



株式会社 極東書店

新刊速報

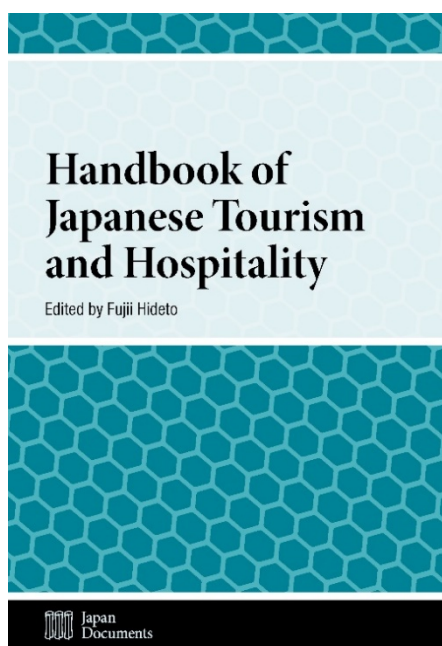
May 2025 / KS-4555

ご注文承り中!!

## 藤井秀登編 日本のツーリズムと ホスピタリティ・ハンドブック Handbook of Japanese Tourism and Hospitality

Fujii, Hideto (ed.), Handbook of Japanese Tourism and Hospitality. (Japan Documents Handbooks Series) 2025:5 (Japan Documents, JA) <742-265>  
ISBN 978-4-909286-58-1 hard ¥28,875 (税込)

### 日本のツーリズム及びホスピタリティ研究を理解するための1冊



本書は、日本の自然、社会、文化が、ツーリズム、ホスピタリティ及びツーリズム資源のような要素といかに関連しているのかを考察するハンドブックです。日本では、自然と文化との関係を調和した、新しいツーリズムの形態が創出されています。こうした認識に依拠することで、本書は場所に基づくツーリズムの発展が生み出されてきた自然と文化との統一したツーリズムの形態を明らかにしています。

本書は第一部「ツーリズムへの基本的視点」、第二部「ツーリズム産業を理解する」、第三部「応用的及び現代的テーマ」の全三部で構成されています。ツーリズムの歴史、ツーリズムの理論と政策、ツーリズムのマーケティング及びマネジメントに焦点を当てた全16章は、文化・農村・巡礼・美食・メガイイベント・メディア化されたツーリズムの各形態を分析する基礎を提供しています。

本書を経営学、ツーリズム、ホスピタリティ研究に関心を持つ研究者・研究室にお勧めいたします



株式会社 極東書店

〒101-8672 東京都千代田区神田三崎町 2-7-10 帝都三崎町ビル 03(3265)7531 FAX (3556)3761  
〒600-8357 京都市下京区柿本町 579 五条堀川ビル 075(353)2093 FAX (353)2096  
〒810-0073 福岡市中央区舞鶴 1-3-14 小榎ビル 092(751)6956 FAX (741)0821

URL: <https://www.kyokuto-bk.co.jp>

E-mail: [info@kyokuto-bk.co.jp](mailto:info@kyokuto-bk.co.jp)

## Table of Contents

### Introduction

The Japanese Language, Wabi-Sabi, and Tourism in the 21st Century (Fujii Hideto)

### Part 1: Basic Perspectives on Tourism

1. Tourism in Modern Japan: From the Meiji Era to the Wartime Period (Kudo Yasuko)
2. Tourism Policy: Historical Transition (Asamizu Munehiko)
3. Tourism: Local-Global Nexus (Fred R. Schumann)
4. Inbound Tourism and Economic Growth (Asamizu Munehiko)
5. Cultural Tourism Resources (Naoi Taketo)
6. A Cultural Landscape-Based Approach to Natural Tourism Resources: Understanding Synergies and Tradeoffs (Shamik Chakraborty, Thomas E. Jones, and Kelvianto Shenyoputro)
7. International Tourists at Japanese Sacred Sites and Pilgrimage Routes: An Introduction (Yanata Kaori and Nicolas Prozano)

### Part 2: Understanding the Tourism Industry

8. Travel Industry: Management Perspectives (Suzuki Masaru)
9. Transport Industry and Tourism Experiences (Fujii Hideto)
10. Hotel Industry for Outbound Tourists (Fred R. Schumann)

