

● 第2章 着地型企画旅行の現状別の分析 ●

第2章 着地型企画旅行の現状別の分析

Chapter II

地域の観光振興の促進において、地域資源を活用した着地型旅行商品の開発と提供が重要であり、この取り組みを着実に進める必要がある。

そこで、ここでは、着地型企画旅行の現状から、右図のように各法人を分類し、着地型企画旅行が「良い状態」と「悪い状態」のグループを比較した。

グループ名	着地型旅行の現状
良い状態	とても好ましい状態 好ましい状態 やや好ましい状態
悪い状態	とても悪い状態 悪い状態 やや悪い状態

(1) 法人の概要

①法人の設立年

法人の設立年は、「良い状態」が「平成 17～平成 19 年」の割合が多くなっており、「悪い状態」は「平成 2 年～平成 11 年」や「平成元年以前」が多くなっている。

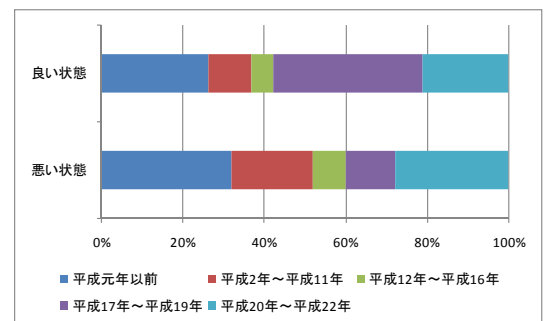


図 法人の設立年

②法人の形態

法人の形態は「良い状態」は「財団法人」が比較的多く、「悪い状態」は「社団法人」が多くなっている。

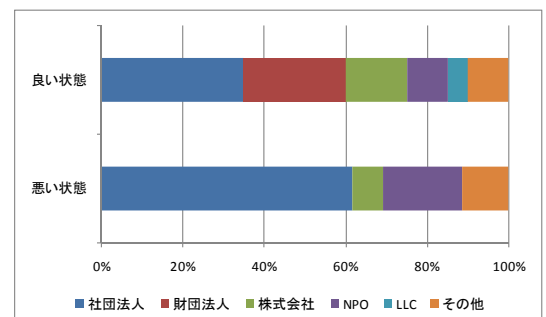


図 法人の形態

③旅行業登録の状況

旅行業登録の状況は、「良い状態」と「悪い状態」に差はほとんど見られない。

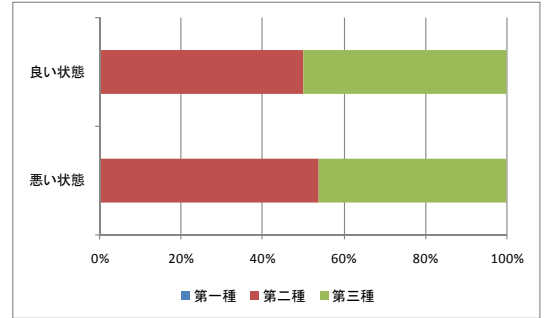


図 旅行業登録の状況

④法人の人員数

