

旅行業界とビッグデータ 販売促進、業務効率化への道

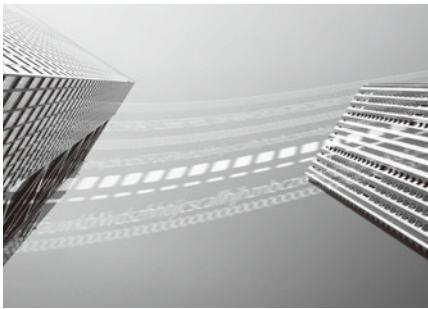
近年注目を集める「ビッグデータ」。旅行業界においても関心が高まりつつある。大量のデータを分析することで見える新たな販売促進、業務効率化の形とは？旅行業界におけるビッグデータの可能性を、事例などを交えながら紹介したい。

ITソリューション特集2015 目次

旅行業界とビッグデータ	4 ページ
アクセス国際ネットワーク	5 ページ
事例紹介 日本航空	6 ページ
インフィニ トラベル インフォメーション	7 ページ
アマデウス・ジャパン	8-9 ページ
ビッグデータ・トピックス	10 ページ
トラベル・エボリューション	11 ページ

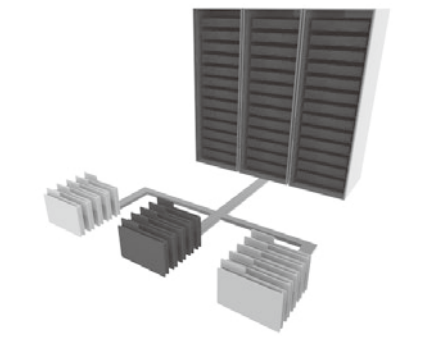
ビッグデータとは そもそも何か？

「ビッグデータ」という言葉が、にわかに注目を集めるようになってきた。もともとは、IT業界のごく一部で使われる専門用語にすぎなかったビッグデータだが、ここ数年の間にIT業界以外でも知られるようになり、今では一般ビジネスの文脈でもたびたび取り上げられている。では、そもそもビッグデータとは一体何なのか？



ビッグデータとは、一言で言えばその名の通り「大きなデータ」「巨大なデータ」という意味で、これまでにないほど大量のデータを扱うITソリューションのことを指す。と同時に、データの量だけでなく、その「質」や「種類」が多様である点も大きな特徴の1つだ。容量や数が大量で、かつこれまで扱ったことがない多様な種類のデータをうまく活用することで、ビジネスや行政、研究など、社会のあらゆる分野に新たな可能性をもたらせるのではないかと。これが、ビッグデータが掲げるコンセプトだ。

実は、こうしたビッグデータのコンセプト自体は、かなり以前から存在していた。それが、ここ数年の間にわかに脚光を浴びるようになった背景には、コンピュータ性能の目覚ましい向上がある。大量かつ多様なデータを効率的に収集・蓄積し、それらを実用的なスピードで処理するためには、極めて性能の高いコンピュータや、大容量の記憶装置などが不可欠だ。



かつて、コンピュータの性能が今ほど高くなかったころは、こうした機器を大量に導入し、かつうまく使いこなすには、多額の費用と高度なノウハウを必要とした。そのため、ビッグデータはごく一部の先進的な企業や組織での利用に留まっていた。それが、近年の汎用コンピュータや記憶装置の高性能化・大容量化に伴い、一般企業でもビッグデータを扱えるだけの高性能なITシステムを導入できるようになったのだ。

同時にここ数年の間で、データの「発生源」が爆発的に増えたことも、ビッグデータの実用化を後押ししている。例えば、スマートフォンの普及によってGPSの位置情報を取得できるようになり、twitterやFacebookといったSNSの普及によって、SNS上のユーザーの生の声を直接取得できるようになった。そのほかにも、情報取得先になり得るさまざまなデバイスやITサービスが広く普及したことで、ビッグデータで扱うことができるデータの多様性が一気に増したのだ。



ビッグデータで できることとは？

ではビッグデータとは、具体的に何をもたらしてくれるものなのか？

簡単に言えば、大量かつ多様なデータを分析することで、「これまで見えなかった事象が見えるようにしてくれる」。その分かりやすい例の1つが、ECサイトの「レコメンド機能」だ。ECサイトで買い物をしたり、商品情報を閲覧している際に、「あなたにお勧めの商品」「この商品を閲覧した人は、こんな商品も参照しています」と、別の商品の情報がWebページ上に表示されることがよくある。

この仕組みの裏で使われているのが、実はビッグデータの技術なのだ。サイトにアクセスしてくるユーザーの属性情報(年齢や性別、職業、家族構成など)をはじめ、そのユーザーが過去に閲覧したページの履歴情報、現在閲覧している商品と別の商品との間の相関性など、多様かつ

大量のデータを複雑に組み合わせる統計分析処理を施した結果、「この商品ページを閲覧しているこのユーザーには、この商品をお勧めすると最も販売チャンスが高まる」という分析結果をその場ではじき出しているのだ。



さらに多様なデータを組み合わせた分析も可能だ。例えば、twitterやFacebookでユーザーがその商品に対してコメントした内容を収集したり、リアル店舗での売上データを分析対象に加えることもできる。さらには、天候の情報や経済・社会情勢に関する各種の指標データまで組み合わせれば、かなり高度な統計分析が可能になる。

それこそ、「何月何日のこの時刻に、こういう属性を持った顧客に対して、この商品のキャンペーンをこのチャンネルで打てば、最も販促効果が得られる」といったレベルのきめ細かな未来予測まで、やろうと思えばできる。一般的に統計分析を基にした未来予測は、サンプルデータの数や種類が多ければ多いほど、その精度も高くなる。ビッグデータは、かつてないほど大量で多様なデータを対象とした統計分析処理を通じて、これまでのITソリューションでは得ることができなかった新たな知見を、データの山の中から掘り出し、これまで誰にも見えなかった事象や未来を可視化してくれるものなのだ。

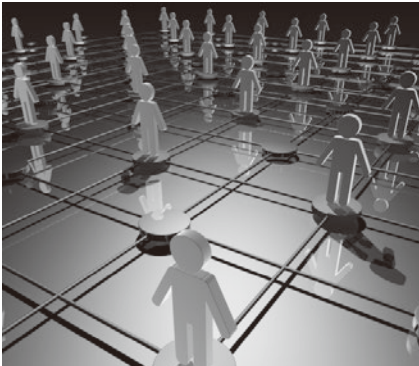
旅行業界における ビッグデータの可能性

このビッグデータ、旅行業界においてはどのような活用法が考えられるだろうか？

先ほど挙げたような、ECサイトを訪れたユーザーに最適なお勧め商品を即座に割り出して、その案内や広告をWebページ上にリアルタイム表示するといった使い方は、旅行会社のサイトでも十分に効果を発揮する。

