

ホテル・レジャー

【要約】

- 2010年の日本人海外旅行者数は、景気回復により増加が見込まれるものの、厳しい雇用・所得環境が続いていることから、回復は限定的であると思料される。また、2010年の訪日外国人数については、円高により観光需要の持ち直しは厳しいものの、ビジネス需要の回復により、若干の増加を予想。
- 2010年のホテル客室稼働率は、訪日外国人数の回復と客室単価引き下げの影響により緩やかながら回復が見られ70%近辺での推移を予想。2010年の旅行総取扱額については、旅行そのものを控える傾向が大幅に改善しないと予想されることから、海外旅行、国内旅行ともに回復は限定的と見込まれる。
- 2010年度の企業業績について、ホテルは国内出張需要・宴会需要の回復が期待し難い一方、訪日外国人ビジネス需要の回復により僅かながら増収増益を予想。また、旅行会社は日本人海外旅行者数、訪日外国人数等の落ち込みに回復が見られることに加えて、固定費削減効果の顕現化により増収増益を予想する。

I. 産業の動き

1. 日本人海外旅行者数・訪日外国人数ともに減少見込み

2009年の日本人海外旅行者数は2008年に続き減少見込み

2009年の日本人海外旅行者数は、前年比▲4.2%の約1,532万人と減少を予想。2009年は秋の大型連休や燃油サーチャージの一時剥落、円高進行等の需要増加要因があったものの、2008年秋以降の経済減速による消費低迷、企業業績悪化によるビジネス需要の減退、新型インフルエンザ等が大きく影響し、2008年に続いて1,600万人を割り込む見込み（【図表 24-1、2】）。

2010年の日本人海外旅行者数は景気の回復を受け、小幅ながら増加を予想

2010年の日本人海外旅行者数は、緩やかながらも景気の回復が見込まれることにより、前年比+3.4%の1,583万人を予想する。しかし、厳しい雇用・所得環境が続く中、旅行需要の落込みが急速に回復することは見込み難しく、また、2010年の海外及び国内旅行者数については、今後新型インフルエンザの拡大が更に続くのかどうかにも影響されよう。日本人海外旅行者数の動向について2010年のプラス要因としては、上海万博、FIFAワールドカップ開催等のイベントがあるものの、不要不急の消費を抑える傾向が続くと予想される中で増加は限定的と思料される。

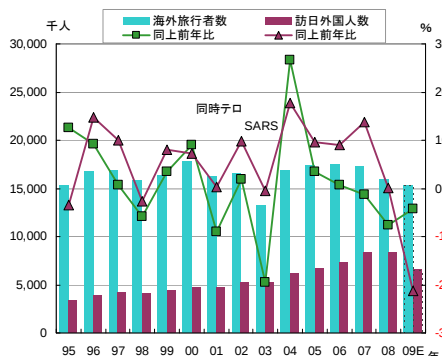
2009年の訪日外国人数はこれまでの増加基調から一転して減少見込み

2009年の訪日外国人数は、1-10月迄の累計で560万人(前年比▲23.1%)と大幅に減少しており、通年でも同▲21.3%の657万人と見込む(【図表24-1、3】)。世界同時不況に加えて、円高の進行により訪日外国人数はこれまでの増加基調から急激な減少へ転じる見込み。需要別に見ると、ビジネス需要は欧米の減少幅が大きく、観光需要はアジア圏で大幅に減少している。中でも観光旅行において、訪日外国人数の約3割を占めてきた韓国はウォン安の影響により、大幅な落ち込みが見られる。

2010年の訪日外国人数は緩やかながらも回復へ転じる見通し

2010年については、景気回復に伴いビジネス需要を中心に持ち直しが見られ、訪日外国人数は670万人(前年比+2%)を予想する。しかし、円高基調で推移する中、プラス要因が乏しく、訪日外国人の観光需要の回復は限定的であると予想される。政府は観光立国推進基本計画(政権交代前の計画)において、2010年の日本人海外旅行者数を2,000万人、訪日外国人数を1,000万人とする等の目標を定めているものの、足許の状況ではいずれの目標も達成が困難であると言わざるを得ない。