### Part 3: Applied and Contemporary Themes

11. Gastronomy Tourism and Destination Development in Japan: Ohnan and Kanazawa (Oie Tateo)
12. Rural Tourism and Sustainability (Perlaky Denes and Mori Tomoya)
13. Japan as a Heavily Mediatized Destination: The Media and Tourism (Christopher J. Hayes)
14. MICE Industry and Global Tourism (Suzuki Tetsu)
15. Tourism and the Impact of Mega Events (Ota Masataka)
16. Challenges Towards a Tourism-Oriented Country (Suzuki Masaru)

### Appendix

## 寄稿者一覧

朝水宗彦(山口大学)、S.チャクラボルティ (富山大学)、藤井秀登 (明治大学)、C.J.ヘイズ (ティーズサイド大学)、T.E.ジョーンズ (立命館アジア太平洋大学)、工藤泰子 (大阪学院大学・島根県立大学)、森朋也 (山口大学)、直井岳人 (芸術文化観光専門職大学)、尾家建生 (平安女学院大学)、太田正隆 (東京国際大学)、P.ディーネシュ (山口大学)、R.N.プロガノ (元和歌山大学)、F.R.シューマン (グアム大学)、K.シェンヨプトロ (立命館アジア太平洋大学)、鈴木勝 (大阪観光大学)、鈴木徹 (静岡文化芸術大学)、築田香織 (日本大学)

# Handbook of Japanese Tourism and Hospitality

The travel industry plays a vital role in several aspects of the tourist experience, including transportation, lodging, and meals. In Chapter 8, Suzuki Masaru explores this broad picture of the Japanese travel industry from a management perspective. He indicates that the Japanese travel industry differs significantly from foreign travel agencies on the distribution points, products, planning processes, profit systems, and travel laws. Recently, the situation in the travel industry has drastically changed due to the use of the Internet, which now connects consumers with suppliers, such as airlines, hotels, and restaurants. Therefore, travel agencies must reconstruct their business and operation strategies to handle these changing circumstances. According to Suzuki Masaru, the Japanese travel industry must enter new business fields, such as global businesses, to defend its position in the worldwide travel industry.

Finally, Chapter 16 by Suzuki Masaru indicates the direction of a tourism-oriented country with a stable and robust foundation in the post-COVID-19 era. This chapter is based on a tourism-oriented nation policy outline, which former Prime Minister Koizumi Jun'ichirō launched in 2003 to promote Japan to inbound travelers. Until the COVID-19 pandemic, foreign tourist arrivals increased nearly six times from 2003 to 2019 to 31.88 million, reaching target levels. The chapter suggests that promotion efforts by tourism-related public and private sectors lead to success. At the same time, it acknowledges the necessity of improving package tour content to overcome the aftermath of the pandemic. This final chapter invites us to reconsider the unbalanced share of the source market, product quality, overtourism, tourism leakage, and human resources in a tourism-oriented nation.

*Introduction: The Japanese Language, Wabi-Sabi, and Tourism in the 21st Century*

xxv

## Chapter 8 The Travel Industry: Management Perspectives

*Suzuki Masaru*

### **Abstract**

*The chapter aims to provide a clear understanding of the entire picture of the Japanese travel industry, which is very different from the travel industry in other countries, in regards to the point of distribution, product, planning process, profit system, and travel laws. Recently, the situation in the travel industry has drastically changed due to the utilization of the Internet. Its management and trends must be examined from the travel agent's perspective to understand the characteristics of the travel business.*

**Keywords:** travel industry, “bypassing phenomenon” (of a travel agency), online agents, package tours, suppliers and consumers, low-profit management

