

# 旅行産業の動向と雇用・労働に関する課題

やがさき  
矢ヶ崎のりこ  
紀子

●東京女子大学現代教養学部 教授

旅行産業は、規模が大きく安定した日本人国内旅行市場と成長分野である訪日外国人旅行市場によって売上や雇用機会を伸ばしてきた。しかし、現在の旅行産業は、コロナ禍による甚大な影響を被り、様々な課題を抱えるに至っている。本稿では、旅行市場の特徴、コロナ禍における旅行産業の実態、旅行産業が抱えている雇用・労働に関する課題について、宿泊業や旅行業に焦点をあててまとめる。

## 1. コロナ禍以前の旅行市場

旅行市場は、自国民による国内旅行、外国人の自国への来訪、自国民による海外旅行で構成されている。

2019年までのわが国の旅行市場は、20～22兆円の安定した市場規模を有する日本人国内旅行に、訪日外国人旅行の成長が加わり、増加傾向にあった。訪日外国人旅行者数は、東日本大震災の翌年である2012年から毎年増加し、2019年には過去最高の3,188万人、訪日外国人旅行消費額は4.8兆円に達した [1] [2]。2019年の訪日外国人旅行消費額を同年の製品別輸出額と比較すると、第1位の自

動車（完成品）12.0兆円、第2位の化学製品8.7兆円に続いて、訪日外国人旅行消費額4.8兆円は第3位であった [2] [3]。コロナ禍以前の訪日外国人旅行市場は、わが国の基幹産業に続いて外需を獲得していた。

自国民による海外旅行市場は、富を海外に持ち出すため、世界の観光先進国の政府機関ではあまり重要視されていないが、わが国においては、海外での募集型企画旅行を催行することができる第一種旅行業者の主要な収益源であり、さらには、日本への旅行者を多く送り出しているアジア諸国・地域との間のツーウェイ・ツーリズム（諸外国との双方向の交流）や国際定期航空路線の維持・発展の観点から重要である。年間の日本人海外旅行者数は1990年代半ば以降1,600万人から1,800万人の間で停滞していたが、2019年には2,008万人に増加し、国外での旅行消費額は3兆円となった。

2019年の日本人国内旅行、訪日外国人旅行、日本人海外旅行の消費額の総額は32兆円であった [4]。

## 2. コロナ禍による旅行産業への影響

### ① 旅行需要の消失

わが国の旅行産業は、2003年にSARS（重症急性呼吸器症候群）、2009年に新型インフルエンザの流行、2011年には東日本大震災を経験してきたが、いずれも翌年には回復への目処が立つ状況となった。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は過去の比ではない。2019年に21.9兆円であった日本人国内旅行市場は、2020年に10.0兆円、2021年に9.2兆円へと半分以下に減少した<sup>[5]</sup>。訪日外国人旅行市場は、2019年に4.8兆円（訪日外国人旅行者数3,188万人）であったが、2020年には0.7兆円（同412万人）、2021年は0.1兆円<sup>1</sup>（同25万人）へと激減した<sup>[1][2]</sup>。日本人海外旅行者数は、2019年に過去最多の2,008万人に達したが、2020年には317万人、2021年には51万人となった<sup>[1]</sup>。旅行商品はサービスの総体であり、在庫を持つことができない。コロナ禍では人々の移動が不要不急のものに位置付けられ、国内外で制限されたことによって、文字通り、旅行に関する需給は消失してしまった。旅行消費による経済波及効果の裾野は広く、宿泊業、旅行業、旅客運輸業だけでなく、これらの企業と取引関係にある多様な企業群にとっても大きな打撃となっている。

### ② 宿泊業への影響

わが国の宿泊施設<sup>2</sup>の客室稼働率は、2019年の62.7%から、2020年には34.3%、2021年には

34.5%へと大幅に減少した。施設タイプ別（2021年）では、リゾートホテルが27.9%、旅館が22.7%、簡易宿所が16.9%と低い。都道府県別（2021年）では、東京都は35.7%（2019年対比▲43.8%）、京都府は25.5%（同▲40.8%）、大阪府は27.3%（同▲51.7%）となっており、外国人旅行者や日本人ビジネス客への依存が大きかった大都市圏での減少幅の大きさが際立っている。<sup>[6]</sup>

東京商工リサーチによると、宿泊業の倒産件数は2020年に118件、2021年に86件となり、コロナ禍を要因とした倒産は2020年に55件、2021年に47件であった<sup>[7]</sup>。帝国データバンクによると、休業業・解散が過去最多の件数（174件）になっており、さらに、有利子負債月商倍率は30.31倍、特に、旅館では30.46倍、年商1億円未満の企業では55.59倍に達している<sup>[8]</sup>。

