

PERSONAL DATA

国籍 / Nationality
イギリス

生年月日 / Date of birth
1973年8月16日

学歴 / School career
ニューカッスル大学卒

職歴 / Business career
ドイツ銀行

日本在住歴 / Living in Japan
8年

家族構成 / Members of family
日本人の妻

趣味・特技 / Hobby
温泉

好きな日本料理 / Favorite Japanese foods
そば

好きな母国の格言 / Favorite proverb
「無理と思った急斜面では転ぶ。可能性が低くても自信を持って挑戦することが大事」

COMPANY DATA

所在地 / Location
新潟県湯沢町

設立 / Foundation
2005年4月

資本金 / Capital
3012万円

従業員数 / Employee
6名

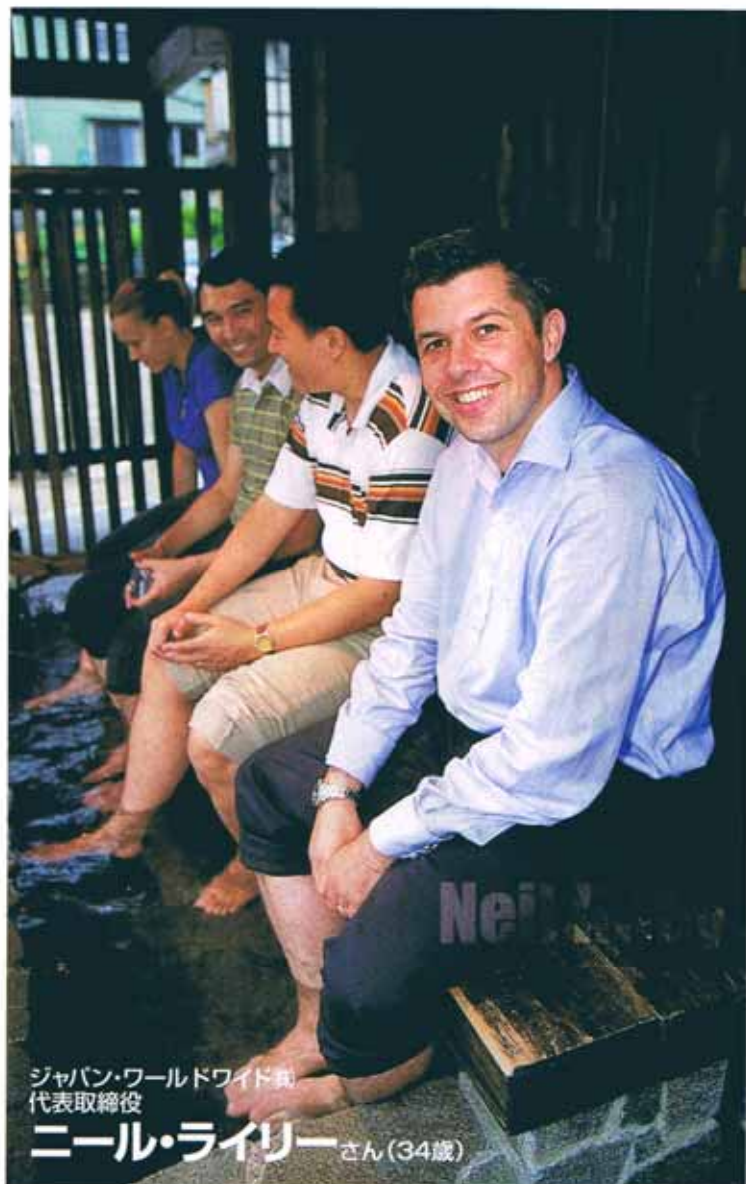
アクセス / Access
<http://www.welovesnow.com/>



昨年8月には「にいがた観光カリスマ」に認定され、黒の会談やシンポジウムにも参加。観光振興に大きく貢献している



顧客の声を聞いて開いたプールバー。大型スクリーンではスキーの映像も楽しめる。こちらは日本人客も多く訪れるという



ジャパン・ワールドワイド社
代表取締役
ニール・ライリーさん(34歳)



外国人向け旅行代理店

「こんなに素晴らしい越後湯沢の観光客減なんて信じられない！」

人気回復に苦しむスキーも
外国人には「宝の山」

日本人が見ると低迷している経営資源でも外国人には魅力的に映るものがある。「スキー」もその一つ。ドイツ銀行の駐在員だったライリーさんは、新潟・湯沢で外国人向けの旅行会社を2005年に設立。同地のスキー客は92年をピークに減り続けているにもかかわらず、昨年同社が扱った顧客は暖冬による雪不足でも前年比約4倍の3800人。今年は8000人を目標む。湯沢を選んだのは、日本人が気付かないスキーリゾートとしての可能性を見出したからだ。

「東京から新幹線で1時間半。設備は世界の高級リゾート地と比較しても素晴らしい。日本は物価高のイメージがあるけど、4000円のリフト一日券は欧米の半額程度。ニセコがブランド化に成功したのと同じ可能性を湯沢にも感じたのです」

例えば、イギリスから世界中のスキー客を集めるカナダまで飛行機で約11時間。同じフライト時間の日本でスキーができることを知る外国人は少ない。また、日本語がでさずに余暇を持てあましている在日外国人も多い。彼

らに湯沢の魅力をアピールできれば集客につながるのではないかと。

2003年冬、友人に誘われてスノーボードを楽しんだ時のアイデアを実現するため、翌年11月に湯沢に移住。華やかなビジネスキャリアを捨てることに未練はなかった。

「外国人にとってはスキーだけでなく、温泉や日本酒、日本食といった日本文化に親しめる新しいリゾート地。イメージは伝わりやすかった」

ところがウェブサイトで呼び込んだ外国人客の受け入れ態勢が湯沢では不十分だった。そこで自ら英語表記の看板設置の必要性を役場に説いてまわり、宿泊施設や商店街で英語のレッスンも請け負った。「アフタースキーの場がない」という顧客の声には、バーをオープン。日本人客も取り込んでいる。「スキー客がいない夏場、グリーンゾーンはホテルやスキー場、商店街などの英語版ウェブサイトの制作を提案して請け負っています」

ライリーさんの目標は、湯沢を国際都市「YUZAWA」へ変革させること。まだ始まったばかりだが、その実績と可能性はあなとれない。ブランドは一日して成らずだが、日本にはその「原石」が眠っているのかもしれない。