

人事のバイブル「人事が分かれば経営は成功する～31」

(株)51マネジメント 代表取締役 呉市出身：1961年生まれ、現在27期、事業承継100社を超え、人事をベースとした財務、ビジネスモデルにおける問題解決の指南を中心に「東京⇄広島」で活動中。第二創業・第三創業に関わる事案が増えている。(広島銀行業務提携先)

前回の内容は「自分の才能の見つけ方」について説明しました。今回は国際都市連携による観光立国を目指す。東京・京都・広島は日本では国際都市の代表格。観光立国に必要なリソースおよびグローバルコミュニケーション」について説明します。2020年東京オリンピックに決定。残り僅か5年間。私たち日本人が“変わらないといけないことを考えてききたいと思います。

トピックス「自分年金を創る！」

背景として、2015年(本年)は4人に1人の割合で高齢者が確定。そして、これに伴い「公的年金の削減」「企業年金の積立不足」といった耳を塞ぎたくなる実態があることを再度、認識する必要があります。最終的には厚生年金給付も削減の方向および支払時期が60歳から65歳へ、65歳から70歳へ引き上げることも検討されています。(将来不安の源となっている)日経マネー特別編「定年世代、勝ち組マネー徹底ガイド」によると「世代別年金不足見込額は以下のとおりとなっています。

※前提として老後に必要な生活にかかる資金を1億円とした場合の算定

60歳夫婦	3959万円の不足(年金受給額:6041万円)
55歳夫婦	5619万円の不足(年金受給額:4381万円)
45歳夫婦	6097万円の不足(年金受給額:3903万円)
35歳夫婦	6262万円の不足(年金受給額:3738万円)

“自己責任の時代をどう智慧を出すか?が大きな課題”

結論として、自身の老後をできるだけ豊かに過ごすためには、自分自身で資金を準備することが必須となっているのです。元旦に神社で手を合わせ“2015年がいい年になりますように・・・”では、駄目だということです。ましてや100円や1000円のお賽銭では、流石に神様もこちらを向いてくれないかもしれません。国と企業が提供してくれる年金だけでは“不十分ではないですか”。自分年金の創造(お金＝ここでは資金と表現します)

資金A＝貯める資金(貯蓄資金)

不安を排除する資金、子供のための資金

定期預金、定額貯金、財形貯蓄、投資信託(公社債投信)

資金B＝使う資金(流動性資金)

生活、教育、楽しみ、その他 目的のために使う資金

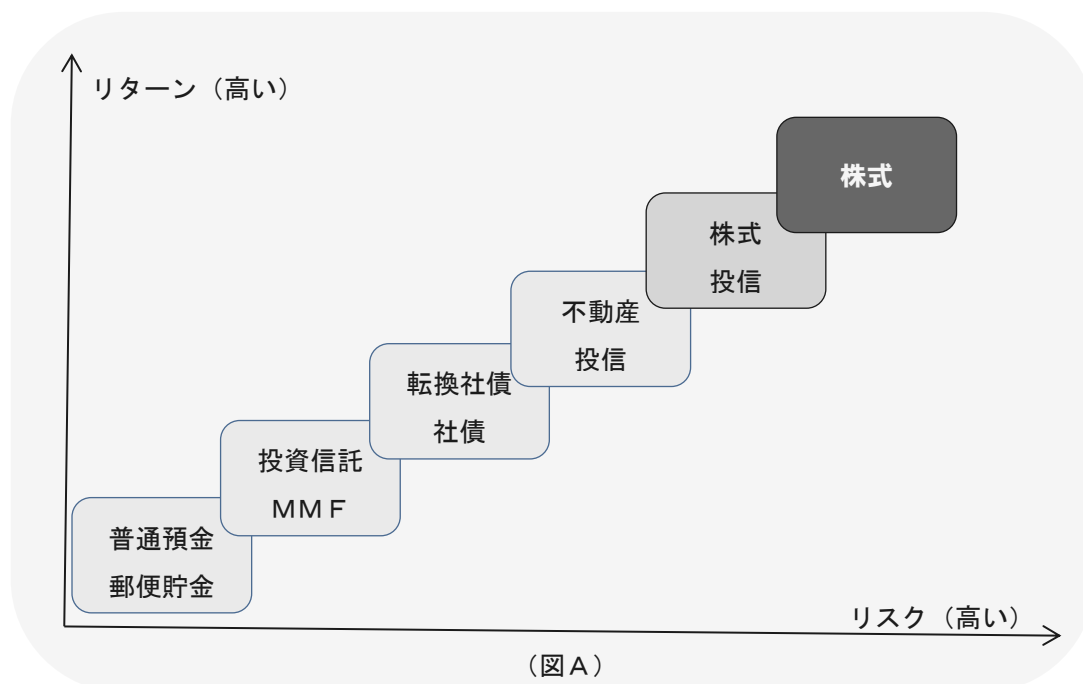
銀行預金、郵便貯金、投資信託(MMF)