### ③ 旅行業への影響

主要旅行会社の取扱額<sup>3</sup>は、2019年の4.95兆円から2020年には1.50兆円へ減少した<sup>[9]</sup>。東京商工リサーチによると、2020年の旅行業の倒産件数は26件、2021年は31件となり、コロナ禍を要因とした倒産は2020年に7件、2021年に25件であった<sup>[10]</sup>。倒産件数は宿泊業よりも少ないが、大手旅行会社は大規模な組織改革や資本金を減資する等の構造改革を敢行した<sup>[11]</sup>。海外渡航が制限され、国内でも県域を跨ぐ移動が自粛されてきたことから、遠距離に送客するほど利益が上がる構造である旅行会社にとって厳しい市場環境が続いている。一方で、資金繰り支援の融資の返済開始が迫っている。

1. コロナウイルス感染症の影響によって、訪日外国人消費動向調査の1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査は中止。0.1兆円は、2021年10-12月期の1人当たり旅行支出等を用いて試算した結果。

2. 旅館業法の認可を受けているホテルや旅館等。住宅宿泊事業法による民泊は含まれない。

3. 第一種旅行業者を中心とした主要旅行業者45社・グループの取扱高の速報値。

### 3. 旅行産業の雇用・労働に関する課題

#### (1) コロナ禍以前からの課題

##### ① 観光需要の偏り

旅行目的には、観光・レクリエーション<sup>4</sup>（以下、観光）、ビジネス、親族・知人訪問の3つがある。ビジネス目的は月別の偏りが大きく平日に発生する安定した旅行需要であり、かつ、変更可能な航空や鉄道のチケットが必要であったり、交通手段や宿泊施設でもビジネスができる環境を優先したりすることから、観光需要よりも旅行単価が高い傾向にある。一方、観光目的と親族・知人訪問目的は旅行需要の発生時期や往訪先に偏りがあり、かつ、安価な価格が好まれる傾向にある。観光需要はイベントリスクに影響されやすいが、親族・知人訪問目的はイベントリスク発生後に戻りやすい需要とされている。しかし、コロナ禍では帰省もままならない状況が続いた。

日本人の国内旅行の目的は、観光が6割、ビジネスが2割強、帰省・知人訪問が1割強であり、ここ10年ほどの間、この割合は安定している<sup>[5]</sup>。訪日外国人旅行の目的は、近年観光目的が増加し続け、2019年は観光が7割強、ビジネスが1割強、その他が1割の割合となった<sup>[2]</sup>。このため、わが国の旅行産業は、大部分を占める観光需要に起因する需要変動の影響を大きく受けることになる。

日本人の観光旅行は、年末年始、ゴールデンウィーク・シルバーウィーク・三連休といった祝日を核とした連休、お盆や夏休み、土日に発生することが多く、平日の観光需要は低い<sup>[12]</sup>。

一方、日本には多様な国・地域から外国人旅行者が来訪し、それぞれの国・地域での休暇・休日の制度や休暇取得の実態が異なるため、外国人旅行者の訪日時期は日本人国内旅行よりも平準化されている。また、2019年の訪日外国人旅行者の平均滞在日数は8.8泊であり、最も短い韓国人旅行者の平均が5.1泊、欧米豪からの旅行者の泊数は2週間前後である<sup>[2]</sup>。外国人旅行者は平日にも日本国内を観光旅行し、ビジネス需要とともに、旅行産業にとって有難い平日需要になっていた。

しかし、訪日外国人旅行者数が2019年に3,188万人に達しても、その延べ宿泊者数は1.2億人泊であり、同年の日本人の延べ宿泊者数4.8億人泊の1/4に過ぎない<sup>[6]</sup>。わが国の旅行産業、特に宿泊業は、観光需要が発生する時期の偏りに長く悩まされてきた。

##### ② 労働生産性と賃金水準

業種別労働生産性（2018年度）をみると、全産業平均（金融保険業を除く）が730万円であるのに対し、宿泊業は510万円と低い水準にある<sup>[13]</sup>。宿泊業における「きまって支給する現金給与額」は、訪日外国人旅行者数の増加に後押しされて2010年以降増加傾向となり2019年に266.3万円となったが、全産業平均の338万円よりも低水準である<sup>[14]</sup>。

旅行業については、宿泊業ほどには労働生産性や雇用の状況についての詳細な分析がなされていない。ここでは、企業活動基本調査からわかる旅行業の営業利益率についてのデータを確認しておこう。生活関連サービス業・娯楽業の売上高営業利益率（2018年度）は9.0%、飲食サービス業は3.7%、小売業は2.8%、旅行業は