例えば、ユーザーがある旅行パック商品のページを閲覧しているとしよう。「そのユーザーが過去どのような商品のページを閲覧したか」「過去どんな商品を購入

したか」「年齢や性別、職業、家族構成といったプロフィールが類似している他のユーザーの購買傾向は」といった各種情報がビッグデータとして蓄積されていれば、それらを互いに組み合わせるビッグデータ分析を施すことで、そのユーザーに対してどんな旅行商品の広告を提示すれば最も受け入れられやすいか、即座に割り出すことができる。



既に一部の航空会社や旅行会社では、販売促進活動の一環としてこうした仕組みを自社サイトに導入している。また、旅行者を受け入れる側の観光施設や、誘致する立場にある自治体などでは、別の観点からビッグデータに大きな期待を寄せている。例えば、旅行者が持ち歩くスマートフォンに搭載されたGPSセンサーから取得した位置情報を大量に集め、ビッグデータ分析を施せば、観光地や施設における旅行者の移動や滞留の傾向を正確に割り出せる。ここで得た知見は、より魅力的な観光企画の立案に即座に生かすことができる。

これまで旅行業界においては、多くの顧客を呼ぶための工夫やノウハウは、どちらかというと「長年の経験に基づく勘」に頼る傾向が多かった。しかしビッグデータのITソリューションを導入すれば、経験が浅くとも、データという「事実」に基づいた精度の高い仮説を比較的簡単に導き出せるようになる。もちろん、客観的なデータによる仮説に、長年の「勘」が加われば、それが大きな裏付けとなり、より確実な施策が打ち出せるだろう。

また旅行業界では、チケット購入や宿泊予約などの際に、顧客の個人情報を預かることが多い。そのため、極めて慎重にデータを扱うことが求められるが、同時により多くの顧客データを収集できるため、それらをビッグデータ分析に生かせば、より精度の高い分析や未来予測を行うことができる。そうした意味でも、今後旅行業界においては、ビッグデータソリューションの導入がより一層加速するものと思われる。

日本企業の海外展開を支援する AXESSのグローバル・ソリューション



日本のGDSとして成長し続けてきたAXESS。2014年にはホストシステムを刷新、世界的に展開するTravelportのソリューションを導入し、グローバル対応を進めている。AXESSのグローバル・ソリューションは、「日本育ちのGDS」だからこそ実現できる、日本の旅行会社とその顧客企業のニーズにマッチした便利な機能ときめ細かなサービスで、海外展開する日本企業を幅広くサポートする。

	出発前	出発後
顧客企業	出張者による検索や渡航手配をサポート  	出張先でもリアルタイムで旅程を確認 
旅行会社	豊富なプロダクトラインナップで手配に関わる業務を強力サポート！     	出張先での急な旅程変更にも対応 

Global Solution ①

Switchable Access

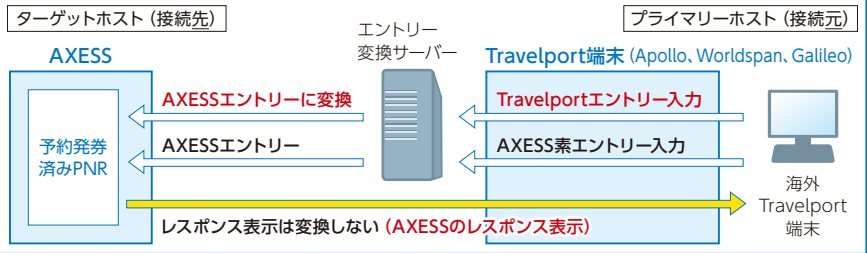
AXESSのPNRを世界各地のTravelport端末から操作可能に

AXESSで作成したPNRを、Travelport端末（Apollo、Worldspan、Galileo）で参照、変更、Reissueなどの操作ができる機能。世界各地のTravelport端末からAXESS PNRの予約、発券のフォローアップができる。例えば、AXESSで手配した出張に変更が発生した際、出張先のTravelport端末からReissueが可能となり、変更後の予約記録もAXESS上で確認できるようになった。

便利なエントリーの翻訳機能も

またエントリーの翻訳機能が付いているので、Travelport端末からAXESS PNRを操作する際でも、使い慣れたTravelportのエントリーで操作できる（一部制限あり）。Travelportのエントリーは、自動的にAXESSのエントリーに変換（＝翻訳）される仕組み。複数GDSのエントリーを使い分ける必要がないので、研修の時間やコストを軽減することができる。もちろん、Travelport端末上からAXESSのエントリーを入力することも可能だ。なお、AXESSからのレスポンスに関しては、AXESSホストの表示となる。

Switchable Accessの翻訳機能



Interview

Switchable Accessを利用した 24時間発券対応サービスをスタート AXESSの信頼性、翻訳機能が導入の決め手に



ビジネストラベルネットワーク (BTN)
業務部 システム室長 兼 人事・総務担当部長
太田 雅之 氏 (写真 右)

聞き手

アクセス国際ネットワーク
営業部 グローバルソリューションデスク 専任部長
伊藤 洋三 氏 (写真 左)

インハウス系旅行会社を中心に、旅行会社からの国際線航空券の発券業務を受託するBTN。2014年11月にアメリカの在外法人を活用した24時間発券対応サービスを開始、Switchable Accessを利用することで、日本の営業時間外でもアメリカの在外法人からAXESSを操作し、発券対応できるようになった。

24時間発券サービス 導入の背景は？

インハウス系の旅行会社は、親会社へのサービス強化の一環として、24時間対応を求められています。しかし自社で当該サービスを実施するには、コストが非常に高く付いてしまう。こうした課題を持つインハウス旅行会社が業界共通の仕組みとして、BTNが提供する24時間発券サービスを利用してもらうことで、会社の枠を超えた業務効率化が実現し、安価に、そして高品質なサービス提供が可能となります。BTNは24時間発券対応サービスという、いわばひとつの「プラットフォーム」を、インハウス系をはじめとする旅行会社の皆様に提供させていただくという形です。

Switchable Access 導入の決め手は？

まずはGDSが提供しているという安心感。また、翻訳機能が付いている点が導入への大きなポイントとなりました。在外法人のスタッフは、Apolloのコマンドには慣れていますが、AXESSのコマンドには慣れていないため、一から覚えなくてはならず、導入へのハードルが高くなるリスクがありました。翻訳機能があることで、導入へ向けた研修のコストと時間を短縮できた点は大きいです。

今後の展開は？

AXESS BTMやWorld Kippなど、AXESSが提供しているサービスとの連携を構築できるのではないかと考えています。いずれも旅行会社向けのソリューションですが、後方業務プラットフォームとして発券をBTNが担当する、といったセットで、旅行会社が持つ課題解決策を提案することが可能です。AXESSと協力しながら、旅行会社に対して、ソリューションを提供できるといいですね。

Global Solution ②

AXESS BTM

ますます進化する業務渡航向けソリューション

業務渡航向けソリューションとして、渡航手配の効率化と顧客企業の出張費用削減を実現するAXESS BTM。オンラインのセルフ・ブッキング機能の提供に続き、バージョンアップでより便利に進化、「日本のGDS」として、日本のマーケットに根ざした万全のサポート体制で、スムーズに導入できる点も大きなメリットだ。

