益を出してください」。はずです。来年こそは利

でも、

銀行は問題点の指

銀行の支店長からこう言

体的な解決策までは教え

ではありませんよね。

摘はしてくれますが、

具

のでしょうか?

他人事

「はい、分かりました」

るのはあなたです。自分てくれません。「経営す

をもそも、

今ある支出

で考えて実行してくださ

「必要だ」と判断して決

的な支出か?

単発の支出か、

継続

基準を作り上げる作業で

まさにその判断

コスト

の見直しを行う

失敗の法則その74

った。帝国デ

全

が5・

「期待を下回っ

せん。でも、原価やコス上げを上げろとは言いま

というわけにはいきませ 理由に来年も赤字見込み 理解できますが、それを

んでしたね。もっと売り

トはコントロールできる

確かにその通りです。

は至らないのです。

では、どうすればいい

ロフィールが経営を変える

払っているのか?

いのです。 支出プロフィ準がなければ、 作ればい

・どのような条件で支

必要です。でも、その基には、明確な判断基準が

・いつから始まったの ・金額はいくらか? けでは、根本的な解決にただ数字を深掘りするだ

それが妥当なのかどう

のものか?

」です。 す。いわば支出の棚卸し 、りえてきま

の「支出プロフィール」答えるために、まずはこ

館

作りから始めてみません

・この支出は何のため

んな効果を生み出すのか

経営における意思決定

か?

