

(一社) 沖縄県測量建設コンサルタンツ協会 50周年記念 特別講演会&シンポジウム

沖縄観光と今後の交通体系

沖縄観光の現状と交通体系の課題

～アジア大交流時代を見据えて～

2017年11月16日
沖縄ツーリスト株式会社
代表取締役会長 東 良和
観光庁 VISIT JAPAN 大使

観光の意義・使命

観光は、

- 交流により相互理解を深め
平和な世界を築きます
- 地域の自然や伝統文化を大切にします
- 地域の経済発展に貢献します



Japan Tourism Award 2016

沖縄県観光学習教材より

「平和を築き維持する」「貧困の撲滅」

・ Build and maintain peace ・ Combat poverty

「21世紀の観光の使命」ネルソン・マンデラ元南アフリカ大統領
 UNWTO（国連世界観光機関）総会2001年9月 大阪にて



観光の語原 中国の古典 儒家經典の五經の「易經」 国の光を観る



為政者は自らの領地や他国を旅して、
民の暮らしを観るべし。
民の暮らしは治政の写しであり、善い
政治が行われているならば、村は生き
生きとし、威勢威光を放っているとい
うこと。

昭和42年度（1967年度）運輸白書 IV.観光 第1章 第1節 国際観光年の意義

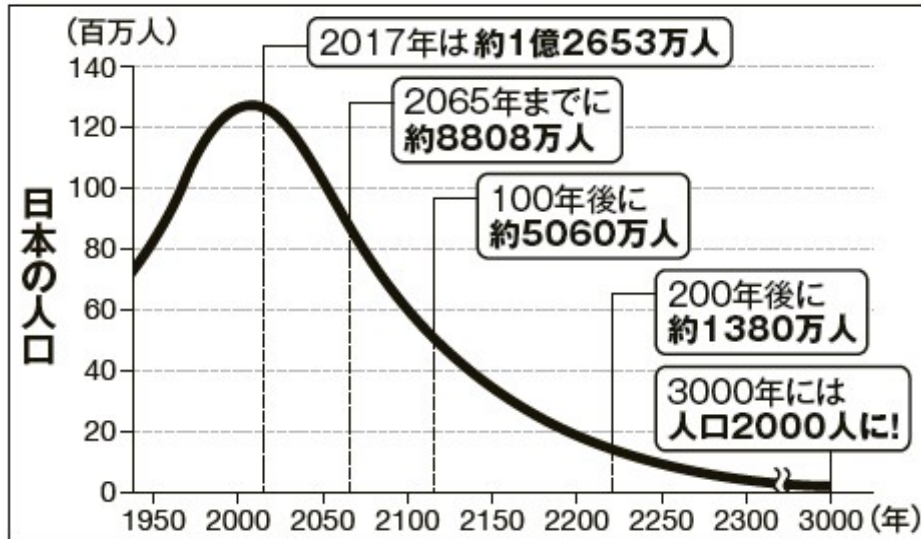
国際連合は、昭和41年11月4日、第21回総会において、1967年を「国際観光年」に指定する旨の決議を行なうとともに、世界各国に対し、観光が社会、文化、教育、経済等に果たす役割を広く唱導し、かつ、観光の振興に関する諸施策を推進するよう要請した。

観光は、今般の国際連合の決議にもあるように、「**すべての人々およびすべての国の政府の賞賛と奨励に値する基本的、かつ、最も望ましい人間活動**」であり、国際観光の側面では、重要な貿易外収入として国際収支の改善に寄与し、「**発展途上の国々の経済成長の上にきわめて重要な貢献**」をなすばかりでなく、「**世界各国の人々の相互理解を推進し、種々の文明の豊かな遺産に対する知識を豊富にし、また異なる文明の固有の価値をより正しく感得させることによって世界平和の達成**」にも大きな役割を果たすものである。