## Bibliography

- Adventure Hokkaido. "Tour Booking Conditions." <https://www.adventure-hokkaido.com/terms-and-conditions/>.
- Imanishi, Tamami. "An ethnic model of Japanese overseas tourism companies." *Annals of Tourism Research* 34, no. 2 (April 2007): 517–36. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738307000035>.
- Imanishi, Tamami. "Nihon no ryokō gyōkai no keiei jōkyō bunseki: 35nenkan no ayumi" [A managerial analysis of Japanese travel industries: The 35 years from 1985 to 2019]. *Department Bulletin, University of Marketing and Distribution Sciences* 34, no. 2 (2022): 67–89. Accessed January 11, 2025. <https://ryuka.repo.nii.ac.jp/records/1545>.
- JATA Kōhōshitsu (Information section, JATA), "Sūji ga kataru ryokōgyō 2021" [Numeral data of the Japanese travel industry in 2021]. Accessed January 26, 2025. [https://www.jata-net.or.jp/wp/wp-content/uploads/administrator/2021\\_sujyoko.pdf](https://www.jata-net.or.jp/wp/wp-content/uploads/administrator/2021_sujyoko.pdf).
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2000. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. Japan Travel Bureau, Inc., 2000.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2010. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. Japan Tourism Marketing Co., 2010.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2011. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. Japan Tourism Marketing Co., 2011.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2016. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. JTB Tourism Research & Consulting Co., 2016.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2019. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. JTB Tourism Research & Consulting Co., 2019.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). *JTB REPORT 2020. Nihonjin kaigai ryokō no subete* [All about Japanese overseas travelers]. JTB Tourism Research & Consulting Co., 2020.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency), "Shuyō ryokōgyō sha toriatsukai gaku Heisei 30 nendo" [Total handling volume by major travel agencies 2018]. Accessed January 24, 2025. <https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11678806/www.mlit.go.jp/common/001360346.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). *Tourism White Paper 2020*. Accessed January 24 2025. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/content/001375676.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). *Ryokōgyō hō* [Travel Agency Act]. (January 2025). Accessed January 24, 2025. [https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/ryokogyoho/index.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/ryokogyoho/index.html).
- Kano, Michiko. "Ryokōgyō ni okeru teikei hambai ni motozuku jūso-teki sangyō kōzō no bunseki" [Analyses of the multilayered industrial structure based on the "specific commissioned sale" in the travel industry]. *Shizuoka Daigaku Keizai Kenkyū* 13, no. 2 (October 2008): 1–54. Accessed January 12, 2025. <https://doi.org/10.14945/00003294>.
- Kano, Michiko. "Ryokōgyōsha no kyōsō senryaku no bunseki" [An analysis of the competitive strategy of tour companies]. *Shizuoka Daigaku Keizai Kenkyū* 13, no. 3 (2008): 51–83. <https://shizuoka.repo.nii.ac.jp/>.
- Kōeki Zaidan Hōjin Nihon Kōtsu Kōsha [Japan Travel Bureau Foundation]. "Ryokō nempo" [Annual report on the tourism trends survey 2022]. (2022). Accessed January 28, 2025. <https://www.jtb.or.jp/book/wp-content/uploads/sites/4/2022/10/Annual-Report-all-2022teisei.pdf>.
- March, Roger. "The Japanese Travel Life Cycle." *Journal of Travel & Tourism Marketing* 9, no. 1–2 (October 2008): 185–200. Accessed January 20, 2025. DOI:10.1300/J073v09n01\_11.
- Matsuzono, Shunshi. (ed.). *Ryokōgyō nyūmon* [Introduction to the travel industry (new ed.)]. Tokyo: Doyukan, 2004.
- Matsuzono, Shunshi, and Morishita Masami. *Ryokōgyō gairon* [Introduction to the travel industry], Tokyo: Doyukan, 2012.
- Mizuno, Norio. "Ryokōgyō ni okeru kujō taiō maneijimento ni kansuru ichikōsatsu" [A study on the management system for complaints handling in the travel business]. *Nihon Kankō Gakkai shi* 44, (June 2004): 1–14. Accessed January 25, 2025. [https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/44/0/44\\_1/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/44/0/44_1/_pdf/-char/ja).
- Nihon Ryokōgyō Kyōkai (Japan Association of Travel Agents (JATA)). "Outline of JATA." Accessed November 10, 2022. <https://www.jata-net.or.jp/english/whats/wh11.htm>.
- Nihon Seifu Kankō Kyoku (Japan National Tourism Organization (JNTO)). "Visitor Arrivals" & "Japanese Overseas Travelers". Accessed January 25, 2025. <https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#category—133>.
- Nomura, Shoji, Masuda Seiya, and Negi Yoshitomo. "Shoku kara mita oshu pakkeji ryokō no genjo to kadai" [Critical issues of package tour planning in terms of "food tourism"]. *Tamagawa University Departmental Bulletin Paper* no. 3 (2015): 23–34 <https://tamagawa.repo.nii.ac.jp/records/411>.
- Reisinger, Yvette and Lindsay Turner. "Japanese Tourism Satisfaction: Gold Coast versus Hawaii." *Journal of Vacation Marketing* 6, no. 4 (2000). <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135676670000600402>.
- Suzuki, Masaru. "Kaigai ryokō no shōhin to hambai" [The product and sales promotion of international tour packages]. In *Ryokōgyō nyūmon* [Introduction to the travel industry (new ed.)], edited by Matsuzono Shunshi. Tokyo: Doyukan, 2004.
- Tourism Australia. "Working in Market–Japan." Accessed February 10, 2025. <https://www.tourism.australia.com/en/insights/markets/japan/working-in-market.html>.