法人の合計人数では、「良い状態」で「30名以上」が多くなっており、「悪い状態」では「5～9名」が多くなっている。

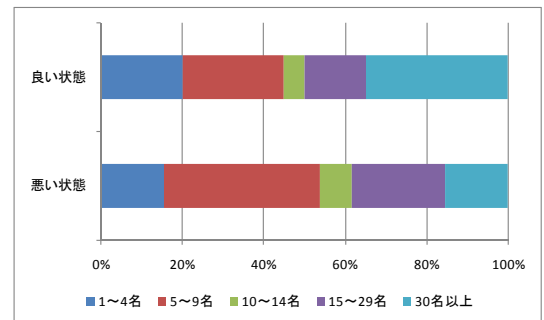


図 法人の人員数

⑤地域内外との連携

地域内外の連携の状況を見ると、「良い状態」は「宿泊事業者」や「運輸事業者」、「地域内の旅行会社」、「地域外の旅行会社」などで、比較的連携がよく取れている。

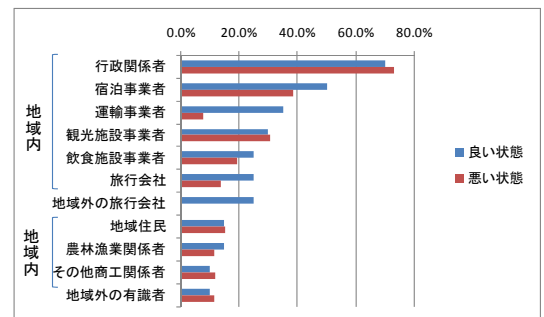


図 地域内外との連携

(2) 法人の収入の概要

①直近の会計年度における年間総収入額

年間総収入額は、「良い状態」のほうが多い傾向にある。「悪い状態」では、特に5,000万円未満の割合が多くなっている。

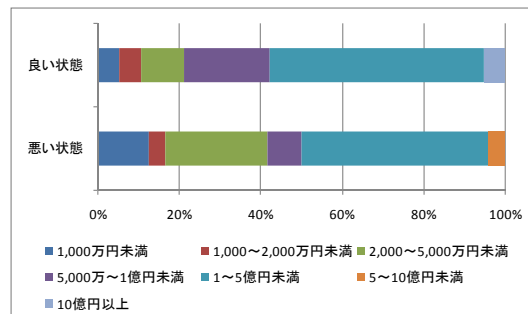


図 直近の会計年度における年間総収入額

②年間総収入額に占める各事業の割合

直近の会計年度における年間総収入額は、「良い状態」では「飲食・物販・宿泊業」と「業務委託受任」の割合がやや多く、「悪い状態」では「旅行業」や「会費収入」、「行政からの補助金」がやや多くなっている。

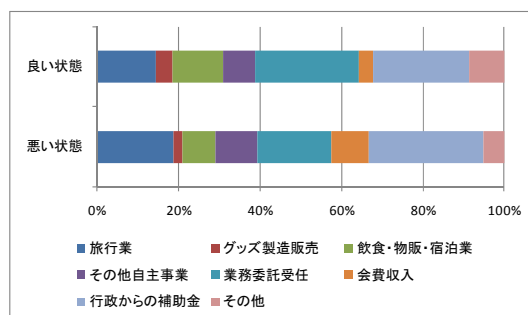


図 年間総収入額に占める各事業の割合

③今後収入額の増加を図りたい事業

収入額の増加を最も図りたい事業は「良い状態」と「悪い状態」で大きな差は見られない。「良い状態」で「業務委託受任」がやや多く、「悪い状態」で「会費収入」がやや多くなっている。

