

# 旅行業におけるグローバル・バリューチェーンと 中小企業の役割



株式会社マイルポスト  
代表取締役社長  
榊原史博

## 旅行業の二種のビジネス形態

- 1) 旅行を構成する素材商品の流通から得る利益を求める。(コミッション収益)
- 2) 素材商品の組み合わせに独自の付加価値を加えてトータル・バリューを創造し、利益を求める。(付加価値収益)

## 従業員数別旅行会社数2005

従業員	社数	%	
20人以下	270	51	} 95%
21 ~ 50	121	23	
51 ~ 100	56	11	
101 ~ 300	49	9	
301 ~ 500	7	1	
501 ~ 1000	7	1	
1,001以上	16	3	
合計	526	100	

第一種登録781社中で調査に応じた526社が対象

Source:国土交通省

## 従業員数別取り扱い実績 2005年

従業員	社数	海外旅行者取扱数
20人以下	270	757,889
21 ~ 50	121	1,171,995
51 ~ 100	56	1,135,224
101 ~ 300	49	3,673,596
301 ~ 500	7	549,528
501 ~ 1000	7	1,875,814
1,001以上	16	6,713,755
合計	526	15,877,801

Source:国土交通省

## 従業員数別従業員一人当たり営業利益 2005年

従業員	営業利益 (円)	健全企業 (円)
20人以下	- 397,000	1,073,000
21 ~ 50	360,000	897,000
51 ~ 100	696,000	1,432,000
101 ~ 300	423,000	804,000
301 ~ 500	765,000	765,000
501 ~ 1000	65,000	442,000
1,001以上	278,000	346,000
平均	304,000	523,000

健全企業: 経常利益が黒字決済の企業

Source: 国土交通省

## 従業員数別従業員一人当たり取扱高 2005年

従業員	平均取扱高 (円)	健全企業平均 (円)
20人以下	78,441,000	81,193,000
21 ~ 50	88,216,000	101,800,000
51 ~ 100	76,151,000	86,053,000
101 ~ 300	151,721,000	112,341,000
301 ~ 500	144,253,000	144,253,000
501 ~ 1000	134,765,000	122,294,000
1,001以上	97,242,000	112,758,000
平均	99,883,000	112,236,000

