

Ⅲ-1 旅行業

Ⅰ 旅行業の現況

旅行業者総数は昨年に続き増加
2016年度の主要旅行業者取扱額は前年比マイナス2.3%

(1) 旅行業者数

17年4月1日現在の旅行業者総数(旅行業者と旅行業者代理業者の計)は10,301社(前年比2.0%増)で、08年以降続いた減少傾向からの9年ぶりの増加となった前年に続いて増加した(表Ⅲ-1-1)。

営業資格別にみると、第1種(海外・国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)が前年比0.6%減、第2種(国内の募集型企画旅行の企画・実施が可能)が同3.1%増、第3種(受注型企画旅行ならびに限定区域内での募集型企画旅行の企画・実施が可能)が同2.1%増と、第1種に減少が見られた。地域限定旅行業は、前年比22.0%増と他と比べて大幅増加であるが、その伸び方は落ち着き始めている。

旅行業者代理業者は同3.7%減で、2012年以降6年連続の減少となった。

(2) 主要旅行業者の取扱額

観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、16年度の主要旅行業者49社の取扱額(他の旅行業者が造成した募集型企画旅行の代売実績を含む)は合計で5兆5,656億円(前年比2.3%減)であった。市場別では、国内旅行が3兆

3,282億円(同3.1%減)、海外旅行は2兆369億円(同2.4%減)、外国人旅行は2,005億円(同14.0%増)となった(表Ⅲ-1-2)。

四半期別に見ると、第4四半期(1~3月)のみ前年比3.7%増となったほかはいずれも前年を下回っている。ただし外国人旅行については年間を通じて前年を上回り、特に第4四半期(1~3月)で前年比23.7%と伸びが大きい(表Ⅲ-1-3)。

主要旅行業者について、各社の消費者への販売力(BtoC)を比較するため、ホールセール専門会社とみなされる4社を除外し可能な限り代売実績の重複を避け、取扱額合計に占める各社(グループ)のシェアについて推計を行った。

この結果、16年度では1位が「ジェイティービー(JTB)」(グループ15社計)で29.9%、2位が「楽天」で11.3%、3位が「KNT-CTホールディングス」(グループ8社計)で9.8%という結果となった。前年度との順位比較では、楽天がシェアを拡大し、2位に上昇した。

市場別にみると、国内旅行では、1位が「JTB」で29.4%、2位が「楽天」で15.4%、3位が「KNT」で9.7%、海外旅行では1位が「JTB」で20.3%、2位が「HIS」で17.4%、3位が「阪急交通社」で9.2%となった(表Ⅲ-1-4)。

なお、観光庁は16年度4月より、主要旅行会社として掲載する企業について見直しを実施し、グループ企業についてはグループ総計値のみを公表、併せて新たに21社(10月より20社)を調査対象に加えたことから、合計額とシェアについて2014年度以前との比較はできない。

表Ⅲ-1-1 旅行業者数の推移

(単位:社、%)

(4月1日現在)	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
総数	10,145	△ 0.0	9,978	△ 1.6	9,884	△ 0.9	10,100	2.2	10,301	2.0
旅行業	9,308	0.4	9,143	△ 1.8	9,074	△ 0.8	9,321	2.7	9,551	2.5
第1種	701	△ 3.4	696	△ 0.7	697	0.1	708	1.6	704	△ 0.6
第2種	2,869	2.5	2,777	△ 3.2	2,776	△ 0.0	2,827	1.8	2,914	3.1
第3種	5,738	△ 0.2	5,625	△ 2.0	5,524	△ 1.8	5,668	2.6	5,789	2.1
地域限定			45	—	77	71.1	118	53.2	144	22.0
旅行業者代理業	837	△ 4.0	835	△ 0.2	810	△ 3.0	779	△ 3.8	750	△ 3.7

資料:観光庁への聞き取りをもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-2 主要旅行業者の取扱額

(単位:兆円、%)

	2015年度	2016年度	前年度比
海外旅行	2.09	2.04	△ 2.4
外国人旅行	0.18	0.20	14.0
国内旅行	3.43	3.33	△ 3.1
合計	5.70	5.57	△ 2.3

