオンライン旅行社とダイレクト コネクトして、同時に8つ異なった Web サイトからホテル客室料金を抽出し比較する事を可能にしている。Search Party は、この検索エンジンの使用により、消費者に、▲20%～▲30%、或は▲50ドルの価格セーブをオファーする事が出来る、と言っている。(DTW, 4/6/2005)

空 運

(1) アメリカン航空、シカゴ＝上海線開設 中国南方航空 広東＝LAX 線開設

AA 航空が、4月2日から CHI＝上海線（毎日便）に就航した。使用機材は B777-200 型機（245 席）。中国南方航空が、6月22日から広東＝LAX 線を DL 航空機材による共同運航便から自主運航便（B777 型機使用毎日便）に切り替える。(asiatraveltips.com, 3/31/2006)

米加＝北京/上海/香港 週間 便数	2004 年 7 月	2006 年 6 月
北 京	35	50
上 海	35	31
広 東	0	7
香 港	83	90
以上合計	153	178

(2) ベネゼラ、米企業のべ乗り入れ規制を再々度延期

国際標準の安全基準が守られていない事を理由に、1996 年以来、ベネゼラ航空機の米乗入れ増便を認めていない米国の対応を不服として、ベネゼラ政府は、米国航空会社のべ乗り入れを大幅に削減する報復措置を、4月3日から取るとしていたが、4月25日までこれを延期する。但し、4月3日からの AA 航空の増便である MIA＝CCS 線 4 便目（毎日便）は、許可されなかった。ベ政府の報復措置の延期は、3月28日→4月3日→4月25日へと、これで 2 度延期されている。この間、米 FAA は、ベネゼラを訪問し、ベ航空機の安全性管理状況を再検査している。(DTW, 4/4/2006)

(3) ノースウエスト航空、リジョナル子会社 6 月に設立へ

NW 航空が、6 月にも、レイオフしたパイロットを再雇用して、リジョナル ジェット機を運航させる子会社 Compass Airlines を設立する。使用機材は、現在選定中で、6 月迄に、Embraer EMB-175（ブラジル）と Bombardier CRJ-900（加）の何れかの機材が選定される。メジャー各社は、コストの削減のため、リジョナル便運航委託を見直している最中で、NW は、同社のリジョナル便委託先の Mesaba Airlines と Pinnacle Airlines から、運航料金の再提示を求めている。同様に、CO は、現在委託している ExpressJet との契約を、早ければ来週中にもキャンセルし、ExpressJet にサブリースしている Embraer 274 機の内 69 機を引き上げる。リジョナル最大手の 1 社である Mesaba が、ExpressJet に代る CO のリジョナル便受託の最有力候補。最近、DL のリジョナル便受託を拡大した Mesa も、CO と NW のリジョナル便の運航受託にビッドしている。Mesa は、この 6 月にも、ハワイのイントラアイランド便を運航する Go と呼ばれる航空会社を設立する。皮肉な事に、Compass も Go も、どちらもが以前に消滅したか倒産した航空会社の社名である。Compass Airlines

は豪州で1993年に倒産。Goは、BAの子会社だったLCC。Goは、easyJetが2002年に買収している。(FT.com, 3/31/2006)

(4) 米航空会社年金救済法制定へ動き強まる、年金救済保険機構更に10億ドル追加負担
米議会で、航空会社の年金救済法(Akaka amendment)制定への動きが高まっている。昨年12月に、上・下院の夫々で通過した2つの年金法案の統合作業が開始されており、イースター休暇明けにも年金救済法が成立すると予想されている。これは、現在米議会で審議されている、広範囲の米年金制度見直し法案の中の、唯一航空業界だけに例外的に適用される法案で、①積立不足繰入期間の延長のほか、②60歳定年を余儀なくされているパイロットの65歳までの5年間分の給付補填、③ブラニフが倒産した1982年に遡るPBGCによる年金救済など、航空会社年金制度を支援する内容を含んでいる。(パイロット年金は、連邦航空法により、パイロットの定期航空輸送事業免許が60歳で停止されるため、その他の職種の65歳定年よりも▲5年分少ない年金しかもらえない不利な面を持っている。このため、年金基金が破綻してPBGCが肩代わりする際には、パイロットの年金は、通常の65歳定年者よりも、年間▲16,000ドル少ない29,000ドルの給付しか保証されない。)
Chapter-11を申請した、NW(年金凍結)やDL(基金解散検討中)やその他の航空会社は、救済法案の早い連邦議会通過を願っている。(FT.com, 3/31/2006)

