

日本・沖縄の観光の課題と未来

略歴 東 良和 (ひがしよしかず)

1960年 那覇市生まれ
 沖縄ツーリスト株式会社 代表取締役会長
 1983年 早稲田大学卒業後、日本航空株式会社勤務を経て、
 米国コーネル大学ホテルスクール大学院に留学(ホスピタリティ経営学修士)
 1990年 沖縄ツーリスト株式会社入社
 2004年 代表取締役就任
 現在、一般社団法人日本旅行業協会理事、沖縄県ユネスコ協会会長、
 沖縄県観光教育研究会会長、沖縄経済同友会副代表幹事、
 一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会理事兼沖縄支部長等を務める。
 2009年から「ビジットジャパン大使」(国土交通省)、
 2015年から WUB ネットワーク会長を務める。



平成28年5月23日に運輸部より、
 沖縄ツーリスト代表取締役会長の
 東良和様(一般社団法人日本旅行
 業協会理事・VISIT JAPAN
 大使)に「日本及び沖縄の観光の課
 題と未来」について、お話を伺いま
 した。

【質問】

日本旅行業協会の理事であり、観
 光庁よりVJ大使としても任命され
 っていますが、その立場から見た日本
 の観光業について

【東会長】

政府は今年の3月30日に「明日の
 日本を支える観光ビジョン」を作り、
 「3つの視点と10の改革」を掲げ、訪
 日外国人旅行者数の目標を2020
 年には4000万人、2030年には
 6000万人といった方針を打ち
 出しました。観光を、GDPを押し上
 げるリーディング産業にしようとい
 う意気込みがあり、非常に素晴らし
 いことだと思っています。

沖縄県でも「沖縄21世紀ビジョン
 基本計画」の中で、第5次沖縄県観光
 振興基本計画を作成し頑張っている
 ところです。特に外国人観光客数に
 関して、5年前倒しで目標を達成し
 たことは素晴らしいことだと思っ
 ています。

ただ、世界の観光産業を見た場合、

2015年の日本の観光の成長率は
 3.7%。世界全体の伸び率は3.
 3%で、世界全体よりは高い成長率
 ですが、アジア・太平洋地区の成長率
 5.0%に比べると決して高いとは
 言えません。「井の中の蛙」にならず
 に外を見る必要があります。本気で
 6000万人を目指すのであれば、
 空港や港湾等のインフラ、一次・二次
 交通、ホテルやガイドなど受入環境
 を整えることが必要です。最大のボ
 トルネックは人手不足だと思います。
 これをどう抜本的に解決するの
 が重要です。

また、空港のハンドリング等の不
 足やエアビーズアンドビーに代表され
 る民泊の問題の解決に向けたルール
 作りへの取り組みが必要です。また、
 公共交通機関で主な観光地を効率よ
 く周遊する事ができないなど、二次
 交通の問題もあり、基本的な問題が
 解決できていないと思います。

VJ大使としての取り組みの中
 で、沖縄県の小学生に実施している
 観光学習が人材育成の先進事例とし
 て紹介されています。私自身、沖縄県
 観光教育研究会の会長をやっている
 のですが、小学校の時から観光につい
 て学んでおくという事は非常に重要な
 事だと思っています。

観光の一番の意義というのは親
 善、相互理解です。本質としては経済

的な交流と同時に訪問する国への理
 解度の向上にも資する産業だと思
 います。中国から500万人近くの観
 光客が日本に訪れており、中国の人
 たちは観光を通して日本に対する印
 象が確実に良くなっています。です
 が、日本国内における観光の急激な
 成長でひずみが生じ、相互理解を構
 築できないまま外国人客を受け入れ
 ていると、経済的な側面ばかりが先
 行して、逆に好感度が下がるとい
 う事があります。

【質問】

観光に携わる人材の確保で、沖縄
 ツーリストの取り組み等について

【東会長】

人手不足ということで、自社ビル
 (豊見城市豊崎)に企業内保育園を開
 設しています。子育て中の社員のマ
 ンパワーは、会社にとって重要な戦
 力です。日本や世界各地を見てきた
 社員が育児を理由に辞めたり、長期
 に休みを取るのとは社会的にも損失
 で、一日でも早く復帰してほしい事



