広告・マーケティング　旅館・ホテル経営　設計・建築　サービス・マナー

道標 経営のヒント ■171■

株式会社タグ広告プランナー　宮坂　登

ライフスタイル型ホテルに学ぶ

今年はどんな方々とお会いできるだろうか。新年を迎えるたびにそんなことを思う。「会う」ことが大切で、相手の顔を見ながら会話することを主義としている。そうしないと何も始まらない。昨年、京都の料亭から仕事の依頼があった際にも出向いて料理長と直接対話しながら今後へのビジョンを共有した。料理長の表情、声、目の動き、仕草、それら全てから思いの強さや熱意が伝わってくる。人と会うことの醍醐味だ。

ちょうど紅葉の時期。どこに泊まろうかとネット検索していたら、京町屋の宿泊施設が増えていることに気付いてあれこれと思案した。予約が取れず、結局ホテルに宿泊したが、その料理長にお聞きしたところ何軒かの京町屋を紹介していただけることになり、チェックイン前の時間に内部を拝見させていただいた。

宿泊スタイルは一棟貸しで片泊まり。リノベーションされた京町屋は坪庭が設けられ、味わいのある古建具や高品質なアメニティ、設備を整えた快適空間になっており、次回はぜひここに泊まろうかと心が動いた。単なる宿泊施設ではなく、古都京都での新しい宿泊スタイルを楽しんでほしくてオープンしたんですと宿のオーナーがおっしゃっていたが、昨今話題を呼んでいるライフスタイルホテルの範疇に入るのだろう。帰京後、都内で相次いで誕生しているライフスタイル型ホテルを訪ね歩いてみたら、どのホテルも泊まること以外の付加価値をコンセプトに、例えば社会貢献、地域との交流、各種体験教室など、今までのホテルにはなかったようなさまざまなテーマや仕掛けが凝らされていて興味深い。空間造りの面白さにも目が行く。

イメージが画一的で個性がないと思われる宿も、空間の大がかりなリニューアルをしなくてもアイデア次第で新しい個性を身にまとうことができるのではないかと思った。

ではどんなアイデアがいいのか。10年ほど前、イタリアのフィレンツェにある専門学校の広告のお手伝いをしたことがある。その学校で行われているのは、アート、工芸、デザイン、料理、ファッション、宝石、絵画修復などルネッサンス期から息づくイタリアの職人技を身に付ける各種プログラムで、世界中から留学生を集めている。

宿での催事や体験教室というとその内容を想像できるが、思い切って宿にそんなプログラムを持ち込むのはいかがだろう。留学期間は週間単位からで、実際に社員を留学させ何かを身に付けさせることで、宿の新たな魅力にもなる。決して無謀なことではない。新年だから新しい挑戦として提案したい。

中小企業 19年の見通し

業況DI前年比減

日本公庫調査 不安要素は「人材不足」

日本政策金融公庫はこのほど、同公庫取引先の中小企業に「2019年の景況見通し」を聞いた。改善と回答した企業割合から悪化と回答した企業割合を引いた業況判断DIは5・4と、18年の実績（11・0）から5・6ポイント低下した。経営上の不安要素として、「人材の不足、育成難」が「国内の消費低迷、販売不振」を上回り1位となった。

19年の業績見通しを改善とした企業割合は21・1%、悪化とした企業割合は15・7。このほか横ばいが63・2%だった。改善から悪化を引いたDIは5・4。

一方、18年の業績を改善とした企業割合は28・3%、悪化とした企業割合は17・3%だった。DIは11・0で、19年見通しの5・4を上回る。

19年のDIを6の需要分野別に見ると、食生活関連が前年のマイナス4・7から19・7、建設関連が前年の7・0から10・6と、それぞれ上昇。設備投資関連、乗用車関連、電機・電子関連、衣生活関連の4分野は低下した。

19年に向けての不安要素を三つまでの複数回答で挙げてもらったところ、「人材の不足、育成難」が65・3%と最も多く、前年1位の「国内の消費低迷、販売不振」（63・6%）を上回った。3位以下は、「原材料価格、燃料コストの高騰」（52・0%）、「海外経済の減速による輸出減少」（18・8%）、「金融動向（金利上昇、調達難）」（13・8%）など。

業況改善に向けて19年に最も期待する要素は「20年予定の東京五輪に伴う需要の発生」が17・3%でトップ、「19年予定の消費増税に伴う駆け込み需要の発生」が17・0%で2位となった。以下は「原油価格の下落によるコスト低下」（10・9%）、「株高や所得の増加による消費マインドの改善」（10・3%）など。

