

日本の旅行業界の経営状況分析

— 35年間の歩み —

A Managerial Analysis of Japanese Travel Industry

— the 35 years from 1985 to 2019 —

今西 珠美*

Tamami Imanishi

本研究の目的は、日本の旅行業界の経営状況を長期的に把握し、その全体像と変遷を明らかにすることにある。統計資料の整理と分析を通じて、この35年間の旅行業界の経営状況を規模、経営、市場の側面から把握し、概況と変化を明らかにする。旅行が生活に溶け込んだ一方でサプライヤーの直販が進む時代における旅行企業の意義を考察するとともに、露わになった経営課題から旅行業界が発展させる余地のある方向性を提示した。

キーワード：旅行業界、構造、専門性、外国人旅行、オンライン取引

I. 研究の目的・方法・問題意識

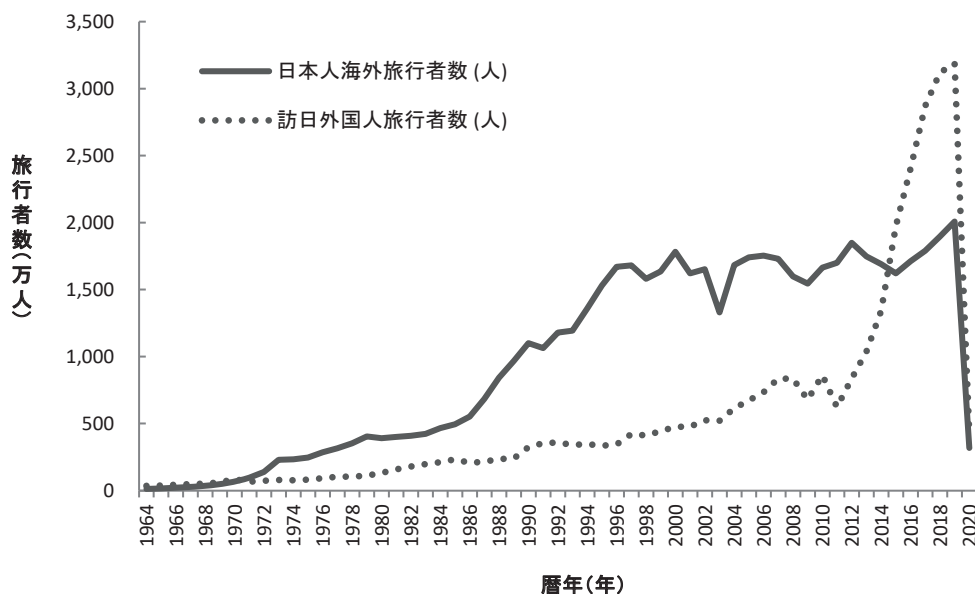
本研究の目的は、統計資料の整理と分析を通じて、日本の旅行業界の経営状況を長期的に把握し、その全体像と変遷を明らかにすることにある。日本の旅行業界はどのような側面において変化し、またどのような側面において変化しなかったのだろうか。1985年から2019年の35年間にわたる日本の旅行業界の企業経営にかかわる動向を把握し、旅行企業の能力、克服すべき課題を導き出し、発展余地、潜在能力について考察する。1985年はプラザ合意があった年である。変動相場制の導入により、その後、円高が進行、定着するようになり、海外取引を行っていた日本企業がこれまでの国際戦略を再考せざるを得なくなった契機となる出来事があった年である。日本企業が国際戦略を輸出から現地生産に切り替え、海外進出に踏み切るようになったことから、プラザ合意の翌1986年は日本企業にとって「グローバル経営元年」となった¹⁾。また2019年は人流を停止させた新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染が世界に拡大する前年である。国際観光客数は増加基調にあり、人流も物流も世界規模で勢いを増していた。図1のとおり、日本においても2019年は、出国日本人数が2,008万人（前年比5.9%増）²⁾、訪日外国人旅行者が3,188万人（前年比2.2%増）³⁾になり、ともに過去最高を記録していた。旅券発行数も451万冊

*流通科学大学商学部、〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1

(2021年9月24日受理)

©2022 UMDS Research Association

(前年比 4.2%増) に上っていた⁴⁾。つまり、この 35 年間は多国籍企業と国際観光客の存在感が増し、日本企業については海外展開が発展し、国際観光も双方向に伸展するようになっていた時代である。



(注) 法務省資料および(独)国際観光振興機構(JNTO)資料に基づき筆者作成。

図 1. 日本における旅行者数の推移

本研究では、まず、旅行業界の経営状況の概観を捉えることから始める。旅行者数から業界の規模を捉えるとともに、取扱額や各種経営指標から旅行企業の経営状況を把握する。データの整理と分析を通じて、業界構造の変わる側面、変わらぬ側面を明らかにする。次に、旅行企業がかかわる旅行市場の様相を把握する。旅行企業における旅行商品ブランド(募集型企画旅行)の取扱状況や旅行者の旅行消費額を把握し、旅行市場の変化を理解する。そして、この長期的な経営状況分析を通じて、旅行業界の概況、果たしてきた機能、克服すべき課題を明らかにし、旅行業界の発展余地、旅行企業が機能、能力を発揮しつづけ得る方向性を考察する。

研究の方法は、文献研究である。国土交通省観光庁、一般社団法人日本旅行業協会、公益財団法人日本交通公社などの公表資料をもとに旅行業界に関する約 35 年間のデータを整理、統合し、分析を行う。パラダイムシフトのような大変動の発見には 30 年は短く、50 年、100 年、あるいはそれ以上に及ぶ長期的な時系列データの分析が必要になろう。だが、観光統計については測定の難しさも手伝い、これまで測定方法の開発が遅れてきた。測定機関による調査対象範囲や測定基準の不一致もみられた。同一機関においても、政治、経済、社会の情勢や状況の変化に伴い、た

びたび基準や調査対象の見直しが行われてきた。観光統計の基盤整備と制度統一は進んできたが十分とはいえない。さらに、調査内容や調査項目は、政府や企業のその時代の関心事に重点が置かれるため、統計を取らなくなったもの、統計は取っているかもしれないが公表されなくなったものもある。そのため、既存のデータを時系列に基づき整理しようとする、一貫性を欠く場合もある。データの入手や整理において困難や制約があることから当分野における長期的分析は避けられてきた。そこで、本研究では着手が厭われてきた長期的分析を行うことにする。分析対象期間はデータの入手可能性という理由から35年とするが、より長期にわたるデータが得られる事項については対象期間を拡大し、理解を深めることにする。

世界観光機関（World Tourism Organization: UNWTO）の統計資料によれば、2019年の国際観光客送客数（海外旅行者数）は、前年比3.7%増の14億6,000万人であった。内訳は、ヨーロッパ7億270万人（前年比4.0%増）、アジア・太平洋3億8,170万人（同3.8%増）、米州2億4,470万人（同2.3%増）、アフリカ4,700万人（同3.8%増）、中東4,380万人（同8.5%増）、出発地不明⁵⁾が4,020万人（同0.5%増）である⁶⁾。シェアは、ヨーロッパ48.1%、アジア・太平洋26.1%、米州16.8%、アフリカ3.2%、中東3.0%、出発地不明2.8%である。10年間の平均年間成長率は、2000～2009年では世界全体で2.9%、地域別にみると、ヨーロッパ2.2%、アジア・太平洋5.0%、米州1.1%、アフリカ6.5%、中東8.9%であったが⁷⁾、2010～2019年は世界全体で4.8%になり、地域別にみると、ヨーロッパ4.1%、アジア・太平洋7.1%、米州5.2%、アフリカ5.8%、中東3.0%になった⁸⁾。世界の海外旅行者数の約半数はヨーロッパの人々であり、国際観光の送客規模は依然としてヨーロッパ、アジア・太平洋、米州の先進国が大きい。経済成長に伴う可処分所得水準の上昇に伴い、アジア、アフリカの新興国においても急成長がみられるようになった。

他方、2019年の国際観光客到着数（他国からの訪問者数）の内訳は、ヨーロッパ7億4,400万人（前年比3.9%増）、アジア・太平洋3億6,160万人（同4.1%増）、米州2億1,930万人（同1.5%増）、アフリカ7,000万人（同2.0%増）、中東6,500万人（同8.3%増）である。シェアは、ヨーロッパ51.0%、アジア・太平洋24.8%、米州15.0%、アフリカ4.8%、中東4.5%である⁹⁾。10年間の平均年間成長率は、2000～2009年では世界全体で2.9%、地域別にみると、ヨーロッパ1.8%、アジア・太平洋5.7%、米州1.0%、アフリカ6.2%、中東8.8%であったが¹⁰⁾、2010～2019年は世界全体で4.8%になり、地域別にみると、ヨーロッパ4.7%、アジア・太平洋6.3%、米州4.3%、アフリカ3.7%、中東1.7%になった¹¹⁾。世界の海外旅行者数の半数以上をヨーロッパが受け入れているが、2019年の国際観光客到着数のシェアは先進国53.2%（前年比1.9%増）、新興国46.8%（前年比5.7%増）であり、2010～2019年の年間平均成長率は、先進国4.7%、新興国5.0%であった¹²⁾。近年は新興国、特にアジア・太平洋諸国で国際観光客の受け入れが伸びている。

国際観光収入については、2019年は前年比2.5%増の1兆4,810億米ドル（1兆3,230億ユーロ）であった。内訳は、ヨーロッパ5,764億米ドル（前年比4.5%増）、アジア・太平洋4,432億米ドル

(同 1.1%増)、米州 3,418 億米ドル (同 0.1%減)、アフリカ 384 億米ドル (同 0.8%増)、中東 815 億米ドル (同 8.5%増)である。シェアは、ヨーロッパ 38.9%、アジア・太平洋 29.9%、米州 23.1%、アフリカ 2.8%、中東 5.5%である¹³⁾。国際観光客到着数のシェアと国際観光収入のシェアを比較すると、米州は国際観光到着者数のシェアに対して国際観光収入のシェアが高く、ヨーロッパはその反対である。国際観光客到着数と国際観光収入が必ずしも比例するわけではないことが示されている。

このように世界の国際観光には地域差がみられるが、国際観光客到着数も国際観光収入も 2009 年を除き、持続的成長を遂げてきた。2009 年はリーマンショックによる世界的な金融危機が影響を及ぼし、国際観光客到着数も国際観光収入も減少した。だが、その後は、戦争、災害、国家間の緊張など、旅行行動を阻害する出来事や状況が起きたにもかかわらず、国際観光客到着数は 1950 年の 2,500 万人から、1980 年には 2 億 7,700 万人、1990 年には 4 億 3,800 万人、2000 年には 6 億 8,100 万人、2010 年には 9 億 4,800 人、そして 2019 年には 14 億 6,000 万人まで増加した。1950～2020 年の需要予測をした「Tourism 2020 Vision」に代わる「UNWTO Tourism Towards 2030」は 1950～2030 年までの国際観光需要の実績と見通しを示したものであるが、新しく 2010 年を基準年としたこの国際観光需要の予測によれば、国際観光客到着数は 2020 年までに 14 億人、2030 年までに 18 億人に達するものと予測され¹⁴⁾、世界は正にこの道のりを歩んでいた。加えて、最も力強い成長が期待された地域がアジア・太平洋である。同地域の国際観光客到着数は 2010 年の 2 億 400 万人から 2020 年に 3 億 5,500 万人、2030 年には 5 億 3,500 万人に達し、世界市場におけるシェアは 2010 年の 21.7%から 2030 年には 29.6%に上昇するものと予測された。一方、ヨーロッパ (2010 年のシェア 50.6%から 2030 年は 41.1%へ減少) と米州 (同 15.9%から 13.7%へ減少) の国際観光のシェアは低下していくものと予測された¹⁵⁾。