資金C＝ゆとり資金(投資資金)

投資目的で増やす資金

投資信託(バランス型投信、株式投信)、株式、債券、不動産投信

ここでは**資金C**について説明をします。まずはリスク(見込み違い)とリターン(増える喜び)が一番気になるところです。

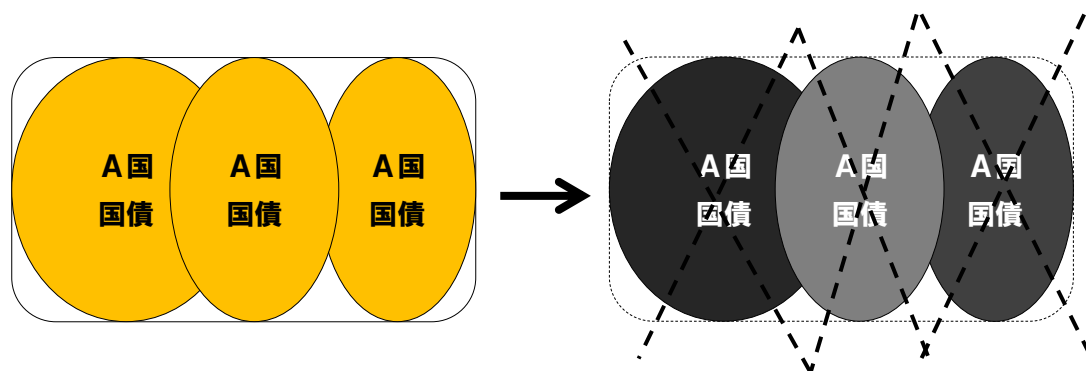


投資資金Cとは（増える喜び⇔見込に違い という表裏一体という性質があることを認識しなければいけません）。日本人の多くは、投資に対して“不慣れ”であったり、株式投資で大損した方の情報を基に投資に対するアレルギーの方が非常に多いのです。

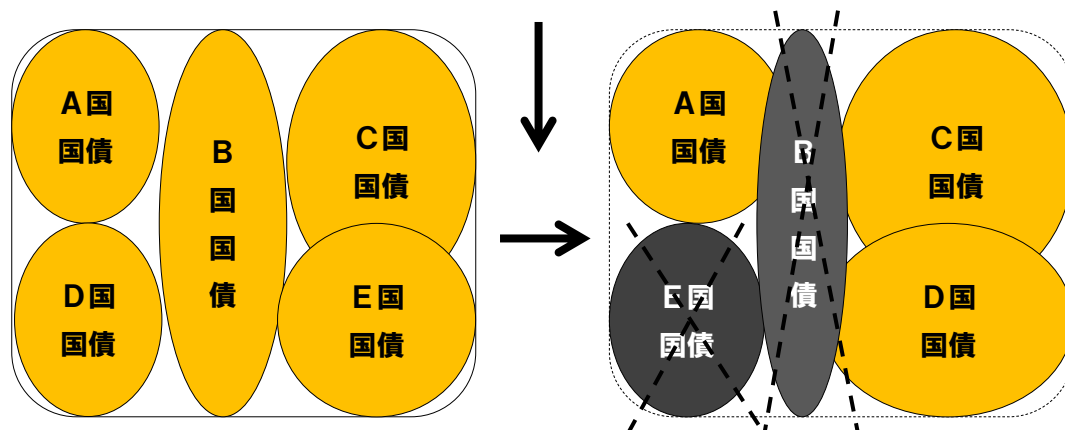
図Aのとおり、株式投資はハイリスク&ハイリターン（増える喜びも多いが見込み違いも多い）となっていますが、ローリスク&ローリターン（増える喜びも少ないが見込み違いも少ない）の投資商品もあります。

このように不慣れなことに「アレルギー」や「騙されたくない感」「損したくない感」を抱くことは、普通であると思います。そこで、こういったアレルギーを排除するために『分散投資』という手段があります。

世界の様々な市場を見てみれば、値下りしている投資対象もあれば、値上りしている投資対象もあります。世界に分散投資することで、特定の投資対象の価格変動に伴う投資収益のぶれ（リスク）の低減を追求することができると同時に、幅広く収益追求の機会を捉えることができるようになります。



一つの枠組みの中に単一商品を入れてしまうことは、極めてリスクは大きい



分散投資すれば、よりリスクは軽減する

前述のとおり、老後に必要な生活にかかる資金を1億円とした場合の算定は

60歳夫婦	3959万円の不足（年金受給額：6041万円）
55歳夫婦	5619万円の不足（年金受給額：4381万円）
45歳夫婦	6097万円の不足（年金受給額：3903万円）
35歳夫婦	6262万円の不足（年金受給額：3738万円）でした。

それでは、具体的に分析してみましょう。

下記は「老後の生活資金1億円」の場合に「何歳に引退」した場合「残りの寿命が何年」でその場合の「年間生活に使える資金」を算出したものとなります。年間生活資金を12ヶ月で除すると「毎月の生活資金」を算出できます。