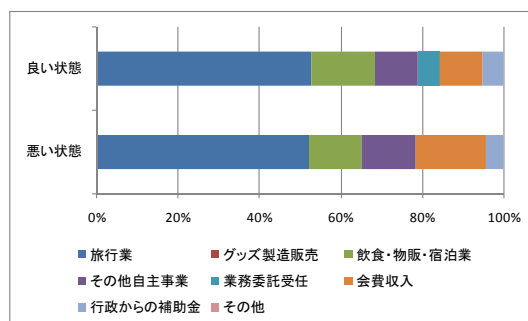


図 今後収入額の増加を図りたい事業

④収支バランス（総収入 - 総支出）の現状

収支バランスの現状は、「良い状態」で「やや悪い状態」が多く、「悪い状態」で「とても悪い状態」が多くなっている。

「良い状態」と「悪い状態」のいずれも、収支バランスが良い比率は大きくは変わらないが、収支バランスが悪い状態の程度が異なっていると言える。

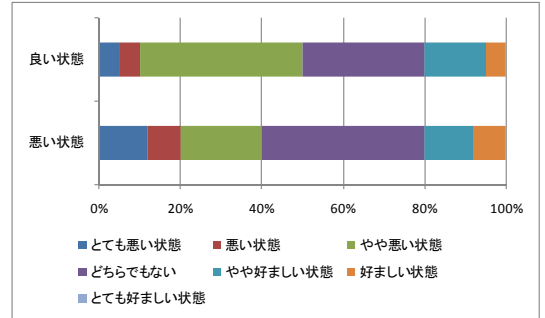


図 収支バランスの現状

⑤3年前と比べての収支バランス（総収入 - 総支出）の変化

収支バランスの変化は、「良い状態」では「やや良化している」が多いものの、「悪化している」も多くなっており、2極化している。

「悪い状態」では、良化している割合が少ない。

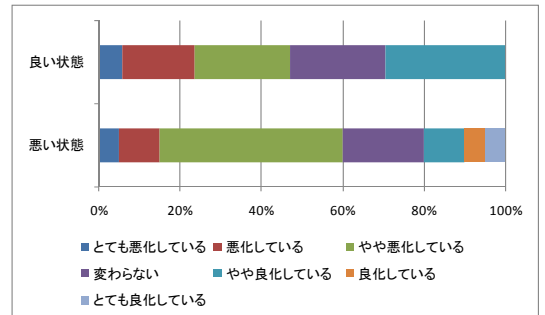


図 収支バランスの変化

(3) 旅行業の状況

①旅行業の売上高構成比

旅行業の売上高構成比をみると、「良い状態」では「募集型企画旅行（着地型）」の売上高構成比が多くなっている。「悪い状態」では、「手配旅行（着地型）」が比較的が多くなっている。

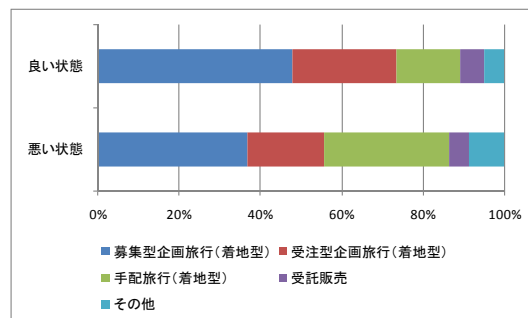


図 旅行業の売上高構成比

②旅行業の売上高について3年前と比較した増減傾向

「良い状態」では、「募集型企画旅行（着地型）」と「受注型企画旅行（着地型）」で特に増加傾向がみられる。

「悪い状態」では、「募集型企画旅行（着地型）」でやや減少傾向がみられる。

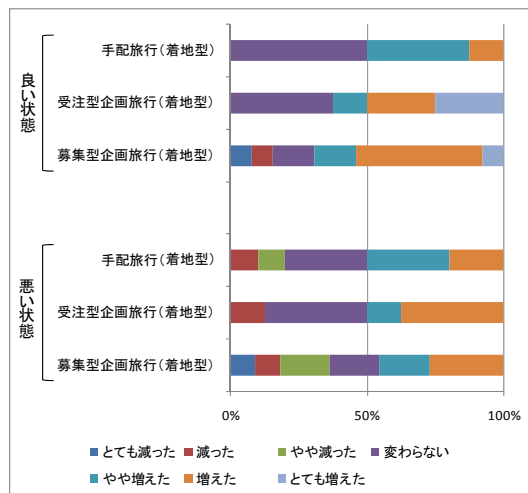


図 旅行業の売上高の3年前と比較した増減傾向

③今後もっとも売上高の増加を図りたい旅行商品のタイプ

今後もっとも売上高の増加を図りたいタイプは、「良い状態」で「募集型企画旅行（着地型）」が特に多くなっている。

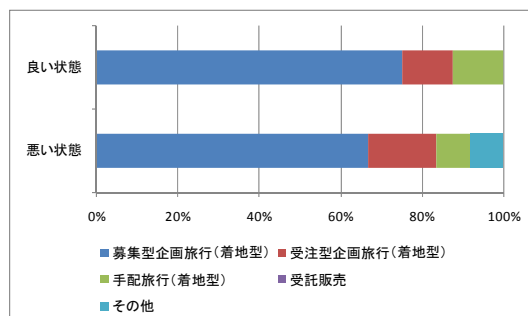


図 今後もっとも売上高の増加を図りたい旅行商品のタイプ

④着地型企画旅行の商品数と取扱人数の3年前と比較した増減傾向

「良い状態」と「悪い状態」とともに、募集型のほうが商品数と取扱人数いずれも、増加傾向と回答する法人が多くなっている。特に、「良い状態」において、増加傾向がより強く表れている。

