

SAMPLE

特集レポート No. 071

OTAの台頭と既存代理店の対応

Strictly Confidential

 Info Mart Corporation

2017年 6月28日

はじめに

- 旅行をおこなう個人・法人の需要は、今後も安定して推移すると考えられる。しかしその一方で、インターネットやモバイルといったITの発展、消費者の嗜好の多様化、高級志向・節約志向の二極化、などといった環境の変化が起こりつつある
- このような環境変化の中で、OTA(Online Travel Agent: オンライン旅行会社)の台頭などによる競争環境の激化や、消費者による個人旅行の増加などが進み、旅行商品の組成・販売などを手がける旅行代理店にとっては厳しい状況が続いている
- 本レポートでは、旅行に関する市場や新たな動向を整理することで、厳しさを増す業界環境の中で、既存の旅行代理店がとるべき生き残り策について考察をおこなう

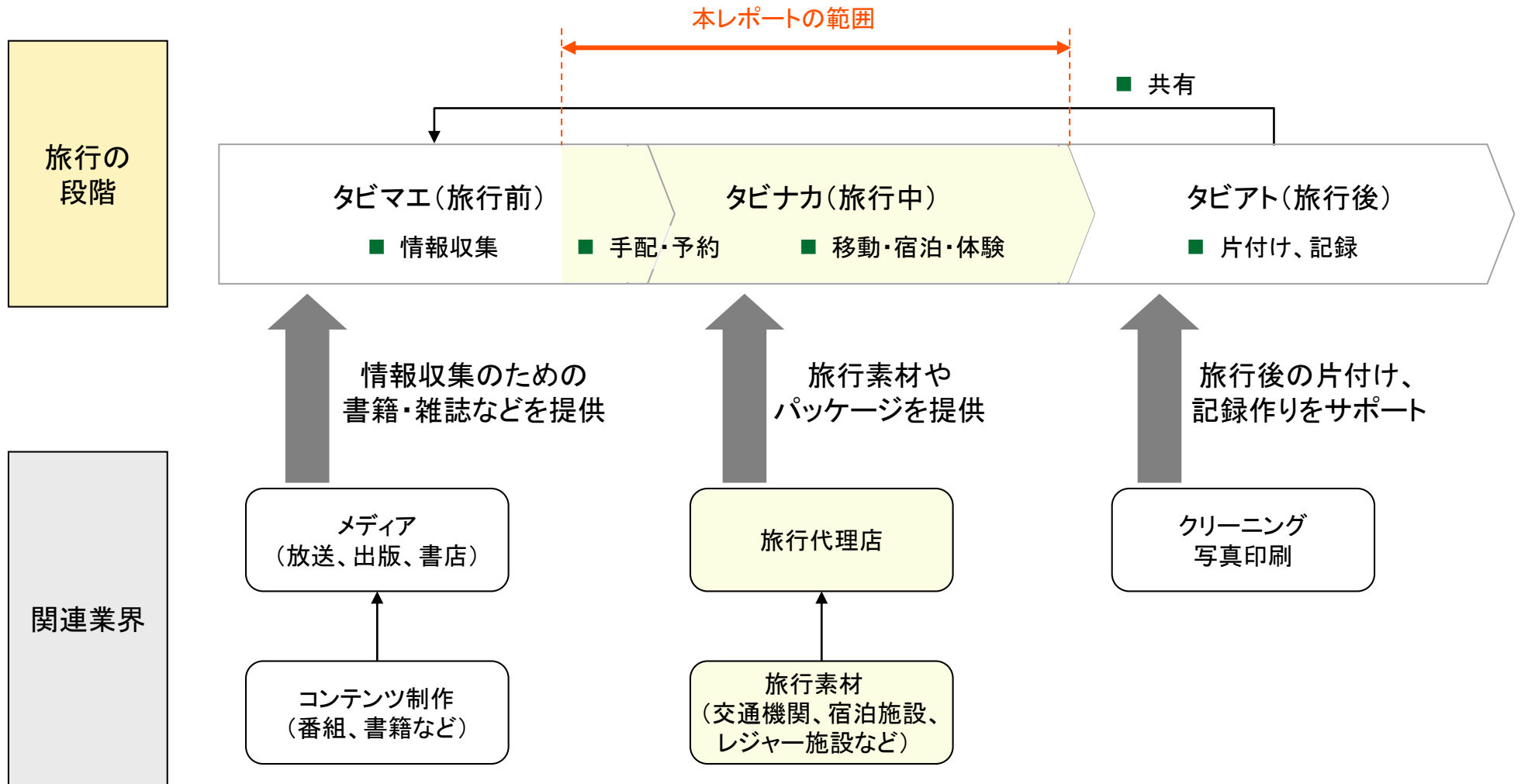