国際連合が国際観光年の指定を行なうに当たって決めたスローガン

観光は平和へのパスポート
Tourism ; Passport to Peace

48年後 現在の**7割**、100年後 現在の**4割**の人口に



I. 沖縄観光の現状と課題

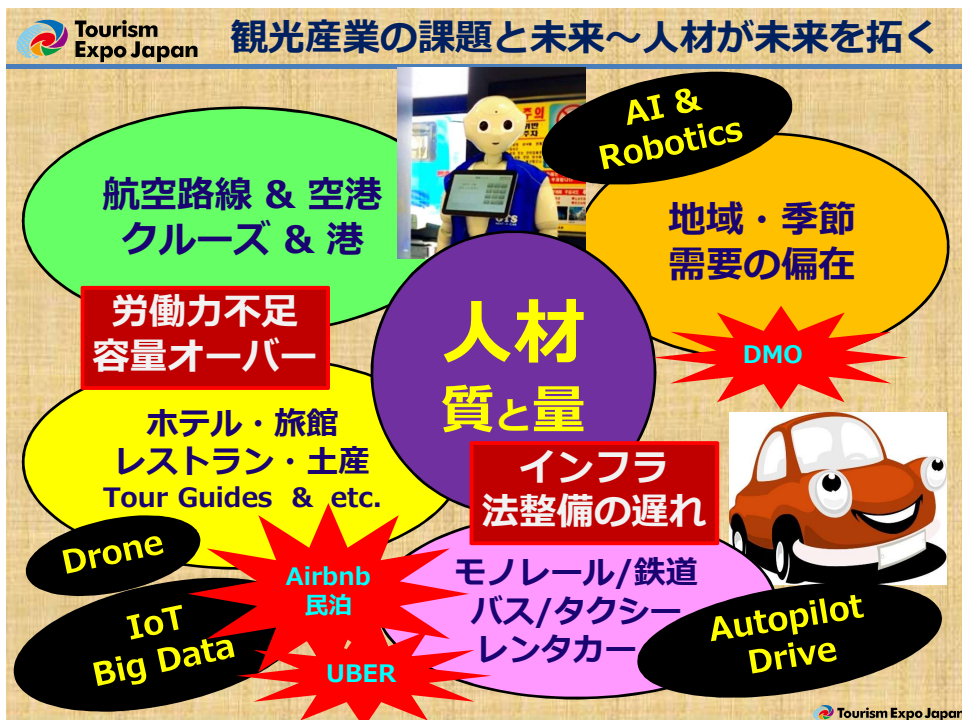
- 1) 閑散期対策・地域偏在の解消
- 2) 地域が主導する観光地へ 発地と着地
- 3) 観光客、地域、観光産業の三者のQOL
- 4) 課題解決に向けて

II. 観光における二次交通の課題

- 1) レンタカー
- 2) モノレール、バス、その他

III. 準備の大切さ

- 1) 成長痛を乗り越えて真の観光立県を目指す！



閑散期を抜本的にオンシーズンに！

観光産業の健全経営には
⇒ **需要の平準化** 絶対条件



業界内での**内発的**な取り組みでは**限界**

- ・キャンペーン → 繁忙期の**蓄え**のはき出し
- ・イベント・お祭り → 単体では**赤字・補助頼み**

抜本的にオフをオンにする施策（ハード・ソフト両面）

- ・西海岸リゾートや離島の**完成形**を目指す！

2014～16年度 ボトム期対策ソフト事業
【感動体験プログラム】実施

平準化対策

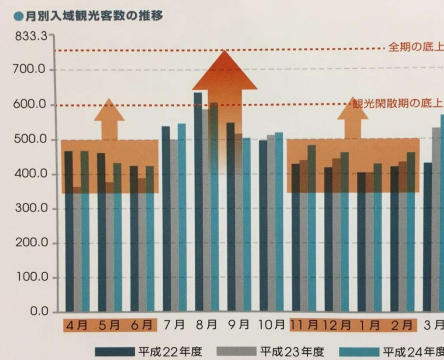
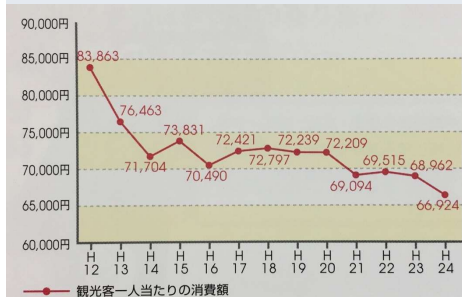


- 地域における観光需要の閑散期の魅力を創出し発信する
 - 観光閑散期への観光客の誘致
 - 滞在日数や一人当たり観光消費額の増加
 - 観光産業等の雇用環境の安定化及び地域経済の活性化

どうやって課題解決？

閑散期及び地域による需要の偏在

一人当たりの消費額の低下



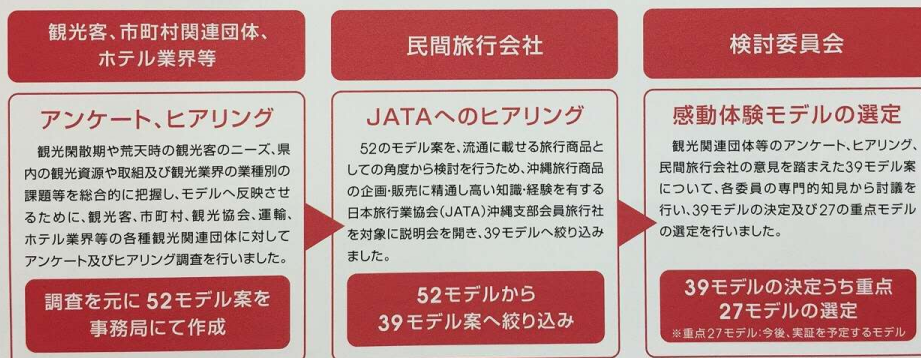
地域磨き自体が目的化しないように最初の段階から地域に加え、旅行会社を交え、顧客ターゲット層を絞る。企画・実証実験の段階から発信準備をする。H26年はJATA9社が参画。

沖縄感動体験プログラムの取り組み

① 感動体験モデルの創出

感動体験モデルの作成にあたっては、県内市町村、観光関連団体等へのアンケート・ヒアリング調査を踏まえてモデル案を作成し、民間旅行会社や検討委員会の意見を反映させてモデルを策定しました。

