

第6回 観光の経済効果と業界分析

(観光と地域経済)



T216 月(1)法 103
平成 20 年 12 月 1 日
観光業界の経営分析

内 容

参 考 等

観光の所得創出効果

観光学大事典

ある観光地における観光支出の増加は、観光関連企業や産業の売上高を増加させるが、それらの売上高の増加は当該企業や産業に従事している人々の所得を増加させ、彼らの所得増加による支出の増加は別の企業や産業に従事している雇用者の所得を増加させ、その所得増加により、消費支出が増加し、それはさらに所得を増加させる、という具合に、所得増加の連鎖を生じさせるが、そのような一連の連鎖により所得が新たに生み出されていくことを所得創出効果という。観光支出の初期増加によって、どの程度の所得が創出されるかは、当該地域の所得乗数の値に依存する。

観光の経済効果

観光白書

平成 18 年度国内旅行消費額 23 兆 54 百億円による我が国経済にもたらす直接的な経済効果は、直接の付加価値誘発効果が 11 兆 88 百億円、雇用誘発効果が 215 万人と推計される。

さらに、この旅行消費がもたらす間接的な効果を含めた生産波及効果は、52 兆 89 百億円（国内生産額の 5.6%）、付加価値誘発効果は 28 兆 33 百億円（国内総生産（名目 GDP）の 5.5%）、雇用誘発効果は 442 万人（全就業者数の 6.9%）と推計される。

1 . 沖縄の観光の経済波及効果（平成 16 年度）

沖縄県観光要覧

旅行・観光消費額と生産波及効果の地域間比較

付加価値効果が域内総生産に占める割合をみると、沖縄県は 10.8% と他の自治体に比べ非常に大きいことがわかります。このように他の自治体と比べても、沖縄県経済に占める旅行・観光産業の重要性の大きさがわかります。

	沖縄県 (平成 16 年)	北海道 (平成 11 年)	青森県 (平成 16 年)	東京都 (平成 16 年)	静岡県 (平成 14 年)	京都市 (平成 16 年)
旅行・観光消費額(億円)	4,549	12,163	1,759	34,870	7,727	5,348
生産波及効果(億円)	6,903	18,773	2,342	75,750	9,673	10,103
付加価値効果(億円)	3,794	-	1,331	-	5,189	4,336
域内総生産(02 年・億円)	35,001	196,356	42,515	818,429	157,543	57,962
付加価値効果/域内総生産	10.8%	-	3.1%	-	3.3%	7.5%

観光消費額 / 域内総生産 13.0% 6.2% 4.1% 4.3% 4.9% 9.2%

観光収入は、先に見たように県外受取額の 17.2% になるが、ここに言う付加価値効果 3,794 億円は、県外調達を差引き、生産波及効果を加味し、原材料費等を差引いた「観光産業によって生み出された価値」であり、これは雇用効果に換算して 78,850 人（14.2%）、税収効果は 298 億円（11.5%）となる。

2 . 全国の旅行消費額と経済効果（18 年度）

観光白書

（1）旅行消費額推計

	億円
国内旅行（国内）	204,260
海外 “（”）	17,470
海外 “（海外）	44,190
計	265,920

（2）旅行消費額の経済効果

	生産波及効果 兆円	付加価値効果	雇用効果 万人
直接効果	22.9	11.9	215
間接 “	30.0	16.4	227
波及効果	52.9	28.3	442
H12 国内生産額	949.1		
H18GDP		512.2	
H18 就業者数			6,425
	%		
（比率）	5.6	5.5	6.9

第3次沖縄県観光振興計画の概要

平成20年3月

観光商工部観光企画課

- 1 第2次観光振興計画の評価
- 2 第3次沖縄県観光振興計画の基本方針

(1) 第2次計画の評価を踏まえた対応

(2) 第2次計画策定後の状況の変化

- ・新たな話題性
- ・リゾートウエディング
- ・国内の観光地との競合
- ・「観光立国推進基本法」
- ・「アジアゲートウェイ構想」
- ・国内各地で観光振興

(3) 第3次計画策定に当たっての基本方針

- ・「通年・滞在型の質の高い観光・リゾート地の形成」
- ・「将来の飛躍に向けた基盤造りを着実に進める」
- ・「観光まちづくり」
- ・自然環境の保全・再生と調和の取れた観光振興施策の樹立
- ・「質の高い観光地の形成」
- ・着実なリゾート地のイメージ形成
- ・県経済の自立に向け
- ・コンベンション・アイランドの形成
- ・観光産業人材の育成
- ・産業間の連携の強化