寿命80歳の場合	1億円÷寿命20年（60歳引退）≒400万円（年間生活資金）
	1億円÷寿命15年（65歳引退）≒666万円
	1億円÷寿命10年（70歳引退）≒1000万円
寿命85歳の場合	1億円÷寿命25年（60歳引退）≒400万円
	1億円÷寿命20年（65歳引退）≒500万円
	1億円÷寿命15年（70歳引退）≒666万円
寿命90歳の場合	1億円÷寿命30年（60歳引退）≒333万円
	1億円÷寿命25年（65歳引退）≒400万円
	1億円÷寿命20年（70歳引退）≒500万円
寿命95歳の場合	1億円÷寿命35年（60歳引退）≒285万円
	1億円÷寿命30年（65歳引退）≒333万円
	1億円÷寿命25年（70歳引退）≒400万円
35歳夫婦の場合	不足金 6262万円
65歳まで残り30年	$6262 \div 30 \approx 208$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）
70歳まで残り35年	$6262 \div 35 \approx 178$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）

45歳夫婦の場合	不足額 6097万円
65歳まで残り20年	$6097 \div 20 \doteq 304$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）
70歳まで残り25年	$6097 \div 25 \doteq 243$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）

55歳夫婦の場合	不足額 5619万円
65歳まで残り10年	$5619 \div 10 \doteq 561$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）
70歳まで残り15年	$5619 \div 15 \doteq 374$ 万円（年間必要なプラス貯蓄額）

それでは、どうやって不足分を補うのか。現在、これまで冷えてきた市場の環境が改善され、自分年金の創造の 때가到来しています。

『確定拠出年金＝自分年金の創造』について真剣に考える時

確定拠出年金は、2001年に日本で導入された年金制度で、米国では内国歳入法（日本の所得税法・法人税法）の401条（K）に基づく確定拠出年金制度がメインの制度となっています。日本ではこれを参考にして設計されたことから、「日本版401K」と呼ばれています。

確定拠出年金は、企業（及び個人）が毎月積立てるやり方で資金を個人が自分の判断で運用する制度です。初心者が成人を目指すという、これまでにない新しい年金制度です。日本でも、かなりの企業が導入しています。

公的な年金を補う新しい年金制度の実施が強く求められています。一昔前は、かなりの企業が長期人材雇用型というスタンスをとっていましたが、今はまったく経営ノウハウが変化しており、転職は当たり前となっています。これからは退職金制度も「神話」に向かっています。積立てた年金を次の職場に持って行きたいというニーズもあってか確定拠出年金は様々な課題が背景として存在しています。

確定拠出年金、押さえていきたい「8つのポイント」

- （1）受給金額に個人差が出ます
- （2）金融商品を個人で選択できます
- （3）企業型＝毎月の積立金は全額企業が負担
- （4）個人型＝加入者自身が拠出する

- (5) 転職先に資金を移管できる
- (6) 積立金は所得控除扱い。運用途中の収益に対する課税は繰り延べになる
- (7) 企業型は、企業年金のある企業に勤務する原則として 60歳未満の従業員 に対して適用され、企業が毎月の積立金を負担
- (8) 個人型は、60歳未満の自営業者や企業年金のない企業に勤務する従業員 などに適用され、毎月の積立金を個人で拠出

確定拠出年金、入口（イロハ）シミュレーション

- イ 自営業者および妻（第1号被保険者）
 国民年金加入 YES → 個人型確定拠出
 NO → 加入不可
- ロ サラリーマンおよびOL（第2号被保険者。除く公務員）
 厚生年金基金・適格退職年金 YES → 企業型確定拠出
 （企業年金制度あり） NO → 加入不可だが「確定拠出年金」を導入すれば可能
- ハ 公務員、専業主婦 → 加入不可

※注意

毎月積立金には限度額があります。加入者によって異なります。同じ企業型でも企業年金のある企業とない企業では異なります。自営業者で国民年金基金に加入している場合にはその掛け金と合算して年間81.6万円までとなります。

		確定拠出年金の導入	限度額	掛け金の拠出
サラリーマン OL	企業年金がある企業の従業員	企業が確定拠出年金を導入している	年間 27.6万円	企業年金 （企業の負担）
	企業年金がない企業の従業員	企業が確定拠出年金を導入している	年間 55.2万円	企業年金 （企業の負担）
		企業が確定拠出年金を導入していない	年間 21.6万円	個人型 （個人の負担）
自営業者等			年間 81.6万円	個人型 （個人の負担）