▶ 感動体験モデル策定の流れ



モデル事業も閑散期に設定し実証



平成25年度 沖縄感動産業戦略構築事業

沖縄感動体験プログラム

「沖縄感動体験プログラム」策定の趣旨 1
 沖縄観光の現状と課題 1
 「沖縄感動体験プログラム」とは 1
 ①感動体験モデルの創出 2
 沖縄感動体験プログラム 39モデルカテゴリーによる整理 2
 ②感動体験人材の育成 6
 ③戦略的情報発信 6

沖縄県
 沖縄県観光振興局 観光政策課
 平成25年3月

感動体験モデル39一覧

カテゴリー	モデル名	実施主体	実施時期	実施回数	実施場所
自然	01 ★ 海入タイドゴルフ	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	02 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	03 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	04 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	05 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	06 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	07 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	08 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	09 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	10 ★ 島の自然・風景を満喫できる無人島・無人島ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
食	11 ★ コーヒー農園と工場見学	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	12 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	13 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	14 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	15 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	16 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	17 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	18 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	19 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	20 ★ 沖縄の食文化と食文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
スポーツ	21 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	22 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	23 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	24 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	25 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	26 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	27 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	28 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	29 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	30 ★ 沖縄アンダーサーフウェディング	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
歴史	31 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	32 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	33 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	34 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	35 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	36 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	37 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	38 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	39 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	40 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
文化	41 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	42 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	43 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	44 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	45 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	46 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	47 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	48 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	49 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市
	50 ★ 琉球王府の歴史と文化体験ツアー	琉球リゾート	2013.10.1	1回	那覇市

問い合わせ先
 ●感動体験課: <http://kanidou.okinawa.jp>
 ●沖縄県観光振興局: <http://www.pref.okinawa.lg.jp/site/bunko-sports/kanisocaseau/index.html>
 沖縄県観光振興局観光政策課
 〒900-0001 那覇市中央1-1-1
 TEL:098-866-2763 FAX:098-866-2767
 琉球リゾート観光振興局
 〒900-0001 那覇市中央1-1-1
 TEL:098-869-1717 FAX:098-869-0441
 琉球リゾート観光振興局
 〒900-0001 那覇市中央1-1-1
 TEL:098-889-4113 FAX:098-889-4484

空路・海路しかない島嶼性

2016年	合計	空路	海路	%空路
国内	6,531,000	6,486,500	44,500	99.3%
海外	2,082,100	1,364,000	718,100	65.5%

一次交通の容量 = 橋 ⇒ 供給 が 需要 を生む

※流通は便がないと企画しない。
 ※航空会社は高く売れる方に行く。

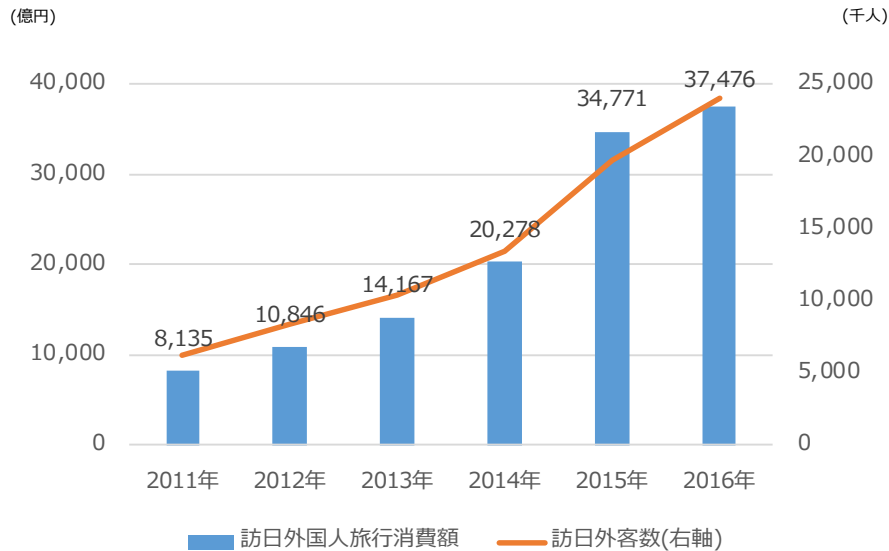
前シンガポール首相リー・クアンユー氏
 島国の経済レベルは、その国の港湾や
 空港のレベルを超えることはできない！

シンガポール航空の空港関連費用は、運航にかかる
 総費用の約5% 日本航空会社は約12%



訪日外国人旅行消費額の推移

One Two Smile
OTS



出典：観光庁

今後のインバウンド観光

資料：内閣府総合事務局作成

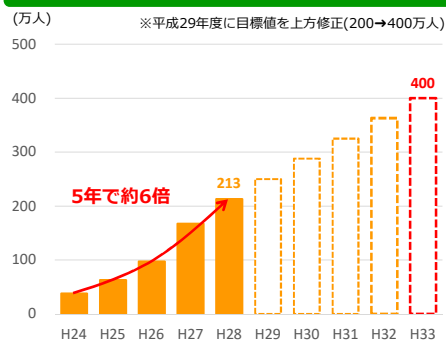
- ビジットジャパンの地方連携事業として、都道府県の枠を超えた広域に連携して取組む**訪日プロモーション**を実施
- 訪日リピーターの拡大も含め、今後も継続的に**外国人観光客の伸びが期待**されている
- 沖縄県では、平成33年度に**入域観光客数1,200万人を目標**に掲げ、うち、**400万人の外国人誘致**を目指している

