

일본의 관광 및 숙박업계 분석

1. 최근 업계 동향

1) 국내 관광업계 변화

- 2012년 국민 1인당 국내 숙박여행 횟수는 1.4회(2011년 대비 7.7% 증가)이었으며, 국민 1인당 국내 숙박여행 일수는 2.2박(2011년 대비 7.7% 증가)이었음
- 한편 2012 일본인 국내 관광여행자 수는 당일여행이 2억 430만 명(2011년 대비 3.8% 증가)이었으며, 숙박여행은 1억 7,876만 명(2011년 대비 5.2% 증가, 2010년 대비 4.3% 증가)이었음
- 동일본대지진의 여파로 줄어들었던 국내 관광객 수가 그 이전 수준으로 되돌아가고 있는 것으로 보임

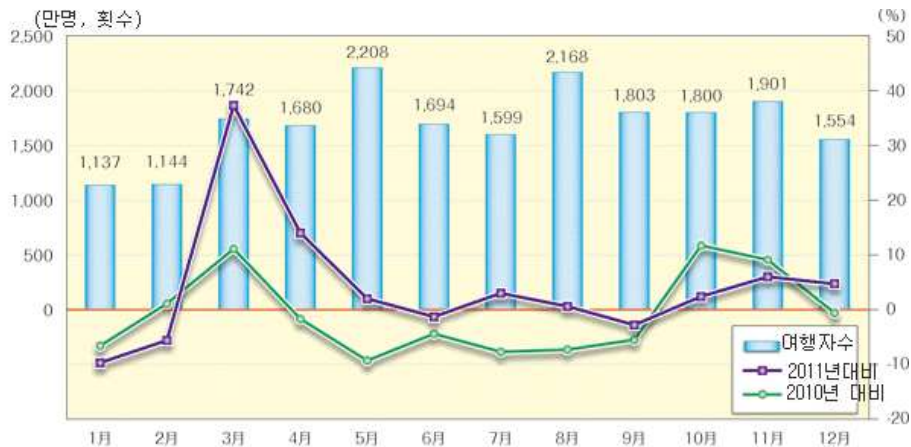
〈그림1〉 국내숙박 관광여행의 숙박일수 및 횟수 추이



자료: 観光白書2013에서 인용

- 지난 2012년은 일본 여행업계의 가장 큰 이슈는 ‘저가항공사’의 시장 진입이었음
- 2012년 3월 일본의 첫 번째 저가항공사인 Peach Aviation이 오사카-삿포로 등 2개 노선에서 운항을 시작했음
- 그 후 같은 해 7월에는 Jetstar Japan이 8월에는 Air Asia Japan이 취항하여, 2013년 3월말 현재 일본 저가항공사 3사가 11개 국내노선, 5개 국제노선에 취항한 상태임

〈그림2〉 국내 당일관광여행자 수 월별 추이(2012년)



자료: 観光白書2013에서 인용

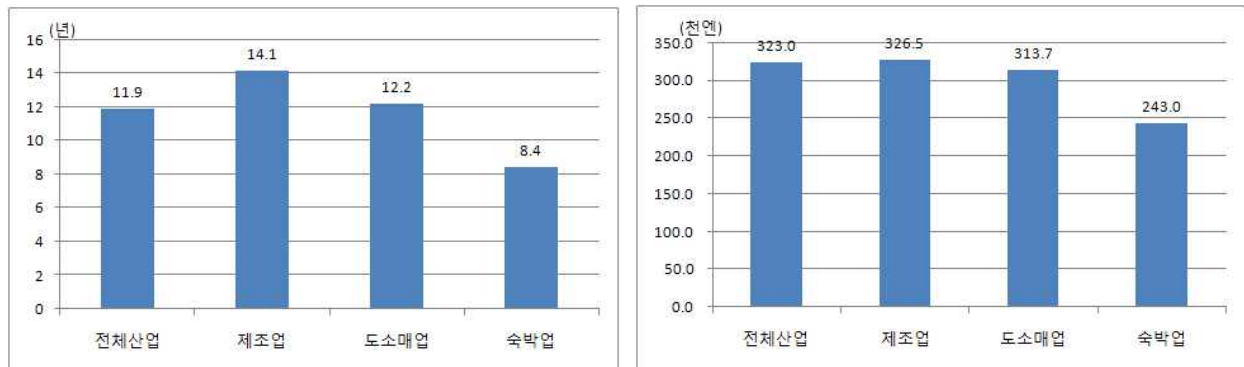
- 한편 2012년 일본 관광업계의 또 다른 변화는 새로운 일본의 관광명소로 ‘도쿄스카이트리(Tokyo Sky Tree)’가 급부상한 것임
 - 2013년 3월말 현재 약554만 명이 방문했으며, 상업시설 ‘도쿄소라마치’ 등과 합치면 방문객 수는 4,476만 명에 이르는 등 새로운 관광명소로 주목을 받고 있음
 - 또한 같은 해 10월에는 도쿄역이 과거의 모습으로 복원되어 새롭게 모습을 드러내는 등의 이벤트가 국내외 관광객의 관심을 받기도 했음