- Williams, David. "The changing profile of Japan inbound tourism between 1996 and 2016." Josai International University. [https://www.researchgate.net/publication/343416732\\_The\\_changing\\_profile\\_of\\_Japan\\_inbound\\_tourism\\_between\\_1996\\_and\\_2016](https://www.researchgate.net/publication/343416732_The_changing_profile_of_Japan_inbound_tourism_between_1996_and_2016)
- Yagasaki, Noriko. "Impact of COVID-19 on the Japanese travel market and the travel market of overseas visitors to Japan, and subsequent recovery." *IATSS Research* 45, issue 4 (December 2021): 451–58. Accessed January 12, 2025. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0386111221000509>.
- Yamamoto, Daisuke and Allison M. Gill. 1999. "Emerging Trends in Japanese Package Tourism." *Journal of Travel Research* 38, no. 2 (1999): 134–43. [https://www.researchgate.net/publication/249701031\\_Emerging\\_Trends\\_in\\_Japanese\\_Package\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/249701031_Emerging_Trends_in_Japanese_Package_Tourism).

## Chapter 16

# Challenges: Toward a Tourism-Oriented Country

*Suzuki Masaru*

---

### Abstract

*This chapter aims to enhance the understanding of the outline of a “tourism-oriented nation,” launched by former Prime Minister Koizumi in 2003, to promote the “Visit Japan Campaign.” Japan had been advancing successfully until the COVID-19 pandemic. Foreign tourist arrivals have increased nearly six times across more than 15 years (from 2003 to 2019) to 31.88 million. The reason is that the public and private sectors and relevant individuals in the field of tourism promotion exerted their best effort to achieve the target related to the visa relaxation policy of the government. Alternatively, although this drastic increase in tourists was achieved compared with other advanced tourist nations, improving tourism content remains necessary for Japan regarding the unbalanced share of the source market, product quality, over-tourism, tourism leakage, and tourism human resources. This chapter provides an overview of building a stable and robust foundation for Japan to be a real tourism nation in the post-COVID-19 era.*

**Keywords:** tourism nation (tourism-oriented country), Visit Japan Campaign (VJC), visa relaxation, over-tourism, regional revitalization, upgrading tourism