(全国)訪日外国人観光客数の推移



出典)日本政府観光局 統計資料より作成

沖縄県内の訪日外国人観光客数の推移

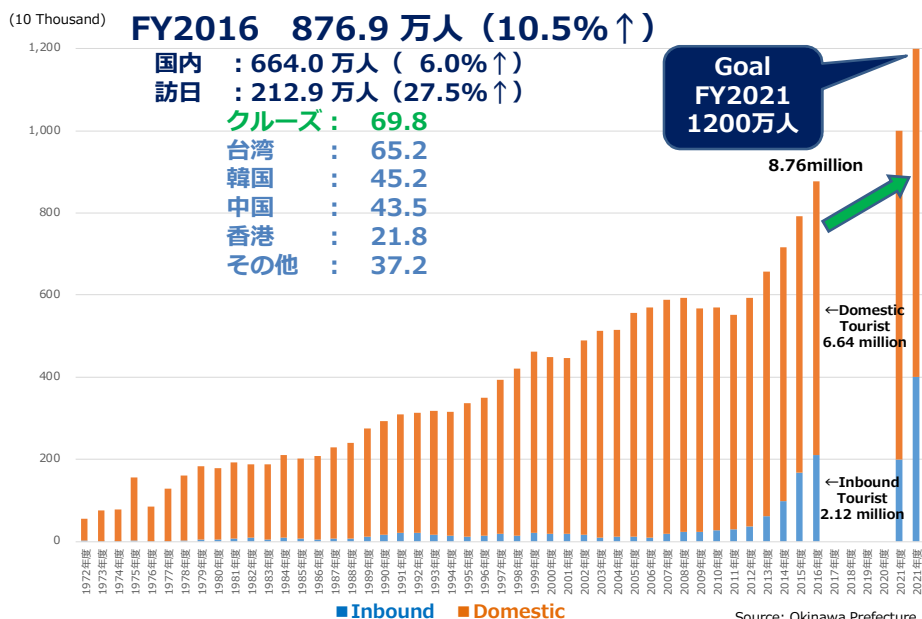


出典)沖縄県入域観光客統計概況より作成

rank	nation	million	rank	nation	million
1	France	84.452	16	Japan	19.737
2	USA	77.510	17	Saudi Arabia	17.994
3	Spain	68.215	18	Canada	17.970
4	China	56.886	19	Poland	16.728
5	Italy	50.732	20	Holland	15.007
6	Turkey	----	21	Hungary	14.316
7	Germany	34.972	22	Macau	14.308
8	UK	34.436	23	Korea	13.232
9	Mexico	32.093	24	Croatia	12.683
10	Russia	31.346	25	Ukraine	12.428
11	Thailand	29.881	26	Singapore	12.052
12	Austria	26.719	27	Czech	11.148
13	Hong Kong	26.686	28	Sweden	----
14	Malaysia	25.721	29	Taiwan	10.440
15	Greece	23.559	30	Indonesia	10.408