2) 일본 숙박업계 주요 특징

- 일본 숙박업계는 가족경영 사업자가 많고 100년 이상의 역사를 곳도 적지 않음
 - ‘가족경영’에 기반을 둔 숙박업체는 조직체제가 정비되어 있지 않아서 경영자의 자질과 능력에 따라 실적이 크게 달라지는 특징을 나타냄
 - 또한 종업원의 노동형태는 임금 수준이 평균 이하 일뿐 아니라 이른 아침부터 심야까지의 장기간 노동으로 정착 비율이 비교적 낮기 때문에 종업원 교육 효과를 기대하기 어려운 문제를 안고 있음
- 이미 오래전부터 일본에서는 여행형태가 단체여행에서 개인·그룹여행으로 전환되고 있음
 - 이런 변화에 따라 숙박시설의 가동률이 낮아지고 연회 등이 감소하면서 숙박비 이외의 부대 매출이 감소하고 있음
 - 특히 대형 숙박업체는 1960~1990년대 말에 걸쳐서 단체여행객을 유치할 목적으로

객실을 늘리는 등의 설비투자를 대규모로 추진한 결과, 고정비에 따른 수익악화가 심각한 수준에 도달한 곳이 적지 않은 상황임

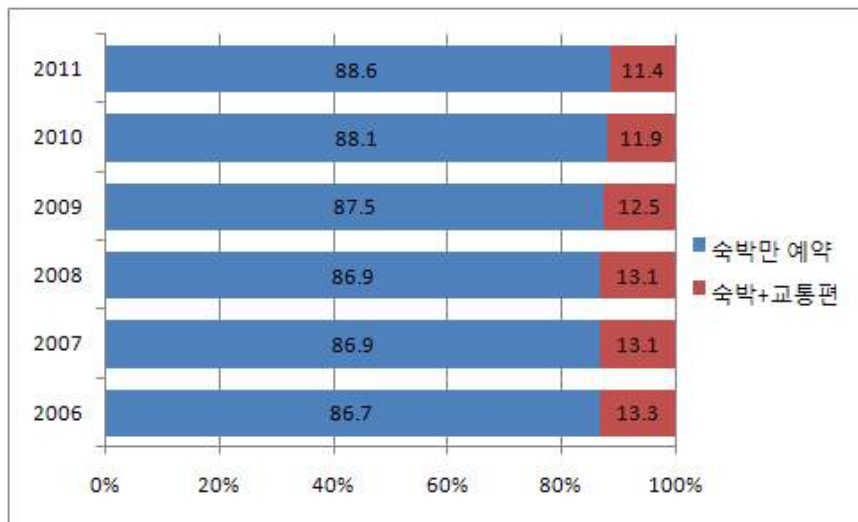
〈그림3〉 일본 산업별 평균근무연수 및 임금 동향(2010년)



자료: 厚生労働省, ‘平成22年賃金構造基本統計調査(全国)’에서 작성

- 대부분의 숙박업체는 객실의 상당부분을 여행대리점(에이전트)을 통해 판매하고 있음
 - 여행대리점에 지불하는 수수료는 인터넷을 경유하는 경우는 5~10%이며, 대인창구 판매와 같은 종래 판매형태의 경우는 15%정도인 것으로 알려져 있음
 - 최근에는 전체 객실판매에서 차지하는 인터넷 경유 비중이 크게 증가하면서 수수료 인상 압박을 받고 있는 상황임
- 따라서 숙박업체는 수익안정화를 위해 고객층 변화를 주시하면서 판매채널 최적화에 힘쓰고 있음
 - 여행을 계획하면서 패키지 상품(숙박, 교통 포함)을 선택하는 비중이 점차 줄어들고 있음
 - 반면 패키지상품보다 ‘숙박’ 만 예약하고 떠나는 여행 비중이 점차 증가하고 있는 추세임
 - 2006년 13.3%였던 패키지상품 비중이 2011년에 11.4%로 감소했음
- 이렇게 여행형태와 객실판매 방법이 변하면서 에이전트를 통한 단체여행이나 패키지상품에 의존해 온 숙박업체의 사업환경이 점차 악화되고 있다고 할 수 있음
 - 그러나 개인고객을 대상으로 양질의 서비스와 식사로 높은 평가를 받고 있는 숙박업체는 비교적 타격이 적을 것으로 전망됨
 - 그러나 아무리 단체여행 비중이 줄어들고 있다하더라도, 실제 100실 이상의 대규모 숙박업체의 경우에는 객실 가동률을 높이기 위해 에이전트를 통한 단체여행객 유치에 의존할 수밖에 없을 것임

〈그림4〉 여행 형태별 비중 변화 추이



자료: じゅらんりサーチセンター, ‘宿泊旅行調査2011’에서 작성

- 일반적으로 일본의 전통적인 숙박업체(‘료관’으로 불리는 일본의 숙박시설)의 매출구조는 숙박자 수×단가(총 소비단가)로 결정되기 때문에 매출을 늘리기 위해서는 숙박 인원수를 늘리거나 단가를 높이는 방법밖에 없음
 - 그런 측면에서 숙박 이외의 결혼식장, 각종 모임 및 행사 등의 매출 비중이 높은 도시의 호텔과는 크게 차이가 난다고 할 수 있음
 - 따라서 일본의 료관은 서비스 향상으로 단가를 올리거나 숙박인원을 늘리는 등의 경영 노력을 하고 있으나 숙박수요 확대를 기대하기 어려운 상황이기 때문에 공급 과잉 구조에 따른 수익악화를 피하기 어려울 것으로 보임
- 요리에 각별히 신경을 쓰는 료관은 매출원가가, 종업원 서비스를 중시하는 료관은 인건비가 높은 경향이 있음
 - 그러나 어느 경우든 감가상각 이후의 경상이익을 매출의 10% 정도로 유지하지 못하면 중장기적으로 설비투자나 그로 인한 차입금 상환에 지장을 초래할 가능성이 매우 높아짐
 - 숙박 수요가 왕성한 시기에는 이러한 수익확보가 가능하겠지만 1990년대 이후 여행 수요가 감소하고 있는 상황에서 일정 수준 이상의 수익을 유지하기는 점점 더 어려워져가고 있음
- 한편 호텔과 같은 숙박업체는 전형적인 장치산업이기 때문에 투자부담이 상대적으로 크다는 특징이 있음