Source:国土交通省

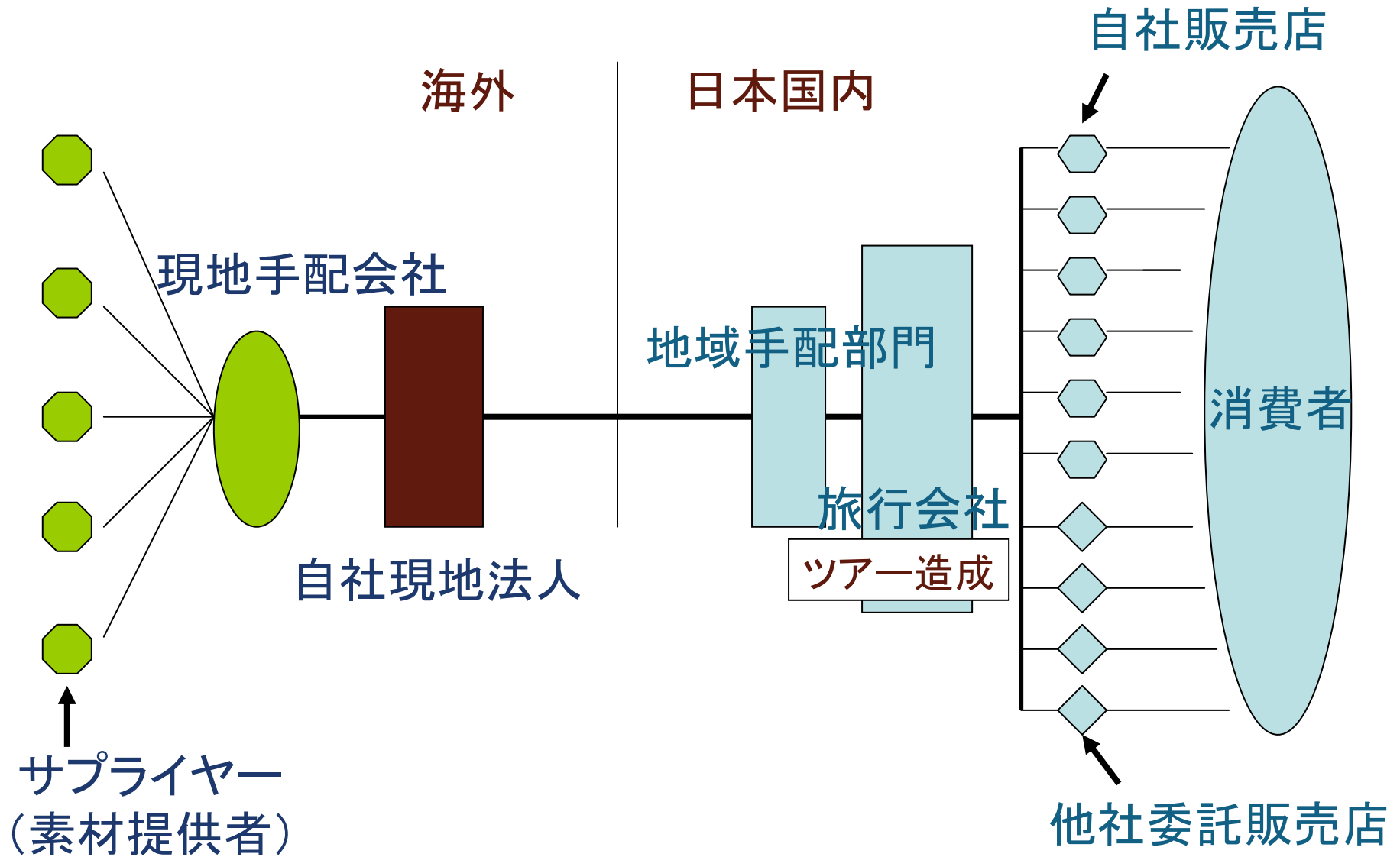
## 20世紀の観光の主流

- 団体 / 多数に合わせる妥協
  - 名所旧跡巡り

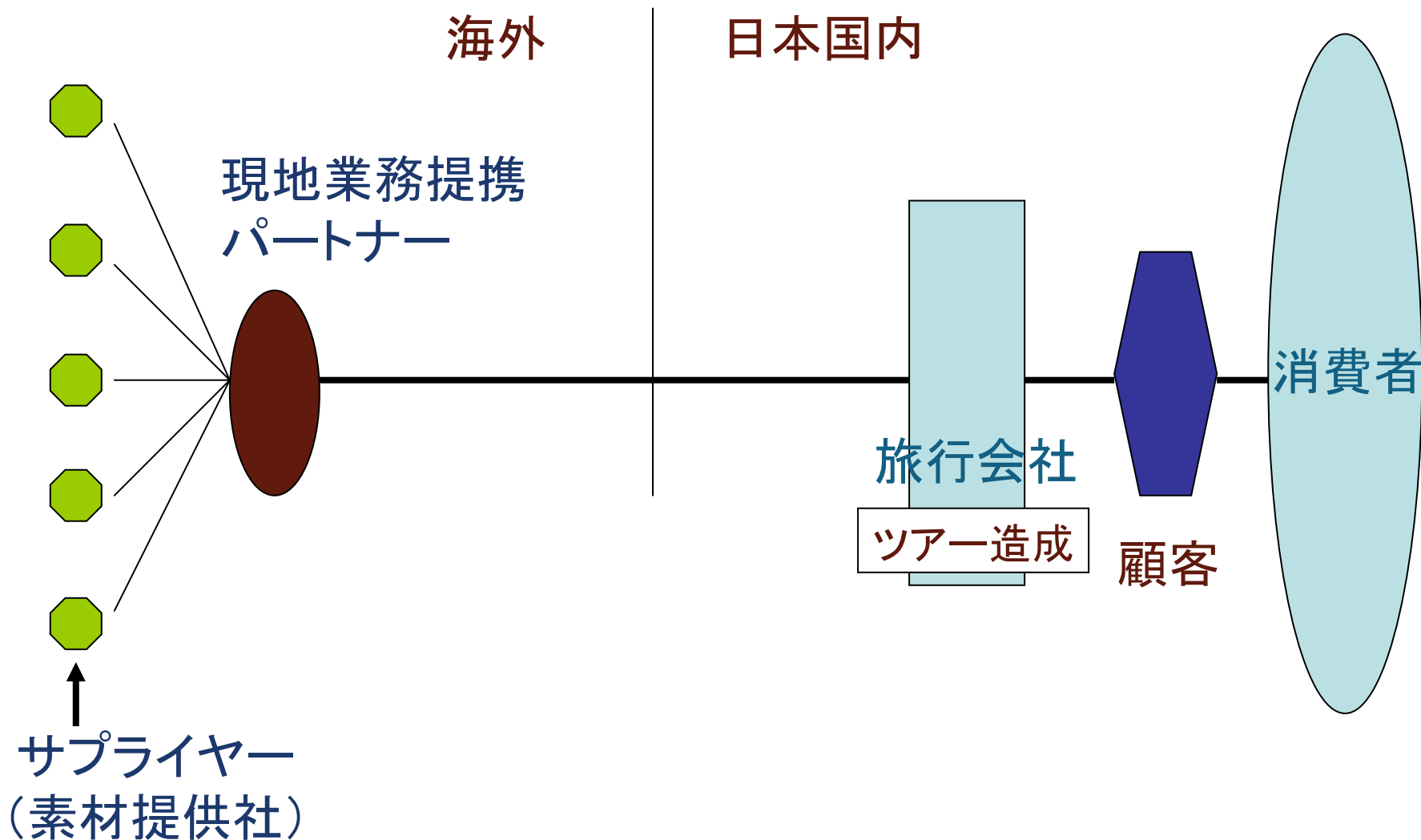
## 21世紀の観光の流れ

- 個人(夫婦、家族、友達、仲間)  
/ 自分の望む旅
  - 参加・体験・自己発見

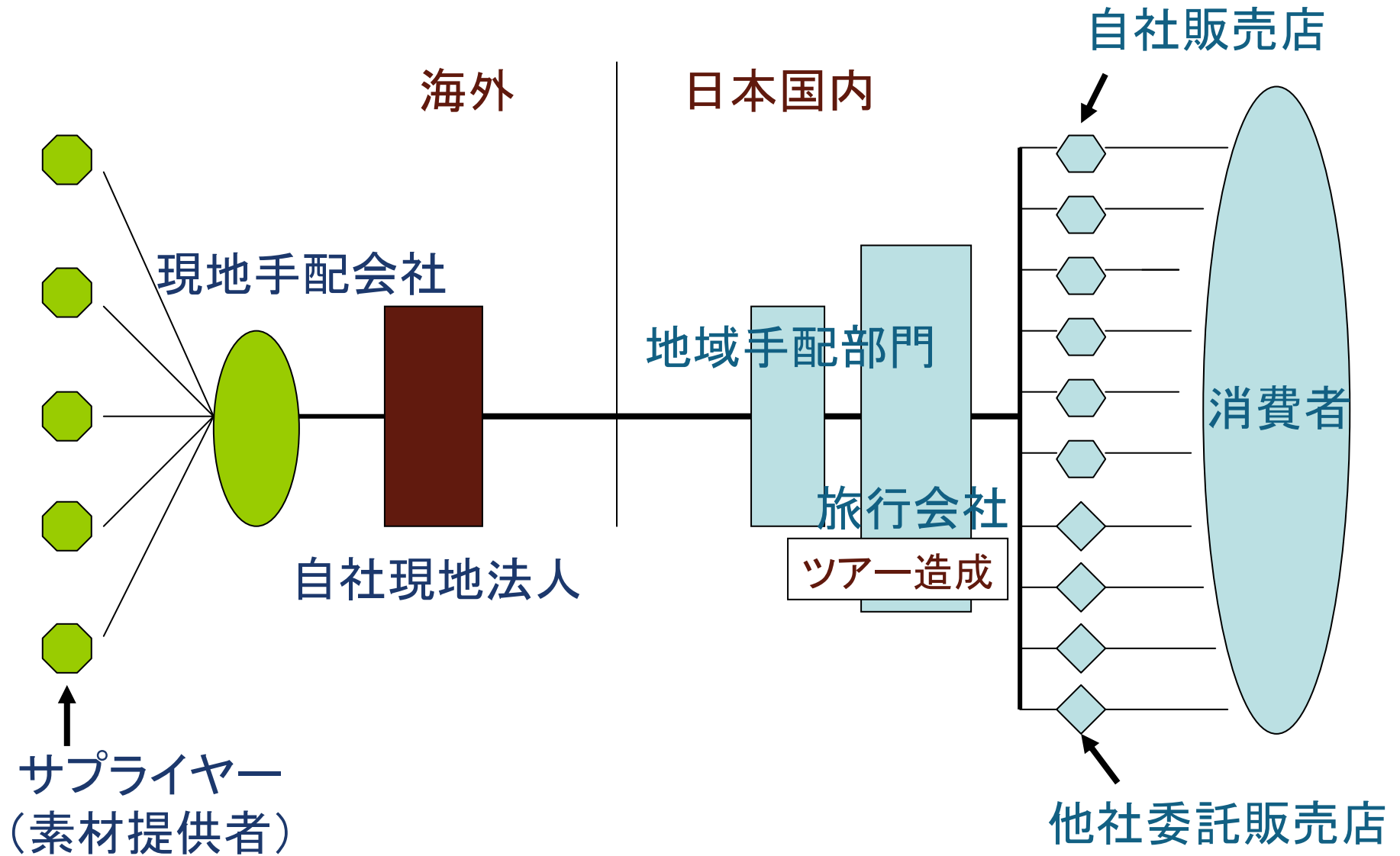
# 大手旅行会社ツアー商品の流通



# 地域や旅行内容に専門性を求める 中小旅行会社ツアー商品の流通

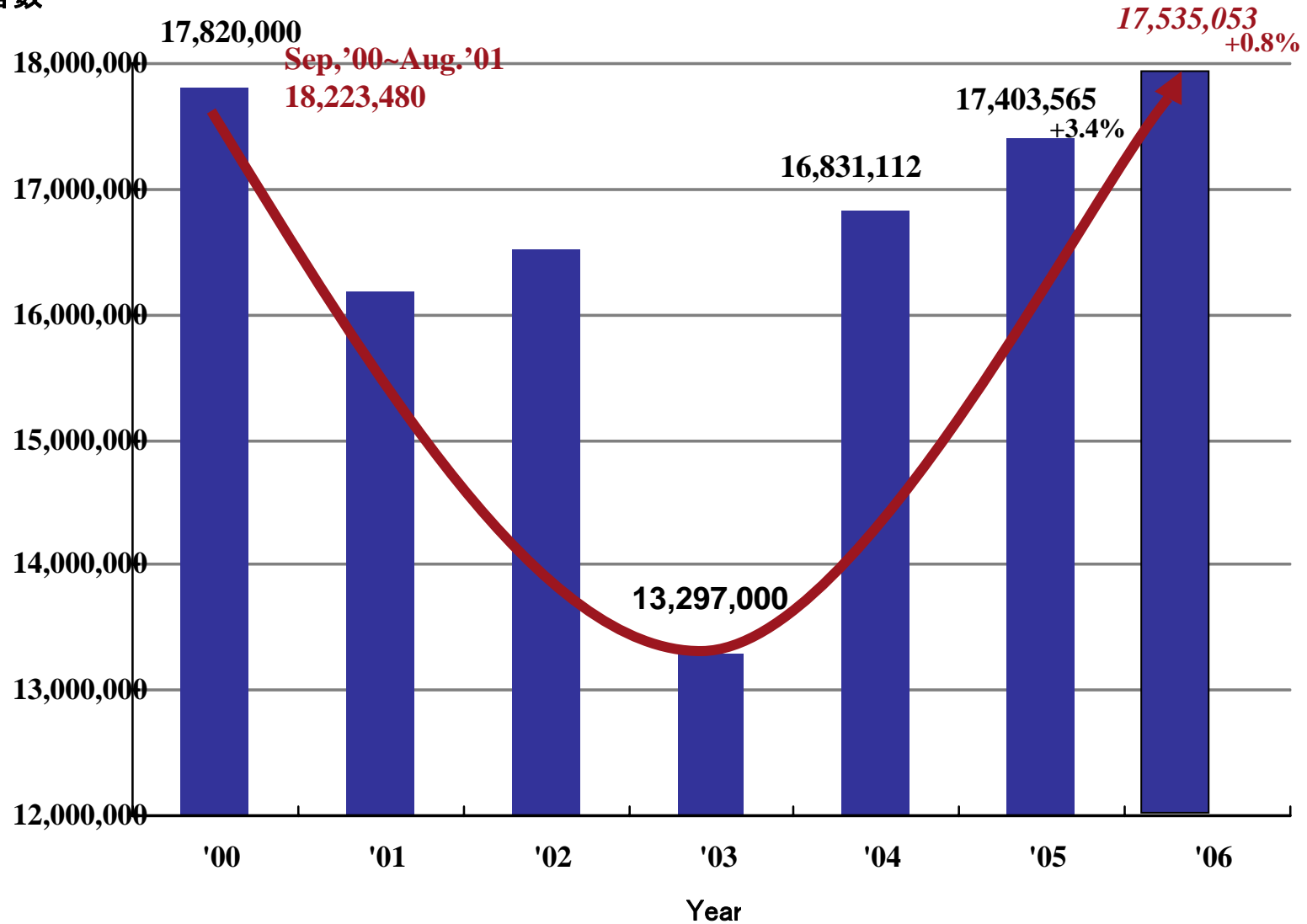


