

ホテル・レジャー

【要約】

- 2008年の海外旅行者数は、燃油サーチャージ負担の上昇により旅行者の海外旅行離れの傾向が強まり、ビジネス需要も企業業績の不透明感から大きな伸びは期待出来ず、縮小基調が継続する見通し。2008年の訪日外国人数は、アジア圏を中心に訪日客の増加基調が継続、5年連続で過去最高を更新する見通し。
- 2008年のホテル客室稼働率は、国内出張需要や観光旅行需要の伸び悩みが予測される中、積極的な新規開業を継続してきたことから、低下を予想する。2008年の旅行総取扱額は、海外旅行は燃油サーチャージ負担の高止まりにより敬遠する動きが強まり減少、国内旅行は海外旅行に対する相対的な割安感から横這いを予想。
- 2008年度の企業業績は、ホテルが宿泊部門と宴会・料飲部門の伸び悩みにより若干の減益を見込むのに対し、旅行会社は海外旅行取扱額の減少による大幅減益を予想。

I. 産業の動き

1. 減少基調に転じた日本人海外旅行者数と拡大が続く訪日外国人数

2007年の日本人
海外旅行者数は
2003年来の減少

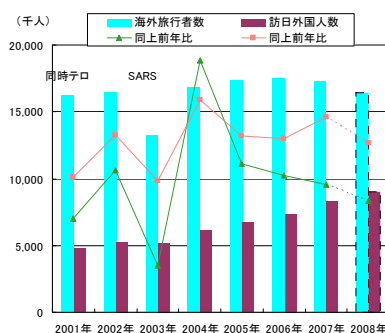
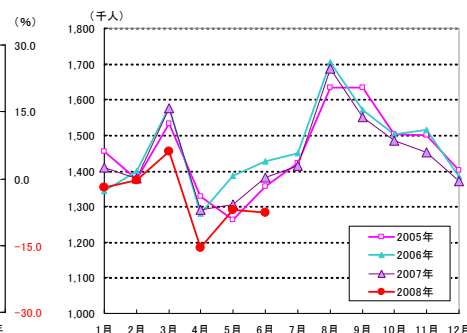
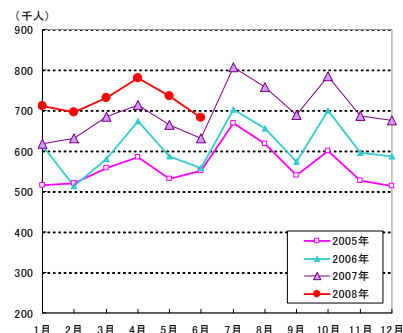
2007年の日本人海外旅行者数は前年比1.3%減の1,730万人と2003年来の減少に転じた。円安基調が続いたことや燃油サーチャージ上昇が、海外旅行に対する割高感を生じさせ旅行者の意欲が減退したこと、若年層の海外旅行離れの傾向が継続していることが背景にあるものと思われる（【図表 23-1,2】）。

2008年の日本人
海外旅行者数は
縮小基調が継続

2008年の日本人海外旅行者数は、前年比▲5.0%の1,643万人を予想する（【図表 23-1】）。物価上昇によって家計の負担感が増す中で、燃油サーチャージ負担の高止まりから海外旅行を敬遠する傾向が強まる見込み。北京オリンピック開催というプラス要因も、GWの曜日配列に恵まれなかったことや、中国の食の安全問題、四川大地震の影響などのマイナス要因を打ち返して市場全体を反転させる力には乏しいと思われる。ビジネス需要も、企業業績が資材高等を背景に不透明感を増しており、需要は底堅いが伸びは限定的と予想する。

2007年・2008年
と過去最高を更
新する見通し

2007年の訪日外国人数は、アジア圏を中心に大幅な伸びを見せ、過去最高の835万人（前年比+13.8%）を記録した。2008年についても、全体としては堅調なアジア経済や、中国人旅行客へのビザ発行条件の緩和など政府施策の着実な実行を背景に、アジアからの訪日客を中心に増加基調が継続する見通し（【図表 23-1,3】）。