- 숙박업체의 대차대조표에서는 중요한 자산항목으로 현금과 예금 그리고 외상매출금 등의 유동자산도 있지만, 고정자산인 설비와 토지 및 건물이 차지하는 비중이 상대적으로 큰 것이 또 다른 특징임
 - 한편 부채항목에서는 설비투자금의 대부분을 대출로 충당하기 때문에 장단기 차입금이 증가하는 경향이 있음
- 따라서 관광업계에서는 고객의 니즈와 시대별 유행을 반영하여 집객 능력을 유지하기 위해 일정한 간격으로 새로운 투자를 할 필요가 발생함
- 예를 들어 테마파크가 일정 기간마다 새로운 어트랙션을 개발하여 집객력을 유지하는 것이 그 좋은 사례임
 - 숙박업계도 테마파크와 크게 다르지 않은데, 대체로 15~20년 정도의 간격으로 대대적인 수리와 보수를 하는 경우가 많음
 - 그러한 보수공사를 하기 위해서는 적지 않은 자금이 필요하기 때문에 언제든지 필요한 자금을 조달할 수 있도록 사전에 재무 설계를 해 놓는 것이 바람직함
- 일본의 대규모 료관은 대부분 숙박수요가 절정에 달했던 지난 1990년대에 설비투자를 했기 때문에 15년 정도가 경과한 지금이 설비투자를 위해 자금을 조달해야 할 시기임
- 특히 2011년 지진과 해일 피해를 입은 도호쿠(東北)지역의 료관은 손실된 설비를 보수하기 위한 자금계획 대책이 매우 중요한 과제임
- 마지막으로 일본 숙박업계의 건전성 지표를 검토해 보면, 부채비율을 적절히 관리하는 것도 중요해 보임
- 매출의 10%정도의 경상이익(감가상각 이전)을 확보한다는 전제에서 채무가 매출의 1.5배 이내라면 상환하는데 지장이 없을 것으로 전망됨
 - 즉 이러한 이익과 부채를 유지한다면 일정한 간격으로 새로운 설비투자를 반복하는 것도 가능할 것으로 보임
 - 이자를 납부해야 하는 부채가 매출의 2배정도라면 경영노력을 계속한다는 전제로 사업을 지속하는 것은 무리가 없을 것임

2. 시장 규모

1) 지속되고 있는 숙박업계의 부진

- 1996년에 9.92조 엔에 달하던 일본의 여행취급액이 2011년에 6.29조 엔으로 36.6% 감소했음
- 국외여행은 1996년 5.81조 엔에서 2011년 3.49조 엔으로 감소했으며, 국내여행 역시 같은 기간 동안 4.06조 엔에서 2.74조 엔으로 줄어들었음
- 줄곧 감소하던 여행취급액이 2000년대 들어와 다시 증가하는 추세를 보였으나, 글로벌 금융위기 이후 국내외 모두 다시 감소세로 돌아섰음

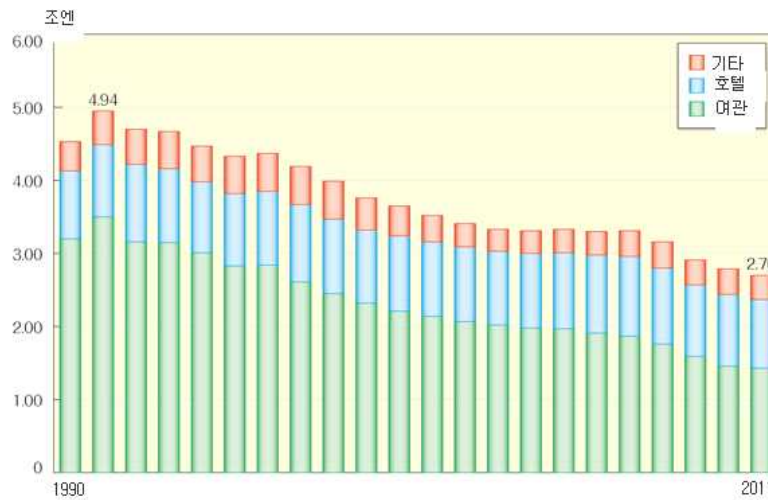
〈그림5〉 여행사의 여행취급액 추이



자료: 観光白書2013에서 인용

- 호텔과 료관을 포함한 숙박업 시장규모도 1991년 4.94조 엔을 기록한 이후 지속적으로 감소하고 있으며, 2011년에는 2.70조 엔으로 45.3% 감소했음
- 특히 료관의 시장규모 감소 추세가 심각한 수준으로, 지난 20년 동안 절반 이상 감소했음
- 반면 호텔 시장규모는 통폐합을 통한 업계구조 변화와 더불어 외국인 관광객이 지속되면서 일정 수준을 유지하고 있는 상태임