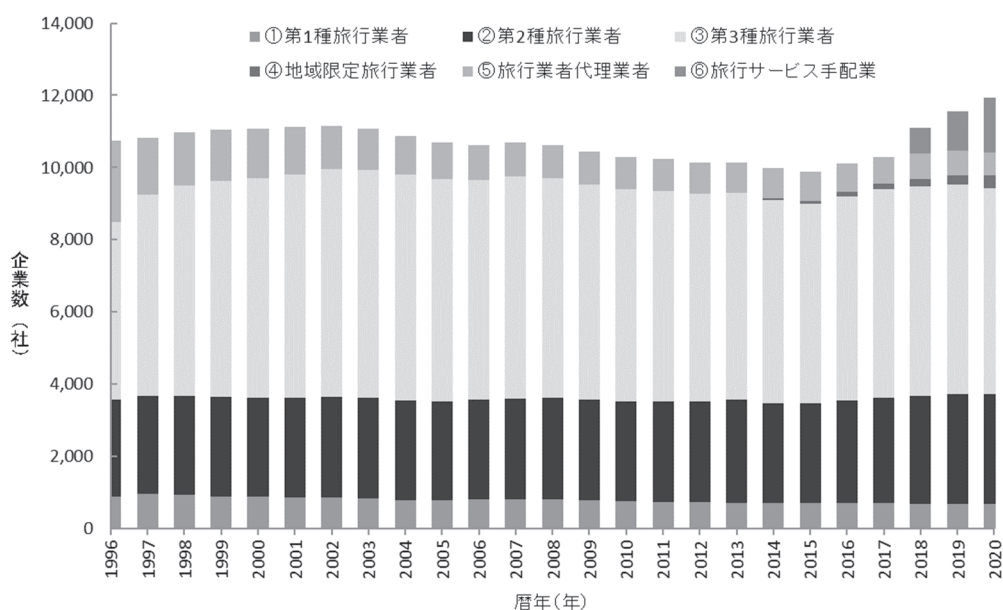
このようにアジア・太平洋の国際観光は世界の国際観光振興を牽引すると考えられている。したがって、同地域内に位置し、この勢いのある新しい旅行市場に近接する日本の旅行業界が国際観光に果たす役割は大きいに違いない。商社不要論が唱えられるようになって久しいが、商社は今も健在である。同様に旅行業もインターネットの普及とともに旅行会社不要論が唱えられるようになった。確かに旅行者を利用しなくても旅行はできる。だが、異業種からの参入も相次いでいる。不要論がある一方で、旅行業にビジネスチャンスを見出す企業や人々がいることも確かである。果たしてこれからの時代、旅行業は不要になるのだろうか。旅行は余暇活動としての存在から生活の一部になり、人々の旅行をサポートする旅行業は製造業、流通業、金融業のように生活に密接する身近な業種の 1 つになった。観光産業に対する人々の意識は変化した。この意識変化に旅行業界が果たしてきた役割も少なくないだろう。そこで、人々に旅行サービスを提供し、旅行の素晴らしさを伝えてきた旅行業界の経営状況を長期的に分析し、これまでの実績からその歩みを捉え、将来性と方向性を検討する必要があると考える。これが本研究の問題意識である。

なお、旅行業を主たる目的とする事業者には、旅行会社、旅行代理店、旅行者など、さまざまな呼び方があるが、本研究では基本的に「旅行企業」の語を使用することにする。

Ⅱ. 旅行業界の概況の変化

1. 旅行業界の規模的側面

旅行業界の経営状況を概観するために、まず、企業数から業界の規模を捉えることにしよう。1995年の旅行業法の改正（1996年4月施行）により日本の旅行者は第1種、第2種、第3種に区分されるようになったが、この改正以降の1996～2020年の旅行者数の推移を示したグラフが図2である。地域限定旅行者の区分は2013年に新設され、旅行サービス手配業は2018年より登録が制度化された。1995年の旅行業法改正前の1988～1995年の企業数の数値を示したものが表1、改正後の1996～2020年の企業数の数値を示したものが表2である。



(注) 2004年までは(公財)日本交通公社『旅行年報』、2005年度以降は(一社)日本旅行業協会『数字が語る旅行業』に基づき筆者作成。

図2. 旅行者数の推移 (1996～2020年)

表 1. 旅行者数の推移 1 (1988 ~ 1995 年)

年	総数：①~③			旅行者数計：①~②			①一般旅行者			②国内旅行者			③旅行業者数計：①~④			④旅行業代理店業者 (一般)			⑤旅行業代理店業者 (国内)		
	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)
1988	9,035	7.2	6,271	-	69.4	10.1	588	6.5	5,683	3.3	62.9	2,764	15.5	30.6	2,706	15.6	30.0	58	9.4	0.6	
1989	9,729	7.7	6,622	5.6	68.1	11.1	653	6.7	5,969	5.0	61.4	3,107	12.4	31.9	3,047	12.6	31.3	60	3.4	0.6	
1990	10,573	8.7	6,958	5.1	65.8	9.6	716	6.8	6,242	4.6	59.0	3,615	16.4	34.2	3,554	16.6	33.6	61	1.7	0.6	
1991	11,203	6.0	7,294	4.8	65.1	9.1	781	7.0	6,513	4.3	58.1	3,909	8.1	34.9	3,848	8.3	34.3	61	0.0	0.5	
1992	11,835	5.6	7,564	3.7	63.9	7.2	837	7.1	6,727	3.3	56.8	4,271	9.3	36.1	4,203	9.2	35.5	68	11.5	0.6	
1993	12,340	4.3	7,783	2.9	63.1	5.6	884	7.2	6,899	2.6	55.9	4,557	6.7	36.9	4,486	6.7	36.4	71	4.4	0.6	
1994	12,605	2.1	7,891	1.4	62.6	7.0	946	7.5	6,945	0.7	55.1	4,714	3.4	37.4	4,643	3.5	36.8	71	0.0	0.6	
1995	12,940	2.7	8,008	1.5	61.9	3.3	776	7.6	7,031	1.2	54.3	4,932	4.6	38.1	4,857	4.6	37.5	75	5.6	0.6	

(注1) (公財) 日本交通公社『旅行年報』に基づき筆者作成。1月1日現在の数値。

表 2. 旅行者数の推移 2 (1996 ~ 2020 年)

年	総数：①~⑥			合計：①~⑤			①第1種旅行業者			②第2種旅行業者			③第3種旅行業者			④地権設定旅行業者			⑤旅行業者代理業者			⑥旅行サービス手配業者			
	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	企業数 (社)	増減率 (%)	構成比 (%)	
1996	-	-	10,747	△16.9	8,488	6.0	790	8.2	2,680	△61.9	24.9	4,929	△0.1	45.9	-	-	-	2,259	△54.2	21.0	-	-	-	-	
1997	-	-	10,831	0.8	9,240	8.9	85.3	949	8.0	8.8	2,714	1.3	25.1	5,577	13.1	51.5	-	-	1,591	△29.6	14.7	-	-	-	-
1998	-	-	10,976	1.3	9,495	2.8	86.5	936	△1.4	8.5	2,737	0.8	24.9	5,822	4.4	53.0	-	-	1,481	△6.9	13.5	-	-	-	-
1999	-	-	11,061	0.8	9,622	1.3	87.0	896	△4.3	8.1	2,755	0.7	24.9	5,971	2.6	54.0	-	-	1,439	△2.8	13.0	-	-	-	-
2000	-	-	11,069	0.1	9,711	0.9	87.7	874	△2.5	7.9	2,747	△0.3	24.8	6,090	2.0	55.0	-	-	1,358	△5.6	12.3	-	-	-	-
2001	-	-	11,126	0.5	9,818	1.1	88.2	868	△0.7	7.8	2,762	0.5	24.8	6,188	1.6	55.6	-	-	1,308	△3.7	11.8	-	-	-	-
2002	-	-	11,149	0.2	9,947	1.3	89.2	855	△1.5	7.7	2,780	0.7	24.9	6,312	2.0	56.6	-	-	1,202	△8.1	10.8	-	-	-	-
2003	-	-	11,066	△0.7	9,937	△0.1	89.8	841	△1.6	7.6	2,782	0.1	25.1	6,314	0.0	57.1	-	-	1,129	△6.1	10.2	-	-	-	-
2004	-	-	10,868	△1.8	9,807	△1.3	90.2	783	△6.9	7.2	2,765	△0.6	25.4	6,259	△0.9	57.6	-	-	1,061	△6.0	9.8	-	-	-	-
2005	-	-	10,702	△1.5	9,687	△1.2	90.5	781	△0.3	7.3	2,727	△1.4	25.5	6,179	△1.3	57.7	-	-	1,015	△4.3	9.5	-	-	-	-
2006	-	-	10,621	△0.8	9,662	△0.3	91.0	817	4.6	7.7	2,757	1.1	26.0	6,088	△1.5	57.3	-	-	959	△5.5	9.0	-	-	-	-
2007	-	-	10,684	0.6	9,754	1.0	91.3	808	△1.1	7.6	2,793	1.3	26.1	6,153	1.1	57.6	-	-	930	△3.0	8.7	-	-	-	-
2008	-	-	10,602	△0.8	9,714	△0.4	91.6	812	0.5	7.7	2,804	0.4	26.4	6,098	△0.9	57.5	-	-	892	△4.1	8.4	-	-	-	-
2009	-	-	10,436	△1.6	9,535	△1.8	91.4	791	△2.6	7.6	2,787	△0.6	26.7	5,957	△2.3	57.1	-	-	901	1.0	8.6	-	-	-	-
2010	-	-	10,283	△1.5	9,404	△1.4	91.5	769	△2.8	7.5	2,744	△1.5	26.7	5,891	△1.1	57.3	-	-	879	△2.4	8.5	-	-	-	-
2011	-	-	10,240	△0.4	9,360	△0.5	91.4	738	△4.0	7.2	2,785	1.5	27.2	5,837	△0.9	57.0	-	-	880	0.1	8.6	-	-	-	-
2012	-	-	10,146	△0.9	9,274	△0.9	91.4	726	△1.6	7.2	2,799	0.5	27.6	5,749	△1.5	56.7	-	-	872	△0.9	8.6	-	-	-	-
2013	-	-	10,145	△0.0	9,308	0.4	91.7	701	△3.4	6.9	2,869	2.5	28.3	5,738	△0.2	56.6	-	-	837	△4.0	8.3	-	-	-	-
2014	-	-	9,978	△1.6	9,143	△1.8	91.6	696	△0.7	7.0	2,777	△3.2	27.8	5,625	△2.0	56.4	45	-	835	△0.2	8.4	-	-	-	-
2015	-	-	9,884	△0.9	9,074	△0.8	91.8	697	0.1	7.1	2,776	△0.0	28.1	5,524	△1.8	55.9	77	71.1	810	△3.0	8.2	-	-	-	-
2016	-	-	10,000	2.2	9,321	2.7	92.3	708	1.6	7.0	2,827	1.8	28.0	5,668	2.6	56.1	118	53.2	779	△3.8	7.7	-	-	-	-
2017	-	-	10,301	2.0	9,551	2.5	92.7	704	△0.6	6.8	2,914	3.1	28.3	5,789	2.1	56.2	144	22.0	750	△3.7	7.3	-	-	-	-
2018	11,107	-	10,390	0.9	9,684	1.4	87.2	688	△2.3	6.2	2,980	2.3	26.8	5,816	0.5	52.4	200	38.9	706	△5.9	6.4	717	-	6.5	
2019	11,560	4.1	10,458	0.7	9,783	1.0	84.6	691	0.4	6.0	3,022	1.4	26.1	5,803	△0.2	50.2	267	33.5	675	△4.4	5.8	1,102	53.7	9.5	
2020	11,948	3.4	10,410	△0.5	9,790	0.1	81.9	686	△0.7	5.7	3,043	0.7	25.5	5,692	△1.9	47.6	369	38.2	620	△8.1	5.2	1,538	39.6	12.9	

(注1) 2004年度は(公財) 日本交通公社『旅行年報』、2005年度以降は(一社) 日本旅行業協会『数字が語る旅行業』に基づき筆者作成。4月1日現在の数値。ただし、2018年、2019年8月1日現在の数値。