AXESS BTMの「ここに注目！」

① シンプルな画面と高い操作性

- Web経由で24時間365日、どこからでも出張者自身が予約できるセルフ・ブッキング機能を提供。顧客企業の出張者の利便性向上だけでなく、旅行会社の業務軽減にも貢献。
- ユーザーフレンドリーな予約画面で簡単に予約が可能。日本語と英語の2か国語に対応。
- 顧客企業の出張規定を反映。規定に沿って、最適な航空券やホテル、レンタカーを検索できる。企業の出張規定の管理強化、出張コスト削減に。
- プライベート運賃にも対応。より戦略的な販売を実現。



【フライト検索画面】 分かりやすい画面で操作しやすいのが特徴。

② 開発費、維持費をコストセーブ

- 自社開発不要、初期投資費用をセーブできる。
- 最短3週間の導入が可能。
- ランニングコストも最小限に抑えられる。
- インターネット接続環境があれば導入可能。



【フライト検索結果画面】 空席と連動した最安値検索の結果を表示。航空会社別の最低料金を直行、乗り継ぎの条件ごとに一覧表示できるほか、出張規定に沿った航空会社のみを表示することも可能。

「日本のGDS」ならではのサポート体制にも注目

「日本に根ざしたGDS」として旅行会社と共に歩んできたAXESS。日本の旅行会社のニーズに合わせ、AXESS BTM導入の提案から事前準備、運用開始を強力にサポートする専門デスクを設置。各旅行会社の特性を考慮した万全の体制で、旅行会社、企業の導入時の負担を軽減する。また導入後も、「日本のGDS」としてこれまで培ってきたノウハウを駆使し、旅行会社と一緒に効果的な運用に向けて取り組むことができるのが同社の大きな強み。障害発生時も迅速にサポートしてくれる。

バージョンアップでさらに便利に

AXESS BTMは、2014年12月にバージョンアップを実施、さらに使いやすくなった。主なポイントは以下の通り。

- 運賃規則、TAX明細の日本語表示** 予約条件や発券条件、キャンセルポリシーなどの運賃規則、TAX明細が分かりやすく、出張者がより安心して利用できる。
- 複数都市滞在型検索** 往復、片道旅程に加えて周遊旅程の検索が可能に。旅程の選択肢が拡大。さまざまな出張スタイルに対応できる。
- 「Trip for You」へのリンク機能** 旅程表やeチケット控えの表示がAXESS BTM画面から簡単に。

2015年も機能を続々レベルアップ

今年も引き続き機能のレベルアップを図る。春を目処にリリース予定なのは以下の機能。モバイル対応など、ますます顧客企業や出張者が使いやすいソリューションを目指していく。

- モバイル対応** 旅程表、eチケット控えを参照できる「Trip for You」がタブレット端末やスマートフォンからでも最適な表示環境でチェック可能に。
- Google Mapとの連携** ホテルの検索結果をGoogle Map上に表示するインタラクティブマップ表示に対応。ホテルの立地を確認できるのでホテル選定がより効率的に。
- オンラインチェックイン機能** 「Trip for You」よりワンクリックで航空会社のサイトへ移動、オンラインチェックインができる（一部航空会社に対応）。

ホームページでの売上アップにビッグデータを活用 最適な情報提供で「顧客満足度」を高める



日本航空(JAL)

旅客販売統括本部 Web販売部1to1マーケティンググループ

野口 雄一郎 グループ長(右)

渋谷 直正 アシスタントマネジャー(左)

月間2億ページビュー、1日あたり50万人のユニークユーザーが訪れる日本航空(JAL)のホームページ(<http://www.jal.co.jp>)。「旅客販売統括本部 Web販売部1to1マーケティンググループ」は、同サイトの売上アップを目的に設立。膨大なアクセス記録を分析し、最適な情報を発信することで、サイトに訪れる人の購入率を引き上げ、「顧客満足度」を高めている。

まずは サイトに来る人の分析から

同社のホームページでは、国内線と国際線の航空券からパッケージツアー、ホテルやレンタカーなどの付帯サービスまで、幅広い商品を取り扱う。野口グループ長は「はじめにビッグデータありきではなく、まずはホームページでの売上を伸ばすために、ホームページへアクセスするお客さまへの分析が必要、という経緯でスタートした」と語る。

部署設立は2010年12月。設立の目的について、野口氏は「ホームページは24時間365日間開いている当社の『基幹店』という位置づけ。ホームページでの売上、またどんなお客様がアクセスされるのか、これまで把握できていなかった。データを把握することで初めてお客様を知ることができる。あくまでもお客様への『おもてなし』の一環。お客様の行動に合ったサービスを提示することで良い顧客体験を提供できるようになる」と説明する。また同部署の位置づけについて、渋谷氏は「ホームページの売上をアップするには2つのやり方がある。ひとつはアクセス数を増やすこと。これには広告やアフィリエイトなど、多額の費用がかかる。もうひとつはサイトに来るお客さまの再訪を促し、単価をアップさせること。当部署ではこちらの取り組みを行っている」と語る。

購入しない人の記録から 何を求めているかを探る

2011年10月には、サイトのアクセス記録を蓄積するシステムを整備し、本格的なデータ収集を開始した。渋谷氏は「例えばコンビニのPOS(Point of Sales)システムは、購入記録をデータ化するものだが、当社が取り扱う航空券や旅行商品は単価が高く、すぐに購入されるものではなく、価格を比較するためにアクセスするお客さまも多い。購入しないお客さまの行動も集めることで、こうしたお客さまが何を求めているのかを分析し、そして最適な商品を提案することができる」と、同社ならではの特徴を語る。

求めている人に 最適な情報を提供

一定のデータが集まった2012年半ば頃より、ビッグデータを解析するビジネス・アナリティクス・ツールとしてIBMの「SPSS Modeler」を導入、本格的なマーケティング分析を開始した。渋谷氏は「最初の1年間は試行錯誤の状態。2013年から2014年にかけてようやく本格的な形となった」と振り返る。

目指したものは「気持ちよくご利用頂くために、最適なタイミングでお客様のニーズにフィットした商品を提案すること。具体的には、ホームページのトップ画面の広告バナーに、データ分析に基づいた最適な内容を表示させるというものだ(下画面参照)。

「例えば、ハワイの運賃を検索しているお客さまに、北海道や沖縄の情報をご覧いただいても購買にはつながりにくい。そうしたお客さまには、例えばハワイのキャンペーンを提案するといった、お客さまの「背中を押す」情報をご提供することで、実際の購買につなげることができる」(渋谷氏)

「海外女子旅」で 購買率10倍アップ

データ分析の実績について、野口氏は「同条件で顧客のデータ分析を行わなかった場合と比べ、購買率で最大10倍の効果を得るなど、一定の成果を上げている」と語る。

その一例が「海外女子旅」。「潜在層から新たな需要を掘り起こすべく、年齢層など、共通の特徴を持つ層から搭乗履歴やウェブサイトでの行動を基に、旅行に行く可能性の高いターゲットを抽出し、その層向けに『海外女子旅』のバナーをご提供したところ(下画面参照)、売上を伸ばすことができた」(渋谷氏)