本資料の流れ



- I. 旅行業界の事業環境
- II. オンラインサービスの拡大
- III. 既存代理店の対応

旅行業界のバリューチェーン

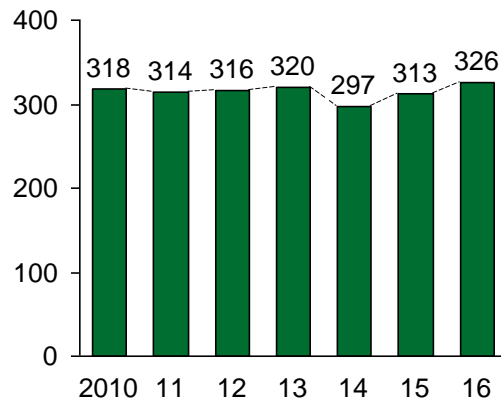
- 旅行業界では、旅行素材・パッケージツアーを中心としてさまざまなサービスが関わる



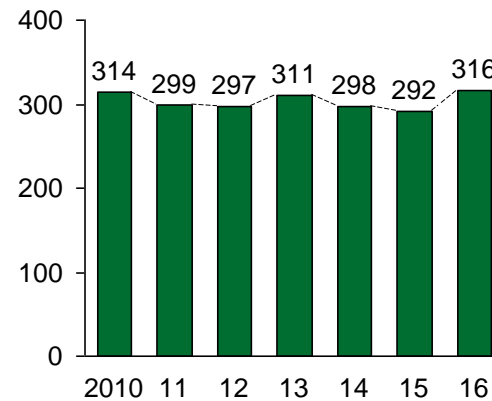
旅行者数、旅行消費額の推移

- 旅行での消費額は、景気や社会情勢の影響をある程度受けながらも、比較的安定して推移している

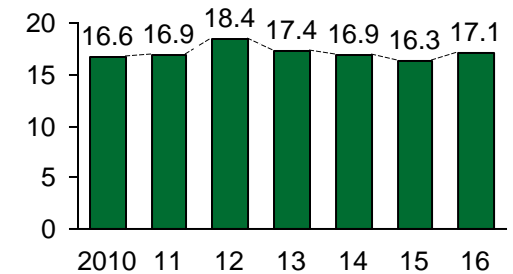
国内宿泊旅行



国内日帰り旅行



海外旅行



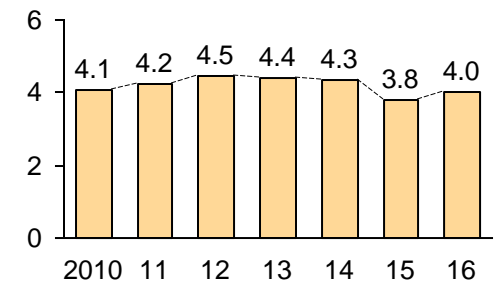
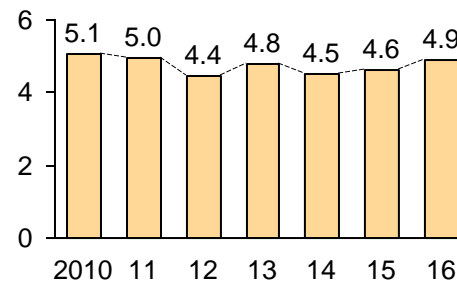
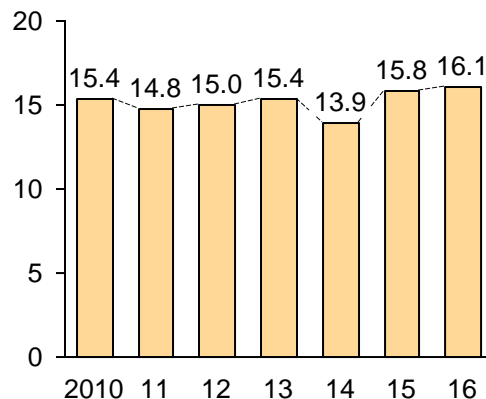
延べ
旅行者数

