

私は、わが国の観光業の発展には、自治体の努力のみならず、政府による、中小の旅行会社育成強化の施策が必要だと思う。

須田講師の講演には大きく2つの話があった、①日本人による国内旅行の推進と、②外国人による日本訪問推進である。前者については、これから退職する「団塊の世代」を対象とし、陶器、寺社めぐり等の趣味に訴えた広域観光施策を提示し、更に、個別のニーズに対応すべく、観光の形式を従来の団体型ではなく企画型へと転換することだった。ただ、ここでボトルネックとなるのは、旅行に要する値段である。広域観光による移動回数及び距離の増加、宿泊の長期化、更に、企画型の旅行による割り増し感(団体型と比べ規模の経済性が働かない)がその原因である。このボトルネックを解消しなければ、旅行者数は増加せず、むしろ、海外旅行(アジア等)に流れる可能性が高い。

一方、後者の外国人による日本訪問であるが、講師によると、地方自治体の努力による積極的な観光地のアピールを推進したいとのことだった。従来外国人が日本を訪問した際には、東京で皇居、浅草を訪問、早朝の築地でマグロの解体ショーを見学し、その後、新幹線で京都に移動、寺をたくさん見て、海外でも有名な湯豆腐を食べて帰るのが典型的であった。しかし、今後、新規顧客のみならず、リピーターを呼び入れるため、東京、京都以外の都市、中部・名古屋、九州、東北等の名物を積極的に世界にアピールし、観光地の多様化を発信すべきであるとのことだった。しかしながら、私の経験では、外国人が日本に来ない最大の理由は、宿泊、移動等に要する旅行の値段のためである。移動については、JRによるパスがボトルネックの解消に大きく貢献しているが、宿泊料金は相変わらず高く、問題である。須田氏もおっしゃっていた旅館の値段の高さ(仮に二食分を差し引いた額でも相当高い)は大きな問題であると言える。

この値段の問題を解消するための最大の解決法は、政府による中小規模の旅行会社の育成対策である。日本では JTB、近ツ一等の大規模の旅行会社が幅を利かせているが、今後は、米国のように、中小の旅行会社(旅行取次ぎ会社)がプレゼンスを高めてきたら、より価格面で競争が生じると思う。一例であるが、米国では EXPEDIA.COM という会社がある。近年日本版も登場したが、ネット上で企画型旅行を組み立てるためのサイトである。ここでは、ホテル宿泊代金、航空券が入力後直ちに検索・比較できるため、ホテル及び航空会社側の値下げを一気に拍車をかけた。米国の傾向を参考にし、日本でも中小のネット企業が続々登場すれば、この価格面のボトルネックは解消されると思う。

問題は、中小企業発展の最大のボトルネックである、保証料金である。例えば、中小企業の場合、取引ボリュームが少ないため、必然的に、旅行者が旅行を取り消した際のキャンセル料を高くとる。キャンセルポリシーが大企業よりも厳しい傾向があるように思える。この問題の解消のため、政府は、ホテル、航空会社等が成約時に旅行仲介業者に支払う手数料を現在の水準よりも高く設定するよう指導し、中小企業でも会社を運営する上で十分な財源を確保できるような施策を講ずる必要がある。このように、政府がより中小旅行会社の育成に関与することで、旅行業界内での価格面での競争が促進され、その結果、日本国内の旅行者の増加が達成できると思う。