

ホテル業界における人材ニーズの現状ならびに
国際競争力のある人材育成のための
実践的な職業教育の必要性について

2015年6月29日

急速にすすむホテル業界の国際化(需要サイド)

2020年以降、延べ宿泊者数の約2割以上が訪日外国人になり、東京、京都、大阪などの国際観光都市のみならず、地方都市においても外国人が主要マーケットになる可能性がでてくる。

2014年実績で延べ宿泊者数に占める外国人比率は9.5%である。2020年に訪日客を3,000万人と仮定した場合に、外国人延べ宿泊者比率は全体の18%になる。*1

訪日客の状況(観光庁データによる)

- 外国人延べ宿泊者数対前年増加率、2012年42.9%、2013年27.3%、2014年33.8%、2015年1-4月41%。
- 国内延べ宿泊者数は、2012年3.6%、2013年4.7%、2014年-1.1%
- 2014年外国人延べ宿泊者比率9.5% = 外国人延べ宿泊者数44,822,090 ÷ 延べ宿泊者数472,323,872

*1 前提条件

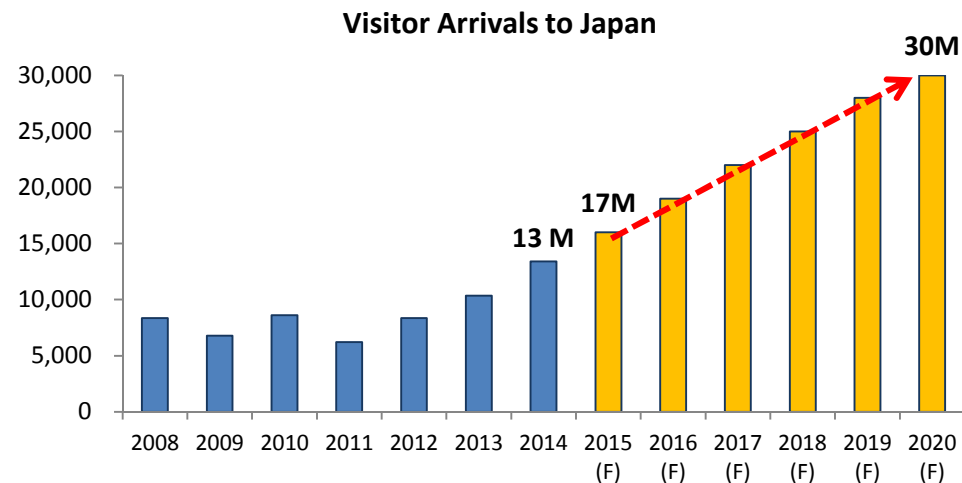
1) 2015年訪日客宿泊数を1700万人と推定、これは2014年比27%増

2) 2016年から2020年まで訪日客が毎年平均12%で上昇すると仮定した場合に3,000万人に到達する。

3) 外国人延べ宿泊者数は、上記1)と2)の訪日客上昇率を適用して計算すると、2020年の外国人延べ宿泊者数は100,586,642になる。

4) 国内延べ宿泊者数は毎年1%増加を前提とし、2020年国内延べ宿泊者数は453,801,701となる。

5) $100,586,642 \div (453,801,701 + 100,586,642) = 18.1\%$
が外国人延べ宿泊者比率となる。



急速にすすむホテル業界の国際化(供給サイド)

訪日客の急増に伴って、ホテル業界の国際化が急務になっている。

- 外資系ホテルチェーンは、地方都市、リゾート地への進出、またビジネスホテルセグメントへの展開を図っている。
- 海外投資家によるホテルの購入により、所有・経営サイドからの国際化が進んでいる。
- 訪日客、外国語、国際化への対応に成功する国内ホテルチェーンと、そうでないホテルチェーン、独立系ホテルとの差が出てくる可能性がある。

チェーン化が進むホテル業界

- 日本国内ホテル部屋数の約半分をチェーンホテルが占める。
- チェーンホテルの部屋数の約11.6%が外資系ホテルチェーンによる。

	国内ホテル・旅館		チェーンホテル		外資系チェーン	
	施設	部屋	施設	部屋	施設	部屋
ホテル	9,809	827,211	1,767	394,714	155	40,447
		100%		48%		5%
旅館	43,363	735,271				
合計	53,172	1,562,482				

