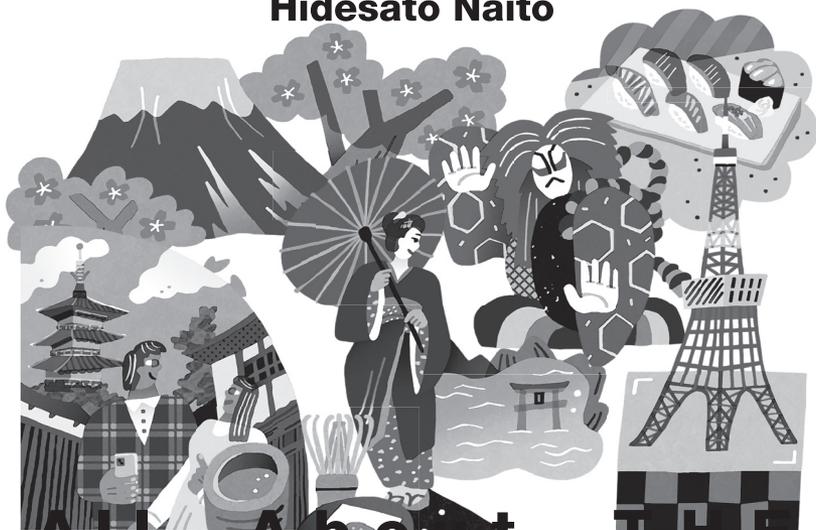


観光ビジネス

旅行好きから業界関係者まで楽しく読める観光の教養

内藤英賢
Hidesato Naito



All About THE
**TOURISM
BUSINESS**

CROSSMEDIA PUBLISHING

装丁 金澤浩二

装画 Akimi Kawakami

DTP 石澤義裕

はじめに 成長する観光ビジネス

「インバウンド6000万人15兆円！」

「観光は地方創生の切り札」

「ニセコのラーメンが3000円で売れるらしい」

ここ最近、観光に関する威勢の良い話やワードを耳にする機会が増えたかと思えます。

それもそのはず。日本の国内市場が右肩下がりになることが想定されている中で、観光は数少ない成長分野であると言えるからです。

【2024年の日本の観光市場】

- ・ 国内旅行市場（宿泊＋日帰り） 25兆円
- ・ インバウンド市場 8兆円

【2030年の日本の観光市場】

- ・ 国内旅行市場（宿泊＋日帰り） 22兆円
- ・ インバウンド市場 15兆円

ご覧のとおり、日本人を起点とする国内旅行や日本人の海外旅行が横ばい予測なのに対して、

インバウンドだけが成長予測となっています。

なお、日本の輸出産業の第1位が自動車の17兆円と言われており、輸出を「外貨を稼ぐ産業」ととらえるのであれば、2030年には観光業は第2位となり、さらにその先は第1位にまでなると言われています。

さらに、最も訪れたい国において世界1位になるなど、お客様である海外の人から見ても日本人気はひととき工作实际ち、元気のなくなった国ニッポンと言われる中でも、その可能性に沸き立つのも無理もないと思うのです。

また、観光は地方創生の切り札と言われるように、地方に大きな恩恵のある産業です。北海道や沖縄などはもとより、今では、東北／北陸など、日本のありとあらゆる場所で海外の人を見かけるようになりました。

東京一極集中を避けて、地方に産業を作りたい日本政府としても、これは是が非でも後押ししたい産業である訳です。

こうして見ると、いいことばかりに見えるこれからの観光ビジネスですが、課題もたくさんあります。

まずは、国内マーケットの激変が挙げられます。「シニア客が減った」「お盆休みが埋まらない」「8月の海辺のリゾートなのに埋まらない」「前は募集をかければ採用できたのにできなく

なった」など、最近「明らかに今までと違う」という声が増えています。これは人口動態の変動による国内マーケットが急速に変化していることに起因しています。インバウンドに湧く観光業界ですが、冒頭に示したように現状の国内マーケットはインバウンドの3倍もある巨大な市場で、国内マーケットを無視することはできません。しかしながら、その国内マーケットが大転換を迎えている中で、いまだ「昭和のビジネスモデル」が幅を利かせる観光ビジネス業界では、変化への対応が遅れており、様々なひずみを生み出しています。