確定拠出年金メリットとデメリット

	メリット	デメリット
企業側	<ul style="list-style-type: none"> ☆年金の積立金は損金に計上される ☆雇用の流動化に対応しやすい ☆年金費用の見通しがたてやすい ☆運用に対する責任は回避 	<ul style="list-style-type: none"> ★積立金運用結果にかかわらず毎年所定の拠出を行わなければならない ★投資教育に関わるコスト
個人側	<ul style="list-style-type: none"> ☆転職先、資産移管が可能 ☆積立金残高を把握できる ☆運用結果で老後収入がアップする 	<ul style="list-style-type: none"> ★自己責任 ★運用によって老後収入がダウンする ★支給開始年齢まで現金化できない一定の条件を満たせば現金化できる制度改正検討中

税金に関すること

金融商品などで資産運用をする場合、運用益である①利子②配当③分配金には税金が発生。預貯金利子には20%の税金(所得税15%、住民税5%)。投資信託(株式投信の場合)①分配金②解約金③償還金への課税は20%(所得税15%、地方税5%)となります。

確定拠出年金制度では、年金として受け取るまでの間、運用益に対する課税は発生しません。長期での資金運用ができ、複利計算により資産を大きく増やすことができます。運用期間が長ければ長いほど大きくあらわれるので、早い時期から積み立てを始めるとより有利になります。

	確定拠出金	定期預金	投資信託
拠出金	所得税控除	課税後所得から拠出	課税後所得から拠出
運用益	給付時まで課税繰り延べ	利子所得扱いで源泉分離課税 20%	公社債投信は利子所得として20%源泉分離課税、株式投信は配当所得として10%源泉徴収

国際都市連携による観光立国を目指す。東京・京都・広島は日本では国際都市の代表格。観光立国に必要なリソースおよび異文化のコミュニケーション」について説明します。

まず、最初のテーマは『異文化のコミュニケーション』を知っておきたい について触れます。アメリカ人は、天候、名前、まわりの景色、時刻、専門知識、行き先、共通の友人、まわりの出来事、出身地を相手に話したいと考えています。日本人は必ずしも一致しません。

アメリカ人が話したいこと	日本人が知りたいこと
天候	天候
名前	名前
まわりの景色	まわりの景色
時刻	時刻
専門知識	専門知識
行き先	行き先
共通の友人	共通の友人
まわりの出来事	住所
出身地	出身地
*	年齢
*	家族構成（一人住まいか否か）

日本人が相手を知る手掛かりとして、相手の背景に関する情報を得ようとしています。アメリカ人は、年齢や家族構成は・・とりあえず必要な情報ではないそうです。また話しかける初対面の人に関しては、日本人の場合、男性は男性へ、女性は女性へ、声をかける場合が多いのに対して、アメリカ人はある程度、異性を選ぶ傾向があります。また、共通点は類似性（似たもの同志）選ぶ傾向と、相手が少し年上の人を選んで話しているケースが多いようです。

次に、私たち日本人が、外国人に知って欲しいことを列記しておきたいと思えます。（※このコンテンツはコピーしておくと思えます）

目次<<Contents>>

Apology	謝罪 shazai	Appearance 'sake	見栄 mi'e
Average	普通 futsuu	Consideration	気配り kikubari
Borrowed words	外来語 gairai-go	Bowing	お辞儀 ojigi
Blonde & redheads	金髪と茶髪 kimpatsu to chapatsu		
Comic books	マンガ manga	Dieting	ダイエット daietto
Eye contact	視線 shisen	Fishing for sympathy	愚痴 guchi
Nihon or Nippon?	ニホンかニッポンか？ nihon ka nippon ka		
Patience	我慢 gaman	Public eye	社会の目 shakai no me
Reserve and restraint	遠慮 enryo	Things japanses	日本物 nihonnomono

日本の文化は“謝罪の文化”といわれている。日本語の苦手はガイジンさん（外国人）は、まず「すみません」という言葉を覚えるとよい。「すみません」は相手の注意を引く言葉であると同時に、謝罪の表現でもある。「すみません」というとりあえずの一言は有効だ。

“沈黙は金なり”という文化があるが故に、無理をして見栄を張る日本人は非常に多い。日本人がどれだけ見栄を張っているかは「洋服、時計、車（今は少ない）」に反映されている。中には見栄を張るために食費を切り詰める人も多い。

日本では“出る杭は打たれる”ため「普通」であるための努力が大切だ。そのためには、少しずつお互いを知りあうというルールがある。ですから、“和”を乱すアピールは“杭”であると見なされてしまう。個性である自分らしさをアピールするためには“少しずつ”が大切だ。

手狭なアパートに住む人が多く、都会ではギュウギュウ詰めになって通勤している。外国人からみて、極めて狭い会社で仕事に精を出す。そうして現実の中を生きる日本人は“気配り”を美德としている。しかしながら、気配りしようと頑張るあまりに疲れている人が多い。結局、本当に気配りが必要な時に限って“自己チュー”（自己中心）になってしまうのも日本人の現実だ。