【図表23-1】日本人海外旅行者数
並びに訪日外国人数の増減【図表23-2】
日本人海外旅行者数の推移【図表23-3】
訪日外国人数の推移

(出所) 国際観光振興機構「訪日外客数・出国日本人数」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 【図表23-1】:2008年はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

2. 好調さに陰りが見えてきた客室稼働率

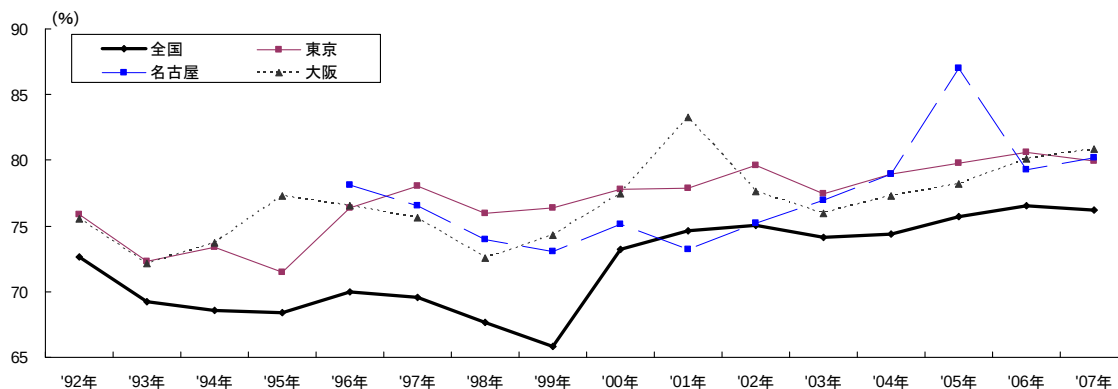
2007年の全国の
客室稼働率は堅
調に推移

2007年のホテルの客室稼働率(全国平均)は、外国人観光客数が順調に伸びたことや、国内個人消費も堅調に推移した結果、76.2%(前年比▲0.3%)と若干の低下に止まり概ね好調に推移した(【図表23-4,5】)。大都市圏では、外資系ラグジュアリーホテルの新規開業による供給過剰・稼働率低下が一時は懸念されたものの、好調な需要を背景に改装投資の実施などを通じた単価引上げを図る動きが見られるなど、稼働率水準以上にマーケットは好調であったと思われる。

