## レジャー施設のチケット
# 約2割が値上げ
### 帝国データ調査　前年から半減

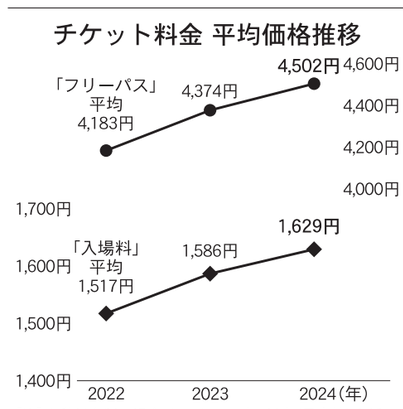
帝国データバンクはこのほど、全国の主なレジャー施設（遊園地・テーマパーク、動物園、水族館）190施設のチケット料金の動向調査を行った。今年、入場料などのチケット料金を値上げした、またはする予定の施設は33施設で、全体の約2割（17・4％）。前年（61施設、32・1％）に比べて約半減した。「駐車場代やアトラクション用の追加アイテム料金などを値上げする動きもあるものの、総じて値上げラッシュは前年と比較して沈静化の兆しがある」（同社）。

値上げ施設をジャンル別に見ると、遊園地・テーマパークが19、動物園が8、水族館が6。

チケット料金の平均は、入場料が1629円、フリーパスが4502円。前年から、入場料は2・7％（43円）、フリーパスは2・9％（128円）それぞれ上昇した。フリーパスの上昇幅が入場料より大きいことについて同社は「変動価格制の導入が進み、特に5月のゴールデンウイーク期間など大型連休に最高値を引き上げる動きが広がった」などと述べている。

今年設定されたチケット料金の最高額は、東京ディズニーリゾート（TDR、千葉県）の「1デーパスポート」と、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ、大阪府）の「1デイ・スタジオ・パス」で、いずれも大人1万900円。

ジャンル別にチケット料金平均を見ると、入場料で最も高いのが水族館の2042円。以下、遊園地・テーマパークが1570円、動物園が1381円。水族館は前年から91円上昇し、調査開始後初めて2千円を突破。「餌代のほか、電動ポンプや館内空調などに使用する電気代の高騰が影響し、引き続きチケット料金を引き上げる動きが目立った」（同社）。



［注］変動料金制の場合はハイシーズン料金（最高値）を採用
なお、フリーパスは入場料金を含む価格

## 日本公庫
# 能登半島復興で商談会
### バイヤーと被災企業つなぐ

日本政策金融公庫は7月3、4日、能登半島復興応援で大手バイヤーと被災企業をつなぐ商談会をオンラインで初開催。石川、富山両県の食料品製造業など12社が参加した。

日本公庫は、3月にサプライチェーン再建のためのマッチング支援の仕組みを被災企業に提供。今回、登録企業が商談会参加を希望し実現した。参加したバイヤーは、楽天グループのほか、エース、JR東日本クロスステーション、ふるさとサービスの4社。2日間で延べ29商談を行った。

最大震度7を観測した輪島市で温泉旅館を営む大向観光。被災直後、地震で国道が寸断され、しばらく孤立状態にあった旅館には周辺住民など一時130人が身を寄せた。被災直後に途絶えた自家源泉は復活し、営業再開を願い集まった目標1千万円を超えるクラウドファンディングが背中を押す。商談に臨んだ大向洋介専務は「通常営業までには数年はかかる。地震から6カ月たったが水が出ない家庭も多い。地域のためにも日帰り温泉を再開したい」と前を向く。今回バイヤー3社と面談し、美容に効果のあるフェースマスクやせっけん、温泉の素などの物販の強化に活路を見いだす。

被災企業は1コマ30分の商談時間いっぱいに売り込んだ。和菓子製造販売の村上製菓所（金沢市）は熟練職人が作る干菓子「わり氷」を食料品専門店を全国展開するバイヤーに、果物卸売業のフルーツむらはた（同）は、「金澤パフェ」のスイーツを東京駅などでの駅ナカ販売を見越してそれぞれアピールした。

（記事提供・日本金融通信社〈ニッキン〉）

## 新紙幣発行
# 3社に1社が「プラス」
### 帝国データ企業調査　費用負担の増加も

7月3日に発行が始まった新デザインの紙幣が日本経済に及ぼす影響について帝国データバンクは、企業へのアンケート調査をこのほど行った。およそ3社に1社が「プラスの影響（の方が大きい）」と回答。「肖像の人物ゆかりの地・企業の活性化」を指摘する一方、「企業の費用負担の増加」を半数以上が挙げている。

