



We're
redefining
travel commerce

Travelportのビジョン



航空会社：

**自社に合わせた方法で、
全てのコンテンツを
自在に販売できる**

旅行会社：

**自社に合わせた
通常の操作手順を通じて、
全ての航空会社のコンテンツを
自由に販売できる**



変わる航空会社の勢力図

アジア地域上位20社のうち、LCCの輸送シェアはすでに15%に到達

Rank	Airline	Pax number (Millions)
1	China Eastern Airline	73.1
2	China Southern Airlines	64.5
3	Air China	49.3
4	All Nippon Airways	44.6
5	Lion Air	32.0
6	Korean Air	24.6
7	Japan Airlines	23.9
8	Qantas	22.8
9	Shenzhen Airlines	21.5
10	Cathay Pacific	21.1
11	Thai Airways International	20.6
12	AirAsia	19.7
13	Virgin Australia	19.4
14	Singapore Airlines	18.2
15	Garuda Indonesia	17.6
16	Jet Airways	16.9
17	Xiamen Airlines	16.8
18	IndiGo	15.8
19	Asiana Airlines	15.5
20	Jetstar	15.4

7%

それ以外16社

103%

LCC 4社

過去5年の成長率は
二極化

航空会社のアンシラリー収入は増加の一途

総額は
450
億ドル
2015年予想

過去5年で
倍増

航空会社の増収施策、高度化が進む

- フルサービスキャリアは基本運賃をLCCと同程度まで下げ、競争力を確保
- 購買心理分析に基づき、シンプルな基本運賃からサービスが付帯した運賃への移行を促進

Letting you choose how to fly.
New fare options and extra legroom seats.

Econo

Flex

Plus

[LEARN MORE](#)

Frontier Airlines:

22%

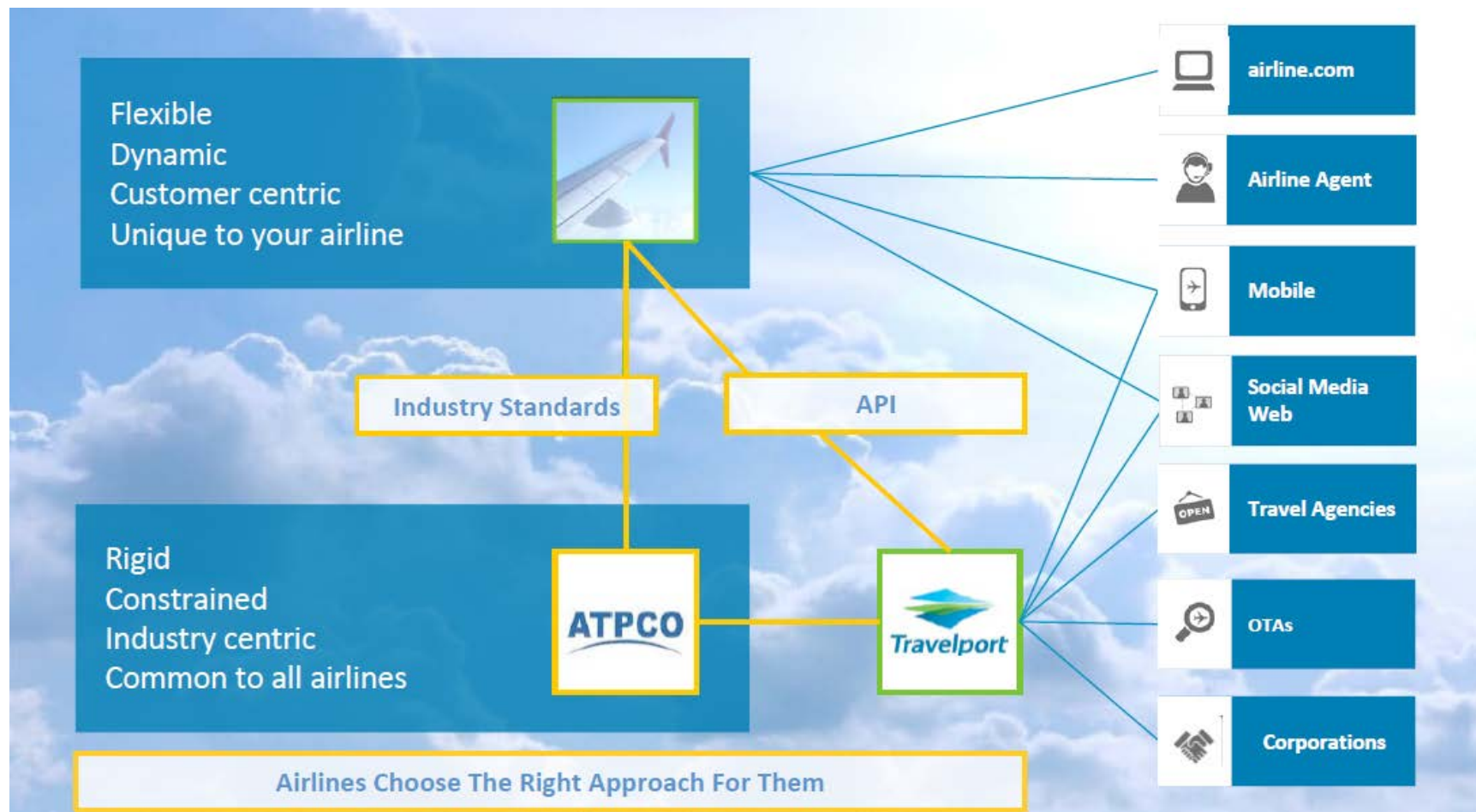
収入向上

Air Canada:

47%

の国内旅客が
より高額でサービス
込みの運賃を事後選択

APIによるフレキシブルなデータ連携へ





Aggregated Shopping – APIを介しシステム結合する航空会社

現在

easyJet tigerair  transavia.com



開発中



American Airlines 

WESTJET 

more to come...

