

観光立国への長い道のり

星野佳路氏の経営者ブログ

2014年12月18日
日経電子版

星野リゾートは今年で創業100周年を迎えました。この節目を記念して、外国人に日本をもっと旅してもらい、日本の魅力を発信してもらえるようなイベントを考えました。「100 TRIP STORIES」と銘打った企画を日本航空さん、東日本旅客鉄道さんらの協力で実施します。海外の若者100人を対象に、宿泊費と国内交通費をプレゼントして、日本人、日本の文化に触れ、旅行記を書いてもらいます。宿泊については、星野リゾートの施設を3泊分使ってもらうことができます。

なぜ、こんな企画を考えたのか、私自身の体験に根ざしています。日本の大学を卒業後、ホテル経営を学ぶために米国の大学院に留学していた時期、米国各地を旅しました。当時、正直言って米国の嫌な面もいろいろありました。米国の流儀や常識を押し通すところや、誰でも英語を話せて当然と考えているところなどです。19世紀に内村鑑三が神学を学ぶために渡米しながらも、米国に失望した感覚も少し理解できました。しかし、各地を旅し、留学中に友人が増え、様々な米国人と接すると米国の奥深さがわかってきました。特に個性や違いを許容するところは日本にはない長所です。米国を知るようになると嫌なところはあるけれど、決して嫌いにはなれないのです。よく考えてみると誰にも長所と短所があるように、国にも良い面があれば課題もあるのです。

日中関係に当てはめてみましょう。中国では反日教育がなされ、「日本は嫌いだ」という中国の人は少なくないでしょう。しかし、日本を観光旅行で訪れる中国人は増えています。日本政府観光局の統計では、2014年1～10月の中国からの訪日客は、前年同期比80%増の201万人に増えています。そして、日本を旅行した中国の方々は、日本への印象が良い方向に変わる可能性が高いはずです。これは観光業の最前線にいる立場から自信を持って言えます。日本を旅行し、いろんな日本人に触れることで良い面や悪い面を含め本当の日本の姿を知ってもらい、結果的に親しみを持ってもらえるからです。

これは単純に愛想良くしようということではありません。外国人観光客のマナーについて問題になることがあります。だからといってこの市場を拒否してはいけません。

日本人も過去に同じようなことがありました。戦後復興をたし、日本人が競ってハワイ旅行に行き始めたころです。現地で見ず知らずの人にカメラを向けて写真を撮ったり、団体でがやがや行動して邪魔になったり、ホテルで「味噌汁を出してほしい」と無茶な要望をしたり——。日本人も旅行先で迷惑をかけていましたが、時間をかけて成長し、今では上質な市場に育ってきたのです。だから、今日本にいらしてくれているアジアの方々に対しては、少し長い目で見守っていく気持ちが大切だと思っています。

だからといってマナー違反の現場を見過ごそうとしているのではありません。社員にはマナー違反を見かけたら、その場でお客様にちゃんと注意するように指示しています。「ほかのおお客様のご迷惑になります」とはっきり言えばいいと考えています。無理な注文や要望には「できない」と言わないと伝わってきません。それに反発するお客様もいらっしゃいますが、仮に顧客満足度が下がってもいいと思っています。将来きっと「日本ではマナー違反でホテルが怒っていたね」と良い思い出にもらえるのではないかと考えています。

訪日外国人客を増やし、観光立国を目指すというのなら、大きな意義のある事業であることに自覚を持ち、長い目で市場を育てていく覚悟が必要だと思っています。