



業界レポート

旅行業

株式会社CCイノベーション

令和6年4月

目次 -CONTENTS-

01. レポートサマリー
02. 基礎知識
03. 業界の動向
04. 今後の焦点
05. CCIのソリューション

基礎知識

- 旅行業とは、報酬を得て、運送・宿泊などのサービスを提供する者や旅行者を代理して契約を締結するなどの行為を行う事である。事業者は、その業務範囲によって旅行業者と旅行業者代理業に区分される。
- 旅行会社の主な収入は、サービス提供者からの販売手数料、旅行者からの取扱手数料である。

業界の動向

- 2023年4月時点での旅行業者の登録数は約9,500社。受注・手配旅行の取扱いが中心となる第3種が登録業者数の5割以上
- 大手総合旅行会社によるシェアが高い市場である一方、実店舗がなくインターネットのみで旅行商品を取引する旅行会社（Online Travel Agency）や旅行比較サイト（メタサーチエンジン）も台頭している。
- 2022年度の主要旅行業者の総取扱額は約2.9兆円。2019年度比で約6割まで回復。
- BtoCにおけるEC市場規模は、約2.3兆円（2019年比約60%）まで回復している一方、国内旅行の予約ではインターネット専用の旅行サイト（OTA）の利用が主流になっている。

今後の焦点

- 観光地の稼ぐ力として、地域の暮らしに根付いたコンテンツ（自然、風景、伝統・歴史、郷土料理、生業など）の価値が高まっている。
- 現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に配慮した観光（サステナブルツーリズム）の実現に向け、旅行会社を含む観光業者は、旅行者・観光地双方の要望や意向に沿った対応が求められている。
- アゴ、アシ、マクラ、マナビ・アソビ、デアイ、トキといった旅の要素に、「地域特性」や「ストーリー」といった独自性を持たせた高付加価値の商品・サービスの提供や、多様なニーズに応えることが他社との差別化につながる。

旅行業の定義

- 旅行業とは、報酬を得て、運送・宿泊などのサービスを提供する者や旅行者を代理して契約を締結するなどの行為を行う事業である。事業者は、その業務範囲によって旅行業者と旅行業者代理業に区分される。

旅行業の種類

- 旅行業者は、業務の範囲によって第1種～3種、地域限定旅行業者に区分され、登録要件も異なる。

旅行業などの区分	企画旅行			手配旅行 個人旅行など	登録行政庁	営業保証金 ※1	基準資産	旅行業務取扱管理者の選任
	募集型 パッケージツアーなど		受注型 修学旅行 など					
	海外	国内						
旅行業者	第1種	○	○	○	観光庁長官	7,000万	3,000万	要
	第2種	×	○	○	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	1,100万	700万	要
	第3種	×	△※2	○	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	300万	300万	要
	地域限定	×	△※2	△※2	△※2	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	15万	100万
旅行業者代理業	旅行業者から委託された業務				主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	不要	—	要