カタカナ語として、日本語の一部になっている英語が非常に多い。外来語と呼んでいる。この場合、発音にかなり違和感がある。カタカナ語が通用しないこ

とを日本人の多くは知らない。逆にカタカナ語を学習し、日本人を理解するガイジンさんもいるほどだ。

お辞儀をする習慣が身に付いた日本人が大半だ。これは、幼少期から親からしっかり、しつけられたものだ。大学主催の就職セミナーでも“お辞儀”をする訓練を受け、就職後も会社の上司からトドメの“お辞儀”教育を受けている。ガイジンさんと握手をする際に、体が反応してしまう日本人。コミュニケーションスタイルに大きな隔たりがあることは、間違いない。

日本で見かける金髪・茶髪は、わざわざ染めている人たちだ。逆にカッコいい黒髪の持ち主に出会うことは貴重かもしれない。因みに黒髪の日本人が、カッコいいと思っているとは限らない。

外国ではマンガ（アニメ）は、子供向けの娯楽だという国が多数だ。日本では、そうではない。性的描写のある大人向けのマンガが多数存在し発展している。それを真面目な紳士淑女が読んでいる。中には、電車やバスの車中で読む姿にガイジンさんは驚いている。

オシャレ&美容にうるさい日本人にとって“ダイエット”は国民的流行になっている。男女問わない。スリムな体型維持に気を相当遣っている。日々体重計に乗り、最少目盛りを確認し生きている。少しでもアップすると、相当の精神的ダメージを受ける人も多いという。

日本人の視線。日本では、どちらかという、相手の目をずっと見続けるのは、礼儀に欠ける行為だと考えられている。初対面では、まったく目を合わせない人もいる。愛の告白でさえも、目を合わせたがらない日本人も多い。ガイジンさん（特に欧米人）からすると、びっくり仰天なのだ。ところが、ハリウッド映画で育った人の中には、主役に成りきり、相手の目を凝視し過ぎたため、逆にドン引きされることもあるらしい。

相手に同情して欲しいがために不満を繰り返すことを“愚痴”という。日本人男性と日本人女性では愚痴を言う場所が異なる。日本人男性は、酒の力を借りて・・・日本人女性は、以外な場所である“トイレ”だそうだ。仲間を連れて行ってトイレに行く。日本人男性は、それを知らない。

日本人は“ニホン”と呼んでいるが、自分が生まれ育った国に対する気持ちが高まるにつれ“ニホン”から「ニッポン」に変化する。国際的なスポーツの祭典、大会で、日本が得点をあげると「ニッポン、チャ、チャ、チャ」と爆発的

音量コールが起きる。ガイジンさんは、異様に聞こえるらしい。ガイジンさんは、是非とも覚えてほしい。

日本人の美德の一つに“我慢”がある。ガイジンさんは、なかなか理解できない。理解できる方法がある。毎朝、納豆を食べ、往復2時間以上（都会では満員電車）かけて通勤し、1日最低200回お辞儀をし、嫌いな上司に媚をうる生活をしてみれば日本人の“我慢”が理解できるだろう。

日本人は社会の目があるので、なかなか自分らしさを発揮しない。極端なケースでは、財布を駅のプラットホームで拾った時だ。ガイジンさんは、中味を確認してから、次の行動に入るが、日本人は違う。社会の目を気にするあまりに、自分が周囲からどのように思われるかを意識せずにはいられない。結果として、財布の中身が無事なまま持ち主に戻っていく。日本人が正直だという説もあるが、社会の目を気にするという自意識過剰からきているという説もある。

遠慮を知っておく。新しく友達になったばかりの家に招かれた時は注意が必要だ。「どうぞご自分の家のつもりでどうぞ」と言われても、寛いでしまうのも、考えものだ。良い印象を残すには、“遠慮”することを覚えよう。例えば、和菓子を出されたとき、マナー重視の日本人はこうだ。「まず感謝の笑みを浮かべてから、一旦和菓子から目をそらし」「その後、数分間、お菓子のことを考えないように努力をし」「二度三度褒められてから初めて手を付ける」。三都の一つである京都のお宅には中々、上げることはできないことも知っておこう。

日本的な習慣や伝統を遺すためには、ガイジンさんの力が必要だ。日本人は、その昔、丁髷（ちょんまげ）をばっさり切り落としたり、和服を、あっさり脱ぎ捨て“洋服”に変えたりする生活習慣の変化に戸惑わない民族と言われている。それだけに、日本古来の文化や伝統を遺すことが非常に大切だと言われている。そのためには、ガイジンさんのために、一所懸命に英語やツールで、日本を紹介する必要があるのだ。これを“異文化コミュニケーション”という。その結果、日本（心）を再発見できるのは、当の日本人なのだ。

参考文献

旅の指差し会話帳、榎本年弥著（情報センター出版局）

外国人 人気「日本の観光スポット2014」ランキングを発表

1位	京都府京都市	伏見稲荷大社
2位	広島県広島市	広島平和記念資料館、原爆ドーム
3位	広島県廿日市	厳島神社
4位	京都府京都市	金閣寺
5位	奈良県奈良市	東大寺