〈그림6〉 숙박업 시장규모 추이



자료) 레ジャー白書2012에서 인용

- 한편 2006년 일본 국내외에서 대규모로 진행되었던 ‘Visit Japan 캠페인’이 있었던 이후 일본 방문 외국인 관광객 수는 증가하고 있는 추세임
 - 2006년 행사를 기점으로 전후를 비교하면, 최근에는 외부요인으로 증감 폭이 커진 것이 특징임
 - 최근 증가하고 있는 외국인관광객 수 증가는 일본정부의 적극적인 홍보에 의한 성과라고 할 수 있음

〈그림7〉 일본방문 외국인여행자 수 추이

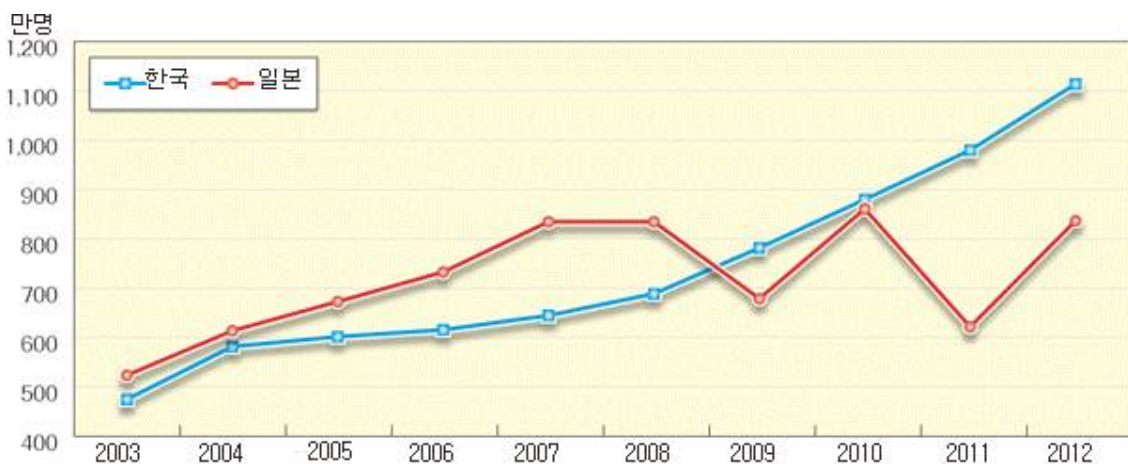


자료: 観光白書2013에서 인용

- 최근 10여년 사이 일본에서는 관광 관계자뿐 아니라 각 지역에서 외국인 관광객 유치의 필요성이 제기되면서 그 성과도 커지고 있는 상황임

- 관광산업이 일본 미래의 중요한 성장산업이라는 인식이 확산되고 있기 때문에 외국인 관광객 유치 노력은 점차 강해질 것으로 전망됨
 - 특히 일본 관광청이 관민이 연계된 외국인관광객 유치 체제를 정비하고 있어 앞으로의 성과가 더욱 기대되고 있는 상황임
- 그러나 이러한 노력과 성과에도 불구하고 일본 국내외에서는 일본을 ‘관광후진국’에서 겨우 ‘관광신흥국’이 되었다는 평가를 하고 있음
- 일본 방문 외국인 관광객 수는 861만 명으로 과거 최고치를 기록했던 2010년에도 일본은 세계 30위, 아시아에서는 8위였음
 - 또한 2010년 국제관광수입을 비교하더라도 일본은 세계 10위, 아시아에서는 8위를 기록했음
- 일본의 관광예산은 2013년도에 약112억 엔으로 약704억 엔(2011년도)에 달하는 한국의 관광예산에도 크게 못 미치는 수준임
- 2008년까지는 한국보다 일본이 외국인 관광객 수가 많았으나, 그 이후 역전된 상태임
 - 2012년 일본의 외국인 관광객 수는 837만명(잠정)인 반면 같은 해 한국의 외국인 관광객 수는 1,100만 명이었으며, 2013년(잠정)에는 1,250만 명이 될 것으로 전망됨

<그림8> 외국인 여행자 수 한일 비교 추이



자료: 観光白書2013에서 인용

- 일본은 이미 인구가 감소하는 단계에 진입했고, 앞으로 인구감소와 저출산고령화로 국내시장 축소가 불가피한 상황임

- 이러한 상황에서 일본 경제를 활성화시키기 위해서는 해외수요, 특히 앞으로 성장이 기대되는 아시아를 비롯한 신흥국의 수요를 활용하는 것이 중요함
- 또한 앞으로 기업들은 보다 적극적으로 글로벌화를 추진하게 될 것이며, 이로 인해 국경을 넘어 이동하는 인구가 꾸준히 증가하게 될 것임
- 이러한 국제 이동 인구를 끌어들이는 전략은 국제상호이해를 도모하고 일본의 경제 활성화에도 반드시 필요한 부분임
- 이렇듯 중요한 의미를 갖고 있는 외국인 관광객 확대와 ‘관광선진국’ 확보를 위해 일본의 노력은 앞으로도 계속될 것으로 보임