資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」より(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-3 主要旅行業者の取扱額の四半期別前年度比の増減

(単位:%)

	第1四半期 (4~6月)	第2四半期 (7~9月)	第3四半期 (10~12月)	第4四半期 (1~3月)
海外旅行	△ 6.2	△ 4.1	△ 4.5	6.1
外国人旅行	19.6	7.1	6.7	23.7
国内旅行	△ 2.5	△ 3.4	△ 3.1	0.9
合計	△ 3.0	△ 3.4	△ 3.3	3.7

資料:観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」より(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-1-4 主要旅行業者の取扱額上位10社とシェア

－総取扱額－

順位	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	29.9%
2	KNT	KNT	KNT	KNT	楽天	11.3%
3	阪急交通社	日本旅行	HIS	楽天	KNT	9.8%
4	日本旅行	HIS	日本旅行	HIS	HIS	8.9%
5	HIS	阪急交通社	楽天	日本旅行	日本旅行	8.6%
6	楽天	楽天	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	6.4%
7	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	2.8%
8	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	2.2%
9	JR東海ツアーズ	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	JR東海ツアーズ	1.9%
10	農協観光	農協観光	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	名鉄観光サービス	1.9%

－国内旅行取扱額－

順位	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	29.4%
2	KNT	KNT	楽天	楽天	楽天	15.4%
3	楽天	楽天	KNT	KNT	KNT	9.7%
4	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	8.2%
5	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	3.9%
6	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	東武トップツアーズ	3.1%
7	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	JR東海ツアーズ	2.8%
8	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	名鉄観光サービス	2.3%
9	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	農協観光	1.9%
10	読売旅行	読売旅行	HIS	HIS	HIS	1.8%

－海外旅行取扱額－

順位	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	45社内シェア
1	JTB	JTB	JTB	JTB	JTB	20.3%
2	HIS	HIS	HIS	HIS	HIS	17.4%
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社	9.2%
4	KNT	KNT	KNT	KNT	KNT	6.9%
5	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	日本旅行	5.7%
6	日通旅行	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	JTBビジネストラベルソリューションズ	3.0%
7	JTBビジネストラベルソリューションズ	日新航空サービス	日新航空サービス	日新航空サービス	DeNAトラベル	2.4%
8	日新航空サービス	日通旅行	日通旅行	エムオーツーリスト	日新航空サービス	2.2%
9	トップツアー	トップツアー	エムオーツーリスト	日通旅行	エムオーツーリスト	1.8%
10	エムオーツーリスト	エムオーツーリスト	トップツアー	トップツアー	楽天	1.6%

資料：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」をもとに（公財）日本交通公社推計

(注1) シェアの分母は主要旅行業者49社（16年度掲載企業）から以下の4社を除外した取扱額の合計
JTBワールドパッケージング、ANAセールス、ジャパルパック、ビッグホリデー

(注2) 「JTB」は以下15社の合計（社内取引を相殺した額で算出）ジェイティービー、JTB北海道、JTB東北、JTB関東、JTB首都圏、JTB中部、JTB西日本、JTB中国四国、JTB九州、JTB東海、JTB関西、JTBコーポレートセールス、iJTB、JTBグローバルマーケティング&トラベル、JTB国内旅行企画（14年度から）

(注3) 「KNT」は以下8社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト北海道、近畿日本ツーリスト東北、近畿日本ツーリスト中国四国、近畿日本ツーリスト九州、ユナイテッドツアーズ、クラブツーリズム、近畿日本ツーリスト個人旅行
※12年度は近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト個人旅行、クラブツーリズム、ユナイテッドツアーズの4社の合計（社内取引の相殺なし）

(注4) 「HIS」は以下5社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
エイチ・アイ・エス、オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル（2014年度から）

(注5) 「阪急交通社」は以下3社の合計（社内取引を相殺した額で算出）
阪急交通社、阪急阪神ビジネストラベル、阪神トラベル・インターナショナル
※12～14年度は阪急交通社、阪急阪神ビジネストラベルの2社の合計（社内取引の相殺なし）

