

すべての出張手配をひとつの「プラットフォーム」で Locomote Travel Management Platform

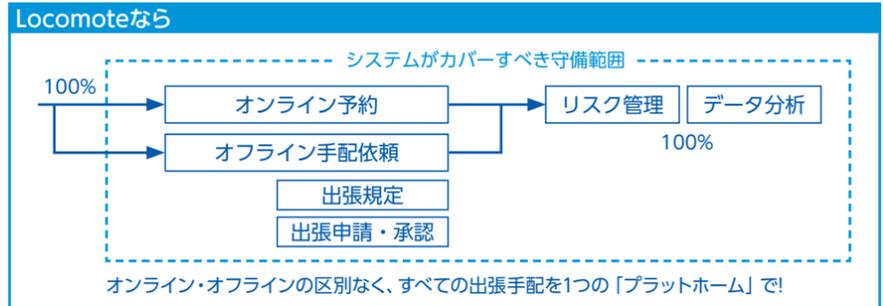
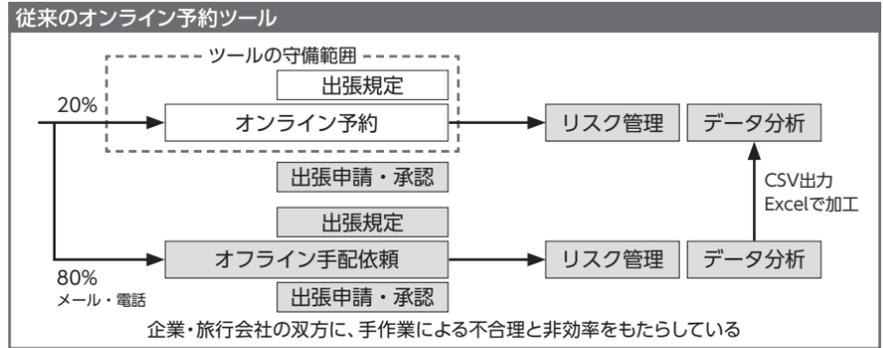
企業向け出張管理プラットフォーム

Travelport Locomote

トラベルポートのTMC・企業向け出張管理ソリューション「Locomote Travel Management Platform (Locomote)」は、単なるオンライン予約ツールではなく、オフラインも含めたすべての出張手配を一元管理できる出張管理プラットフォーム。業界をリードするトラベルポートの先進技術をベースに、安全配慮義務や出張規定に即した予約手配など、企業側のニーズに応えながら、ユーザー視点に立った使いやすさが特徴だ。企業側に対し、業務効率化と高い付加価値を与えるソリューションとして、その注目ポイントを紹介したい。

Point 1 出張手配全体を一元管理

「企業向け出張管理プラットフォーム」として、出張手配全体を一元管理するLocomote。予約ツールを使ったオンライン予約だけでなく、オフライン手配も含めたすべての出張手配をカバーし、出張規定の遵守や、出張申請/承認、危機管理、データ分析が可能となる。



Point 2 企業の安全配慮義務に対応 リスク表示でリスクを減らす

さらにLocomoteでは、出張手配時や出張申請/承認時におけるカントリーリスク表示で、リスク情報の発信と、社員に対する注意喚起が可能。実際にリスクが発生した時の対応だけでなく、あらかじめ出発前の段階でリスクを減らすことが本当の意味でのリスク管理。まさに企業の安全配慮義務に即した機能が盛り込まれている。

例えば、出張者がオンライン手配を行う際、目的地が危険度の高い地域であれば、画面上にカントリーリスクを表示、まず出張者に危険であることを知らせてくれる。もし了解の上で出張申請を行った場合、出張管理者やリスク管理担当者は、画面上でその出張の可否を判断、そのやり取りの履歴も保存できる。

カントリーリスクのデータは、迅速かつ詳細な内容で定評の高いオーストラリア連邦政府の渡航情報を反映。加えて、企業独自の情報をカスタマイズすることも可能だ。例えば、カントリーリスクを表示する際、日本の外務省の海外渡航情報へのリンクを貼れば、よりきめ細かなリスク情報提供ができる。