3. 숙박업체 도산 현황

1) 건수 및 부채 추이

- 일본에서 호텔과 료관의 폐업이 줄어들지 않고 있으며, 갈수록 도산 건수도 증가하고 있음
 - 2013년 4월 1일에는 일본국왕이 숙박하면서 일약 전국적으로 유명해졌던 ‘開花亭’마저 영업을 중지했음
 - 오사카 부유층 사이에서 인지도가 높았던 ‘라마다호텔오사카’도 2013년 말까지 영업을 한 이후 폐업한다고 발표했음
- 일본 후생노동성이 발표한 ‘2011년도 위생행정정보고사례개황’에 따르면 1989년 7만 7269개였던 ‘료관(旅館)’이 2011년도에는 4만 6196개로 줄어드는 등 료관 영업 감소가 심각한 수준인 것으로 나타남
 - 데고쿠데이터뱅크(帝国データバンク)가 발표한 자료에 따르면, 2013년 상반기 호텔 및 료관 경영자의 도산건수는 55건으로 전년 동기대비 같은 수준이었음
 - 월별로 보면 평균 9.2건으로 2013년에도 연간 100건을 넘을 것으로 추정되며, 부채 총액은 451억 2200억 엔으로 지난해 같은 기간에 비해 0.2% 감소했음
 - 분기별로 보면 1사분기(1월~3월)에 KH코포레이션과 聴寿館과 같은 대규모 숙박시설의 도산이 발생하면서 2월과 3월 사이에 부채총액이 100억 엔을 넘었음

〈그림9〉 일본 호텔 및 료관 도산건수 및 부채총액



주) 2013년은 1월~6월 합계

자료) 帝国データバンク자료를 바탕으로 작성

〈표1〉 일본 호텔 및 료관 도산건수 및 부채총액(월별 추이)

월	2010년		2011년		2012년		2013년			
	건수	부채총액 (백만엔)	건수	부채총액 (백만엔)	건수	부채총액 (백만엔)	건수	전년대비 (%)	부채총액 (백만엔)	전년대비 (%)
1	7	9,504	11	5,825	14	10,577	4	▲71.4	6,350	▲40.0
2	6	2,025	11	3,810	9	13,554	9	0.0	10,119	▲25.3
3	10	4,724	10	22,030	9	5,962	12	33.3	12,793	114.6
4	11	3,702	16	15,604	8	2,926	8	0.0	4,565	56.0
5	7	3,078	20	12,943	7	5,811	16	128.6	7,140	22.9
6	9	3,898	12	9,899	8	6,398	6	▲25.0	4,155	▲35.1
상반기 합계	50	26,931	80	70,111	55	45,228	55	0.0	45,122	▲0.2
7	5	3,149	9	10,158	10	1,577				
8	6	3,999	5	1,320	10	13,991				
9	6	3,657	11	5,047	9	7,380				
10	6	1,968	5	2,815	14	7,376				
11	12	15,879	9	6,474	3	344				
12	11	7,752	10	5,290	8	2,505				
연간 합계	96	63,335	129	101,215	109	78,401	110	▲49.5	90,244	▲42.4

주) 2013년 연간합계는 2013년 상반기 실적을 두 배로 계산하여 추계한 수치임

자료) 帝国データバンク자료를 바탕으로 작성

2) 도산 원인

- 2013년 상반기 일본 호텔 및 료관이 도산한 원인을 살펴보면 매출부진과 업계부진 등의 불황이 가장 많은 43건(전체 78.2%)을 기록하고 있음

- 글로벌 금융위기 이후 경기침체와 동일본대지진에 따른 관광부진의 영향을 받아 관광객이 줄어들었기 때문으로 보임
- 또한 과거 설비투자를 하기 위해 대출을 받았던 금융채무가 경영을 압박하면서 도산으로 이어진 사례도 있음

〈표2〉 일본 호텔 및 료관 도산 원인

	2010년	2011년	2012년(구성비%)	2013년(1월~6월)
불황	79	112	92(84.4%)	43(78.2%)
방만한 경영	2	1	2(1.8%)	2(3.6%)
설비투자 실패	4	3	2(1.8%)	2(3.6%)
경영다각화 실패	1	2	1(0.9%)	(0.0%)
기타	10	11	12(11.0%)	8(14.5%)
합계	96	129	109(100.0%)	55(100.0%)

자료) 帝国データバンク 자료를 바탕으로 작성

3) 지역별 분포

- 2013년 상반기 호텔료관 업계의 도산 건수를 지역별로 살펴보면 ‘中部’가 12건으로 가장 많았음(구성비 21.8%)
 - 다음으로는 ‘關東’이 10건(18.2%), ‘近畿’가 8건(14.5%)으로 상위 2개 지역 합계가 전체의 과반수를 넘었음
 - 2010년 이후 ‘中部’ 지역에서 도산이 상대적으로 빈번하게 발생하고 있으며, 최근 도산이 이 지역에 집중되고 있음
 - 도도부현(都道府県)별로는 ‘北海道’ ‘栃木’ ‘長野’ 등이 4건으로 가장 많았음
 - 北關東에서는 동일본대지진의 영향으로 도산에 이른 건수가 많았으며, 앞으로도 이 지역을 중심으로 자연재해관련 도산이 나올 가능성이 높음

〈표3〉 일본 호텔 및 료관 도산 지역별 분포

	2010년	2011년	2012년(구성비%)	2013년(1월~6월)
北海道	7	6	3(2.8%)	4(7.3%)
東北	14	21	12(11.0%)	6(10.9%)
關東	11	18	16(14.7%)	10(18.2%)
北陸	7	9	10(9.2%)	3(5.5%)
中部	24	33	25(22.9%)	12(21.8%)
近畿	15	12	15(13.8%)	8(14.5%)
中国	7	15	4(3.7%)	5(9.1%)
四国	3	2	6(5.5%)	1(1.8%)
九州	8	13	18(16.5%)	6(10.9%)
합계	96	129	109(100.0%)	55(100.0%)