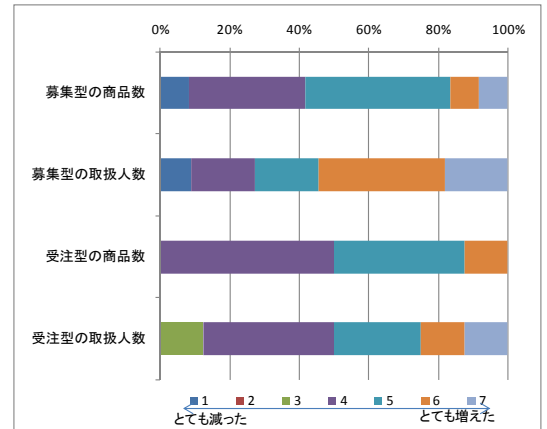


図 着地型企画旅行の商品数と取扱人数の増減傾向（良い状態）

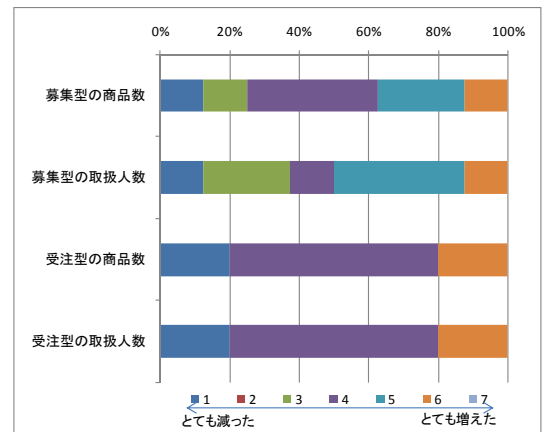


図 着地型企画旅行の商品数と取扱人数の増減傾向（悪い状態）

⑤着地型企画旅行の採算性

着地型企画旅行の採算性は、「良い状態」で良化している割合が多く、「悪い状態」で悪化している割合が多くなっている。

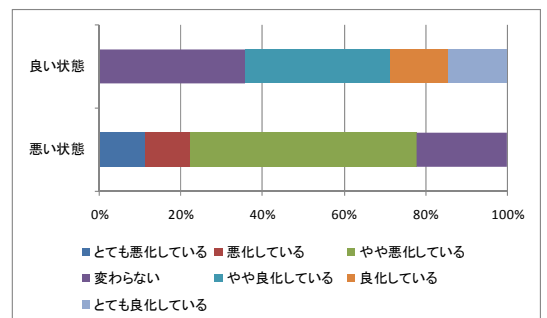


図 着地型企画旅行の採算性

⑥着地型旅行商品の企画と販売の役割分担

着地型旅行商品の企画と販売の役割分担では、企画では、「良い状態」では「貴法人のみが実施」がやや多くなっている。販売では、「貴法人のみが実施」が少なく、「他参加者を中心に貴法人も企画に参加」がやや多くなっている。