きっと、あなたの

ンバウンドの予約も、冬客が回復傾向にある。イ

やや 华

るとみている」(先行き、

観光需要が全国に分散す

季シーズンに向けて回復

入阪・関西万博が閉

|ったことで、若干、国内

「紅葉シーズンが始ま

動き

が弱く、販売価格が

博が終了することにより

いる」(先行き、

お宿の経営が変わるきっ

何をすることで、ど

判断がつきません。

続きました。「原価率が支店長の指摘はさらに

見返してみました。さら決算書や試算表を何度も

前から続いているものも

たものもあれば、何年も めたものです。最近始め

に総勘定元帳や補助元帳

をよく覚えていないもの

内容

「これは今後も継続するなたのお宿の「支出プロフィール一覧表」です。こ

る化」することで、初め

しまう。

そこで、

-ルを作り、内容の可てこで、支出のプロフ

いて作成します。これが

これを全ての支出につ

り出しているのは、日々す。でも、その結果を作

決算書の数字は結果で

内容を決めてしまう。

その結果、最適な見直

万博の開催効果

「プラス」が約7割

帝国データ企業調査

期待通り」が44・

0%) など西日本が続

「一定のプラス効果があ0%。この二つを足した

数点以下第2位を四

が67・5%だった

物、飲食などにプラスには来場者増が交通や買い

全く効果を実感できず

事中の資材不足や高騰

働いた」「関東地区では、

勘定科目の数字のみで、 とき、決算書や試算表の

調査によるもの。 企業に行ったアンケ

(73・9%)、四国(71局も高く81・3%。九州

の一つ一つの支出です。

に、見切り発車となってしかどうかが判断できず

べきか、もっと増やすべ

なります。

コストの見直しを行う

しの判断基準を作ろう。 視化をすることで、見直

https://www.ryokan-clini

ス効果があったとする企

のほか「あまり期待

が日本経済に一定のプラ 大阪・関西万博の開催

る

大部分の経営者は

てコントロー

ルが可能に

れとも廃止すべきか?」 きか、減らすべきか、

こうした意思決定をす

この一覧表を判断

や、なぜ始めたのか説明

に暮れているお宿の経営 決算書を眺めながら途方

そこで経営者は改めて

月ごとに大きくばらつ

います。人件費、エネ

つ何にいくら支払ったの まで引っ張り出して、

がつかないものもあるか

料が足を引っ張っている

確かに支出の流れは

支出の一つ一

ーコスト、支払手数

現実)といった技術を活用したなる。VR(仮想現実)やAR

「 バ ー 張

私たち観光業が、接客の最終目的をし」ができる接客技術を備えている。

貢献」を戦略的に発信し、観光基本法が国際社会に対して「観光による平和

「旅行者とのコミュニケー

・ションによ

なる。VR(仮想現実)やAR(拡張物理的な移動だけを指すものではなく

これからの時代における「旅」は、

接客のプロである。コミュニケーショ仕組みが求められる。私たち観光業は、

ンを職業として行っている。

さらに日

世界の中でも屈指の「おもてな

1. デジタル化の可能性新たな旅の形と政策提言

者)」としての役割を担うべきである。を緩和する「ファシリテーター (促進

グラムへの補助や、前述した人材育成観光庁や自治体による地域滞在型プロ

への投資など、公的セクター

-の積極的

会的装置」として機能し得ることを浮ではなく、平和構築の一翼を担う「社

平和構築の一翼を担う「社

の議論を通じて、旅が単なるレジャーける新たな方向性を提示した。これら

光」のあり方と、日本の観光政策におそれを乗り越えるための「責任ある観

望を、学者ではなく、実際に経済活の経営者である。 私は、 この提起

そのためには、具体的な人材育成の

デジタル化の可能性と

あるいは身体的な理由で旅ができないチャルツーリズム」は、紛争や貧困、

異文化理解の扉を開く大きな

世界の課題を争い以外の方法で解決す って、他国間の相互理解の促進を行

しての成熟度を示す一つのバロメータね合わせる視点が、日本の観光立国と

1. 結

本稿の要約

」という問いに対し、観光が果たし本稿では、「旅は世界を平和にする

えること。旅の未来を平和の未来と重「共生」というキーワードを根幹に据 や観光ビジョンにおいても「平和」や

0・4湾増の47・1と、 月の景気の現状判断DI 気ウォッチャー調査の今内閣府はこのほど、景 年9月分を公表した。 同 (季節調整値) は前月比 失敗の法則から学ぶ

旅館クリニック

代表

孫田

で構いません。

程で、全ての支出の中身

ます。でも作り続ける過 はある程度時間がかかり

ことになります。

銀行の支店長の言葉に

やや良、四国、

好調

であるが、ビジネス、

設需要が継続して追い風

「新規大型レジャ

となって、大阪・関西万

レジ

良くなっている」(現状、 より増加し、景気はやや

等の

ベント団体予約は

ツ大会や学会

店

見ずに大切な判断を下す

けをみて、中身や過程を

いません。それは結果だ

|昇しているなか、行楽シ

「価格転嫁で単価も上

ーズンに入り客数も前年

型ホ

。甲信越、

ついて次の項目を明文化

具体的には、各支出に

值

の仕

「外国人の来訪堅調」した。観光関係者からが上昇。飲食関連が低下

動きを観察できる業種の 飲食など、地域の景気の 調査は旅館・ホテル、

「万博終了で需要が全国

|人たちに、3カ月前と比 |で判断してもらい、結果 |連と飲食関連は上昇し

|国内客は、個人、団体共 |ためインバウンドが激減

陸、商店街)。

泊増加で、連日の満

想される」

が下期の需要で補えると

んでいる」(先行き

の建設ラッシュによ

よりも多くの受注があ

上期で伸び悩んだ分

良、中国、観光型ホテル)。

震が起きるという風評の

「3カ月前は日本で地

る」(現状、やや良、北購買意欲が出てきている人、日本人の観光客も

てみましょう。

材料にしてみましょう。

つずつ作り上げるのに

「やや悪い」など5段階

|5カ月連続で上昇した。

-ビス関連、小売関連 |ている。 |今3カ月先の景気の先2月連続で上昇した。 |分散] などの声が上がっ |較した景気の現状と、

きについて、

「どちらともいえない」っについて、「良い」

0 | 浮増の48・5。

に堅調である。ただし来訪者数は欧米豪を中

先行きDIは前月比1

引き続き、外国人の

~3カ月先の景気の先行

4カ月ぶりに低下した。

2

・0 浮減の4・6と、

続で上昇。飲食関連は同

景 気 現状D ウ9

ッ月

ナのヤ

[|]景 調 査気

「外国人の来訪堅調

浮増の45・7と、それぞ

小売関連が同0・3

「繁忙期である連休の

「物価高の影響で旅行

れ3カ月連続、2カ月連

ずつ下回る日が多く発生 降雨に加え、前年を少

の、消費者も受け入れ始費用は増大しているもの

|発生前と同等の団体利用 型コロナウイルス感染症

まで回復した」

(現状、

る。また、冬の訪日がかの行楽シーズンを

道、観光型ホテル)。

(先行き、

、やや悪、

▼ バックナンバー ▼ 移動≫

コンビニ)