(注6) JTBビジネストラベルソリューションズの12～13年度は内外航空サービスとの合計（13年6月に合併）

(注7) 東武トップツアーズの12～14年度は東武トラベルとトップツアーの合計（15年4月に合併）

(3) 大手旅行会社の売上高

大手の旅行会社5社（JTB、KNT、HIS、阪急交通社、日本旅行）の旅行事業部門の売上高について前年と比較すると、16年（度）は日本旅行を除く各社がマイナスであった。

海外旅行事業においては、前年から続くテロ事件への不安が払拭されずヨーロッパ方面を中心に集客減、また国内旅行事業においては、熊本地震と台風被害などによる東日本、九州方面での不調が影響した。JTBでは不正アクセス攻撃による個人情報流出も影響したと見られる。

各社とも、訪日旅行事業の強化は収益増につながったものの、国内・海外旅行事業の低調さをカバーするには至らなかった。

決算関連資料等によると、各社に共通する課題としては、訪日旅行事業、Web事業の一層の強化、競合するOTA（オンライントラベルエージェント）対策（連携含む）、航空座席や客室の仕入確保などがあげられている（表Ⅲ-1-5）。

表Ⅲ-1-5 大手旅行会社の売上高および対前年同期比

（単位：百万円）

	2012	2013	2014	2015	2016
JTB	1,113,093	1,177,464	1,202,682	1,207,515	1,169,145
KNT	—	448,273	433,432	424,930	396,004
HIS	407,304	431,368	468,551	476,174	465,772
阪急交通社	34,086	33,006	31,965	30,502	29,938
日本旅行	50,263	52,931	54,272	52,877	52,972

（単位：％）

	2012	2013	2014	2015	2016
JTB	9.4	5.8	2.1	0.4	△ 3.2
KNT	—	—	△ 3.3	△ 2.0	—
HIS	11.4	5.9	8.6	1.6	△ 2.2
阪急交通社	—	△ 3.2	△ 3.2	△ 4.6	△ 1.8
日本旅行	6.0	5.3	2.5	△ 2.6	0.2

資料：各社決算資料

(注1) 「JTB」「HIS」「阪急交通社」は、(株)ジェイティービー、(株)エイチ・アイ・エス、阪急阪神ホールディングス(株)の連結業績のうち旅行事業部門の業績を記載。また、阪急交通社と日本旅行は、決算情報より営業収益を記載

(注2) 「KNT」はKNT-CTホールディングス(株)の連結業績を記載
2012年度の売上高はグループ再編の過渡期に当たると記載していない
また、決算期の変更に伴い、2016年度前年度比は単純比較ができないため記載していない

(注3) 「阪急交通社」の2012年度前年度比は単純比較ができないため記載していない

(注4) 各社の決算期間は以下の通り
JTB、KNT、阪急交通社：4月1日～3月31日 日本旅行：1月1日～12月31日 HIS：11月1日～10月31日

2 旅行業界をめぐる動き

海外での積極展開、異業種からの参入、IT活用の新サービス、大型倒産、旅行業の制度・経営に注目集まる

(1) 組織再編や提携、新規参入などの動向

●組織再編の動き

JTBグループは、16年10月のハワイのMICE事業会社MC & A社の買収発表をはじめ、インドネシア最大手旅行会社PTI社への出資（17年1月発表）、欧州大手のインバウンドオペレータークオニGTS社の買収（17年5月発表）など、グローバル事業を拡大した。

グループ内では、16年10月、多様化するマーケットニーズ対応と安定した仕入れ環境の構築・強化のためとする海外旅行事業の再編を発表。17年4月より、JTBワールドパッケージツアーにJTB首都圏エリアの航空仕入れ機能を統合、海外FIT事業についてはトラベルプラザインターナショナルを中心に再編した。

また17年3月、JTBグループは、新たな価値提供に向けた経営改革として18年度からの経営体制を発表した。地域別・機能別の事業会社15社を本社に統合し、「個人」と「法人」を軸とした組織化を図る。

KNT-CTホールディングスは、激変する事業環境に即応する事業構造改革として17年4月、大規模なグループ再編計画について発表した。近畿日本ツーリストと近畿日本ツーリスト個人旅行の2社の統合、4社の地域旅行会社設立、東京の法人専門会社、訪日旅行事業専門会社、インターネット販売専門会社の分社が予定されている。