※1：旅行業協会に加入している場合や年間取扱額の増加に応じて供託金額は異なる

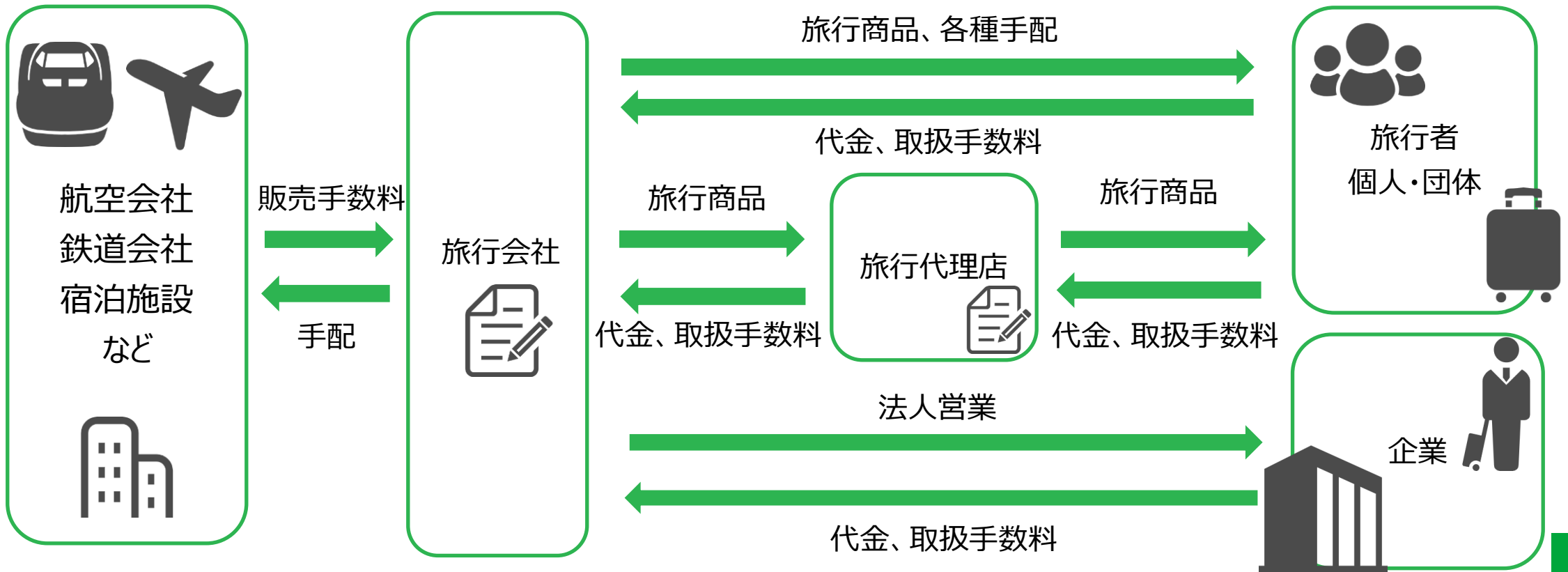
※2：営業所の所在する隣接市町村などに限定

出所：観光庁「旅行業の登録制度」

The CC Innovation, Ltd. All rights reserved.

旅行業界の仕組み

- 旅行商品を構成する「アゴ（食事）、アシ（移動）、マクラ（宿泊）」や「アソビ・マナビ（体験）」をサービスの提供者（航空・鉄道会社、宿泊施設など）から手配し、旅行者のニーズに合わせたパッケージ、ホスピタリティといった無形の付加価値をつけて法人・個人の旅行者へ販売している。
- 旅行会社の主な収入は、サービス提供者からの販売手数料、旅行者からの取扱手数料である。



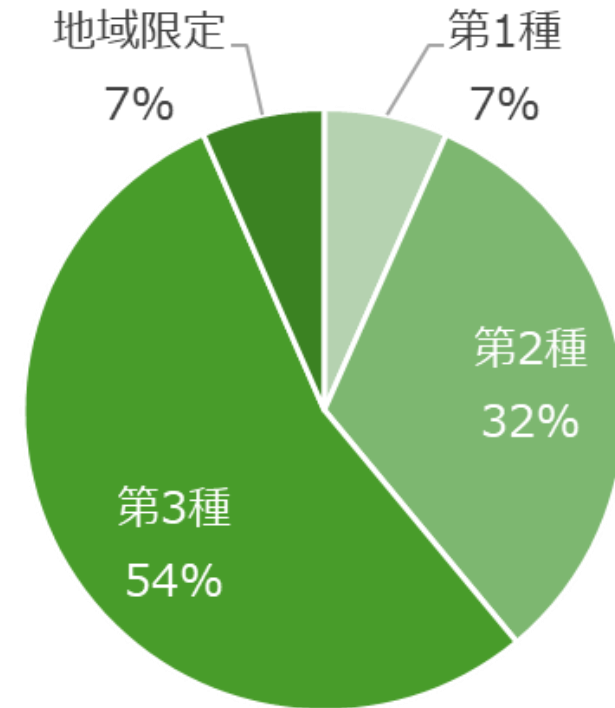
3. 業界の動向

競争環境

- 2023年4月時点での旅行業者の登録数は約9,500社。
- 受注・手配旅行の取扱いが中心となる第3種が登録業者数の5割以上を占める。

北陸3県と全国の旅行業者数

区分	石川	富山	福井	全国
第1種	4	5	3	627
第2種	35	45	34	3,054
第3種	53	48	50	5,143
地域限定	8	7	9	623
合計	100	105	96	9,447



出所：観光庁「各都道府県の旅行業者・旅行業者代理業者・旅行サービス手配者数一覧表」(令和5年4月)

