

I K G の
旅館経営再生塾

第107回

地域型事業再生フアン
ドの現状を見る

執筆担当者

孫田 猛

最近旅館再生の手法
の一つとして、地域型
事業再生ファンドの名
前を聞く機会が多くな
ってきた。

現在、全国には50
前後のファンドがある
と聞いているが、これ
が旅館再生にとって有
効な手立てとなりうる
かどうかについて考え
てみたい。

そもそも地域型事業
再生ファンドとは、金
融庁が2003年に
出した、いわゆる「リレ
バン」において、各地
の金融機関に対し、地
域中小企業を対象とし
た、再生ファンドの立
ち上げを検討するよう
に明言されたのがきつ
かけで、中身が未成熟
ななかでどんどん発足
してきた経緯がある。
実際、その状況をい

くつか覗いてみると、
窮地に陥った旅館に対
し、経営者責任をとら
せ、金融機関の債務免
除を行うなどの「外科
的手術」を実施したう
えで、新たな第二会社
に対し、ファンドから
の出資を行ってスター
トをしている。

その多くが、再出発
したばかりなので、結
論めいたことは差し控
えるべきではあるが、
思った通りには事が運
んでいないというケー
スがある。つまり、鳴
り物入りで再スタート
したはいいが、集客が
ままならないのである。
理由は明確だ。集客

のしくみが全く手付か
ずの状態なのである。
また、それ以前の段階
で、対象顧客をじっく
りと見据えた提供商品
づくりをおこなってい
ない。なかには都心で
比較的元気な飲食店チ
エーンのプロデュース
を仰いだりして、新商
品ができあがったと位
置づけているところも
ある。
ところが結果として、

顧客がついてこない
ということである。

このパターンは実は
再生ファンドだけに当
てはまることではなく、
再生と名のつく多くの
スキームでみられる現
象である。

なにがぬけているか
というと、再スタート
のお膳立てができた旅
館そのものが、ビジネ
スとして成り立ってい
く条件の「旅館力」が
ないのである。なぜ再
生が必要な事態に陥っ
てしまったのか？その
冷静な分析ができない
まま、財務や金融をい
じったところで結果は
見えている。いわゆる
債権者主導の再生プロ
セスでは限界がある。

旅館そのものを再生さ
せるマーケティング力
が今いちばん求められ
ている。それが再生対
象旅館になれば、再
生の土俵に登らせるこ
と自体無意味である。
http://www.
ikmag.jp
emag
otamail: mag
pota@ikmag.jp