4. 観光・レジャーとも言う。

1.85%であり、他のサービス業と比較しても大幅に低水準であることがわかる [15]。

### ③ 労働時間・有給休暇取得

2019年の宿泊業・飲食サービス業の月間労働時間数は、一般労働者において各月とも調査産業計よりも長くなっている [16]。旅行業が含まれる生活関連サービス業・娯楽業は調査産業計と同水準であるが、この区分には様々なサービス事業が含まれるため、旅行業の実態は明確ではない。

2019年の年次有給休暇については、調査産業計の平均付与日数が18.0日、平均取得率は56.3%であり、宿泊業・飲食サービス業では16.2日、41.2%、生活関連サービス業・娯楽業は16.8日、46.7%であった [17]。

### ④ コロナ禍以前からの旅行産業の雇用・労働に関する課題

わが国の観光需要には、休暇・休日の制度等に起因する時期による変動があり、旅行産業はこれを経営の与件として受け入れざるを得ない。このため、宿泊業では、閑散期に合わせて正規雇用者数が確保され、給与水準は全産業平均より低く、労働時間は長く、有給休暇取得が進んでいない。また、旅館の担当業務によってはいわゆる「中抜け」等の特殊な勤務形態をとることから、コロナ禍以前から人材確保が難しい状況が続いていた。さらに、宿泊業の離職率（2019年）は、5人以上の事業所で2.69%、30人以上の事業所で2.42%となっており、全業種平均のそれぞれ1.98%、1.80%を大きく上回っている [18]。観光庁等の検討会では、人材不足は従業員だけでなく、経営人材にも及んでいるとの指摘もなされていた。旅行業については、詳細なデータを入手できていないことから、観光

需要の偏りによる影響があるとの指摘にとどめたい。

### (2) コロナ禍で新たに発生した課題

前述の課題に加えて、旅行産業にはコロナ禍の影響と考えられる動きが生まれてきた。この中から、雇用・労働に影響を及ぼす3つの動きについて注目したい。

一つ目は、安全・安心への対応であり、感染症予防のために様々な施設や機器の導入が行われ、接客やサービス提供の仕方に変化が生じている。この傾向は今後も継続し、安全・安心の確保のために必要な投資が行われていくだろう。旅行者に安心してもらうためにも、従業員の安全や健康を守ることが大前提であるから、こうした機会を活用して、労働環境の改善へと繋げていきたい。

二つ目は、旅行形態の変化である。日本人国内旅行に占める団体旅行の割合は毎年減少し2020年には7.3%となった [5]。個人旅行が圧倒的な割合を占める中で、コロナ禍においては一人旅が増加し [19]、旅行産業は一人または少人数での旅行に施設やサービスの内容を適応させていく必要が生じている。こうした団体旅行から個人旅行へのシフトはここ10年ほどの間に決定的になってきた動きであるが、装置産業であること、利益率が低いことなどを背景としてビジネスモデルの転換が遅れている事業者が少なくないのが実態である。

三つ目はデジタル・トランスフォーメーション（DX）の進展である。宿泊施設への予約経路はネットで予約が完結するオンライン・トラベル・エージェンツ（OTA）の利用割合が最も多く、かつ増加しており [20]、訪日旅行は、中国やベトナム等の一部の国を除いて、大半がOTAを通じて個人手配される [2]。非接触型のサービスや決済手段の導入、労働生産性の向上のため等にもDXが導入されており、この傾向は止まることはない

だろう。経営者はもちろんのこと、従業員もDXについての理解を深め、自らの仕事の内容をより人間でなければできないことに特化し、やり甲斐のある仕事とするためにDXを活用していくことが求められる。

#### 4. 旅行産業の雇用・労働の今後について

コロナ禍によって旅行産業の企業活動は長く制約されてきたが、今年のゴールデンウィークにおける人々の国内外への動きをみると、旅行意欲は決して衰えてはいないことがわかる。アジア・欧米豪からの訪日意欲も高い<sup>[21]</sup>。コロナ禍の収束とともに、それまで我慢を強いられていた旅行需要は一気に戻ってくると予想される。現に、違った姓が混在している家庭は珍しくない。給制約が生じる状況になった。この特需のような状況を誤解し、コロナ禍以前のやり方と同じで良いと考えてしまうことは危険である。今後の旅行産業の方向性は、単なる復旧ではなく、世界の旅行市場を見据えた革新的な復興であって、旅行産業で働く人々にとってより活躍の舞台が広がるものであってほしい。