(Eメール課題 6)

- ? 6. 観光の経済効果を向上させるにはどうしたらよいか。

提出期限：H20.12.8(月)

Eメール：yamauchi@cosmos.ne.jp

第5回 (11/17) の復習

平成 20 年 12 月 1 日

1. 第5回のキーワード

「場の充実」の方法を考える

2. 旅行業の経営

審査の着眼点

- ◆**営業形態**……総合旅行業者、格安航空券業者、専門特化型業者、ホールセラー、リテラー等、いずれの営業形態をとっているか。
- ◆**営業体制**……安定した仕入力・販売力は備わっているか（どこと提携関係にあるか）。旅行需要の個人化・多様化に対応した営業体制（店舗・商品・情報）は整っているか。特色があり、魅力がある商品を提供できているか（企画力）。マーケティングはしっかり行われているか。
- ◆**資金繰り**……仕入条件の前払制、手数料の減少や、IT化・店舗整備による設備投資等で、資金繰りは逼迫していないか。
- ◆**収益基盤**……採算を確保した販売を行っているか（集客人数が損益分岐点に達しないまま旅行を実施していないか、団体営業で売上げ重視型の管理をして営業収入を軽視していないか）。業務提携、関連事業への取組み、異業種参入等で低収益体質からの脱却を図っているか。人件費の効率化に努めているか。

図表7 事業所数と従業者数の推移 (単位:社、人、%)

	平8年	13	16	18	増加数	増加率
事業所数	12,804	12,196	10,873	10,788	△ 85	△ 0.8
従業者数	138,867	120,632	109,698	106,737	△ 2,961	△ 2.7
1事業所当り従業者数	10.8	9.9	10.1	9.9	△ 0.2	△ 2.0

(注)増加数・増加率はいずれも、平成16年と18年の間の数値を示している。

(資料)総務省統計局ホームページ「平成18年事業所・企業統計調査」

IV 審査のポイント

1 取引形態と条件

(1) 仕入方法

主催旅行を行うにあたっては、繁忙期にどれだけ宿泊施設・運輸機関を押さえられるか（仕入能力）が問われるが、各ホールセラーは責任をもってツアーを催行するために、仕入専門の別会社を設立したり、協定旅館連盟を組織したりと、確実に仕入れる方策を講じている。通常、仕入は見込みで行われるが、その際国内旅行は資金の必要がなく、一定期間内であれば違約金なしで返納が可能である。取り扱った量が多ければそれだけ手数料が割増しされ、さらにキックバックといわれるリポートが支払われる場合がある。

なかでも航空券は、IATA（国際航空運送協会）

の代理店か、航空会社から直接公認を受けた店でしか発券ができないが、旅行会社はその取扱量に応じてオンシーズンの座席数が割り当てられるため、航空券を直接仕入れられる。したがって、年間を通じてどれだけ送客できるかが、旅行業者の仕入力といえる。ただし、キックバックを見込んで値付けされた格安航空券が出回るようになり、たとえば格安ツアーはこの航空券を利用した価格で提供されるため、これが業界取引自体を不透明なものとして印象づけている。

(2) 販売方法

大手各社は、旅行業法改正を機に特約店制度を導入し、囲い込みを進めている。その結果、これまで大手の販売部門や中堅販売店と共存してきた専業ホールセラーは苦境に立たされている。通常、パッケージ旅行を販売した場合には、5～12%の手数料を販売収入として受け取ることができ

◆**日本旅行業協会 (JATA)**
<http://www.jata-net.or.jp/>

◆**全国旅行業協会 (ANTA)**
<http://www.anta.or.jp/>

(Eメール課題 5)

⑤. 観光立県における“旅行代理店”の重要性を述べよ。

提出期限：H20.12.8 (月)

Eメール：yamauchi@cosmos.ne.jp

図表8 貸借対照表 (平成18年度) (単位:千円、%)

項目	黒字企業平均		全企業平均	
	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比
流動資産	50,642	55.5	34,677	53.7
当座資産	37,062	40.6	25,761	39.9
(現金預金)	20,416	22.4	14,478	22.4
(売上債権)	15,920	17.4	10,835	16.8
棚卸資産	697	0.8	381	0.6
その他流動資産	12,882	14.1	8,534	13.2
固定資産	40,395	44.2	29,761	46.1
有形固定資産	20,466	22.4	15,269	23.6
無形固定資産・投資	19,928	21.8	14,491	22.4
繰延資産	251	0.3	183	0.3
総資産	91,290	100.0	64,623	100.0
流動負債	37,563	41.1	30,842	47.7
(買入債務)	12,616	13.8	8,243	12.8
(短期借入金)	8,023	8.8	6,881	10.6
(割引手形)	474	0.5	227	0.4
固定負債・引当金	26,431	29.0	21,535	33.3
(長期借入金)	23,968	26.3	18,457	28.6
純資産	27,295	29.9	12,245	18.9
株主資本	27,293	29.9	12,244	18.9
評価差額等・新株予約権	1			