(注2) 旅行業法の改正により1996年4月1日より旅行会社の登録簿が変更された。さらに2013年4月1日より地域限定旅行業者、2018年1月4日より旅行サービス手配業者の登録簿が制定された。

1995年までの旅行企業は、1971年の旅行業法の改正に基づき、業務範囲により「一般旅行者」「国内旅行者」「旅行業代理店業者」の3つに区分され、旅行業代理業者は、さらに「一般」と「国内」に区分されていた。一般旅行者は、国内旅行と海外旅行の双方を取り扱うことができ、国内旅行者は、国内旅行についてのみ取り扱うことができる旅行者である。旅行業代理店業者は、一般旅行者または国内旅行者の代理として契約を締結できる代理店業者である。

表1によれば、1988～1995年において旅行者の総数は1990年に1万社を超え、増加傾向にあった。期間中の構成比の平均値を算出すると、旅行者65.0%、旅行業代理店業者35.0%である。各区分の構成比の平均値は、一般旅行者7.0%、国内旅行者58.0%、旅行業代理店業者（一般）34.4%、旅行業代理店業者（国内）0.6%である。特に旅行業代理店業者の占める割合（構成比）が3割から4割へと増加し、この旅行業代理店業者の区分でも、国内旅行業代理店業者は横ばいだった一方、一般旅行業代理店業者の割合が上昇した。期間中、最も多くを占めたのは国内旅行者だが、1988年の62.9%から徐々に減少し、1995年には54.3%になった。一般旅行者は6.5%から7.6%へ微増した。

次に1996年からの旅行企業は、1995年の旅行業法の改正に伴い、業務範囲により「第1種旅行者」「第2種旅行者」「第3種旅行者」「旅行者代理業者」の4つに区分されるようになった。第1種旅行者は、国内および海外の企画旅行（募集型、受注型の双方）の企画・実施、国内および海外の手配旅行、ならびに他社の募集型企画旅行の代売を行うことができる旅行者である。第2種旅行者は第1種旅行者に対し、海外の企画旅行（募集型）の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる旅行者である。第3種旅行業は、企画旅行（募集型）の企画・実施を除く旅行業務を行うことができる旅行者であるが、国内の企画旅行（募集型）については地域を限定したもののみ実施することができる。これら3種類の旅行者に対し、旅行者代理業者は、旅行者が委託する範囲の旅行業務を行うことができる代理業者である。そして、2013年に新設された地域限定旅行者は、隣接する市町村などに区域を限定して、国内の企画旅行（募集型、受注型の双方）の企画・実施、ならびに同区域の手配旅行を行うことができる旅行者である。2018年1月より登録が制度化された旅行サービス手配業は、旅行者の依頼を受けて旅行先の運送（鉄道、バス等）、宿泊（ホテル、旅館等）、レストラン、ガイドなどの手配・予約を専門に行う手配業者である。ランドオペレーター（land operator）あるいはツアーオペレーター（tour operator）とも呼ばれる。

表2によれば、1996年の企業数は10,747社である。表1の1995年の企業数は12,940社であることから1年で2,193社減少したように見える。だが、これは1995年までは国内旅行者の約20～30%が旅行業代理店業との二重登録になっていたという実態があった¹⁶⁾ためと考えられる。1995年の旅行業法改正により、それまで国内旅行者と一般旅行業代理店業者の二重登録を行っていた企業の多くが旅行者に登録を変更したため、旅行者代理業者数は旧旅行業代理店業者

数の半分以下になり、1997年はさらに3割減少し、その後もほぼ減少傾向にある。

1996年以降、総企業数は2002年まで増加傾向にあったが、世界保健機関（WHO：World Health Organization）が重症急性呼吸器症候群（SARS：severe acute respiratory syndrome）の世界的感染拡大に対する注意喚起を発信した2003年からは減少傾向をたどるようになり、2014年と2015年は1万社を下回ったが、2016年からは増加に転じていた。登録種別による構成比をみると、1988～1995年では旅行業者が約7割から約6割へと年々減少し、旅行業者代理店業者が約3割から約4割へと増加した。内訳をみると、一般旅行業者は1.1%の微増、旅行業者代理店業者（国内）は変わらず、国内旅行業者が8.6%減少し、その反面、旅行業者代理店業者（一般）が7.5%増加した。だが、この期間中は国内旅行業者が全体の半数以上を占めていた。ところが、1996年以降になると、旅行業者が8割から9割を占めるようになり、旅行業者代理業者は2割から1割以下に減少する。第1種旅行業者が1割弱、第2種旅行業者が3割弱、第3種旅行業者が6割弱を占める。減少から増加に転じた時期には、特に第2種旅行業者、第3種旅行業者、および新設された地域限定旅行業者が増加した。地方創生、地域活性化のために日本各地の自治体が観光振興に熱心になったが、旅行業界においても国内旅行や地域内旅行、宿泊などの予約サイトといったより狭い範囲に眼を向けた旅行サービスを開始する企業が増加した様子が見えてくる。1980年代後半の日本がバブル経済にあった時代には、製造業や流通業などの異業種の中にも旅行事業に多角化する企業が登場したが、その後のバブル崩壊に伴い、本業立て直しの必要性から、これらの旅行事業は旅行専門企業に譲渡された。この時代、旅行企業の淘汰も進んだ。だが、近年は観光立国を謳う日本政府の働きかけが功を奏し、国内観光と国際観光がともに賑わうようになったことから、旅行業界への新規参入も再び始まった。従来からある実店舗を構えて営業や販売を行う店舗型の旅行企業に加え、実店舗を一切持たず、オンライン取引のみで全てを完結するオンライン型の旅行企業（OTA：online travel agent）も増加した。取引形態、旅行目的、旅行形態の広がりも手伝い、起業だけでなく、通信業、広告業をはじめ、異業種からの参入も再びみられるようになった。

2. 旅行業界の経営的側面

次に、旅行企業の経営状況を捉えることにしよう。旅行企業の取扱額を旅行の部門別に示したものが表3である。主要旅行業者として計上される企業数が年度により異なることに注意が必要である。1989年については鉄道旅客協会と運輸省（現、国土交通省）のデータを入手できたことから両方を記載した。なお、2005年度と2006年度以降とでは企業数に約10社またはそれ以上の差があるように見えるが、これは企業の組織改革により、グループ企業の子会社を個別に計上している場合と、グループの事業会社として捉えグループ企業総体として1社とした場合や、事業部門を独立させて別会社としていた事業を子会社化してグループ企業に含めて1社とするようになった場合などがあるからである。社内取引額は相殺されている。

表3. 主要旅行業者の部門別取扱額の推移（1982～2020年）

年	国内旅行			海外旅行			外国人旅行			総取扱額	
	金額 (百万円)	前年比 (%)	構成比 (%)	金額 (百万円)	前年比 (%)	構成比 (%)	金額 (百万円)	前年比 (%)	構成比 (%)	金額 (百万円)	前年比 (%)
1982	1,542,754	-	75.7	471,598	-	23.2	22,465	-	1.1	2,094,130	-
1983	1,618,589	4.9	74.8	521,416	10.6	24.1	23,721	5.6	1.1	2,229,867	6.5
1984	1,776,093	9.7	73.8	602,504	15.6	25.0	26,846	13.2	1.1	2,466,301	10.6
1985	1,919,865	8.1	73.7	653,679	9.6	25.1	31,801	18.5	1.2	2,665,017	8.1
1986	2,010,546	4.7	73.1	715,327	9.4	26.0	24,151	△ 24.1	0.9	2,805,627	5.3
1987	2,100,842	4.5	70.2	870,297	21.7	29.1	22,498	△ 6.8	0.8	3,052,022	8.8
1988	2,166,497	3.1	67.4	1,027,196	18.0	31.9	22,038	△ 2.0	0.7	3,277,586	7.4
*1989	2,265,160	4.6	65.6	1,158,554	12.8	33.6	28,646	30.0	0.8	3,518,961	7.4
1989	2,535,103	5.8	57.9	1,804,874	14.5	41.3	35,417	24.2	0.8	4,375,393	9.3
1990	2,800,934	10.5	58.9	1,912,867	6.0	40.2	40,103	13.2	0.8	4,753,904	8.7
1991	3,139,636	12.1	59.8	2,072,545	8.3	39.5	41,194	2.7	0.8	5,253,374	10.5
1992	3,139,975	0.0	60.7	1,996,893	△ 3.7	38.6	38,808	△ 5.8	0.7	5,175,604	△ 1.5
1993	3,353,067	6.8	59.9	2,208,681	10.6	39.5	33,470	△ 13.8	0.6	5,595,218	8.1
1994	3,338,170	△ 0.4	58.7	2,315,928	4.9	40.7	31,804	△ 5.0	0.6	5,685,902	1.6
1995	3,392,745	1.6	56.5	2,584,950	11.6	43.0	30,894	△ 2.9	0.5	6,008,589	5.7
1996	3,488,169	2.8	55.4	2,781,773	7.6	44.2	29,540	△ 4.4	0.5	6,299,483	4.8
1997	3,497,615	0.3	55.8	2,736,793	△ 1.6	43.6	36,441	23.4	0.6	6,270,849	△ 0.5
1998	3,425,198	△ 2.1	56.9	2,567,745	△ 6.2	42.6	29,537	△ 18.9	0.5	6,022,480	△ 4.0
1999	3,380,455	△ 1.6	57.8	2,440,777	△ 2.5	41.7	29,506	△ 0.1	0.5	5,851,738	△ 2.0
2000	3,388,502	0.2	56.4	2,593,290	6.2	43.1	28,240	△ 4.3	0.5	6,010,032	2.7
2001	3,367,500	△ 0.6	61.5	2,078,717	△ 19.8	38.0	29,952	6.1	0.5	5,476,169	△ 8.9
2002	3,311,193	△ 1.7	58.9	2,268,757	9.1	40.4	37,205	24.2	0.7	5,617,155	2.6
2003	3,311,756	0.0	64.3	1,805,112	△ 20.4	35.1	30,983	△ 16.7	0.6	5,147,851	△ 8.4
2004	3,216,553	△ 2.9	57.2	2,385,461	32.2	42.4	25,829	△ 16.6	0.5	5,627,843	9.3
2005	3,185,331	△ 1.0	55.8	2,489,231	4.4	43.6	29,159	12.9	0.5	5,703,720	1.3
2006	3,942,755	-	59.2	2,664,999	-	40.0	49,693	-	0.7	6,657,447	-
2007	4,059,402	3.0	59.6	2,694,508	1.1	39.5	62,481	25.7	0.9	6,816,391	2.4
2008	3,954,239	△ 2.6	61.4	2,421,349	△ 10.1	37.6	62,058	△ 0.7	1.0	6,437,647	△ 5.6
2009	3,743,301	△ 5.3	65.0	1,964,226	△ 18.9	34.1	53,945	△ 13.1	0.9	5,761,472	△ 10.5
2010	3,822,210	2.1	62.9	2,191,343	11.6	36.1	63,448	17.6	1.0	6,077,002	5.5
2011	3,766,360	△ 1.5	62.4	2,223,605	1.5	36.8	45,838	△ 27.8	0.8	6,035,803	△ 0.7
2012	3,896,505	3.5	62.7	2,249,395	1.2	36.2	66,017	44.0	1.1	6,256,917	3.7
2013	4,020,087	3.2	63.4	2,240,143	△ 0.4	35.3	83,204	26.0	1.3	6,343,434	1.4
2014	4,103,455	2.1	63.8	2,203,781	△ 1.6	34.3	120,997	45.4	1.9	6,428,233	1.3
2015	3,433,875	△ 16.3	60.3	2,086,288	△ 5.3	36.6	175,967	45.4	3.1	5,696,130	△ 11.4
2016	3,403,859	△ 0.9	61.4	1,936,179	△ 7.2	34.9	199,820	13.6	3.6	5,539,857	△ 2.7
2017	2,907,677	△ 14.6	56.5	2,020,982	4.4	39.3	213,768	7.0	4.2	5,142,428	△ 7.2
2018	2,797,141	△ 3.8	55.0	2,054,601	1.7	40.4	233,912	9.4	4.6	5,085,655	△ 1.1
2019	2,566,074	△ 8.3	55.6	1,826,182	△ 11.1	39.5	226,102	△ 3.3	4.9	4,618,357	△ 9.2
2020	948,139	△ 63.1	94.8	42,496	△ 97.7	4.3	9,099	△ 96.0	0.9	999,734	△ 78.4