## Bibliography

- ADMEI. "What is a DMC?" Accessed October 8, 2022. <https://www.admei.org/>.
- Asean Post. "Made in China: Zero-dollar tourists." July 22, 2019. Accessed October 9, 2022. <https://theaseanpost.com/article/made-china-zero-dollar-tourists>.
- Azuma, Toru. "From Inbound Tourism to Domestic Tourism and Workations—Can Japanese Tourism Recover?" *Japan Foreign Policy Forum* 2021. Accessed July 19, 2024. [https://www.japanpolicyforum.jp/pdf/2021/no63/djweb\\_63\\_soc\\_03.pdf?ver2](https://www.japanpolicyforum.jp/pdf/2021/no63/djweb_63_soc_03.pdf?ver2).
- Delgado, Rodolfo. "The role of tourism businesses to promote local destinations in Japan to attract international tourists." 2019. Accessed November 6, 2022. [https://www.apu.ac.jp/rcaps/uploads/fckeditor/publications/journal/4\\_RJAPS37\\_Delgado.pdf](https://www.apu.ac.jp/rcaps/uploads/fckeditor/publications/journal/4_RJAPS37_Delgado.pdf).
- GGR Asia. "Chinese visits to South Korea halved in 2017: Report." December 13, 2017. Accessed July 21, 2024. <https://www.ggrasia.com/chinese-visits-to-south-korea-halved-in-2017-report/>.
- Hoshino, Yoshiharu. "Tokyo as a Leader of Team Japan." *Tokyo Updates* 2021. Accessed July 19, 2024. <https://www.tokyoupdates.metro.tokyo.lg.jp/en/post-417/>.
- Japan Journeys. "Japan Bonsai Tour 2023." Accessed October 8, 2022. <https://www.japanjourneys.co.uk/japan-bonsai-tour>.
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). "The Number of Japanese Traveling Abroad in 2019." *JTB Report 2020* (Tokyo: JTB, 2021).
- Kabushiki Kaisha JTB (JTB Corp.). "According to the comparison of departure ratios (Based on departure in 2016)." *JTB Report 2020* (Tokyo: JTB, 2021).
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Changes in Tourism Trends." *White Paper on Tourism in Japan, 2021 (Summary)*. Accessed July 25, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003405.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Digital Transformation in Tourism Field." *White Paper on Tourism in Japan, 2022 (Summary)*. Accessed July 24, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003404.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Economic effects of travel in Japan as a whole." *White Paper on Tourism in 2008*. Accessed July 18, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003452.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Hōnichi gaikyaku sū no hikaku" [Comparative data on inbound travelers]. Accessed February 7, 2025. [https://www.jnto.go.jp/news/200117\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/news/200117_monthly.pdf).
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Impact (2): Impact on Exports." *White Paper on Tourism in Japan, 2018 (Summary)*. Accessed July 27, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003408.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Introduction of a new catch phrase and logo to overseas markets concerning inbound tourism in Japan." *White Paper on Tourism in Japan, 2010 (Summary)*. Accessed May 22, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003450.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). *Kankō hakusho reiwa gannenban* [White Paper on tourism in 2020]. Accessed January 20, 2025. <https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001348581.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). *Kankō hakusho reiwa 2 nenban* [White Paper on tourism in 2020]. Accessed February 7, 2025. <https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001348585.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Relaxation of Visa Requirements implemented after 2000." *White Paper on Tourism in Japan: The Tourism Situation in FY2013*. Accessed October 8, 2022. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003445.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Shuyō ryokō gyōsha no ryokō toriatsukai jōkyō-2018 nendo sōkei" [Total handling volume by major travel agencies in Japan: the fiscal year 2018]. Accessed January 27, 2025. <https://warp.ndl.go.jp/collections/info:ndljp/pid/11678806/www.mlit.go.jp/common/00360346.pdf>.

- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Tōroku kankō chiiki zukuri hōjin" [List of appointed DMOs]. (2024). Accessed July 24, 2024. [https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/dmo/ichiran.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/ichiran.html).
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). "Tourism Trends in Japan (Japanese Overseas/Domestic Travel)." *White Paper on Tourism in 2020*. Accessed January 21, 2025. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003406.pdf>.
- Kankōchō (Japan Tourism Agency). *White Paper on Tourism in Japan: The Tourism Situation in FY2013*. Accessed July 15, 2024. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810003445.pdf>.
- Kariyapol, Thanaporn. "The Operation of Zero-Dollar Tours after Their Rising Popularity in Thailand: A Case Study of Phuket, A Province Located in Southern Thailand." *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences* 19, no. 1 (June 2019): 19–31. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/spurhs/article/view/193289>.
- Keizai Sangyōshō (Ministry of Economy, Trade and Industry). "Wagakuni jōhō Keizai shakai ni okeru kiban seibi" [Infrastructure development of Japan's information, economy and society]. 2011. Accessed October 9, 2024. [https://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/statistics/outlook/bessi2H23EChosokushiryo.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/bessi2H23EChosokushiryo.pdf).
- Kobori, Mamoru. "Japan's Inbound Tourism Market & Efforts to Attract 40 Million Visitors." 2017. Accessed July 15, 2024. [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/215th\\_Special\\_Topics\\_01.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/215th_Special_Topics_01.pdf).
- Mizuho Research & Technologies. "Afutā corona no aratana ryokō keikō" [New travel trend after COVID-19]. 2022. Accessed July 25, 2024. <https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/report/2022/pdf/travel2211.pdf>.
- Murakami, Kayoko. "Promoting Inbound Tourism in Japan." 2017. Accessed July 16, 2024. [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jgtr/2/1/2\\_5/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jgtr/2/1/2_5/_pdf/-char/ja).
- Nakamura, Tetsu. "Today's Young Japanese Have a Different Take on Travel Abroad." 2018. Accessed July 17, 2024. <https://www.nippon.com/en/currents/d00432/>.
- Nguyen, Anh Thi Ngoc. "Japan's Inbound Tourism Boom: Lessons for its Post-COVID-19 Revival." 2020. IMF Working Paper. Accessed July 15, 2024. <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2020/08/21/Japans-Inbound-Tourism-Boom-Lessons-for-its-Post-COVID-19-Revival-49618>.
- Nihon Seifu Kankō Kyoku (Japan National Tourism Organization, JNTO). "Nenbetsu hōnichi gaikyakusū, shukkoku nihonjinsū no suiri" [Visitor arrivals, Japanese overseas travelers]. Accessed January 26, 2025. [https://www.jnto.go.jp/statistics/data/\\_files/20240821\\_1530-6.pdf](https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20240821_1530-6.pdf).
- Nihon Seifu Kankō Kyoku (Japan National Tourist Organization, JNTO). "Our Brand Tools: Japan Endless Discovery Logo." Accessed February 6, 2025. [https://business.jnto.go.jp/brand\\_guidelines/](https://business.jnto.go.jp/brand_guidelines/).
- Nihon Seifu Kankō Kyoku (Japan National Tourism Organization, JNTO). "Todōfukuken betsu hōmonritsu ranking" [Prefecture visit ratios by foreign travelers ranking]. Accessed November 6, 2022. <https://statistics.jnto.go.jp/graph/訪問率ランキング/>.
- Nihon Seifu Kankō Kyoku (Japan National Tourism Organization, JNTO). "Trends of Japanese Visitors 2015 (China/South Korea)." Accessed July 19, 2024. <https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--outbound--outgoing--transition>.
- Nippon.com. "Departure Rate for Japanese in Their Twenties Rebounds to 1990s Levels." 2018. Accessed July 26, 2024. <https://www.nippon.com/en/features/h00281/>.
- OECD. "Tourism Trends and Policies 2020, Statistical Profile Korea: Domestic, inbound and outbound tourism." Accessed July 20, 2024. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/6e8b663c-en.pdf?expires=1721573306&id=id&accname=guest&checksum=85652866CE9449D360FF92572D78CC20>.
- Oita-ken [Oita Prefecture]. "Oita ken kankō tōkei chōsa" [Tourism statistics 2019]. Accessed July 21, 2024. <https://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/2118193.pdf>.
- Sekai Property. "Nearly 10 Million Chinese Tourists Visited Japan in 2019." December 30, 2019. Accessed October 8, 2022. <https://ja.sekaiproperty.com/news/3429/10-million-chinese-tourists-visit-japan-2019>.
- Shushō Kantei (Prime Minister's Office of Japan). "The Prime Minister in Action: Meeting of the Council for the Development of a Tourism Vision to Support the Future of Japan." March 30, 2016. Accessed July 15, 2024. [https://japan.kantei.go.jp/97\\_abe/actions/201603/30article1.html](https://japan.kantei.go.jp/97_abe/actions/201603/30article1.html).
- Shushō Kantei (Prime Minister's Office of Japan). "Press Conference by the Chief Cabinet Secretary." March 30, 2016. Accessed February 7, 2025. [https://japan.kantei.go.jp/tyoukanpress/201603/30\\_p.html](https://japan.kantei.go.jp/tyoukanpress/201603/30_p.html).
- Swiss Travel Pass 2022. "Swiss Travel Pass. The key to public transport." Accessed October 9, 2022. <https://swisstravelpass.com/>.
- Travel Voice. "A nationwide travel discount program will be kicked off on October 11, supporting up to 11,000 JPY a traveler a night." (September 28, 2022). Accessed July 20, 2024. <https://www.travelvoice.jp/english>

**Suzuki Masaru** is a Professor Emeritus at Osaka University of Tourism and a former Professor at J.F. Oberlin University. He graduated from Waseda University and specializes in tourism marketing and travel management. He has 33 years of work experience at JTB, including 10 years in offices in Sydney and Beijing. He has published *Kankō rikkoku Nippon—Suzuki kyōju no kankōgaku opinion series Nos. 1–5* [Tourism nation Japan—Prof. Suzuki's opinion series Nos. 1–5]. (NC Communications, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015) and *Kokusai Kankō shinkō ron—Ajia taiheiyō no mirai* [International tourism promotion—The future of Asia and the Pacific], (Zeimukeiri Kyokai, 2000).



