広告・マーケティング　ラグジュアリー／設計・建築／サービス・マナー　経営

道標 経営のヒント ■203■

株式会社タグ広告プランナー　宮坂　登

ゲストハウスがもたらすもの

昨年から今年にかけてさまざまなホテル・旅館が相次いでオープンしている。仕事柄、それらの宿のホームページを見る時間を割いているが、宿泊シーンが驚くほど多様化している。そこで感じる何らかの新しさを、日本のおもてなしを基本にしてきた宿のあり方と較べると全く異質なもののような気がする。広告マンとしての視点もちょっと揺らいでいる。

例えば施設をリニューアルする際、旧来は客側の宿泊形態の変化や過ごし方に適応する形で改善がなされるのが通常だったが、新たにリニューアルあるいは誕生した宿をみると、運営側の世界観や独自のコンセプトが色濃く投影されている。こうした潮流は投資の世界にも広がり、ファンドや異業種からのホステル経営参入を呼ぶだけでなく、家業としての宿のあり方にも大きな影響を及ぼしているという。

一方で新たなホテルに見られるのが、空間を通して生活の新しいあり方を提案しようという哲学を持った「ライフスタイル系」と呼ばれるホテルだ。地元のクリエイターとコラボしながら地域色を反映したデザインを取り入れたり、書店やカフェ等と宿泊施設を融合させたり、旅行客だけではなく地域の人も気軽に訪れてくつろげるパブリックゾーンを設けたり、今までにない空間づくりが目を引く。サードプレイスとしての機能も兼ね備えた施設も増えているという。都内のホテルにも足を運んでみたが、そのバラエティと斬新さには実に驚く。

また、ホテルブランドの観点からは、空間づくりとともにジェネレーションの取り込みも大きなテーマだそうだ。1990年代生まれの「ミレニアル世代」、それに続く世代を「ジェネレーションZ」と呼ぶが、これらの世代の多くはインターネットの黎明期から今日のマルチデバイス全盛期までIT環境に囲まれて成長しているため、特にオンラインからの情報を優先する。彼らにどんなブランドイメージをもたらすか、そんな視点も重要な戦略になっているという。いやはや面倒な時代になったものである。

旅館・ホテルが2位に
帝国データ調査 前年比23ポイントの大幅増
正社員不足割合

帝国データバンクは7月、人手不足に関する企業の動向調査を行った。従業員不足の企業割合を業種別に見ると、旅館・ホテルが正社員で2位、非正社員で5位と、ともに上位を占めた。特に正社員不足が前年調査比で22・7ポイント増と大きく増えている。

調査は7月18～31日、全国2万3650社に実施。このうち1万91社から有効回答を得た。

正社員が不足していると回答した企業割合は、全体で48・5%。昨年7月の前回調査(50・9%)から2・4ポイント減と、依然高水準ながら若干の減少が見られた。このほか適正が42・2%で、同0・9ポイント増。過剰が9・3%で、同1・5ポイント増。

業種別では、情報サービスが74・0%で1位。旅館・ホテルが70・8%とこれに続いた。以下、メンテナンス・警備・検査(68・4%)、建設(67・5%)、農・林・水産(64・9%)などの順。これら上位10業種では、旅館・ホテルの上昇幅が最も大きかった。

一方、非正社員が不足していると回答した企業割合は、全体で29・8%。前回調査(33・0%)から3・2ポイント減と、正社員同様減少した。このほか適正が62・6%で、同1・8ポイント増。過剰が7・7%で、同1・5ポイント増。

業種別では、飲食店が80・0%と1位。以下、飲食料品小売(63・6%)、各種商品小売(62・2%)、娯楽サービス(61・1%)、旅館・ホテル(56・5%)が続く。

旅館・ホテルは前回調査(50・0%)から6・5ポイント増加。正社員不足ほどの上昇幅ではないが、2年前調査(37・5%)に比べると19・0ポイント増と大きく増えている。

宿泊業は6ヵ月連続増
サービス産業の売上高
総務省調査 速報 6月

総務省はこのほど、サービス産業動向調査の6月分(速報)を公表した。

同月の宿泊業(旅館・ホテル、簡易宿所、下宿業)の売上高は前年同月比0・7%増の4059億4200万円と、6カ月連続で増加した。サービス産業全体は同1・1%増の31兆9522億400万円と、32カ月連続で増加した。

ほかの業種を見ると、飲食店が同2・9%減の1兆6373億5300万円。娯楽業(公園・遊園地、スポーツ施設提供業、映画館など)が同0・2%減の2兆4890億2600万円。道路旅客運送業が同1・9%増の2749億8600万円。

