

I K Gの旅館経営再生塾 第140回
宿の個性について考える

執筆担当者 孫田 猛

今までの営業スタイルを一度リセットし、その旅館のコンセプト自体を作り直すことが最近多い。

その過程において、いつも話題となるのが、施設においてはデザイナーズ旅館方式をとりいれるかどうか。料理・サービス面では宴会場を改装したコマ宴での食事提供や、会席料理から一部オープンキッチンでの地元食材の提供。こんなキーワードが出てくる。

一昔前の団体対応型の旅館から脱皮をするため、このような視点から変革を図ろうとするパターンが実に多い。その結果、皮肉にもまたもや同じような旅館があちこちで展開されようとしている。

旅館は他の旅館のまねをしようとする傾向がある。それだけ横のつながりや意識が強いといえる。この結果、先行する旅館のスタイルを取り入れることで、安心しているのではなかろうか。

今、忘れられていることは、宿の個性である。いったん、館内に入っただけで、どこの旅館かまるでわからないほど画一化された現状では、その旅館を選んで泊まる理由など存在しない。たまたま、価格競争に勝ったのか、それとも送客の順番が回ってきたかという程度である。

宿の個性とは、経営者の宿に対する哲学、思い入れが具現化された結果である。それはその宿の歴史や文化を伝承したり、不易流行の考え方であったりする。

このようなスタンスを意識した経営をしている旅館がいったいどれくらい存在するのであろうか？

今、日々資金繰りに頭を痛め、存続すること自体精一杯という状況で、こんなことを考える余裕などないというのが現実であろう。

しかし、卵が先か、鶏が先かということにおいては、早い段階で宿の個性という鶏を作り出すことが不可欠である。そうしなければ、なくなっても別に誰も困らない旅館となってしまうのである。

その旅館の存在価値とは、宿の個性が明確に存在することが前提である。それを作り上げることが経営者の大事な役割だ。そしてその答えは、隣の旅館をまねるのではなく、自らの旅館の内側と今までの宿の歴史の中に存在する。

<http://ik-g.jp>

e-mail:magota@ik-g.jp