3. 業界の動向

競争環境

- 店舗を持ち旅行商品を企画・販売する旅行会社は、資本で分類すると「独立系」「鉄道系」「航空系」などがある。
- 大手総合旅行会社によるシェアが高い市場である一方、実店舗がなくインターネットのみで旅行商品を取引する旅行会社（Online Travel Agency）や旅行比較サイト（メタサーチエンジン）も台頭している。
→従来の手数料ビジネスで収益を上げることは年々難しくなっている。

系列	主要企業
独立系	JTB、HIS
鉄道系	KNT-CTホールディングス、日本旅行、阪急阪神ホールディングス、名鉄観光サービス、JR東海ツアーズ、東武トップツアーズなど
航空系	ANA X、ジャルパックなど
その他	農協観光など

分類	主なOTAとメタサーチエンジン
OTA（国内系）	じゃらんnet、楽天トラベル、一休.com、るるぶトラベル、エアトリ、アドベンチャー、DMM.com
OTA（海外系）	エクスペディア、ブッキングドットコム、トリップドットコム、エアビーアンドビー、アゴダ
メタサーチ	トリップアドバイザー、トラベルコ、trivago（トリバゴ）、スカイスキャナー

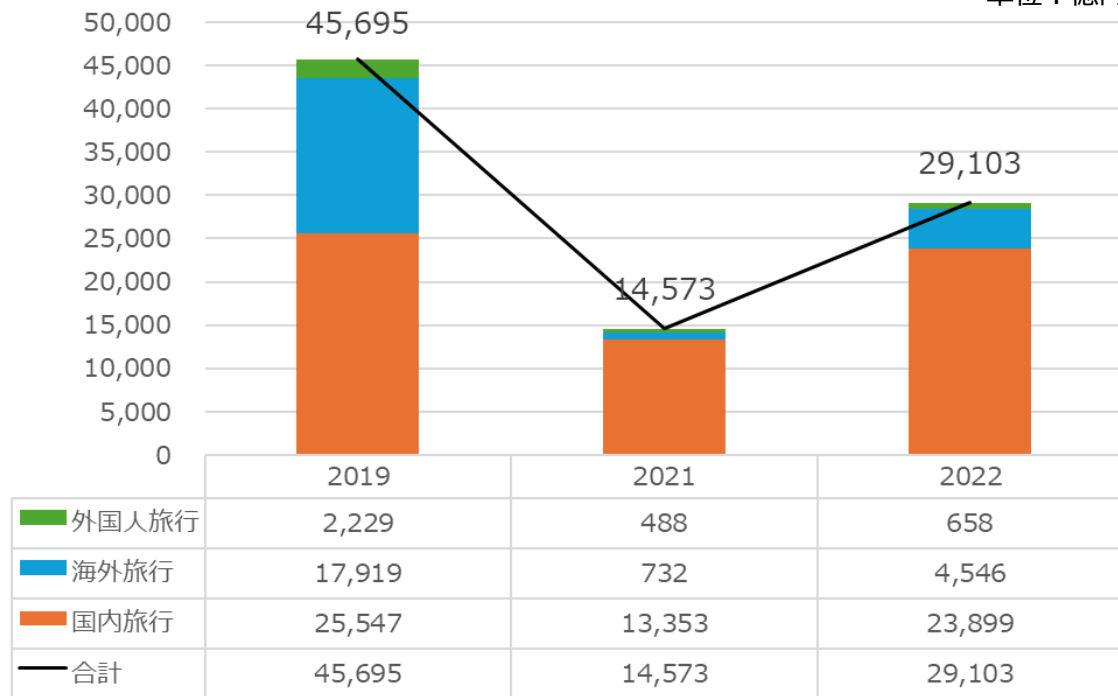
3. 業界の動向

旅行業の取扱額

- 2022年度の主要旅行業者の総取扱額は約2.9兆円。2019年度比で約6割まで回復。
- 2023年10～12月期は国内・外国人旅行を中心に取扱額が増加しており、順調に回復している。

主要旅行業者の取扱額推移

単位：億円



国内旅行 海外旅行 外国人旅行 合計

主要旅行業者の2023年度第3四半期取扱額

単位：億円

	2023年 10～12月	2019年 10～12月	2019年 同時期比
外国人旅行	587	694	85.6%
海外旅行	2,828	4,912	57.6%
国内旅行	6,352	7,101	89.5%
合計	9,767	12,707	76.9%