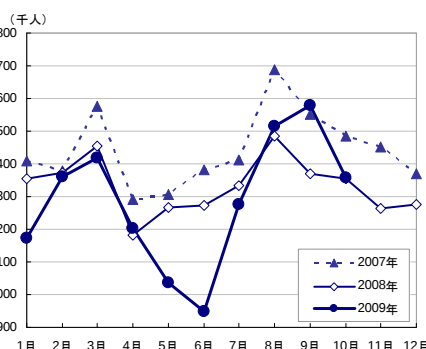
【図表24-1】日本人海外旅行者数
並びに訪日外国人数の増減



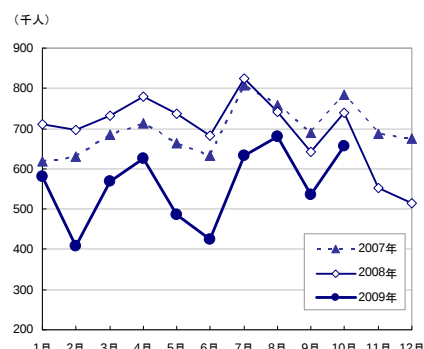
(出所) 国際観光振興機構「訪日外客数・出国日本人数」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 【図表24-1】2009年はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

【図表24-2】
日本人海外旅行者数の推移



【図表24-3】
訪日外国人数の推移



2. 低下著しい客室稼働率

2009年の全国の客室稼働率は70%を下回る水準

2009年のホテルの客室稼働率(全国平均)は、69.7%(前年比▲4.8%)となり、10年振りに70%台を割り込む見込み(【図表24-4、5】)。景気後退による国内・海外ビジネス需要減少の影響により、大都市圏の客室稼働率も大幅な低下が見込まれる(東京▲4.1%、名古屋▲8.5%、大阪▲5.3%)。また、国内各主要都市別の客室稼働率について見ると、殆どの地域で2008年を下回る水準で推移している。特に、大阪、京都、神戸の関西圏では5、6月の落ち込みが目立っており、新型インフルエンザの拡大による影響を大きく受けたものと見られる。

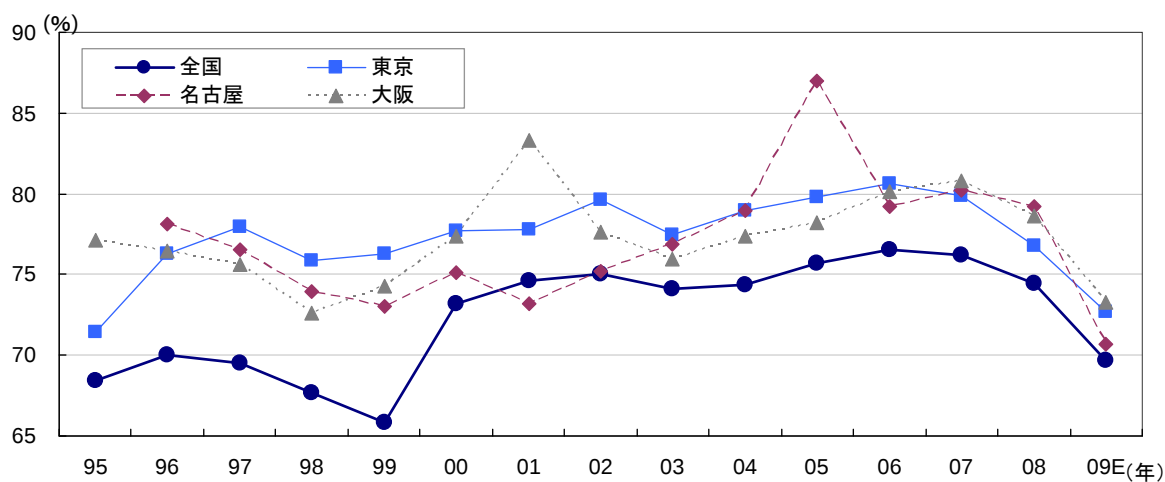
2010年の客室稼働率は回復が見られるものの微増に留まる

2010年については、国内景気は緩やかに回復すると予想されるものの、雇用・所得環境が厳しい状況下、国内需要の増加は期待し難い。一方で、訪日外国人が増加に転じることによるビジネス需要の持ち直しはある程度期待でき、トータルで