2008年の稼働率
は一転低下基調

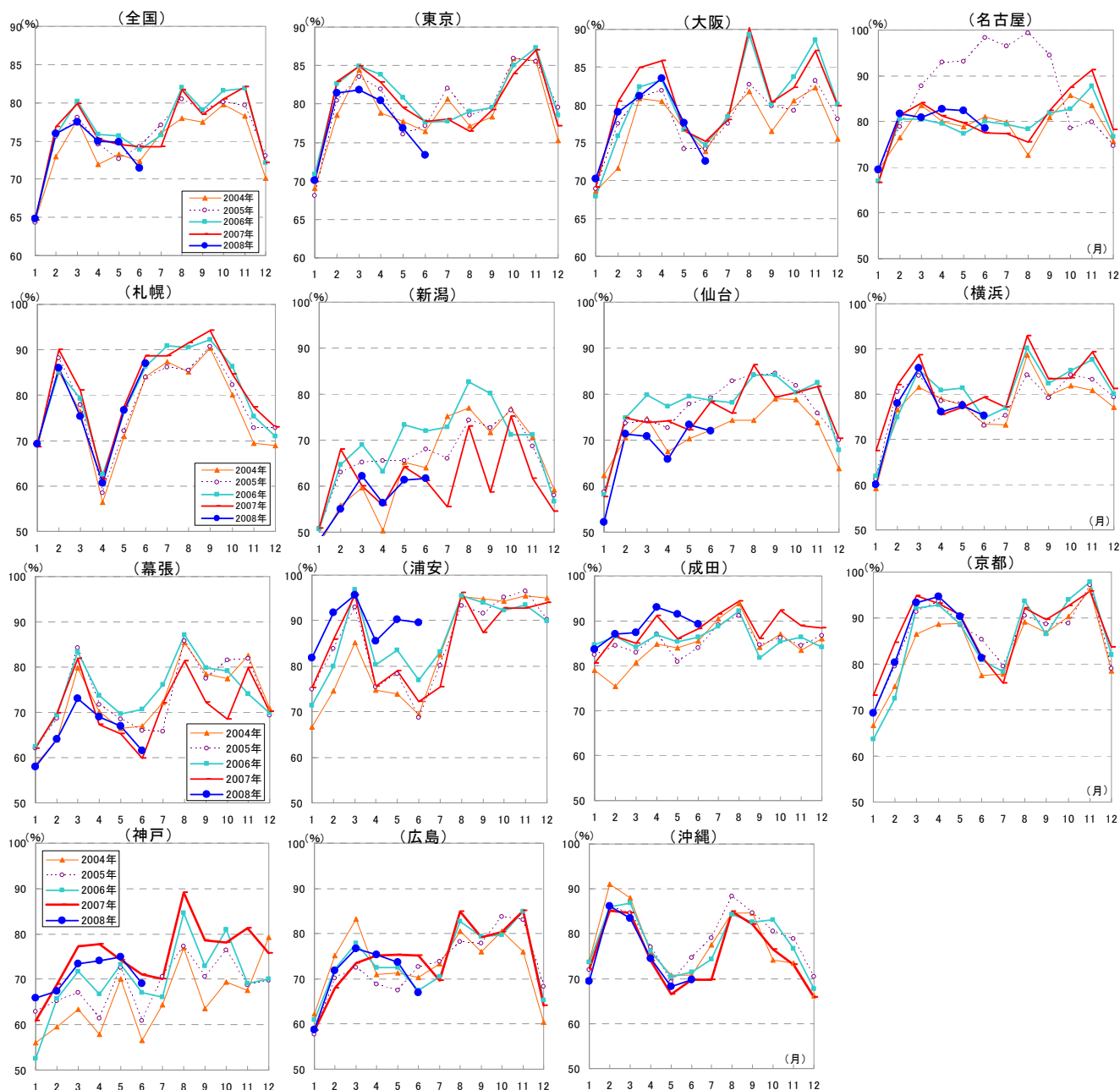
2008年のホテル客室稼働率については、通年で75.0～75.5%(全国平均)と低下を予想する。引続き訪日外国人数の増加は期待できるものの、国内出張需要や国内観光旅行需要の伸び悩みが予想され、一方、積極的な新規開業が継続していることから、供給過剰懸念が顕在化しつつある状況と思われる。また訪日外国人ビジネス需要をターゲットとするラグジュアリーホテルの一部では、サブプライム問題の余波で出張旅費が抑制された影響を受け稼働率が低下している模様。価格・ブランド・ターゲティングなどマーケティング戦略や個別ホテルの競争力の違いにより、ホテル毎の稼働状況のばらつきが拡大する展開を予想する。

【図表23-4】全国及び3大都市(東名阪)のホテル客室稼働率の推移(年次)



(出所) 「週刊ホテルレストラン」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表23-5】全国及び各主要都市におけるホテル客室稼働率の推移（月次）