자료) 帝国データバンク 자료를 바탕으로 작성

4) 규모별 분포

- 도산기업의 부채규모별로 살펴보면 ‘1억엔 이상 5억엔 미만’이 20건으로 가장 많았고, ‘5억엔 미만’의 도산건수는 전체의 67.3%를 기록했음
- 부채 50억엔 이상의 대규모 도산은 2013년 6월말까지 2건 발생했으며, ‘10억엔 이상 50억엔 미만’의 도산은 12건(구성비 38.2%)으로 중간 규모의 도산이 비교적 많은 것으로 나타났음
 - 한편 자본금 규모별로 살펴보면 ‘1000만엔 이상 5000만엔 미만’이 22건(구성비 40.0%) , ‘100만엔 이상 1000만엔 미만’이 21건(구성비 38.2%)으로, 두 구간의 도산건수를 합치면 전체의 약80%에 해당됨

〈표4〉 일본 호텔 및 료관 도산 기업(부채액 기준)

	2010년	2011년	2012년(구성비%)	2013년(1월~6월)
5000만엔 미만	8	23	20(18.3%)	12(21.8%)
5000만~1억엔 미만	9	11	10(9.2%)	5(9.1%)
1억~5억엔 미만	41	53	42(38.5%)	20(36.4%)
5억~10억엔 미만	18	14	13(11.9%)	4(7.3%)
10억~50억엔 미만	19	24	22(20.2%)	12(21.8%)
50억~100억엔 미만	1	3	2(1.8%)	2(3.6%)
100억엔 이상	0	1	0(0.0%)	0(0.0%)
합계	96	129	109(100.0%)	55(100.0%)

자료) 帝国データバンク 자료를 바탕으로 작성

〈표5〉 일본 호텔 및 료관 도산 기업(자본금 기준)

	2010년	2011년	2012년(구성비%)	2013년(1월~6월)
개인	5	7	8(7.3%)	4(7.3%)
100만엔 미만	2	2	5(4.6%)	1(1.8%)
100만~1000만엔 미만	22	39	35(32.1%)	21(38.2%)
1000만~5000만엔 미만	52	63	45(41.3%)	22(40.0%)
5000만~1억엔 미만	8	13	10(9.2%)	3(5.5%)
1억엔 이상	7	5	6(5.5%)	4(7.3%)
합계	96	129	109(100.0%)	55(100.0%)

자료) 帝国データバンク 자료를 바탕으로 작성

- 2013년 상반기 호텔 · 료관 도산 기업을 처리방법별로 살펴보면 ‘파산’이 42건(구성비 76.4%)로 가장 많았음
- ‘특별청산’의 7건(구성비 12.7%)을 합치면, 사업지속을 전제로 하지 않는 ‘청산 형태’의 도산이 전체의 89.1%였음

- 한편 계속해서 사업을 하는 것을 전제로 하는 ‘재건형태’에서는 ‘회사갱생법’이 적용된 사례가 2010년 3건 이후 3년 만에 1건이 발생했음

〈표6〉 일본 호텔 및 료관 도산 기업(처리 방법 기준)

		2010년	2011년	2012년(구성비%)	2013년(1월~6월)
청산	파산	69	96	89(81.7%)	42(76.4%)
	특별청산	12	26	15(13.8%)	7(12.7%)
재건	회사갱생법	3	0	0(0.0%)	1(1.8%)
	민사재생법	12	7	5(4.6%)	5(9.1%)
합계		96	129	109(100.0%)	55(100.0%)

자료) 帝国データバンク자료를 바탕으로 작성

4. 여행사 시장점유율

1) 국내여행

- 2011년도 일본의 59개 주요 여행사의 매출(여행취급액)은 전년대비 1.4% 감소한 3.49조 엔으로 4년 연속 감소를 기록했음
 - 2011년 3월 큐슈신간선(九州新幹線) 개통효과로 큐슈지역 여행수요는 호조를 보였으나, 동일본대지진의 여파로 동북지역을 중심으로 여행수요가 크게 감소했음
- 이처럼 어려운 사업환경에서 굳건히 업계 1위를 지키고 있는 기업은 JTB임
 - 여름 성수기의 개인여행이 회복세를 보이면서 23.2%의 시장점유율을 기록했음
 - 그러나 법인수요는 증가세로 돌아서지 못했고, 인터넷 판로에 강점을 지닌 기업들의 공세로 2010년보다 점유율은 0.6%포인트 하락했음

〈표7〉 여행업계 국내여행 시장점유율

	2008	2009	2010
1	JTB	JTB	JTB
2	近畿日本Tourist	近畿日本Tourist	楽天Travel
3	日本旅行	日本旅行	日本旅行
4	ANA Sales	ANA Sales	近畿日本Tourist