「プラスの影響」に35・1％と、最も多く回答した。以下、「影響なし」32・5％、「分からない」18・1％、「マイナスの影響」14・3％。

新紙幣による具体的な影響も複数回答で聞いた。最も多いのが「企業の費用負担の増加（機種入れ替えやシステム改修など）」で、55・5％と半数以上が回答した。

以下、「特需による企業の売り上げ拡大（機種入れ替えやシステム改修など）」（37・3％）、「肖像の人物ゆかりの地・企業の活性化（イベントなど）」（35・6％）、「キャッシュレス化の後押し」（31・6％）など。

旅館・ホテルから、「新紙幣に対応していないベンダーなどが多くあり、少しの間混乱すると思われる。自社では旧札を一定程度持ち、新札から旧札への両替で対応している」とコメント。

ほかに以下のような声が上がっている。

「新紙幣への変更など、目先を変えることで経済は大きく変化する。良い方向で経済効果が出てくることに期待したい」

「機種対応など売り手の負担はあるが、新紙幣効果によるタンス預金の流出は一定の需要喚起につながる」

「自動釣銭機の入れ替えで280万円かかった。お年寄り相手の小売業のため、キャッシュレス化に移行したいがなかなか難しい」

「新500円に対応できていない機種があるにもかかわらず、新紙幣も出てきて、また対応されないと困る。機種を変更するにあたり費用を単価に転嫁すると、また値上げになる」

## 「老舗企業」上半期の倒産
# 前年同期から約倍増
### 帝国データ調査　過去最多を更新

創業・設立から100年以上の業歴を有する「老舗企業」の倒産（法的整理）が今年上半期（1～6月）に74件発生。前年同期から約倍増し、年上半期として過去最多を更新した。帝国データバンクがこのほど行った倒産動向調査によるもの。「激しく変化する経済情勢に飲み込まれるケースが続出しており、老舗の底力が試されている」（同社）。

前年同期の38件から94・7％増加した。統計としてさかのぼれる2000年以降で上半期として最多となった。過去10年では19年が58件と最も多く、今年は群を抜いて多い。

業種別では製造業が22件と最も多く、小売業が21件と続く。以下、卸売業11件、建設業8件、サービス業6件、その他6件。

製造業は清酒製造（2件）、生菓子製造（2件）など日本の伝統的な産業が目に付く。小売業はスーパーマーケット、呉服・服地小売、百貨店など、製造業と同様、昔ながらの業種が確認されている。

サービス業のうち、旅館業が2件。ただ、いずれも新会社に譲渡されており、事業としては継続している。

（同省）。

指数はサービス業など第3次産業の生産活動を総合的に捉えたもの。

ほかの業種をみると、旅行業が0・5％減の61・0。このうち国内旅行が4・4％減の65・0。海外旅行が134・1％増の68・6。外人旅行が4・7％減の104・5。

遊園地・テーマパークは1・6％減の91・6。航空旅客運送業は6・8％減の104・9。道路旅客運送業は2・0％増の82・6。

これらを合わせた観光関連産業全体は3・0％減の95・4。

# 旅館、ホテルとも低下
### 5月の第3次産業活動指数

経済産業省がこのほど公表した今年5月の第3次産業活動指数（2015年＝100）は、宿泊業が前月比5・3％減の109・6。このうち旅館が5・7％減の70・8、ホテルが4・0％減の128・1と、ともに低下した。

全業種計は0・4％減の101・6と2カ月ぶりに低下。「総じてみれば第3次産業活動は一進一退で推移している」

## 失敗の法則から学ぶ
### 宿経営者の仕事大全
旅館クリニック 代表　孫田　猛

—17—

# 言動不一致の経営者

宿経営者であるあなたは従業員から、常に背中を見られています。これはどういうことかについて、今回は考えていきます。

ある旅館の朝礼風景。午前10時30分になると、会議室には社長以下その日出席が可能な従業員が集まってきます。

そして宿の経営理念、行動指針を全員で唱和します。この行動指針の中に「凡事徹底（ぼんじてってい）」という言葉があります。当たり前のことを徹底的に行うという意味のようです。

とても立派な朝礼でした。その宿の社長は、普段異業種交流や勉強会に出席し、そこでの学びを従業員にも伝えています。

このお宿に何回か訪問していると、社長が従業員を大声で叱責している場面を、たまたま見かけました。また、社長が出張するたびに、仮払金が増え、かなりの金額がたまっているようです。