日本旅行グループは16年12月、中期経営計画（17～20年度）を策定し、法人、個人、インバウンドに続く第4の柱として地方創生事業への取り組みを掲げ、17年1月、営業企画本部内に「地方創生推進本部」を新設するなど組織改正を行った。

HISは、16年12月、カナダの旅行会社グループMerit Holdings Inc.と資本業務提携した。また17年4月、欧州のツアーオペレーターを主力業務とするミキグループの持株会社Group MIKI Holdings Limitedの株式を追加取得し、連結子会社化した。

オンライン専門のDeNAトラベルは、16年7月、シンガポールの航空券ホールセラーのギャムソインターナショナルツアーズを100%子会社化し、9月には、海外では5か国・地域目となるOTA事業を開始した。

16年12月、海外旅行専門のかもめツアーが婚活大手のIBJの子会社に、17年2月、ニッコウトラベルが三越伊勢丹ホールディングスの子会社となった。

●業務提携の動き

業務提携により、民泊の旅行商品化が始まった。

17年2月、農協観光は、民泊サービスを提供する（株）百

戦錬磨及び子会社と業務提携し、「農泊モデルづくり」への取り組みを開始した。農林水産省が定義する農泊とは、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しむ滞在（農山漁村滞在旅行）で、両社はそれぞれの強みを活かし、インバウンドを含む観光による地域活性化を目指すとしている。

びゅうトラベルサービスは、17年4月、（株）百戦錬磨と業務提携し、東北へのインバウンド需要の創造を目指すとして、インバウンド向けブランド「東日本鉄道ホリデー」にて民泊予約サイト「STAY JAPAN」で提供されている東北6県の民泊施設の販売を開始した。

また、ジャルパックは17年5月から、ANAセールスは17年6月から、同じく（株）百戦錬磨との業務提携により、ダイナミックパッケージツアーにて民泊の販売を開始した。いずれも沖縄の古民家やペンション、コンドミニアムの販売である。

インバウンドを意識した業務提携では、JTBによる、アジアの大手ホテル予約サイトagoda.com運営のAgoda Service Co.,Ltd.との提携があげられる（16年12月）。Agodaのサイトでは17年1月より、JTBの宿泊コンテンツ4,500軒の取扱が始まった。地方創生の推進を目的として10,000軒以上の取扱が目標とされている。

またKNTでは16年8月、自転車レンタル事業でドコモ・バイクシェアと業務提携を実施。同社は、東京都内を始め全国でサイクルシェアリングサービスを運営しており、コミュニティサイクルの訪日外国人利用の拡大と受け入れ体制整備に向けてKNTと連携し、地域・観光の活性化に取り組む。

●海外進出の動き

JTBは、16年5月、10月にクアラルンプールに2店出店、12月にジョホールバルに出店し、マレーシア国内に5店舗とした。また17年1月には上海に出店し海外旅行の販売を開始した。

KNTも17年1月、上海へ出店し海外旅行販売を開始。上海にはIACEトラベルも17年4月、駐在事務所を新設した。

HISは16年3月のリオデジャネイロ支店開設のほか、11月にホーチミンに法人営業専門店を開設し、同社のベトナム内拠点は12店となった。

他にもベトナム進出は活発で、オンライン専門のエボラブルアジアが16年11月、ベトナムに子会社を設立、旅工房が17年2月、インドシナ地域の戦略拠点としてベトナムに子会社を設立するなど、積極的な展開が見られた。

●新規参入動向

異業種からの旅行業参入もいくつか見られた。

音楽事業を中核とするエイベックスグループは16年6月、エイベックス・トラベル・クリエイティブ（第1種旅行業）を設立した。

ルート検索サービスのナビタイムジャパンは、16年10

月、「ナビタイムトラベル」を開始(第2種旅行業登録)。航空・宿泊のセット販売を行う。

アパレル関連通販サイト「ショッピングリスト」を運営するクルーズ社は、17年4月、オンライン旅行業に参入するとして、第2種旅行業「トラベルオンライン」の全株式を取得した。