している」(現状、

、テーマパー(現状、やや

(現状、不変、南関東、実施する団体が多い」

テル)

調である」(先行き、 ハウンドの先行予約

価の高いプランの予約が

が順調に入っており、

「秋の昼の宴会の予約

都市型ホ

増えている」

(先行き、

「インバウンドはもち

テル やや やや良、東海、観光型ホ

ビス関連など上

昇

答は次の通り。

景気判断理由の主な回

不変、北関東、

旅行代理 (現状、

払拭されたことと暑さが

今後の景気はやや良くな

にある。このため、

和らいできたことで、

る

やや良、

数も減ることが予想され

観光客が減るため、来客幕すれば、大阪を訪れる

|していたが、その不安が

に伸びがない」

を数値化したもの。

チ

化間の相互理解を促進し、時には対立単なるサービス提供者ではなく、異文ル向上が不可欠である。観光従事者は、いっとが不可欠である。観光従事者は、観光業が平和構築に貢献するために観光業が平和構築に貢献するために

的な弊害を一時的に補完するものであ デジタル技術はあくまで物理的・距離 生身の人同士が取るコミュニケーショ 化する危険性も孕んでいる。やはり、バブル」は、かえって既存の偏見を強 2. 伝わる伝える手段はなく、 平和構築人材としての

ただの娯楽や消費ではなく、「学び」とれからの時代における「旅」は、4.3.3.3.政策への提言

へと進化すべきである。その実現には、「対話」「共創」を核とした新しい形

完全に代替することはできない。また、や、予期せぬ出会いがもたらす学びを感を通じて得られるリアルな旅の感動感を通じて得られるリアルな旅の感動がある。バーチャルな体験は、五との限界も冷静に認識する た情報のみが提供される「フィルター個人の興味関心に合わせて最適化され

は、 は、 は、 は、 で日本の接客のプロたちの行動変容 はで日本の接客のプロたちの行動変容 はで日本の接客のプロたちの行動変容 に繋がるはすだ。さらに、リカレント や観光系の大学や専門学校のカリキュ ラムに、「平和学」「異文化コミュニ ラムに、「平和学」「異文化コミュニ ラムに、「平和学」「異文化コミュニ をあり、現場で働く人々を対象とした となり、現場で働く人々を対象とした となり、現場で働く人々を対象とした つこと。それが、日本の観光業を真のひとりが「平和へのパスポート」を渡ひとりが「平和へのパスポート」を渡いき有効だろう。観光業に携わる一人とも有効だろう。観光業に携わる一人ではいる。 平和産業へと昇華させるための鍵とな

ソフトパワーとして機能しうる点を明出し、国家や地域間の緊張を緩和するむ営みであることを論じた。続く第2見を打ち破り、共感性と対話の力を育見を打ち破り、共感性と対話の力を育 見を打ち破り、共感性と対話の力を育文化理解を深め、ステレオタイプや偏察してきた。まず第1章では、旅が異変してきた。まず第1章では、旅が異 つ負の側面や限界を認識しながらも、を示した。そして第4章では、旅が持越えたネットワークが形成されること 「地球市民」としての意識が育まれ、らかにした。第3章では、旅を通じて 地球規模課題への当事者意識と国境を

る新たな役割である。

日本の地方にある、たった1軒の旅館は学者ではない、観光事業者である。は学者などが同じような視点で繰り返治学者などが同じような視点で繰り返これまで述べてきた提起は、国際政