(沖縄県観光学習教材)

から保育園を作りました。

人手不足を防ぐ事は難しいと思いますが、影響をミニマイズするというのが非常に重要な事だと思います。

今後取り組もうとしているのは、在宅勤務です。ICT(情報通信技術)が発達しているので、旅行業の場合、在宅勤務はかなり可能性があると思います。

逆に、省力化できる部分はなるべく省力化する事が重要です。これまで中国人スタッフが説明していたレンタカー貸出しの際の安全運転指導を、ロボットのペッパーくんが中国語でやっています。これからは、ロボットも活用するなど徹底した省力化が必要になってくるのではないかと思います。



ペッパーくん:OTSレンタカーにて

また、人材確保のためには、社員教育も重要な課題であると考えています。沖縄ツーリストでは、650名ほどの社員のうち10%、約65名が外国

籍の社員ですが、外国籍社員を含めた167名の管理職を対象に、集中的に研修を行なっています。研修の大きなテーマの一つが、部下の育成です。部下のモチベーションが上が

り、生産性が上がれば600人で700人分の仕事ができるかもしれない。既存のマンパワーで生産性が伸びることを期待しています。

【質問】

新入社員を、入社前に自社の添乗員付きツアーに参加してもらう研修の目的について

【東会長】

若い人は旅行会社で航空券を買ったり、ホテルを予約したという方は少なく、ほぼネットで手続きを済ませ、添乗員付きの旅行に行ったことがある人は皆無に等しいです。

入社前にお客様の立場を経験するため、会社から研修費を支給し、当社が募集している海外・国内・県内旅行、ホテルサイトを3ヶ月で体験してもらいます。そうすることで、入社後、お客様のニーズがイメージしやすくなると思っています。

【質問】

添乗員付きツアーを好む顧客層について

【東会長】

本当の意味の観光マーケットというのは、日本国内では50歳以上の層

になると思います。

女性は子育てを終えてから。男性は定年退職してから。実はそこにも凄いいマーケットがあると思います。

例えば、孫を連れて旅行に行く時や、健康の面で少し自信がないなら、添乗員付きのツアーを利用したくなる人もいます。全体的には、添乗員付きツアーは多くはないがなくなりません。逆に増えている感じがします。

募集型のツアーといっても、団体行動するのはバスでの移動だけで、レストラン等では家族やグループ単位で分かれるので、旅行中の雰囲気は個人旅行という感じです。

【質問】

外国人観光客誘客についての先進的な取り組みについて

【東会長】

旅行商品が差別化されないまま、価格だけが重視されるのを防いでいかなければならないと思います。我々は、着地型ではなく地域主導型と呼んでいます。自社で集めたお客様を沖縄に送るために、台北を皮切りにシンガポール、そしてソウルにも事務所を置き、直接レンタカー及びホテルの予約を取っています。アジアでのブランド力が高まりつつあると考えています。

地域主導型の観光になっていくために、先進的な事に挑戦したいと

思っています。

【質問】

旅行商品の価格動向について

【東会長】

価格は重視されると思いますし、日本人も8割〜9割は価格で見ていると思います。今後、観光客は増えてくるけど、利益なき繁忙に陥らないよう注意が必要です。

沖縄ツーリストでは「先読みカレンダー」というのを5年前から作っています。沖縄の行事、世界の休日、前年の沖縄の混み具合等を1枚で俯瞰できるカレンダーなのですが、これを我々の協力施設などにも活用いただいて、安売りの必要のない期間を把握しておくことはとても重要な事だと思います。

先読みカレンダー (作成: OTSサービス経営研究所)

【質問】

旅の質の重要性について

【東会長】

21世紀ビジョンの第5次沖縄県観光振興基本計画では、審議会の会長をしましたが、その中で初めて4000万人泊という人泊数での目標を作りました。政府がやっている観光ビジョンも地方での人泊数が出ていますが、この考え方は、世界的に言うところの当たり前なんです。

