

早いもので1月も下旬である。旅館の一年の始まりを正月とするか、決算時期とするかはそれぞれだろうが、過去一年の反省をして、新たな気持ちでスタートを切った方々が大部分であると察する。

さて今年はどうなるかという様々な予想がでていますが、一言で言うと昨年以上に旅館を取り巻く経営環境は厳しくなるだろう。個別具体的な予想内容は、他に譲ることとして、大切なことは、外部環境を旅館が変えることはできない。だから変化を予測し、その対応策を早く取りかかることである。

特に気になることは、諸物価の上昇にともなうインフレ傾向への懸念と個人消費のさらなる低下傾向だ。

また、今のところ日銀は金利を上げないと表明しているが、いつまで耐えることが出来るかはわからない。

このように、集客面と財務面の厳しいダブルパンチがあってもおかしくない状況だ。こんなことを想定してこの一年を乗り切っていかなければならない。

前回のコラムで「強い企業になれ」と書いたが、まさしくこれがキーポイントになる。状況が厳しくなったことを嘆くひまがあったら、具体的な対応策を検討し、実行することだ。市場規模の縮小に伴い、競争はますます激しくなる。ここで価格競争に巻き込まれないためには、商品力のアップとそれを見込み客にわかりやすく告知していく以外にはないのである。

今、日常の業務をこなすことだけで旅館の一日が終わっていないだろうか？提供商品の内容を確認し、問題の解決と更なる改善をし続けているだろうか？旅館側の都合だけで物事が判断されていないだろうか？顧客の予想を超えた満足をどのように提供していくかを、スタッフ全員で共有しているだろうか？顧客をひとかたまりの存在として片付けていないだろうか？計画と実績の対比が出来ているだろうか？その差異は何が原因で生じたか客観的に分析しているだろうか？料金以上の旅館と評価され、わざわざ泊まっていただく商品価値があるだろうか？その価値を事前に明確に説明できるだろうか？

実はこのチェックポイント。自分のビジネスで常に気をつけていることを旅館版におきかえただけである。実行するには相当のエネルギーが必要になるが、どの仕事でも共通する心構えではないだろうか。