

インバウンドの質を高める変革期：旅行会社の役割と地方創生の可能性

現在の日本のインバウンド市場は、目覚ましい成長を遂げ、外国人観光客を惹きつける大きな魅力を秘めています。しかし、その真のポテンシャルを最大限に引き出し、持続可能な発展を遂げるためには、今こそ「量」から「質」への大胆な転換が不可欠です。この転換期において、特に喫緊の課題として挙げられるのが、高付加価値商品の造成と、特定の観光地への集中を避け、より広範な地方への誘客です。そして、これらの課題解決の鍵を握るのは、他でもない日本の旅行会社が能動的にその役割を拡大することにあります。

現状の日本のインバウンド市場には、いくつかの根本的な問題が存在します。その一つが高付加価値商品の決定的な不足です。国際的なホテル評価基準であるフォーブスに登録されている5つ星ホテルの数は、他国と比較して著しく少ないのが現実です。この不足は、特に地方においてはより深刻な問題として顕在化しています。さらに、客室構成においてスイートルームが占める比率も、欧米諸国の10%から20%と比較して、日本の場合は都心でさえ2%から5%程度に留まっています。この状況は、世界の富裕層が求めるような真にラグジュアリーな滞在体験を提供できていないことを意味し、結果として高価格帯の高付加価値商品が少ないという問題点を引き起こしています。日本政府は、2030年には訪日外国人旅行者数を6,000万人、消費額を15兆円にまで引き上げるという野心的な目標を掲げ、これを「第4次観光立国推進基本計画」に明記しています。この目標達成のための戦略の一つとして、高付加価値商品の強化を図り、消費額の底上げを目指すことは非常に重要であり、評価されるべき点です。しかし、高付加価値とは、単に高級な宿泊施設やレストランといった「ハード面」の充実のみを指すものではありません。

真の高付加価値とは、何度も日本を訪れている海外の富裕層や、旅行に深い関心を持つ人々が、何に魅力を感じ、何を求めているのかを深く洞察することから生まれます。彼らが求めるのは、単なる有名観光地の訪問だけではなく、その土地ならではの文化体験、地元の人々との交流、そして何よりも「唯一無二の特別感」を伴う、心に残る体験です。このような本質的な価値は、必ずしも高級ホテルや豪華なスイートルームが存在しなくとも、地域の奥深さに根差した本物の体験を提供することで十分に実現可能です。例えば、普段観光客が足を踏み入れないような町の片隅で、地元の人々との温かい触れ合いが生まれ、心の交流ができたとすれば、それは高級な滞在以上に忘れがたい旅となるでしょう。

ここで、これまでの日本のインバウンド市場において、その取り扱いが全体の10%未満に

留まってきた旅行会社の役割が、これまでになく重要性を増しています。これまでのインバウンドの目覚ましい発展が、ビザの規制緩和など、主に政府主導による「追い風」の賜物であったとすれば、これからは旅行会社が自ら「推進力」となり、市場を牽引していくべき時です。現在、日本が直面しているオーバーツーリズムの解消、高付加価値商品の強化、そして特定の地域への集中を避け、地方へと外国人観光客を誘客する「地方分散型」へのシフトといった喫緊の課題は、まさに地域に密着し、その地の文化や人々の生活を深く理解している旅行会社こそが得意とする分野です。

日本の旅行会社は、長年にわたりローカルエージェントとして、地域の細やかな情報や隠れた魅力を深く理解してきました。この強みを最大限に活かし、観光客が見慣れない場所で地元の人々と触れ合い、心を通わせるような「ストーリー性のある旅」を積極的に提案することが強く求められます。旅を提供する人間が、どれだけその土地の魅力や文化、人々の暮らしを情熱的に語り、観光客に響く「ストーリー」を紡ぎ出すことができるか——それこそが、真の高付加価値な旅を提供するための最も大切な要素となるでしょう。

2030年の6,000万人時代を目前に控え、訪日リピーターはますます増加し、彼らが求める旅の質は一層高度化していきます。ありきたりな観光地巡りだけではなく、多様な地方の文化や歴史を深く掘り下げた、より進化を遂げた旅の提供が求められています。このような時代において、旅行業界は自らがこの変革をリードし、新たな日本の魅力を世界に発信していくという強い自負を持つべきです。現在、海外からの観光客があまり訪れていない地方にとっても、これはまさに絶好の機会です。宿泊施設や交通アクセスといった環境面での課題にばかり目を向けるのではなく、地域の地元に根ざした独自の魅力を再認識し、それを旅のコンテンツとして磨き上げるべき時が来ています。

誰も知らない場所だからこそ、旅は新鮮であり、人を強く惹きつける訴求力を持っています。この貴重なタイミングを前向きに捉え、日本のインバウンドが真に豊かで持続可能なものとなるよう、旅行業界の積極的な挑戦と革新に、私たちは大きな期待を寄せます。