- ・ 国内ホテル 旅館施設、部屋数は、観光庁2013年統計
- ・ ホテルチェーンのデータ(110社)は、週刊ホテルレストラン2015年3月15日

順位	ホテルチェーン名	ホテル数	総客室数
1	東横INN	247	48,403
2	ルートインホテルズ	252	40,052
3	アパホテルズ&リゾーツ	130	26,387
4	プリンスホテルズ&リゾーツ	43	17,247
5	東急ホテルズ	46	12,181
6	スーパーホテル	106	11,999
7	共立メンテナンス	73	10,472
8	阪急阪神第一グループ	48	10,326
9	サンルートホテルチェーン	63	10,126
10	ワシントンホテルプラザチェーン・R&Bホテルチェーン	43	9,939
11	ソラーレホテルズ&リゾーツ	63	9,809
12	IHG・ANA・ホテルズグループ	32	9,567
13	ホテルα-1グループ	48	9,555
14	WHG(ワシントンホテルチェーン・ホテルグレスリー)	29	8,958
15	JALホテルズ	31	8,877
16	チョイスホテルジャパン	50	8,232
17	ダイワロイネットホテルズ	37	8,232
18	ダイワロイヤルホテルズ	28	8,003
19	リッチモンドホテルズ	34	7,769
20	JR東日本ホテルズ	45	6,820
21	ai	50	6,594
22	リゾートトラスト	44	6,524
23	都ホテルズ&リゾート	21	6,155
24	HMIホテルグループ	53	6,064
25	ヒルトン・ワールドワイド	11	5,844
26	スターウッドホテル&リゾーツ	14	5,727
27	ホスピタリティパートナーズ	41	5,629
28	ニューオータニホテルズ	15	5,247
29	三井ガーデンホテルズ	19	4,962
30	オークラホテルズ&リゾート	16	4,514
33	マリオットインターナショナル	14	3,964
37	ハイアット ホテルズ アンド リゾーツ	10	3,131
52	アコーホテルズ	11	2,405

外資系ブランドチェーン比率	8.8%	11.6%
外資系ブランドチェーン 総数	155	40,447
ホテルブランドチェーン 総数	1,767	349,714

ホテル業における国際競争力のある人材のニーズについて

1. 英語コミュニケーション能力も含めた国際的なビジネス経験、ノウハウのある人材が、ホテル企業幹部、ホテルプロフェッショナル人材(総支配人、ホテル幹部職)に極端に少ない。
2. 英語コミュニケーションのできるサービス人材、調理人材が不足している。

経営管理職において人材が少ない事例

- 外資系ホテルチェーンの日本法人における人材。
- 外資系チェーンホテルなどでの総支配人、料飲部幹部、財務責任者における人材。

上記の理由

- 英語力ならびにディベート力の欠如
- ホテルチェーンの幹部候補養成プログラムに入る日本人が少ない。
- 世界各地のホテルを転々として国際感覚、経営ノウハウをつける昇進ルートにはいる日本人が少ない。
- ホテル経営学部、大学院を卒業する日本人が非常に少なくなっている。
- 人材流動性の高いホテル業界では長期的視点にたって人材に投資をするモチベーションが弱い可能性がある。

コーネル大学ホテル経営学科大学院 日本、中国、韓国、インド人留学生内訳				
	2013	2014	2015	2016
日本人	4	2	0	1
中国人	9	7	8	17
韓国人	3	4	2	2
インド人	4	4	2	2
クラス総数	70	57	46	50
2013 コーネル-ナンヤンプログラム(シンガポール)含む				



国際競争力のある人材育成のための高等教育機関の必要性について

国際競争力のある人材を育てることが、実践的な職業教育を行う高等教育機関に求められる。

具体的には、

- 1) 英語でのコミュニケーション能力、ディベート力を若いうちに身につける。
- 2) 社会学ではなく、ホテル経営者、プロフェッショナル人材(総支配人など)を明確に目指す。

参考例として、米国 コーネル大学ホテル経営学部、スイス ローザンヌ大学ホテルスクールなどがある。

コーネル大学ホテル経営学部

- 経営学科 800名(1学年200名)、200名 Multicultural、インターンシップ
- 経営大学院 100名(1学年50名)、1年プロフラム、インターンシップが必修
- 社会人プログラム 総支配人対象プログラム、夏期エグゼクティブコース、オンラインプログラム
- キャンパスに大学が所有、経営するホテルがあり、学生のインターシップの場としても活用。
- 教員は約60名で、各専門分野、元政府機関で働いた教員など、多岐にわたる。