（出所）「週刊ホテルレストラン」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

3. 減少に転じる旅行総取扱額

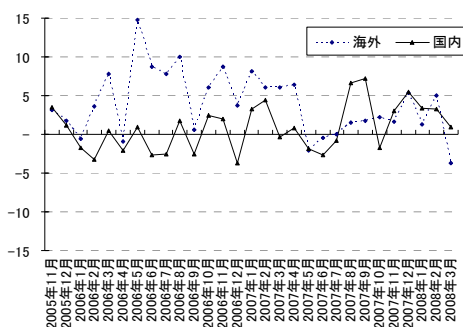
2007年度は、旅行総取扱額・主催旅行取扱額ともに、国内・海外とも堅調に推移

2007年度の国内旅行総取扱額は、堅調な個人消費に支えられ2006年度に続き増加（前年比+2.8%）となった。一方、海外旅行総取扱額は、海外旅行者数が減少したものの、円安や燃油サーチャージ負担による価格上昇により、増加（同+1.4%）した（【図表23-6】）。一方、2007年度の国内主催旅行取扱額は、単価が下落に転じたものの（同▲0.9%）、取扱人数が増加（同+5.0%）したことから大幅増加となった（同+4.0%）。また、海外主催旅行取扱額は、総取扱額同様、取扱人数が減少したものの（同▲1.7%）、単価上昇により増加している（同+2.0%）（【図表23-7】）。

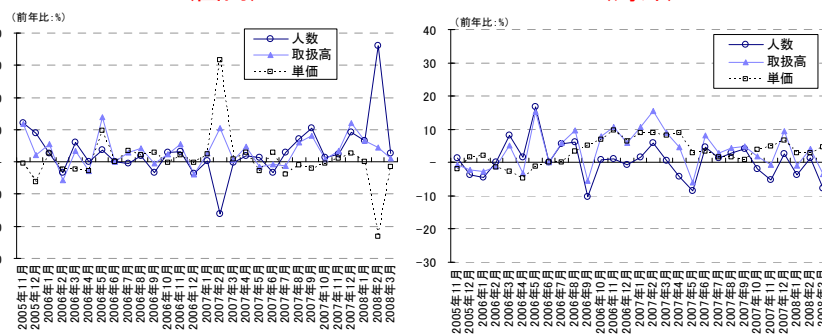
2008年度の旅行
総取扱額は海外
減少、国内横這
いを予想

2008年度については、海外旅行総取扱額は、所得が伸び悩む中で物価が上昇し家計の負担感が増す中で、燃油サーチャージ上昇が予測される海外旅行は旅行者数の減少傾向に拍車がかかり、減少を予想する(同▲4.0%)。国内旅行総取扱額は、海外旅行に対する相対的な割安感から堅調に推移し、横這いを予想する(同0%)。

【図表23-6】旅行総取扱額の推移
(前年比増減率)



【図表23-7】主催旅行総取扱額の推移(前年比増減率)
(国内) (海外)



(出所) 国土交通省「主要旅行業社50社の旅行取扱状況」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

II. 企業業績

1. ホテル企業業績

2007年度は増収
増益決算に

上場4社の2007年度決算は、宿泊部門は引続き客室稼働率が堅調に推移する中、単価改善が見られたこと、宴会・料飲部門は婚礼・法人宴会ともに好調に推移したことから、増収増益となった。

2008年度は一転
減収減益に

2008年度決算は、減収減益を予想する。訪日外国人は増加基調が続くなど底堅い需要はあるものの、サブプライム問題による訪日外国人ビジネス客向けの高価格帯需要の落込みや、企業業績の下振れ懸念により宿泊・宴会部門は伸び悩みが見込まれる。事業者が好調な需要を背景に単価引き上げを狙う動きから一変して稼働を追う動きに転じた場合、価格競争による単価引下げが業績の下押し圧力となろう(【図表23-8,9】)。

【図表23-8】上場4社の業績見通し

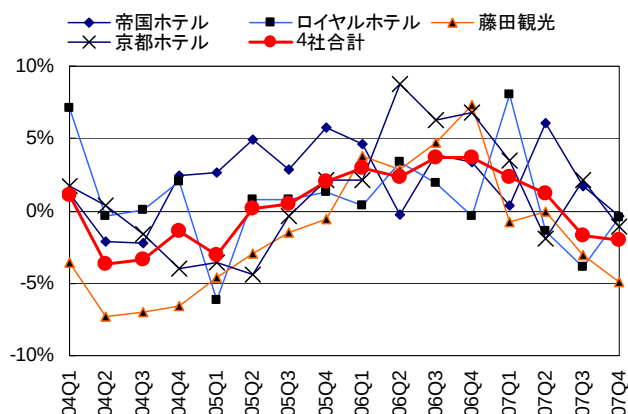
【実績】

	(単位)	06fy (実績)	07fy (実績)	08fy (予想)
売上高	上場4社 (億円)	1,963	1,982	1,936
営業利益	上場4社 (億円)	118	122	118