(注1) 1982～1989年は鉄旅協12旅行業者について。12社とは、日本交通公社、日本旅行、近畿日本ツーリスト、東急観光、東武トラベル、日本交通観光社、名鉄観光サービス、京王観光、全国農協観光協会、読売旅行、西鉄旅行、日本通運。鉄道旅客協会資料に基づく。

(注2) 1989～1993は主要旅行業者35社について。運輸省資料に基づく。

(注3) 1994～2005年は主要旅行業者50社、2006～2010年は63社、2011年は59社、2012～2013年は58社、2014年は50社、2015～2016年は49社、2017年は50社、2018年は49社、2019年は48社、2020年は46社について。

国土交通省（運輸省）資料に基づく。

(注4) 1984～*1989年については「その他」の部門の取扱額のデータもあるが、本表では記していない。

総取扱額の推移を捉えると、1996年までは1992年を除き、増加傾向にあったが、その後の推移は、世界と日本の情勢に敏感に左右され、増減を繰り返すようになった。1997年の減少は日本経済のバブル崩壊後も維持されていた円高が円安に一転し、バブル崩壊の影響が旅行業界にも遅れて表れたといえる。2001年は米国同時多発テロ事件、2003年はSARSの流行、2008年は新型インフルエンザの流行、2009年はリーマンショックが起これ、2011年の東日本大震災では総取扱額は微減にとどまったものの、2015年以降は世界各地でイスラム過激派によるテロ事件が発生するようになり、総取扱額は年々減少していった。

国内旅行の取扱額については、1991年まで増加傾向にあったが、その後2014年まで微増微減を繰り返す停滞傾向が続くようになり、2015年以降は明らかな減少に転じている。1980年代には国内旅行が総取扱額の7割またはそれ以上を占めたが、1990年代以降は6割前後で推移するようになり、その一方で海外旅行のシェアが増加した。

海外旅行の取扱額は、1996年までは1992年を除き、着実に増加傾向にあった。プラザ合意以降の円高進行とその傾向が維持された時期である。円高傾向により国内旅行よりも海外旅行に割安感が生まれ、日本経済も好況期にあった。だが、その後は、世界情勢に左右され、戦争やテロ、疫病といった海外旅行にリスクを感じさせる出来事が発生すれば取扱額が減少し、その反動で翌年は回復するという動きを示している。この海外旅行の取扱額の推移は総取扱額の増減にほぼ類似しているが、旅行を実施するにあたり認知されるリスクに加え、為替相場も影響を及ぼしている。円高傾向であれば海外旅行が促進し、円安傾向になれば後退する。総取扱額に占める海外旅行のシェアは1980年代に2割から3割に増加し、1990年代以降は4割前後を占めるようになった。国内旅行と海外旅行の取扱額のシェアの合計は総取扱額の95%以上を占め、両旅行部門はほぼトレードオフの関係にあるといえる。

外国人旅行の取扱額については、年ごとに変動が激しいものの、総取扱額に占めるシェアは2014年まで1%台に達するかどうかの割合に過ぎず、総取扱額への影響はまだ大きくない。外国人旅行取扱額は、東日本大震災が発生した2011年は減少したが、翌2012年には震災発生前の水準に戻り、2014年から2019年まで堅調に増加してきた。だが、増加傾向にあってもそのシェアは5%未満である。日本政府の観光立国政策の1つとして2003年から始まったビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC：Visit Japan Campaign）事業（現、ビジット・ジャパン事業）の効果が5年、10年を経過して次第に表れるようになり、さらに観光ビザの解禁と対象国の拡大、近隣アジア諸国での可処分所得の上昇、格安航空会社（LCC：low cost carrier）やフェリーなどの移動手段の拡充により訪日外国人旅行者数は飛躍的に増加した。外国人旅行者による観光消費額の爆発的な増大も発表されている。しかし、外国人旅行部門の取扱額は比例して大きく増えているわけではない。訪日外国人旅行が日本の旅行業界の国内旅行や海外旅行をカバーする域に達するにはまだ遠いといえるだろう。

では、経営指標についてみることにしよう。第1種旅行業者の収益性にかかわる指標の推移を示したものが表4である。データが一般には公表されなくなったため、2014年までとなっている。

表4. 第1種旅行業者の収益性に関する経営指標の推移（1989～2014年）

<1社当たり>

年	粗利益率	取扱高営業費率	取扱高人件費率	営業収入人件費率	営業費人件費率	取扱高営業利益率	人件費	
	(営業収入/取扱高) (%)	(営業費/取扱高) (%)	(人件費/取扱高) (%)	(人件費/営業収入) (%)	(人件費/営業費) (%)	(営業利益/取扱高) (%)	(従業員一人当たり) (千円)	(%)
1989	11.00	10.57	5.10	46.38	48.30	0.43	5,100	—
1990	11.61	11.14	5.41	46.55	48.52	0.47	5,181	1.6
1991	11.95	11.59	5.51	46.06	47.49	0.36	5,390	4.0
1992	11.79	11.54	5.57	47.29	48.30	0.25	5,549	2.9
1993	12.22	12.36	6.03	49.35	48.81	△ 0.14	5,735	3.4
1994	12.18	12.16	5.83	47.87	47.93	0.02	5,738	0.1
1995	12.27	12.20	5.86	47.75	48.02	0.07	5,987	4.3
1996	13.56	13.36	5.62	41.46	42.07	0.20	6,121	2.2
1997	11.61	11.49	5.53	47.63	48.11	0.12	5,700	△ 6.9
1998	11.46	11.63	5.65	49.33	48.59	△ 0.17	5,522	△ 3.1
1999	12.00	11.79	5.54	46.20	47.02	0.21	5,585	1.1
2000	12.09	11.68	5.37	44.43	45.98	0.41	5,694	2.0
2001	11.61	11.63	5.30	45.64	45.53	△ 0.33	5,488	△ 3.6
2002	12.03	11.96	5.77	47.95	48.22	0.07	5,678	3.5
2003	12.81	12.57	5.67	44.29	45.14	0.24	5,260	△ 7.4
2004	12.16	11.63	5.28	43.43	45.39	0.53	5,538	5.3
2005	11.41	11.11	5.00	43.84	45.04	0.30	4,997	△ 9.8
2006	10.70	10.15	4.88	45.60	48.08	0.55	4,842	△ 3.1
2007	10.79	10.41	4.77	44.25	45.87	0.38	4,963	2.5
2008	9.96	9.55	4.53	45.51	47.51	0.42	4,259	△ 14.2
2009	10.57	10.29	4.93	46.67	47.96	0.28	4,448	4.4
2010	12.84	13.21	4.52	35.18	—	△ 0.38	5,269	18.5
2011	10.60	10.07	4.91	46.28	—	0.53	5,540	5.1
2012	10.78	10.21	4.89	45.35	—	0.56	5,348	△ 3.5
2013	16.97	17.76	5.10	30.05	—	△ 0.78	4,995	△ 6.6
2014	10.83	10.04	4.91	45.34	—	0.79	5,433	△ 8.8

(注1) (一社)日本旅行業協会『数字が語る旅行業』に基づき筆者作成。2017年版（2015年データ）より掲載されていない。

(注2) データは(一社)日本旅行業協会『旅行業を取り巻く環境と旅行業経営分析』および『旅行業経営分析』に基づく。

(注3) 対象企業数は2008年498社、2009年509社、2010年180社、2011年196社、2012年190社、2013年112社、2014年88社である。

(注4) 人件費の実数(千円)の右隣は対前年比(%)。

1989～2014年の26年間の各指標の最大値、最小値、平均値を捉えると、粗利益率は順に16.97%（2013年）、9.96%（2008年）、11.84%、取扱高営業費率は17.76%（2013年）、9.55%（2008年）、11.62%、取扱高人件費率は6.03%（1993年）、4.52%（2010年）、5.29%、営業収入人件費率は49.35%（1993年）、30.05%（2013年）、44.99%、営業費人件費率は48.81%（1993年）、42.07%（1996年）、47.04%、取扱高営業利益率は0.79%（2014年）、△0.78%（2013年）、0.21%、従業員一人当たりの人件費は、612万1,000円（1996年）、425万9,000円（2008年）、536万円である。人件費は、取扱額が増加傾向にあった1996年まで歩調を合わせるように増加傾向にあったが、1997年以降は減少傾向に変わり、2005年からの5年間は500万円を下回るようになった。業界として人件費抑制に努めていることが見てとれる。だが、2010年と2013年の営業収入人件費率を除き、人件費が関係する営業収入人件費率、営業費人件費率の両指標はともに50%に近いことから、継

続いて労働集約的であることがわかる。粗利益率、取扱高営業比率はともに 2013 年を除き 12% 前後で、取扱高営業利益率は 1% を下回るだけでなくマイナスになる年もある。利益率の低い状況が継続している。

Ⅲ. 旅行企業がかかわる旅行市場の変化

では、旅行企業が対象とする旅行市場はどのように変化してきたのだろうか。旅行企業の取扱い市場についてみることにしよう。

旅行企業が取り扱ってきた旅行部門には国内旅行、海外旅行、外国人旅行があり、各旅行部門について企画旅行（募集型、受注型）と手配旅行がある。企画旅行には募集型企画旅行と 2005 年 4 月から導入された受注型企画旅行がある。第 1 種旅行業者の各旅行部門の企画旅行と手配旅行の取扱額の比率は、国内旅行部門では、企画旅行が 2012 年度 70.0%（募集型 52.5%、受注型 17.5%）、2013 年度 67.6%（募集型 49.0%、受注型 18.6%）、手配旅行が 2012 年度 30.0%、2013 年度 32.4%であった。海外旅行部門では、企画旅行が 2012 年度 59.9%（募集型 50.5%、受注型 9.4%）、2013 年度 49.7%（募集型 37.2%、受注型 12.5%）、手配旅行が 2012 年度 40.1%、2013 年度 50.3%であった。なお、データが少ないため参考値ではあるが、外国人旅行では企画旅行が 2012 年度 95.0%（募集型 0.6%、受注型 94.4%）、2013 年度 81.5%（募集型 5.1%、受注型 76.4%）、手配旅行が 2012 年度 5.0%、2013 年度 18.5%であった¹⁷⁾。国土交通省観光庁の資料をはじめ、観光関係資料では企画旅行を「旅行商品ブランド」と表してきたが、企画旅行が募集型と受注型に分類されてからは、特に募集型企画旅行を指して呼ぶようになった。

では、企画旅行の取扱状況についてみることにしよう。主要旅行業者の旅行商品ブランドの取扱額と取扱人数の推移を示したものが表 5 である。旅行商品ブランドの取扱額が全取扱額に占める割合は、2019 年度では国内旅行 34.3%（前年比 0.0%）、海外旅行 20.7%（前年比 4.5%増）、全体として 27.2%（前年比 0.0%）であった¹⁸⁾。まず、旅行商品ブランドの合計取扱額の推移を捉えると、旅行を阻害するような出来事が発生した年には減少するが、2007 年まで増加傾向にある。だが、2008 年以降は、2011 年の米国同時多発テロ事件の反動から増加する 2012 年のような年があるものの、基本的には減少傾向にある。合計取扱人数は、旅行を阻害する出来事の発生に関係なく 2007 年まで増加傾向にあるが、2008 年以降は減少する傾向にあるといえるだろう。国内旅行部門についてみると、取扱額は 2008～2011 年と 2018 年以降を除き増加傾向にあり、取扱人数も同様であるが、取扱人数では取扱額が減少しなかった 2014 年と 2016 年にも減少が見られる。この 2010 年代半ばは後述する外国人旅行の取り扱いが増加することから、国内旅行費用が上昇し、旅行申込者数が減少したと推測できる。海外旅行部門については、取扱額はバブル経済の崩壊が遅れて旅行業界にも表れた 1996 年まで増加傾向にあったが、以降、テロや疫病の発生も加わり減少傾向が続く。2004～2007 年の期間は「韓流ブーム」が手伝い持ち直すが、2008 年より停滞傾向