データ分析を通じて現れた特徴が「9～10月に予約が増える」という点。「女性スタッフからのヒヤリング結果と合わ

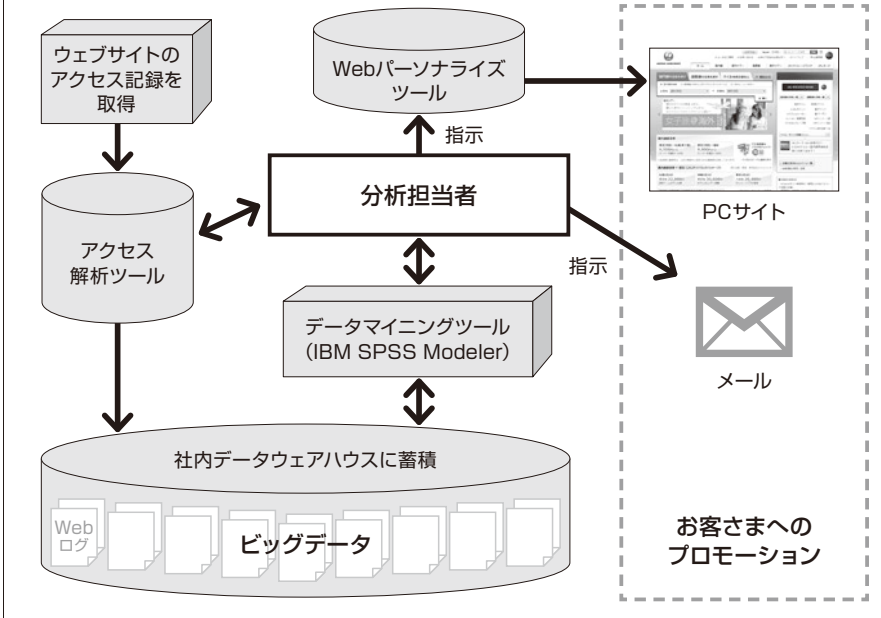


ニーズにマッチした訴求で売上を伸ばす

(図1) JAL Web販売の概要



(図2) ビッグデータ解析フローチャート



せ、年度初めの4～5月は休暇が取りづらく、ピークシーズンの7～8月は運賃が高いから9～10月にするのではないかとという仮説に確信を持つことができた。この時期にキャンペーンを設定することで大きな売上につながった」(同)

渋谷氏は「旅行はビッグデータとの親和性が高い。お客さまの趣味がますます細分化する中、データ分析により、それぞれのお客さまに最適な提案ができることが今後旅行業界にも求められるのではないかと述べ、旅行業界におけるビッグデータの重要性を指摘する。

成功のカギは 「目的」と「コミュニケーション」

「海外女子旅」の成功事例からも分かる通り、単なる「データ分析」だけでは見えてこない部分も大きい。ビッグデータ分析を成功へ導くカギとして、渋谷氏が挙げるのは「明確な目的」と「コミュニケーション」の2つだ。

「ただ漫然とデータを集めていても使いこなせない。何がしたいのか、明確な目的を持つことが重要。また、データだけを見ていてはダメ。各部署の課題を拾い上げるなど、絶えず関連部署とのコミュニケーションを図ることも必要。課題を認識することで、データ分析の目的が見えてくるはずだ」(同)

必要なのは 「分析できるマーケティング」

ビッグデータとなると、とかくインフラや専門的な人材など、莫大な投資が必

要、というイメージが先行しがち。しかし渋谷氏は「決してそんなことはない」と否定する。「費用については、例えばクラウドのサービスも浸透し、以前ほどお金はかからない。データを分析するという意味ではエクセルでも可能」と語る。

人材についても、「今まではデータ分析のハードルが高く、『データサイエンティスト』のような統計学に長けた専門家が必要だったが、今はスキルを身につけて自分で分析できる『マーケッター』がいれば充分。他部門とのコミュニケーションをとれることが重要だ」(同)と強調する。

ちなみに同社の「旅客販売統括本部 Web販売部1to1マーケティンググループ」は、販売部門の中にあり、あくまでも販促の一環という位置づけ。システムの技術面や運用面でIT部門との連携を図りながら「売上を伸ばす」というスタンスであり、そのことからマーケティング要素が強いことが分かる。

リアル窓口との融合で 顧客満足度をさらに高める

今後の課題について、野口氏は「まずはノウハウを蓄積し、分析の精度をさらに上げること。サイトのアクセス記録をまだ十分に使い切れていない。また、ホームページへのアクセス分析で得たノウハウをベースに、空港や機内、コールセンターなどといった、お客さまと直接接する窓口でのデータも融合させることで、よりお客様に寄り添った対応の余地があると考えている」と語り、さらなる拡大、活用を目指している。

LCC予約はINFINIが便利！ 「INFINI LCC Search」で簡単、安心手配

世界でシェアを拡大するLCC。日本においてもその利用ニーズは年々高まっている。INFINIでは、LCC予約ツール「INFINI LCC Search」を新たに開発、航空券予約・発券システム「INFINI LINX PLUS」と連動し、LCCの手配までが可能となった。「INFINI LCC Search」は特に見やすい画面と分かりやすい操作性を備えており、安心してLCCの手配ができるツールになっている。「INFINI LCC Search」でLCCを新たな収益源に一その利用メリットは高い。

**「INFINI LINX PLUS」空席照会でLCCの空席状況も同時にチェック
最安値順に運賃表示・スケジュール確認が容易に可能**

「INFINI LCC Search」の大きな特徴のひとつが、「INFINI LINX PLUS」と連動してLCCの空席照会ができる点。「INFINI LINX PLUS」でいつも通りの空席照会エントリーをするだけで、連動してLCCの空席をポップアップ表示してくれる(画面①)。特別なコマンド操作は不要で、LCCまで含めたフライトの比較検索が簡単にできる。

またLCCの空席表示画面(画面②)では、運賃を日本円で表示。さまざまな国籍のLCCのさまざまな通貨に対応しており、詳しいフライト情報の参照や別の日程や区間で改めて検索する場合でも簡単に操作できる。LCCで多い受託手荷物の重量追加などの付帯サービスの手配にも対応する。

**予約可能なLCCは世界40社以上
主要なLCCを幅広くカバー**

「INFINI LCC Search」で予約手配可能な航空会社は、全42社(2015年2月現在)。欧米やアジアで運航する主要なLCCを幅広くカバーする。

**「INFINI LCC Search」で
予約可能なLCC(抜粋)**

【アジア/オセアニア】

タイガーエア(シンガポール/オーストラリア)、ベトジェット航空(ベトナム)、ライオン・エア(インドネシア)、スパイスジェット(インド)など

【アメリカ】

エアトラン(アメリカ)、アレジアン・エア(アメリカ)、フロンティア航空(アメリカ)など

【ヨーロッパ/中近東/アフリカ】

ライアンエア(アイルランド)、イー・ジェット(英国)、エア・ベルリン(ドイツ)、ノルウェー・ジャン(ノルウェー)、エア・アラビア(UAE/エジプト/モロッコ)、フライ・ドバイ(UAE)、マンゴ(南アフリカ)など