# 大手旅行会社ツアー商品の流通



# 日本人海外旅行者数, 2000~2006

旅行者数



## 2000年から 2006年に日本人旅行者が 減少した旅行地

	2000	2006	+-	%	Peak Year	X 1,000
• アメリカ	5,061,377	3,672,584	- 1,388,793	- 27.4	5,368,000	'97 -1,695
• シンガポール	929,895	594,198	- 335,697	- 36.5	1,179,007	'95 -585
• ハワイ	1,825,588	1,374,454	- 451,134	- 24.7	2,092,480	'97 (-718)
• スイス('05)	623,291	335,199	- 288,092	- 46.2	623,291	'00 -288
• フランス ('05)	852,000	659,000	- 193,000	- 22.7	990,000	'97 -331
• 英国('05)	557,000	326,000	- 231,000	- 41.5	570,000	'97 -244
• 香港	1,382,417	1,311,111	- 71,306	-5.2	2,382,890	'96 -1,071
• マレーシア	455,981	340,027	- 115,954	- 25.4	455,981	'00 -116
• カナダ	540,095	368,474	- 171,621	- 31.8	729,343	'96 -361
• グアム	1,048,813	955,245	- 93,568	- 8.9	1,113,012	'97 (-158)
• オーストラリア	720,411	651,070	- 69,341	- 9.6	813,892	'96 -163
<b>Total</b>			<b>- 2,864,802</b>			<b>-4,855,000</b>