(5) 米航空会社、相次ぐ国内線運賃値上げ

燃油コスト増への対応を強化するために、米航空会社の国内線運賃値上げが続いている。AA航空は、従来航空会社持ちとしていた、接続空港に於けるエアポートフィー(最大で9ドル)を、旅客持ちに変更することを決定した。各社は、今まで、自社接続便の競争力を増すために、旅客に掛かるエアポートフィーを航空会社持ちとして来た。UA航空は、片道最大+50ドルの値上げを実施した。そしてDL航空が、即マッチングした。DLは、このマッチングにより、昨年導入したSimpliFaresのキャッピング片道599ドルを放棄せざるを得なくなっている。(wsj.com, 4/1/2006)

(6) 元スイス航空経営陣、誤った経営で会社倒産を倒産させたとする株主訴訟に直面
5年前のSR航空倒産は、当時の会長、社長を含む経営陣19人の誤ったマネジメントが原因だとする株主訴訟が起こされた。この倒産は、数千人の投資家、債権者、ストランド旅客に、380億Sフラン(3兆4千億円)の債権を焦げ付かせている。原告団は、「SRは、2000年に、多額の負債を抱えながら、杜撰な再建計画を立案して、誤った方向に利害関係者達を誘導した責任は大きい」と訴えている。特に、ベルギーのSN航空を含む欧州航空会社の向こう見ずの買収が、SR倒産に拍車をかけたと非難している。SRは2001年9月11日テロ事件直後にキャッシュアウトになり、同年の10月2日に運航を停止している。(wsj.com, 4/1/2006)

(7) エミレーツ エアバス 340 型機 20 機のデリバリーを延期させる

ドバイのフラッグシップ エアライン Emirates が、A340-600 型機×20 機のデリバリーを、別途通知するまでの間、延期する措置を取った。4 発エンジン装備の A340 型機は、燃費性能が極めて良い 2 発装備の B777 型機と比較されて、販売機数が落ち込んでいる。昨年の B777 型機の受注数は、A340 型機のそれを 10 倍も上回っている。Emirates は、エアバスに対して、A340 型機の燃費性能の向上を要請している。Emirates は、2005 年 11 月に、B777 型機×42 機 (97 億ドル相当) をオーダーしている。Emirates は、スーパージャンボ A380 型機×43 機をオーダーしている。(channelnewsasia.com, 4/3/2006)



An Emirati beduin guard poses in front of an Airbus A380 aircraft

(8) インド政府 年内にも国営航空会社 2 社の合併承認へ

インドの民間航空大臣 Praful Patel は、「Air India (国際線) と Indian (国内線) の国営航空会社 2 社を、今年中に合併させる予定である」と語った。両航空会社の幹部からは、既に合併話は出されていたが、政府高官が両社の合併を肯定する発言をしたのはこれが初めて。同大臣は、懸案となっている Jet Airways の Air Sahara の買収に触れて、「自分は、両社の統合を全く心配していない」、「民間会社の合併問題に政府は関与しない」と語っている。(FT.com, 4/4/2006)



(9) アイスランド投資グループ FL Group、イージージェット株売却へ

アイスランド FL Group が、easyJet 株 (16.7%) を売却する。これで、英国 LCC の買収の可能性がなくなった。一方で、同投資グループは、Finnair 株を 10.03% まで買い増した。JP Morgan によると、FL Group は、easyJet 株 6,800 万株を 340p~343p で売却し、およそ 231m(465 億円)の売却収入を得る。FL Group は、easyJet 株が 118p の底値をつけた 2004 年 10 月から購入を開始していた。(FT.com, 4/4/2006)



(10) デルタ航空パイロット組合員、スト権確立に 95% が賛成

DL航空のパイロット組合員 6,000 名の 95% が、会社が労働協約を一方向的に破棄した場合、ストに入る事に賛成票を投じた。DL航空は、ストが 48 時間以上継続された場合は融資

者との契約上、20億ドル(2,350億円)以上のDIPファイナンスが即引き上げられる事になり、その時点でDLは資金不足となって運航停止をせざるを得ない、と重ねて警告した。DLは、パイロット組合のスト突入発言が、4月と5月の予約を減少させているとクレームしている。DLは、▲30億ドルのコストカットの一環として、パイロットの労務費▲\$305m(360億円)の削減を組合に要請しているが、3月1日までの労使双方の交渉が行き詰まり、現在、政府の3人調停委で、4月15日を期限とする斡旋が薦められている最中。スカイチームアライアンスのメンバー各社(AF, CO, NW, AZ, Czech)のパイロットは、DLのストに対して支援(同調スト?)すると言っている。(FT.com, 4/4/2006)

(11) タイガー、ジェットとバリューの路線継承を表明

Tiger Airways は、Jetstar と Valuair で運休する路線が出る場合は、それらの路線を継承する意思があることを明らかにした。昨年7月に、Orangestar 社の下に合併した Jetstar と Valuair は、資金が不足しており、S\$36m(27億円)程度の資金調達を模索していると言われている。(channelnewsasia.com, 4/4/2006)