続いて、あまりにも急速なインバウンド（＝グローバル化）にさらされたことにより生まれた「エリア格差」も課題です。旅行者に支持される観光地、そうでない観光地の明暗がくつきりに分かれています。

これは県単位などという大きなくくりではなく、「山ひとつ超えれば別世界」くらいのスポット単位で起こっています。

一方で、インバウンドに支持された観光地は、「オーバートゥーリズム」が巻き起こり「観光公害」なる言葉まで生まれてしまっています。また、そういった地域は海外からの投資の熱視線を浴びることになり、その観光地でビジネスをしているのが外資（地元以外）ばかりで、地元にお金が落ちずに、地域活性に繋がっていないというケースもあります。

こうした観光にまつわる、光と影を見つめつつ、観光をビジネスの観点からとらえて、日本の観光ビジネスを発展させようというのが本書の目的です。

申し遅れましたが、私は内藤英賢と申しまして、観光ビジネスを15年やってきました。

もともとは宿泊施設のコンサルタントをしておりますが、その過程で本当に何百という観光地の実態や様子を見に来ました。

白馬や蔵王が瞬く間にインバウンドであふれかえる様子や、まだ世には知られていないですが現在インバウンドで賑わっている場所。インバウンドは全く来ていないのに、観光ビジネスで力強く稼いでいる場所。乱開発により勝者なき場所となってしまうた観光地など、本当に現場の第一線でいろいろな経験をしてきました。

その中で、強く感じたのは観光というビジネスの大きな可能性と、このままではマズいという危機感の両方です。

そんな勝手ながらの使命感に燃えて、2025年に起業し、今はDMOの支援とローカル企業の支援を中心に「日本を真の観光立国にするために」日々活動しております。

観光は本当に可能性に満ち溢れたビジネスです。地域に根をおろし、本当に地域活性をしている企業も存在しています。個人の働き手として見ても、年収1000万円を超えるプレーヤーや賞与を100万円以上もらって地域で豊かに暮らしている人なども年々多くなっています。そんな現場に立ちあっていると、地域産業の一丁目一番地は観光なんだと感じます。

この本は、観光でビジネスを起こしたい。観光ビジネスをもっとスケールさせたい。観光ビジネスって今、そんなことになっているんだ等々の、ともかくにも観光でビジネスを考えている

方に向けて書いた本です。

観光でビジネスをしている人も知らない事実が多数出てくるかと思いますが、それだけ横断的、網羅的に見えにくい世界です。

直近15年という時間軸と全国を面でとらえた軸の双方を見てきた著者にしか伝えられないこともあると思います、本書を記すことにいたしました。

この本を手に取り、ひとりでも多くの方が観光ビジネスを志したり、観光ビジネスで成功されることを願ってやみません。

内藤英賢

第1章

Chapter 1 : The World of Domestic Travel:

Learning from Rapidly Changing Travel Styles

激変する旅行形態から学ぶ

「国内旅行」の世界

- 1 若者の旅離れなんてウソ！ 深刻なのは高齢者の旅離れ 018
- 2 世界最強のパスポートを持ちながら海外旅行に出ない日本人 022
- 3 ひとり旅が旅行形態の第2位に躍り出た意味 026
- 4 捨てるほど集客する謎!? 専門店化した宿が売上No.1になる時代 030
- 5 変わりゆく旅行選びの行動〜SNSの時代へ〜 036
- 6 復活したスキー場から観光地のアップデートを考える 041

第2章

Chapter 2 : The World of Inbound Tourism:
Learning from the Global Tourism Market

世界の観光市場から学ぶ インバウンドの世界

- 1 世界の旅行人口は2030年までに3億人以上増える！ 048
- 2 15年で5倍！ 日本のインバウンド急成長の全貌 053
- 3 2030年日本のインバウンドはどうなるのか？ 060
- 4 新たなデイズニーは中東アブダビ！ 世界の都市で観光客の争奪戦！ 064
- 5 驚異のリピーター率70%！ 日本に沼る海外旅行者たち！ 067
- 6 山ひとつ越えれば別世界！ インバウンド格差を攻略する！ 070