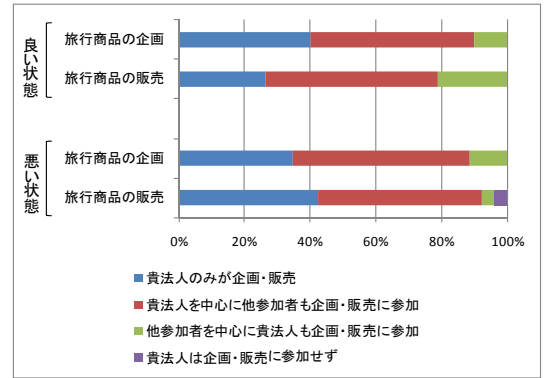


図 着地型旅行の企画と販売の役割分担

⑦着地型企画旅行の企画段階からの関係者

着地型企画旅行の企画段階から関わっているのは、「良い状態」では「宿泊事業者」や「行政関係者」、「地域住民」がやや多くなっている。また、「地域外の旅行会社」や「地域外の有識者」も比較的多い。

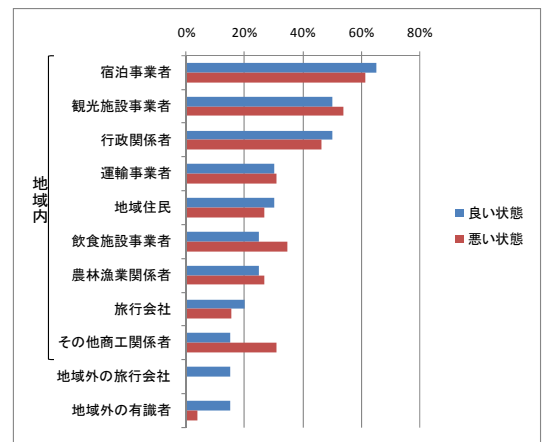


図 着地型企画旅行の企画段階からの関係者

⑧着地型企画旅行の情報発信方法

着地型企画旅行の情報発信方法では、「良い状態」のほうがほぼすべての項目で「悪い状態」よりも実施割合が多くなっている。特に「貴法人の事務所・窓口」や「市町村観光協会等事務所・窓口」、「広域行政・協議会等作成印刷物」において差が大きくなっている。