= 全42社(2015年2月現在)

**決済は日本円で
専用カードでセキュリティにも配慮**

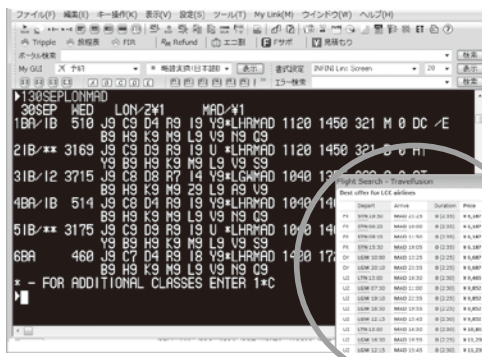
日本円で決済ができるのも便利。予約日のレートで販売額が決定できるので、為替差損のリスクを最小限に抑えることができる。決済はクレジットカードに対応。クレジットカードについては、利用する旅行会社の運用やセキュリティ面に配慮し、「INFINI LCC Search」だけにしか利用できない専用カード「INFINI LCCカード」も別途用意可能だ。

**ひとつのPNRで一元管理
「INFINI desk」のサポートで安心**

また、予約/決済完了後は、「INFINI LINX PLUS」にパッシブセグメントを自動作成するので、予約したLCCフライトも「INFINI LINX PLUS」上で通常のPNR

同様に管理が可能となる。これによりインタープライトとLCCを同一PNRにて管理し、「Tripple」で旅程表作成も可能となる。

ほかにも「INFINI LCC Search」の操作や運賃ルールなどの問い合わせについては、「INFINI desk」で対応するので、各LCCに直接問い合わせをする必要がない。安心サポートで定評の高い「INFINI desk」なら、もちろん日本語対応で言葉の心配もいらない。



画面①：空席照会画面

LCCの空席照会をポップアップで表示



画面②：LCC空席照会画面

応だ。エアアジア、ジェットスターやピーチ、バンラエアなど、国際線/国内線LCCの予約手配も「INFINI LCC Search」で可能となる。取扱LCCは順次拡大していく予定だ。

INFINIによるLCC予約ツールはこれだけに留まらない。まもなく旅行会社側システムに組み込み可能となるXML仕様の公開を予定している。ますます使いやすく、そして便利に、「INFINI LCC Search」の活用はさらに広がる。

**国内線LCCにも対応予定
XML版でカスタマイズも可能に**

今後の展開として予定されているのが、日本発の国際線/国内線LCCへの対

\\うれー! おいー! LCCサーチ!\\



INFINI LCC Searchは、

INFINI LINX PLUSと連動して、LCCの予約・決済ができるツールです。

取扱い航空会社は、ただいま42社(2015.2現在)。今後、順次拡大していく予定です。

うれー!
INFINI
LINX PLUSで
LCCも簡単予約!

おいー!
LCCを
新たなビジネスに
繋げよう!

やさー!
INFINI deskが
手配をしっかり
サポート!



INFINI
LCC Search
Powered by travelfusion

世界をスピーディーに、シンプルに、そしてスムーズに。

株式会社 インフィニトラベル インフォメーション 〒107-0052 東京都港区赤坂4-2-6 住友不動産新赤坂ビル6F TEL:03-6229-8500 FAX:03-5570-9578
URL: www.infini-trvl.co.jp INFINI desk ☎ 0120-122-090 営業グループ TEL:03-6229-8578 FAX:03-5570-9578
名古屋支店 TEL:052-954-8760 FAX:052-954-8762 大阪支店 TEL:06-6204-0480 FAX:06-6204-0495 福岡支店 TEL:092-720-3620 FAX:092-720-3621

INFINI
A NEW ERA IN TRAVEL INFORMATION

いつでも、どこでもアマデウス 完全ウェブベースの次世代プラットフォーム 「Amadeus Selling Platform Connect」リリース aMADEUS

アマデウス・ジャパンは、「Amadeus Selling Platform Connect」を3月23日にリリースする。完全ウェブベースで、インターネットに接続できる環境があれば、いつでも、どこでもアマデウスGDSを操作できるのが最大の特徴。またコマンド画面など、従来の操作性を残しつつ、ユーザー視点の便利な機能を新たに盛り込むなど、使いやすさにもこだわった。

マルチブラウザ対応 自宅PC、タブレットからでも 操作可能



従来のアマデウスGDSシステム「Amadeus Selling Platform」の進化版となる「Amadeus Selling Platform Connect」。完全ウェブベースなので、使用OSに関係なく、どのブラウザからでもアマデウスGDSの操作が可能だ。

例えば、休日に緊急対応が発生した場合でも、わざわざ出社することなく、自宅のPCから予約変更など、迅速に対応できる。移動中や取引先でタブレット端末から操作することも可能だ。営業時間外でも、24時間365日、いつでも、どこでも、あらゆる環境においてアマデウスGDSを利用できる。

インストール不要、いつでも最新版 2段階認証でセキュリティも安心

また、完全ウェブベースのため、事前のインストールは一切不要。アクセスすれば、いつでも最新版を利用できるので、バージョンアップも不要。導入時、そして運用後も余計な手間やコストを軽減することができる。

2段階認証でセキュリティ面にも配慮する。主要なブラウザがあれば、どの機器からでもIDとパスワードがあればログイン可能だが、一度ログインすると、登録Eメールアドレスに確認メールが届き、メール内にあるリンク（＝2段階認証）をクリックすることで、GDSを操作できるようにした。万が一IDとパスワードが知られた場合でも、操作できない仕組みとなっているので安心だ。

あとと便利な機能を搭載 ユーザー視点に立った操作性

今回の「Amadeus Selling Platform Connect」の開発にあたり、アマデウスは世界各地のユーザーから徹底的なヒアリングを実施。実際に操作するユーザーの立場になって考えた便利な機能を新たに加えている。

慣れた操作はそのままに 変わらないコマンド画面

新機能を搭載し、ますます使いやすくなった「Amadeus Selling Platform Connect」だが、従来のコマンド画面も用意しているので、これまでと変わらず操作できる。

いつもの操作性、使用感はそのままに、端末を選ばず操作できるのが「Amadeus Selling Platform Connect」。もちろんグラフィック画面を利用すれば、分かりやすく操作しやすいGUI（グラフィック・ユーザー・インターフェース）で、エントリーの知識がなくてもGDSの一連の操作が可能だ。