2015 UNWTO World Tourism Barometer

沖縄県入域観光客数の推移



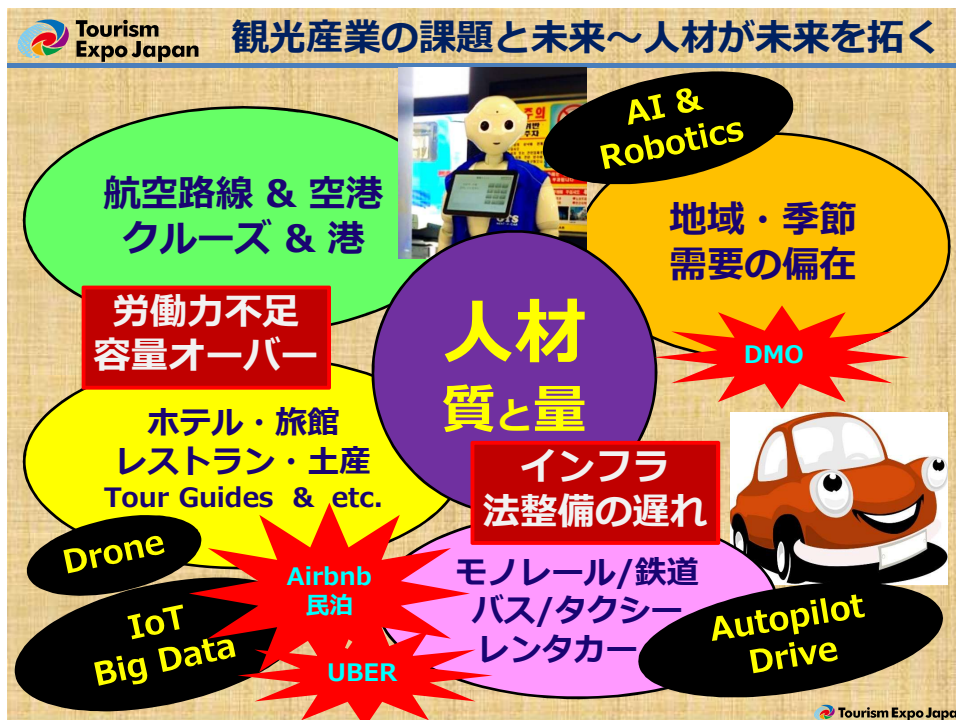
『交流と共生の島』を実現する為に

第5次観光振興基本計画**目標**（2021年度） 上方修正版

- | | |
|---------------------|----------|
| 1) 観光収入 | 1.1兆円 |
| 2) 一人当り消費額 | 93,000円 |
| 3) 平均滞在日数 | 4.46日 |
| 4) 人泊数 | 4,152万人泊 |
| 5) 入域観光客総数 | 1,200万人 |
| (国内客800万人、外国客400万人) | |

2016年度

876.9万人(国内**664.0万人** 海外**212.9万人**)



- 来て良かった！ ⇔ 来てもらって嬉しい！
- 主導権を握る ⇒ 下請けからの脱却
経済的な豊かさ & 精神的な豊かさ
- 発地（企画・マーケティング）も
着地（運営・対応力）も 強化する！
- 意思決定の自由度：スピード感 ⇒ 競争力
決定権が地元にある優位性

やる仕事
やらない仕事

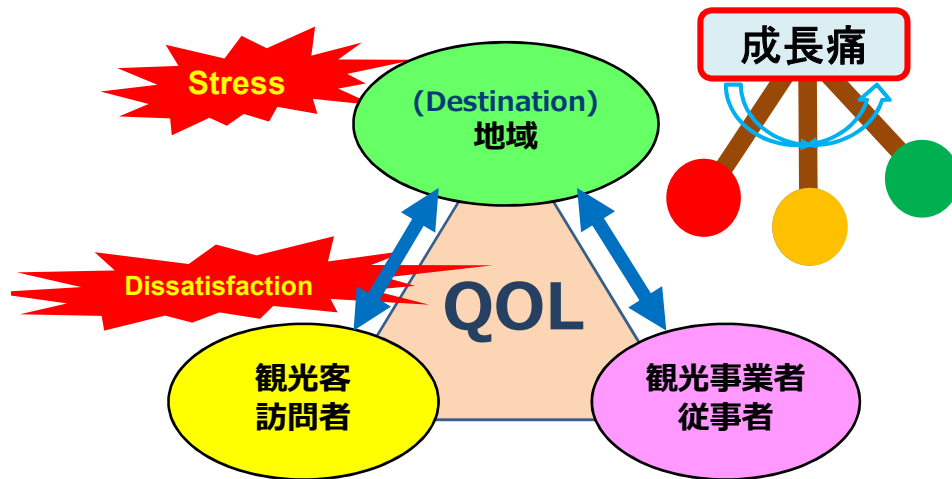
出発地での影響力



発地と着地

国内外の出発地の
市場・流通
海外の観光事情

地域が主導権を持つ ⇒ 持続可能な観光



One Two Smile
OTS 観光客に対しての啓発活動も重要
(ミャンマーのマナーブック)

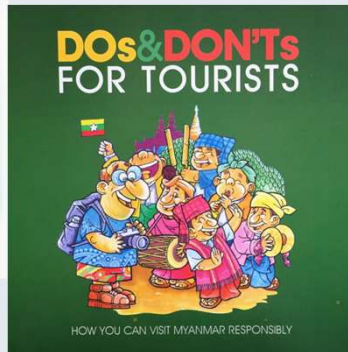
DIVERSITY MANAGEMENT SELECTION 2013 100

The illustrations depict various tourist behaviors and their consequences in Myanmar:

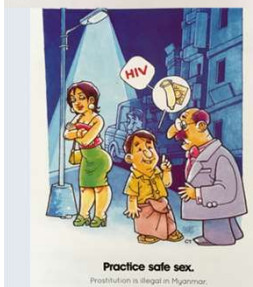
- Do not touch anyone on the head.** When you sit, your legs should not be stretched out and your feet should never face anyone.
- DOs & DON'Ts FOR TOURISTS** HOW YOU CAN VISIT MYANMAR RESPONSIBLY
- Help protect Myanmar wildlife by refusing to purchase wildlife products.** The illegal selling of wildlife endangers the species native to Myanmar. Tourists should not buy these products.
- Don't touch anyone on the head.** Head is the most esteemed part of the body. To be touched on the head is considered aggressive.
- Don't point with your foot.** In Myanmar the feet convey messages. Pointing with your feet means disrespect.
- To maintain Myanmar's unique heritage, do not buy antiques. Buy arts and crafts instead.** Myanmar loses its heritage every time antique items are taken out of the country.



Do smile.
The Myanmar people are very friendly. A smile will lighten up everyone's day.



Don't kiss in public.
Displaying physical closeness in public places is frowned upon in Myanmar.



Practice safe sex.
Prostitution is illegal in Myanmar.



Don't take any photos that may make people feel embarrassed.
For example, it is considered disrespectful when tourists take photos of women taking a shower.



Visitors may experience electricity outages.
Tourists are urged to be patient during power outages in Myanmar.

