

I K Gの旅館経営再生塾

第130回

旅館の再チャレンジ

執筆担当者 孫田 猛

平日は老人会や地元の団体で七千円から八千円の宿泊料金。しかもエージェント手数料をひくと、実質的な赤字。休前日にはなじみのコマ客がちらほらという旅館が目につく。

この体質を何とか打破しようと日夜苦勞されているところも多いと思う。

ところがもう何をやってもだめだと、経営者が降参している場面に出くわすこともある。本当に手の打ちようがないところはともかく、まだまだ可能性がありながら、その宿のいい面を伸ばすことすらやっていないであきらめている経営者は、是非もう一度チャレンジしてほしい。

そのような旅館の共通点は、まず経営者自らが旅館の内部に関与することを、極力避けている面がある。地元の会議が忙しいのは結構だが、肝心の自分の旅館の商品開発や営業体制の見直しには極めて消極的である。

だから、営業はエージェントの言いなりになり、安い料金でしか受け入れができない。とにかくいくらでもいいから、送客してもらおうことが営業の仕事と捉えている。

料理商品も調理長任せで結局献立の組み立て方は年中かわらず、皿の中身を若干変える程度。原価計算をきちんとしていないから、一万三千円の客も八千円の客の料理もそんなに変わらない。たしかに八千円の客から見れば、比較的料理はいいという評判を得ることができるのかもしれないが、要は政策的な検討をせずになんとか対応をしていることになる。その結果、財務状況が逼迫してしまうという悪循環に陥ってしまう。

このような旅館は改善すべきことが山ほどあるのだが、実施の優先順位をきちんと整理することである。その第一番目は経営者自らが誰よりも真剣に、自分の旅館の再建に取り組む姿勢をみせ、実行することにある。

どこまで真剣にやるかどうかは経営者自身にゆだねられている。

だが少なくとも、あきらめないでやり切る気持ちがない限り、決して今以上の旅館にはなりえない。経営成績というのは本当に正直だ。もちろん取り組み方が誤った方向で進んでしまえば論外だが、何もしなければその分確実に悪い方向に進んでいくものである。

<http://ik-g.jp>

e-mail:magota@ik-g.jp