자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

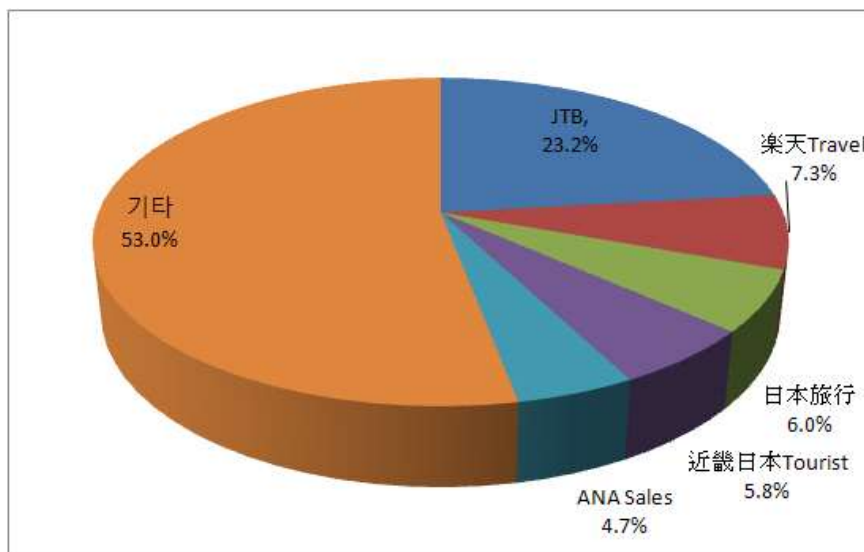
- 한편 업계2위 라쿠텐트래블(楽天Travel)은 2010년에 비해 1.2%포인트 시장점유율을 확대했음

- 운영하고 있는 숙박예약사이트를 경유하여 원래부터 상대적인 강점을 보였던 비즈니스 관련 예약과 함께 개인 관광여행 수요도 늘어났기 때문임
- 특히 4월말에서 5월초 사이에 공휴일이 연이어 있는 ‘골든위크(golden week)’와 여름방학 등의 여행 성수기 직전에 인터넷에서 예약하는 ‘직전예약’이 호조를 보였음

□ 반면 국내여행 업계 3위 日本旅行과 4위 近畿日本Tourist는 고전을 면치 못했음

- 두 회사 모두 개인여행 분야에 마케팅을 집중했으나 인터넷 예약이 증가하면서 상대적으로 시장점유율이 내려갔음

〈그림10〉 여행업계 국내여행 시장점유율(2011년)



자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 업계 5위에는 全日本空輸의 자회사인 ANA Sales가 차지했는데, 오랜 전통을 가진 다른 업체와 달리 인터넷예약이 전체 매출을 끌어올리면서 2010년 대비 0.1%포인트지만 시장점유율을 확대했음
- 이용자가 인터넷에서 항공권과 숙박업소를 자유롭게 조합할 수 있는 ‘다이내믹 패키지’로 불리는 여행상품이 호조를 보였음
- 이 여행상품은 예약 상황에 따라 요금이 자동으로 매일 바뀌는 특징이 있어, 예약이 적은 날에는 저렴한 여행을 갈 수 있다는 장점 때문에 가격지향이 강한 소비자의 지지를 받은 것으로 보고 있음

2) 해외여행

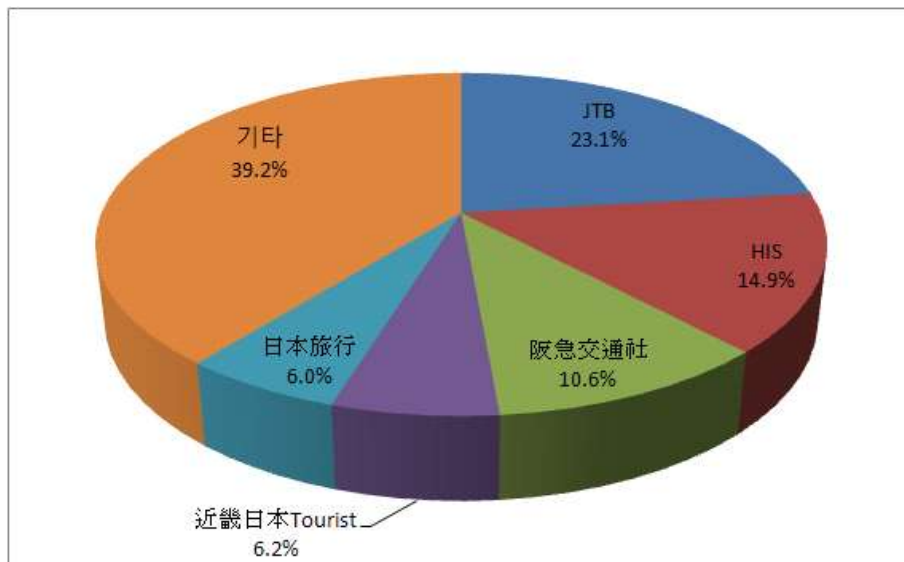
- 2011년 여행사 매출로 살펴본 국외여행 규모는 전년대비 다소 줄어들었으나, 비교적 양호한 실적을 올린 것으로 평가됨
- 줄곧 업계1위를 지키고 있는 JTB는 패키지여행 주력 상품인 ‘Look JTB’의 판매가 호조를 보였음
 - 나란히 앓을 수 있는 좌석을 보장하고, 이용한 호텔과 항공회사를 예약할 때 확정하는, 2010년부터 실시해 온 서비스 품질향상 개혁을 지속할 성과가 나타나고 있는 것으로 평가받고 있음
 - 이 같은 품질개혁은 2011년도에도 지속되었고, 통상적으로 15인 이상의 신청자가 있어야 실행했던 투어를 2인부터 가능하게 하는 등의 변화가 시장점유율 확대로 이어지고 있음