調査は三大都市圏の同公庫取引先900社に実施。このうち572社から有効回答を得た。

足合不員業従割

9年連続で上昇

日本公庫が小企業調査 飲食・宿泊は40%台

日本政策金融公庫はこのほど、小企業の雇用に関する調査を行った。従業員数が最近の営業状況に比べて不足と回答した企業割合が37・7%で、前年比1・5ポイント増と、9年連続で上昇した。8の業種別では、飲食店・宿泊業が前年から低下したものの、40%台と依然高い比率だ。

全国中小企業動向調査の18年7～9月期特別調査として実施。9月中旬、同公庫取引先の小企業（従業者20人未満。飲食店・宿泊業、小売業、卸売業は10人未満）1万社に行い、このうち6323社から有効回答を得た。

従業員数が不足とした回答は09年の14・5%を底に年々上昇。12年に20%、14年に30%をそれぞれ超えた。

従業員数が適正とした回答は55・1%。09年の66・4%からほぼ毎年低下している。

このほか過剰が7・3%。13年から1桁台となっている。

不足の割合を8の業種別で見ると、運輸業が65・5%と最も多く、以下、建設業の56・2%、情報通信業の45・3%、飲食店・宿泊業の40・7%が続く。

飲食店・宿泊業は前年の42・1%から低下も、2年連続の40%台となった。

人手不足への対応を複数回答で聞いたところ、「増員（パート、アルバイトを含む）」が55・0%、「仕事のプロセス（段取り）の効率化」が30・7%、「賃金の引き上げ」が29・5%、「従業員の多能化、兼任化」が26・1%、「仕事の外注化」が25・5%―などだった。

景気の現状DI

2カ月連続で上昇

内閣府景気ウォッチャー調査「災害影響落ち着く」

内閣府はこのほど、景気ウォッチャー調査の18年11月分を公表した。景気の現状判断DI（季節調整値）は前月比1・5ポイント増の51・0と、2カ月連続で上昇した。「自然災害の影響が落ち着き、旅行販売が前年並みに回復」「『ふっこう割』で旅行客が動き出した」などの声が挙がっている。

調査は各地の景気の動きを観察できる立場の人に、3カ月前と比べた景気の現状を「良くなっている」「やや良くなっている」「変わらない」「やや悪くなっている」「悪くなっている」の5段階で判断してもらい、答えを数値化したもの。

家計動向関連、企業動向関連、雇用関連の全てのDIが上昇。12の地域別では、北陸、中国、沖縄を除く9地域で上昇した。

2～3カ月先の景気の先行きに対する判断DIは52・2で、前月比1・6ポイント上昇した。

観光に関する各地の主な声は次の通り。

「北海道胆振東部地震の悪影響は緩和されてきている。外国人観光客による消費が震災前の水準までに回復するには、ある程度の時間を要することが見込まれるものの、個人消費が底堅く推移しており、今後の災害復旧工事の増加も見込めることから、道内景気は緩やかな回復傾向で推移し、景気はやや良くなる」（北海道、金融業）。

「ゴールデンウイークの海外旅行の問い合わせが増えてきている。長期休暇になるので、ヨーロッパ、アメリカなど単価が高く利益率の高いものが動きそうな気配である」（南関東、旅行代理店）。

「自然災害の影響も落ち着き、先行販売は前年並みにまで回復しつつある」（近畿、旅行代理店）。

「平成30年7月豪雨災害の影響を受けたが、13府県ふっこう周遊割で、客が動き出した」（四国、旅行代理店）。

「東京オリンピック・パラリンピック以後に大阪万博が決定したことの高揚感や、来年は元号も変わり、期待感が出始め、中小企業も心理的に前向きになっている」（九州、金融業）。

中小のみ「下降超」

法人企業景気予測調査 18年10～12月期分

内閣府と財務省はこのほど、法人企業景気予測調査の18年10～12月期分を公表した。同期の自社の景況判断BSI（上昇の企業割合から下降の企業割合を引いた値）は、大企業と中堅企業が「上昇超」、中小企業のみが「下降超」だった。

大企業が4・3、中堅企業が6・0と、前期（7～9月期）から0・5ポイント、3・8ポイントそれぞれプラス幅が拡大。中小企業はマイナス4・9と、同5・1ポイントマイナス幅が縮小した。

地方再生・創生論 102

ちょん髷理事長モノ申す

新税に知恵を絞る時代

いよいよ消費税が10%に引き上げられる。平成が幕を閉じ、新しい時代を迎える年に消費税が高くなる。北欧の福祉国家の実情を鑑みれば、決して高くないにつけ、使用される税はバラマキ、社会保障制度だけに限定されていない。高齢化社会は、医療費の増大を伴う。まず、国民の医療費負担を優先して税を使うべきではなかったか。

