

「インバウンド事業の将来性と日本の観光資源 再開発」

株式会社 フリープラス
代表取締役社長 須田健太郎

◆インバウンドと観光業の現状と将来

今日は3つのカテゴリーでお話しします。

まず「観光業の現状」、次に「なぜ私がインバウンドを選んだか」、最後に「群馬県がインバウンドするとしたらどうするか」です。

現在世界のGDPは成長傾向にあります。成長の半分は先進国、残りが途上国です。GDPが上がると海外旅行に行く人が増えます。日本に来る観光客が増えている以前に、世界中で観光客、特にアジアの方の観光客が増えています。旅行先では、2014年は19%がアジアに旅行しています。今後もアジアに旅行に行く人が増えます。

海外のインバウンドですが、フランスが8000万人でトップ、以下、アメリカ、スペイン、中国の順で、日本は10位に入っていません。まだ伸びしろがあります。落とすお金で言うと、アメリカがトップで20兆円を超えています。日本は外人観光客だけで3.4兆円です。「爆買い」と言いますが、他国は最も儲けています。フランスは人数は多いが、お金を落とさないんですね。仮に日本が外国人観光客で20兆円稼ぐとしたら、何人受け入れる必要があるでしょうか。約4000万人です。フランスの人口が6000万人で観光客が8000万人ですから、不可能ではありません。

つまり、インバウンドの経済効果は大きく、また将来性もあるということです。



◆インバウンドを仕事に選んだ理由

父はサラリーマンで、私は勉強嫌いの普通の学生でした。自分に自信がなく、目的もありませんでした。20歳の時に、私を変えた出来事がありました。成人式の時、中学の同窓生の集まりがあり、すごく楽しかったのです。ふと「こんな楽しい日は次はいつあるのかな。そうだ、20歳の『今』はもうないんだ」と気づきました。お正月もクリスマスも次があります。しかし、成人式の夜は1度しかない。20歳の自分も、21歳、22歳の自分の一度しかない。その時、初めて自分の人生や将来について真剣に考えました。ずっとあると思っていた時間も、元気なときはあと60年しかないんだ。と痛感しました。一人が生きている価値とはなんだろう。死んでいくのは止められないので、せめてこの地球上に自分の生きている爪痕を残したい。こんな風に考えました。それが2005年1月でした。

その頃、テレビでライブドアの堀江さんのニュースを見ました。こんな若くて、社長をやっている。有能な人を集めて事業をする。世界企業をつくれれば、自分が死んだあとに残すものができると思いました。

以後、「起業」と「事業」が目的になりました。何でも「起業に役立つか」という観点ですべてを見るようになりました。1年IT関係の会社に派遣で勤めながら300万円貯金しました。それを元手に事業を始めました。

◆サービス業、グローバル、日本を元気にさせる、の3条件を満たす事業

最初、派遣業の会社を作りました、リーマンショックの時、一時苦しくなりましたが、なんとか回復させ、それを幹部に任せて、自分は別の仕事を始めました。

大阪にいたので、ここから世界につながる仕事がしたいと思いました。2010年です。

翌年、日本のGDPが中国に抜かれました。気づけば日本の物作りが過去のものとなっていてアジアに抜かれている。少子高齢化なので、この先人口のボーナスはない。そうだとしたら、日本を元気にさせる事業をしたい。

そこで、1、サービス業、2、グローバル、3、日本を元気にする。この3つを満たすものとして、訪日観光事業を選びました。厳しい分野です。儲かりそうだ、という動機なら取り組まない分野です。

◆日本を観光立国させる

最初は、一人で上海に行き、中国の旅行会社に提案をするというのがスタートでした。2005年で売り上げ9億円、去年は38億円、倍々で成長しています。社員は150名、シャanghai支店15人、ジャカルタに12名、社員の三分の一が外国人で平均年齢は27歳です。。

一番大事にしているのは、理念です。外国人観光客に特化して、アウトバウンドはやりません。私たちの使命は、日本の観光立国をなしとげて元気の源になることです。。

仕事の基本は、訪日旅行のツアーパッケージを企画し、海外の旅行代理店に提案します。例えば、ベトナムの旅行会社に売りに行きます。ベトナムの会社がお客様を集めます。30人来るという連絡がある。必要な旅行ソースを整えます。宿、食事、交通、通訳などなどです。

最初は苦労しました。会社を作って10ヶ月間営業して、来日した観光客は2名でした。東日本大震災のときは苦しかったです。でも、この事業に人生かけるときめたので、撤退はありません。逆にチャンスと考えて、東南アジアを営業し、徐々にお客様が増え、あとは500人、1000人と年ごとに倍々ゲームで増えてきました。

◆インバウンドから派生するビジネスがいろいろある

インバウンドマーケティング事業とは、来日観光事業に特化した調査とプロモーションです。きっかけは、ある日、リクルートの「じゃらん」からの電話で、8カ国の旅行会社にヒアリングして、インバウンドの観光情報がほしい。できる会社が他にない、ということです。この調査を納品しました。

1ヶ月後、日経から連絡がありました。外国人観光客の消費動向調査をしてほしい。実際にいくら金を使ったが調べてほしい。タイ、インドネシア、フィリピン、中国で、それぞれ50人、100人ほしい。という注文です。これも他に出来ないという。もちろん、完全