表 5. 旅行商品ブランドの取扱状況の推移 (1989～2020年)

年	国内旅行		海外旅行		外国人旅行		合計									
	取扱額 (千円)	取扱人数 (人)	取扱額 (千円)	取扱人数 (人)	取扱額 (千円)	取扱人数 (人)	取扱額 (千円)	取扱人数 (人)								
1989	280,957,000	12.3	7,090,000	9.0	538,770,000	12.6	2,531,000	11.5	2,301,000	13.0	179,000	2.9	822,028,000	-	9,800,000	-
1990	319,088,000	13.6	8,025,000	13.2	562,232,000	4.4	2,432,000	△ 3.9	2,663,000	15.7	191,000	6.7	883,983,000	7.5	10,648,000	8.7
1991	377,792,000	18.4	8,883,000	4.5	623,108,000	10.8	2,772,000	14.0	2,626,000	△ 1.4	181,000	△ 5.2	1,003,526,000	13.5	11,336,000	6.5
1992	394,547,000	4.4	9,334,000	11.3	627,766,000	0.7	2,721,000	△ 1.8	2,635,000	0.3	172,000	△ 5.0	1,024,948,000	2.1	12,227,000	7.9
1993	492,844,000	24.9	12,416,000	33.0	721,665,000	15.0	3,710,000	36.3	1,900,000	△ 27.9	141,000	△ 18.0	1,216,409,000	18.7	16,267,000	33.0
1994	516,001,000	4.7	15,052,000	21.2	768,354,000	6.5	4,150,000	11.9	1,866,000	△ 1.8	126,000	△ 10.6	1,286,221,000	5.7	19,328,000	18.8
1995	553,870,457	7.3	17,184,279	14.2	839,390,115	9.2	4,835,678	16.5	1,327,773	△ 28.8	95,411	△ 24.3	1,394,588,345	8.4	22,115,368	14.4
1996	507,553,127	△ 8.4	19,057,282	10.9	908,736,418	8.3	4,720,221	△ 2.4	1,386,647	4.4	108,790	14.0	1,417,676,192	1.7	23,886,293	8.0
1997	629,904,121	24.1	22,434,769	17.7	869,819,136	△ 4.3	4,493,646	△ 4.8	1,583,030	14.2	146,337	34.5	1,501,306,287	5.9	27,074,752	13.3
1998	666,495,667	5.8	25,214,081	12.4	825,726,334	△ 5.1	4,702,514	4.6	1,732,242	9.4	148,630	1.6	1,493,954,243	△ 0.5	30,065,225	11.0
1999	712,652,233	6.9	28,459,268	12.9	806,285,618	△ 2.4	4,735,741	0.7	1,864,304	7.6	219,636	47.8	1,520,802,155	1.8	33,414,645	11.1
2000	752,934,394	5.7	28,585,406	0.4	837,783,631	3.9	5,096,597	7.6	1,616,726	△ 13.3	144,771	△ 34.1	1,592,334,751	4.7	33,826,774	1.2
2001	782,324,963	3.9	31,201,723	9.2	656,880,065	△ 21.6	4,104,608	△ 19.5	1,530,314	△ 5.3	98,153	△ 32.2	1,440,735,342	△ 9.5	35,404,484	4.7
2002	821,663,557	5.0	32,839,191	5.2	675,630,160	2.9	4,087,732	△ 0.4	1,705,912	11.5	104,222	6.2	1,498,999,629	4.0	37,031,145	4.6
2003	911,176,986	10.9	36,114,630	10.0	565,703,918	△ 16.3	3,465,787	△ 15.2	1,704,942	△ 0.1	110,424	6.0	1,478,585,846	△ 1.4	39,690,841	7.2
2004	962,709,465	5.7	38,290,046	6.0	749,686,884	32.5	4,792,805	38.3	825,933	△ 51.6	45,863	△ 58.5	1,713,222,282	15.9	43,128,714	8.7
2005	985,880,004	2.4	40,556,762	5.9	750,311,362	0.1	4,763,259	△ 0.6	2,428,861	194.1	148,855	224.6	1,738,620,227	1.5	45,468,876	5.4
2006	1,016,139,990	3.1	40,861,514	0.8	802,125,225	6.9	4,889,041	2.6	2,554,163	5.2	156,236	5.0	1,820,819,378	4.7	45,906,791	1.0
2007	1,060,915,384	4.4	42,566,101	4.2	822,715,288	2.6	5,044,192	3.2	3,194,249	25.1	198,385	27.0	1,886,824,921	3.6	47,808,678	4.1
2008	1,050,081,035	△ 1.0	41,933,418	△ 1.5	744,710,824	△ 9.5	4,302,495	△ 14.7	3,075,017	△ 3.7	183,557	△ 7.5	1,797,866,876	△ 4.7	46,419,470	△ 2.9
2009	934,027,618	△ 11.1	37,872,105	△ 9.7	638,341,274	△ 14.3	4,526,530	5.2	3,264,201	6.2	155,288	△ 15.4	1,575,633,093	△ 12.4	42,553,923	△ 8.3
2010	885,964,068	△ 5.1	36,391,488	△ 3.9	683,775,639	7.1	4,264,530	△ 5.8	3,996,534	22.4	180,774	16.4	1,573,736,241	△ 0.1	40,836,792	△ 4.0
2011	773,947,333	△ 12.6	30,858,982	△ 15.2	653,525,400	△ 4.4	3,833,458	△ 10.1	1,805,659	△ 54.8	80,654	△ 55.4	1,429,278,392	△ 9.2	34,773,094	△ 14.8
2012	918,232,748	18.6	36,313,848	17.7	767,021,259	17.4	4,733,835	14.1	2,749,605	52.3	145,651	80.6	1,688,003,612	18.1	40,833,334	17.4
2013	974,642,692	6.1	37,091,931	2.1	796,435,981	3.8	4,205,374	3.9	3,724,674	35.5	196,486	34.9	1,774,525,347	5.1	41,493,791	1.6
2014	990,038,491	1.6	35,759,843	△ 3.6	730,925,247	△ 8.2	3,565,685	△ 15.2	5,171,506	38.8	278,005	41.5	1,726,135,244	△ 2.7	39,603,533	△ 4.6
2015	1,058,136,138	6.9	36,627,170	2.4	649,209,942	△ 11.2	3,212,350	△ 9.9	7,056,789	36.5	428,608	54.2	1,714,402,869	△ 0.7	40,268,128	1.7
2016	1,077,890,297	1.9	35,076,968	△ 4.2	402,420,544	△ 38.0	2,084,893	△ 35.1	7,771,247	10.1	443,559	3.5	1,488,082,088	△ 13.2	37,605,420	△ 6.6
2017	1,093,126,411	1.4	35,883,597	2.3	427,168,837	6.1	2,092,784	0.4	6,997,590	△ 10.0	516,935	16.5	1,521,292,838	2.6	38,493,316	2.4
2018	973,994,888	△ 10.9	33,718,880	△ 6.0	411,163,947	△ 3.7	1,786,503	△ 14.6	6,301,739	△ 9.9	507,749	△ 1.8	1,391,460,574	△ 8.9	36,013,132	△ 6.4
2019	889,420,120	△ 8.7	28,647,775	△ 15.0	386,626,200	△ 6.0	1,561,466	△ 12.6	4,304,245	△ 31.7	442,228	△ 12.9	1,280,350,565	△ 8.0	30,651,469	△ 14.9
2020	303,986,350	△ 65.8	9,499,384	△ 66.8	73,264	△ 100.0	99	△ 100.0	4,035	△ 99.9	292	△ 99.9	304,063,649	△ 76.3	9,499,775	△ 69.0

(注1) 運輸省、国土交通省観光庁「主要旅行業者(の)旅行取扱状況年度総計(速報)」に基づき筆者作成。

(注2) 各項目の実数の右隣は対前年の増減率(%)。

になり、2014年から始まるユーロ高、その後の世界各地で相次ぐテロの恐怖に伴い、減少に転じている。外国人旅行については、プラザ合意以降の円高傾向の進行と維持により、減少ないし停滞が続くが、2004年を境に状況が変化し、2010年代半ばまで増加傾向に転ずる。その背景には2003年から日本政府が訪日旅行促進のためのキャンペーン事業を開始し、訪日旅行者数の目標数値を達成するためにあらゆる手段を講じたことがある。中でも効果を発揮したのは訪日ビザの発給緩和であろう。中国人旅行者の爆発的増大につながった。中国から日本への団体観光旅行を解禁したのは2000年9月であったが、当時は申請者の所得、発給地域、訪日旅行取扱企業などに基準や制限があり、対象者は限定的であった。そこで、2004年9月に中国訪日団体観光査証の発給地域に1市4省を加え、さらに2005年7月には発給対象者の居住地域を中国全土に拡大した。2005年は日本国際博覧会（愛知万博）も開催された年である。2005年から2016年に至るまで、他の旅行部門を含む旅行需要全体が減少する一部の年度を除き、外国人旅行の旅行商品ブランドは取扱額も取扱人数も堅調な増加傾向にあった。だが、取扱額については2017年から、取扱人数については訪日旅行者数が3000万人を突破した2018年から減少を始めた。なお、近年の旅行ブランド商品の取扱状況における各旅行部門のシェアは次の通りである。2019年度の取扱額は国内旅行69.5%、海外旅行30.2%、外国人旅行0.3%、取扱人数は国内旅行93.5%、海外旅行5.1%、外国人旅行1.4%である。前年の2018年度では、取扱額は国内旅行70.0%、海外旅行29.5%、外国人旅行0.5%、取扱人数は国内旅行93.6%、海外旅行5.0%、外国人旅行1.4%である。外国人旅行については取扱額も取扱人数もまだ少ない状況にある。

では、旅行商品ブランドの単価はどのように推移してきたのだろうか。旅行商品ブランドの取扱単価の推移を示したものが表6である。国内旅行商品の取扱単価は2010年までほぼ低下する傾向にあり、2010年は1995年の約75%の価格になった。だが、その後、再び上昇するようになり、2019年および2020年は3万円台になった。海外旅行商品の取扱単価は一時的に上昇した2008年を除き、2009年までほぼ低下する傾向にある。2008年に価格が上昇したのは、2005年1月より航空会社が国際線に設定するようになっていた燃油サーチャージが高騰したからである。燃油サーチャージはたびたび変動したため、旅行企業にとっては商品価格の決定が困難になるばかりでなく、旅行者の不払いや払い戻し等の問題が発生し、旅行者にとっても心理的、物理的に負担になったことから、2008年3月には日本旅行業協会が国土交通省航空局に「燃油サーチャージの運賃一本化」について要望書を提出するまでに至っている¹⁹⁾。だが、2010年以降、取扱単価は上昇傾向に転じ、2015年と2016年を除く2019年までこの傾向が継続し、過去最高額になっていた。このように国内旅行と海外旅行は2010年代に入り旅行商品単価が上昇する傾向に転じたが、外国人旅行は2011年まで細かな変動を繰り返しながら、2011年をピークに低下する傾向に変わる。2019年、2020年にはピーク時の半分の価格にまで低下した。2012～2016年は外国人旅行の旅行商品ブランドの取扱額も取扱人数も増加し、国内では訪日外国人旅行者の高額消費が話題になり、