のホテル客室稼働率(全国平均)は辛うじて 70%を上回る水準まで回復するものと見込む。

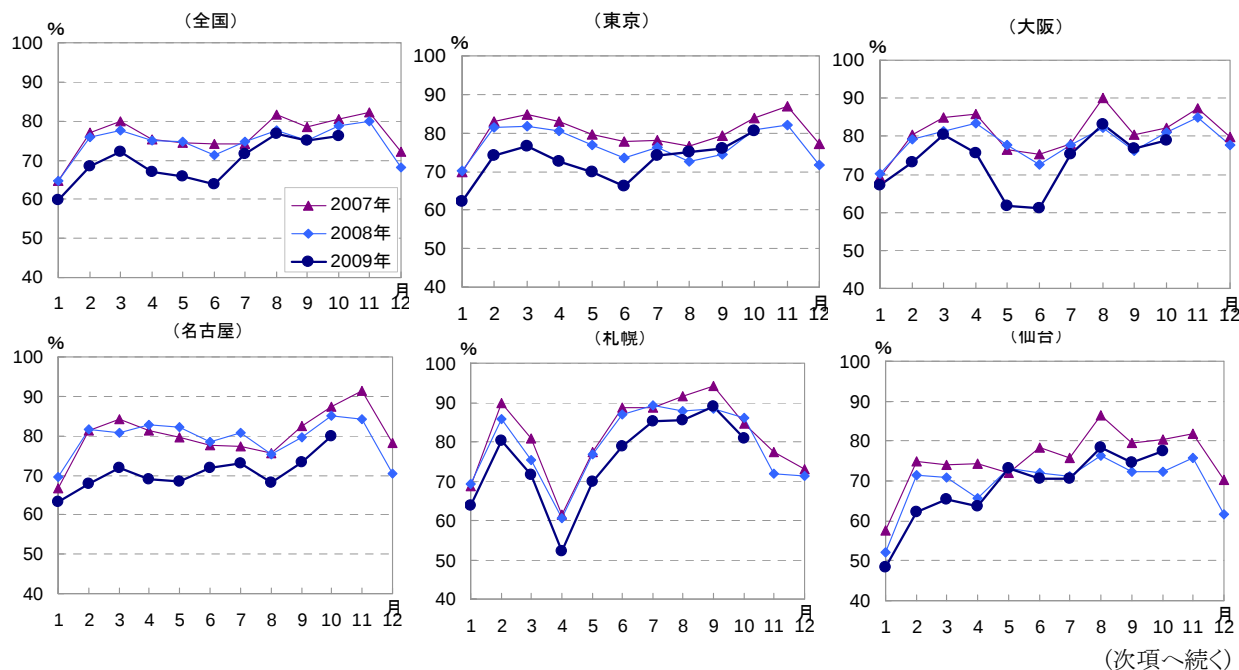
ホテル業界では、近年、好調なマーケットを背景に外資系ホテルの進出等による積極的な供給が行われて来たが、キャパシティが増えたところを世界同時不況が直撃した結果となり、客室稼働率は大幅に低下した。このような中、客室単価の引き下げに踏み切る事業者も見られたが、需要の回復が限定的と見込まれることから2010年の客室稼働率は小幅回復に留まるものと予想される。

【図表24-4】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)