旅程のリスク表示画面(一例)
リスクを確認した上で出張申請するかキャンセルするか判断できる。ワクチン接種やビザ取得有無も確認可能

さらに世界情勢や治安に限らず、ワクチン接種義務や感染症といったリスクへの対応も安全配慮義務の上でも重要。Locomoteではこうした情報提供も対応、出張手配時にリスク表示することで、あらかじめ出張者に対して、ワクチン接種の確認や接種を促すことができる。

Point 3 使いやすいオンライン予約ツール 利用率アップに貢献する「仕組み」

Locomoteのオンライン予約ツールは、実際にそのツールを利用する出張者が使いやすいよう、さまざまな「仕組み」を施すことができる。「使いやすい」予約ツールを提供することで、オンライン予約の利用率を上げるのがねらいだ。

例えば、一般のオンライン旅行会社で航空券の予約を行うと、空席のある最安値検索により、安い経由便をトップに、膨大な検索結果が表示される。だが、スケジュールをよく見ると、乗り継ぎ時間が長かったり、決して好まれない不便な経由地だったり、業務渡航には向かない旅程が多く、使いやすいとは言い難い。こ

れでは結局、出張者は面倒に感じ、電話やメールによるオフライン手配に流れ、旅行会社にとっては結果的にマニュアル作業が増え、大きな負担となりがねない。

それに対してLocomoteは、出張にそぐわない余計な旅程を表示せずに、出張者や企業側が求める最適かつよりシンプルな検索結果を出すことが可能。企業の出張規定を反映し、出張規定の予算に収まる範囲で、便利な直行便や乗り継ぎ時間の少ない経由便だけを抽出することで、利用者や企業側にとって利便性の高いフライトだけを提案してくれるのだ。



トラベルポートの先進テクノロジーで 分かりやすい検索結果表示

またLocomoteは、トラベルポートの先進テクノロジーをベースに、検索結果が分かりやすいという特徴がある。払い戻し可能な運賃やアライアンス指定などを検索条件に加えることができるほか、

オンライン予約サイトでは一般的なマトリックス表示で、検索結果を一覧できるのもうれしい。もちろん出張規定に基づく推奨表示、あるいは規定外の航空券を表示から除外することもできる。



より使いやすいツールへ 充実の人的サポート

Locomoteでは、企業の出張規定に遵守した最適な検索結果を表示するため、旅行会社側で自由に検索条件をカスタマイズできる。より使いやすく、そして出張者が利用しやすいオンライン予約ツールを構築できるように、トラベルポートでは、旅行会社に対するコンサルティングやサポートにも積極的に応じている。単なるツールの提供ではなく、出張者も、企業も、そして旅行会社も全員が満足できるソリューションを旅行会社と一緒に作り上げるのが、トラベルポートのポリシーだ。



航空会社の新たな流通規格 「IATA NDC」って何？

付帯(アンシラリー)サービスや、それらをパッケージ化した運賃(ブランドド・フェア)を導入する航空会社の動きが盛んだ。こうした動きに対応すべく、国際航空運送協会(IATA)は、航空会社の新たな流通規格「IATA NDC(New Distribution Capability)」を推進している。これまでのGDSを介した流通から、IATA NDCに準拠した航空会社主体の流通体制を築くことで、各航空会社は、消費者のきめ細かなニーズに対応できる販売体制の確立を目指している。一部航空会社で導入が進む「GDS手数料」もその一環だ。IATA NDCとは一体何なのか、その導入背景や、旅行会社に与える影響についてまとめてみたい。

IATA NDCとは？

各システムをつなぐ「相互通信規格」次世代の航空流通に対応

IATA NDCとは、IATA自体が大きな流通システムを構築するのではなく、航空会社やGDS、旅行会社など、それぞれのシステムをつなぐ「相互通信規格」を設けようとする取り組みだ。IATA NDCはGDSや旅行会社に限らず、ITプロバイダーやメタサーチなどに対しても規格を開放しており、より広範囲な流通体制の構築を目指している。

IATA NDCのねらい

販売体制の拡充が目的「GDSバイパス」「旅行会社スルー」ではない

では、IATAがIATA NDCを推進する理由は何か？それは従来の流通体制では十分に販売しきれなかった航空会社による付帯サービスやブランドド・フェアなど、「新たな商品」の販売にも対応した次世代の新しい流通体制を構築するためだ。