(12) 上院予算委員会、米航空会社に対する外資導入規制の緩和に反対

米上院の予算委員会が、外国人に、より多くの米航空会社経営権を認める、ブッシュ政権(運輸省)が提案した法案に反対している。4月5日、同委員会は、この外資規制緩和を禁止する法案を含む、緊急歳出法案(emergency spending bill)を可決した。米運輸省は、現在、米航空会社の全ての面での実質的な支配を米国市民に限定している規則を変更して、安全性・セキュリティー・軍用への航空機提供の3つの重要な意思決定を除いて、外国人の経営に任せても良いとする事を提案している。この規則緩和は、外国人への経営への参加を拡大する事により、①外国資本を導入し易くすると同時に、②現在、欧州側で、批准作業中の大西洋路線のオープンスカイ協定実現に資する事を目的としている。外資規制緩和には、職の海外シフトを恐れる労働組合が反対しているほか、オープンスカイ協定で競争上不利になるCO航空が、反対を唱えている。また、これは行政サイドだけで決められる案件ではない、と疑問を呈している議員が存在する。なお、外資を、議決権株式の25%以下に、普通株式の49%以下にそれぞれ制限する規則は変更されない。(wsj.com, 4/5/2005)

(13) ビエーエー、手荷物の機内持込規制に厳格対処

世界最大の空港オペレーターのBAA(英)が、今夏から、機内持込手荷物の規則通りの厳格な運用を開始する。降機を急ぐ旅客が、多くの手荷物を機内持ち込んでいる為、空港の手荷物検査が滞り、十分なセキュリティーチェックが出来なくなる恐れが出て来ている為の措置。しかし、BAAは、どの様にして規則を遵守させるのかについてはハッキリさ

せていない。この対策は、手荷物取扱コストを削減したがっている LCC 航空会社の方針と、真っ向コンフリクトする。Ryanair や easyJet などの LCC は、受託手荷物を減少させるために、顧客から受託手荷物料金徴収を開始している。(FT.com, 4/15/2006)

(14) 欧州連合運輸コミッショナー、空港スロットにピーク時間料金を提案

欧州連合の運輸コミッショナー Jacques Barrot が、混雑空港に、ピーク時間帯料金導入を提案している。これは、4月4日に BRU で開催された、空港オペレーターと空港会社との会議で提案されたもの。IATA や多くの航空会社は、一部を除いて、空港の自由放任された使用料の設定（値上げ）が横行している事に大きな不満を有している。運輸コミッショナーは、彼等の言い分を聞いて、両者間の懸隔を埋める努力を開始している。(FT.com, 4/5/2006)

(15) ブリティッシュ ミッドランドが、短距離から長距離路線運営へシフトしている

BMI が、LHR スロットの、より一層の有効活用をはかる為、短距離路線を運休し、その代わりに長距離路線を開設している。昨年には、Mumbai (インド) と Riyadh (サウジ) 線を開設し



た他、来月には Jeddah (サウジ) への乗入れを計画している。そして、欧米間でオープンスカイ協定が実現された暁には、米国への乗入れを希望している。BMI (LH が 30% -1 株、SK が 20% を保有) は 2005 年決算で、前年比 4 倍増益の 10m ポンド (20 億円) を計上している。LHR のスロットを、ドバイの Emirates に売却した事が、この増益決算に大きな影響を与えている。(FT.com, 4/5/2006)

(16) 米連邦航空局、航空管制官組合との協定改定交渉決裂、議会の裁定へ

FAA と管制官組合で、9 ヶ月間続けられて来た協定改定交渉が決裂し、この問題は、90 日間の議会に於ける調停に委ねられる事になった。議会の調停も功を奏さない場合は、FAA は、一方的に協定を改定する事が出来る事になっている。そして、その場合でも、管制官のストは認められていない。FAA は、現在の管制官の給与を略凍結し、新規採用者の給与を現行レベル比▲30%削減する案を提案している。管制官の平均年収は、残業込みで 128,000 ドル (1,500 万円)。FAA は、衛星管制システムの導入などシステムの近代化に数 10 億ドル (数千億円) の投資が必要なため、管制官給与の合理化は不可避であると言っている。FAA は、略半数の管制官が、次の 10 年間で退役する問題を抱えているため、新しく採用される管制官の給与レベルの決定は、今後の管制業務の運営に重大な影響を及ぼす事になると語っている。(wsj.com, 4/6/2006)

(17) BAE (英)、エアバス株 20%売却へ 米軍事産業企業買収資金捻出のため

欧州最大の軍需産業企業の BAE が、Airbus 株 20% を売却する。売却先は、Airbus 株の残り 80% を保有している EADS (仏と独の合弁企業) で、売却価格は、43 億ポンド (8,600