広島の観光スポットは2位・3位にランクインしています。特に欧米人に人気があります。アジア人は東京に集中しており、購買欲が顕著です。

日本政府観光局「訪日外客訪問地調査」のデータでは、欧州・北米・豪州からの旅行者78.3%を占め、広島は47都道府県のうちもっとも欧米系旅行者率が高いことが判明しました。この情報を知らない方が大勢います。

広島平和記念資料館(原爆ドームを含める)に関して、口コミでは「それはとても覚悟のいるものですが、二度とこんなことが起こらないように、地球上の全ての人が見るべきです」「真に心を動かされる体験です。世界中の指導者はこの場所を必ず訪れるべきです」といった厳格なコメントの他、「必ず訪れるべき」「絶対行くべき」といった感想が並んでいます。

以下、マガジンAERA引用

広島は外国人にとって名だたる観光地らしい。外国人には京都が人気があると思っていたのだが、どうやらそうではないようだ。やはり外国人観光客のお目当ては広島平和記念資料館(平和記念公園)だ。日本人ならだれでも知っているが、それでも、外国人の視点で見れば、また新しい発見があるようだ。多くの人はまず原爆ドームへ向かう。ドームの前ではボランティアガイドたちが無料で原爆に関する様々なことを教えてくれる。外国人を担当する三登浩成さんが案内してくれたのは、ドームの前の道の向こうにある西蓮寺の被爆地蔵尊と墓地だった。70年前、当時のまま残る墓石や地蔵のリアルを目の前にして涙する外国人観光客は少なくないという。イタリア人クリエイター、ディエゴ・ピッチナートさんもまた、旅行の一番の目的は資料館だったと話す。

「広島は学校で学んでからずっと興味があった。日本がああ戦争から立ち直っ

たことに敬意を抱いている。戦争と原子爆弾の影響を知りたかった。資料館の中は、まるで教会のように静寂に満ちていたことに驚いた。日本人はアメリカを声高に非難するわけでもなく、展示が客観的だったのが非常に印象的だった」実際、多くの外国人観光客が「客観的な展示」という感想を抱くと同時に、だからこそ「自分はどうすればいいのかとすごく考えた」（デンマーク学生）と思うようだ。スイス人のエンジニア、クリス・スタップフライさんはこう語る。「広島では自分が教科書で習ったことが実際どのくらいリアリティーがあるのか、みんな知りたいと思う。広島を体験したいのだと思う」

広島を訪れる外国人の特色は、街を歩けばすぐに気づくが、圧倒的に白人が多い。広島は47都道府県のうちもっとも欧米系旅行者率が高い。県や市の観光課などによると、もともと広島とのつながりが強いフランスには県を挙げて売り込んでいること、豪州では平和教育が盛んであることなども大きいらしい。

この事実を活かして、どのように“地域経済活性化”を興すか・・・。

観光の魅力の多様化を図る「エデュケーション・ツーリズム推進事業」が代表的な推進事業となっています。これらは小さなイベントを通じて商品開発が必要です。各事業者でアイデアを出し合い、経済活性化に繋げてください。

【商品開発（例）】

※広める手段 **w e b**サイトを立ち上げシナジーのあるサイトにリンクさせる
(英文、スペイン語、中国語 翻訳)

- ✓戦争と平和を考える二泊三日の旅
- ✓マンガで描く「戦争と平和」コンテスト表彰式
- ✓瀬戸内海を望みながら平和を考える旅二泊三日の旅
- ✓戦争体験者のマインドを共感する二泊三日の旅
- ✓“エッセイ創作”“卒論創作”のための中長期滞在
- ✓広島⇄京都「温故知新」を考える国際交流会
- ✓S k y pで繋がるピースロード“広島会議・京都会議・東京会議”

【必要なリソース】

- ✓中長期滞在のためのリーズナブルな「宿泊&飲食パッケージ」

- ✓ 1週間滞在パッケージ「日本語&宿泊&観光&飲食&メモリアルツール」
- ✓ 日本人交流のためのスポーツ教室、趣味の教室、美容教室、マンガ教室企画
- ✓ 訪日中の医療対応、トラブルへの対応、緊急時の連絡先対応

観光庁統計資料より抜粋したデータ（2015年1月現在）

2014年訪日外国人旅行消費額は2兆305億円で過去最高値を計上しました。1人あたりでは151,374円(前年比10.7%増)

年比較	合計	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽費	買い物代	その他
2014	20305 億	6093 億	4307 億	2179 億	497 億	7142 億	87 億
2013	14167 億	4763 億	2903 億	1480 億	349 億	4632 億	40 億

※2013年は宿泊費4763億：買い物代4632億

※2014年は宿泊費6093億：買い物代7142億 買い物代が宿泊費を追い抜いた

このように外国人によって、確実に経済効果を上げています。ニッポン独自の成長シナリオではなく、外国人との協調によって成長脚本を本気で考えなければなりません。

(参考資料)

