

パッケージツアーの構造とその変化

—製品アーキテクチャ論からの分析—

野口洋平

1. 論文の概要

(1) 研究の目的

本研究は、日本のパッケージツアーについて、海外旅行の自由化前後の1960年代中頃から、オンライン旅行業が登場する1990年代後半までの期間を対象に、「製品アーキテクチャ論」の視点からの分析と検討を通じて、商品としての構造や特性を明らかにし、パッケージツアーをめぐるイノベーションの契機や仕組み、業界内での競争において採用される戦略について明らかにすることを目的とする。

(2) 研究の方法と手続き

研究の方法として、日本のパッケージツアーに関する先行研究および資料を対象にした文献研究を行う。①パッケージツアーをめぐるイノベーションの契機や仕組み、業界内での競争における対応について、本研究で設定した方法・手順で収集し内容を確認した先行研究を整理した上で、②本研究の目的を踏まえた基準で取り上げたパッケージツアーや旅行業、旅行業界を対象にした先行研究および資料をもとに検討する。分析の枠組みとして、複数企業による複数の旅行サービスから構成されるパッケージツアーの分析に適するという判断から、製品のイノベーションと製品の構造や特性の関係に着目した「製品アーキテクチャ論」を採用する。

なお、本研究では、特に海外パッケージツアーを研究対象とし、インターネット等の情報通信技術の発達や普及によって、産業構造や旅行者との関係性が大きく変化する前の時期を対象とする。また、ランドオペレーターは、パッケージツアーに関する分析と検討において重要な存在であるものの、両者の関係は多様であり、時代とともに変化するなど実態として複数の形態が存在するため、予約・手配の内容を決定する主導権は、基本的に旅行業者側にあると仮定する。

(3) 研究の結果

研究の結果、パッケージツアーについて、その構造や特性、分析する際の視点、中心的な価値を分析することによって、製品アーキテクチャ論からの検討の有効性が明らかになった。また、イノベーションの契機、その仕組み、競争における焦点を分析することによって、業界内の対応を製品アーキテクチャ論から検討することが可能であることが明らかになった。さらに、旅行素材の特性により、パッケージツアーの製品アーキテクチャがオープン型になりやすい傾向がある点、パッケージツアーでは、モジュール間のインターフェース設計ルールを自社だけで閉じることが事実上困難なため、自社の裁量のみで閉じることのでき

る旅行素材としての「旅行者自身によるサービス」が差別化の焦点になる点、パッケージツアーの商品としての中心的な価値は、観光者間の旅行をめぐるスキルの差を補って、利便性や確実性が高い旅行、経済性や合理性が高い旅行を実現する、または最大化するための「旅行サービスの利用の範囲と方法に関する最適な設定」である点を指摘した。その上で、完全なクローズ型の商品が存在しないことを前提に、パッケージツアーにおける「オープン・インテグラル型」製品アーキテクチャが存在する可能性、流通分野の研究成果との関係性、旅行コングロマリット化の戦略の必要性についても指摘した。

(4) 研究の独自性

本研究の特徴は、パッケージツアーについて、イノベーションや競争優位性、消費者との関係性などの産業特性に着目し、学術的、体系的な検討を目的にしている点、従来、主に工業製品をめぐる経営戦略等の分析に用いられてきた「製品アーキテクチャ論」の視点から検討する点、サプライヤーを「部品メーカー」、旅行業を「組立メーカー」と見立てて分析している点、実務に対して戦略の検討などの際の新たな視点を提供しうる点にある。

2. 論文の構成

(1) 全体の構成

本論文は、全体で6章から構成されている。第1章では、研究の背景と目的、構成、研究方法の提示を行う。第2章で、パッケージツアーの構造・特性に関する先行研究の検討を行い、本論文の研究対象であるパッケージツアーの変遷と商品としての構成と特性について確認する。第3章は、本論文における分析の枠組み・分析視点の提示を目的に、製品アーキテクチャ論に関する先行研究の検討を行う。第4章で、海外パッケージツアーの歴史的経緯に関する先行研究の検討を行う。第5章は、第3章で示した製品アーキテクチャ論の視点から、第2章で検討したパッケージツアーの構造・特性、第4章で検討したパッケージツアーの変遷、パッケージツアーをめぐる競争と戦略について分析する。第6章は、結論、研究成果、研究課題の提示を行う。

(2) 第1章の概要

第1章は、本研究の背景、研究の目的、研究の対象、分析の枠組み、研究の方法、各章の概要、使用する専門用語の定義を提示した。

本研究の背景として、パッケージツアーが日本の海外旅行の普及に貢献した点、その誕生から現在まで、商品としての構造や構成においてさまざまな変化があった点、学術研究ではサービス分野からの分析が中心であった点、イノベーション論から検討した先行研究が見当たらない点について指摘した。研究の目的として、インターネット登場前のパッケージツアーについて、製品アーキテクチャの視点から分析すること、商品としての構造や特性、イノベーションの契機や仕組み、戦略を明らかにすることを示した。研究対象として、パッケージツアーとしての特徴が強く現れることを前提に海外パッケージツアーとし、パッケージツアー自体を分析するためにインターネット登場以前とした。分析の枠組みとして、複数