億円) ~45 億ポンド (9,000 億円) と予想されている。 BAE は、民間商業機販売の空前のブームである今が、エアバス株の売り時と見ているようだ。 そして、この売却で得る資金は、米軍需産業企業の買収に充当する模様。 Airbus UK は、Filton と Brouton に工場を保有し、13,000 人を雇用している英国最大の民間航空メーカーで、サプライチェーン全体を含めれば、135,000 の雇用を作り出している。 一方、EADS の株主の DaimlerChrysler (独自動車メーカー) と、Lagardere (仏メディア企業) は、今週、夫々が有している EADS 株 7.5% を、20 億ユーロ (2,800 億円) で売却する。 EADS の株主構成は、DaimlerChrysler 22.5%、仏政府 15%、Lagardere 7.5%、スペイン国営ホールディング企業 5.5% となっている。(FT.com, 4/6/2006)

水 運

(1) 仏ルハーブル、新港開港でアントワープ、ロッテルダム、ハンブルグに対抗

仏セーヌ川河口の Le Havre で、新しいコンテナ港が開港した。 6km の長さの堤防で囲まれた埠頭にはコンテナ船 12 隻が一度に横付け出来、2015 年までには、今の 3 倍のコンテナを取り扱う事が出来る能力を有する。 現在、Le Havre は、仏に到着するコンテナ貨物の 60% をハンドリングしている仏最大のコンテナ港。 新港開港で、近隣のアントワープ、ロッテルダム、ハンブルグのコンテナ港と、アジア (特に中国) からのコンテナ貨物船の誘致で競争する。(channelnewsasia.com, 4/2/2006)



Port 2000

The gantry cranes in Le Havre's expansion were supplied by the Dutch Nelcon.



(2) カーニバル株、年初の高値から▲15%落ち込む

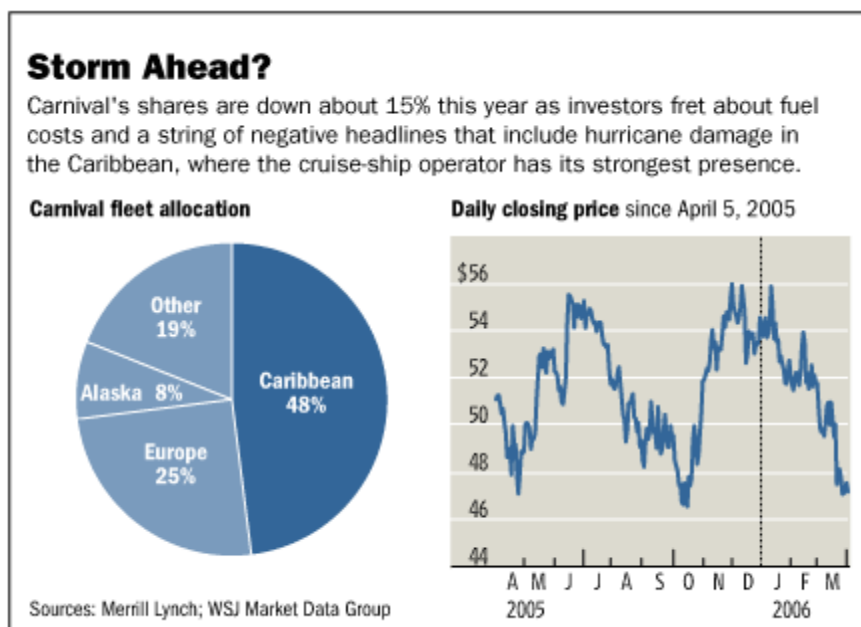
Carnival Corp の株価が年初の 56ドルから、▲15%値を下げて 47ドルをつけている。クルーズ船の 50%を占める目的地のカリブ諸島のハリケーン災害、Star Princess 丸の洋上火災、クルーズ船客の失踪、等などの悪いニュースの連続した報道で、株価が大きく影響を受けている様だ。しかし、幾人かのアナリスト達は、アラスカ及び欧州に於けるクルーズ需要増と、アジア地域への進出が好材料であるとして、カーニバル株の“買い”をリコメンドしている。(アラスカや欧州の 7 日間クルーズは、1,000ドル以上するので、カリブのクルーズ 500ドルよりも余程収入単価が高くなる。)



Carnival は、80 隻のクルーズ船 (140,000 船室) を保有し、全クルーズ供給の凡そ 50%シェアを押さえている世界最大のクルーズ会社。そして、最も低いコストを達成しているクルーズで、2006 年には 13.2 億ドル (1,550 億円) の使途自由キャッシュフローを生み出すと予想されている。だから、Carnival の 10 億ドルの自社株購入計画がスムーズに履行されるだろう、とアナリストは言っている。Carnival は、潤沢なキャッシュフローをもって、Holland America や、Queen Mary 2 を所有する Cunard を買収して来た。最近の買収は、2003 年の P&O Princess Cruise。Carnival は、欧州クルーズを拡大すると共に、アジア