通信大手のKDDIは17年2月、高級宿泊予約サイト「リラックス(Relux)」を運営するロコ・パートナーズ(11年9月設立)を完全子会社化した。ライフデザイン戦略の一環として宿泊予約事業による旅の提供を行うと発表し、動向が注目されている。

●倒産・撤退の動向

東京商工リサーチによると、16年度の旅行業者の倒産件数は前年より2件増の27件であった。

負債総額は前年度の7倍の214億円で、これには17年3月に倒産したてるみくらぶの負債総額151億円と関連会社の同34億円が含まれている。

17年3月、てるみくらぶは東京地裁に自己破産を申請した。一般旅行者への債務は約99億円(約3万6,000件、約8~9万人)で、旅行業者の倒産としてはリーマン・ショック後最大、戦後4番目の規模とされ、テレビでも連日報道されるなど注目された。

被害者への弁済保証金は、日本旅行業協会の弁済業務保証金から支払われるが、その弁償補償額が被害額の2%に満たなかったことなどから、観光庁は、消費者保護と旅行業の経営管理のあり方を検討するため、専門の検討部会「経営ガバナンスワーキンググループ」を設置した(後述)。

(2) 店舗販売の動向

●店舗新設の動き

店舗の新設については、特徴的な店舗の開設が目立った。

HISは、16年11月、名古屋に中部地区最大の旗艦店として「栄本店」をオープン。海外旅行フロアにはハワイ州政府観光局認定のサテライトオフィス「ハワイ専門デスク」(他に新宿、梅田にあり)を併設し、観光局認定のハワイスペシャリスト上級のスタッフ11名が在籍する。

阪急交通社は17年1月、東京と大阪にクルーズ需要の拡大とニーズの多様化に対応する専門部署として「クルーズセンター」を開設した。

KNTは、17年4月、MICE全般を扱う店舗として、関西イベント・コンベンション支店の名称を変更し、「関西MICE支店」をオープンした。

(3) インターネット販売の動向

●ウェブサイト刷新の動き

日本旅行は16年9月、海外ダイナミックパッケージの予約サイトを全面リニューアルした。検索・予約機能の強化と、トリップアドバイザーとの連携によるクチコミ情報掲載が特徴である。また17年5月には、新しい宿泊ブランドと

して「マイ宿オンライン」の提供を開始、インターネット販売を強化した。

●新しい関連サービスの動き

HISは16年4月、子会社ジャスタビを設立、レンタカー利用者とレンタカードライバーのマッチングサービス「Justavi(ジャスタビ)」を開始し、10月には訪日客向けにも中国語と韓国語のサイトを公開した。沖縄でのサービス開始後、東京、北海道へと範囲を拡大した。

またHISは17年6月、訪日外国人旅行者と地域のガイドをつなぐ仲介サイト「Travee(トラヴィイ)」の運営と地元ガイドの募集を開始した。通訳案内士法の改正を見据えた新しい仕組みとして、タイでの運営経験を踏まえ、ガイドの品質管理にも取り組むとしている。

楽天は16年8月、楽天トラベルサイトにて、世界各地の観光パンフレットを閲覧・検索できるスマートフォンアプリ「PATW(パトゥー)」の提供を開始した。地方自治体や観光施設は、発行したパンフレットを無料で登録可能、ユーザーは、地名やキーワードでパンフレット検索ができるほか、GPSによる位置情報をもとに現在地付近のパンフレット検索が可能である。

16年12月、びゅうトラベルサービスは、東日本各地を紹介するウェブメディア「びゅうたび」の運営を開始し、独自取材による旅行ストーリーや情報を旅行商品予約へつなげるとしている。

●海外OTAの動向

トラベルボイスによると、世界2大OTAの一つであるブライズライングループ(本社:米国コネチカット州ノーウォーク)の16年度予約取扱総額は、前年比23%増の681億ドルで、純利益は同16%減の21億ドルであった。同グループはブッキングドットコム、アゴダ、カヤック、オープンテーブルなどで構成されている。

