■近旅連総会特集

強固な信頼築き乗り切ろう

近旅連総会
特別対談

近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟 西野目 信雄会長

近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟（2430会員）は5月30日、東京・白金台のシェラトン都ホテル東京で第62回通常総会を開く。総会を前に、近旅連の西野目信雄会長（ホテル大雪）とKNT―CTホールディングス（HD）の戸川和良社長に業界を取り巻く環境や両者の関係強化に向けた思いを率直に語っていただいた。

（4月20日、札幌プリンスホテルで。司会は編集長内井高弘）

KNT―CTホールディングス 戸川 和良社長

■16年の業績と話題

旅行市場の変化 民泊問題 てるみくらぶ…

デフレ傾向で消費不況 人手不足は深刻化 国の民泊OKには疑問

個人旅行の扱いが減少 訪日旅行増も不十分 民泊ありだが条件整備を

――2016年はどんな年だったか。景況感はいま一つで、自然災害の影響も大きかったと思うが。

戸川 アベノミクスのスタート時はそれなりの成果は出たと思うが、結局デフレ脱却は難しく、消費不況も続いている状況だと思う。

旅行業界も同様で、特に16年は厳しい1年だった。ご指摘の通り、熊本地震や台風など自然災害の影響が大きく、旅行需要の減退につながった。さらに、FIT化の進行やウェブへの傾倒、旅行形態の「モノからコト」への移行など、環境が急激に変わった1年だった。

今年1～3月期については海外旅行に復活の兆しが出てきたものの、国内旅行は相変わらずだ。ただ、4～6月期は悪くはない。海外は好調に推移し、国内も動きが出ている。訪日旅行については、我々が扱う量そのものは大きくないが、伸び率は大きい。

西野目 景況感は全く良くない（笑い）。流通業界ではナショナルブランドの日用品を値下げする動きが出ており、モノの値段は下がる一方だ。アベノミクスはデフレ脱却を掲げていたが。逆にデフレに戻りつつある。訪日外国人、特に中国人の爆買いの勢いに押され、高いモノが売れるという風潮もあったが、それもなくなってしまった。異常だったといえばそれまでだが。旅館・ホテルの予約にしても料金の高い客室から埋まっていたが、いまはリーズナブルなものから売れていく。消費不況だね。

――昨年3月に北海道新幹線が開業したが、その効果はどうだったか。

西野目 恩恵を受けたのは道南と一部のエリアぐらいではないか。北陸新幹線の例もあって、淡い期待はあったが当てが外れた（笑い）。何より痛かったのは8～9月の台風で、道路は寸断され、JRも大きな被害を受けた。とどめは12月の大雪。新千歳空港で多くの人が足止めされるという前代未聞の出来事も起こった。トータルでみると、昨年の国内旅行は良い材料があまり見当たらず、市場の動きは悪かったといわざるを得ない。

消費者の財布の紐は固い。給料が上がっているのは一部の大企業だけで、中小企業は上げる環境にない。必然、消費には回らない。人手不足も深刻で、確保が困難になっている。大都市圏では海外の労働力をうまく使っているようだが、地方はそうもいかない。旅館業界にとっては大きな問題だ。

戸川 人手不足の深刻さは至るところで聞く。今後、経営面でも大きなネックになりかねない。

■　■

――どうもあまりいい話は出ない（笑い）。数字的にはどうか。

戸川 昨年8月に業績見通しを下方修正した。それよりは良くなっているが、厳しい数字であることに変わりはない。特に個人旅行が悪く、足を引っ張っており、メイト・ホリデイの落ち込みなど、パッケージ型が厳しい状況にある。OTA（オンライントラベルエージェント）の急激な拡大とモノからコトへという変化に対応しきれていない。

ずっと業績を伸ばしてきたクラブツーリズム（クラツー）も数字を落とした。国内バス事業が規制強化のなかで、これまで通りにはいかなかった。団体はリオ五輪や伊勢志摩サミットなどもあり、堅調に推移したが、一方、訪日旅行は取扱高が150億円から185億円に伸ばしているものの、十分には取り込めていない。

ホールディングス体制に移行した当初から、売り上げはともかく質で勝負ということで取り組んできた。3年目までは利益ベースでは上向いてきたが、災害などマイナス要因もあり、ここにきて統合前の水準に戻ってしまった感がある。ただ、先ほども申し上げたように4～6月期は動きが出てきており、先行きは明るいと思う。クラツーについてもバスのお客さまは戻ってきている。

――旅連はどう受け止めているか。

西野目 旅連は会社と共にある。会社の数字が良くないと旅連の数字も良くない。とはいえ、会社ばかりを責めても仕方がない。戸川社長も指摘されていたが、個人の動きが想像以上に変化している。

――インターネットの普及で個人旅行の仕方が劇的に変わっているということか。

西野目 スマートフォン（スマホ）やパソコンの画面上で個人が気軽に手配ができる時代だ。隔世の感がある（笑い）。これでは旅行会社の介在する余地がない。いろんな販売ツールが出てきて右往左往しているような感じを受ける。宿泊業界も同じような状況で、いい例が民泊の台頭だろう。

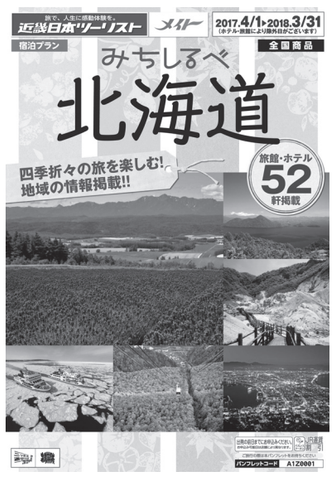
■　■

――民泊については法案も固まり、新たな段階に入りつつある。どう受け止めているか。

西野目 まさしく脅威だ。米エアビーアンドビーは先ごろ、16年に同社のサービスを使った訪日客が370万人を超えたと発表したが、ブラックマーケットを入れるとその数は500万人を超えるだろう。首都圏でも既存のホテルの稼働率は下がり、単価もダウンしていると聞く。いい状況ではない。

将来的には、宿泊ツールとすれば民泊はありかもしれないが、条件整備ができていないなかで国が民泊OKを出したのはいかがなものか。もっと議論をしてほしかった。民泊業者は旅館業法に縛られた我々とは違う所で商売をしており、公平とは言えないだろう。

戸川 お客さまのニーズにどうこたえるかという点からすると民泊もありかなと思う。選択肢が広がるわけだから。ただ、それは公平な競争のもとでやらなければならない。現状は不公平だと思う。外国人旅行者4千万人時代を見据え、何でもいいから受け入れ施設を作れというのは、



近畿日本ツーリスト
近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟
〒101−8641
東京都千代田区東神田1−7−8 ユニゾ東神田一丁目ビル　TEL. 03−6891−6829　FAX. 03−6891−6875