アに於けるクルーズ市場にも先鞭をつけている。 イタリア子会社の Costa Cruise が、7月3日に上海から、1,000人の船客を乗せて出港する。

ネガティブな要因は、① 主たる市場のカリブがハリケーン被害に遭っている事、② クルーズ商品は、景気後退局面では、真っ先に消費が押さえられるプロダクトである事、③ 原油高が継続している事、④ ネガティブな新聞報道(新婚旅行船客の失踪、船上火災、H5N1)が連続している事、が上げられている。(wsj.com, 4/5/2006)



(3) ドバイ DP ワールド、今度はインドで問題発生か？

ドバイ国営 DP World が、インドの Gujarat 州政府から、P&O 買収による Mundra Container Terminal の運営権取得が、Gujarat Maritime Board への事前の連絡無しに実施されたのは、同コンテナ港のコンセッション契約に違反している、と言うクレームを受けている。

(Gujarat 州はヒンドゥー民族が支配しており、歴史的にモスLEMに対する強硬派で有名。)
DP World の P&O 買収 (69 億ドル ≒ 8,100 億円) は、先に米国の国家セキュリティ上の理由で、米国港湾 5 港の返還を余儀なくされている。 P&O 買収に占める米国港湾の重要度はそれほど大きくなく、DP World に及ぼす米 5 港返還の影響は軽微に止まると見られている。しかし、インドの場合は、全く話が違ってくる。 大きな経済成長を遂げているインドの港湾運営権の取得 (Mundra に加えて Mumbai と Chennai の 3 コンテナ港運営) は、P&O 買収の中核を構成する。 事実、DP World は、P&O 買収で、インドのコンテナ輸送量の 40% を押さえる事になる。 DP World の P&O 買収は、ホールディング企業の買収であり、ローカルの個々の港湾運営企業には影響を及ぼさないで、Gujarat の言うコンセッション契約違反は、的を得ていない話の様だ。 インドの商業次官は、先週ドバイ訪問時に、DP World の Mundra 買収を支持している。(FT.com, 4/6/2006)

(4) CMA-CGM (仏) コンテナ ターミナル投資ファンドの設立を呼びかける

世界第3位のコンテナ海運 CMA-CGM が、その他のコンテナ海運企業や投資マネジャー達に、コンテナ ターミナルへ投資するファンドの設立を呼びかけている。このファンドを利用して、特に混雑が激しい港（米西海岸、インド、ブラジル）への投資を行い、混雑緩和と安定的な利益確保と合理的な料金設定を可能にし様と呼びかけている。

CMA-CGM (仏 Marseilles) の 2005 年度決算は、下表の通り。(FT.com, 4/6/2006)

(単位：百万ユーロ)	2005 年度	2004 年度	差 異	備 考
収 入	5,070 (5,950)	4,010	+26% (+43%)	下段 Delmas 海運買収を含めた場合
税前利益	467	415	+13%	
2006 年見通し	収入：+25%、 Freight Rates は、多くの新造コンテナ船（スピード速く大型化されている）の就航により、低下すると予想されている。			

陸運&ロジスティックス

(1) 米鉄道会社、渋滞解消に複線化投資拡大

Burlington Northern Santa Fe Corp.は、LAX=CHI 路線 2,241 哩の全線複線化を完成させて、貨物列車の渋滞解消を計画している。 Kansas の Mulvane の 8 哩を今年の年末商戦迄に複線化させ、日間の運航列車本数を、現行の 80 本から 120 本にまで拡大する。 BNSF は、1994 年以来、\$700m (820 億円) を投資して、全長の凡そ 95%を複線化している。最後の単線区間は、Dallas Fort Worth の 50 哩で、BNSF は、\$200m (240 億円) を投資して、2008 年迄には、全線を複線化とする。この複線化により、列車本数の増加以外に、貨物列車の貨車編成長を、5,000 フィート (1,500 メートル) から、8,000 フィート (2,450 メートル)、列車によっては、10,000 フィート (3,050 メートル) に延長させる。

米最大の鉄道会社の Union Pacific は、LAX=El Paso 線 760 哩の内、52 哩を複線化させる。CSX Corp.は、Florida=CHI/NYC 線で、\$300m (350 億円) をかけて側線を建設する。アジア（特に中国）から輸入されて来る貨物は、年率+10%の勢いで増加している。船で運ばれて来る貨物が、最終目的地の中西部や東海岸には鉄道で輸送されている。トラック運転手不足も、鉄道利用に拍車をかけている。鉄道は、現在、米国貨物の 41%を輸送している。幾つかの小売りチェーンは、それでも、年末商戦の在庫切れを避けるため、現在の 2 日～3 日の商品在庫を、4 日～5 日へ積み増すと言う。米鉄道業界は、輸送力拡大投資に対する 25%の連邦税還付の実現を願っている。(wsj.com, 4/4/2006)