例えば、旅行会社などの販売チャネルに対し、航空会社の直販チャネルと同等の販売能力を提供することで、各航空会社の特長や差別化要素を、旅行会社をはじめとする流通チャネルでも消費者に訴求することができるほか、座席指定や機内食のグレードアップ、柔軟な払い戻し規定など、より個々のニーズに合った「商品」を直販以外でも消費者に提示できるようになる。またそれは航空会社にとって付帯サービスの増収につながる。

一見、IATA NDCは、「GDSに代わらないこと(=GDSバイパス)で、航空会社がGDSに支払うGDS使用料を削減し、流通コストを下げるためだ」と捉えがちだが、どちらかというと、こうした新しい「商品」をより販売しやすくするための取り組みという側面が強い。IATA NDCが進む一方で、GDS自体もこうした付帯サービスやブランドド・フェアなど、航空会社の新しい「商品」が販売できる態勢

を整えており、より見やすく、より分りやすく手配できるようになっている。

またIATA NDCは、航空会社による直販(=旅行会社スルー)を推し進めるものでもない。逆に航空会社が持つ多様な「商品」を旅行会社でも販売できるようにする取り組みだ。ただ、IATA NDCは、広く規格の門戸を拡げており、旅行会社に限らずより広範囲な流通体制の構築を目指している。その意味でもこれからは、旅行会社にしかできない高付加価値な販売が求められる。

IATA NDCのワークフロー

PNRがなくなる？！旅行会社と航空会社をつなぐ「アグリゲーター」

現在のGDSを中心としたワークフローでは、まず旅行会社はGDSで空席情報を参照、GDS上に予約記録(Primary PNR)を作成する。GDSは作成されたPNR情報を航空会社に通知、航空会社のシステム上ではSecondary PNRが作成される仕組みだ。

一方、IATA NDCが想定するワークフローを見ると、まずPNRが存在しない。旅行会社と航空会社をつなぐ存在として「アグリゲーター(情報収集者)」が存在し、アグリゲーターは、各航空会社の情報(=商品)を文字通り収集する立場だ。

旅行会社からのリクエストに対し、アグリゲーターは各航空会社から集めた情報(Airline Profile)を踏まえ、リクエストに当てはまる複数の航空会社に対して同時にリクエストを行い、それに対して航空会社が回答(オファー)する。オファーに対し、アグリゲーターは、オファーを指定して該当する航空会社に対して予約を依頼、予約記録はオーダーと呼ばれ、航空会社が管理する。これまで旅行会社がGDSで作成していたPNRが、IATA NDCでは、航空会社が作成するオーダーに置き換わる。

航空会社を中心とするIATA NDCのワークフロー。スケジュールデータや、運賃データもIATA NDCでは、すべて航空会社が内包する。また別の航空会社が含まれる旅程の場合は、最初の区間

の航空会社(Offer Responsible Airline)がインターライン提携を結ぶ航空会社(Participating Offer Airline)に対し空席と適用運賃を問い合わせる。アグリゲーターからのリクエストには、マイレージプログラムなどの旅客情報が含まれるので、航空会社は、マイレージプログラムの会員ランクにあったオファーなど、旅行者のニーズに合った商品をオファーできるようにする。

さらに精算面では、航空会社(Offer Responsible Airline)がオファーとオーダーの作成や予約発券まですべてを行うため、旅行会社は、直接航空会社に対して、搭乗者や旅行会社のクレジットカードで航空券を精算することが可能となる。そのため、IATA BSPへの参加が不要となるほか、運賃データも航空会社のデータをベースとするため、万が一間違えた場合の追加徴収(ADM)のリスクもない。ただし、航空会社で発券を行うことで、IATAの公認代理店である旅行会社の発券の必要がないため、より異業種による新規参加が容易となる。

IATA NDCの現状

進むIATA NDC認証 GDSではトラベルポートが最高レベルを取得

IATAでは、IATA NDCを推進するにあたり、認証制度を設けている。3つのレベルがあり、レベル1は、GDS予約後の付帯サービスの手配が可能、レベル2は航空会社によるオファーに対応可能、最高レベルのレベル3は、航空会社のオファーとオーダーに対応可能であることを示す。