(資料) 「TKC経営指標 (平成19年指標版)」(株TKC)

図表9 損益計算書 (平成18年度) (単位:千円、%)

項目	黒字企業平均		全企業平均	
	1企業当り平均額	構成比	1企業当り平均額	構成比
純売上高	281,000	100.0	184,416	100.0
売上総利益	54,440	19.4	37,882	20.5
販売費・一般管理費	51,907	18.5	38,073	20.6
販売費	15,012	5.3	10,328	5.6
一般管理費	36,895	13.1	27,744	15.0
(役員報酬)	8,347	3.0	6,925	3.8
(役員外販管人件費)	22,536	8.0	15,698	8.5
(減価償却費)	1,275	0.5	814	0.4
営業利益	2,533	0.9	△190	△0.1
営業外利益	1,605	0.6	1,224	0.7
(受取利息・配当金)	114		65	
営業外費用	1,143	0.4	852	0.5
(支払利息割引料)	836	0.3	644	0.3
経常利益	2,995	1.1	181	0.1
特別損益	△19		△241	△0.1
税引前当期純利益	2,975	1.1	△60	

(資料) 「TKC経営指標 (平成19年指標版)」(株TKC)

るが、近年の個人旅行を中心とする価格競争から手数料率の引下げが目立っている。

2 資金需要

旅行業は対個人取引の場合は現金収入であり、その歩留り資金を見込めることから、資金需要は発生しないことが多い。対法人の取引の場合でも比較的早目の決済が見込め、サプライヤーへの支払は後になることが多い。

ただ、観光動向の季節性を受けて資金も季節性を帯び、その端境期において資金が不足する傾向にある。一般的に春から夏にかけては個人旅行の

販売が拡大し潤沢に資金があるが、冬場は資金が逼迫することが多い。

さらに、①個人向け営業強化(店舗網の整備・改善・商品開発等)、②IT化投資(コンピュータによる予約発券・情報検索システムといった情報ネットワークの構築やコンピュータ会計システムの導入など)、③旅行関連サービスの強化(カード、保険といった金融関連業務、ホテル事業参入など)等新規投資が活発化しており、外部資金を調達するケースもある。

3 財務諸表の見方

旅行業者の収入の主体は、手数料である。仕入には現金の授受を要さず、一定期日前ならキャンセルが可能であることから、在庫リスク=事業リスクはきわめて小さい半面、差別化が困難であるため必然的に価格競争に陥りやすく、収益性は低い。

通常、旅行業者は旅行代金を旅行催行前に全額受け取ることができる。これに対し、運輸機関・宿泊施設への決済は代金を収受してからかつては1~6カ月ほどの猶予があったが、近年はその期間が短縮されており、発売時点で決済されるケースもある。かつてはこれによる未払金の資金運用が営業外収益の源泉になったが、昨今はそれほど見込めなくなった。

(1) 財務構造

財務構成の特徴としては、総資産・負債のうち流動資産・流動負債のウェイトが高いことがあげられる。流動資産の大半は旅行者から受け取った旅行費用、前払金等であるが、これらは前受金として流動負債として計上される一方、後日、運輸機関・宿泊施設等へ支払うまでの間、一時的に現預金として流動資産に滞留する。なお、当業界の経営指標は図表8、9のとおりである。

(2) 収益構造

旅行業者の収入は、①運輸機関・宿泊施設等から受け取る手数料、②一般消費者からの取扱料金、③他の旅行業者からの販売手数料、といった中継ぎ手数料が主なもので、近年、旅行素材業者からの手数料の減少、体力勝負の価格競争等から収益悪化に拍車がかかっている。近年の個人旅行客獲得競争の激化に伴う価格競争の進展により、営業利益率は平均で約1%になっている。経営指標で、売上高営業利益率は1%程度(図表10参

