

重油・電気・ガス等のエネルギーや消耗品に加え、原材料(食材)の高騰は旅館経営に大きな影響を与えつつある。

また、ガソリンの値上げによるマイカー利用の自粛傾向が、この夏の観光地への遠出を差し控えるようになり、集客ダウンに拍車をかける結果となった。

また、今後は第二地銀に対する金融庁の不良債権処理の促進や債務者区分のさらなる厳しい査定が予想される。

金融庁の指導が何より怖い金融機関としては、経営状況の悪い旅館に対して、今まで以上に厳しい要求をしてくる可能性がある。

これらは全て旅館を取り巻く外部環境の変化であり、旅館自体がこの流れや変化を変えることは出来ない。

したがって、これら外部環境の変化に正面から向き合い、工夫をするしかないのである。

簡単に料金アップなどできない状況にありながらも、具体的な対策がとれないまま、今月はいくら赤字が出たなどと、なげいている旅館が結構多いようだ。

その理由は、決算書や試算表の勘定科目と金額以外に、経営的な数字がないため、打つ手が見つからないからだ。

本来、旅館ごとに、売上から変動費・固定費を差し引いたうえで利益が出るというという枠組みがあるはずである。そこで何にいくらかけてどのように使われているかがわかるというレベルの損益分岐点の一覧表が必要である。

そしてこれもとにして、現状にメスを入れるためのシミュレーションを実施していくのである。

変動費・固定費ともにいったん旅館内で決められたものは、それが当たり前のものでとされ、見直すことが少ない。

でもこのような状況下では、固定費の変動費化と内容の見直し、材料使いの工夫を全面的に行い、あわせて顧客からコストパフォーマンスの低下と感じられない工夫をしていかなければならない。これらの地道な努力と工夫があって、ようやくマイナス数値を最低限度に抑えることが出来るものと捉えた方がいい。

さらなる効果的なコストダウンは自館ではどうすればいいのか？これは自館の現状にメスを入れることから始まるものであり、他館の部分的な物まねをしたところで、焼け石に水である。