Amadeus Selling Platform Connect の注目機能

①最大6セッションまで同時操作可能

手配中に別の問い合わせが入った場合でも、手配中の操作を中断せずに別のセッションを起動することが可能。同時に作業ができる。



最大6セッションまで同時操作可能

②いつも使う操作を簡単に

（Smart Flows, Smart Triggers）

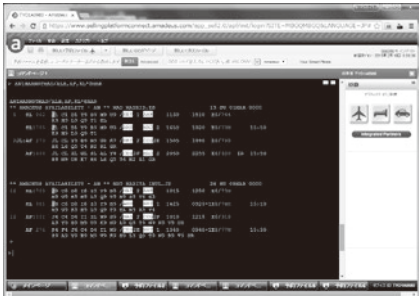
会社名やremarksの入力など、普段良く使う操作をあらかじめ登録することで、ショートカットで簡単に操作できる「Smart Key」が「Smart Flows」にグレードアップ。キーワード入力でツールが起動する「Smart Triggers」も便利だ。

③グループ予約を一気にネームイン！（Batch Upload）

複数の旅客情報やパスポート番号を自動的にPNRへ転送できる機能。グループのPNRのネームインが一気にできる。

④支店のIDにアクセス（Multi Office）

あらかじめ登録しておくことで、同一会社の別IDにアクセスできる機能。例えば、本社から各支店のIDへ、1回のログインだけでアクセスできるので、本社出張時に本社の端末から本社のIDを使って自分の支店のPNRを参照／操作できる。



これまでと変わらない操作性（コマンド画面）



グラフィカルな画面で分かりやすい（シートマップ画面）

アマデウスの「シングルPNRコンセプト」 航空会社と同一の予約記録で使って安心

航空会社向けにITシステムを提供する、アマデウスならではの特徴が「シングルPNRコンセプト」だ。

航空会社向けITシステム「アマデウス アルテア」を利用する航空会社のフライトを、アマデウスGDSを使って予約すれば、航空会社と旅行会社で同一のPNR（シングルPNR）となり、数多くのメリットを享受できる。



例えば、出発後の予約内容の変更も即時に旅行会社側に反映されるほか、NO REC（予約の不整合）の回避、スケジュールや空席のリアルタイム照会、ADMリスクの削減、シートマップの共有、マイレージ・プログラムの自動認証、充実したフライトインフォメーションの提供など、旅行会社の付加価値向上、またミスの軽減につながる。

現在、「アルテア リザベーション」＆「アルテア インベントリ」を採用する航空会社は132社（契約済。うち121社が導入済）、また「アルテア デパーチャー コントロール」を採用する航空会社は117社（同。うち84社が導入済）にものぼる。日本発国際線の座席シェアで見ると、43.7%（2014年）と大きなシェアを占める。今後いくつかの航空会社が「アマデウス アルテア」への移行を予定している。

カーボン・オフセット対応も 旅行会社のCSR活動に貢献

地球環境保護活動にも力を入れるアマデウス。先ごろ新たな取り組みとして、経済産業省およびマイクライメイトジャパン株式会社と提携、旅行会社向けに提供しているオンライン予約エンジン「Amadeus e-Power」で、CO2排出削減に貢献する「カーボン・オフセット」*に対応する新機能を搭載した。

これは国際民間航空機関（ICAO）が公開するCO2排出量算定ガイドラインに基づき、フライトごとのCO2想定排出量を算出、表示するというもの。その場で想定排出量を金額に換算、寄付することができるので、旅行会社は顧客に対し、カーボン・オフセット活動への参加を促すことができる。寄付をした旅行者に対しては、カーボン・オフセット証書がマイクライメイトジャパン株式会社より発行される仕組み。経済産業省でも同活動を支援している。

旅行会社の顧客は、個人単位で気軽に「カーボン・オフセット」活動に参加できるほか、予約システムを提供する旅行会社にとっても、CSR活動の一環として「地球環境保護に積極的な企業」としてのブランド価値を上げることができるメリットがある。

「Amadeus e-Power」カーボン・オフセット機能導入旅行会社（2015年2月現在）
グリーンパイオコーポレーション株式会社（エアーオンライン）
<http://air-online.net/>
株式会社 シナジーコーポレーション（ワンエーツアー）
<http://one-a.net/index.php/amadeus/abroad>
株式会社 Alpha Prime Japan（APTラベルサービス）
<http://ap-travel.com/>

アマデウスは、グローバル展開でも、さまざまなCSR活動を実施。昨年はCO2排出量の削減及び気候変動によるビジネスリスクの緩和への取り組みに対し、NPO団体「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト（Carbon Disclosure Project）」から高い評価を受け、2014年の「気候変動パフォーマンス先進企業（クライメート・パフォーマンス・リーダーシップ・インデックス：CPLI）」の一社に選定されている。



CO2想定排出量を表示



想定排出量を金額に換算、寄付できる

*カーボン・オフセット：日常生活や経済活動で排出するCO2（＝カーボン）を、その排出量に見合った削減活動に投資することで、CO2排出量を埋め合わせ（＝オフセット）、実質的にゼロにしようという活動。日本政府では、経済産業省が中心となって、省エネルギー機器の導入や森林経営などの取り組みによる温室効果ガス排出削減量を「クレジット」として国が認証する「J-クレジット制度」を掲げている。

amadeus

どこにいても ビジネスチャンスは 逃さない

完全オンライン予約プラットフォーム
Amadeus Selling Platform
Connect

キャンペーン開催

2015年3月23日スタート!

Amadeus Selling Platform **Connect** を
月額500円で利用できるチャンス!
お見逃しなく!

www.amadeusjapan.co.jp/seco

Amadeus Selling Platform **Connect**

ビジネスの可能性が無限大にひろがります

Topic ①

Amadeus

アマデウス、ビッグデータ活用に注力 GDS、エアラインITに次ぐ「第3の柱」に

アマデウス・ジャパンは、恒例の「アマデウス ソリューション EXPO」を開催、旅行会社向けの新たな事業として、ビッグデータを活用した「トラベル・インテリジェンス」を展開すると発表した。GDS、エアラインITに次ぐ、事業の「第3の柱」とする考えで、アマデウスGDSのデータに限らず旅行データ全般を分析、旅行会社のニーズに合ったコンサルティングを行う。

新事業の中心となるのがソリューション・パッケージ「Amadeus Agency Insight」。出発日や利用区間、予約時期や検索パターンなど、旅行者のさまざまな傾向をビッグデータとして分析、販売促進や業務効率化など、旅行会社の目的や要望に合わせたソリューションを提案する。なお、データ処理はクラウドベースで行うため、旅行会社が自社のデータベースを新たに構築する



必要はない。

同社は全社規模で同事業に注力しており、旅行業界に精通している点、データベースの豊富なインフラ、レスポンスの速さ、データ分析の専門家がいる点などを強みとして打ち出す。東日本地区営業部長の中山竜太氏（写真）は「まずは大手旅行会社、インハウスなどの業務渡航系旅行会社、オンライン旅行会社を手始めに提案していきたい」と、今後の展開について語った。

Topic ②

Sabre

セーバー、GDSのビッグデータを公開 アプリ開発者向けに

セーバートラベルネットワーク（セーバー）は、自社GDSのビッグデータを活用できる次世代の開発API（アプリケーション・プログラミング・インターフェース）ツールを2014年より一般に公開している。開発者向けポータルサイト「セーバー・ディベロップメント・スタジオ」（<https://developer.sabre.com/>）上で公開、APIツールの提供で開発にかかる負担を軽減し、旅行に関する新たなウェブサービスやアプリの開発を支援する。特に日本市場においては、インバウンド促進へ向けた活用を促していきたい考えだ。