訪日観光がもたらす経済効果が大々的に発信されていたが、旅行業界が扱う外国人旅行は低価格商品を大量販売する実態にあったことがうかがえる。旅行費用の側面から捉えれば、宗教や生活習慣などのさまざまな文化的差異への理解と対応が要求された外国人旅行は、旅行業界にとって決して好ましい旅行部門ではなかったといえるだろう。

表 6. 旅行商品ブランドの取扱状況の推移（1995～2020年）

年	国内旅行		海外旅行		外国人旅行	
	取扱単価 (円)	増減率 (%)	取扱単価 (円)	増減率 (%)	取扱単価 (円)	増減率 (%)
1995	32,119	—	183,823	—	13,882	—
1996	30,397	△ 5.4	190,498	3.6	12,852	△ 7.4
1997	28,640	△ 5.8	193,352	1.5	12,450	△ 3.1
1998	26,915	△ 6.0	179,736	△ 7.0	12,701	2.0
1999	25,561	△ 5.0	168,216	△ 6.4	9,566	△ 24.7
2000	25,737	0.7	164,601	△ 2.1	10,600	10.8
2001	26,030	1.1	160,788	△ 2.3	14,894	40.5
2002	25,297	△ 2.8	162,614	1.1	16,410	10.2
2003	25,571	1.1	163,114	0.3	15,356	△ 6.4
2004	25,008	△ 2.2	159,960	△ 1.9	16,299	6.1
2005	24,373	△ 2.5	157,836	△ 1.3	17,182	5.4
2006	24,776	1.7	161,292	2.2	16,103	△ 6.3
2007	25,452	2.7	161,732	0.3	16,414	1.9
2008	25,110	△ 1.3	178,552	10.4	16,396	△ 0.1
2009	24,669	△ 1.8	141,732	△ 20.6	19,082	16.4
2010	24,211	△ 1.9	154,983	9.3	20,787	8.9
2011	24,737	2.2	165,356	6.7	22,412	7.8
2012	25,235	2.0	172,618	4.4	19,671	△ 12.2
2013	25,905	2.7	187,273	8.5	18,964	△ 3.6
2014	27,166	4.9	204,881	9.4	17,622	△ 7.1
2015	29,101	7.1	202,793	△ 1.0	17,236	△ 2.2
2016	29,355	0.9	190,376	△ 6.1	15,541	△ 9.8
2017	31,307	6.6	193,413	1.6	16,163	4.0
2018	31,298	△ 0.0	215,231	11.3	13,398	△ 17.1
2019	30,067	△ 3.9	228,624	6.2	11,092	△ 17.2
2020	30,865	2.7	221,337	△ 3.2	10,218	△ 7.9

(注1) (一社)日本旅行業協会『数字が語る旅行業』に基づき筆者作成。

(注2) データは国土交通省観光庁資料に基づく。

次に、約1万社を数える旅行企業の中でどのような企業が勢力を持ってきたのだろうか。取扱額上位10社の推移と主要旅行業者の取扱額に占める各社のシェアを旅行部門別に示したものが表7ある。1990年は統計が取られていなかったため、示していない。

表7. 取扱額上位10社の推移と取扱額に占めるシェア(1985～2019年)

年度	1985年		1995年		2000年		2005年		2010年		2015年		2019年				
	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	
1	日本交通公社	40.7	16.0	JTB	17.0	JTB	16.4	JTB	16.4	JTB	16.1	JTB	33.6	JTB	40.6		
2	近畿日本ツーリスト	15.5	8.3	近畿日本ツーリスト	8.7	近畿日本ツーリスト	8.7	近畿日本ツーリスト	8.3	近畿日本ツーリスト	8.7	近畿日本ツーリスト	27.5	JTB	33.6		
3	日本旅行	14.4	5.3	日本旅行	5.4	日本旅行	6.1	日本旅行	6.1	日本旅行	6.1	日本旅行	10.4	KNT-CTHD	11.8		
4	東急観光	7.6	3.1	東急交通社	4.3	東急交通社	4.3	東急交通社	4.3	東急交通社	4.3	H.I.S.	9.1	東急交通社	10.9		
5	日本通運	5.4	2.6	東急観光	2.8	H.I.S.	3.3	H.I.S.	3.3	H.I.S.	3.3	H.I.S.	7.8	日本旅行	8.6		
6	全国農協観光	5.4	2.2	JTBトラベラント	2.2	JTBトラベラント	2.2	JTBトラベラント	2.2	JTBトラベラント	2.2	JTBトラベラント	2.8	東急交通社	3.2		
7	名鉄観光	3.4	2.1	H.I.S.	2.1	H.I.S.	2.1	ANA&T	2.1	H.I.S.	2.1	H.I.S.	2.8	東武トップツアーズ	3.1		
8	西鉄旅行	2.3	1.8	日本通運	2.0	JTB-WV	2.0	JTB-WV	2.0	JTB-WV	2.0	JTB-WV	2.7	名鉄観光サービス	2.2		
9	東武トラベル	1.7	1.6	JTBパールバック	1.7	東急観光	1.7	東急観光	1.7	東急観光	1.7	東急観光	2.1	JR東海ツアーズ	2.1		
10	観光旅行	1.6	1.6	西日本旅客鉄道	1.6	名鉄観光サービス	1.6	日本通運	1.6	日本通運	1.6	日本通運	2.0	JR東海ツアーズ	1.9		
12社内のシェア合計		97.9	44.6	50社内のシェア合計	48.3	50社内のシェア合計	49.7	63社内のシェア合計	49.7	63社内のシェア合計	49.7	63社内のシェア合計	84.1	49社中のシェア合計	89.0	45社内のシェア合計	85.2

年度	1985年		1995年		2000年		2005年		2010年		2015年		2019年				
	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	
1	日本交通公社	43.8	17.5	JTB	17.8	JTB	18.9	JTB	18.9	JTB	17.3	楽天(楽天トラベル)	36.6	JTB	41.6		
2	日本旅行	15.6	8.8	近畿日本ツーリスト	9.5	近畿日本ツーリスト	7.0	近畿日本ツーリスト	7.0	近畿日本ツーリスト	10.3	楽天(楽天トラベル)	15.8	KNT-CTHD	12.5		
3	近畿日本ツーリスト	14.3	5.8	日本旅行	3.3	JTBトラベラント	3.3	JTBトラベラント	3.3	JTBトラベラント	3.3	日本旅行	11.9	日本旅行	11.9		
4	東急観光	7.3	3.6	東急観光	3.2	ANAセールス&ツアーズ	3.8	ANAセールス&ツアーズ	3.8	ANAセールス&ツアーズ	3.8	東急交通社	5.4	東急交通社	5.7		
5	全国農協観光	5.7	2.6	JTBトラベラント	2.8	東急交通社	2.8	東急交通社	2.8	東急交通社	2.8	東急交通社	3.5	東武トップツアーズ	3.9		
6	名鉄観光	3.2	2.5	西日本旅客鉄道	2.2	西日本旅客鉄道	2.2	西日本旅客鉄道	2.2	JR東海ツアーズ	2.5	JR東海ツアーズ	3.7	JR東海ツアーズ	3.5		
7	日本通運	2.7	2.2	名鉄観光サービス	2.2	名鉄観光サービス	2.2	名鉄観光サービス	2.2	JR東海ツアーズ	2.5	JR東海ツアーズ	3.3	名鉄観光サービス	3.1		
8	観光旅行	1.8	2.1	東急観光	2.1	東急観光	2.1	東急観光	2.1	東急観光	2.1	東急観光	3.0	名鉄観光サービス	3.5		
9	東武トラベル	1.7	2.1	東急観光	2.0	クラフツーツアーズ	2.0	クラフツーツアーズ	2.0	クラフツーツアーズ	2.0	クラフツーツアーズ	3.6	エアトリ	2.8		
10	日本交通観光社	1.4	1.4	観光旅行	1.5	名鉄観光サービス	2.0	観光旅行	2.0	観光旅行	2.3	H.I.S.	2.3	農協観光	2.2		
12社内のシェア合計		97.5	48.7	50社内のシェア合計	50.5	50社内のシェア合計	52.9	63社内のシェア合計	52.9	63社内のシェア合計	52.9	63社内のシェア合計	89.5	49社中のシェア合計	92.0	45社内のシェア合計	89.0

年度	1985年		1995年		2000年		2005年		2010年		2015年		2019年		
	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア	取扱額	順位	企業名	シェア
1	日本交通公社	33.1	13.8	JTB	15.5	JTB	15.5	JTB	15.5	JTB	22.1	JTB	26.9	JTB	37.8
2	近畿日本ツーリスト	17.7	7.6	近畿日本ツーリスト	7.4	阪急交通社	7.4	阪急交通社	7.4	近畿日本ツーリスト	17.5	H.I.S.	14.7	阪急交通社	14.1
3	日本通運	13.7	4.7	阪急交通社	6.7	H.I.S.	6.7	H.I.S.	6.7	近畿日本ツーリスト	12.8	KNT-CTHD	12.5	KNT-CTHD	10.7
4	日本旅行	12.5	3.5	H.I.S.	5.5	JTB-WV	5.5	JTB-WV	5.5	日本旅行	7.6	日本旅行	8.9	日本旅行	7.6
5	東急観光	9.1	3.4	日本旅行	4.5	近畿日本ツーリスト	4.5	近畿日本ツーリスト	4.5	日本旅行	7.6	日本旅行	7.5	エアトリ	3.9
6	全国農協観光	4.9	3.2	ジャパルバック	4.2	日本通運	4.2	日本通運	4.2	日本通運	4.8	JTB-BTS	3.5	JTB-BTS	2.9
7	名鉄観光	2.6	2.4	日本通運	3.5	日本通運	3.5	日本通運	3.5	日本通運	3.1	日新航空サービス	3.5	日新航空サービス	2.3
8	西鉄旅行	2.7	2.3	JTBワールド西日本	2.3	ジャパルバック	3.3	ジャパルバック	3.3	ジャパルバック	3.1	日新航空サービス	2.7	日新航空サービス	2.2
9	東武トラベル	1.3	2.2	東急観光	2.1	JTBトラベラント	2.1	JTBトラベラント	2.1	JTBトラベラント	2.1	日通旅行	2.3	エヌオーイー	2.0
10	観光旅行	1.2	2.2	JTBワールド	1.6	JTBワールド	1.6	JTBワールド	1.6	JTBワールド	1.9	東武トップツアーズ	2.1	東武トップツアーズ	2.0
12社内のシェア合計		98.7	44.7	50社内のシェア合計	53.8	50社内のシェア合計	54.8	63社内のシェア合計	54.8	63社内のシェア合計	54.8	63社内のシェア合計	87.5	49社中のシェア合計	85.5

(注1) (公財)日本交通公社『旅行年報』に基づき筆者作成。

(注2) KNT-CTHDはKNT-CTHD、JTBワールドはJTBワールド、JTBワールドはJTBワールド、JTBワールドはJTBワールド。

(注3) 1985年のシェアは旅協協会の取扱額に基づき(財)日本交通公社が推定、2019年は45社について。国土交通省観光庁「主要旅行業者の旅行取扱額(速報)」に基づき(公財)日本交通公社が推定。

(注4) 1995年、2000年、2005年のシェアは63社、2010年は63社、2015年は63社、2019年は63社について。国土交通省観光庁「主要旅行業者の旅行取扱額(速報)」に基づき(財)日本交通公社が推定。

