

# 日系ホテルの展望とグローバル化に向けて

高橋功樹

2013年に、2020年のオリンピック・パラリンピック競技大会の開催が東京に決定して以来、日本の「おもてなし」の文化が注目されていた。その中でインバウンド客の急増に伴いホテルの需要はとて高まっているが、近年では日本のホテルよりも外資系のホテルの名前を聞くことが多いように感じる。それぞれの違いを研究し日系ホテルがどう生き残っていけばいいか明らかにすることにした。

さらに今後、日系ホテルがどうグローバル展開していけばいいか考察することにした。

はじめに現在のホテル業界の実情について論じ、ホテルが建てられた時期の違いなどを述べた。現在はコロナ禍後ということで各ホテルが様々な戦略を立てている。

次に日系ホテルと外資系ホテルの特徴の違いについて論じた。日系ホテルは日本の企業によって所有・運営され、サービスについては日本の「おもてなし文化」に基づいたサービスが強調されているが、日本のホテルは長い歴史を持つ建物が多くなっており、老朽化が懸念されている施設も多く見受けられる。一方で、外資系ホテルの特徴はホテルの建物自体は所有せず、運営だけをするマネジメントコントラクト方式というものを採用しており、サービスに関しては「ホスピタリティ」というものを重視している。また施設に関しては外資系企業は資金面で圧倒的に日系企業を上回っているため、施設の老朽化等に関しては問題がないのではないかと感じた。

次に日系企業が生き残っていくための1つの手段として新しく出てきたダブルブランドホテルというものについて論じた。ダブルブランドホテルというのは日本独自のホテルでありながら外資系ホテルのブランドも所持しているホテルのことであり、販売面において世界中にネットワークを所持している外資系ホテルとタグを組めるのは、日系企業にとって非常に心強く、近年このダブルブランドホテルが急増している。

まとめの部分ではこれまで論じてきた日系ホテルと外資系ホテルとダブルブランドホテルについてまとめた上で、この論文の要である日系ホテルがどうグローバル展開していけばいいかについて論じた。日系ホテルの独自性というのはやはりおもてなしを尊重しているところにあると感じている。これをなくしてしまうと他のホテルと差別化ができなくなってしまう恐れがあるため海外に進出したとしてもおもてなしを重視していく必要があると考える。しかし他国に進出し日本の文化を前面に押しすぎてしまうと、現地の文化とホテル内で齟齬が生まれてしまうと考え。そのため根本の部分でおもてなしというものを残しつつ、ホテル側が現地の文化や習慣に敏感になることで、顧客にとって親しみやすく心地よい滞在空間を演出できるのではないかと考えた。