## 【ご参考までに】 8.The Travel Industry: Management Perspective

### (8章「旅行業—マネジメントの視点から—」)

はじめに

近年、観光産業は世界経済において最も急速に成長している産業の一つである。国連世界観光機関（UNWTO）の「国際観光ハイライト 2020 年版」によれば、COVID-19 前の 2009 年から 2019 年にかけて、国際観光収入の実質成長率（54%）は世界 GDP 成長率（44%）を上回っている。日本政府は、「観光業」を日本経済の中で、最も経済発展に寄与する産業の 1 つと見做している。観光産業の振興に積極的に取り組んでいるが、ツーリスト、デステイネーション、航空や鉄道などの交通産業、ホテルなどの宿泊産業などを繋ぐ中核的存在として、「旅行業」に重きを置いている。旅行会社の役割は、日本人の国内旅行や海外旅行の両分野と共に、海外からの訪日客にとっても、大きな役割を演じている。表 8.2 及び表 8.3 の「旅行業の構造・法規」でも判るように、日本の旅行会社は海外の旅行会社に比べ、旅行商品の企画・販売ネットワークがより広範かつ柔軟的なものである。オーストラリア政府観光局の説明（Working in Market—Japan）によれば、日本の旅行業界は世界で最も垂直統合が進んだ業界の一つであり、高度に規制された流通システムを有していると記述している。日本では、主要な鉄道会社や航空会社、流通企業（百貨店やスーパーマーケットを含む）、銀行や金融機関、新聞社、宗教団体、大手製造企業が、一般的に自社旅行会社を設立するか、または旅行会社とパートナー提携し旅行事業を展開している。これらの旅行会社の取引の約 95%は、日本人を対象とした国内旅行および海外旅行であり、外国人インバウンド観光客は、これら業務の 5%ほどである。

ところで、旅行業界は日本人の日常生活に深く関わっている。個人旅行（FIT）が増加しているものの、依然、日本特有の団体旅行が盛んである。団体旅行の一例として、日本全国の中学校・高等学校では毎年、国内外を問わず修学旅行を実施している。また、卒業旅行も日本で人気がある。卒業年度に実施される旅行であり、近年では大学生が 2~3 回参加するケースも増えている。国内旅行に加え海外旅行も増加している。インターネット時代にもかかわらず、職場旅行も実施されている。会社全体、部または課単位で海外団体旅行を行う。多くのグループが社内旅行で同僚と国内外を旅行し、雇用主の会社から財政支援を受けることもある。

日本では東日本大震災や最近の能登半島地震など、数多くの大規模地震が発生している。また、COVID-19 からの復興・活性化のため、国や地方自治体が多額の資金を投入している。こうした場合、旅行会社（日本旅行業協会 JATA etc. を通じて）は、旅行を促進するための様々な復興キャンペーンを企画する役割を担っている。実際の業務は全国の多くの旅行会社によって実施される。一例が、COVID-19 禍での「Go To トラベルキャンペーン」である。



また、外交・政治的な動きとしては、COVID-19 直前、日本政府は旅行会社（JATA など）と連携し、日本とロシアとの人的交流拡大のため「日露キャンペーン」を実施していた。近年では政府が旅行会社に対し、地方への外国人観光客誘致を推進している。日本の中央政府及び地方政府は、旅行業界を“実行部隊”あるいは、“便利なパートナー”としてうまく活用している。

このような中で、我が国日本の旅行業では、経営体制や流通構造において、急激な変化がいくつか生じてきている。

まず、1 番に挙げられるのは、「インターネット」の急速な進展である。この出現は、外部的な変化と共に、内部的な変化の両方が列記される。外部的には、航空会社、ホテルなどの各種サプライヤーと消費者との直結で旅行業を経由しない、いわゆる、「旅行会社バイパス現象」と呼ばれるものである。その結果、旅行会社は果たして必要であろうかという論議が生じてきている。他方、内部的には、旅行業の組織に関しても、インターネットの影響で、経営構造を変えている。例えば、従来の店舗によるカウンター販売や外部セールスの見直しが迫られた結果、店舗数を減らしたり、スタッフを大幅に減少させたりしている。また、日本の旅行業では、従来、「ホールセラー＆リテーラーの構図」が多く見られたが、近年、ホールセラーの減少が進んでおり、そのかわり、直販旅行会社やオンライン旅行会社の躍進が顕著となっている。旅行会社は、旅行業法の保証金制度に基づき、営業保証金や弁済業務保証金を支払う義務がある。さらに、契約内容に重大な変更が生じた場合に補償金の支払いを求められる厳しい「旅程保証」制度も存在する。