(注5) 2010年のシェアはJTBグループ14社を含む主要旅行業者63社の取扱額に基づき(財)日本交通公社が推定。

(注6) 楽天トラベル部門は2018年6月より業績開示をとりやめた。H.I.S.は2019年11月より情報提供をとりやめたが、2020年より提供を再開している。

(注7) 楽天トラベル部門は2018年6月より業績開示をとりやめた。H.I.S.は2019年11月より情報提供をとりやめたが、2020年より提供を再開している。

総取扱額の上位 10 社の推移をみると、上位企業の過半数は期間中、継続して登場している。JTB（旧、日本交通公社、JTB トラベランド、JTB ワールドバケーションズ、JTB ビジネストラベルソリューションズ）、KNT-CT ホールディングス（旧、近畿日本ツーリスト）、日本旅行（西日本旅客鉄道と統合）、東武トップツアーズ（旧、東急観光、トップツアー、東武トラベルが統合）、阪急交通社（阪神航空と統合）、および名鉄観光サービス、農協観光である。かつては日本通運（通称、日通旅行）もしばしば上位に位置し、1985 年の上位企業が現在も活躍しているといえるだろう。1980 年創業の H.I.S.、オンライン旅行企業（OTA：online travel agent）の楽天（楽天トラベル）、エアトリも上位に登場する。上位 10 社が主要旅行者全体に占めるシェアを捉えると、1995～2005 年は全体の約半分のシェアを占めていたが、2010～2019 年では 8 割以上を占めるようになった。2010 年以降は、JTB や KNT-CT ホールディングスにみるように、組織編制を行い、別会社として事業運営していた関連企業をグループ傘下とする事例が増え、1 社としてのシェアが急速に高まった。加えて、大企業による寡占が進行している可能性もあるだろう。

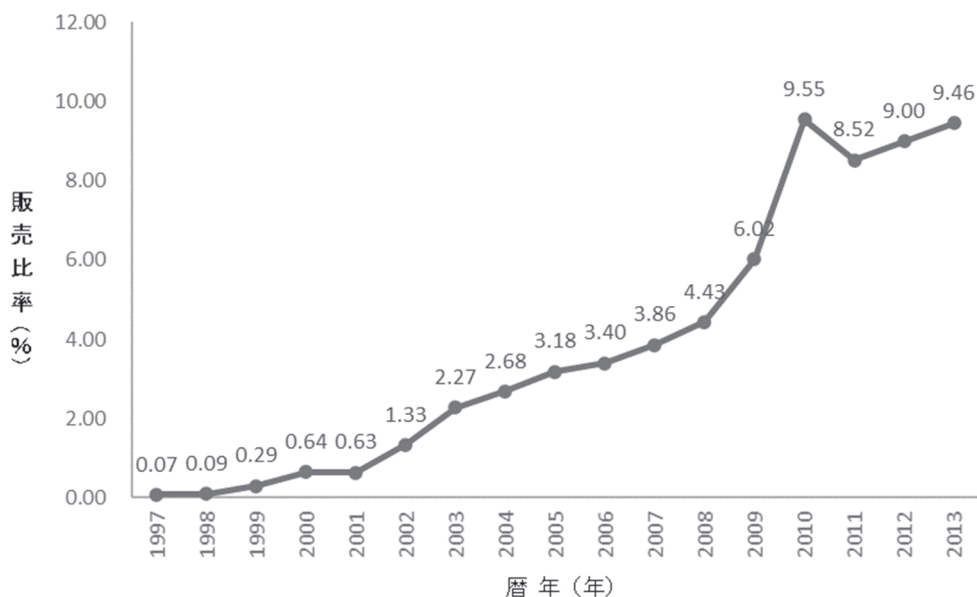
次に、国内旅行取扱額の上位 10 社の推移をみると、先の上位 10 社とほぼ同じ企業が登場する。さらに楽天トラベルのほか、西日本旅客鉄道（日本旅行と統合）、JR 東海ツアーズ、びゅうトラベルサービスといった JR 系列の旅行企業が上位に入る。楽天トラベルの前身は、日立造船が先駆的に事業化したインターネットによる国内宿泊施設直接予約の「旅の窓口」（当初は「ホテルの窓口」）であるが、このように国内旅行に強い旅行企業が同分野で上位に入っている。なお、上位 10 社が占めるシェアは総取扱額におけるそれを超え、約 9 割に上る。

海外旅行取扱額の上位 10 社の推移では、総取扱額と国内旅行取扱額の上位 10 社とは異なる企業が上位に登場する。JTB、KNT-CT ホールディングス、阪急交通社、日本旅行、東武トップツアーズは他の旅行部門の取扱額と変わらず上位に位置するが、H.I.S.、ジャルパック、日本通運が海外旅行についての専門性を発揮し、またエムオーツーリスト、日新航空サービスも強い。上位 10 社が主要旅行企業全体に占めるシェアは国内旅行取扱額には及ばないものの 8 割 5 分を超える。

このように旅行業界は寡占状態にある。総取扱額上位企業が国内旅行部門と海外旅行部門において長年、高いシェアを占めてきた。だが、国内旅行と海外旅行の両部門に強い総合的な企業もあるが、国内旅行または海外旅行に強い企業、すなわち、専門分野を持つ旅行企業が、特に海外旅行部門では強みを発揮している。さらに旅行取引の全てをオンラインで完結する実店舗を持たない OTA という取引方法の異なる旅行企業も加わるようになった。アメリカではエクスペディアやブッキング・ホールディングスのような OTA が勢力を伸ばしているが、日本では経営統合や組織再編を行いながら、実店舗を持つ伝統的な旅行企業（TTA：traditional travel agent）が依然として勢力を保持しているといえるだろう。

では、日本ではオンラインによる旅行取引がどの程度あるのだろうか。第 1 種旅行者によるインターネット販売比率の推移を示したものが図 3 である。分析対象企業数が 2012 年の調査（2010

年の実績) から前年の半数になり、2015年の調査(2013年の実績)以降のデータは不明である。



(注1) (一社)日本旅行業協会『数字が語る旅行業 2015』37頁に基づき筆者作成。

(注2) データは(一社)日本旅行業協会『旅行業経営分析』各年に基づく。

(注3) 第1種旅行業者が消費者に直接販売した取扱高に占めるインターネット取扱高の比率。

(注4) 2012年の調査から分析対象企業数が半減している。対象企業数は2011年509社(2009年実績)、2012年180社(2010年実績)、2013年196社(2011年実績)、2014年190社(2012年実績)、2015年112社(2013年実績)である。

(注5) 本データは(一社)日本旅行業協会『数字が語る旅行業 2016』より掲載されていない。

図3. 第1種旅行業者のインターネット販売比率(1997~2013年)

図3によれば、第1種旅行業者のインターネット販売比率は2000年まで0.5%未満だが、IT革命といわれる2000年以降、販売比率は徐々に高まっている。だが、2010年、2013年においても10%に達していない。アメリカでは21世紀に入る前に既にインターネットによる旅行申込が急速に市場に受け入れられ、活気づいていたが、日本では受け入れられるのに時間を要している、あるいはオンライン以外の旅行申込が根強いといえる。インターネットによる旅行申込は、受付時間の拘束や店頭であれば発生する待ち時間を回避でき、係員の誘導に左右されず選択できるという利便性がある。他方、全て個人で情報収集を行い、商品内容や契約の細部まで理解して選択、申し込みをしなければならないという煩雑性もある。セキュリティに対する不安も避けられない。そのため、アメリカでは、オンライン申込に移行した顧客が再びオフライン申込に戻るという旅行予約手段の揺り戻し現象も発生した。したがって、オンライン取引を好むセグメントと、実店舗や電話を利用するオフライン取引を好むセグメントの両方に対応できる旅行企業が幅広い層に現実には支持されていると考えられる。

なお、日本における電子商取引（EC：electronic commerce）の市場規模の推移を示したものが表8である。2013～2020年のEC市場全体の規模と、同市場に占めるサービス系分野の合計取引額、およびサービス系分野の中から旅行サービスと飲食サービスのEC取引額を取り上げて示した。2013年以前の調査では、サービス系分野の合計を小売・サービスの合計とし、その細目項目の1つとしてサービス業（宿泊業、旅行業、飲食業）と一括りにしていたため、ここでは記していない。だが、EC市場規模は2006～2007年では対前年比20%台、2008～2012年は2011年を除き対前年比10%強の伸びであった。2013～2014年の対前年比も2桁台であり、2015～2019年は対前年比が10%を下回り1桁台になったが、EC市場の規模は伸び率が鈍化しながらも着実に拡大している。その中でサービス系分野は3分の1を占め、同分野の半分以上を占めてきたのが旅行サービスである。対前年比は年度毎にばらつきがあるものの、取引額は増加している。オフラインからオンラインへの極端な移行はみられないが、旅行サービスにおいてもオンライン取引は少しずつ普及している。

表8. EC市場規模の推移（2013～2020年）

年	EC市場規模		サービス系分野の合計			旅行サービス			飲食サービス		
	取引額 (億円)	前年比 (%)	取引額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)	取引額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)	取引額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)
2013	111,660	17.4	40,710	-	36.5	24,415	-	60.0	935	-	2.3
2014	127,970	14.6	44,816	10.1	35.0	26,304	7.7	58.7	2,777	197.0	6.2
2015	137,746	7.6	49,014	9.4	35.6	28,850	9.7	58.9	2,379	△14.3	4.9
2016	151,358	9.9	53,532	9.2	35.4	30,393	5.3	56.8	3,292	38.4	6.1
2017	165,054	9.0	59,568	11.3	36.1	33,724	11.0	56.6	4,502	36.8	7.6
2018	179,845	9.0	66,471	11.6	37.0	37,186	10.3	55.9	6,375	41.6	9.6
2019	193,609	7.7	71,672	7.8	37.0	38,971	4.8	54.4	7,290	14.4	10.2
2020	192,779	△0.4	45,832	△36.1	23.8	15,494	△60.2	33.8	5,975	△18.0	13.0

(注1) 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」に基づき筆者作成。4月1日現在の数値。

(注2) 旅行サービスは、旅行会社への申し込み、航空券利用（国内便・国際便）、鉄道（新幹線・その他在来線）、バス利用、ホテル・旅館の宿泊費より構成される。

(注3) 2020年よりサービス系分野は、旅行サービス、飲食サービス、チケット販売、金融サービス、理美容サービス、フードデリバリーサービス、その他（医療、保険、住居関連、教育等）の7つより構成される。

IV. 旅行業界の経営状況の特徴と変遷

統計資料を整理し、旅行業界の経営状況の各側面を捉えた。日本の旅行業界に対する不要論も唱えられるが、企業数は1995年の旅行業法改正以降、ほぼ1万社で推移している。業種別でみると、旅行業者が9割以上を占め、旅行業代理業者は1割未満になった。旅行業者の詳細をみると、第1種旅行業者が1割弱、第2種旅行業者が2割5分、第3種旅行業者が5割5分である。国を挙げて観光振興が推進され、国民の観光への関心が高まるとともに、国内旅行や隣接する市町村等の特定区域内の旅行を取り扱うことのできる第2種、第3種の旅行業者が増加するようになっ

た。これらの旅行業者は第1種旅行業者に比べ業務範囲は狭くなるが、登録要件（営業保証金、基準資産金等）の基準が低いため、第1種旅行業者より設立と運営において負担が少ない。そこで、日本各地で観光振興に力が注がれるようになるに伴い、増加したと考えられる。だが、業界で高いシェアを誇る企業の顔ぶれは長年変わらず、上位10社が主要旅行業者に占めるシェアは8割を超える。ただし、特定分野に専門性を持つ企業やオンライン取引のみで完結するOTAといった独自性を持つ新興企業の中に、上位企業を脅かす企業も出現するようになった。

旅行の取り扱いについては、部門別では、国内旅行が5~6割、海外旅行が3~4割を占める。外国人旅行は1%に満たない状況が続き、訪日外国人旅行者が急増した2010年代に入り漸く増加したが、5%に届かない。旅行商品ブランドの取扱状況においても、人数、金額ともに国内旅行が最も多く、それに続くのが海外旅行であり、外国人旅行は少ない。商品単価では対象旅行者が日本人である国内旅行と海外旅行では近年、単価が上昇するのに対し、外国人旅行では低下するという相反の動きがみられる。同じ日本国内を移動するにもかかわらず、国内旅行の単価は外国人旅行の3倍である。このように日本の旅行業界は長年、国内旅行を主軸とし、次いで海外旅行があり、外国人旅行は企業経営にさほど影響を及ぼさない範囲にあった。