出所：観光庁「旅行業者取扱額」を基に弊社作成

※外国人旅行：日本の旅行会社による外国人のインバウンド旅行の取り扱いのこと
 ※ネット専業旅行会社（Online Travel Agency）の取扱高は含まれていない

出所：観光庁「2022年度（令和4年度）主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計（速報）」

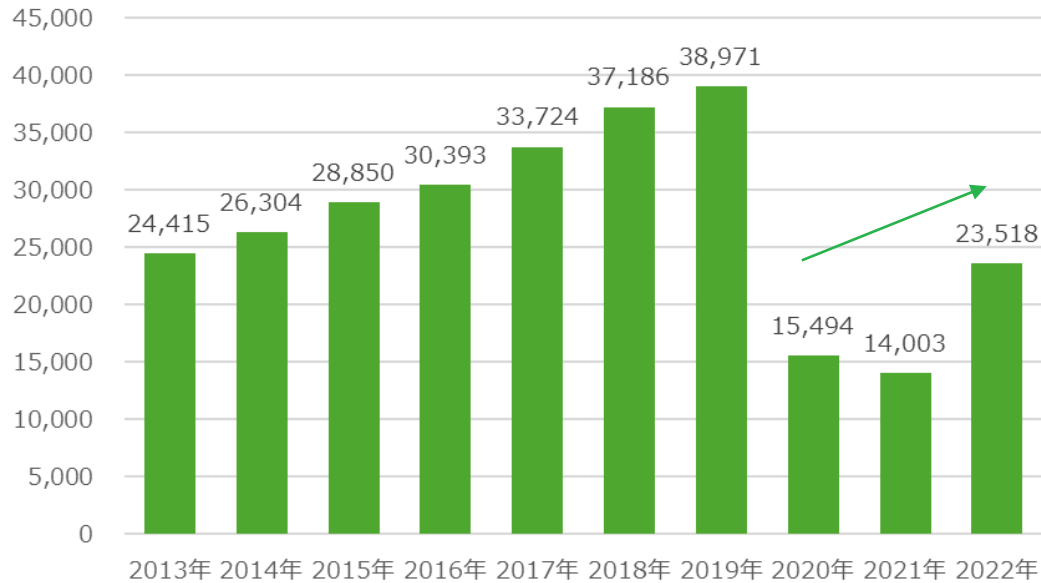
3. 業界の動向

旅行サービスにおけるEC市場

- コロナ禍以前より増加傾向にあったBtoCにおけるEC市場規模は、旅行サービス分野で約2.3兆円(2019年比約60%)まで回復。
- 国内旅行の予約ではインターネット専用の旅行予約サイト(OTA)の利用が主流となっている。