の企業が提供する、複数の旅行サービスの組み合わせとしてのパッケージツアーを分析する視点として、主に工業製品をめぐる経営戦略等の研究において用いられ、製品のイノベーションと製品の構造や特性の関係に着目した「製品アーキテクチャ論」が有効であると考えた。研究の方法としては、本研究の目的を踏まえた基準で取り上げた先行研究および資料をもとに、パッケージツアーの変遷について検討する。

(3) 第2章の概要

第2章は、パッケージツアーをめぐる先行研究のうち、商品としての構造や特性に関連した研究、分析的に検討した研究、パッケージツアーのイノベーションに関連する先行研究を取り上げ、本論文の分析視点である「製品アーキテクチャ論」による分析に向けて、パッケージツアーの構造や特性を明らかにすることを目的とする。

第2章は、パッケージツアーの構造（構成）や特性に関する先行研究の検討から構成されている。第1節では、海外パッケージツアーについて、定義、主な種類について、先行研究を検討する。第2節では、パッケージツアーについて、構造と構成、旅行業者のサービスとしての「予約・手配」に関する先行研究を検討する。第3節では、パッケージツアーのイノベーションについて、それを引き起こす特性、旅行業者によるサービスと「統整」、旅行業界内の競争とその環境に関する先行研究を検討する。

(4) 第3章の概要

本論文における分析の枠組みである製品アーキテクチャ論を扱う第3章は、主に工業製品の分析に用いられる製品アーキテクチャ論、特にオープンモジュラー型の構造に関する議論、インテグラル型への回帰に関する議論を中心に必要な理論を抽出し、本論文の分析の視点を明らかにすることを目的とする。

第3章では、オープンモジュラー型の限界、インテグラル型への回帰、モジュラー型とインテグラル型のあいだでイノベーションが繰り返されている、といった指摘の先行研究を中心に、本論文の分析の枠組み・分析の視点の提示に必要な議論を取り上げる。イノベーション研究における製品アーキテクチャ論については、その変遷を対象にして抽出した先行研究を検討する。第1節では、製品アーキテクチャ論について、イノベーション研究における位置づけ、モジュール化と製品アーキテクチャ、ビジネス・アーキテクチャに関する理論を検討する。第2節では、製品アーキテクチャのダイナミズム、イノベーションの法則、に関する先行研究を検討する。第3節では、インテグラル型への回帰とモジュール分割に関する先行研究を検討する。

(5) 第4章の概要

パッケージツアーの変遷に関する研究を扱う第4章は、日本における海外パッケージツアーの変遷、海外パッケージツアーの質的变化、日本人の海外旅行スタイルの変化などを対象に、先行研究を検討し、商品としての特性や構造、特にイノベーション研究と製品アーキテクチャ論から分析することを目的とする。

第4章は、日本の海外パッケージツアーの主な変遷について、先行研究を抽出し検討する。

第1節でパッケージツアーの誕生と変遷について、黎明期、第1次成長期、第2次成長期、不安定期の4つの時期に分けて検討する。第2節では、旅行者によるサービスの日本化への取り組みについて、海外拠点設置と日本的サービスの提供、関連法の制定と改正について先行研究を検討した。第3節では、製品ライフサイクル理論、旅行の個人志向化について先行研究を検討する。

(6) 第5章の概要

パッケージツアーの製品アーキテクチャを検討する第5章では、第2章、第3章および第4章での先行研究の検討をふまえて、海外パッケージツアーの製品アーキテクチャの変化に着目し考察することを目的としている。また、それが海外パッケージツアーをめぐる企業間、商品間での競争において、どのような影響を与えたのかを検討することを目的としている。

第5章は、第2章から第4章における先行研究の検討に基づいた考察と事例の提示から構成されている。第1節は、パッケージツアーの製品アーキテクチャについて、基本的な構造と商品特性から分析するための視点について考察する。第2節は、海外パッケージツアーの変遷をイノベーションととらえた場合の主体について考察する。第3節は、海外パッケージツアーにおける競争について、製品アーキテクチャ論からその焦点について考察する。

(7) 第6章の概要

まとめおよび考察を行う第6章は、第2章から第5章での先行研究の検討、および議論をふまえ、本論文の目的に沿って考察すること、今後の研究課題を提示することを目的としている。第1節では、本論文のまとめを行う。第2節では、本論文の研究成果を踏まえ、製品アーキテクチャ論に関するサービス分野からの新たな可能性の提示、旅行業の経営戦略について提示する。第3節は、今後の研究課題を提示する。

(以上)