Source:NTO's

## 2000年から2006年に日本人旅行者が増加した旅行地

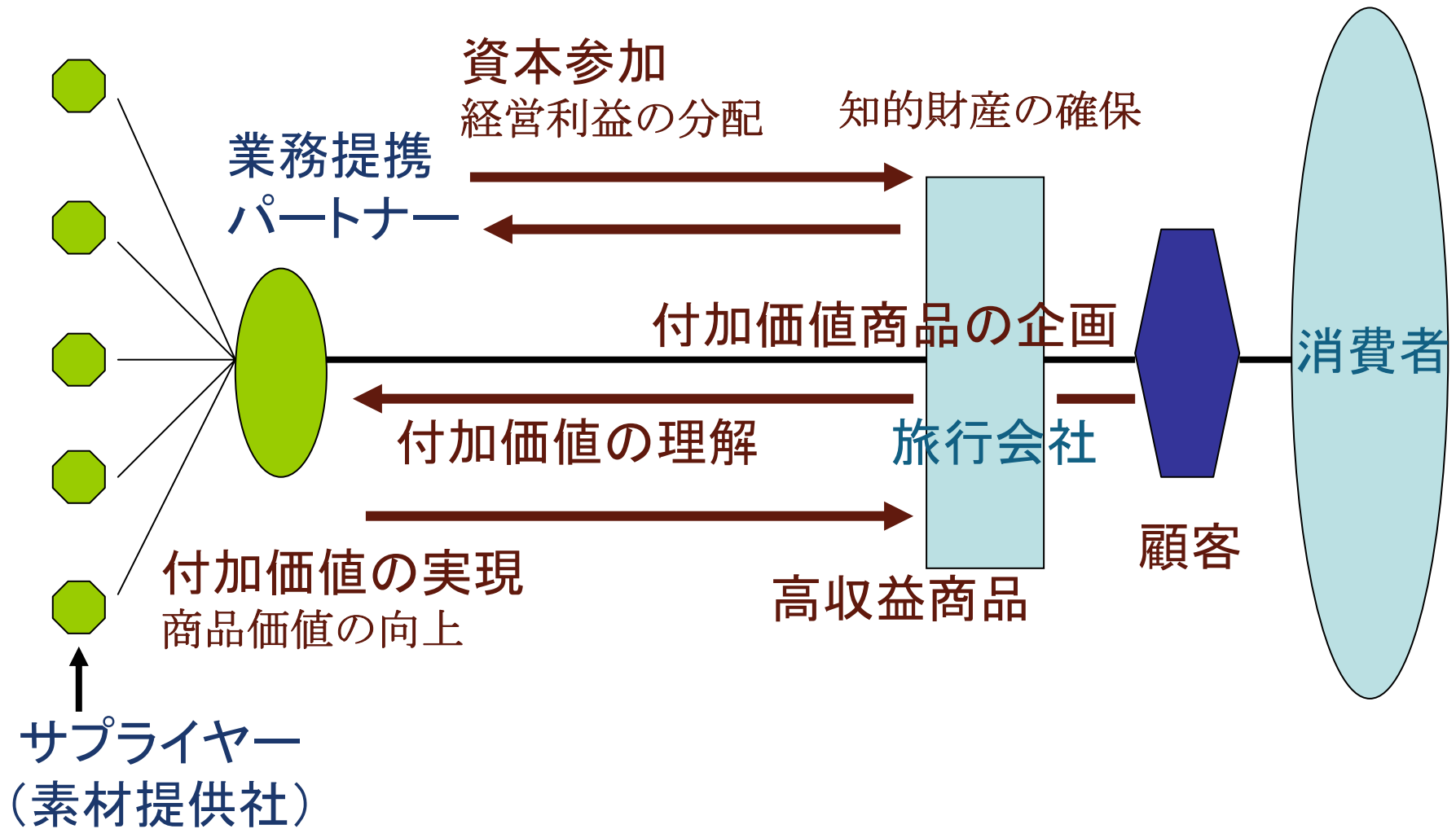
	2000	2006	+ -	%
• 中国	2,201,528	3,672,584	1,471,056	+ 66.8
• スペイン	300,823	710,888	410,065	+ 136.3
• 台湾	922,865	1,163,835	240,970	+ 26.1
• ベトナム	152,755	383,896	231,141	+ 151.3
• カンボジア('05)	19,906	137,849	117,943	+ 592.5
• チェコ('04)	56,867	122,613	65,746	+ 115.6
• ロシア('04)	62,619	92,329	29,710	+ 47.4
• トルコ	89,238	116,974	27,736	+ 31.1
• マカオ	144,888	220,190	75302	+ 52.0
• スリランカ	10,266	16,190	5,942	+ 57.7
• フィジー	19,674	24,369	4,695	+ 23.9
• ニュージーランド	151,373	154,925	3,552	+ 2.3
• モンゴル('04)	10,283	13,196	2,913	+ 28.3

Total

**+2,686,753**

Source:NTO's

# 価値の配分



新たな付加価値を創造する

宝探し

Product/Market Matching

パラダイム・シフトの先駆者

中小企業

変化への迅速な対応  
パートナーとのWin Winの連携

## 20世紀の観光の主流

- 団体 / 多数に合わせる妥協
  - 名所旧跡巡り

## 21世紀の観光の流れ

- 個人(夫婦、家族、友達、仲間)
  - ／自分の望む旅
    - 参加・体験・自己発見

# 旅行業におけるグローバル・バリューチェーンと 中小企業の役割



株式会社マイルポスト  
代表取締役社長  
榊原史博