→従来の旅行会社は複数の予約チャネル(ネット、対面、電話など)を保有しているが、OTAとの差別化が課題である。

旅行サービス分野における BtoC-EC の市場規模 単位：億円

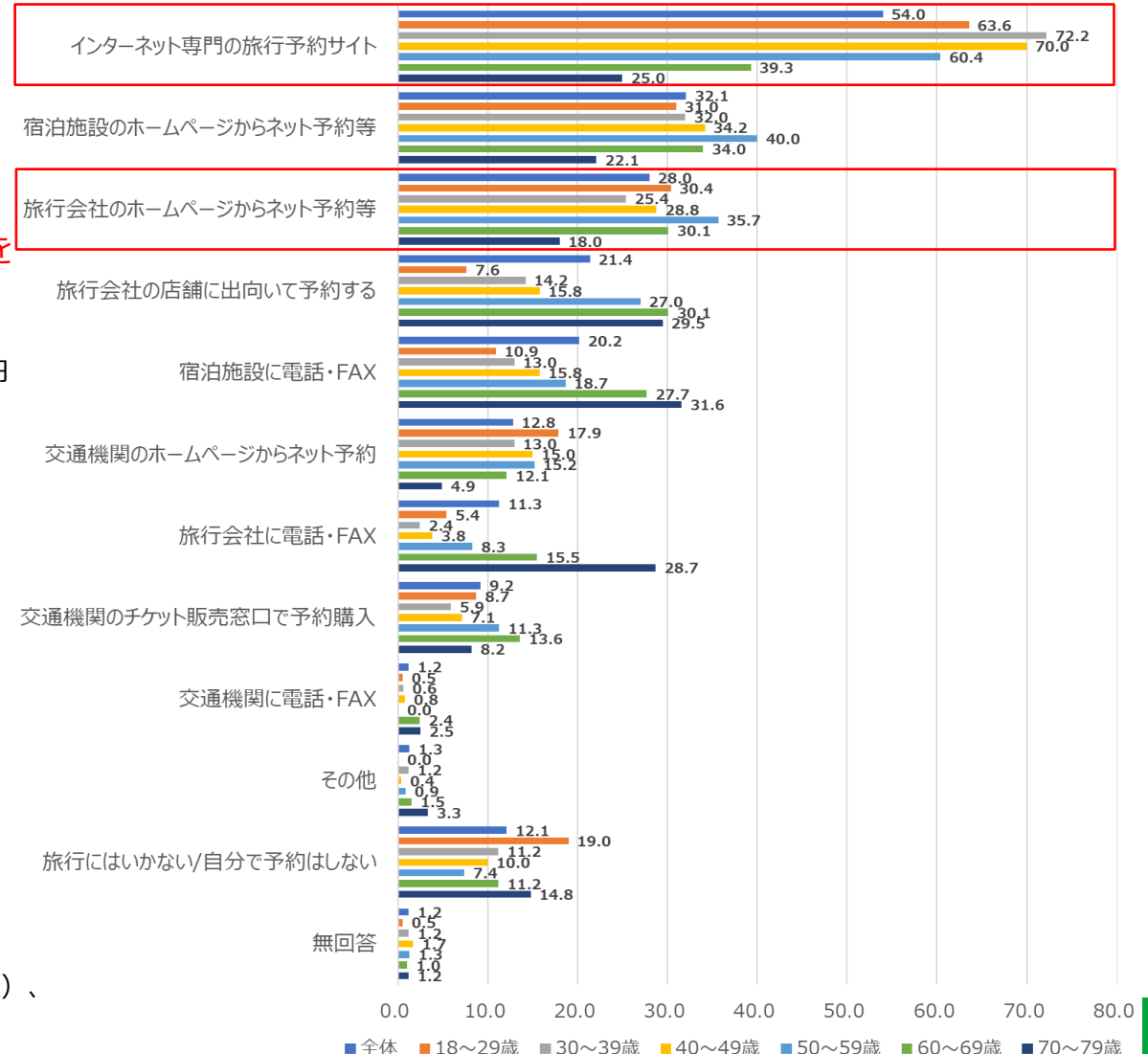


※旅行代理店への申し込み、航空機利用（国内便・国際便）、鉄道（新幹線・その他在来線）、バス利用、ホテル・旅館の宿泊費によって構成

※市場規模算出において、ビジネスユースである出張は除外

出所：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」を基に弊社作成

【国内宿泊旅行】旅行の予約によく使う方法(複数回答)(年代別) 単位：%



出所：(公財)日本交通公社「旅行年報2023」、資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

The CC Innovation, Ltd. All rights reserved.

今後の観光政策の方向性

- 2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、「持続的な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに3つの戦略が掲げられた。
- 観光地の稼ぐ力として、地域の暮らしに根付いたコンテンツ（自然、風景、伝統・歴史、郷土料理、生業など）の価値が高まっている。
- 旅行業・宿泊業・交通事業といった観光産業は、経済・産業への生産波及効果による観光経済の好循環に寄与するとされている。
→旅行会社は、自社だけでなく観光産業全体、旅行業界全体が「目指す姿」に基づいた経営戦略が必要だと考える。

基本方針	推進内容
持続可能な観光地域づくり戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光地・観光産業の再生・高付加価値化 ● 観光DX、観光人材の育成・確保 ● 自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり
国内交流拡大戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内需要喚起 ● ワークーション、第2のふるさとづくり（継続した来訪の促進） ● 国内旅行需要の平準化
インバウンド回復戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● コンテンツ整備、受け入れ環境整備 ● 高付加価値なインバウンド誘致 ● アウトバウンド・国際相互交流の促進