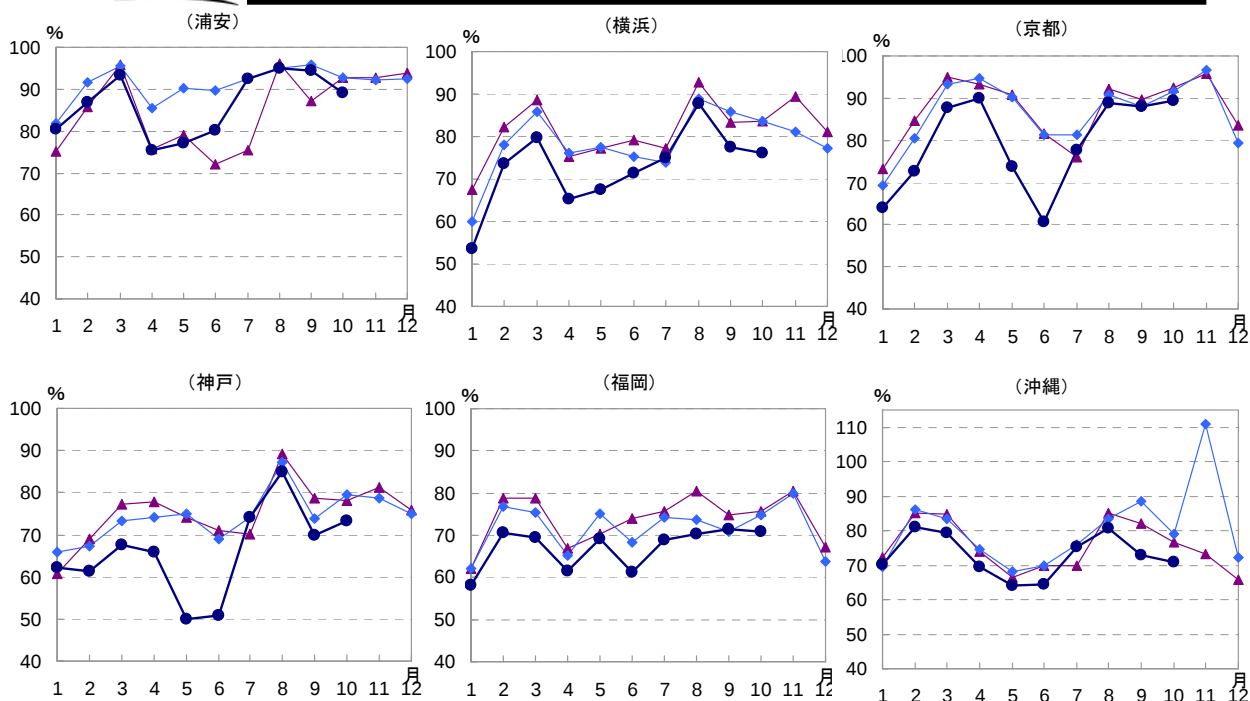


(出所)「週刊ホテルレストラン」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表24-5】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)



(次項へ続く)



(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. 減少基調が継続する旅行総取扱額

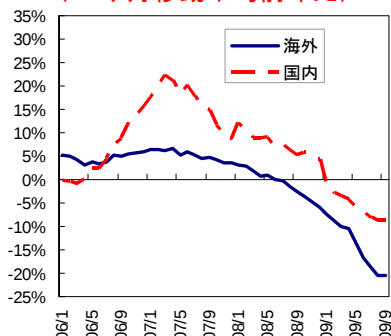
2009年度の旅行
総取扱額は国
内・海外旅行とも
に減少

2009年度の旅行総取扱額は、9月5連休はプラス要因となったものの、景気減速に伴う消費低迷の影響により、海外旅行は前年比▲16.8%、国内旅行は同▲7.5%とともに減少見込(【図表24-6】)。主催旅行取扱について見ると、海外旅行では、需要の減少に加えて韓国等の近隣諸国への志向が高まる旅行の安・近・短傾向により単価下落に歯止めがかからない状況。国内旅行についても、これまで海外旅行からのシフトにより取扱人数はプラスを維持してきたが、2009年度は景気低迷から旅行そのものを控える動きが見られ、その減少幅が拡大している(【図表24-7】)。