(単位:百万人)

旅行消費額

(単位:兆円)

(運賃、宿泊費
を含む)

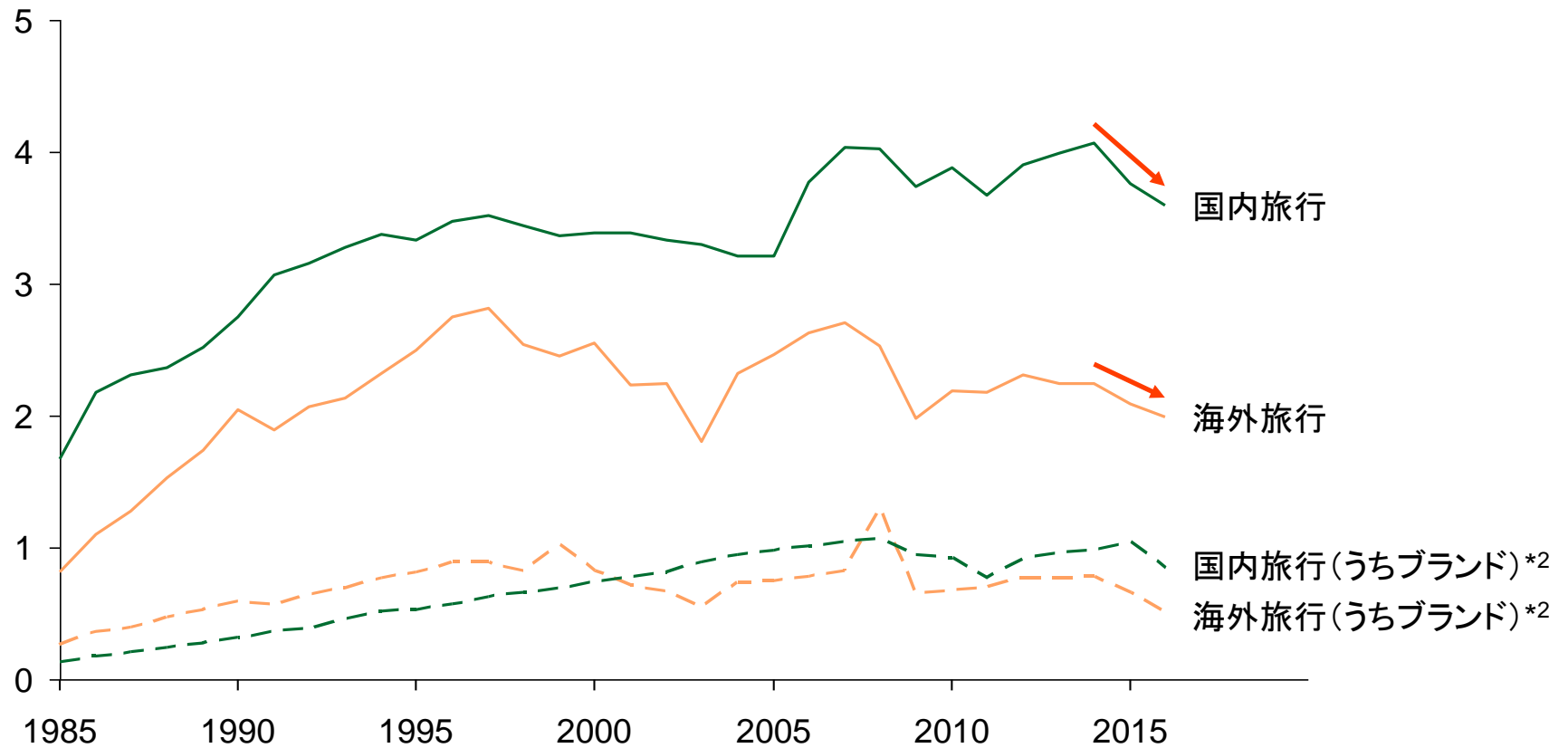


旅行代理店の旅行商品取扱額

- 主要旅行業者の取扱額は、足もとでは減少している

主要旅行業者*1の取扱額の推移

(単位: 兆円)



注: *1. 主要な旅行業者約50社の集計(楽天など、一部のOTA大手を含む)

*2. 募集型企画旅行(旅行会社が企画して販売する旅行商品、いわゆるパッケージツアー)の販売額

出所: 観光庁「旅行業者取扱額」

SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