訪日外国人消費動向調査資料（極秘雛形）

<http://www.mlit.go.jp/common/001038052.pdf>

結果資料

<http://www.mlit.go.jp/common/001066481.pdf>

次に外国人が訪日して困ったこと一覧です。特に都会で困ったことが多く地方でもそれを引きずっている可能性が高いことを認識しておく必要があります。記載しているのはほんの一部となります。各項目に解決案を書き込んでいます。

※「地下鉄は複雑すぎてわからない。駅員さんに聞いても英語が全然通じなく、途方にくれた」東京・大手町駅にて

※単に英語をしゃべれる人が少ないだけでない。「飲食店に英語表記のメニューが少ない。せめて写真を載せてほしい」

○解決案

指差し英語カードを用意し相互理解を促す

※ホテルのテレビに英語チャンネルがなく、子どもたちの不満が爆発

○解決案

ホテルのホームページに英語チャンネルの有無を記載することが大切。BS放送ではDlifeチャンネルがあります。また音声英語にすることもできるテレビもたくさんあります。

※多くの外国人が語学力だけでなく説明の不足に不満を持っているという

○解決案

慣習の違いは当然あります。外国人も相当の覚悟で訪日することも大切です。説明不足の裏返しは「何がわからないのか、何を知りたいのか」を明確にしなければなりません。

※飲食店

食券システムがわからない。食べ方を教えてくれない

店員は気にするそぶりもなく、ロボットのように淡々と自分の仕事をするだけだった

○解決案

外国人が増えていることは、間違いありません。外国人が不満を抱かないために、社内で勉強会を開くことをお奨めします。ニッポンは観光立国、教育立国を目指すことが生き残れる術となります。諦めずに、スタートしましょう。

※英語力

日本人が英語を話せると思ったが、そうではありませんでした

日本人は、自分や母国の人が思っているより英語が話せなかったこと

○解決案

単語を覚えましょう。10、20、40、80、160、320ワードと倍増させていきましょう。勿論、これから翻訳機がどんどん発売されますので、世の中は変わっていきます。とにかく単語さえ、わかればなんとか・・やりとりできます。自分にとって知っておきたい日本語をリストアップし、英語化するのも一つの方法です。私の知人で福井さんという日本調理師協会の代表は、できるだけ英語を使って文字を書いている訓練をしています。本当に頭の下がる思いです。鍛錬こと、成長の証しだと思います。

※日本人はマナーや心遣いがすごいと思っていましたが、日本に長くいればいるほどだんだんそうじゃない人もいることが分かってきました。例えば、バスや電車の中妊婦さんやお年の人に席をゆずる人を見かけることは、年間でも数えられる回数ぐらいです。知らんぷりしたり、寝たりする人も多い

○解決案

切ないお話しです。隣に住んでいる人が誰かもわからない方が沢山います。これは、日本全体の課題だと思います。まずは隣人の家の前を掃除してみましょう。そして率先して挨拶してみましょう。まずは身近から攻めましょう。先日、自宅エレベーターから降りるときに「おやすみなさい」と小学生が挨拶しましたが、何人かの大人は、それを無視しました。この子供は、この状況を体で覚えたに違いありません。残念でたまりませんでした。

※自国で使っていたスマートフォンやPCを日本に持ち込んでも、インターネットに簡単に接続できる環境が整っておらず、とても不便を感じる

※空港、駅、ホテル、コンビニなど無線LANを提供している場所もありますが、各々が独自のサービスで、施設ごとにメールアドレスを登録するなどしてIDを発行せねばならず、手続きがとても複雑で外国人には難しいのです

○解決案

この問題は、抜本的に改善しなければなりません。業界団体、自治体を含めて改善活動を行う必要があります。

※日本に来てすぐに、同僚の弁当にあった“ちりめんじゃこ”を見て、少しゾツとしました。ちりめんを見たら、それぞれのちりめんの目が見えてかわいそうに思いました。しかし、“ちりめんじゃこ”をだんだん食べられるようになりました

※初めて食べたとき、友達に体にいい葉っぱといわれた。わさびを全部1回で食べて、次の日に熱が出ました

○解決案（指差し英語版）

各事業者で、手作りするお店も増えています。長野オリンピック開催の地である白馬村では、多くの事業者が「指差し英語」を実践しています。



※クレジットカードの使えないお店がたくさんあり困っています。先日、宮島口で“名物 あなご飯”を頂きました。「カードは手数料を引かれるから、うちはやっていない」と強い口調で怒られました。

※ランチにクレジットカードの使えないお店がたくさんあります。ランチタイムは忙しい時間帯ですので、認証エラーが出ると手間が増える・・・。薄利多売だから、手数料引かれるのは嫌・・・。などがその理由らしいです。