9の産業大分類別では、「宿泊業、飲食サービス業」(1・9%減)、「教育、学習支援業」(0・6%減)、「医療、福祉」(0・2%減)の3産業が前年同月比減少。「運輸業、郵便業」(1・7%増)、「情報通信業」(1・9%増)など5産業が増加。「生活関連サービス業、娯楽業」が前年同月並みだった。

宿泊業の従事者 前年比0.2%増加

サービス産業の同月の事業従事者数は、宿泊業が前年同月比0・2%増の70万5400人と、3カ月連続で増加した。サービス産業全体は同0・4%増の3024万3300人。

「緩やかに回復」基調判断据え置き 8月の月例経済報告

政府はこのほど、8月の月例経済報告を決定した。景気の基調判断は「輸出を中心に弱さが続いているものの、緩やかに回復している」と、前月の判断を据え置いた。

各論でも、個人消費は「持ち直している」、企業収益は「高い水準で底堅く推移している。企業の業況判断は、製造業を中心に慎重さが増している」と、ほぼ前月の判断を据え置いた。

企業のDI 8ヵ月連続マイナス圏
日本公庫調査 小上中売 8月 食関連のみプラスに

日本政策金融公庫はこのほど、中小企業景況調査の8月分を公表した。同月の中小企業の売上DI(前月比で増加の企業割合から減少の企業割合を引いた値、季節調整値)は前月比4・0ポイント減のマイナス7・6と、8カ月連続のマイナス圏となった。6の最終需要分野別では食生活関連のみがプラス圏だった。

調査は8月中旬、三大都市圏の同公庫取引先900社に実施。574社から有効回答を得た。

DIを最終需要分野別に見ると、食生活関連が同4・7ポイント増の8・6と上昇するとともに、唯一のプラス圏となった。乗用車関連(1・1ポイント増のマイナス4・0)、衣生活関連(7・9ポイント増のマイナス9・5)はマイナス圏ながら上昇した。

建設関連(13・0ポイント減のマイナス12・3)はプラス圏からマイナス圏に転落。設備投資関連(1・7ポイント減のマイナス8・0)、電機・電子関連(1・3ポイント減のマイナス5・6)はマイナス幅が拡大した。

今後3カ月の売上見通しDIは前月比8・6ポイント減のマイナス13・0。売上DI同様、8カ月連続のマイナス圏となった。6の最終需要分野別では、食生活関連が前月のマイナス圏からプラス圏に転換。ほかは全てマイナス圏だった。

地方再生・創生論 134
日体大理事長 松浪健四郎モノ申す

「国有林野管理経営法」の改正で生じる問題

砂漠の国で永く住むと、日本は「木の文化」の国であるとつくづく感じる。木造建築の宝庫でもあるし、新国立競技場や各地の空港、先日訪問した郡上市の体育館等は巧みに木材を使用していた。何よりも寺や神社の建造物は木造であり、この国にあっては常識だ。

家屋は、その地の風土と密接な関係にあり、日本にあっては木造建築が最適であった。で、樹木を育んでくれる山々が国土の大部分を占め、木材の供給と需要のバランスがとれていたのだが、諸外国から安価な木材を輸入するようになるとわが国の林業は瀕死の状況に陥り、国有林、民有林は荒れ放題となる。

「木の文化」の特徴は、まず植林したとしても二世代か三世代あとでなければ木材として伐採できない。日本人は、数十年先のことを考えて行動する国民性を持つ。木造の家屋は燃えやすいため、慎重な人間を作る。曲がった木材を真っすぐにしたり、強風にも負けないように凹凸にしたりするので器用さが求められるようになった。木の文化は、独特の日本人を作り、国土を活用してきたといえる。

昨年、政府は民有林を対象とする「森林経営管理法」を制定した。木材産業を活性化させ、山を守る支援策などを盛り込んだ法律だが、令和元年6月5日に「国有林野管理経営法」の改正案が成立した。この法律は、林業政策の大転換で国有林の大規模伐採を民間に任せ、販売権までも与えるものだ。国有林は、林野庁が管理してきたのだが、職員がたったの400人しかおらず、民間の力を借りるしかなくなったといえる。

民間業者が、皆伐(かいばつ)という全面伐採をすることになるが、自治体にとって心配事も増える。土砂災害が起きて被害が及ぶ可能性があるに加え、伐採後の植え直し(再造林)による国土保全が保障されるのかも気にかかる。法改正への期待感もあるにつけ、森林資源の枯渇を憂える声もある。大規模伐採に風穴を開ける改正だが、自治体は十分に監視する必要がある。

伐採業者が上手に苗木を植えたかどうかのチェックをし、森林を再生させねば、災害を招くことになる。林野庁は当面、全国10カ所で樹木採取区を設定するが、木材の価格や需要が増加すれば、採取区は増えるに違いない。