幹部からは、社長は気分屋で人の好き嫌いが激しく、金銭的に公私混同しているとの声が聞こえてきました。

それでも会社の中がうまく回り、雰囲気が良ければいいのですが、残念ながらそうではなかったのです。

人には表と裏があるのは当然なのだから、良いことは言えないながらも、これが現実と割り切る考えもあるでしょう。

社長本人だけの問題であるならば、それこそ余計なお世話なのでしょうが、この社長の一連の行為は、会社に悪影響を及ぼしています。たとえその宿が、お客さまにとっては良い宿であったとしても、会社としてはいかがなものか？　ここがアンバランスであることは、かなりまずいなと思います。

これは経営者の言動不一致が示す一例です。宿のトップである経営者は言動一致を宣言し、先頭を切っていくべきです。

この宿では、「凡事徹底」が会社の方針として示されていますが、毎朝唱和して終わりになっています。だから従業員もこれでいいのだと認識しています。

そうではなく、せっかく制定したこの言葉なのだから、行動や動作にまで落とし込み、実践できているという状態にまでもっていったらどうでしょうか。

会社の方針は、まず社長が先頭に立って実践するモデルになるべきです。その上で、スタッフ一人一人が、凡事徹底とは自分が今日の仕事において何をどうすることかを認識し、朝礼で発表し、それができているかどうか、皆で見える状態に持っていければいいのです。こうすることで経営理念や行動方針が生きてくるし、いい会社になっていきます。

経営者は従業員とは立場が違う。だからあくまでも旗振りに徹すべきだ、という意見をこれまで数多く聞いてきました。それで結果が良ければ、そのお宿では正解なのでしょう。しかし経営者と従業員に大きな溝がある場合は、旗振りが空回りしています。だから経営者自ら率先しての取り組みが必要です。

以前伺ったことのあるお宿の社是が、「経営方針を実現する」でした。極めて明快なので今でも覚えています。その若い社長は他から借りてきた言葉の羅列ではなく、わが宿の経営方針の実現に集中して取り組むことが、お客さまのためであり、従業員のためになる唯一の方法だと認識しています。

なるほどと思った方は、ぜひあなたが従業員に向かって発信している言葉について、まずはご自身がその行動実現に向けての設計、宣言、そして実践をしてください。そしてその一連の流れをモデルとして従業員と共有してください。

従業員はあなたの背中を毎日見ています。全従業員があなたの背中を見ています。

あなたは経営者として、背中に集中している多くの目線を感じていますか。

**失敗の法則その16**
言動不一致というレッテルを従業員から張られているのが気づかない。その結果、社内の乱れにつながっていく。だから…言動一致に向けて経営者自らが先頭を切れ。

https://www.ryokan-clinic.com/

## シニアマイスター経営の知恵 ◀203▶

NPO SENIOR MYSTER NETWORK

# ちょっとした国際化

ドル、ユーロ、ポンド、元、ウォンと通貨単位が国ごとに異なることは周知の事実だろう。温度や重さ、長さなどの日常的な単位も国によって異なることがある。温度の単位で言えば、アメリカが諸外国と異なる単位を用いており、天気予報の画面には、最高気温80とか、90、110といった数字が並んでいる。

温度とは物体の温冷の度合いを数値で表したものである。科学的に言うと、物体の温冷は、物体を構成する分子や原子の運動エネルギーの平均値を反映しており、これを数値化したのが温度である。日本で用いる温度は、アンデルス・セルシウスが1742年に提唱したセルシウス温度であり、記号は℃である。一方、アメリカではガブリエル・ファーレンハイトが1724年に提唱したファーレンハイト温度（華氏温度）を使っており、記号は℉である。メートル法を用いる多くの国ではセルシウス温度を用いているが、アメリカではメートル法を使うことが法律で規定されていない。最近は単位変換アプリがあるので、旅行の際も困るほどではないが、慣れるまでは困惑するのは確かである。

逆の場合はどうだろう？　アメリカでも学校ではメートル法を学ぶようだが、科学や工学の分野に携わるのでなければ、日常で使わない単位など忘れてしまうだろう。となれば、アメリカで育った人が日本に旅行に来て、天気予報で「最高気温は30度」と聞いても（たとえ、英語で30degrees Celsiusと聞いたとしても）、全くイメージできないだろう。同僚の英語の先生によると「そんな時はSiriに聞きます」ということだが…。