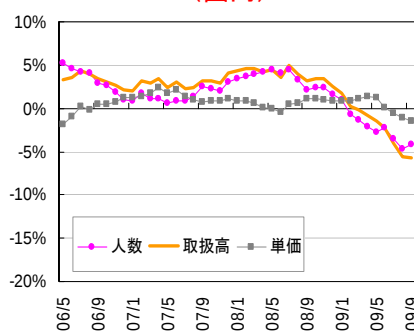
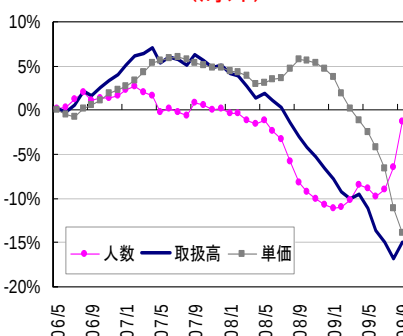
2010年度の旅行
総取扱額は海
外・国内ともに小
幅回復を予想

2010年度については、景気の緩やかな回復が予想される中、小幅ながらも旅行者数の持ち直しが予想されることから旅行総取扱額は微増を予想する。但し、雇用・所得環境は厳しさが続くと思われるため、観光需要の拡大は期待し難く、また、ビジネス需要も経費節減による出張抑制傾向は続くと思われる、海外旅行・国内旅行ともに回復は限定的と予想する。

【図表24-6】旅行総取扱額推移
(12ヶ月移動平均前年比)



【図表24-7】主催旅行総取扱額推移(12ヶ月移動平均・前年比)
(海外)



(出所) 国土交通省「主要旅行業社の旅行取扱状況」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

2009年度は減収減益見込み

上場4社の2009年度決算は、世界的な不況や円高により訪日外国人客が減少、また、個人消費の低迷に加え新型インフルエンザの影響もあるなど、厳しい事業環境の中、宿泊部門では客室稼働率が低下を続け、宴会・料飲部門も景気後退による法人需要の減少が大きく影響することにより、減収減益見通し。

2010年度は外国人客数の回復を受けて増収増益を予想

2010年度の業績は、国内需要については企業の経費節減姿勢が続くと予想される中、客室稼働率や宴会部門の回復への貢献が限定的と思われる。一方で、景気回復による訪日外国人数の増加により、外国人客のビジネス需要が回復し、客室稼働率の持ち直しへの好影響が期待されることから、増収増益を予想する（【図表24-8】）。

【図表24-8】上場4社の業績見通し

【実額】

	(単位)	08fy (実績)	09fy (見込)	10fy (予想)
売上高	上場4社 (億円)	1,879	1,674	1,690
営業利益	上場4社 (億円)	83	19	30

【増減率】

	(単位)	08fy (実績)	09fy (見込)	10fy (予想)
売上高	(%)	▲ 5.2%	▲ 10.9%	+ 0.9%
営業利益	(%)	▲ 32.0%	▲ 77.1%	+ 57.8%

(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1) 上場4社: 帝国ホテル(3月期)、ロイヤルホテル(3月期)、藤田観光(12月期)、京都ホテル(12月期)

(注2) 2009、2010年度はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

2. 旅行会社業績

2009年度は赤字見通しも、2010年度に黒転を予想

大手4社の2009年度業績は、景気低迷に加え新型インフルエンザの影響から需要は落ち込み、海外旅行、国内旅行、インバウンド(訪日外国人旅行)の全において旅行取扱高の減少基調が継続することから減収減益を見込む。

旅行業界のトレンドとして、若者の海外旅行離れや、旅行の安、近、短傾向が続くと予想されることから、単価の上昇は見込み難いものの、一方で、緩やかながらも景気の回復は旅行需要の回復に繋がり、また、円高の持続は韓国など一部のディスティネーションへの需要を底堅く推移させると見られる。旅行各社は店舗数の縮小や人員削減等のリストラを進めており、固定費削減の効果も期待されることから、2010年度の業績は増収増益を予想する（【図表24-9】）。

【図表24-9】大手4社の業績見通し

【実額】

	(単位)	08fy (実績)	09fy (見込)	10fy (予想)
売上高	大手4社 (億円)	4,644	4,084	4,200
営業利益	大手4社 (億円)	135	▲ 47	110

【増減率】

	(単位)	08fy (実績)	09fy (見込)	10fy (予想)
売上高	(%)	▲ 3.9%	▲ 12.1%	+ 2.9%
営業利益	(%)	▲ 49.3%	—	—