一方のエクスペディア(本社:米国ワシントン州ベルビュー)の16年度予約総額は前年比21%増の724億ドルで、純利益は同29%増の6.9億ドル、親会社株主に帰属する純利益は2.8億ドルであった。同社はホテルズドットコム、トリバゴ、ホームアウェイなどのグループ企業を持つ。

中国最大手OTAのシートリップ(本社:中国上海)はブライズライングループと資本関係を強めながら、16年11月、旅行メタサーチ大手のスカイスクナー社(本社:英国エジンバラ)を買収。14年の日本法人設立以降、日本でのビジネス拡大を図っている。

(4) 旅行業法関連および業界団体の動向

16年度および17年度上期には、観光庁によって、旅行業法や旅行業経営に関連する検討会が設置された。

まず、16年6月、旅行業者による情報流出事案が相次いで発生したことを受け、問題点の検証と再発防止策を取りま

とめるため、観光庁に「旅行業界情報流出事案検討会」が設置され、7月には中間取りまとめとして「旅行業情報セキュリティ向上のため早急に講ずべき対策～」が発表された。

また、政府による「明日の日本を支える観光ビジョン」(16年3月)に掲げられた「観光関係の規制・制度の総合的な見直し」について検討するため、16年10月、有識者による「新たな時代の旅行業法制に関する検討会」が設置され、12月、中間とりまとめが発表された。内容は主に、着地型旅行を企画しやすい環境整備として地域限定旅行業の登録要件や催行範囲の緩和、現在旅行業の規制対象となっていないランドオペレーターに対する制度創設である。OTAの増加等を踏まえた旅行業法のあり方に関する検討も進められた。

また、17年4月には、先述のてみるみくらぶ破綻を受け、「新たな時代の旅行業法制に関する検討会」の下に、専門の検討部会「経営ガバナンスワーキンググループ」が設置された。弁済制度のあり方と企業ガバナンスのあり方についての検討の結果、観光庁による経営状態把握の強化、弁償金・保証金の水準引き上げといった方向性でのとりまとめが見込まれている。

3 旅行商品をめぐる動き

チャーター便の活用、ライフスタイルからのアプローチ、九州ふっこう割とプレミアムフライデー商品で需要喚起

(1) 旅行商品の販売動向

●国内旅行

(一社)日本旅行業協会(JATA)が会員各社を対象に実施している「JATA旅行市場動向調査」の方面別DI値(「良い」を選んだ割合(%)から「悪い」を選んだ割合(%)を引いて作成する景気動向指数)をみると、16年度については、年間を通じてDI値がプラス基調で推移した方面は「京阪神」のみであり、全国的に低迷傾向が見られた。15年度に新幹線開業効果が見られた「北陸」も、16年度はマイナス基調となった。

●海外旅行

「JATA旅行市場動向調査」によると、16年度上期は各方面ともDI値はマイナス基調で推移し、下期になって「アジア」と「ハワイ」が上昇した。大きく低迷している「ヨーロッパ」方面については、依然としてマイナスながら徐々に回復傾向に向かっている。

(2) 旅行商品の企画開発

●チャーター便を活用したペット同行の旅行商品

ANAは16年3月、機内でペットと過ごせるチャーター便を利用のツアー「ワンワンフライトin北海道」を成田-釧路線で設定すると発表、5月にツアーを実施した。宿泊は旅館を2泊、また阿寒湖遊覧船も貸し切った。獣医師が同行するほか、犬用の足湯なども用意して愛犬家のニーズに応えた。

ジャルパックも16年12月、チャーター便利用の「JALワンワンJET 鹿児島3日間」を設定すると発表、1月にツアーを実施した。宿泊はペット宿泊可能なホテルから選択設定で獣医師が同行した。

●九州ふっこう割を活用した旅行商品

16年4月に発生した熊本地震に伴って、各旅行会社では、16年6~7月、政府、九州観光推進機構による助成制度「九州ふっこう割」を活用した割引クーポンや商品の提供を開始した。旅行会社が商品を造成後、消費者に割引価格で販売するもので、割引率は、熊本県と大分県については7~9月までは平均50%、最大70%、10~12月までは平均25%、最大50%、他5県については7~9月までは平均20%、最大50%、10~12月までは平均10%、最大40%であった。