に仕上げ、納品しました。次にネスレ、凸版印刷と、調査の依頼が続き、これはビジネスになるなと感じました。それで新しい部門を立ちあげました。

◆外国人観光客が喜ぶメニューは何か

新規事業として、レストランの予約システムを始めました。1ヶ月に1万5千人分くらいの外国人予約を斡旋しています。

利用者は内外の旅行会社です。現在460店舗と契約しています。日本を代表する飲食店も利用しています。〇月〇日〇時に、30人、50人の外国人が食事できるか。すべてハラール（イスラム教徒の食事）が〇kがチェックできます。

また、どういう予算でどんなメニューを出せばインバウンドで売れるかを我々は知って



います。それでメニューを提案しています。インバウンドでは、カニを出さないといけません。ハラール、ベジタリアンのチェックも必須です。オプションですし握り体験とか、ふつうの食べログではないメニューがあります。

このシステムで、予約をした金額の数パーセントがマージンになります。これが「ジャパネス」という日本で最初のインバウンドの即時予約ができるシステムです。

◆インバウンド専用のホテルをオープン

2ヶ月後にオープンさせるのが、インバウンドに特化したホテルです。

我々は昨年24万泊のお客様を取り扱っています。これを外注していましたが、もし自分対のホテルがあれば、もっと自由に受け入れられる。仮に24万泊の一部を自分のホテルでやるだけで稼働率を確保できます。。

インバウンドの約65%が三つ星ホテルに泊まります。このレベルだと、壁が黄ばんでいるといったビジネスホテルです。出張者が泊まるホテルですね。

日本人の出張客からは、泊まっている外国人がうるさい、と苦情が出ます。タイ人はせっかく旅行に来て盛り上がっているのに、叱られて楽しくない。

したがって、インバウンド宿泊に特化したホテルが必要です。

我々の企画したオオサカダットホテルだと、一人7000円です。インバウンドは9割ツインですが、日本のビジネスホテルはほとんどがシングル仕様です。

おなじ価格で外人向けの設定にします。全室にiPad装備、世界対応のコンセント、ベッド下にスーツケースを入れられる。心が豊かになるデザインです。

ビジネスホテルはロビーが狭い。なのでロビーとレストランを広くし、朝食のビュッフェも30種以上用意します。夜はラウンジとして利用します。

このホテルを4月にオープンし、アジア中の3000社の旅行会社に販売します。このホテルには、営業担当がいりません。

◆地自体の観光事業は、「本気」でやらないとだめ

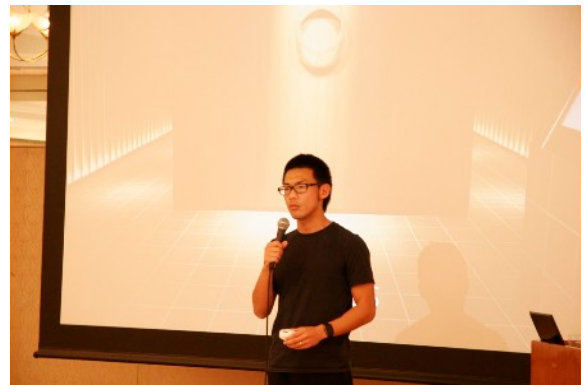
我々フリープラスが、どこを目指しているか。簡単です。インバウンドのお客様に満足していただくことです。そのために、訪日観光産業の垂直統合を考えています。

40歳までに飛行機を飛ばしたいと思っています。これには3年くらい準備がかかる。日本の地方空港にどんどんとばしたい。日本には、現在地方空港が93あります。困っている空港が多い。そこに外国人観光客を流し込みたい。

また、大型バスを5台もっていますが、これを増やしたい。ホテルも増やしていきます。最後にやるのは、観光施設です。インバウンドは、今日本に魅力があると思っているいるから来るんです。その「魅力」は、過去の資産を消費しているわけです。これからも日本が観光地として魅力的かどうかわかりません。

シンガポールは、観光資源がなかったが、マリーナベイサンズ、サファリをつくり、今や多くの観光客を集めています。だから、生き残るためには、新しい観光資源をつくっていく必要があります。

フリープラスの考えるのは、観光資源を作る、客を集める、泊まるホテルを作る、運ぶバスや飛行機を動かす、オペレーティングする。これらをすべて一貫してやることです。



◆群馬県のインバウンドについて

次は群馬県のインバウンドお話しします。

我々は、地方自治体から海外にプロモーションしてほしい、という注文も受けています。今までいくつもの自治体を海外に紹介し、インバウンドを集めました。

ここに来る前に担当に聞いたら、「群馬県、やる気、ないですよ」と言っていました。

中国のGDP18位の省は江西省です。群馬県のGDPは日本の18位です。中国人に群馬県の写真を見せて「いいところだな」と言ったとします。「確かにいいところだ」と応えます。で「群馬というところだが、行きたい?」という、NOと答えます。日本人も同様で、江西省に特に行きたいと思わない。

人々はどういうものを欲しがるか。「他人が欲しがるものを欲しがる」のです。旅行も同じ。みんなが行きたいと思うところに行きたがる。フィリピンのリゾートゼブ、プーケット、バリとか。観光地には、実はがっかりするようなところもおおい。でも行くんです。他にも知られていないいいところがいっぱいある。でもいかない。

人は、知らないところには行きたがらない。

問題は どうやって知ってもらうか。どうやってイメージをプランニングしようか。これは一企業では無理です。自治体の本気でインバウンドやりたいと思うなら、本気でやることです。以上が群馬県に対する提言です。

ご清聴ありがとうございました。