他人の家に土足で上がるような観光はさせないための工夫



The Myanmar people are friendly, helpful and polite.
The typical Myanmar character is friendly, helpful, kind, polite and trustworthy.



Respect the Myanmar people and their unique traditions.
Visitors are not asked to abandon their ways, they are asked to adapt to the Myanmar environment.

準備の大切さ：風が吹く前に**帆**を準備したか？



準備の大切さ OTSレンタカーの受入体制

08年：台北にて予約開始

観光レンタカーの最先端ビジネスモデル目指す
OTSレンタカーのアイデアと挑戦

09年：4ヶ国語のカーナビを搭載

07年：右ハンドル用安全運転シミュレーター設置

現在：50%以上がハイブリッドカー

2016年 中国語で安全運転の説明をするペッパー君デビュー

2017年度を目途にほぼ全車ブレーキアシスト導入

2018年 New Zealand に第三国観光の拠点を開設

将来の自動運転導入への情報収集

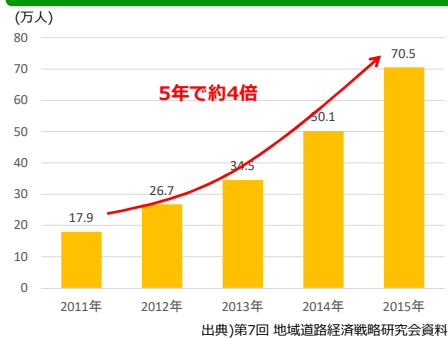
訪日外国人旅行者数及びレンタカー利用者の推移

- 訪日外国人旅行者数は近年増加傾向で、2016年に約2,400万人
- それに伴い、レンタカーを利用する訪日外国人も増加(5年で約4倍(訪日外国人:同5年で約3倍[622→1,974万人]))

訪日外国人旅行者数の推移 (全国)



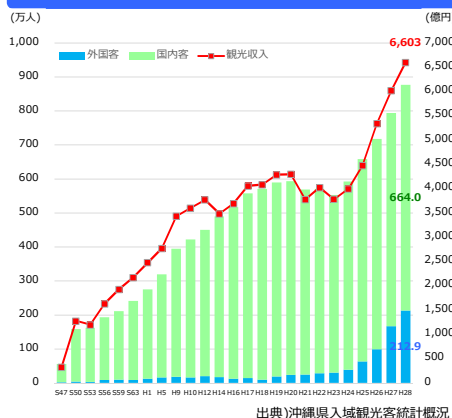
レンタカー利用者数 (全国)



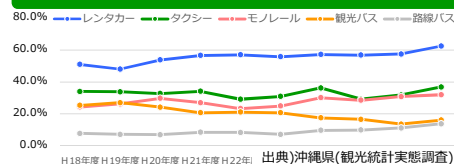
沖縄県内の観光とレンタカー

- 平成28年度に沖縄県に訪れた観光客数は約877万人(うち外国人213万人)、観光収入も6,600億円超とともに過去最高を記録。
- 沖縄県の観光客の約6割が「レンタカー」を利用。近年、外国人への貸渡件数が増加しており、これに伴い外国人の事故件数も増加傾向

入域観光客数と観光収入の推移



観光客が利用する移動手段



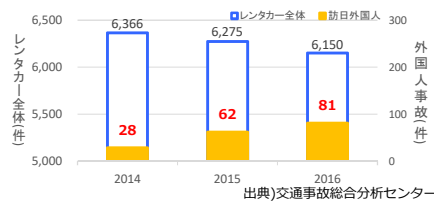
(外国人)レンタカー貸渡件数と事故件数



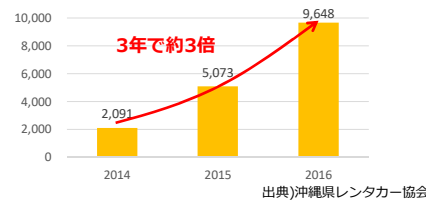
訪日外国人のレンタカー事故

- ・ レンタカー貸出**全体**の死傷事故件数は**減少傾向**にあるものの、**外国人の事故件数は増加傾向**
- ・ 沖縄県内でも同様、**外国人利用者の事故件数の増加**が顕著

レンタカーの死傷事故件数の推移（全国）



外国人レンタカーの事故件数の推移(沖縄県)



ビッグデータを活用した外国人レンタカー事故対策

- ・ レンタカー事故ピンポイント対策に向け、「地域道路経済戦略研究会 沖縄地方研究会」の取り組みを支援
 - ・ 急ブレーキデータ・走行経路データ等の交通ビッグデータを活用することによる、外国人特有(国籍別など)の事故危険・迷走箇所の特定に期待
- この結果をもとに、言語別のパンフ[出発前]・カーナビにて情報提供

国籍別_急ブレーキ箇所・迷走交通状況等の整理(イメージ)



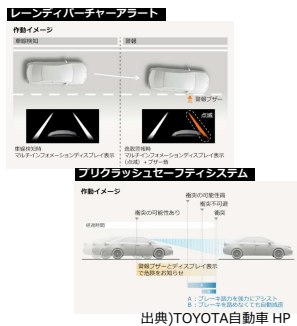
情報提供(イメージ)