ホテル&リゾート

(1) Aztar 買収に、Ameristar が参加、買収価格 15 億ドルを提示

LAS と Atlantic City の Tropicana カジノを所有している Aztar の買収に、Ameristar Casinos が名乗りをあげた。これで Aztar 買収にビッドした企業は、Pinnacle、Colony Capital に Aztar を加えて合計 3 社となった。Ameristar の買収価格は、Aztar 1 株を 42 ドルとしている。

(Colony は 41 ドル) 先月、既に Pinnacle が Aztar の先取買収権利を獲得しており、Pinnacle 以外が買収する場合は、Aztar にブレイク フィー凡そ \$55m (65 億円) の支払いが発生する。米国では、賭博産業の急速なコンソリデーションが進んでおり、Aztar 買収に名乗りをあげている 3 社は、LAS と Atlantic のカジノ買収を熱望している。(FT.com, 4/3/2006)

Linh La deals blackjack at the Tropicana Casino in Atlantic City. Aztar owns the Tropicana casinos.



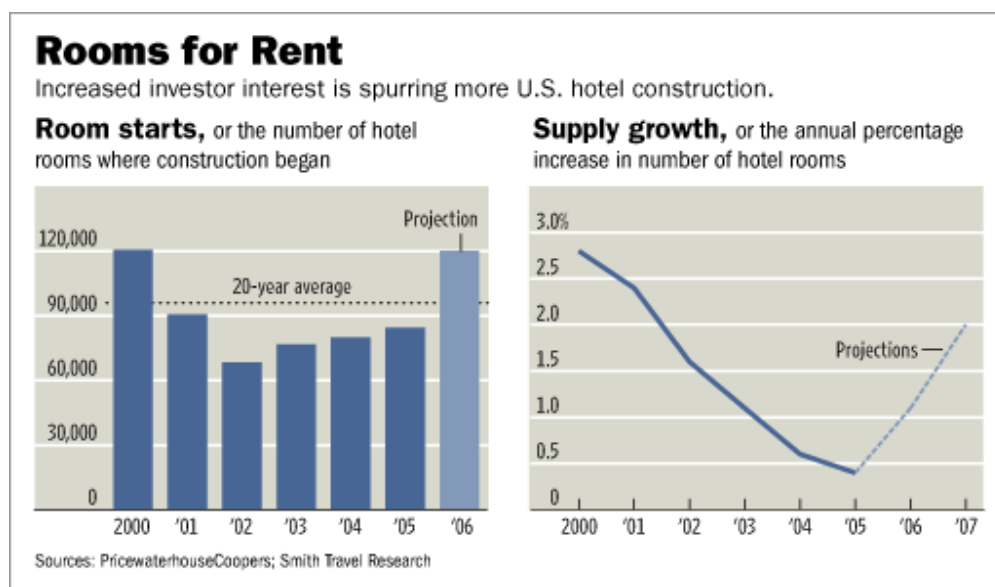
(2) アコー (仏) 中国でホテル 5 軒をオープン

Accor (仏) が中国で、4 月に 5 軒のホテルをオープンする。Novotel Citygate Hong Kong、Sofitel 南京 (2 軒)、Sofitel 杭州、Ibis 青島の 5 ホテル。Accor は、現在、中国で 34 軒のホテルを運営し、2008 年の北京オリンピックまでに間に合うように、30 のホテルを建設中。(asiatraveltips.com, 4/5/2006)

(3) ホテル建設ラッシュが戻って来た

長い間低迷していた米ホテル建設が、ここに来て活況を呈し始めている。PricewaterhouseCooper の予測によると、2006 年のホテル建設は、前年を +45% も上回る 120,000 室となると言う。これは、2000 年以来最高で、過去 20 年間の年間平均 96,000 室を上回る。ホテル建設が戻って来たのは、ホテルの営業成績が極めて良いためだ。REVpar (Revenue per available room) は、昨年 +8.4% 上昇し、今年も +7.6% アップすると予測されている。そして、現在建築中と計画中的のホテルを全て含めると、428,000 室にも上ると言う。(1 年前は 322,000 室であった。) ホテルの客室をコンドにして販売しているディベロパーも多く存在している。事実、昨年は、トップ 25 のホテルの半数が、客室を

減少させている。しかし、ホテルの利益は増加している。そして、今年には最高記録を達成すると見られており、2007年には更にその記録を更新する勢いだから、ホテル建設ラッシュは、当面続くかも知れない。(wsj.com, 4/5/2006)



(4) エアアジア (マ LCC) 社長、バジェット ホテル事業に進出

AirAsia CEO Tony Fernandes が、LCC 運営を補完するバジェット ホテル事業に進出する。今年中に、60~70 のチェーン ホテルをマレーシアに開業し、その後、東南アジアの全域に展開する計画。チェーン名は、AirAsia のホールディング会社の社名 Tune Air から名前を取って Tune Hotel.com としている。各ホテルは 100 室~250 室を保有し、一泊 50~100M リンギ (1,650 円~3,250 円) の料金が考えられている。Fernandes は、既存ホテルの買収若しくはリース、或いは、新ホテルの建設を考えている。(channelnewsasia.com, 4/5/2006)