○解決案

強い口調で怒られた・・・というのは、広島弁がきつく聞こえたのでしょうか(笑)。時間帯によってクレジットカードが使えないのは、加盟店契約違反行為ですが、実態は、そうではないようです。窓ガラスや看板にクレジットカードのステッカーを貼っているのですから、ユーザーからすると立腹するのは当然でしょう。

クレジットカードを全く使わせないお店も含め、本質的な話しをしましょう。

そもそもクレジットカードを使うメリットについて

1. 手持ち資金がなくても買い物できる。現金を持って歩かないので安全
2. その場で即決済が完了する
3. 分割・リボなど支払い方法を選択できる
4. マイレージがつく
5. ポイントが増え特典がつく
6. カードの種類によっては信用力を明確にできる

クレジットカードの利用についての調査結果では、クレジットカードが使えないお店にはいかない・・・使えないなら買わない・・・使えないなら最小限の単価しか遣わない・・・など機会ロスを起こしています。本来、客商売ですから、お客さまを選んだり、サービスにムラを起こさないことが本筋です。しかし手数料を抜かれたくないという感情や方針はどうすれば解消できるのでしょうか。

実はこれまでにこんな事実がありました。A店の手数料は◎%。B店の手数料は○%。C店の手数料は●%。カード会社は、取引規模や事業者の与信に応じて手数料を変動させます。クレジットとは、そもそも“信用”という意味ですから、当然変動（◎、○、●）するものです。◎と●では、数パーセントの開きがあります。このため●%の事業者は、手数料を引かれることで、薄利多売になることに理解を示せないのが実情です。

○解消案

外国人向けに、地域経済活性化を前面に出してクレジットカードを利用し、新しいエコマネー（地域貨幣の設計）と連携させ、地域経済活性化を図ってはどうか。（フロントイメージ；国際経済交流地域貨幣、仮称）

（参考サイト）

<http://activity.ipc-net.jp/detail/mdd/activity000590/attached.pdf>

<http://www.city.sendai.jp/kikaku/seisaku/surf/repo/no200200200104.pdf>

<http://www.kuniomi.gr.jp/geki/ai/itoutosi.html#中国地方地域通貨>

○解消案2

事業者各々が、「外国人メニュー開発」を行い、外国人向けの新たな原価企画（計算）を立案し、カード決済を促進する事業所に変革させる。表示やプライスカードも英文、和文表記とする。結果的に、カード手数料に対する執着心を捨て、円滑なビジネスを継続させる。

○解消案3

全カード会社に手数料、減率の交渉を行う。取引当初と違いますから、交渉の余地はあります。また知人の経営者に料率を聞き、もし、その経営者の料率が低い場合は、減率交渉の支援をお願いすることも一つの方法です。因みに、関西のスナックやナイトクラブの業界は、手数料率の交渉は手慣れた方が多いようです。但し度が過ぎた交渉は考えものですから、冷静沈着に交渉を行ってください。

最後に東京、京都、広島連携について。そして国際経済交流について経営者の考え方に触れておきたいと思います。

東京：経済の中心地、世界グルメの発信地、最新情報の発信地 等
京都：古都、温故知新、世界に一つの場所（類似性なし） 等
広島：平和を考える街、瀬戸内海から醸し出せる温暖な気候等

**6泊7日、5泊6日、4泊5日で
ニッポンOMOTENASHIを体験しよう！（案）**

ここで大切なことは「モチーフの設定です」。ご存知のとおり、東京オリンピック招致では「OMOTENASHI」というモチーフでした。東京OMOTENASHI & 京都OMOTENASHI & 広島OMOTENASHI を連携することが、繰り返しモチーフの強化になるのです。この流れ（トレンド）を活かしたサービスモデルを開発してみませんか。難しく考える必要はありません。友人知人を頼って連携しましょう。自発的な活動こそ、将来を救うことになるのです。じっと待っても何も起きません。

京都に、高田さん（60）という個人タクシードライバーがいます。彼は、非常にサービス旺盛で、外国人夫婦を専門に“表の京都、裏の京都”に特化し

て、通訳ガイドさんに乗せて京都を広めています。暑い時期は、北海道の友人を紹介し北海道巡りを遠隔でサポートしています。まさに“OMOTENASHI”の達人です。通訳も6人から選べる仕組みになっています。お子様の、面倒を見れる通訳もいらっしやいます。

いつも、私が申し上げていることは、何かを始めるためには、何かを止めなさい・・捨てなさい。でないと、長続きしません。細胞に新陳代謝があるように、事業やビジネスにも新陳代謝が起きているのです。国際交流は、まさに脱皮の時なのです。英語が話せないから・・わからないから・・で諦めることではなく、勇気をもって挑戦しましょう。先人は次の言葉を遺しました“蛇は頭から脱皮する”。経営者が変わらなければ、何も変わりません。そのためには、柔軟性を高めてください。

いつも同じ業界の人と会っていても、何も始まりません。デフレは経営者自身自身が起こしている可能性が高いのです。今日から禁句「うちの業界は・・」