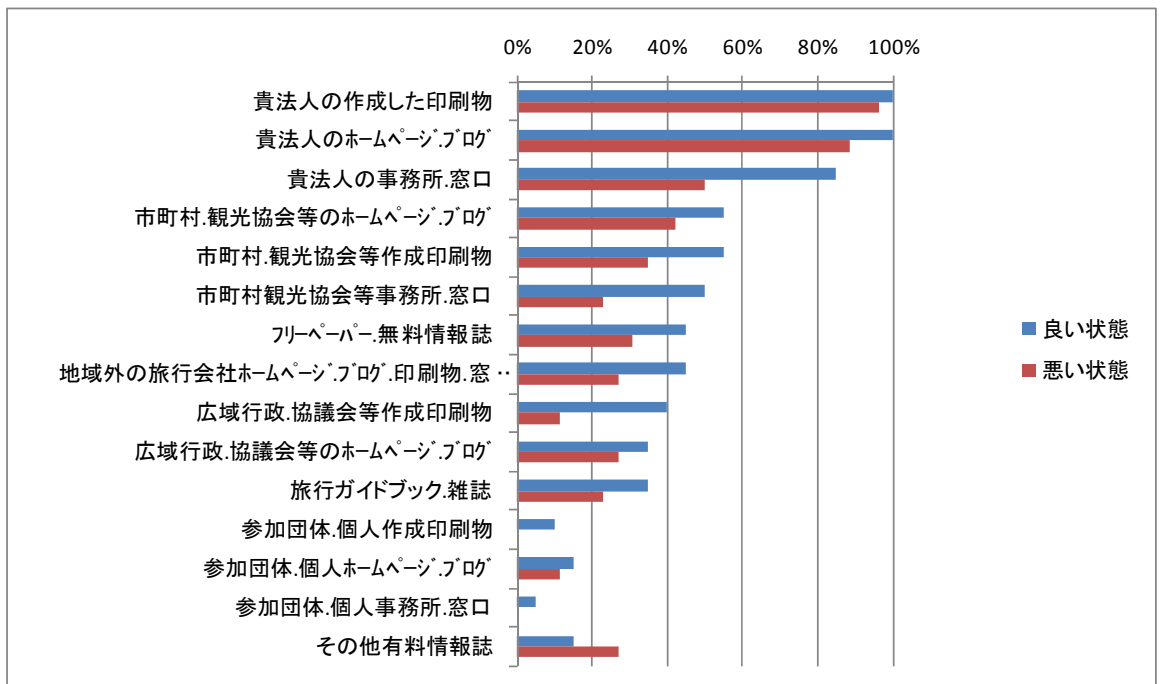


図 着地型企画旅行の情報発信方法

⑨着地型旅行商品の今後の取り組み

着地型旅行商品に対する今後の取り組みでは、「良い状態」のほうが「大幅に強化する」の割合が多くなっている。「良い状態」のほうが、着地型旅行をさらに強化したいという意向が強いことが分かる。