【増減率】

	(単位)	06fy (実績)	07fy (実績)	08fy (予想)
売上高	(%)	+2.5%	+1.0%	▲2.3%
営業利益	(%)	+8.2%	+3.6%	▲3.7%

【図表23-9】上場4社の四半期売上推移(前年比)



(出所) 各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 【図表23-8】上場4社: 帝国ホテル・ロイヤルホテル(3月期)、藤田観光・京都ホテル(12月期)

2008年度はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

【図表23-9】4社合計は、異なる決算期の時期を揃えて合計したもの

2. 旅行会社業績

2008年度は減収
減益決算に

大手5社の2007年度決算は、旅行取扱額は増加したものの、競争激化による利益率低下やシステムなどの先行投資の費用負担により減益となった。一方、2008年度決算は、海外旅行需要の減退により旅行取扱高の減少が見込まれる中で、インターネット専業者との競合やJR・航空会社等の直販化など中抜き・チャンネル多様化の進展により競争環境は厳しさを増しており、減収減益を予想する(【図表 23-10】)。

【図表 23-10】大手5社の業績見通し

【実額】

	(単位)	06fy (実績)	07fy (実績)	08fy (予想)
売上高	大手5社 (億円)	4,995	5,024	4,927
営業利益	大手5社 (億円)	359	267	196

【増減率】

	(単位)	06fy (実績)	07fy (実績)	08fy (予想)
売上高	(%)	▲ 0.1%	+ 0.6%	▲ 1.9%
営業利益	(%)	+ 43.8%	▲ 25.5%	▲ 26.7%

(出所) 各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 大手5社: JTB、日本旅行、トップツアー、近畿日本ツーリスト、H.I.S.で、前3社は非上場であるが、決算プレスリリースを実施。売上高は集計方法が各社異なるため、みずほコーポレート銀行産業調査部推計値

Ⅲ. トピックス ～ 競争環境のグローバル化がもたらすもの

国民の旅行市場
は頭打ち傾向が
鮮明化

日本人の旅行市場の頭打ち傾向が鮮明化してきている。燃油サーチャージ上昇は、短期的には海外旅行需要の減少を招き、個人ニーズやチャンネルが多様化する中で、環境変化への対応に苦慮し疲弊してきた旅行業者の淘汰を加速させるだろう。中期的には団塊世代のリタイア後の旅行需要増加により持ち直す機会は存在するものの、定年延長により市場参加が遅れるリスクがある上に、いずれ彼らも市場から退出する。人口が減少に向かう中で、一人当たりの旅行頻度が大幅に増えて市場規模が維持されるという姿は現状では想定しづらく、短期の需要縮小の波を乗り越えた旅行業者も、中長期的な市場縮小という問題に対処せざるを得ない状況に何ら変わりはない。

インバウンドは成
長市場も収益源
となるには道遠し

一方、途上国の経済発展や経済のグローバル化を背景に世界の旅行市場は拡大基調が続いている(【図表 23-11、12】)。日本でも官民協調による“VISIT JAPAN CAMPAIGN”を展開するなど訪日旅行客の拡大を図り、訪日外国人数は増加基調が続いている(【図表 23-1】)。旅行業者にとって、インバウンド市場は数少ない成長市場の一つであり、各事業者はインバウンドビジネスへの取組みを進めるものの、出発国国内の旅行業者や日本国内の民族系旅行業者との競合もあり、独自商品の企画力やエンドユーザーへのリーチなど付加価値要素に乏しい単なるランドオペレーター(現地旅行手配業者)に止まる限りは、縮小する日本人旅行市場の収益を補うボリュームは期待できないだろう。