(5) ゲンティング、SIN 総合リゾート入札で、ユニバーサル スタジオと提携

Genting International (マ) は、シンガポールの Marina Bay 総合リゾート入札で、Universal Studios と提携する。Genting は、この入札で、75%資本参加し、残りの 25%は Star Cruises が出資する。Universal は、資本参加は行わず、入札プロジェクト案の巨大映画館建設に参加する。(channelnewsasia.com, 4/5/2006)



(6) 米のオンライン賭博規制法案足踏みで、オンライン賭博株上昇

米議会は、4月4日のオンライン賭博規制法案審議で、① オンライン賭博を禁止して、例外的に競馬のオンライン賭博を許可する（競馬団体の圧力がある）のは不公平、② オンライン賭博の掛け金を決済する銀行は、オンライン賭博の為だけの金の流れを補足するのが技術的に困難、等の議論が噴出し、規制法案成立の目途を得るまでには到底至らなかった。米国は、1961年に、電話による賭博を禁止する法を制定している。そして、司法省は、この法律がインターネット賭博にも適用すると言っている。しかし、この法は、オフショアのオンライン賭博には適用されない。この為、オフショア賭博が全米に広がり、社会的な悪影響を生んでいると言う批判が強くなっている。

議会で審議されているのは、上院議員 Bob Goodlatte（共和党）の The Internet Gambling Prohibition Act。それに、海外オンラインサイトの掛け金清算にクレジットカード使用を禁止する、上院議員の Leech と Kyl が提出している法案。

米議会のオンライン賭博規制法成立が遠退いたことで、ロンドン証券取引所上場のオンライン賭博株が軒並み上昇している。世界最大のオンラインポーカーの PartyGaming（ジブラルタル）株は+13.3%、英国最大のオンライン賭博企業3社の1社、888.com は+11.6%、同 Sportingbet は+10.6%、夫々値を上げている。スポーツ賭博のスペシャリスト BentonSports の CEO David Carruthers は、規制法案が成立するとは思わないと言っている。彼は、市場では NetTeller を使用して、掛け金の清算が行われているので、どんな規制も余り役に立たないと言っている。（FT.com, 4/6/2006）

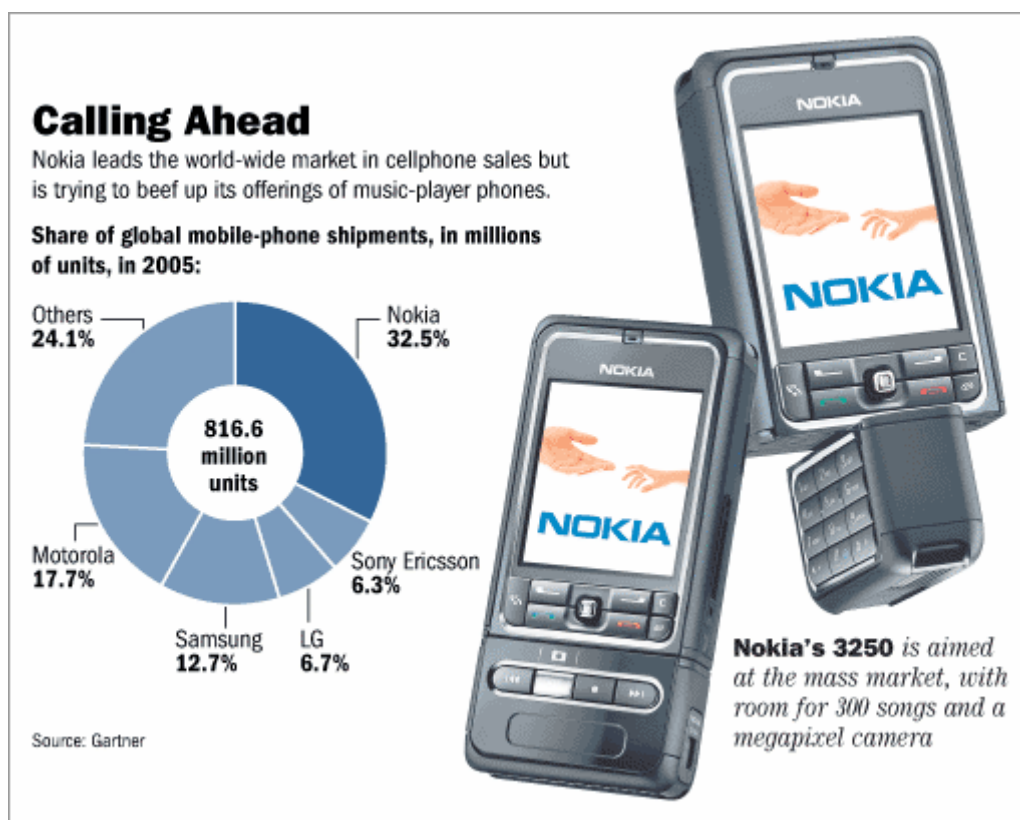
その他

（1）世界最大携帯電話メーカー ノキアが音楽ダウンロード可能な携帯販売

世界最大の携帯電話メーカー Nokia が、世界の携帯電話市場の成長率を、先の予測値+10%から+15%に修正した。全世界の携帯電話販売台数は、2005年の7億9,500万台を+15%上回り、9億1,500万台に拡大する、と予測している。そして、全世界で携帯電話を保有する人は、現在の推定20億人から30億人の大台を突破すると予測している。