図表10 経営指標（黒字企業平均）

	一般旅行業	旅行業代理店業
総合		
総資本営業利益率(%)	2.8	3.2
総資本回転率(回)	3.1	3.4
総資本経常利益率(%)	3.3	3.8
財務		
自己資本比率(%)	29.9	21.1
流動比率(%)	134.8	137.1
当座比率(%)	98.7	112.7
固定比率(%)	148.9	174.9
固定長期適合率(%)	75.7	68.3
販売売上高総利益率(%)	19.4	19.1
売上高営業利益率(%)	0.9	1.0
売上高経常利益率(%)	1.1	1.1
従業員1人当り売上高(月/千円)	3,120	3,425
売上高対販管比率(%)	18.5	18.1
労務		
売上高対人件費率(%)	11.0	10.2
従業員1人当り人件費(月/千円)	348	347
従業員1人当り有形固定資産(千円)	2,727	2,229

(資料)「TKC経営指標(平成19年指標版)」(株)TKC

照)ということでは利益率は低い。

また、粗利益高人件費率が50%以上(図表10の売上高販管比率、売上高人件費率から)と高い傾向にあり、全体要員の圧縮、アルバイトパートの活用、サービス・内部事務の機械化等、人件費削減が課題になっている。トップのJTBを含めて大手といわれる企業でも給与水準は低く、個別の賃金をこれ以上切り下げることはむずかしく、いかに効率化ができるかが課題となる。

その他、販売方法として通信販売、メディア販売が増加しており、さらにインターネット販売が近年急増している点は、効率化の促進といった見地から注目される。

(3) 決算操作の見分け方

決算操作の見分け方としては、流動資産の滞留やその他流動負債(未払金等)の計上もれ、同業者間の売買取引を偽装した資金取引に注意すべきである。また、売掛金に不良債権を入れ込むことや、支払サイトの延長名目により滞留月数が増えているか。支払利息を原価参入していないかといった点も注意が必要である。特に3期分の決算書入手して分析を行い、大きな変動があった場合は詳細な確認が必要である。

4 キャッシュフロー分析

キャッシュフローについては、営業活動によるキャッシュフローは増加することが重要であるが、投資活動・財務活動によるキャッシュフローは増加するだけでなく、設備投資や資金の調達

方法によって減少することもあるので、投資の必要性・効果も含めて判断が必要になる。最近の取扱高の伸び悩み、低金利状態等で各社はかなり厳しい収益環境に陥っており、安定的な企業経営をするための事業基盤の確立が必要である。

V 取引推進上のポイント

1 既取引先の取引深耕

法人などの団体旅行顧客については、取扱額・収入ともに大きく、固定客となっている顧客をどれだけもっているかが重要な要素であり、それを逃がさない営業活動をどれだけ行っているか、がポイントである。さらに、その取引先の総需要を吸収するべく、営業活動を満遍なく行って取引額を拡大することも重要なポイントである。また、個人客についても同様で、顧客リストをもとにいかにかまめなコンタクトやCS(カスタマーサティスファクション)行動をとっているかがポイントである。

金融機関として細心の注意と地道な経営改善指導・提案が必要である。

2 新規取引先開拓

いかに既存取引深耕に努力をしても、100%既存客の流出を止めることは事実上不可能であり、新規顧客獲得のために営業活動を行っているか、また、マーケティングはしっかりできているかが重要である。具体的には、店づくりやパンフレット、POP、ニューズレターなどによる情報配信、顧客への訪問などのアプローチ等、顧客へのアピールはできているか、インターネット等の販路の拡大も模索しているかなど押さえておかなければいけないポイントはいくつかある。

金融機関にとっては、財務面以外にも業者の実力や状況を詳細に把握したうえで、取引先開拓につなげたいものである。

VI 関連法規制・制度融資等

- ① 旅行業法……旅行業等を営む者について登録制度を実施し、あわせて旅行業等を営む者の業務の適正な運営を確保するとともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安

レポート・Eメール課題の要約表

T216 月(1)法 103
平成 20 年 12 月 1 日
観光業界の経営分析

1．前半のレポート

今までの Eメール課題 1~5 の中から補筆、修正して、作成する。
様式 A4 1 頁
期限 平成 20 年 12 月 22 日 (月)

2．今までの Eメール課題

- 1 沖縄観光の「シカケ」としての選択と集中は、何だと思うか？
- 2 観光学の必要な理由は何だと思うか？
- 3 観光地のホテル経営において、利益をあげるポイントは何か？
- 4 地域及び観光事業の発展と空港ターミナルの役割について。
- 5 観光立県における“旅行代理店”の重要性を述べよ。

3．後半のレポート(未)

4．採点の方法

- 1) 授業毎の Eメール課題 (各 3 点)
- 2) 前半のレポート (30 点)
- 3) 後半のレポート (30 点)