グローバル市場 に組み込まれる 日本ホテル市場

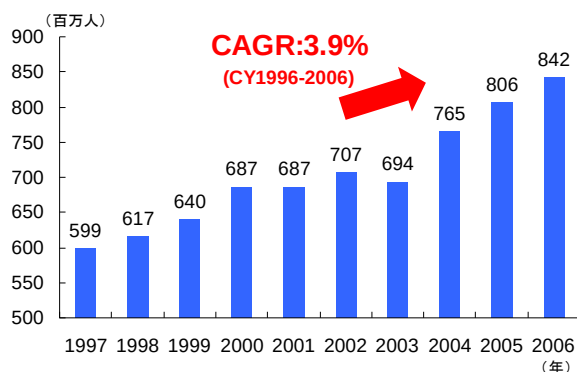
日本のホテル市場全体にとって訪日外国人の増加は無論プラスだが、その一方で市場のグローバル化は、世界規模で事業展開する大規模事業者に参加機会をもたらす。既に日本ではグローバルプレーヤーの参入は1970年代以降徐々に進展してきたが、今後、インバウンド市場が拡大する中で、既存・新規海外事業者が日本国内において単に供給を増やす可能性に止まらず、グローバルレベルのチャネル構築・マーケティングを通じたユーザーへのブランド認知・アクセス力が競争優位として働き、グローバルプレーヤーのプレゼンスが強化される可能性がある。

注目される今後の 取組み

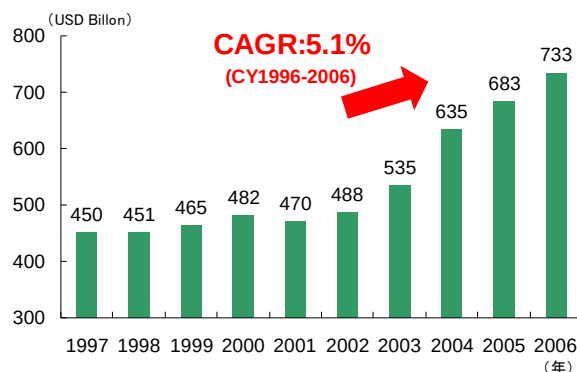
インバウンド市場が拡大し競争環境がグローバル化する中で、日本のホテル産業・旅行産業が競争力を維持するには、どのような戦略が考えられるだろうか。一つはニッチ市場への特化であろう。旅行業では、特定の顧客セグメントや方面に特化することで現地情報や独自の商品企画などで差別化を図り、通常のパッケージツアーでは飽き足らない消費者のニーズをつかもうとする動きが見られる。またホテルでも、ロードサイト型など従来は少なかった立地の開発や、デザイン・サービスなどでオリジナリティの発揮し差別化を図る動きが見られる。ニーズが多様化する中で市場は細分化しており、自らが競争優位を発揮できる市場に特化を図る動きは、今後も活発化しよう。

もうひとつは、企業統合やマーケティング・販売・調達の共同化等を通じた規模の経済の追求と高度化である。一部の大手事業者を除き、日本の個々の事業者がグローバルレベルのマーケティング活動・チャネル開拓・人材調達で、グローバルプレーヤーと対抗するには限界があろう。海外ではホテルチェーンの大規模化・寡占化が進む一方で、独立系ホテルが経営の独立性を維持したままマーケティング・資機材調達を共同化するリファーマル・コンソーシアが発達し、大手事業者に対抗していった歴史がある。これまで日系事業者間ではそのどちらともめばしい進展が見られなかったが、先日発表されたホテルオークラとロイヤルホテルの宿泊分野におけるセールスマーケティング業務統合の動きは、日本におけるその萌芽と言え、今後の動向が注目される。

【図表23-11】世界の海外旅行者数推移



【図表23-12】世界の国際観光収入推移



(出所) UNWTO 資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(社会インフラ・物流チーム 沢井 篤生)
atsuo.sawai@mizuho-cb.co.jp