(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1) 大手4社: JTB、日本旅行、近畿日本ツーリスト、H.I.S.で、前2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、当行推計値

(注2) 2009、2010年度はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

Ⅲ. トピックス ～ 旅行産業の競争力と今後の方向性

今後の旅行業界においては、アジアを中心とするインバウンドビジネスの拡大が重要

今後、日本は人口減少が進む中、内需に頼る旅行産業の先行きは厳しいと考えられる。日本人の海外旅行者数の伸びが期待できない中、旅行産業の成長には、海外から日本への旅行者を増やすことが重要と考えられ、アジアとりわけ中国からのインバウンドが大きなターゲットなろう。

これまでのわが国のインバウンド、アウトバウンド双方での旅行産業への取り組みとしては、観光目的地としての日本への関心を高め、訪日旅行の需要喚起を図るビジットジャパンキャンペーンの推進や、「観光立国」を目指して、2010年までに日本人海外旅行者数を2,000万人、訪日外国人旅行者数を1,000万人にするなどの目標を定めた観光立国推進基本計画の策定している。政権交代により、訪日外国人旅行者数等の計画値について改訂が行われると見込まれるが、このような取り組みの効果もあり、世界同時不況前までは日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数はともに増加基調にて推移してきた。

しかしながら、ディスティネーションとしての日本の位置付けについて世界経済フォーラムが発表している2009年の観光競争力ランキングを見ると、日本は133国中25位となっており、2008年の23位から順位を下げる結果となった。評価項目別に見ると、「衛生環境」や「陸上交通インフラ」で高い評価を得ているものの、訪日外国人に対する態度や出張時の観光旅行推奨度といった「旅行・観光の親和性」で評価が低い結果となっており、わが国観光産業において、訪日外国人客の視点を踏まえた総合的な見地からの旅行及び観光の受入態勢整備が課題と言えよう(【図表24-10】)。

【図表24-10】日本の観光競争力(2009年)

評価項目	順位 (133ヶ国中)	スコア (1-7点)
総合	25	4.9
観光・旅行規制の枠組み	40	5.1
政策	38	4.9
環境持続性	49	4.7
安全性	84	4.8
衛生環境	21	6.3
観光政策の優先度	49	4.7
ビジネス環境とインフラ	20	4.8
航空インフラ	24	4.6
陸上交通インフラ	8	6.1
観光インフラ	40	4.2
情報通信インフラ	21	4.9
価格競争力	86	4.3
人材・自然文化資源	15	4.8
人材	20	5.7
旅行・観光への親和性	131	3.8
自然資源	41	3.9
文化資源	10	5.8

(出所) World Economic Forum「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

今後は旅行業界全体として、需要の拡大に資する取り組みが必要

今後、中国をはじめとする新興国の海外旅行需要の拡大が期待される中、わが国旅行業界としては、アジア諸国のインバウンド強化に向けた取り組みが重要となろう。一部大手旅行事業者では、海外事業者とのアライアンスを強化する動きが見られるが、今後、海外旅行者数の増加が期待される中国等のアジア諸国からの訪日旅行者数を拡大する為には、アジアを中心とした海外展開や海外事業者と協働するなどのマーケティングを積極的に行うことがインバウンドの強化には更に必要と考えられる。また、訪日外国人客の増加に伴い、旅行ニーズの多様化が進むことも予想され、ホテル事業者や航空会社等、旅行素材のサプライヤー側としても、旅行事業者と協働した商品造成を更に進め、多様な商品ラインナップを提供することでインバウンド強化に貢献できるものと考えられる。一方で、ニッチ市場などの新しい旅行分野への取り組みも旅行需要の拡大には有効であると考えられる。例えば、エコツーリズムやグリーンツーリズムといった商品造成により、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掴む動きにより需要の拡大が期待できよう。このように、今後は旅行事業者とサプライヤーの協働等、旅行産業全体として需要を拡大する動きがより重要となろう。

(社会インフラ・物流チーム 浜田 和也)
kazuya.hamada@mizuho-cb.co.jp