●プレミアムフライデー関連の旅行商品

17年2月に導入されたプレミアムフライデーについては、各社が様々な商品づくりや取り組みを行った。

JTBは、るるぶトラベルで専用旅行プランを発売したほか、専用割引クーポンを用意。HISは、「金曜の夜から旅に出よう」をキャッチフレーズに、ソウル、香港ほか、ドバイ4日間などの海外商品を販売した。ANAセールスは、特別クーポンを発行するほか、金曜午後発のダイナミックパッケージツアー利用者にはANAスカイコイン(電子クーポン)を還元するサービスを実施した。

KNTでは17年2月、北関東3県(群馬県、栃木県、茨城県)と連携して普及促進に関する支援事業の実施を発表。旅行商品造成や、メディアや催事でのPRなどに取り組んだ。

●ファッションに着目した旅行関連サービス・企画

KNTは、17年3月、法人旅行向けのファッションレンタルサービス「トリップボックスバイエアークローゼット」を開始した。プロのスタイリストが旅先の気候や予定されている活動にあわせた服装を用意してオフィスに届けるもので、社員旅行に参加する女性に向けたサービスとしてスタートした。

JTBでは、17年5月、セレクトショップのビームスと協働し、ビームスの情報発信拠点における天草物産展開催や、特設サイト「BEAMS PLAY in 九州」を開設して、旅のきっかけづくりに取り組んだ。

ファッションやライフスタイルをきっかけとした旅行の提案が試みられている。

4 旅行会社の利用

女性はネットの次に旅行会社パンフレットを情報収集源に
海外旅行ではパッケージツアー利用が6割

「JTBF旅行意識調査」(郵送調査自記式調査。その他概要はP10参照)によると、旅行計画時の情報収集源や申し込み

方法、国内パッケージツアーの利用に関する意識については以下の通りである。

(1) 旅行計画の情報収集源

「観光レクリエーション旅行の計画を立てる際に、主にどのように情報を収集するか」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-1である。国内旅行の場合、男性では、「ネットの検索サイト」が62.5%と最も高い。旅行会社のチャンネルとしては「旅行会社のパンフレット」が40.4%で4位、「旅行会社のホームページ」が18.7%で9位、「旅行会社の店舗や電話」が13.8%で13位となっている。

女性でも「ネットの検索サイト」が62.9%と男性と同様に最も高いが、「旅行会社のパンフレット」が51.5%で2位と高く、「旅行会社の店頭や電話」も16.0%と男性と比較して高い割合となっている。

また、海外宿泊旅行では、「旅行に行かない／自分で収集しない」を除き、男性では「ネットの検索サイト」が34.4%で情報収集源トップであるが、女性では「旅行会社のパンフレット」が39.3%で「ネットの検索サイト」より高くなっている。

(2) 旅行の予約によく使う方法

「観光レクリエーション旅行の予約をする際によく使う方法」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-2である。国内旅行の場合、男性では、「ネット専用の旅行予約サイト」が41.0%で最も高く、「旅行会社の店舗」が29.5%、「宿泊施設のウェブサイト」が28.6%でこれに続く。