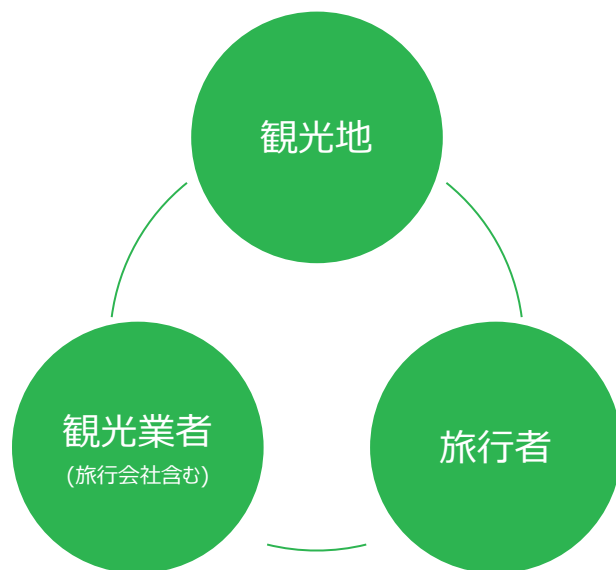
出所：観光庁「観光立国推進基本計画」(令和5年3月31日閣議決定)、「令和5年観光白書」

4. 今後の焦点

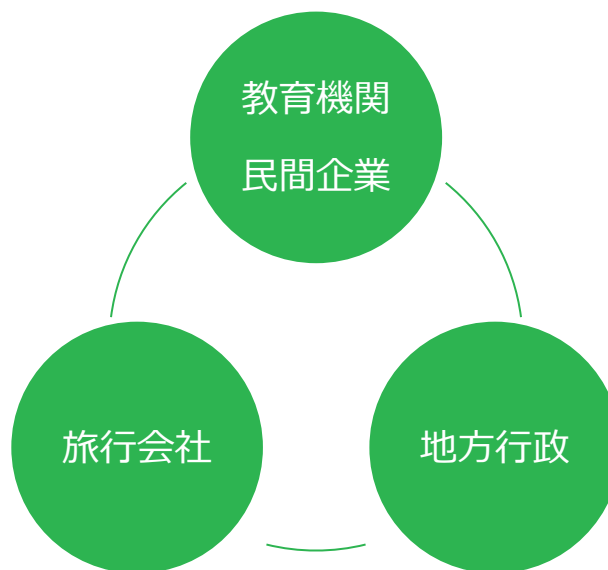
連携の強化

- ・現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に配慮した観光（サステナブルツーリズム）の実現に向け、旅行会社を含む観光業者は、旅行者・観光地双方の要望や意向に沿った対応が求められている。
- ・地域内や旅行会社間での連携を強化することで、一次情報の取得や各種データの共有などを実現し、ニーズや旅行需要の変化に柔軟に対応した、顧客起点の商品・サービスの提供、トラベルDXが可能となると考える。

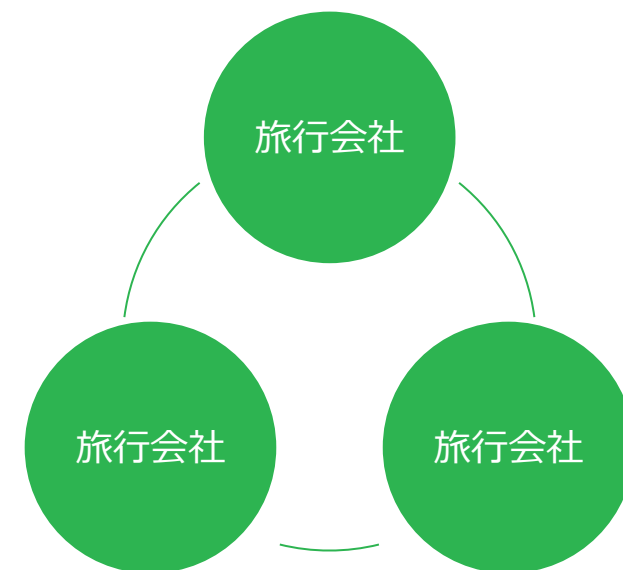
持続可能な旅の実現



地域内での連携



旅行会社間の連携



多様な旅行ニーズへの対応

- ・アゴ、アシ、マクラ、マナビ・アソビ、デアイ、トキといった旅の要素に「地域特性」や「ストーリー」といった独自性を持たせた、高付加価値の商品・サービスの提供が他社との差別化につながる。
- ・旅に不安要素のある方（子供連れ、高齢、障がいのある方）も安心して楽しめる商品など、多様なニーズへの対応が求められる。