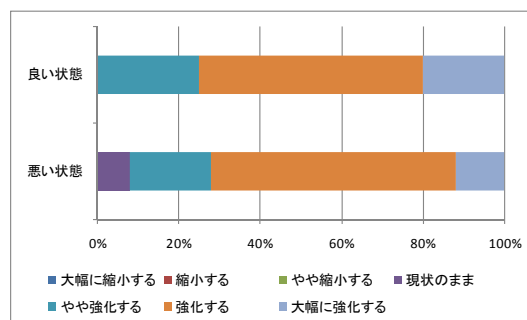


図 着地型旅行商品の今後の取り組み

(4) 法人の中核的人材

①年齢

中核的人材の年齢は、「良い状態」のほうがやや年齢層が高い傾向にある。一方で、「良い状態」では「20歳代」もわずかながらみられる。

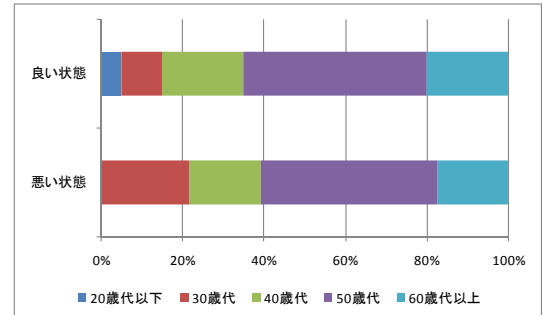


図 年齢

②性別

中核的人材の性別は、「良い状態」と「悪い状態」のいずれも「男性」の比率が高くなっている。「良い状態」においては、比較的「女性」の割合が高くなっている。

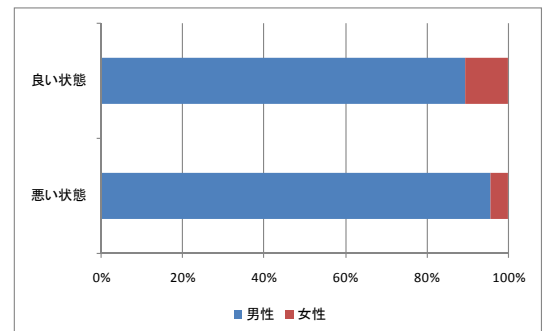


図 性別

③兼務の有無

「良い状態」のほうが、やや「他業務と兼任」の比率が高くなっている。

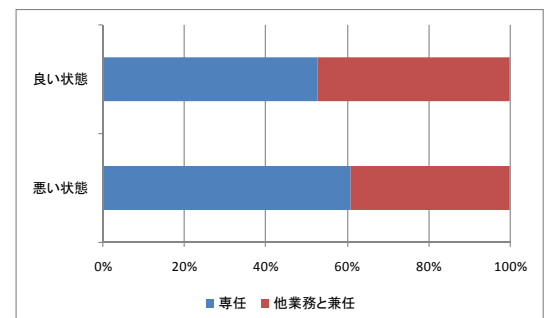


図 兼務の有無

④事業推進の中核的人材

中核的人材の担当分野は、「良い状態」のほうが「全体統括・リーダーシップ」の比率が高くなっている。

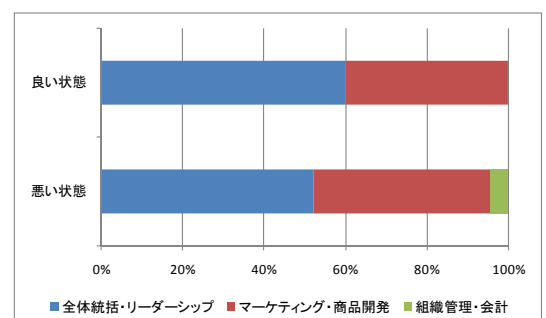


図 事業推進の中核的人材

⑤中核的人材の職歴

中核的人材の職歴は、「良い状態」のほうが「地域外旅行会社」の割合が多く、「悪い状態」では「地域内その他会社員」が多くなっている。

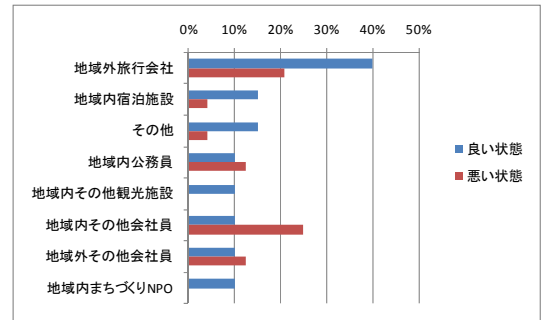


図 中核的人材の職歴

⑥中核的人材の経験値

中核的人材の経験値は、「良い状態」のほうが「リーダーとしてプロジェクトを推進」や「地域商品のプレゼンテーション」、「地域の観光系資源の発掘、活用、保全」、「着地型旅行商品の造成と販売」が多い傾向にある。