コーネル大学ホテル経営大学院のプログラムの特徴

- ホスピタリティー(ホテル、レストラン、観光業)に特化したビジネススクールという位置づけ。
- ファイナンス、レベニューマネジメント、ストラテジー、ヒューマンリソースなどの科目に加え不動産関連科目に力を入れている。
- グループプロジェクト、フィールドスタディーにより、ディベート力、チームワーク力をつける。
- 卒業生は、ホテル、レストランほかコンサルティング、不動産投資関連企業など多岐にわたる。



国際競争力のある人材育成のための高等教育機関の必要性について

その他

- 米国にはホテル経営学部を持つ大学が97校ある。米国宿泊客室数は4,296,543室。日本の客室数が1,562,482室が米国の約36%であることを考えると、日本でも37校ほどあってもいいのでは。
- 現在、コーネル大学ホテル経営学部の日本人卒業生が約150名いる。また、社会人プログラムの卒業生も多数いて、同窓生の業界はホテル、レストラン、食品、コンサルティング、不動産、銀行など多岐にわたる。同窓会活動は、定期的なイベント、情報交換会のほか、日本人留学生のインターンシップ、卒業生の就職へのサポートなど、活発に行っている。
- オーストラリア、シンガポール、香港などにも同様のホテル経営学部を持つ大学がある。コーネル大学ホテル学部は、一時期、シンガポールのナンヤン理工大学(Nanyan Technological University)とプログラム、教員の交流などの提携を行っていた。また今秋より、中国のトップビジネススクールとされる上海の中欧国際工商学院(CEIBS)と二年課程の共同プログラムを開始する。



国際競争力のある人材育成のための高等教育機関に対する 企業側の受け入れ態勢について

ホテル企業の側にも、ホテル経営学部などの実践的な高等教育機関の卒業生を積極的に受け入れ、活用していく環境が整いつつある。

- 既存の観光学科、専門学校と企業側のニーズ（語学能力、専門性など）にギャップがある可能性があり、実践的な高等教育機関に対する期待がある。
- 外資系ホテルチェーンは、海外ではすでにホテル経営学部卒業生を積極的に採用し、経営幹部候補生として活用している。
- 国際化対応が必要な日本のホテルも、英語コミュニケーション、国際ビジネスに対応できる人材が急速に必要なになっている。
- 企業内訓練が十分とはいえない現状において、社会人教育コースを企業幹部層の教育に活用する可能性がある。
- 訪日客の増加に伴い、特に大都市の宿泊関連企業の業績、利益が向上している状況がある。企業側に必要な人材へ投資する資金的余裕が生まれてつつある。

企業側のさらなる課題としては、

- 優秀な学生を採用した後、国際競争力のある経営層まで育てていくための、適切なモチベーション、処遇制度を作ることができるか。
- 宿泊業、飲食業などのサービス産業のイメージアップ、処遇向上をどう図っていくことができるか。これは、優秀な学生がホテル経営学部など実践的な高等教育機関に入るモチベーションを上げるために不可欠である。
- サービスに係るすべての社員の英語力強化のため、ホテル、企業としてそれを支援する制度をつくれるか。
- 実践的な高等教育機関への援助、インターンシップ制度などに積極的に協力していくことができるか。



国際競争力のある人材育成を図れた場合とそうでない場合のシナリオとは

人材育成を図れたケース： 訪日客が3000万人を超えて、日本が真の国際観光立国としての位置を確立する。

- 多文化の顧客ニーズに対応したサービス、商品を提供することにより訪日客の満足度の向上
- 日本の主要都市がMICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition/Event) デスティネーションとなる
- 観光プロフェッショナルによる、海外マーケットへの効果的なマーケティング活動の推進
- 観光、宿泊産業の発展によるGDPへの寄与
- ホテル、企業の生産性の向上による経営の安定、投資、雇用創出効果

人材育成を図れなかったケース： ホテル・観光産業の国際化が遅れ、訪日客が2000万人前後に低迷する。

- ホテル産業の生産性の伸び悩み、国際競争力の欠如
- 訪日客対応が不十分な状況の中で、訪日観光促進へのネガティブな影響
- 日本人人材が育たず、外国人経営幹部、外国人サービス人材に頼らざるを得ない状況