

中規模旅行会社の特徴 ・強み・今後の展望

「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」旅行WG

2021年12月8日 日本旅行業協会 理事 原 優二

(株式会社風の旅行社 代表)

中規模旅行会社の特徴・強み・今後の展望

市場の変化とその対応

- 国内旅行もインバウンドも急激にFIT化が進み、且つ、消費者のニーズが100人100色と超多様化してきている。
- 旅行商品も少品種大量生産から多品種少量生産移行し、更にはオーダーメイド化してきている。
- 一方、日本国内においても貧富の格差が広がる中、日本でもハイエンドな市場が形成されつつある。
- こうした市場へのきめ細かな対応は、中規模旅行会社の方が対応しやすく、特化型の会社への追い風となっている。

中規模旅行会社の特徴・強み・今後の展望

中規模旅行会社の強み

- 以前から、何らかの専門分野に特化している。
方面、パッケージツアー、業務渡航、オーガナイザー旅行、FIT、スポーツ観戦、トレッキング、クルーズなどなど
- 以前から、多品種少量生産を行ってきた。
手配旅行や受注型企画旅行などは、そもそも多品種少量生産
逆にいえば少品種大量生産はしていない。
- 小さくてニッチなマーケットでも自社の有効な収入源となり得る。
大手で収益規模から考えて注力できないマーケットも有効。
- 店舗を持っていない

中規模旅行会社の特徴・強み・今後の展望

中規模旅行会社の弱点

- 財政基盤は弱い
- 大規模投資はできず、DX、webへの投資も不十分
- 企業ガバナンスが機能しずらく、旧態依然とした経営
- 組織が弱く、経営者次第のところがある
- コンプライアンスが徹底されていない
- 経営が人材に左右される。

中規模旅行会社の特徴・強み・今後の展望

今後の展望（コロナ禍によって可能となったこと）

- コロナ禍によって、よくも悪しくも贅肉が落ち、組織の思い切った改編が可能になった
- 過去の遺産である非効率な業務を削ぎ落すことが可能になった
- 自社の得意な分野に経営資源を集中することが可能になった

生産性の向上（従来の80%の収益でも経費が従来の60%で経営が可能）

- テレワークの活用や副業の業態的併用化
 - ➡ 定期券利用の廃止や事務所の縮小&フリーアドレス化
- 労働形態の変容・多様化
 - ➡ 働く場所のフリー化、時間雇用、個人業務委託など