名称	取り組み例
ユニバーサルツーリズム アクセシブルツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> ● 食事に配慮（アレルギー対応、咀嚼しやすい食事、塩分調整） ● 設備に配慮（施設のバリアフリー確認、車いす貸出、エレベーターの有無） ● 移動に配慮（歩行距離、階段の有無） 例：長い距離を歩かない、長期滞在、時間に余裕のあるツアーなど
カルチャーツーリズム	例：映画やアニメなどの舞台を訪ねる「聖地巡礼」（ロケツーリズム）など
アグリツーリズム	例：農家への民泊、農業を体験できるバスツアー、農業を学ぶ視察研修 など
ワーケーション	例：有給休暇を利用した旅行中の一部時間でテレワークをする（休暇型）、オフィス以外で職場のメンバーと議論する、グループワークを行う（合宿型）など

参考事例（観光地域づくり法人(DMO)）

- ・DMOとは「地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人」のこと。
- ・観光庁よりDMOとして登録された団体に入会している旅行会社は、行政や他観光業者などと連携し、誘客事業や観光情報の発信などに取り組んでいる。

一般社団法人金沢市観光協会（地域DMO）の取り組み

▶ 金沢版DMOマネジメント・マーケティング

- ・「金沢版DMOマーケティング会議」の開催
- ・会員意見交換会、セミナー、ツアーの開催
- ・「コト」商品の造成・磨き上げ
- ・食事、体験クーポンの販売、運営
- ・体感！金沢の旅、冬の旅キャンペーン開催
- ・金沢芸妓文化の発信
- ・地域事業者や通訳ガイド等の人材育成
- ・プロモーション
 - B to C デジタルマーケティング
 - B to B ファムトリップ、商談会
- ・『新金沢観光様式「安全・安心」取組宣言
～ゆとりゆったり癒し旅～』を策定
- ・富裕層向けコンテンツ造成
ナイトタイムエコノミー推進
ニューノーマル型プレミアムツアー



参考事例 (DMOによるサステナブルツーリズムの実現)

・持続可能な地域づくりを目指し、サステナブルな観光コンテンツの造成・提供が実践されている。

一般社団法人富山県西部観光社 水と匠 散居村の保全・活用につなげる「再生型旅行」実証実験

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 散居村のサステナビリティ強化のために官民が参画する協議体を立ち上げ、地域全体が活動に取り組むための合意形成を推進
- 散居村の古民家を再生し、「リジェネラティブ(再生) ツーリズム」を推進する宿泊施設「楽土庵」開業、スタッフによる体験コンテンツと地域住民との交流を提供
- 「楽土庵」宿泊料金の一部を散居村保全活動団体へ寄付
- 「楽土庵」での地産地消や、地元工芸作家のオリジナル作品仕様と特産品と工芸品の販売
- 散居村の保全と未来継承に共に取り組む会員制度構築とトラスト活動推進を目指してコミュニティの立上げ準備(顧客集約システムを開発してコミュニティ開設の告知)

地域の課題と背景

自然と共生しながら積み重ねてきた「散居村」の景観や伝統の手仕事・文化といった当該地域の資源は、現在の世界にとっても価値あるものであると考える。
しかしながら、ライフスタイルや経済システムの変化により、“生活の中での保全・継承が現実的ではなくなっている”、“地域住民自身がその価値について認識が低い”といった要因から、散居村の価値ある資源の保全・継承が困難になっていく状況。

地域が目指す姿

- ・「楽土庵」を軸に、来訪者と地域の人と共に地域再生・回復に取り組む仕組みづくり
- ・日本では事例の少ない「リジェネラティブ(再生) ツーリズム」の推進
- ・来訪者と地域の人と共に価値保全に取り組む新たな「ナショナル・トラスト運動」へつなげる
- ・地域ファンドの構築
- ・アルベルゴ・ディフーズ等、地域全体での取組への昇華

事業内容

2022年秋、富山県西部となみ平野の散居村に「リジェネラティブ(再生)」をテーマに宿泊施設「楽土庵」を開業。楽土庵を拠点に、散居村景観および地域の精神文化、コミュニティを保全・継承するための活動に取り組んだ。散居村関係者連携のためのネットワークづくり(行政、NPO・民間団体、自治会、観光事業者、農家・農協、金融機関など)、地域住民向けの「散居村勉強会」、散居村を構成するカインヨ(屋敷林)、アズマダチ(伝統家屋)、水田を現代の生活にあった形で維持・活用するためのコンテンツを造成した。