急激な変化の 2 つ目は、旅行者の形態の多様化であり、従来の団体旅行とパッケージツアーを凌駕する「FIT（個人旅行）化」であり、同時に、「価格の低廉化」である。旅行業界では商品自体の低価格傾向に歯止めがかかわらず、加えて格安航空券販売の競争が熾烈化している。従来のこの「低価格志向」が推進されている一方、「高品質ツアー」もシェアを伸ばしつつある。特に、WITH/POST コロナ禍では、さらに拡大する傾向にある。このような二極分化マーケットへ向かう傾向のある中で、めりはりのある商品構成をいかにするかが重要になってくる。加えて、付加価値作りをいかに行なうかが低価格構造から脱皮する方法の重要なポイントでもある。

急激な変化の 3 つ目として、近年、日本政府が推進する、“インバウンド・ビジネス”である。政府・地方自治体は、「旅行業」に対して、ツーリスト、デスティネーション、DMO、航空・鉄道などの交通産業、ホテルなどの宿泊産業などを繋ぐ中核的存在として、「旅行業」に期待をかけている。日本の大手旅行会社など、“戦略的な DMC” にならんと方向性を転じているが、果たして期待通りに進展しているか。

本稿では、日本の旅行業に関して、旅行業経営や旅行商品—流通チャネル、企画造成過程、収益構造、商品企画過程、旅行業法などを含み、紹介するものである。諸外国とかなり性格の違いが見られる。また、今後の日本の旅行業が取り組むべき課題についても考えてみたい。

これらの叙述に関する内容は、次のように3部に分かれている。

- 1) 日本の旅行業全体の基礎的概念や特徴をまとめたもの
- 2) さらに深く理解するために、パッケージツアーの造成過程を、  
CS（顧客満足度）、ツアー利益フローチャート、旅程管理上のホールセーラー責任などを挿入しての説明部分
- 3) 日本の将来の経営的課題についての叙述

## 【ご参考までに】 16. Challenges towards a Tourism-oriented Country

### (16 章「観光立国ニッポンへ向けてのチャレンジ」)

#### 1. はじめに

このテキストは、日本はなぜ、「工業立国」や「貿易立国」から、「観光立国」に大きくかじを取ったのか。最初のプロモーション・イベントは「ビジット・ジャパン・キャンペーン」であったが、これは 2003 年に元・小泉首相が掲げたものであり、2010 年に訪日客 1,000 万人を目標とするものであった。本テキストは、日本の観光発展のプロセスや細目を研究するものであり、さらに、観光産業の問題点を探し、種々のアイデア—例えば、訪日客への旅行商品の改善や日本の旅行企業の国際競争力を高めるような—を提供することを目的とする。

2003 年にスタートした当初、このキャンペーンの目標は、世界的な経済不況、円高、新型インフルエンザなどの影響により、1,000 万人は高い壁であった。その後、東日本大震災、日中や日韓の政治問題などで、目標への到達は遅れがちで、3 年を経過した 2013 年であった。人数として 1,036 万人であり、倍増過程は極めて険しい道のりであった。官民協力の賜物であった。2019 年現在、日本政府は 2020 年に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人を目標として、進んでいた。到着人数は、2013 年から 2019 年まで、ほぼ 3 倍増になっており、3,188 万人の記録的数値であった。しかしながら、訪日客は COVID-19 の発生で、2020 年の初めから急落し始めた。

一方、アウトバウンドの日本人海外旅行の成長は、この 15 年ほど、1600~1800 万人レベルで推移している。伸びない理由は、経済不況や若者の海外旅行離れなどが原因である。日本人の旅行トレンドは、端的に言うならば、「前進するインバウンド」、そして、「停滞するアウトバウンド」と形容できそうである。コロナ禍での観光復活策は、「観光立国ニッポン」を目指す日本にとって重要な問題である。まず、種々の特別な政策をとって、観光で落ち込んだ状況から脱出しなければならない。

さて、このテキスト本は、下記のように 3 つに分かれて構成されている。

- 1) 日本は、なぜ、インバウンドの訪日客誘致に、それほど熱心でなかったかの理由
- 2) 今日までの「観光立国ニッポンへの過程」(コロナ禍からの復活手法を含む)
- 3) 「“真”の観光立国」に向けて、これからチャレンジすべきこと