〈표8〉 여행업계 국외여행 시장점유율

	2008	2009	2010
1	JTB	JTB	JTB
2	HIS	HIS	HIS
3	阪急交通社	阪急交通社	阪急交通社
4	近畿日本Tourist	近畿日本Tourist	近畿日本Tourist

자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

〈그림11〉 여행업계 국외여행 시장점유율(2011년)



자료) 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’에서 작성

- 2011년 시장점유율 확대가 상대적으로 컸던 기업은 업계 2위 HIS와 3위 阪急交通社였음
 - HIS는 전용편을 이용한 투어를 늘리는 한편 여행상품 구입과 해외 면세점 쇼핑에 공통으로 적용되는 포인트적립 서비스를 시작한 것이 주요했다는 평가임
 - 반면 비교적 시니어 계층을 상대로 한 여행에 강점을 갖고 있는 阪急交通社は 재해 발생 이후 여행을 자숙하는 시니어 계층이 증가하자, 대폭적인 할인 캠페인을 전개했음
 - 이러한 캠페인이 유럽과 아시아를 중심으로 여행수요를 늘리는데 주요했던 것으로 보임
- 업계 4위 近畿日本Tourist와 5위 日本旅行 모두 많지는 않지만 2011년도 시장점유율을 늘리는데 성공했음
 - 젊은 계층에 강한 HIS와 시니어 계층에 강한 阪急交通社에 비하면 이들 기업들의 소비자 소구력은 다소 떨어지지만 유럽여행에 대한 강점을 살리며 조금씩 존재감을 키워가고 있음

5. 향후 전망

- 일본 전통 여관(료칸)과 같은 숙박업계는 경기변화에 민감할 뿐 아니라 시설 노후화에 따른 개보수에 많은 비용이 발생하는 특징이 있음
 - 특히 집객경쟁과 가격경쟁은 전국적인 체인을 운영하는 비즈니스호텔과 외국계 호텔이 증가하면서 한층 더 심해지고 있는 상황임
 - 또한 투자규모에 맞는 집객에 성공하지 못하면 자금유통이 어려워지는 경우가 빈번하게 발생하면서 도산 건수도 매년 증가하는 추세임
 - 앞으로 저출산·고령화에 따라 숙박여행 시장이 축소될 것으로 전망되기 때문에 일본 숙박업계의 침체는 당분간 지속될 것으로 보임
- 일본에서의 숙박수요는 1990년대 중반과 비교하면 이미 24%가 감소한 상태이며, 2030년까지 연간 16.9%의 마이너스 성장이 예상됨
 - 따라서 국내수요를 환기하는 정도의 대응으로는 근본적인 문제 해결로 이어지지 않을 것으로 보임

- 왜냐하면 예상할 수 없는 호경기를 전제로 하지 않는 한, 고객기반이 되는 생산연령인구가 감소하는 가운데 수요 환기 정책이 얼마나 숙박 고객을 늘릴 수 있는지 정량적으로 분석하는 것이 어렵기 때문임
- 반면 외국인 관광객에 대해서는 아시아를 비롯한 세계시장의 크기와 신흥국의 경제 성장을 감안하면 적절한 시책을 강구한다는 전제에서, 앞으로의 확대가 가능할 것으로 전망됨
- 그러나 장기적이고 안정적인 확대를 도모하기 위해서는 하드웨어뿐 아니라 일본에 대한 외국인의 이미지 등과 같은 소프트웨어의 기반정비도 필요할 것으로 보임
- 특히 물가가 높고 언어소통에 어려움을 호소하는 외국인 관광객을 줄이기 위한 장기적인 대책이 강구되어야 할 것을 전망됨

〈표9〉 일본 방문 전후의 인상(부정적인 이미지): 2007년 조사 결과

		일본방문 이전 인상	일본방문 이후 인상	방문 전후 차이
부 정 적 이 미 지	물가가 높다	15.0	11.1	▲3.9
	언어장벽	3.0	4.5	1.5
	식사가 안 맞다	1.6	1.7	0.1
	불친절하다	1.5	1.0	▲0.5
	교통기관이 불편하다	1.0	1.7	0.7
	도시경관이 아름답지 않다	0.9	0.8	▲0.1
	활기가 없다	0.7	0.9	0.2
	문화와 역사가 훌륭하지 않다	0.7	0.3	▲0.4
	생활수준이 낮다	0.6	0.6	0.0
	자연·시골이 아름답지 않다	0.5	0.5	0.0
	막연히 부정적인 이미지가 있다	0.4	0.2	▲0.2
	쇼핑을 즐길 수 없다	0.3	0.5	0.2
	치안이 나쁘다	0.2	0.3	0.1
	서비스가 나쁘다	0.1	0.4	0.3
	산업·공업제품의 마이너스 이미지	0.1	0.2	0.1
	영화·애니메이션음악의 마이너스 이미지	0.1	0.1	0.0
	기타	0.6	1.0	0.4

자료: 日本政策投資銀行(2012), ‘宿泊旅行を中心とした観光の課題と展望’

〈참고자료〉

1. 日本政策投資銀行(2012), ‘宿泊旅行を中心とした観光の課題と展望’
2. 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’
3. 帝國データバンク
4. 観光白書2013
5. レジャー白書2012
6. じゅらんりサーチセンター, ‘宿泊旅行調査2011’