

社説



手薄な分野に布石打ちたい

商品などについて情報交換する。

欧米ではラグジュアリー

旅行(贅沢旅行)市場が確立されておき、フランス・カンヌで二〇〇七年十二月に開催された富裕層向け旅行博「インターナショナル・ラグジュアリー・トラベル・マーケット(ILTM)」の公式イベントでは、金沢と京都の伝統文化が紹介された。

世界の旅行市場では、旅行者の3%に過ぎない富裕層が、全体の20%相当を消費するという。たとえばインドネシアのリゾート地の場合、下は一泊五百円以下、上は一泊百万円を超えるようなクラスまで、旅行者の多様なニーズに対応するホテルがそろっている。国際会議を通じて、富裕層の好みを正確に把握し、誘致に生かしてほしい。

富裕層の誘致

中流意識の強い日本人には、確かに手薄な分野だったかもしれない。北陸に世界の富裕層を呼び込むため、金沢市で来月開催される国際会議は、一流志向の旅行者を誘致し、もてなすときに具体的に何が欠けているかを知る格好の機会になるだろう。

てはならないが、不足しているものを調査し、解決策を探るなかで、観光地としての石川や富山の弱点も見えてくるのではないか。特に欧米のガイドブックで紹介されるケースが増えている金沢のブランド力に一層の磨きをかけるため、国際会議を富裕層対策の足がかりにしたい。

世界の著名なリゾート地には、世界のお金持ちを満足させるホテルやレストラン、高級車やヘリコプターのレンタルなどを含めた旅行プランがそろっているが、北陸にはそうした需要にこたえるハードやソフトが十分とは思えない。目の肥えた外国人のセレブリティ(名士・著名人)を満足させるには、何より「本物」を提供しなく

金沢市の県立美術館で二月に開催される会議は、昨年、国の「地方の元気再生事業」に採択された事業で、世界から約二百五十人が参加する。米・ニューヨークの名レストラン総料理長や高級リゾートホテルチェーンの創業者ら海外富裕層の消費動向に詳しい著名人が講師となり、富裕層の生活スタイルや興味の対象、求める旅行