

IKGの旅館経営再生塾 第149回

再生と存在価値

執筆担当者 孫田 猛

再生支援という言葉が定着した。金融機関の本部には必ずといっていいほど、専門の部署が設けられ、サービサーも、この言葉を多用している。

では、実態はどうか？経営者責任をとらせて、いわゆる外科的な手術を行い、何らかの形で旅館を維持、あるいは別の形にすりかえるビジネスである場合がかなり多い。

だから本気でその旅館を助けるという発想は、そこにはない。傾きかけた旅館を対象に、ある仕掛けをしたら、回りが儲かる。それが再生ビジネスと捉えているのだろう。

以前当社が実施した金融機関に対する意識調査の回答で、「多額の借入金を抱えた旅館が、ある日突然ゾンビのように生き返る再生は、本気で自力再建をしようと歯を食いしばってがんばっている旅館から見れば、ふざけた存在だ」と言った旅館経営者の言葉が忘れられない。

それでも今後ますます不良債権処理は進み、旅館が淘汰され続けることは避けられない。

温泉地には団体向けの旅館はせいぜい1、2軒あれば事足りるといわれる時代に、今後既存の中・大型旅館はどのような方向に向かえばいいのか？

マクロ的に見れば、大型団体の宴会を伴う宿泊は限りなく少なくなる。個人・グループ単位での、旅行目的を明確にした需要は膨らむ。しかし、その目的達成のために、温泉旅館が選ばれるためには相当厳しいハードルがある。

さて、最近なりふりかまわず儲かればいいという風潮がいろんな業界で起きている。そこには顧客を大事にするという考えは微塵もない。そんな若手経営者が先頭に立って急成長したビジネスは、あっという間に姿を消してしまう。

旅館業界も同じことが言える。顧客の変化に全く無頓着な旅館は論外だが、とにかく日本の宿文化を無視した新規参入組の今後は果たしてどうなるか。

再生は法律にのっとり粛々と進められる。これにいちいち批判をしても、ナンセンスである。しかし、顧客にとって存在する価値のある旅館のみが存在するという、厳しいがあまりに当然の世界が、今後の旅館業界の姿であろう。

<http://ik-g.jp>

[e-mail:magota@ik-g.jp](mailto:magota@ik-g.jp)