このためには、旅行市場の動向に的確に対応し、DX等の新しい技術を活用し、労使が力を合わせて労働生産性を向上させることが重要である。まず、分子を増やす発想が大事だ。すなわち、サービスの内容を充実させて適正な価格を設定し、顧客が納得して購入してくれるようにすることである。良いモノを安く売るというわが国の御家芸はサービスの総体である旅行分野でも発揮されているが、良いサービスは高いという世界の常識に基づいて、旅行消費単価の向上に努めることが大事だ。安価を追求し過ぎると、旅行の安全・安心を損なうだけでなく、現場で働く人々への搾取に繋

がってしまう。そして、良いサービスを提供するのは「人」であるから、良い人材を確保するために労働分配率を向上させ、賃金水準や労働環境を改善していかなければならない。サービスを磨く過程で、顧客が必要としない無駄なサービスやおもてなしは勇気を持って廃止していくべきである。また、職場での休暇改革を経営改善へと繋げる努力も必要である。コロナ禍で従業員の休みを増やして、休館日を設けたり、施設メンテナンスの効率化を図ったりすることによって、かえって収益が向上した宿泊施設もある。顧客開拓に挑戦していくことも大事だ。旅行業者の眼前には、これまでほとんど取り扱ってこなかった訪日外国人旅行市場が広がっている。地域の人々を域外に送客することを専らとしてきた第二種・第三種の旅行業者には、観光地域づくり法人（DMO）等と協力して域外からの誘客に取り組み、地域活性化に貢献する道も拓けている。

労働生産性の向上を実現するために観光需要の平準化は避けては通れない課題である。需要変動は、宿泊事業者の経営努力が届かない日本の休暇・休日の制度や慣習によって生じており、有給休暇や長期休暇の取得促進は、産業界の理解を得ながら国を挙げた取り組みとしていくことが求められる。

こうしたことが総合的に実現していけば、旅行産業の魅力は高まり、若者の参入が期待でき、事業承継の問題も軽減していくと期待される。

最後に、私の希望を込めた提案をしたい。旅行産業における仕事をもっと魅力的になり、生涯を通じて取り組むことができるようになるために、本人の負担にならない範囲で、関連するビジネスとの副業・兼業や他組織への出向を通じた外部で経験する機会の創出が促進されるとよいと考える。コロナ禍で自然を楽しむ旅が好まれてきているが、旅館のスタッフが近辺の自然を案内できるガイド

でもあったら、その旅館のサービスは差別化されたものにならないだろうか。観光地域が一体となってブランド力を上げていく取り組みが各地で本格化しているが、その観光地域づくりの重要な担い手である宿泊施設から定期的にDMOへ出向し、地域のことをよく理解し人脈を築いたなら、そのスタッフは宿泊施設にとってより素晴らしい戦力にならないだろうか。旅行会社も得意のマーケティング力等を活用して、これまでと異なる形で観

光地域とのつながりを持つことによって、従業員がより魅力的な商品を企画できるようになるのではないだろうか。

旅は人の本質に近いところにあり、決してなくなりはない。コロナ禍から立ち上がる過程において、人生を豊かにする旅行を扱う産業に従事していることに誇りを持てる職場づくりが志向されることを期待している。

## 参考文献

- [1] 日本政府観光局（JNTO）訪日外客・出国日本人数データ、各年
- [2] 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、各年
- [3] 財務省「貿易統計」、2019年
- [4] 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」、2021年
- [5] 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、各年
- [6] 観光庁「宿泊旅行統計調査」、2019-2021年
- [7] 東京商工リサーチ「宿泊業の倒産動向調査」、2020年、2021年
- [8] 帝国データバンク「旅館・ホテル経営者の動向調査（2021）」、2022年
- [9] 観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」、2019年、2020年、2021年
- [10] 東京商工リサーチ「旅行業の倒産動向調査」、2020年、2021年
- [11] 日本経済新聞「JTB、1億円に減資へ 「中小企業扱い」で税負担軽減」、2021年2月23日
- [12] 観光庁「GWにおける観光旅行調査」、2010年
- [13] 財務総合政策研究所「法人企業統計調査」、2018年度
- [14] 厚生労働省「賃金構造基本統計調査」、各年
- [15] 経済産業省「企業活動基本調査確報 ー平成30年度実績」
- [16] 厚生労働省「毎月勤労統計調査」、各年
- [17] 厚生労働省「就労条件総合調査」、各年
- [18] 厚生労働省「毎月勤労統計調査」（2021年8月実施）より観光庁が算出したデータを引用
- [19] 公益社団法人日本観光振興協会「令和2年度版 観光の実態と志向 ～第39回国民の観光に関する動向調査～」
- [20] リョケン「ネット予約・検索対策等の状況調査」、各年
- [21] 株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回新型コロナウイルス影響度特別調査）」、2021年5月24日