新年号の時代に突入して、政府はどんな形の国にしようと考えているのか明確にしてほしい。そのための財源が不足するなら、地方税を含めて増税も視野に入れねばならないであろう。与党は、増税すれば選挙に負けると決めつけ躊躇するが、日本の税金はまだまだ安い。国のあるべき形を決めて、謙虚に国民に訴えるべきである。

税金は、徴収しやすいところから取る。外国人観光客が増加すれば入国税、そして観光地では宿泊税を徴収する。これらの税は、欧州では常識なのだが、ニッポンは遅れてスタートした。観光国としての在り方について考慮していなかったのだが、急激な外国人旅行者の増加に伴って諸々の対策が必要となり、新税を徴収することとなった。

高校入試、大学入試のための受験生は、受験料を払わねばならない。1校につき高校入試税100円、大学入試税300円を徴収し、文部科学省の収入にすべきだと考える。1人で5大学、10大学を受験する者もいるが、国公私立を同額にする。センター入試も同様に徴収するがいい。約50億円前後の収入となり、京都市の宿泊税と肩を並べる。

外国の公衆トイレの多くは有料である。ときにチップまで要求されるが、日本では排便と排尿はタダだ。金を徴収する思考があってもいいのではないか。公衆トイレを美しくし、犯罪を防止する上でも役立つ。高速道路でのパーキングエリアのトイレも有料にすればいい。一律20円くらいを徴収し、地方税として自治体の収入にしてはと考える。

国も自治体も財源探しに苦労している。反発を怖れつつ、収入を増やしたい。宿泊税は、東京都、大阪府、京都市、金沢市等で実施、または2019年から徴収されるが、全国の自治体も検討するに値する。もちろん、地方税としてである。総務省は、なかなか地方税を認めないが、前例ある上、全国各地が観光地に転じているのだから、すぐに議会に諮るべきだ。

かつて京都市は、「古都税」を設けたが、寺院の拝観停止など仏教会の激しい反発と抵抗にあって短命に終わった。で、民泊を含む全ての客（修学旅行は除外）を対象に宿泊税を始めた。大阪府と東京都が先行したが、企業による代行徴収策で網の目を細かくして京都モデルを作った。地方税ゆえ、独自性があっても認められるので、地域独自の宿泊税を考案すべきであろう。

近年、都市部の空き地は、コインパーキングになっている。駐車違反は罰金を取られた上、免許証にキズが付くため、どうしてもコインパーキングを利用する。その利用者に1台につき50円ほどの駐車税を取るべきである。都市部に集中している国税として徴収すればいい。

都市部への乗り入れをする車を減らす策がなく、どうしても渋滞する。その、防止の一助を考える必要もあろう。駐車税は、地方の観光地等にも散見できるので、地方税にしてもいいかもしれない。

最後に、私たちは毎日のように名刺を使う。名刺をバラまくことによって、己の仕事を有利にしたり、存在感を示したりする。政治家などは秘書にポスティングと同じように名刺を配らせる。この名刺1枚につき3円くらいの課税をすべきだ。役所にわざわざ名刺を置きに行く業者もある。名刺税の新設を勧めたい。印刷屋さんで徴収していただいたり、名刺の用紙を販売する際に課税すればいい。手製の名刺は無税とし、紙の節約についても考えるべきであろう。

少額であっても、チリも積もれば山となる。新税について知恵を絞る時代だ。

（日体大理事長、松浪健四郎）

19年の周年記念企業は14万社

帝国データバンク調査

100周年は川崎汽船など1686社 共立メンテナンスが40周年

帝国データバンクはこのほど、2019年の「周年記念企業」を調査した。10周年、100周年などの節目を迎える企業は全国に14万1550社。創業100周年企業は1686社判明している。観光関係ではホテルや寮、社宅を運営、管理する共立メンテナンスが40周年を迎える。

約147万社を収録する企業概要データベースから、創業年以降10年刻み（200周年超は50年刻み）で抽出、集計した。

最も古い350周年（1669年創業）は、鉄鋼製品卸の岡谷鋼機（愛知県名古屋市）と海苔問屋経営の松尾（東京都大田区）。次に古い300周年は清酒製造の油長酒造（奈良県御所市）。

100周年（1919年創業）は1686社。主な企業は、コンテナ船や自動車船など貨物船船を運航する川崎汽船（東京都千代田区）、デジタル一眼カメラなど精密機械製造のオリンパス（同新宿区）、セラミック製品製造の日本碍子（愛知県名古屋市）、ホームセンター経営のDCMホーマック（北海道札幌市）など。

10の業種別で見ると、100周年が最も多いのは製造業の496社で、構成比29・4%。10周年（2009年創業）はサービス業の6723社（構成比31・7%）が最も多い。