Travelport Universal API & SmartPoint

– 全てのコンテンツをひとつに

フルサービスキャリア・LCC・鉄道事業者の
区別なく、全てのコンテンツを同列に網羅する
唯一のGDS API・GDS端末

1

回の検索処理で
すべてをカバー

Shop Results

EDN to LGW 14/01/2014 - 23/01/2014

🚆 590 ⁹⁵ GBP Rail (19)	thetrainline	>
✈️ 731 ¹⁹ GBP British Airways (3)	BRITISH AIRWAYS	>
✈️ 735 ⁰⁰ GBP EasyJet (6)	easyJet	>
✈️ 735 ⁰⁰ GBP EasyJet (6)	easyJet	>
✈️ 810 ⁰⁰ GBP British Airways (12)		>
✈️ 815 ⁰⁰ GBP EasyJet (6)		>
✈️ 940 ⁰⁰ GBP British Airways (12)		>
✈️ 945 ⁰⁰ GBP EasyJet (6)		>
✈️ 947 ⁰⁰ GBP British Airways (12)		>
🚆 955 ⁰⁰ GBP Rail (1)		>

CART
(NOT PRICED)

GBP 730.75 ✕

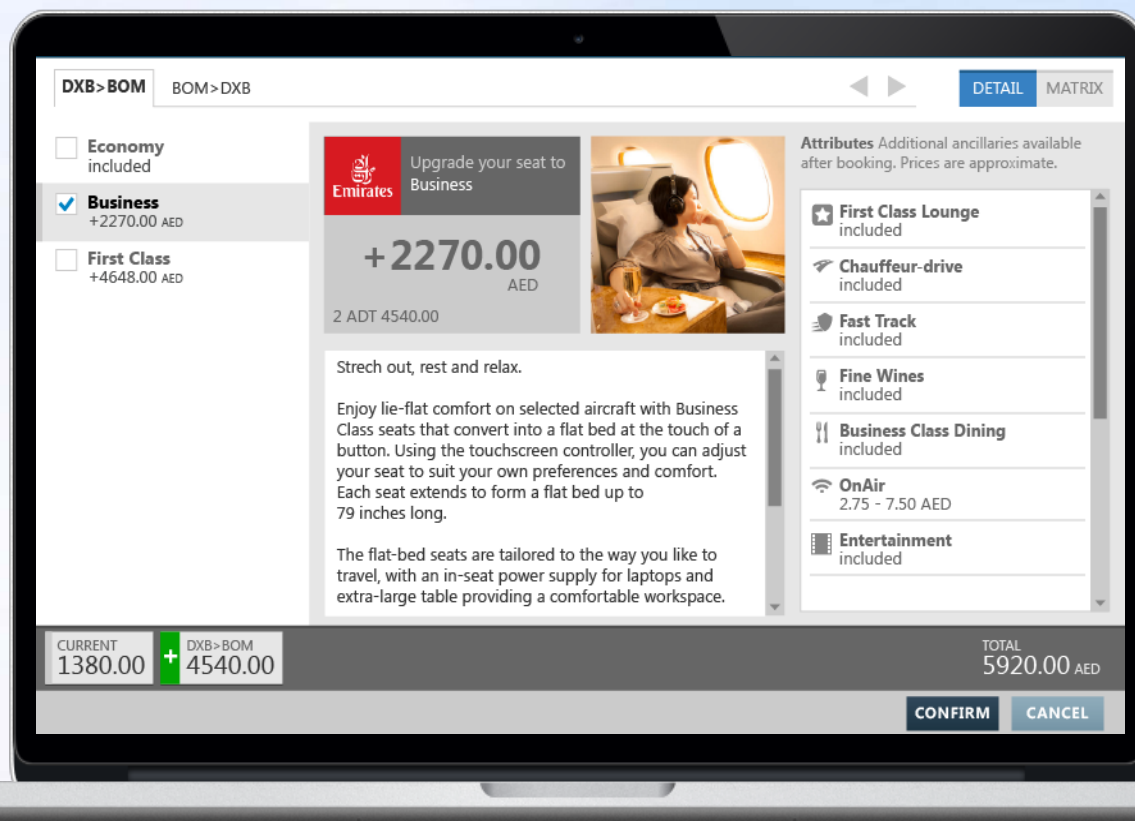
14/01/2014 10:25
18/01/2014 11:45
S: 1

TOTAL
GBP 730.75

VIEW CART & PRICE

直販サイトに打ち勝つには

－ 同等のコンテンツと情報量・質が勝敗のカギ



Universal APIおよびRich Content and Brandingの組み合わせで、対象運賃に含まれるサービス・サービスの概要・写真素材など直販サイト同等の情報を参照しながらGDS販売が可能に



トラベルポートのビジョン・まとめ

**Aggregationと
Parityの実現は、
直販サイトに対抗し
顧客に選ばれる存在で
あり続けるために、
旅行会社に必要不可欠**

Aggregation

集約・一元化

- あらゆる航空会社を
区別せず単一の操作手順で
比較検索・予約・購入を
完了する

Parity

コンテンツの同等性

- 航空会社が持つ
すべてのコンテンツを
自由に販売できる

個別処理

- 航空会社ごとに
異なる方式で
比較検索・予約・購入する
⇒ 生産性低下、
顧客サービス低下

コンテンツの「被差別」

- 航空会社にのみ
利用・販売可能な
コンテンツの存在
⇒ 顧客の直販チャネルへの
流出・定着

