

IKGの旅館経営再生塾

第221回 旅館の価値を自ら創造する

(株)飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

地域の様々な組織の新年会も、そろそろひといきついた時期である。ここでは決まって、アメリカに端を発した金融危機が日本に派生し、百年に一度の経済不況であり、この困難を何とかして乗り切ろうという趣旨のあいさつが、日本全国で行われている。

旅館を取り巻く外的環境の変化は、全くその通りなのだが、個々の経営状況が厳しくなった理由を、外的環境悪化だけのせいにして、そのための対応策に全く踏み込んでいない経営者の存在が気になる。

今、何をすべきかを冷静に考えると、業界や地域の団体単位の活動や政治的な働きかけはもちろん必要なのだが、それはそれとして個々の旅館経営の見直しをかけて行動を起こすのが大前提である。

そのときに大事なスタンスは、個々の旅館の役割と言うか、対象顧客にとっての存在価値が、今ほど明確に求められている時代はないという認識なのではないか。

少し乱暴な言い方かもしれないが、かつて多くの旅館が同じような商品を提供してきた。宴会をして風呂に入って寝るというパターンが大部分であり、事実それだけの需要が多く旅館にあったのである。

ところが外部環境の変化により、従来の旅館に求めるニーズは確実に減少し、競争は厳しくなってきた。

一方、ファミリー層をターゲットとした送迎付きで、朝夕バイキングスタイルの、廉価を売りにしている他業界からの進出組みの台頭がある。

この構図が全国の観光地で展開されているなか、個々の旅館の価値をどこに見出していくかが求められている。

施設や資金力で劣る旅館が目指すモデルは、旅館本来の地域性や文化を商品に取り入れ、その個性を大胆に発揮していく以外にない。

もはや同じスタイルの旅館の時代ではなくなった。このパターンはライフサイクルから見ると衰退期なのである。ならば、新しい価値を自ら作り上げて、対象顧客に認められて旅館を活用してもらうことが生き残りの条件である。

今後は旅館が何件減ったとか、倒産したということよりも、どのような個性ある旅館が出てくるかと言うことに注目し、その旅館に自らなることを目指すべきである。

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