また、モデルツアーを実施して海外富裕層向けコンテンツを造成し、販売を開始、国内外へプロモーションを行った。さらに、散居村保全の新たな「トラスト運動」を目指し、国内外のメンバーと共に取り組むための「コミュニティ」立ち上げの準備を行った。

伝統的家屋を活用した宿泊施設「楽土庵」を開業し、散居村を体験するコンテンツを地域の方達と造成

富山の伝統的な家屋様式「アズマダチ」の古民家を再生。収益の一部を散居村保全活動を行っている団体に寄付。散居村の美しい景観、地域の伝統文化や精神風土を体感する「ライフスタイル・ツーリズム」コンテンツを7種類造成。



「楽土庵」宿泊客に対するコンテンツの造成

散居村の美しい農村景観、自然と共存するサステナブルな暮らし、それを支える多様な伝統文化や地域に根差す精神文化を未来へ継承するための「リジェネラティブ(再生型) ツーリズム」の確立を目指したコンテンツを開発。



「越中いさみ太鼓」見学と体験
歴史ある太鼓芸能の練習の様子を見学、太鼓の叩き方を住民から習う体験プログラム。

散居村ウォーク
楽土庵スタッフが宿泊客を案内し、周辺の寺社や石仏、水路などを巡る。

散居村の暮らしアップデート
散居村産の米・小麦粉・酒米を使ったメニューの開発や屋敷林の選定枝を使った「アロマオイル」の開発などに取り組んだ。

地域内外への情報発信
散居村の魅力伝えるビジュアル素材の撮影や記事の作成、国内外に向けプロモーション。地元向けの勉強会を開催。

出典：観光庁「サステナブルな観光コンテンツの実践に向けた事例集(令和4年度版)」

The CC Innovation, Ltd. All rights reserved.

5. CCIのソリューション

コンサルティングメニュー

経営戦略 <ul style="list-style-type: none"> 経営理念・ビジョン策定 経営計画の策定 個別施策の立案 	コストマネジメント <ul style="list-style-type: none"> 原価管理体制の構築 物件費削減に関する助言 アウトソーシングの受託 	人材紹介 <ul style="list-style-type: none"> 最適な人材マッチング 独自のネットワーク 人材定着サポート
ビジネスマッチング <ul style="list-style-type: none"> 新たな販売・仕入先の紹介 新商品・新技術開発パートナー紹介 グループ会社コレゾの活用 	人事制度・人材育成 <ul style="list-style-type: none"> 人事評価制度の策定 賃金制度の設計 階層別・専門別研修の実施 	
ICT <ul style="list-style-type: none"> システム導入・更改のサポート 独自アプリによる生産性向上 社内コミュニケーションの活性化 	業務効率化 <ul style="list-style-type: none"> BPR企画・立案 クラウド会計を活用した事務効率化 各種業務のマニュアル化 	
海外展開 <ul style="list-style-type: none"> 海外販路の開拓 海外拠点の設立に関する支援 貿易手続に関する助言 	M & A・事業承継 <ul style="list-style-type: none"> 企業の売却・買収のコーディネート 企業価値算定に関する助言 経営の承継に向けた社内体制整備 	



- CCIではお客さまの課題を明確にとらえ、お客さまに最適なソリューションを提供します。
- 北國フィナンシャルHD各社、各業務提携機関がお客さまの成長戦略をご支援します。

WEBサイト



[株式会社CCイノベーション
\(ccinnovation.co.jp\)](http://ccinnovation.co.jp)

当社のコンサルティングに
ついての詳細はこちら

LinkedIn



[株式会社CCイノベーション
LinkedIn](#)

コンサルティング事例やセミナー情報を発信中
ぜひフォローよろしくお願いたします！

Facebook



[株式会社CCイノベーション
Facebook](#)

お問い合わせフォーム



[株式会社CCイノベーション
お問い合わせフォーム](#)

専門コンサルタントが
ご相談を承ります。
お気軽にご連絡ください！

- 本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、CCイノベーションとのお取引を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、確実性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本資料のご利用は、お客さま御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などの各種専門家にご相談いただきますようお願いいたします。
- 本資料の著作権はCCイノベーションに帰属し、本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じます。