宮崎県日南市では、ブランド化されている「飫肥(おび)スギ」は、民有林所有者が伐採して中国へ輸出されている。建築資材や棺おけの材料になるという。その棺おけが逆輸入されていることも有名だが、飫肥スギの国有林も民間業者の手によって伐採される可能性もある。

従来の林業では、製材業者や建設会社と安定的な取引を確立していると、伐採後に植え直しする資金は残らないほど厳しいと聞く。林野庁は業者を選定する際、きちんと植え直しを約束させ、十分に育っていない樹木の伐採を禁止させねばならない。だいたい樹齢は43年から60年の樹木を伐採するらしいが、樹木を全て切り倒して丸裸の山にしてしまっては大変だ。林野庁が管理できないだろうから、自治体に委託して監督する必要がある。自治体は、林野庁に強く申し入れすべきである。

また、植え直しをする際、同種類の苗木を植えるのではなく、桜を奈良の吉野の山のように植え、将来、観光にもつなげる策を練っておくべきであるがゆえ、自治体が干渉する必要もあるのだ。「木の文化」は、将来を見越して植林する伝統があっただけに、この国有林の大規模伐採を数十年後の観光名所に転換させるチャンスといえる。

今回の法改正に反対した人たちは、国有林を国民の森林とし、国民の共通財産としながらも特定企業のみに50年の権利を設定するのではないかという疑念がある、との批判だ。

いずれにしてもこの改正によって、雇用増加などの地域貢献や観光植林を推進させねばならない。民間業者と林野庁だけが作業を進めるのではなく、各自治体も伐採と植林については意見を述べ、交渉していく姿勢が求められる。

シニアマイスター経営の知恵 ◀490▶

NPO SENIOR MYSTER NETWORK

人の育成と勝つホテル

オリンピックも控え訪日外国人の増加を追い風にホテルも急ピッチで増えている。一方で少子化や若い世代の働く考え方の変化に伴い業界の人材難はますます深刻化している。時代が若者や文化を変えたが国内のホテル旅館は近代的に洗練され、器と人(ハードとソフト)の商品力のギャップは激化している。

商品力を高める人材育成は急務である。スタッフの士気を高め人を集める要素は①明確なヴィジョン②通気性の良い職場環境③充分な賃金、休暇、福利厚生④公平な評価・褒賞制度―等が言われて久しいが、それを具現化するのはホテル旅館のトップマネジメントである。

・スタッフは元気か
・仕事を楽しんでいるか
・目標は共有化されているか

これらは企業の制度構築と共にプロパティトップの力量と情熱にかかっている。

平成生まれの「ゆとり世代」に育った若者の仕事へ向けた姿勢や考え方などが問題ではなく、スタッフが楽しんで生き生きと自ら考え自ら動く。そんな元気なホテル旅館が差別化した尖がったコンセプティングやゲストの心に刺さる商品を作り、パフォーマンスを発揮してゲストが再び、そしていつも行きたいと思うホテル旅館を育てる。そういった口コミにより、人が勝手に集まるホテル旅館へと発展していく。

いわばホテルマンとしての洗練性とリーダーシップを兼ね備え、組織文化を造り上げる現場指導者の育成が業界の大きな課題となっている。人は気持ちで動くものであるが根性論ではなく、科学的手法でロジカルに熱意を込めて納得感と効力感を持たせることがポイントである。

それと共に少子化による絶対数不足の人材を確保するキーポイントは優秀な外国人の育成と採用である。近年、対応すべくさまざまな外国人向け検定試験が発足している。日本人以上に日本人らしく古来の文化に強く興味を抱き造詣を深めている外国人も多い中、その点にも視点を置きビジネス接遇力を付ける資格と共に宿泊技能に特化した試験も発足した。私も現在、留学生などの人材育成機関に携わっているが、これらを融合した日本独特な外国人向け業界検定を立ち上げ、現場で生かすことが今後必須である。

そうしたグローバル人材の育成と採用、さらに日本人スタッフとの連動ハーモニーが増え続ける訪日外国人に対応した地域連携の高付加価値な着地型商品を生み、価値の連鎖を起こす、売れるホテル旅館に育つのである。

この先の勝ち残るホテルとなるには現場指導者とグローバル人材の育成に極まると展望する。

（NPO・シニアマイスターネットワーク会員　NPO法人日本ホテルレストラン経営研究所上席教育顧問　丸毛浩一）

＝隔週掲載

週刊観光経済新聞
創刊3000号発行おめでとうございます

東武トップツアーズ

〒131-0045　東京都墨田区押上1-1-2
東京スカイツリーイーストタワー13階

東武トップツアーズは、
東京2020オリンピック・パラリンピックを応援しています。

TOKYO 2020　TOBU TOP TOURS　TOKYO 2020 PARALYMPIC GAMES
東京2020オフィシャル旅行サービスパートナー