認証は、航空会社、アグリゲーター、旅行会社(セラー)、ITプロバイダーの4つのカテゴリーに分けられている。まずIATA NDCの認証取得した航空会社は、2018年2月現在で55社、うち41社が最高レベルのレベル3だ。日系航空会社は今のところ認証を取得していないが、米系や欧州系、中東系、中国系を中心に日本に乗り入れる主要な航空会社が既に認証を取得している。

一方、アグリゲーターで認証を取得したのは2018年2月現在で15社。そのうちレベル3を取得しているのは8社で、GDSではトラベルポートだけが唯一レベル3を取得している。旅行会社は15社(レベル3は11社)で、日本の旅行会社は未取得。ITプロバイダーは54社(レベル3は36社)で、こちらは日本の企業も含まれている(認証レベル未取得.XML Capable)。トラベルポートであれば、従来のGDS

に加え、アグリゲーターの役割も備えているので、旅行会社がIATA IDCによる予約手配を行う場合でも、トラベルポートを介した手配が今後可能となる。

IATA NDCがもたらす変化

旅行会社が流通モデルを選ぶ時代に求められる付加価値の高いサービス提供

IATA NDCに関連した動きで最近見られるのが、航空会社による「GDS手数料」徴収だ。これはGDS経由の予約に対して課す手数料で、航空会社の自社専用サイトでの予約であれば手数料はかからない。これは一見、航空会社がGDSに支払う使用料を削減する意味合いにも取れるが、航空会社自体が予約の管理を行うことになるので、航空会社側のシステム投資は逆に増える。実際は付帯サービスやブランドド・フェアを含む自社の「商品」を確実に浸透させて販売し、その販売データをベースに消費者へのマーケティングを強化したい、という航空会社の意向の現れでもある。ちなみにこれは、自社システム/サイトを軸に置くLCCの流通体制と非常に似ている。

また航空会社は、自社システムと直接接続できるAPIを公開しており、IATA NDCの認証を取得することで、同じ認証を取得したアグリゲーターや旅行会社、ITプロバイダーに広く門戸を広げることで、これまでのGDSの枠を超えた流通体制を築き上げようとしている。

旅行会社でもIATA NDCのレベル3認証を取得すれば、同じレベル3を取得した航空会社のシステムと直接接続することが原理的には可能となる。ただ、これには莫大なシステム投資が必要で、現段階で日本の旅行会社がIATA NDCの認可取得をしていないことから、大きな負担であることが分かる。

もしIATA NDC(航空会社の専用サイト)で航空券手配を行った場合、あくまでも予約データは航空会社に残る。またGDSでは予約記録がPNRとして残り、ホテルやレンタカーなどの情報も一元管理できるが、IATA NDC(航空会社の専用サイト)の場合は分離され、ひとつの記録にまとめることができない。変更等の問い合わせもいちいち航空会社に問い合わせなければならない。

そのため旅行会社は、予約データを一元管理できる仕組みが求められる。特に業務渡航を主力とするTMC(トラベル・マネージメント・カンパニー)が企業側から出張データの分析や出張者の安否確認を求められた場合、データを一元管理しなければ、こうしたニーズを満たすことができなくなる。こうした場合、旅行会社は新たなシステム構築において、GDS手数料負担以上のコスト負担を強いられる可能性も出てくるかもしれない。

TMCが顧客である企業や出張者に対し、満足のいく付加価値の高いサービスを提供できるか、ということを中心に置けば、GDS手数料を支払ってもデータを自己管理できる従来のGDSを経由とした手配のほうが有利であるケースもある。一方で、特定の航空会社との取引が多い旅行会社であれば、航空会社の意向を踏まえ、IATA NDC(航空会社の専用サイト)を経由した手配に絞るほうが得策だ、といった動きも出るだろう。要は旅行会社が流通モデルを選ぶ時代となるのだ。

その中で、アグリゲーターのレベル3認証を取得する唯一のGDSであるトラベルポートは、従来のGDS接続と、IATA NDC接続のどちらにも対応できるので、旅行会社が自社の特性を理解し、どちらにも接続できるという点で利便性が高い。旅行会社側の視点に立って、最適な手段を提供できるトラベルポートの存在は大きいと言えるだろう。