OTSレンタカーの交通安全対策

- 安全・安心な観光に向けて、レンタカー全車へ「衝突回避支援システム」や「同一車線自動運転技術」を全車に装備
- 日本の交通ルールに不慣れな外国人観光客向けに、**多言語レンタカーマップ**（パンフレット）を作成し、**交通ルールの情報も発信**
- その他、事故処理等を円滑に進めるため、JAF・沖縄県警と「**外国人観光客の110番通報に係る通訳業務**」の覚書を締結

衝突回避支援システム



多言語レンタカーマップ



110番通報 通訳業務



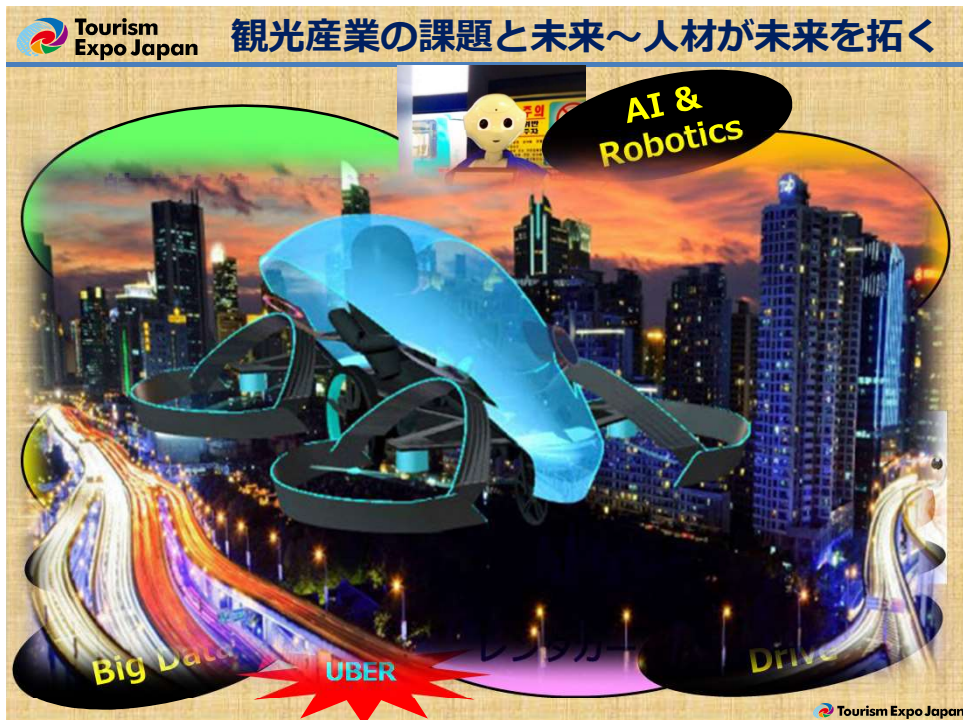
出典)琉球新報(H27.11.4)

安全・安心で快適な観光の実現に向けて

- 「那覇都市圏」では、路線バス・モノレールなど、**公共交通網が充実**
※ただし、那覇都市圏では著しい渋滞が発生
- 一方で、県内には観光地が点在しており、北部地域など**自動車交通(レンタカーによる移動)**が不可欠な地域も存在

各交通モードを連携させ、安全・安心で快適な観光客の移動を支援





One Two Smile
OTS

観光の課題と未来

DIVERSITY
MANAGEMENT
SELECTION
100
2013

成長痛を乗り越えて真の観光立国を目指す！

観光産業・サービス産業の輸出
第三国観光

ソフト&ハード
インフラの国際競争力

イコールフッティング
規制緩和とグレーゾーンの排除

人材育成 質も量も
グローバル&未来志向

ゾーニング：受入容量の設定

財源確保：観光振興くじ

In the fields of observation **chance favors only the prepared mind.**

Dans les champs de l'observation
le hasard ne favorise que les
esprits préparés.

準備なき者にはチャンスは決して訪れない。

Louis Pasteur/ルイ・パスツール
フランス細菌学者

インバウンドはもう古い？ 「第三国観光」に挑む

5月13日時点で1000万人を超えた今年の訪日外国人（インバウンド）数。政府が掲げる「2020年に4000万人」の目標達成も視野に入るが、観光業界はもうその先をにらんでいる。外国人客を日本以外の国・地域に送り込む「第三国観光」だ。勝算はいかに。

沖縄本島南部で那覇市に接する豊見城（とみぐすく）市。那覇空港からのシャトルバスが到着すると、スーツケースを持った観光客がなだれ込むカウンターがある。地元の中堅旅行会社、沖縄ツーリスト（那覇市）のレンタカー部門、OTSレンタカーが運営する店舗である。

これから沖縄旅行を楽しもう。そんなやる気持ちを抑えきれない観光客。その多くは韓国や香港、台湾などからの外国人客で、日本人客はむしろ少数派だ。店内の案内表示には中国語や韓国語もあり、中国語で日本の交通事情を解説するロボットまでいる。

海外でのOTSの知名度は高い。同社によれば、海外にいる顧客数は約7万人に上る。レンタカーの予約は主にネットで受け付けるが、その多くは利用者が直接、OTSのウェブサイトから申し込む。リピーターが多い証しだ。

