

「CO2 排出ネットゼロの未来に向けて日本のホスピタリティをリード」

外需が強化され、インバウンド観光客がパンデミック前の水準に回復していることを受け、日本政府は最新の年 2 回経済報告書で 24 年度の経済成長予測を 1.6%に引き上げた。政府は名目 GDP を 24 年度は 3%増加、過去最高の 4.29 兆ドルになると予測している。

日本の豊かな文化遺産と多様な地形により、日本は世界で最も多くの観光客が訪れる観光地の一つとなっている。その結果、調査会社 Statista によれば、日本の旅行業界は現在約 90,000 のホテルと宿泊施設で構成され、その価値は驚異的な 250 億 6,000 万ドルとなった。

海外の観光客が低炭素の旅行オプションを求める中、日本の旅行業界は後に続く他の国際的な観光スポットにとって、エコ・フレンドリーに進むべき方向性を示すもの(北極星)となっている。



東京、京都、河口湖・富士山など全国に 172 店舗を構えるスーパーホテルは、日本でトップの観光地での低炭素でエコ・フレンドリーな旅行を促進するという使命を担っている。2011 年にスーパーホテルはホテル業界唯一のエコ・ファースト企業として環境省に認定された。スーパーホテルの各店舗では天然温泉の施設から、JAS に認証されたオーガニック食材の使用や、様々な地域活性化の支援活動を行っている。さらに同社は CO2 排出量を削減するためにスマート技術の活用やクリーンエネルギープロジェクトに投資することで、Web サイトで予約してくれたお客様が 1 泊の滞在で発生する CO2 の排出量を 100% 相殺する「ECO 泊」の活動により、2023 年時点で累計 2,000 万泊、CO2 の削減量では 12 万 3,000 トンに到達した。

“ホスピタリティを提供する者として、環境問題について人々を啓発することは私たちの義務だと信じています。”とスーパーホテルの山本梁介会長は言います。

“私たちは、お客様の宿泊時に排出した CO2 をオフセットする「ECO 泊」プログラムと、アメニティの持参や清掃不要などのエコ活動に協力したお客様にお菓子や体によいミネラルウォーターをプレゼントする「エコひいき」活動の 2 本柱として行っています。また、ろ過されたきれいな空気とイオン水を全室にご提供もしています。”

スーパー ホテルはお客様の満足への献身的な取り組みにより、J.D. パワー 顧客満足度 No.1

を9年連続で受賞し、今年日本の顧客満足度指数（JCSI）で顧客満足度トップの座を獲得するなど、数々の賞を受賞してきた。また、スーパーホテル顧客のリピー率は70%を誇り、山本氏にとってスーパーホテルの並外れた業績の鍵は、支配人職を目指す優秀な人材を対象とした50日間の研修制度「ベンチャー制度」などで培われてきた「自律型感動人間の育成」に表れていると述べた。

国内での評判を確固たるものにした山本氏は、海外でのポートフォリオを拡大することで新たな成長を導きたいと考えている。“当社は現在海外ではミャンマーにホテルを構えており、SEA（東南アジア）のフランチャイズ化には自信を持っています。スーパーホテルは私たちの今後の挑戦をサポートしてくれる地域投資家を歓迎しています。”と述べた。

海外にスーパーホテルをオープンすることで、日本のおもてなしの大使としての役割を継続したいと考えている。山本氏はエコツーリズムの代表者として、スーパーホテルのさらに持続可能で本物の新しい文化体験を実現するというビジョンを、海外の人たちに共有してもらいたいことを望んでいる。