※英語表記のみ

セーバー GDSは、1日に20億件を超える旅行予約データを扱っており、対象となるデータは膨大でまさにビッグデータ。なお、データの対象国は米国発着からスタート、順次世界各国へ展開する。

開発例としては、グラスを装着し、

「OK Glass, find me a flight, from ○○ to ○○○, June 7.」など話しかけるだけで、希望のフライトが表示されるウェアラブル端末用のアプリ「グラス・フライトサーチ」や、自分の居場所と会いたい複数の相手の居場所、旅行の往復の日程を入力すると、最も適した「ミーティング場所」と、お互いの出発地から目的地へ最も安い往復の旅行費用を検索・表示するアプリ「ミート・ミー」など。さらに「オンライン旅行会社が年末の予約記録から年末の『人気デスティネーション』を紹介したり、空港の利用者数を算出し、いつ混んでいるかを示したり、またこれまでの運賃データから選んだ日付／区間の最安値を表示したり、ビッグデータを活用したいろいろな機能を盛り込むことができる」（同社シニアITスペシャリストの小澤糧司氏）と、その活用事例はユニークで幅広い。



「セーバー・ディベロップメント・スタジオ」 <https://developer.sabre.com/>

ビッグデータだからできる 旅行者個々のニーズに合った提案

同社は、ほかにも旅行会社向けにビッグデータを活用したソリューションをカスタマイズして提供する「Business Intelligence」を提供、業界でもいち早くビッグデータを活用した取り組みに力を入れている。「旅行者の嗜好は細分化が進んでいる。それに対応するには、過去のデータをベースに最適なアプローチを仕掛けること。例えば、お客様に『次はどこへ行くか?』を提案する際、ビッグデータをベースに、個別に提案することが今後求めら

れる。いかにお客様の嗜好にフィットした情報を提供できるかが重要となるだろう」（小澤氏）

また開発されたアプリの販路の一つとして、同社が旅行会社向けに展開するBtoBアプリのマーケットプレイス「セーバーレッド アップセンター」は順調に伸び、昨年12月には100万ダウンロードを突破した。おすすめシートを紹介したシートマップやGDSコマンドの変換機能などのアプリが人気を集めている。

Topic ③

TRAVEL JAPAN Wi-Fi

訪日観光客向けの無料Wi-Fiで新プロジェクト 「トラベルジャパンWi-Fi」発足、16企業団体参画

KDDI子会社のワイヤ・アンド・ワイヤレス（Wi2）が中心となり、訪日外国人観光客向けに無料Wi-Fi環境の提供を柱とした新サービスプロジェクト「TRAVEL JAPAN（トラベルジャパン）Wi-Fi」を立ち上げた。同社が訪日外客専用のスマートフォンアプリを提供し、全国で最大24万カ所のWi-Fiスポットに無料でアクセス可能とするほか、プロジェクトに参画する自治体や企業が提供するものを中心に、利用したアクセスポイントごとにショッピングや飲食など、訪日外国人の旅行に役立つ情報をアプリ上で表示する。さらに、Wi-Fi利用者の属性や行動経路などをビッグデータ解析し、参画企業にレポートを提供する。これにより、定期的にコンテンツの充実を図っていく考えだ。

今回のプロジェクトには、Wi2のほか、アクセンチュア、沖縄県・沖縄観光コンベンションビューロー、小田急電鉄、キャナルシティ博多、京都市・京都文化交流コンベンションビューロー、KDDI／沖縄セルラー電話、神戸市、ジェーシービー、東京都交通局、ドン・キホーテ、日本航空、パナソニックイ

ンフォメーションシステムズ、ぴあ、ビックカメラ、マツモトキヨシの計16企業・団体が参画した。

アプリの提供は、12月12日から開始した。アプリの使用は原則外国人限定とする。判別はスマートフォンの通信情報やアプリの初期設定情報で行う。アプリをダウンロードすると、Wi2が提供する「ベーシックエリア」への無料アクセスができるようになる。さらにプロジェクト参画企業、自治体などから配布されるプレミアムコードをアクセスすることで対応エリアが拡大。最大で24万カ所のWi-Fiスポットに無料アクセスを可能とした。言語は英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語、タイ語の4カ国語に対応している。

アプリ提供開始に先駆けて12月11日に会見したWi2の大塚浩司社長は「インバウンド向けの無料Wi-Fiサービス提供は、これまでエリアの整備が論点の中心だった。我々ももちろんエリア整備には取り組むが、それに加えてフリーネットを活用して、参画企業に訪日外国人に向けておもてなしをすることができる場を提供する」と、今回のプロジェクト立ち上げの狙いを語った。

アクセスポイントごとに訪日旅行サポート情報

ビッグデータで行動経路を表示、参画企業へフィードバック

トラベルジャパンWi-Fiのアプリにアクセスすると、アクセスポイントごとに観光スポット、飲食、ショッピングなど日本の滞在をサポートする情報を配信する。情報内容は直近に更新されたものに加え、過去1カ月間の情報を蓄積し、見られるようになっている。また、地図アプリとも連携しており、近隣施設へのナビゲーション機能も備えている。

アプリの提供は、参画企業・団体を通じて行うほか、「今後、来日前にアプリをダウンロードしてもらう環境作りの構築にも取り組んでいく」（小松直人Wi2取締役）としている。

アプリ提供と無料Wi-Fi環境の提供とあわせて、トラベルジャパンWi-Fiプ

ロジェクトの目玉となるのが、ビッグデータ解析による情報フィードバックだ。

情報解析に関しては、Wi2とアクセンチュアが共同開発。「インバウンド・トライアル・レポート」として参画企業、団体に提供する。

アプリをダウンロードする際に個人情報保護法の規定に従い、情報の利用目的に同意してもらった上で利用者の属性や行動経路などの情報提供を行う。この情報を蓄積し、ビッグデータ解析した上で各企業、団体に提供する。

一例としては、アプリを利用した外国人旅行者による上位の行動経路を表示したり、国籍やアプリ利用言語ごとにアクセスポイントの利用状況を解析。これを地図ソフトと連携することで、地点単位で訪問者数を色の濃淡で示すことができる。また、期間ごとに複数のスポットの訪問情報をグラフで表示し、観光地の訪問頻度を比較できるなど、さまざまな観点からの情報をピックアップすることが可能となっている。

インバウンド・トライアル・レポートを活用することで、アプリで提供する情報の内容を結果に応じて見直すことができる。また、外国人の歩んだ導線に沿った広告宣伝の展開も可能となるなど、外国人向けサービスの内容充実に貢献可能な機能であるといえる。

