

第 1 9 3 回 圧倒的な戦略構築が経営者の仕事

(株)飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

旅館の経営格差はどこで生じるのか？この回答を探し続けて久しい。

経営者が普段どのような考え方に基づいて行動しているのかを、つぶさに見てきた。

元や業界団体の諸活動、金融機関との交渉や資金調達等々。いずれも確かに経営者ならではの仕事なのだろう。

だが、これだけでいいのか？これさえこなせば経営が潤沢に廻るのかというと、決してそうではない。

あえて経営者の最大の仕事は何かというと、「自社の圧倒的な戦略構築」にあると断言する。

今、目の前に顧客はいなくなった。確実に数が減り、かつ厳しい選択眼を持った顧客に対し、客自らは是非泊まりたいと頼みに来るストーリーを描くことである。

そんな絵に描いたもちをならべたところで何になる、と最初から批判する人たちには明日はない。

今は「その他大勢」の分類かもしれないが、新たに客を魅了する旅館を作り上げるといふ強い気構えがあり、それをもとに戦略構築を行うことができるかどうか最大のポイントだ。

旅館に限らず、顧客から認められ、繁盛し続けているところを見てほしい。そこには顧客が支持するに至った圧倒的な戦略が必ず存在する。

戦略とはゴールに至るまでのあるべきステップ（順番）を明記したものであり、そのステップの実践方法が戦術である。

めざすゴール、そのためのステップ、実践方法、そして具体的なアクション。これが連なって初めて望む結果に近づく。どれかの要素が欠ければ結果はゼロかもしれない。戦略構築は掛け算だからであって、決して足し算ではないからである。

自社の戦略構築を策定することは、誰にも邪魔されるものではない。この段階でそれは不可能、と白旗を揚げてしまっては先がない。

経営者の最大の役割を放棄することなく、果敢に自社を発展させていくことは、経営者の最大の仕事である。

自社の戦略を発表しあう経営者の集まりは、さぞかしエキサイティングであろう。どうせ集まるなら、そんなグループの会合に出てみたい。

http://ik-g.jp
magota@ik-g.jp