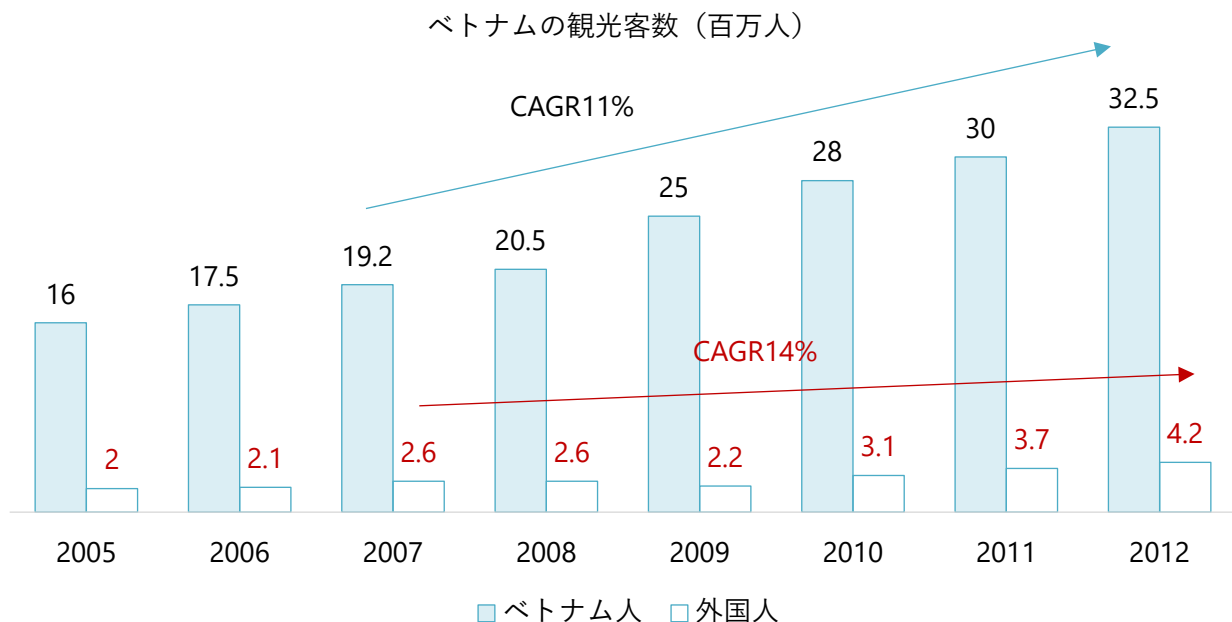


成長を続ける旅行産業、課題はサービスの質

ベトナムの旅行産業は成長を続けている。5つの世界文化遺産と2つの自然遺産はインドネシアの8つに続き東南アジアで2番目に多く、観光地としての潜在力は高い。国家も観光立国を指向し、海外旅行者の獲得を図ってきた。

旅行産業の市場規模は2005年の30兆ドンから2010年には96兆ドン、2012年には160兆ドンに拡大。2012年の観光客3,670万人のうち9割近くを占める国内観光客は、世界同時不況時も増加を続けた。一方、外国人観光客は2009年に限り大きく減少したものの、既に成長軌道に戻り、2012年には420万人となった。観光客以外を含めた外国人旅行者全体では680万人で、国別では中国人が21%、韓国人が10%、日本人が8%と東アジアの国々が上位を占め、欧米が次ぐ。タイが3%で8位などと近隣国からは意外に少ない。



ベトナム人観光客の1人1日当たりの消費は、2011年には98万ドンと外国人の105ドルに近づいてきている（いずれも推定）。この5年間、レジャーとしての旅行が幅広いベトナム人に浸透を始めており、今後国内客市場の重要性は益々高まる。

旅行代理店市場もほぼ旅行市場に比例して、2005年の4.8兆ドンから2010年の13.7兆ドンへと拡大を続けている。1975年創立の大手旅行会社 Saigontourist は訪越、海外、国内と旅行代理の全分野に加え、54ホテル、13リゾート、28レストランを展開、2012年の売上は約15兆ドンと前年比16%増だった。このうち13%約2兆ドンのみが旅行代理店業であり、幅広い旅行関連ビジネスを連携させることで収益を得るモデルだ。



新興の旅行会社も多い。これらの1社だった Vietravel は 1995 年に売上約 1,000 万ドン、従業員 10 人で創業したが、2012 年には売上約 2.4 兆ドンと前年比 20%増、2010 年以降 3 年続けて旅行代理店業界売上 1 位となった。従業員数は 800 人を越えた。昨年にはアジア太平洋地域の大手旅行出版社 TTG アジア主催の「TTG トラベル・アワード」でベトナムの「ベスト・トラベル・エイジェンシー」にも選ばれた。スタッフ能力、サービスの付加価値、IT の効果的利用などの基準が TTG 発行媒体での読者投票で評価された。

一方でサービスの向上はいまだベトナム観光業全体の課題である。現在、国内に約 280 の旅行関連学校があるが、プログラムの質は均一ではなく、一般に国立に比べ私立の内容が劣る。外国人向けツアーでは少なくとも英語と大卒という要件は満たすが、観光の実用的能力の不足が満足度を低下させてしまっている。国内ツアーでは高校卒業後、簡単な研修を受けただけというガイドも多く、さらにサービスレベルが落ちる。

この先も旅行客数は増えていくだろうが、外国人観光客の要求に応え、始まりかけた国内旅行文化を根付かせていくには、専門教育の底上げと実務的な教育内容、資格認定制度の活用といったソフト面の強化が必要である。

海外旅行も増加している。進んだサービスの肌感覚を得て、ベトナムならではのホスピタリティを醸成するまでには世代一巡を要するだろうか。世代交代の早いこの国で若い経営者の優れた取り組みが出てくるのも楽しみである。

