

旅館業法の現行規制の大幅改正により 宿泊施設の多様性確保を

——2016年は日本人の宿泊需要が前年割れしそうですが、要因はどこにあるのでしょうか。

人口減少に加え、シニア世代の旅行消費の成長を当て込んでいた部分が剥落したことが要因だと考えられます。その背景は年金などの将来不安にほかなりません。

——今後のインバウンドの伸びは。

中国の経済成長に伴い、はじめての海外旅行で日本を訪れる中国人旅行者がこの先10年くらいは多数を占めると

みられます。

大切なのは、こうした日本にはじめて来るインバウンド旅行者を“育てる”という視点です。これまでの日本では“観光客を育てる”という視点が欠けておりました。はじめて日本を訪れた外国人が満足し、自国の経済発展とともに、さらに豊かになった際、また日本に来てもらえるような環境を整えることが重要です。

——17年の通常国会では旅館業法の改正も予定されています。

いまの日本に必要なのは宿泊施設の



伊藤泰斗氏
財団法人宿泊施設活性化機構 事務局長

多様性です。現在の旅館業法は、玄関帳場をはじめ構造設備の規制が多様性の阻害要因となっています。また、旅館業法の所管については観光産業の発展も踏まえ、従来の所管からの見直しも求められます。



内藤信也氏
株式会社ホスピタリティパートナーズ
企画調査部 ヴァイスプレジデント

——2016年は Marriott のスターウッド買収など、海外で大型 M&A がありましたが、日本でも M&A はふえていきますか。

インターネット経由の予約拡大に伴い、以前にも増してネット上でのホテルブランドの認知度が問われるようになっていきます。現在、ネット上では Airbnb などの民泊や、大手 OTA が優位なポジションを占めていますが、これらの勢力に対抗し自社チェーンホームページでの予約をふやすにはあらゆる場所にあらゆるタイプの品揃え（ブランド）と在庫（客室）を確保しなければ、民泊や OTA には追いつけません。そうしたことに対する危機意識も、Marriott のスターウッド買収の背景にはあったと推察しています。

アメリカでは、Airbnb などの民泊普及に伴う宿泊需要ロスや、OTA の手数料上昇への対抗策が喫緊の課題になっ

質の高い旅館やシティホテルが復活しないと 訪日客から日本そのものが飽きられてしまう

ており、今後は日本でも同様の傾向が予想されます。そうすると、新規出店だけではスケールの拡大は間に合わないため、M&A を通じたチェーン化比率の上昇が見込まれます。

——外資系ホテルの進出は今後もふえていくのでしょうか。

インバウンドの拡大に加えて、現在のような好況時は ADR が高いブランドのほうが GOP は飛躍的に向上するので、デベロッパーは開発シナリオを描きやすいことも、外資系ホテル拡大の背景として考えられます。

ただ、外資系でもフルサービスホテルでは費用構造が重たいので、「セレクトサービス」と呼ばれるブランドの関心が高まっています。セレクトサービスは外資系アッパーブランドを冠しながら、費用構造を宿泊主体型ホテルに近づけ、不況時のダウンサイドリスクを低減していることが特徴です。今後、セレクトサービスブランドの誘致が国内の東京・大阪などの大都市以外の地方都市でふえてくることも予想されます。

——今後のホテル業界の課題は。

環境への過剰適応によるリスクの顕在

化が懸念されます。端的にいうと、宿泊特化型ホテルと買い物施設の新規供給過剰によって引き起こされる観光地の魅力の減少や、それに伴う宿泊需要の減少です。

インバウンドの訪日目的が買い物から体験に移行しているトレンドを宿泊業界に置き換えると、いままで泊まっていたビジネスホテルよりも、もっと日本らしい体験ができたり、サービスを受けられる旅館やフルサービスホテルの需要が高まってくると考えられます。ただ泊まるだけでなく、その土地ならではの体験と連動した滞在ができる宿泊施設のほうが満足度は高いので、観光ピラミッドのトップに位置する質の高い旅館やフルサービスホテルの復活が求められます。

いまはじめて日本に来るインバウンド世代が10年後、20年後にリピートするころには、当然ながら年齢的にも経済的にもハイエンドの宿泊体験を求める嗜好に変わっているはずなので、そうしたニーズに対応した宿泊施設がふえていかないと、日本そのものが観光地として飽きられてしまうことにもなりかねません。