平和維持のためにも、日本の観光業界障された平和など存在しない。自国のも、近隣諸国との緊張関係により、保な政策支援が不可欠である。日本自体な政策支援が不可欠である。日本自体 社会インフラであり、日本の観光業は、社会インフラであり、日本の観光業は、そのプロセスを支える重要な光業は、そのプロセスを支える重要なのものである。その意味で、旅にはのものである。その意味で、旅には の出発点である。そしてこれはコミュの出発点である。そしてこれはコミューと共感力を育むことは、すべての平和と共感力を育むことは、すべての平和一瞬で終わらせる魔法のような力を持一瞬で終わらせる魔法のような力を持 のものである。その意味で、旅にはニケーションを行うためのハウツーそ 決して世界の争いや不正義を

使命であり、世界が日本に期待してい日本の観光業が今後果たすべき歴史的する観光を創造すること。それこそが、する観光を創造すること。それにそが、 にある。経済的な成長だけを目指すのという大義を掲げるにふさわしい立場 その豊かな文化資源と人的資源を活か 「世界の平和に貢献する観光」

は、その子どもたちが築く未来もまた、 笑顔になれる世界を作ることができれ 子どもは未来である。 こどもたちが

ではなく、

世界の課題から目を背けるので『旅は世界を平和にする』

を、私は本気で信じている。 和の連鎖となっていく――そんな未来 して、私は今日も、ひとりの観光人と笑顔であふれるはずだ。その第一歩と に一人の旅が、世早り、 いて笑顔でお客様をお迎えする。たっして笑顔でお客様をお迎えする。たっ 、その子どもたちが築く未来もまれ 実践してきた私たちでしかない。 実践してきた私たちでしかない。 実践してきた私たちでしかない。 ることが重要だと考えている。学者がることが重要だと考えている。学者がいくら根拠を並べて述べたとしても、実践・行動には至らないからである。実践・行動には至らないからである。と地域への貢献が、小さな成功事例とと地域への貢献が、小さな成功する可能性がある。その1歩を踏み出せるのも、性がある。その1歩を踏み出せるのも、 行っている日本の観光事業者が発信す

らない。唯一の戦争姲暴国ニン・、な旅を通した人的交流の質の高さと、な旅を通した人的交流の質の高さと、 威である。 、観光立国として、 戦を続けることこそが、日本の重要いう大きな責任を負っている。その 子どもは未来である。こどもたちが平和貢献の一形態であると言える。 に代替されて の形」の構築とムーで 7大きな責任を負っている。 世界にビジョンを提示して しまうことは大きな脅 日本がこの 提示していく

もまた絶えず変容してい -ケット維持・拡大において、重要度が下がっている。 観光 人的交流というリアルなコンテンツントであるという世界観の中で、旅 テクノロジー 乗るべきムー 。観光業のマ

気候変動、テクス ンを是非起こしてほしい。
、私たち一人ひとりができるアクシ

紙 19,800 円 = 33,000 円 電子版 13,200 円 〔32% お得〕

セット割りで22,440円

お試し

スマホ、PC、タブレットで読める 2010年1月1日号から 最新号が全て読み放題







記事は縦書きと横書きの両方でお読みいただけます。 紙面頁の全面印刷、範囲(スクラップ)印刷ができます。 紙面を画面上で拡大してお読みいただけます。 大手新聞各社と同じ紙面ビューワーを採用しました。 無料会員 観光経済新聞電子版を1カ月間無料でお読みいただけます。 0円 (無料) kankokeizai.com 会員向け記事を1カ月間無料でお読みいただけます。 無料購読(試読)の有効期限はご登録から1ヵ月間です。 有料会員

観光経済新聞電子版を1年間お読みいただけます。

kankokeizai.com 会員向け記事を 1 年間お読みいただけます。 セット割会員

年間 2,640円 (税込み)

年間

13,200円 (税込み)

> 観光経済新聞電子版を1年間お読みいただけます。 kankokeizai.com 会員向け記事を 1 年間お読みいただけます。

週刊「観光経済新聞」を郵送で年間購読していただいている方限定の割引プランです

電子版のお支払いは、各種カード決済(PayPal または Amazon Pay)と銀行振込です。

無料会員登録 などの詳細は

https://www.kankokeizai.com/member_plan_list/