第3章

Chapter 3 : The World of Domestic Tourism Resources:
Learning from Foreign Capital

外資から学ぶ

国内観光資源の世界

- | | | |
|---|----------------------------------------|-----|
| 1 | 山梨県石和温泉の3分の1がいつのまにか外資旅館になっていた | 076 |
| 2 | マリオットグループはすでに日本に100軒！ 拡大を続ける外資の日本進出 | 081 |
| 3 | ニセコに学ぶ外資進出の功罪 | 085 |
| 4 | インバウンドと共に増え続ける外国人労働力 | 089 |
| 5 | オーバーツーリズムはビジネスチャンス！ | 092 |
| 6 | 観光地のグラウンドデザインを描く！ | 096 |

第4章

Chapter 4 : The World of Tourism Monetization:
Learning from Human Resource Trends

人材事情から学ぶ 観光マネタイズの世界

- 1 箱根とニセコの時給が世田谷区を抜いた！……………102
- 2 大半のエリアが低賃金・低生産性に苦しむ観光業界……………106
- 3 人手不足でもない人も辞めない旅館の秘密……………110
- 4 富士山入山料4000円の成功に学ぶ観光マネタイズ……………113
- 5 外国人の働き手なしには回らない観光地の実態……………118
- 6 すでに東京よりも地方が稼げるといふ衝撃のデータ！……………123

第5章

Chapter 5 : The World of Accommodations:
Learning from Vacation Rentals vs. Hotels and Ryokans

民泊VSホテル・旅館から学ぶ 宿泊施設の世界

- 1 民泊という新しい宿泊形態が日本を揺らす 130
- 2 民泊の光と影から考える民泊の未来 134
- 3 迎え撃つ既存プレーヤー〜ホテルの苦悩〜 141
- 4 迎え撃つ既存プレーヤー〜旅館の衰退〜 145
- 5 どうなる？ どうすべき？ これからの宿泊業界 151
- 6 観光のプロが選ぶ珠玉の宿紹介 156

第6章

Chapter 6 : The World of Experiential Value: Learning from Activities

アクティビティから学ぶ 体験価値の世界

- 1 世界の観光トレンドは体験価値を求めている！……………162
- 2 日本のアクティビティ市場は世界最低水準……………166
- 3 ボランティアガイドという善意の副作用……………169
- 4 チャンスしかない！ 日本の体験アクティビティビジネス！……………174
- 5 辺境の地から始まる日本アクティビティの逆襲！……………178
- 6 アクティビティ王国ニッポンへの道筋！……………182

第7章

Chapter 7 : The World of Travel Agencies: Learning from OTA

OTAから学ぶ旅行会社の世界

- 1 世界の観光を支配するOTAという巨人について..... 188
- 2 国内シェア70%でも安泰ではないOTA..... 193
- 3 OTAビジネス最前線..... 197
- 4 OTAは今後どこに向かうのか？..... 201
- 5 サプライヤー（宿やアクティビティ事業者）の思惑..... 205
- 6 OTAとは何か？ その本質とは..... 209

第8章

Chapter 8 : The World of Digital Tourism: Learning from AI

AIから学ぶデジタル観光の世界

- 1 AI利用率 日本30%／世界60%の衝撃……………214
- 2 AI×観光ビジネス「あなたの好みに合わせた旅程を生成します」……………218
- 3 AI×観光ビジネス「あなたの店がAIで選ばれるためには」……………222
- 4 AI×観光ビジネス「AI検索が観光地の勢力図を塗り替える」……………227
- 5 AI×観光ビジネス「AIシェフが半減した料理人を救う!？」……………231
- 6 AI×観光ビジネス「AI時代を生き抜くためのチェックリスト」……………235

第9章

Chapter 9 : The Future of Tourism: Learning from DMO

DMOから学ぶ観光の未来

- 1 観光地を経営するという発想 240
- 2 DMOとは何か 244
- 3 日本のDMOの課題 248
- 4 世界のDMOから学ぶ 252
- 5 自然が豊か！ 料理も美味しい！
歴史もある！ 人も良い！ 観光地が失敗する理由 257
- 6 日本が真の観光立国となるために！ 262

おわりに 268