沖縄ツーリストの東良和会長は手応えをつかんだ様子で語る。「顧客のロイヤルティ（愛着度）が確立し、ようやく第三国観光に取り組む下地ができた」

日本の旅行会社でありながら、日本以外の国・地域を訪れる外国人客の観光をサポートする「第三国観光」。国内の観光業界が、この「未開の市場」に熱



OTSレンタカーを運営する沖縄ツーリストは台湾や韓国からの顧客をニュージーランドに送り込む

い視線を注いでいる。

市場規模は桁違い

最大の魅力はその市場規模の大きさ。2016年の世界の「第三国観光」の旅行者（日本人を除く）は12億3500万人。インバウンドの2404万人と比べても桁違いに多い。政府は20年にインバウンドで8兆円の需要創出を目指す、世界観光機関は第三国観光なら20倍以上の167兆円の市場になると見る。

これまで日本の観光業界が第三国観光に踏み出せなかった背景には、「シェラトン」や「ヒルトン」といったグローバル展開する世界チェーンに比べて圧

倒的に知名度が低かったことがある。沖縄ツーリストでも10年前に中国人客を台湾に送客する事業を始めたが、あえなく撤退した経緯がある。

インバウンド需要の拡大が潮目を変えた。外国人客は日本で接したサービスに満足し、リピーターになる。ならば、こうした外国人客を第三国に送り込めば、新たなビジネスになる。

OTSはまさに、その準備を進めている。6億円を投じて9月にニュージーランドの保養地、クイーンズタウンにレンタカー店を開業する。開業後は収入の9割を、沖縄のレンタカー事業でつかんだ外国人客から得る計画だ。

外国人による第三国観光市場はインバウンドの20倍

●2020年の観光の市場規模予想

	日本国内へ	世界各地へ
日本人客	6億4000万人 21兆円	2000万人 2兆4000億円
外国人客	インバウンド 4000万人 8兆円	第三国観光 14億3000万人 167兆円

市場規模
20倍以上

出所:観光庁、財務省、世界観光機関などの資料から、OTSサービス経営研究所が試算

単に自動車を貸し出す事業にとどめるつもりはない。沖縄ツーリストが培った旅行プランの企画ノウハウも注ぎ込む。具体的にはレンタカーの利用者が地元の観光地を巡りやすくする案内プログラムを提供する考えだ。

ホテル業界も第三国観光を狙う。今年1月にインドネシアのバリ島で宿泊施設「星のやバリ」をオープンした星野リゾート（長野県軽井沢町）。想定する顧客は日本人だけではなく、アジアや欧米からの観光客だ。中堅旅行会社のエス・ティー・ワールド（東京・渋谷）では15年にカンボジアのアンコール遺跡近くにホテルを開業。現在、欧米の観光客が全体の2割を占めるが、早期にこの比率を5割に引き上げる計画だ。

もともと、海外のホテル事業では、日本流のサービス品質を保てずに、競合と差異化できず失敗するケースも少なくない。このため、エス・ティー・ワールドは海外人材の登用を徹底。世界29カ国の拠点で新卒採用を実施している。鹿島義範社長は「新人のうちから日本流のサービスを教え込めば、違和感なくこなせるようになる」と狙いを語る。

JTBもHISも

旅行大手も負けていられない。JTBは15年から「世界発、世界着」のキーワードを掲げ、その前後から第三国観光の市場獲得を見越したM&A（合併・

買収）を進めてきた。

例えば、14年に買収したヨーロッパ・ムンド・パッケージング（スペイン）。同社は各観光地を周り、乗客は好きな場所で乗り降りできる「巡回バス」の観光版を編み出した。16年に買収を決めたハワイのMC&A社は国際会議や展示会などの観光事業に強みを持つ。JTBの井上聡グローバル事業本部長は「これから第三国観光需要を掘り起こす段階に移る」と話す。エイチ・アイ・エス（HIS）はタイ、インドネシア、ベトナムの東南アジア3カ国に拠点を絞った。店舗数は60店を超え、知名度も高まりつつある。タイ

では就職人気ランキングの常連だ。HISの海外事業の売上高は外国人客の日本への送客と第三国観光を合わせて年400億円超。20年までに2倍に増やすのが目標という。

米エクスペディアに代表される旅行サイトや格安の手配代行会社の台頭でインバウンド事業の競争は厳しさを増す。第三国観光を新たな収益の柱に育てないと生き残れないとの危機感も業

界には芽生える。ただ、三井住友銀行企業調査部の関理人・コンシューマーグループ長は「競争の激しいインバウンド市場から逃げる姿勢ではダメ。まずそこで一定の外国人顧客をつかまなければ、第三国観光に乗り出しても敗走するだけ」と強調する。インバウンドが好調なうちにどれだけ日本国内で第三国観光事業の種まきができるかが勝負となりそうだ。OS J 領事 (寺岡 篤志)



エス・ティー・ワールドがカンボジアに開業したホテルは全体の約2割が欧米人客(上)。HISはインドネシアなどで店舗網を拡大(中)。星野リゾートの「星のやバリ」は自社ブランドで初の海外店(下)

