

## 海外投融資情報財団(JOI)について

海外投融資情報財団(JOI)は、我が国企業の海外直接投資の動向、海外におけるエネルギー・インフラ・資源開発、新興国の投資環境とビジネス機会等に関する情報を、当財団が主催するセミナー、調査研究、機関誌やウェブサイトを通して、会員企業および一般の皆さまに提供します。かかる活動を通して会員相互の情報の交流、ネットワーク拡大を図り、我が国企業の海外直接投資・国際ビジネスの促進に寄与します。

**設立** 平成3年12月16日(大蔵大臣認可):国際協力銀行(当時、日本輸出入銀行)・商社・製造業企業、公益事業会社、金融機関等170社の出捐により設立  
平成22年11月1日(一般財団法人移行)

**会員** 本邦主要メーカー、建設・エンジニアリング会社、商社、通信・電力・ガス会社、金融機関、内外弁護士事務所、会計事務所、コンサルティング会社、各国大使館等 約200先(平成28年5月現在)

### 会員制度(賛助会員)のご案内

当財団会員にご入会いただきますと、以下のサービスを受けることができます。

- (1) 当財団が主催、後援、協力するセミナー(年間70件程度)へのご招待(無料)
  - (2) 会員と当財団によるセミナー共催
  - (3) 機関誌「海外投融資」(隔月発行)の無料配布、当財団ウェブサイトに掲載する機関誌記事の閲覧・検索
  - (4) 当財団ウェブサイトに掲載する調査報告書、セミナー動画等の閲覧
- 会費(年間):大企業36万円、中堅企業・地域金融機関24万円、中小企業12万円、個人6万円

## 海外投融資

Vol.25 No.3(通巻147号)  
2016年5月31日発行

発行  
一般財団法人 海外投融資情報財団

発行人  
舟田 豊  
〒102-0073  
東京都千代田区九段北二丁目  
3番6号 九段北二丁目ビル  
TEL. 03-5210-3311(代)  
FAX. 03-5210-3456

制作協力  
(株)エディポック

\*本誌に掲載されている記事の内容や意見は、海外投融資情報財団の公式見解を示すものではありません。

●禁 無断転載

All rights reserved. No part of this magazine may be reproduced in any form or in any means without written permission from the publisher.  
©Japan Institute for Overseas Investment 2016  
Printed in Japan



拓さんの  
九段だより

### ●「おもてなし」と グローバル化

東京は皆様をユニークにお迎えします。日本語ではそれを「おもてなし」という一語で表現できます。それは見返りを求めないホスピタリティの精神、それは先祖代々受け継がれながら、日本の超現代的な文化にも深く根付いています。("Cool Tokyo"アンバサダー 滝川クリステル)

とある銀座の有名高級すし店。我が方2名を除き、約10席ほどのカウンターのほぼ全席が中国からの個人客で占められていた。室内は水を打ったような静けさ。客は皆黙々と店主の握るおまかせのすしを食べている。店主は、寿司を出すときに小声で「ノ・ソース」(すでに味付けしてあるという意味らしい)という以外、寿司ネタについて説明をするでもなし、逆に客も遠慮してか中身等に関して質問を発することもないまま食事を終え、支払いをして店から出て行った。

上記を体験後に考えさせられて思い至ったのは、日本食に限らず、日本の「おもてなし」の重要な要素は「おまかせ」にあるのではないかという点である。あえて敷衍すれば、旅行や会合の幹事制度等、日本人の社会生活全般においても「おまかせ」はしばしばみられるものだ。それらに共通する点は、サービスの提供側や仲介者が主体となってサービス内容や提供方法を決定していくことであろう。

そうした「おまかせ」が日本に根付くことができたのは、日本人が同質、かつ相互を慮り強い意思

表示を抑え、結果として顧客側のニーズにかかるコンセンサスができやすく、そのためサービス提供者側にとってもサービス内容を準備しやすいという事情があったからであろう。またサービス提供者としては、あらかじめサービス内容の一部にサプライズを組み込むことで、より上質な「おもてなし」を演出することもできた。

しかしながら、グローバル化によるインバウンドの顧客層が増え、ニーズの多様化によりコンセンサスがあらかじめ得られにくくなった今日、これまでどおりの「おまかせ」をベースとする「おもてなし」は、特に一見の顧客からは、味の良し悪しを別にすれば、権威主義的あるいは儀式的というそりを受けかねない。仮に一時的に好評を博しても、それが持続可能(リピーターの原動力となる)という保証はできまい。いずれにしても、「おもてなし」には顧客との間の積極的なコミュニケーションの工夫がますます大事になるのではなかろうか。

(調査部長 山本 拓)



出所: www.photo-ac.com