



観光事業を考えるためのお薦め本の紹介

観光事業をご支援するようになり、今まで手に取らなかったような本を読む機会が増えました。
今回は観光事業を考えるためのヒントが見つかった本を2冊ご紹介したいと思います。



著：中沢 康彦
出版社：日経BP社
価格：1,575円(税込)

星野リゾートの教科書 ～サービスと利益 両立の法則～

リゾート運営の達人/星野リゾート・星野佳路社長の経営は「教科書通り」なのだそうです。つまり、社員のモチベーションアップやサービス向上策は、すべて経営学の理論に裏打ちされたものであり、当社の事業展開の背後には常に「教科書＝古典的な経営学の本」が存在しているのです。本著は、星野社長が実際に経営に活かした本の紹介とそれが当社のどんな場面で活かされているのか紹介したものであり、成功している経営者の本棚を覗いたような1冊です。

経営の定石を書いたような本を経営に活かしている事業者の方も多いと思いますが、当社が違うのは以下の2点です。

①読み方…1行ずつ理解し、分からない部分を残さず、何度でも読む

せっかく見つけた教科書となる本は実践するためのマニュアルとして、何度でも読む。
常に持ち歩き、熟読する。1回読んだら終わりという読み方ではダメ。

②実践方法…理論をつまみ食いしないで、100%教科書通りにやってみる

理論の中から「導入しやすい部分」「都合の良い部分」だけを使おうとするのではなく、例えば「3つの対策が必要だ」と書かれていたら、3つすべてに徹底的に取り組む。一部を実行するだけでは、成果がすぐに出なかった時に調整すべき方向が見えてこない。

2010年に第1刷が出版されてから7年が経過しましたが、つい最近本屋で平積みされていました。当社の経営が順調であることやオリンピックに向けて観光業の盛況が予測されることもあり、改めて本著に注目が集まっているのかもしれない。



著：二宮 謙児
出版社：あさ出版
価格：1,620円(税込)

山奥の小さな旅館が 連日外国人客で満室になる理由

～地域再生はインバウンドから～を合言葉に名湯の復活を目指す～

寂れてしまった温泉街の家族経営・小規模旅館である当社が、いかにして世界最大の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」宿泊施設満足度ランキング・日本の旅館部門2017で全国第3位になったのか。

その秘訣は以下の3点です。

①ターゲットをインバウンド客にシフトした。

②「安心感こそ最大のおもてなし」という経営理念のもと、
徹底的にインバウンド客向けのおもてなし向上と環境整備をおこなった。
(大きな設備投資・新たな人材投資なし)、

③SNS・動画等を活用して積極的な情報発信をおこなった。

客室数が少ないとはいえ、最近では稼働率がほぼ100%という状況となり、完全週休2日制・盆暮れ正月休みの取得という働き方改革もおこないながら、宿泊単価を引き上げることができるといふ好循環も生まれているのだそうです。

確実に増加するインバウンド客とどう向き合うのか、インバウンド客の滞在スタイル・嗜好への対応方法など、実体験に基づくノウハウを惜しみなく教えてくれるため、インバウンド対応に関心のある方にぜひ読んでいただきたいと思います。また、小規模事業者がターゲットを変更して今ある資源でいかに戦うのかという視点でも大いに参考になる1冊です。本著の最後にも、「やるからにはとことんやるのが最も重要。中途半端にやるのが一番問題。」と星野社長と同じことを記されていたのが印象的でした。

秋の夜長にぜひリラックスしながら読んでいただきたいと思います。私も星野社長お薦め本を何冊か購入しました。自分では絶対に選ばないようなジャンルの本も何冊もあり、楽しみながら読みたいと思います。