図4は日本の国際観光にかかわる旅行者数（日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数）と主要旅行業者の旅行取扱額（海外旅行、外国人旅行）の推移を示したものである。日本人海外旅行者数と主要旅行業者の海外旅行取扱額は1996年までほぼ比例し、その後、乖離する傾向もあるが、2004~2007年の旅行者数増では旅行取扱額も合わせて上昇する。ところが、訪日外国人旅行者数と主要旅行業者の外国人旅行取扱額は乖離が著しい。旅行者数は増加し、2015年に日本人海外旅行者数を逆転するが、旅行取扱額は横ばいである。ここに日本の旅行業界の課題がみえる。

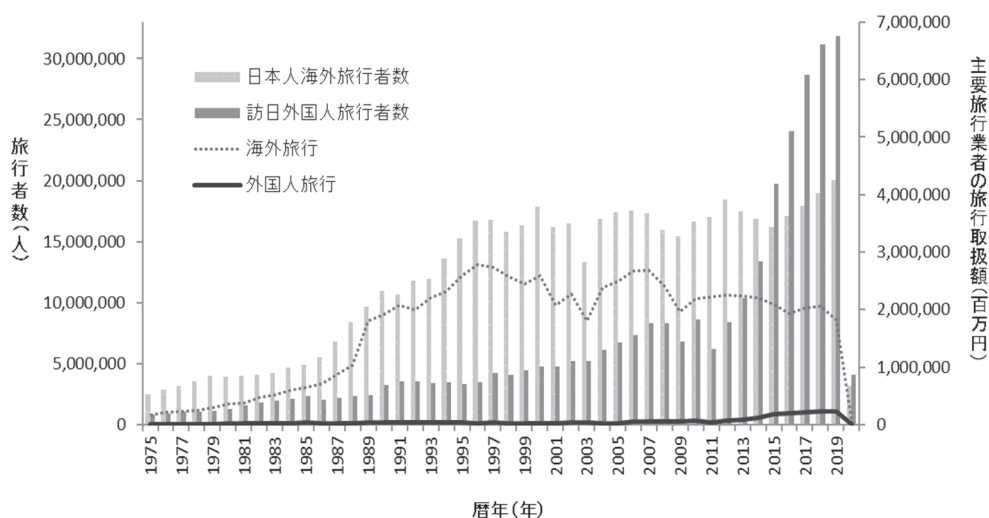


図4. 旅行者数と主要旅行会社の旅行取扱額の推移（1975~2020年）

すなわち、日本の旅行業界は訪日外国人旅行を取り扱うことができていないのである。活気づく市場を取り込むことができず、ビジネスチャンスを逃している。かつては日本人の旅行市場がにぎわい、この市場を取り扱うだけで十分であった。しかし、図4に表れているように、日本人市場の取扱額は伸び悩むようになった。外国人市場を取り扱っていく必要があるといえるだろう。世界には多数の多国籍旅行企業があり、エクスペディア（Expedia）やブッキングドットコム（Booking.com）のように日本市場にも参入して利用者を増やす企業もある。世界の旅行企業に対抗する必要がある。また、その多くは外国人旅行者の母国と関係しているが、違法な他国企業による訪日外国人旅行者の取り扱いを防止する必要もある。国内旅行、海外旅行、外国人旅行の需要は政治、経済の状況により変化し、トレードオフの関係にあることも少なくない。それぞれの旅行需要が発生するタイミングの違いを利用し、バランスよく経営活動を展開することができるという利点が本来、旅行業界にはある。その利点を生かす必要があるだろう。この利点を生かして来なかったことが旅行業界の課題であり、その克服が旅行業界の次なる方向性である。

V. インプリケーションと今後の研究課題

本研究は、日本の旅行業界の経営状況を長期的に把握し、その全体像と変遷を明らかにすることを目的とした。統計資料のデータの整理と分析を通じて、1985年から2019年までの35年間の旅行業界の経営状況を規模、経営、市場の側面から把握し、概況と変化を明らかにした。インプリケーションとして以下が挙げられる。

実践的インプリケーションは、日本の旅行業界の全体像と変化を長期的に明らかにしたことである。政治や経済の情勢がもたらす経営環境の変化、市場との関わり方とも関連づけて変化を理解した。その結果から、旅行業界の課題、取り組みを検討する必要がある旅行分野を指摘した。訪日外国人旅行者数の大幅な増加と比較して、日本の旅行企業の外国人旅行取扱額の増加幅は小さく、両者には乖離がある。そのため、日本の旅行業界は訪日旅行市場を取り込んでいない、あるいは訪日外国人旅行者がもたらす経済効果を得られていないといえることができる。国内旅行分野を発展させてきた旅行企業のこれまでの知識と経験の蓄積、培われたケイパビリティを外国人旅行分野にも応用する必要がある、日本の旅行業界はその能力も兼ね備えていると期待できる。

理論的インプリケーションは、旅行業界の変遷をデータに基づき捉えたことである。35年分のデータをつなぐことで、単年度のスポットあるいは数年間の短期的視点ではなく、長期的な視点から業界の概況、変遷を捉えることができた。一般社会で語られている扇動的内容とデータが示した事実との乖離を発見し、また日本の旅行業界の変わらぬ側面、変わった側面を明らかにした。

しかし、残された課題も多い。まず、データの入手可能性にかかわる課題である。統計が取られなくなった、あるいは公表されなくなったケースが所々にみられた。さらに統計を取る際の項目や分類方法の変更に伴い、長くに渡り時系列で捉えることが困難になっている。長期的視点で

分析することによって業界の大きなうねりが見えてくるはずである。見逃している種類のデータもあるだろう。更なる資料の探索を行う必要がある。また、統計に表れる旅行企業には偏りがあった。統計の多くは第1種旅行業者から得られたデータであり、また協力企業には伝統的な旅行企業が多い。OTAについての統計、データは少なく、実態が捉えにくいのが実情である。OTAについての調査、分析を進める必要がある。TTAとOTAの双方の調査、分析を合わせることによってはじめて業界の全体像が捉えられるであろう。さらに海外の旅行業界、旅行企業との比較研究を行えば、日本企業の独自性、強み、弱みを明らかにすることができるだろう。

参考文献

- 有山輝雄『海外観光旅行の誕生』（吉川弘文館, 2002）。
- 原優二『風の旅行社物語 旅行会社のつくりかた』（ポット出版, 2008）。
- 池上重輔監修、早稲田インバウンド・ビジネス戦略研究会『インバウンド・ビジネス戦略』（日本経済新聞出版社, 2019）。
- 今西珠美「日本の旅行業界の概況と変化」『流通科学大学論集 流通・経営編』24, 2（2012）49-73.
- JTB100周年事業推進委員会編『JTB グループ 100年史 1912-2012』（ジェイティービー, 2012）。
- 狩野美知子「旅行業者の競争戦略の分析－大手4社の経営行動に着目して－」『静岡大学経済研究』13, 3(2008) 51-83.
- 「日本旅行百年史」編纂室編『日本旅行百年史』（日本旅行, 2006）。
- 澤田秀雄『「旅行ビジネス」という名の冒険』（ダイヤモンド社, 1995）。
- 吉原英樹編『日本企業の国際経営』（同文館出版, 1992）。

参考資料

- 外務省編『外交青書 2021年版（令和3年版）』（日経印刷, 2021）。
- 国土交通省観光庁編『観光白書 2021年版（令和2年版）』（日経印刷, 2020）。
- 日本交通公社編『旅行年報』（公益財団法人日本交通公社, 1984～2020各年）。
- 日本旅行業協会編『数字が語る旅行業』（一般社団法人日本旅行業協会, 2001～2021各年）。
- 日本旅行業協会編『旅行業経営分析』（一般社団法人日本旅行業協会, 2010～2013各年）。
- 日本旅行業協会編『旅行業を取り巻く環境と旅行業経営分析』（社団法人日本旅行業協会, 1998～2009各年）。
- UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) . 邦訳『International Tourism Highlights 2020年 日本語版』（財団法人アジア太平洋観光交流センター, 2020）。

参考 URL

- 独立行政法人国際観光振興機構 Japan National Tourism Organization (JNTO) : <http://www.jnto.go.jp>
- 独立行政法人日本貿易振興機構 Japan External Trade Organization (JETRO) : <https://jetro.go.jp>
- 外務省 Ministry of Foreign Affairs of Japan : <https://mofa.go.jp/>
- 法務省 Ministry of Justice : <https://www.moj.go.jp>

一般社団法人日本旅行業協会 Japan Association of Travel Agents (JATA) : <http://www.jata-net.or.jp/>

一般財団法人アジア太平洋観光交流センター Asia Pacific Tourism Exchange Center (APTEC) :
<https://www.aptec.or.jp>

JTB 総合研究所 JTB Tourism Research & Consulting : <https://www.tourism.jp>

経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry : <https://meti.go.jp>

国土交通省観光庁 Japan Tourism Agency, Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (JTA) :
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>

国連世界観光機関 United Nations World Tourism Organization (UNWTO) : <https://unwto.org>

公益財団法人日本交通公社 Japan Travel Bureau Foundation (JTBF) : <https://jtb.or.jp>

フォーカスライト Phocuswright : <https://www.phocuswright.com>

トラベルボイス Travel Voice Japan : <https://www.travelvoice.jp>

- 1) 吉原英樹編『日本企業の国際経営』(同文館出版, 1992) 6 頁.
- 2) 国土交通省観光庁編『観光白書 2021 年版 (令和 2 年版)』(日経印刷, 2020) 22 頁.
- 3) 国土交通省観光庁編『観光白書 2021 年版 (令和 2 年版)』(日経印刷, 2020) 10 頁.
- 4) 2019 年の旅券発行数は、一般旅券 448 万 5,345 冊 (前年比 4.3%増)、公用旅券 (外交旅券を含む) 2 万 8,367 冊 (前年比 6.1%減) の合計 451 万 3,712 冊 (前年比 4.2%増) であった。その 5 年前の 2014 年の旅券発行数は、一般旅券 329 万 4,443 冊、公用旅券 2 万 9,741 冊の合計 332 万 4,181 冊であったことから、5 年間で一般旅券は 36.1 増加%、公用旅券は 4.6%減少、合計では 35.8%増加している。外務省編『外交青書 2021 年版 (令和 3 年版)』(日経印刷, 2021) 290 頁.
- 5) 特定の出発地域に分類できなかった到着者数。UNWTO は、出発国のデータがない、特定できない、あるいは「その他の国」等のグループに分類されている場合、この「出発地不明」に計上している。UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 16.
- 6) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 16.
- 7) UNWTO: *International Tourism Highlights 2010 Edition* (UNWTO, 2011) 10.
- 8) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 16.
- 9) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 17.
- 10) UNWTO: *International Tourism Highlights 2010 Edition* (UNWTO, 2011) 4.
- 11) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 17.
- 12) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 17.
- 13) UNWTO: *International Tourism Highlights 2020 Edition* (UNWTO, 2020) 17.
- 14) UNWTO: *International Tourism Highlights 2017 Edition* (UNWTO, 2017) 14.
- 15) UNWTO: *International Tourism Highlights 2017 Edition* (UNWTO, 2017) 14-15.
- 16) 日本交通公社編『旅行年報 1990』(財団法人日本交通公社, 1990) 66 頁.
- 17) 日本旅行業協会編『数字が語る旅行業 2015』(一般社団法人日本旅行業協会, 2015) 18 頁. 本データは 2016 年版より掲載されなくなった。
- 18) 日本旅行業協会編『数字が語る旅行業 2021』(一般社団法人日本旅行業協会, 2021) 49 頁.
- 19) 日本旅行業協会編『数字が語る旅行業 2021』(一般社団法人日本旅行業協会, 2021) 82-83 頁.