



リバウンドする海外旅行市場に潜むリスク

旅行会社の海外旅行取扱額、マーケットの動きに後れ

2016年に入って海外旅行需要がリバウンドを始めた中、3月までの主要旅行会社の海外旅行取扱額は前年割れが続いています（図表1）。その一因はマーケットの動きに比して募集型企画旅行（以下、パッケージ）の戻しが鈍いことにあるようです。今回のリバウンドがFITによってリードされているために足許でパッケージ利用者比率の低下が進んでいることがうかがわれます。パッケージ取扱額のマイナスイ幅は縮小してきていますが、プラスに戻すまでにはやや時間がかかる場合もありうると予想しています。

現在のパッケージ単価は海外旅行の平均単価を超える水準

現状を単価の推移からみたものが図表2です。この図からパッケージの単価は海外旅行単価の低下傾向が続く中、2010年以降、ほぼ一貫して上昇を続けてきたことがわかります。現在のパッケージ単価がシヨッピングなど現地消費を含む海外旅行の単価を上回る水準にまで上

がっていることに注目したいと思います。海外旅行の平均単価は近場のFIT需要が拡大したために下落を続け、パッケージは欧州、ハワイ、南米などといったパッケージに強みのある方面にゆつくりと重心を移してきたことで単価が上昇してきたと推測されます。

低価格指向の強まりに注意を

足許の市場ではじわじわと進む円高に加え訪日インバウンドの伸び率がややスローダウンして航空座席の需給も一時期に比べ緩んでいるようです。このため海外旅行の平均単価はこの1〜2年に比べて更に低下が進んでいる恐れがあります。また、ここへ来て物価の先高感がやや後退し、デフレ期待が消費者のマインドに忍び寄っていることも見逃せません。価格の動きに対し消費者はより敏感になっているとみるべきでしょう。

今、筆者が懸念していることのひとつは、パッケージの平均単価と海外旅行の平均単価が逆転している現在のような状況下でデフレ期待が高まることで、パッケージツアーは

割高では？という誤ったイメージが広がり、パッケージ離れに拍車がかかることにならないか、ということとです。例えば航空会社のサイトから日々値段を変えられますが、ホテルセラーのブランドはそこまで小回りが利きません。パッケージのこうした弱点がサプライヤーに改めて水をあけられる結果を招くのではないかと危惧されます。

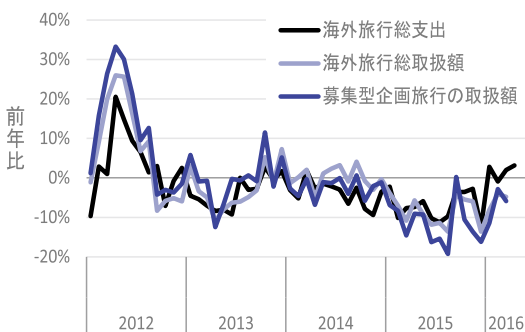
需要回復が進む中、むしろ守りの戦いには？

これまでパッケージは利用者数が減少する一方で単価を上昇させることで全体としての取扱額を維持してきました。安売り合戦を避けて付加価値を高める方向へと少しずつ重心を移してきたといえるでしょう。一方、現状のマーケットにはこうした業界の努力の積み重ねを根底から覆しかねない危険な香りが流れています。今後、マーケットでは需要回復が進んでいくと予想されますが、業界にはむしろ守りの戦いが求められることになるのではないかと思います。

黒須宏志

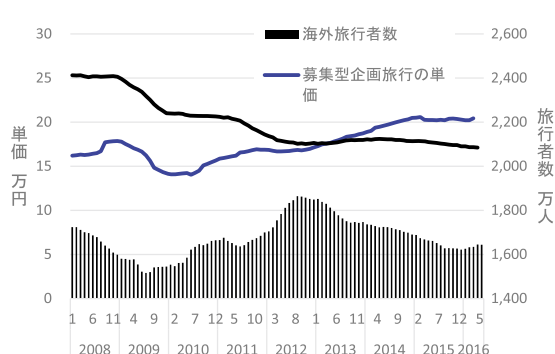
旅行市場動向のリサーチャーとして講演・寄稿などで活躍中。(株)JTB総研 執行役員・主席
 研究員。1964年生まれ。

図表1 募集型企画旅行の取扱額推移



資料：日本銀行「国際収支統計」、観光庁「主要旅行業者取扱額」
 (注)海外旅行総支出は国際収支統計の旅行支払、及び航空旅客運賃支払額の計として算出

図表2 募集型企画旅行の単価推移



資料：日本銀行「国際収支統計」、観光庁「主要旅行業者取扱額」、法務省「出入国管理統計」
 (注)海外旅行の平均単価は国際収支統計の旅行支払、及び航空旅客運賃支払額の計を海外旅行