Nokia は、ミュージックプレイヤーを自社携帯プロダクトに付け加える。Nokia は、もともと普及型の安い携帯電話販売で成長して来た企業なので、音楽やメガピクセルのデジカメ付きのハイエンドプロダクトには余り強くない。Sony と Ericsson や、Motorola と Samsung Electronics の連合チームのプロダクトに出遅れている。4月に発表した Nokia のフラグシップの N91 ミュージックホーン（1,200曲をストアー出来る）は、音楽の著作権と技術的な問題のために発売が遅れている。Nokia は、N91 を 700 ユーロ（98,000 円）で販売する。（Sony Ericsson の W950i は、より耐久性の有るストレージ技術を使用し、500 ユーロ≒70,000 円で販売される。） N91 に加えて、300 曲をストアーできるデジカメ付きの普

及版 3250 型を、350 ユーロ（助成金と税除き）（49,000 円）で販売する。(wsj.com, 3/30/2006)



(2) 米コンビニストア、何でも出来る Kiosk 設置

米コンビニストアが、各種の請求書の支払いから、現金振込み、キャッシュ ディスペンス、小切手の現金化などの機能を備えた、何でも出来る万能 Kiosk を設置し始めている。コンビニストアは、Kiosk 利用客（特に銀行口座を持っていない人の利用が多い）が増加すれば、

- ① キャッシャーの人手が減少させることが出来る、
- ② 金銭トラブルを減少させることが出来る、
- ③ 現金振込みの序に、コンビニに商品を購入してくれる、
- ④ 新たなコンビニ顧客を増加させる事が出来る、
- ⑤ 振り込み手数料などのトランザクション フィー1.75 ドル～3 ドルの副収入を得ることが出来る、と考えている。

7-Eleven は、Kiosk 端末 (Vcom's) を 1,000 台設置して、今後、全米の 5,400 店にこれを導入する。 Circle K も、Zaplink (インターネット閲覧も可能) を、全店に標準装備とする事を計画している。コンビニストアが、銀行でない銀行化を目指している。そして万能 Kiosk に、銀行の支店機能を装備させようとしている。(nytimes.com, 4/1/2006)

(3) ヤフーがブラックベリーと提携した

Yahoo は、Blackberry のメーカー Research in Motion (加) と提携して、Blackberry 携帯端末で、Yahoo のコンテンツを表示する。 “Yahoo Go for Mobile” の利用の情報は、Yahoo と Blackberry のサイトに表示されている。(channelnewsasia.com, 4/6/2006)

編集後記

今までは、『オンライン旅行社サイトは、サプライヤーが真似出来ない、各社のプライシングを並べて見せてくれる機能を有しているので、サプライヤーサイトよりも優れている』と解説しているレポートが多かった。

それがどうだ、最近の調査によると、オンライン顧客の半分近くの人達が、オンライン（旅行社）でショッピング（プライシング調べ）した後に、サプライヤーサイトで予約して購入すると言うのだ。

消費者は、オンラインサイトで、各社のプライシングを調べて、何処を購入するかを決めてから、そのサプライヤーサイトを訪れて、そこで最終的に購入すると言うのだ。最低販売価格保証を提供しているサプライヤー サイトの信頼が厚いのだろう。

そして、これからは、台頭著しい新しい旅行検索モデルとの競争が激化するので、コンテンツやインベントリーを保有していないオンライン旅行社の将来は、決して安定したものとはならない、と言う悲観論すらレポートされている。(今週号の「5. 米オンライン旅行社の欧州展開の現状」)

今後、検索大手の Yahoo、AOL、Google が、本格的に旅行検索市場に進出して来る事を考え併せると、オンライン旅行社の将来は、確かな未来が約束されている訳ではないようだ。

彼等は、生き残りをかけて；

ユーザー レビューを含む品質の高い旅行情報を集積し、旅行の計画に参画し、そして、ダイナミック パッケージング テクノロジーを採用して、消費者その人だけのパーソナルな、バンドルな旅行作りを支援して行くのだろう。

そして、益々海外展開を強化するのだろう。

そう言えば、Expedia が、今年中にも日本に本格進出するらしい。 (H.U.)

TD 勉強会 情報 212 (以 上)