

I K G の
旅館経営再生塾

第120回

会議事録から読み取
れること

執筆担当者
孫田 猛

新たにコンサルとし
て旅館に訪問する場合、
コンサルタントはその
旅館の現状を速やかに
把握しなければならな
い。
数値面での把握はも
ちろんであるが、その
旅館の取り組み姿勢や
方向性がどうなのかを
見る場合、中規模以上
の旅館に対しては過去
一年間の各種会議事
録を見せてもらってい
る。

多くの旅館では全体
会議、幹部会議（経営
会議）、営業会議、販促
会議、メニュー変更会
議等が開かれているよ
うである。
それぞれの内容につ
いてはともかく、一読
すると、会議のための
会議に終わっており、

流れがあまりにもパタ
ン化してしまってい
る例が多い。また、旅
館サイドの立場にのみ
たった内容も目立つ。
これは前回も指摘し
たことだが、入込みが
前年対比で減少したか
ら、どこそこのエージ
ェントには営業を強化
せよという類の内容で
ある。対処療法的には
そのとおりかもしれな
いが、過去の議事録を
紐解いていくと、実は
その連続であつたりす
る。
要するに、この方法
では抜本的な解決には
ならないと数字が物語
っているにもかかわら
ず、同じ方法を繰り返
したり、根性論にもつ
ていたりすること
がないだろうか。

停滞していることは
実は当事者が一番肌で
感じているはずだ。と
ころが当事者は目先の
ことに心がいくから、
その対処をすることが
最優先される。そうす
ると無意識のうちに、
自己防衛が働き、それ
ぞれの立場を守ること

を演じてしまう。そし
て結果的には何も変わ
らないという悪循環に
陥るといふプロセスが
見える。
同じことを繰り返して
いくと、自分たちは
ここから先はできない
という線引きを、自ら
引いていることが多い。
それもその可能性をた
めすこともせず、最初
から結論を出している
のである。
旅館が変わらない、
顧客から見ても魅力が薄
れたといわれるのは、
提供側のこのような諦
めの意識が存在するの
が原因のひとつである
ように思える。

可能性を見出して全
力でトライしているだ
ろうか？ 諦めないで続
けているだろうか？ そ
の意気込みが日常の会
議や打ち合わせにどれ
だけ出ているかを検証
してほしい。
http://www.
ikmag.jp
email:mag
pota@ikmag.jp