

## 国内で売上・利益を伸ばすためには 主体的に観光業と向き合うことが不可欠

サービス業は、GDPの約7割を占め、国内の総従業員数の8割近くをカバーするなど、社会的インパクトはますます増大している。こうした産業構造の日本において化粧品トイレットメーカーはどのように売上・利益を伸ばしていけばいいのか——。そのヒントはYouTube「磯田道史×池上彰 対談 歴史から未来を拓く」に示されていると感じた。

磯田氏はこれまでの歴史を振り返りつつ、「農業や工業が全盛だった頃は、勤勉に労働をたくさんすることで成功体験を積み重ねてきた。長く働き、努力すれば報われてきたが、サービス業が全盛の時代になると、2倍会議をしたら売上が2倍になる訳ではなくなった。今後は発想の経済の時代になる。サービス業やAIが全盛の時代には、そんなことやあんなことを結びつけることで大きな利益になる。今後我々は産業革命以来、人類史で見たこともない経済転換を目撃することになる」との現状認識を示し、「1万円で泊まれるホテルが今の3倍の宿泊価格にもっていくためには、源氏物語の世界が堪能できたり、お香を焚いてくれたり、忍者に出会えるといった斬新な要素が必要になってくる。そうすると訪日外国人客が喜んでお金を払ってくれる。つまり、歴史と現代の宿が結合したことで新たな価値が生まれ、そこに2万円の付加価値が生じるということだ。このような発想の時代には、歴史的な知識と旅をベースに時空を飛び越える知識を広くもった人間が面白く発想することで新たな経済が生まれる。将来を生き抜くためには何よりも発想力が重要だ」と語った。

国内のGDPをみると、「自動車・オートバイ」と「観光業」のGDPが4～5%で拮抗している。人口

減少社会の日本において今後内需を拡大していくためには、観光業を発展させていくことにより、インバウンド需要をさらに活性化していかなければならない。インバウンドで来訪が伸びそうな国はどこか先読みし、その国の歴史や文化を熟知して、彼らが喜びそうなサービスを生み出さなければならない。

YouTube「USJを再建させた森岡毅と語る『沖縄はハワイに勝てるのか?』【森岡毅×堀江貴文】」も我々に有益なアドバイスを与えてくれるコンテンツだ。

その中で堀江氏は「これからの日本はどうやってGDPをつくっていくのか——。そう考えたとき、米中に勝てるのは観光だ。外国人は日本の自然環境、平安時代から脈々と築き上げられてきた全国津々浦々に点在している歴史スポットに興味がある」と語り、森岡氏は「風光明媚な場所を思い浮かべたとき、真っ先に森の景色が思い浮かぶ。日本は森林の専有面積の割合が世界第3位の国であり、アジアで最も森林資源が豊富だ」と応じた。

これらの発言から言えることは、今後の日本の成長には「観光業」が大きな鍵を握っており、そこにいかに入り込んでいけるかが化粧品トイレットメーカーにとって運命の分かれ道であるということだ。

2015年2月の春節休暇に中国人観光客が「爆買い」をしてくれた結果、努力もせずに売上・利益が上がってしまうという悪い経験をしてしまった。そのため多くの企業が思考停止に陥り、爆買いの再来を待ちわびている。

来るかどうかわからない未来に期待するのではなく、「観光業」の発展をどう自社の成長に取り込んでいけるのかを主体的かつ真剣に考えることの方が数万倍意味のあることのように思える。📌