2017年上半期のヒット商品は？

- ・毎年、日経MJヒット商品番付が発表されますが、今年の上半期が既に発表されています。上半期のヒット商品番付は情報として早いので、下半期の事業展開に活用できる情報でもあります。
- ・ちなみに、2017年の上半期では「ヤマト値上げ」「タクシー初乗り410円」「セブン値下げ」などの価格に関するものと、「藤井聡太（将棋）」「平野美宇（卓球）」といったややマイナーなカテゴリーのヒーローとヒロインが登場しています。
- ・消費増税もあるようですし、価格や価値への関心は下半期も高まることが予測されますし、将棋や卓球も益々盛り上がるのが予測されますので、日々の商売などに取り入れることも良さそうです。将棋などは手軽に品揃えできますし、外国人ウケもそうです。また、漢字や形もデザインとして利用できそうなので商品開発にも活用できそうです。そういえば、将棋型の蒲鉾を製造している老舗メーカーさんもありますね。
- ・その他には「家事代行」「ヘルシオグリエ」「料理動画」「キュキュットクリア泡スプレー」といった家事に関するものが目立ちます。家事や料理関連の売場づくりの提案等に活かせそうです。
- ・ヒット商品番付は、市場のトレンドを掴む方法として、様々な研修でも利用されていますが、新商品の開発への活用や、小売店であればそのままポスターやPOPにも活用できますし、売場のコーナー作りにも活用できます。また、手法を真似て「当店のヒット商品番付」を作成しても良いかも知れません。何にせよ、年に一回は情報を整理しておくとい良いでしょう。

2017年上半期 日経MJヒット商品番付(抜粋)

東	西
稀勢の里	横綱 ニンテンドースイッチ
ヤマト値上げ	大関 GINZA SIX
トヨタ「C-HR」	関脇 タクシー初乗り410円
藤井聡太	小結 平野美宇
騎士団長殺し	前頭 うんこ漢字ドリル
トランプ大統領	同 美女と野獣
マクドナルド「グラブ」シリーズ	同 ポテチショック
リソクルショットメディカルセラム	同 家事代行
セブン値下げ	同 イか焼鳥
E-NI Mark 2	同 ヘルシオグリエ
けものフレンズ	同 応仁の乱
料理動画	同 DAZN
プレミアムモーニングティーレモン	同 無加糖甘酒
豪華寝台列車	同 どこかにマイル
NBC	同 捜査一課ドラマ

Writer 渡貫 久

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行っている。中小企業診断士

普段使いのロジカルシンキング



論理思考(ロジカルシンキング)というと、ロジックツリー、ピラミッドストラクチャー、帰納法・弁証法などのキーワードを思い浮かべる方も多いかと思います。そして、ロジカルシンキングを学んだとしても、日常の業務にどうやって活かしているのかが分からない方もいらっしゃると思います。本書は、ファシリテーターとして活動してきた著者の経験に基づき、論理的に考え、議論にしていけるためのワンフレーズが24個あり、「基本」「応用」「実践」の3ステップで構成されています。一例を挙げると次のようなものがあります。

「ワンフレーズ 論理思考」 堀公俊/日本経済新聞社/定価(本体1,200円+税)

■なぜ？

ロジカルシンキングでは基本となるフレーズです。原因と結果、理由と結論、根拠と主張という2段構えで考えていきます。

■要するに、例えば

この2つをセットで捉えるとういと思います。「要するに」には、一言でまとめる(抽象化)、「例えば」は、ものごとを具体的に説明する(具体化)、という意味です。人によっては、要点だけ話し、内容がイメージしにくい話をする方もいらっしゃると思いますが、具体例が多すぎて、要点が伝わらない話をする方もいらっしゃいます。常にこの2つをセットで考えると、相手に伝わりやすい内容になります。

■他に

選択肢を広く出すときに使うフレーズです。ブレインストーミングで意見を出すときによく使います。また思い込みで強い場合は、一息おいて「他にないだろうか？」と冷静になれるフレーズです。

■そもそも

議論の目的など前提に立ち返るときにつかうフレーズです。議論するついで別の方向に行ってしまうこともありますが、この「そもそも」を発することで、スタート地点に戻ることができます。

これらのフレーズは会議での打ち合わせに使えるのはもちろん、自らの考えを整理する・深める際にも使える一冊となっています。書類作成や企画書を作成しながら「なぜ」「要するに」などを自問自答しながら1人ディスカッションをしていくのです。そのうちに、そのフレーズが自分のものとなり、口ぐせのレベルまでになると、自分の思考の習慣になったと言えるでしょう。つい感覚的に考えてしまいがちな人、説明が分かりにくいと指摘される人などにオススメの1冊です。

Writer 吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業継承などの支援を行っている。中小企業診断士