3. 目次

目次

図目次

表目次

第1章 研究の概要

第1節 研究の背景と目的

第1項 本研究の背景

第2項 分析対象と分析枠組

(1) 分析対象

(2) 本研究の分析枠組み

第3項 研究目的と研究方法, 意義

(1) 研究の目的と研究の方法

(2) 研究の意義

(3) 本研究のオリジナリティ

第2節 各章の概要

第1項 第2章の概要

第2項 第3章の概要

第3項 第4章の概要

第4項 第5章の概要

第5項 第6章の概要

第3節 本研究で使用する用語および本研究の構成

(1) 本研究で使用する用語

(2) 本研究の構成

第2章 海外パッケージツアーの構造と特徴

第1節 パッケージツアーの概要と種類

第1項 パッケージツアーの概要と主な特徴

第2項 パッケージツアーの種類

(1) フルパッケージ型

(2) スケルトン型

(3) S I T型

第3項 サービス商品としてのパッケージツアーの特性

第2節 パッケージツアーの構造と構成

第1項 総合旅行情報システム商品としてのパッケージツアー

- 第2項 サプライヤー，ランドオペレーターから見た構造
- 第3項 旅行商品システムにおける旅行業者の機能と役割
- 第3節 パッケージツアーのイノベーションとその環境
- 第1項 イノベーションを引き起こす特性
- 第2項 旅行業者によるサービスと「統整」
- 第3項 旅行業界内の競争とその環境

第3章 製品アーキテクチャのダイナミズム

第1節 製品アーキテクチャ論

第1項 イノベーション研究における製品アーキテクチャ論の位置付け

第2項 製品アーキテクチャの分類

- (1) モジュラー型
- (2) インテグラル型
- (3) オープン型
- (4) クローズ型

第3項 サービス分野のビジネス・アーキテクチャ

第2節 製品アーキテクチャのダイナミズム

第1項 製品アーキテクチャの相対的優位性の変化

第2項 イノベーションの法則

- (1) 第1の法則性：インテグラルからモジュラーへ
- (2) 第2の法則性：モジュラーから再度インテグラルへ
- (3) 逆シフトに伴う経営課題
- (4) クローズ-モジュラーからオープンの可能性

第3節 インテグラル型への回帰とモジュール分割

第1項 インテグラル型への回帰イメージ

第2項 モジュール分割と並行イノベーション

第3項 ベンダーによるツールキットの提供

第4章 日本における海外パッケージツアーの変遷

第1節 海外パッケージツアーの誕生と変遷

第1項 黎明期（1964年～1970年）

第2項 第1次成長期（1971年～1985年）

第3項 第2次成長期（1986年～1997年）

第4項 不安定期（1998年～2009年）

第2節 海外パッケージツアーの質的变化

第1項 旅行業者によるサービスの「日本化」への取り組み

第2項 廉価商品，スケルトン型商品の限界と質的变化

第3項 関連法の制定・改正とパッケージツアー

第3節 日本人の旅行スタイルの変化と海外パッケージツアーの変遷

第1項 製品ライフサイクル理論と海外パッケージツアー

- (1) パッケージツアーにおける日本人の旅行スタイルの変化
- (2) 技術革新による高速化・大型化・長距離飛行化
- (3) 競合
- (4) 環境
- (5) その他

第2項 「旅行の個人志向化」と「自律的な観光者」

第5章 製品アーキテクチャ論から見たパッケージツアーの分析視点と競争の焦点

第1節 パッケージツアーの構造と特性に関する分析視点

第1項 基本的な構造とインターフェース

第2項 パッケージツアーにおけるイノベーションの対象

第3項 「情報の集合体」としてのパッケージツアー，イノベーションを引き起こすパッケージツアーの特性

第2節 パッケージツアーのイノベーションの主体と競争の焦点・手法

第1項 イノベーションの主体と環境

- (1) 旅行業者が提供するサービスのイノベーション
- (2) サプライヤーによるイノベーション
- (3) イノベーションの環境としてのF I T

第2項 製品アーキテクチャ論から見た競争の焦点と手法

- (1) 競争をめぐる課題と焦点
- (2) 素材の入れ替え，削減による値下げ
- (3) 擦り合わせの高度化とインターフェースのクローズ化

第3項 競争における手法・戦略の事例

- (1) 事例1：旅行業者自身が提供するサービス
- (2) 事例2：旅行業者と旅行者による並行イノベーション

第3節 パッケージツアーによる旅行サービスの最適化

第1項 観光者のニーズと旅行サービス

第2項 上級ユーザー的旅行者とパッケージツアー

第3項 インテグラル型への回帰と「並行イノベーション」

第6章 結論

第1節 結論と研究成果

第1項 海外パッケージツアーの製品アーキテクチャ

- (1) パッケージツアーの構造と特性
- (2) パッケージツアーにおける旅行者自身によるサービス
- (3) FIT（個人自由旅行）とイノベーションを引き起こすパッケージツアーの性質
- (4) パッケージツアーにおけるイノベーションの主体

第2項 パッケージツアーをめぐる競争の焦点と対応

第2節 「オープン-インテグラル型」と旅行者の戦略

第3節 今後の研究課題

参考文献

参考ウェブサイト

添付資料

謝辞

(以上)