ハワイは800万人位の観光客数ですが、滞在日数は平均約9日間です。6000万人泊を超えているという事になります。観光客数でいうと沖縄もハワイに近づいていると思う方もいるかと思いますが、ハワイは入域者数が800万人位でも、滞在日数では沖縄の約3倍あるわけです。

当たり前の事を当たり前に出来るような観光地作りのためには、安全・安心、治安の問題、衛生面、わかりやすさ、快適さなどが非常に重要です。

例えば、クルーズ船で来てくれるお客様に対しては、若狭バスから県庁前まで、屋根付きの歩道橋を造ろうと、いろいろな所で話しています。トンネルや橋などの数十分の一のコストで出来ると思いますが、県庁まで行けばモノレールもあり、買物で荷物が多ければタクシーを利用

すれば良いと思います。

バスで、自社系列の悪質なショッピングセンターだけに連れて行き、コストを下げるというツアーでは楽しくないので、リピーターにはならないでしょう。そういうのは、少しずつでも良いので長い時間をかけて変えていかなければならないと思います。

【質問】

国内客の誘致と沖縄観光の将来像について

【東会長】

日本国内客が国内旅行に行くというのは、政府の観光ビジョンで目標値が定められました。

国内客の消費額が2013年、2014年は20兆円位で、そこから5%ぐらい伸ばすという事で、極端な伸びはないでしょう。設定された理由は、国内客が重要だからだと思います。

凄くインバウンドが伸びておりませんが、それでも現在は3兆4千億円位です。20兆円に比較すると15%位です。インバウンドの目標である4000万人が達成できたとしても消費額は8兆円で、国内客の1/2にもなっていないのです。ですから、国内は絶対落としてはいけないし、それは沖縄にも当てはまると思いますが、

2020年 観光の概観	日本国内へ	世界各地へ
	上:国内旅行 下:訪日旅行	上:海外旅行 下:第三国旅行
国内市場 日本人客 ※印は独自推計	約6億5千万人 2013:6.31億人 2014:5.95億人 21兆円 2013:20.2兆円 2014:18.5兆円 2010年~2014年 平均値の5%増	目標2,000万人 2014年:1,690万人 2兆4,156億円※ 2014年:2兆416億円 財務省旅行収支の消費額 14年の一人単価で計算※
	目標4,000万人 2015年:1,973万人 目標8兆円 2015年:3兆4,771億円 2030年目標 6,000万人・15兆円	目標14億17百万人 2015年:11億84百万人 171兆円 2014年:137兆円 1米ドル=110円・I & III含む UNWTO平均成長率3.8%

2020年観光の概観
(作成:OTSサービス経営研究所)

また、国内客に関して、航空機の座席数が増えていない現状があります。が、戦略的にきちっと対応する必要があります。2008年は、本土と沖縄を結んでいる座席数が片道で約900万席位でしたが、2008年のリーマンショック以降、機材が小さくなり、座席数が増えていないと思います。

観光というのは供給が需要を作るので、いくらでも需要は作れると思います。国内の航空マーケットの問題は、LCCと既存の航空会社であるFSC(フルサービスキャリア)が

混在している所です。

大手航空会社が大型機材を喜んで飛ばすような施策が必要で、沖縄で雇用し、空港地上支援業務などを運営し、事務所も借りているFSCに、最初に昼間のいい時間を選んでもらう事が必要かと思っています。

【質問】

インバウンドのターゲット層や沖縄観光の今後について

【東会長】

家族で来て、便利で、安心快適で、2泊3日や3泊4日で廻れる、ファミリーコンビニエンスリゾートのようなイメージで、アッパーミドル層を対象とするべきだと思います。

最後に、沖縄における域内観光に関しては、例えば、石垣の人が那覇へ、那覇の人が石垣へ、政策的にもっと推進していったら、オフ期を底上げし、国内、海外、域内それぞれでバランスを良く稼働させることができれば、すごく面白いと思います。他府県では域内観光も観光と捉えています。まずは数字的なものを把握していくというのが大事だと思います。