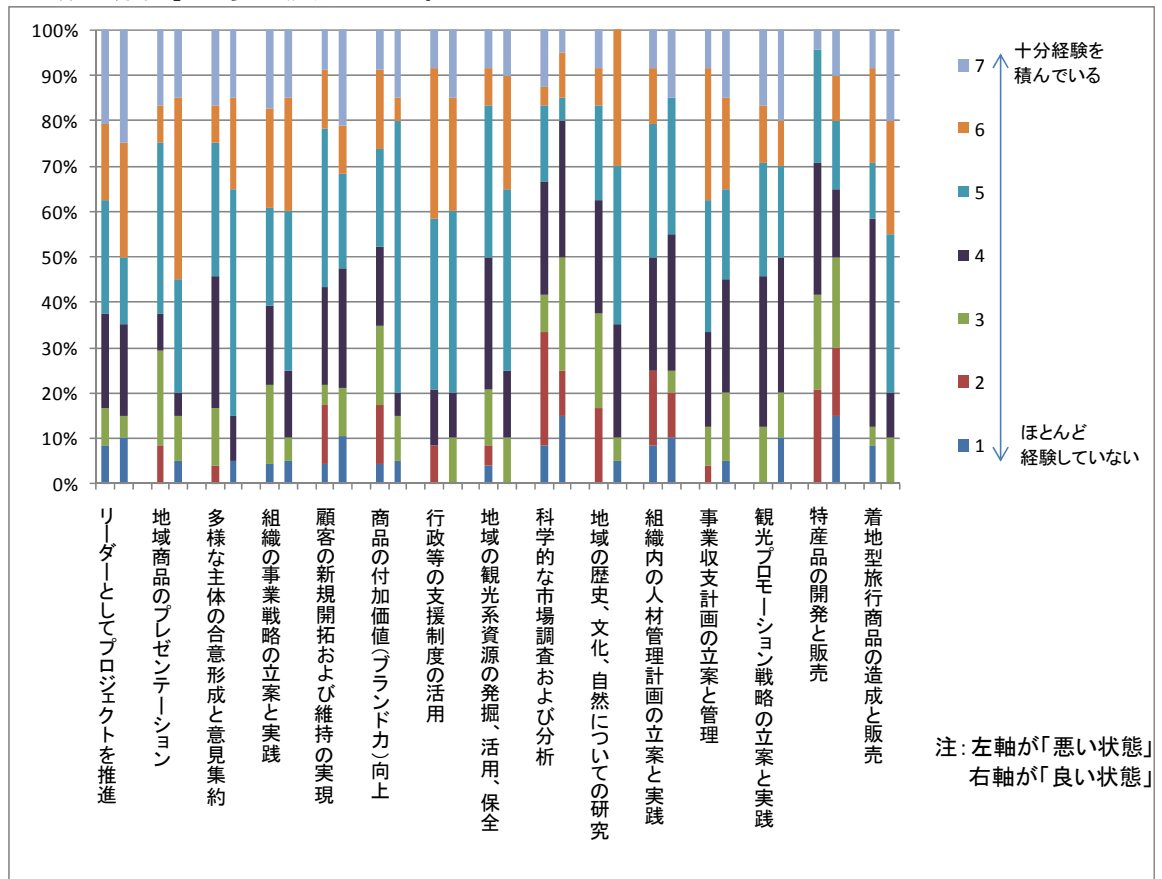


図 中核的人材の経験値

⑦実施されている中核的人材の育成手法

実施されている中核的人材の育成手法は、「良い状態」のほうが「多様な業務機会の提供」や「外部研修への派遣」が多くなっている。

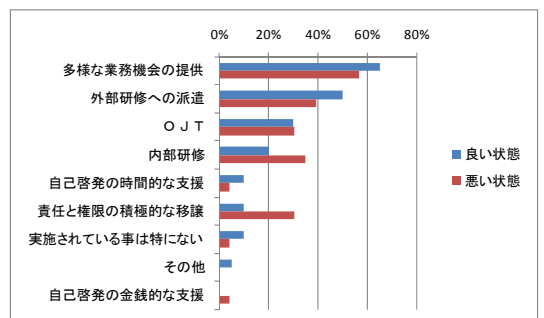


図 実施されている中核的人材の育成手法

(5) 着地型旅行の取り組みが順調な法人の特徴

前述の(1)～(4)の結果をふまえ、着地型旅行への取り組みの現状が良好な法人の特徴をまとめると以下のとおりである。なお、当該法人の特徴をまとめるにあたり、地域における着地型旅行商品の企画・流通・販売等への取り組みを意識した視点(マーケティングの側面)及び着地型観光に取り組む組織づくりを意識した視点(組織の側面)の2つの視点から取りまとめた。

①マーケティングの側面からみた特徴

○着地型旅行商品の企画段階での多様な事業者等の参加【Product】

着地型旅行商品の企画段階から「宿泊事業者」や「行政関係者」、「地域住民」、「地域外の旅行会社」、「地域外の有識者」が関わっている割合が高い傾向にある。

○着地型旅行商品の他の関係者との共同販売【Place】

着地型企画旅行商品の販売において、他参加者と共同して取り組んでいる割合が高い傾向にある。

○着地型旅行商品の複数のチャネルによる情報発信【Promotion】

着地型企画旅行の情報発信において、多様な手段を活用している割合が高い傾向にある。特に、「自法人の事務所・窓口」や「市町村観光協会等事務所・窓口」などの割合が高い傾向にある。

②組織の側面からみた特徴

○地域内外の関係者との連携【他者との連携】

地域内の「宿泊事業者」、「運輸事業者」、「旅行会社」との連携が取れているだけでなく、「地域外の旅行会社」及び「地域外の有識者」とも連携が取れている割合が高い傾向にある。

○地域内外の人材の活用【人材の活用等】

中核的人材を「地域外旅行会社」や「地域内宿泊施設」から得ている割合が高い傾向にある。

○外部研修及び多様な業務機会による人材育成【人材育成】

中核的人材の育成にあたり、「多様な業務機会の提供」や「外部研修への派遣」を行っている割合が高い傾向にある。