アメリカでは長さ・重さの単位も異なる。長さは、マイル、ヤード、フィート、重さはポンド、オンスである。イギリスもメートル法を用いているが、マイル、ヤード、ポンドも日常的に用いている。例えば、ホテルや旅館などのフロントの天気予報や観光地までの距離を示した案内図、和牛ステーキのメニューに、℃やkm、gに加えて、おおよその値でも、℉やmile、ozが併記されていたら、外国語に堪能でなくとも、ちょっとした国際化になるのではないだろうか？

（専修大学経営学部教授　佐藤暢）

＝隔週掲載


# 暑中お見舞い申し上げます
令和六年 盛夏

淡路島・洲本温泉
淡路インターナショナルホテル
ザ・サンプラザ
代表取締役　樫本文昭
洲本市小路谷二二七九―一三
TEL〇七九九（二三）二二二一

三河湾国定公園 蒲郡温泉
政府登録国際観光旅館
ホテル竹島
代表取締役社長　太田行彦
〒443-0031 蒲郡市竹島町一―六
TEL〇五三三（69）一二五六

出雲・玉造温泉
長楽園グループ
代表取締役社長　長谷川　浩司
株式会社 長楽園　島根県松江市玉湯町玉造323　TEL 0852-62-0111
株式会社 玉造国際ホテル　島根県松江市玉湯町湯町148-2　TEL 0852-62-0531
有限会社 長楽クリエイト
株式会社 CHORAKU R&K（介護業）
デイサービスセンター ながれぼし松江
デイサービスセンター ながれぼし江津

株式会社ホテル玉泉
曲水の庭　ホテル玉泉
出雲・玉造温泉
政府登録国際観光旅館（登録第880号）
代表取締役　鳴嶋　実
〒699-0201 島根県松江市玉湯町玉造53-2
TEL 0852-62-0021(代)　FAX 0852-62-1455
関西支社　〒530-0047 大阪市北区西天満3-13-18 島根ビル6F　TEL 06-6362-9734　FAX 06-6364-7470

木の香　潮の香り　湯の香り
紀州・白浜温泉　むさし
代表取締役　沼田　久博
〒649-2211 和歌山県西牟婁郡白浜町868
TEL 0739-43-0634(代)　FAX 0739-82-2020

夢千代の里―湯村温泉
政府登録国際観光旅館
朝堅家
代表取締役社長　朝野　泰昌
〒669-6821 兵庫県美方郡新温泉町湯一二六九
☎0796(92)1000(代)

萬象閣・甑島
「お客様が何を望んでいらっしゃるか」をいつも心に……
代表取締役　山口昇一郎
〒843-0304 佐賀県嬉野市嬉野町大字岩屋川内甲二四番地一
TEL〇九五四―四三―三一三五
FAX〇九五四―四二―一三二六

かよう亭
代表取締役　上口昌徳
〒923-0204 石川県加賀市山中温泉東町二丁目ホの二〇
電話（〇七六一）七八一四一〇番
E-mail yamanaka0904@kayotei.jp

アンドリゾートグループ
南紀太地温泉　花いろどりの宿　花游
南紀勝浦　プチホテル&ビジネス　パルスイン勝浦
島取県 三朝温泉　三朝薬師の湯　万翠楼
伊勢志摩鳥羽　旅荘 海の蝶
アンドリゾート株式会社
代表取締役　田中雄一郎
TEL.0596-44-1050　FAX.0596-42-1711

山陰・米子・皆生温泉
四季を奏でるさらさの宿
皆生つるや
代表取締役　宇田川　英二
〒683-0001 米子市皆生温泉2丁目5番1号
TEL〇八五九（22）六一八一

ケーブルカーで登る
天空露天風呂と囲炉裏の宿
新祖谷温泉
ホテルかずら橋
代表取締役社長　谷口栄司
徳島県三好市西祖谷山村善徳33の1
TEL〇八八三―八七―二一七一

鹿児島　指宿温泉
いぶすき　秀水園
代表取締役　湯通堂温
〒891-0406 指宿市湯の浜五丁目二七―二七
電話代表（〇九九三）二三―四一四一
FAX（〇九九三）二四―四九九二
URL http//www.syusuien.co.jp
Eメール info@syusuien.co.jp

創業参百余年　肥後・豊後くにざかい伝承の宿
つえたて温泉　ひぜんや
杖立渓流の宿　大自然
吉祥の湯
代表取締役社長　河津豊四郎