こうした機能については、参画を決めた企業、団体からも「これまで前例、慣習、勘に頼りがちだったプロモーション活動のやり方が変わってくる」（赤星修平京都文化交流コンベンショビューロー国際観光コンベンション部長）、「提供された情報をもとに新たな街づくりに生かせる」（山本猛神戸市産業振興局シティーセールス担当局長）など、期待する声が寄せられた。また、Wi2もこのデータを活用して、新たなアクセスポイントの立ち上げに役立てていくとしている。

今回のプロジェクトは、参画企業、団体からのプラットフォーム利用料をもとに運営していく。Wi2は2015年6月までをトライアル期間と位置づけており、この間における効果や利用状況をなどを検証し、プラットフォーム利用の料金体系など、運用に関する詳細を詰めていきたいとしている。



記者会見の様子



アクセスポイントごとに外国人観光客に役立つ情報を提供



ビッグデータを基にアプリ利用者の訪問動向をエリア単位で分析する

進化の歩みを止めないシステムの強み 次世代トラボの構想作りにも着手

エヌオーイー(NOE)グループのシステム会社、トラベル・エボリューションは、旅行業基幹システム「TRAVEL EVOLUTION(通称:TRAVO)」の提供先を、業務渡航系旅行会社を中心に20社以上まで拡大。今後は、さらなる提供先の拡大と既存ユーザーの利便性向上のため、次世代トラボの構想作りにも着手する方針だ。

数年後をにらみ 次世代トラボ構想



トラベル・エボリューションは、09年の会社設立以来、システム提供先を着実に拡大。ユーザー数が20社を超えるまでに広がり「年内には新たに数社の導入も決まる見込み」(小山文宏社長)とのことだ。NOEが業務渡航のノウハウを結集して独自開発した基幹システムがベースのシステムだけに、トラボのユーザーも業務渡航系の旅行会社を中心となっており、契約第1号ユーザーとなったホンダ開発をはじめ、多くのインハウスエージェントがユーザーに名を連ねている。またトラボのASP型システム「トラベル・マイスター(Travel Meister)」は比較的小規模な独立系の旅行会社にも導入され、トラボとトラベル・マイスターを合わせたユーザー数は20社を超える。また会社数だけでなくユーザーの端末台数も昨年は大きく増加。旅行業界におけるトラボの評価は着実に高まっている。



しかし日進月歩のシステムの世界にあって進化の停滞は許されない。このためトラベル・エボリューションでは創業5周年を機に次世代トラボの開発を検討しており、「今年は次世代トラボの構想づくりに着手し、次世代トラボへの具体的な第一歩を踏み出したい」(小山社長)としている。

旅行業務基幹システムの開発は数年がかりの大仕事であり、次世代トラボの構想がまとまっても、実際にシステムが稼働するのは数年後になる。このため小山社長は「いまのうちに次世代トラボに着手し、私の在任中には目鼻を付けておきたい」と意欲を見せる。

危機管理対応の C-Fiveも提供

もちろん次世代トラボの開発とは別に、トラボの機能性の向上に関しては不断の取り組みを続けていることは言うまでもない。13年夏には、業務渡航ビジネスにおける危機管理機能の重要性の高まりを受けて、出張支援と危機管理のウェブシステムである「C-Five(シー・ファイブ)」の、トラボ・ユーザーへの提供を開始。トラボ導入のインセンティブが一段と増した形だ。

「C-Five」は、もともとNOEの出張支援システムとして開発されたもので、フライトスケジュール確認や予約などを、出張者自身で行えるのが特徴だ。予約やフライトスケジュールの確認なども行えるオンラインシステムとしても機能する。また出張者自身による各種変更も含め、渡航に関する最新情報がシステムに反映されるため、出張者の所在確認や安否確認などの危機管理にも力を発揮する。

GDSとの スムーズな連携を維持

トラベル・エボリューションによるトラボの機能性向上やシステム進化への取り組みは、毎日のように行われていると

言ってもいい。いい例がGDSとのスムーズな連携状態の維持である。トラボは日本で展開する主要GDSとの連携するように作り上げられているが、GDSも常に進化を遂げている。このためGDSとの連携をスムーズな状態に維持するには、GDSの最新の機能開発や、システムのマイナーチェンジに合わせてトラボ側のシステムにも手を入れる必要がある。

GDS側に変更が生じた場合、それに合わせて旅行業基幹システムを調整、改修するには相当の手間とコストが生じるが、トラボでは基本的にユーザーに対し無償でこの作業を行っている。GDSの変更は予告なく行われることが多いため、それが理由でトラボの機能性や操作性に問題が生じることもあるが、トラベル・エボリューションでは「カバーしなければならぬ範囲は拡大する一方だが、常に状況をウォッチしながら、問題が生じた場合には迅速に適切な対応を取ること

を心がけている」(ソリューション事業部・田島武俊課長)としている。

旅行業の現場で 機能性を常に検証

こうした対応を可能にしている要素の一つがNOEグループの一員というトラベル・エボリューションの強みだ。業務渡航大手のNOEは、日々膨大なボリュームの業務渡航を手掛けているが、こうした日々の業務の中で、不具合や問題が発生すれば、すぐにトラベル・エボリューションにも情報が伝わる仕組みだ。このため「われわれの社内に、常にシステムをモニターしてくれるユーザーがいるようなもので、他のシステム会社より迅速



田島武俊課長

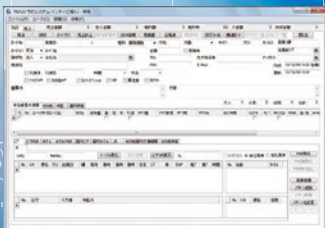
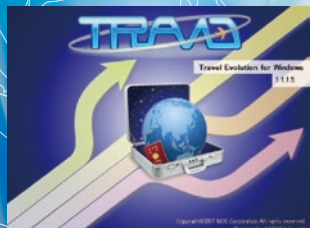


小山文宏社長

に情報を把握し、対応できる」(田島課長)。また生じた問題や不具合が、どの程度重要で、どの程度の緊急性が伴うかを実際の業務に即して、旅行会社目線で判断できるのも強みだという。

トラベル・エボリューションでは、システムそのものの機能性の向上や、次世代トラボ構想づくりに取り組むだけでなく、ユーザーのビジネス環境の向上にも貢献していきたい考えだ。「ユーザー数も確実に増えており、同じような課題を抱えるケースもある。トラベル・エボリューションが何らかの形でユーザー同士をつなぐ役割を果たし、協業や協力関係を構築するうえで力になれるよう努めていきたい」(小山社長)としている。

未来のために機能は進化する



「TRAVEL EVOLUTION」(通称:TRAVO)は
業務渡航をはじめとする個人旅行のエキスパート
株式会社エヌオーイーの業務ノウハウを集積した
旅行者への快適なサービスを効果的に提供できるシステムです。

個人旅行特有の複雑な業務フローをカバーします。



株式会社 トラベル・エボリューション (英文名称 Travel Evolution Inc.)

〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-23-1 住友不動産神田ビル2号館15階(株式会社エヌオーイー内)

☐電話:(03)3254-7800 ☐E-mail:travo@noe-j.co.jp