女性も「ネット専用の旅行予約サイト」が41.2%で最も高く、「旅行会社の店舗」が35.9%でこれに続き、3位は「宿泊施設に電話」の28.4%であった。

海外宿泊旅行では、「旅行に行かない／自分で予約はしない」を除き、男女とも「旅行会社の店舗」がそれぞれ29.6%、33.2%と最も高い。

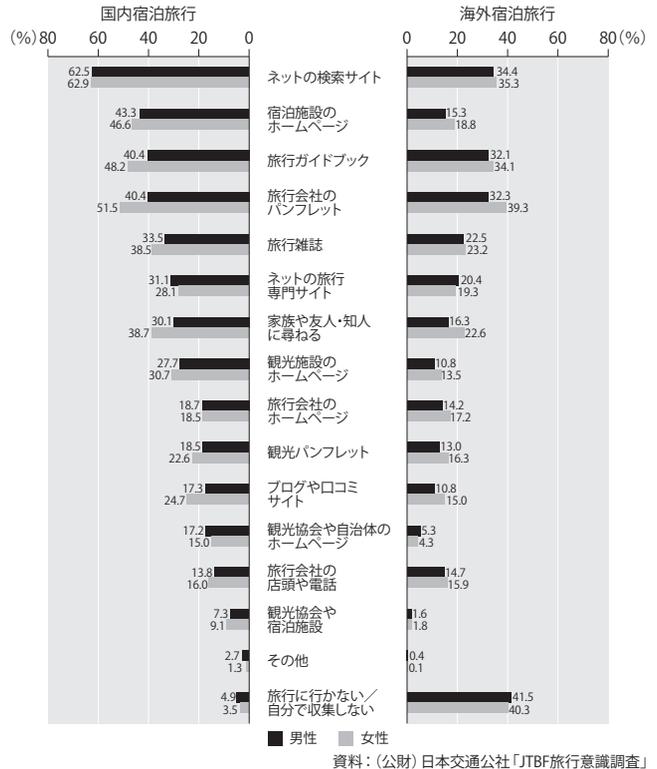
(3) パッケージツアーの利用状況

「観光レクリエーション旅行をする際のパッケージツアーの利用状況」について、国内・海外別にきいたものが図Ⅲ-1-3である。国内宿泊旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が18.1%、「ダイナミックパッケージやフリープランをよく利用する」が30.1%、「パッケージ旅行は利用しない」が51.8%であった。男女別の比較では、女性のパッケージツアー利用率が高い。

海外宿泊旅行については、「団体型のパッケージツアーをよく利用する」が32.4%、「ダイナミックパッケージツアーやフリープランをよく利用する」が28.1%、「パッケージ旅行は利用しない」が39.5%であった。国内と比較して、パッケージツアー利用率が高い。

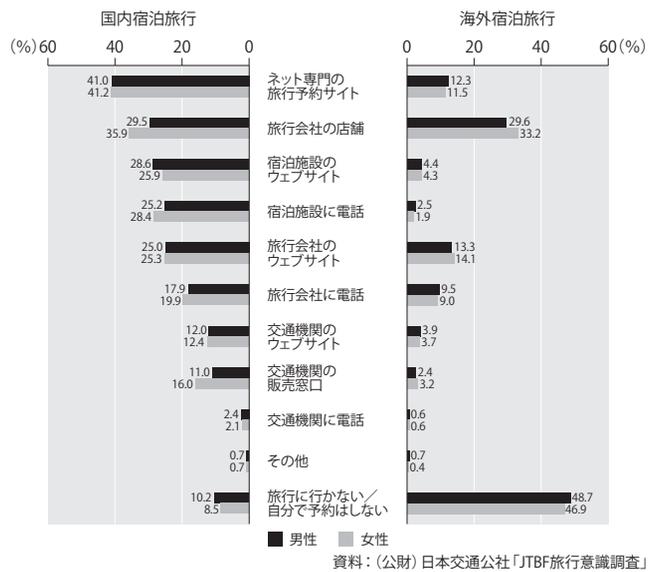
(久保田美穂子)

図Ⅲ-1-1 旅行の計画を立てる際の主な情報収集源 (複数回答)



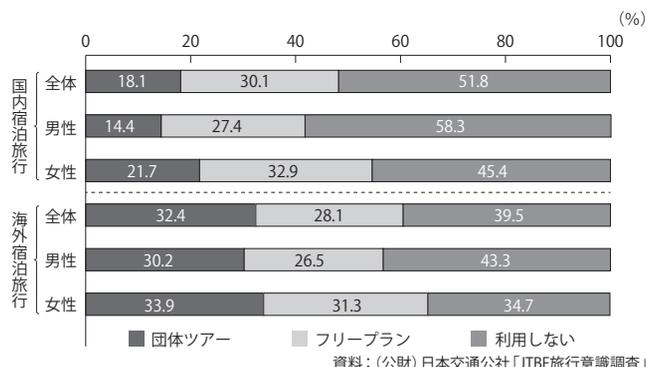
資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-2 旅行の予約によく使う方法 (複数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

図Ⅲ-1-3 パッケージツアーの利用に関する意識 (単数回答)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」