

IKGの旅館経営再生塾

第243回 自社再生の展開はスピードが大事

㈱飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

当社では定期的にアンケート形式による旅館経営実態調査を行っている。

現在取りまとめているのが平成二十一年上期の経営状況と下期の見通しである。詳細は別の機会に告知したいと考えているが、上期の前年対比で売上高が減少した旅館は、全体の七十五%に達している。その他の経営数値も一様に悪化の傾向を示している。

各種統計データは、自社の数値と比較することにより、自社の強み・弱みがわかるひとつの方法である。しかし、悪い数値と比較して、自社も同じかと納得するだけでは、全く意味がない。

経営数値が悪いということは、その旅館が今までの経営スタイルではだめだよということである。だから例えば借入金のカットやリスクをしてもらったとしても、経営スタイルが抜本的に変わらない限り、同じパターンを繰り返していく。

自社の経営スタイルとは、それぞれの旅館ごとの総合的なマーケティング戦略である。そこでこのマーケティングを構成している要素をまず抜き出してみる。

例えば、「対象顧客」「提供商品」「価格」「販促」「集客体制」「原価・経費管理」等々である。そしてこれらの要素の現状が、事業展開において何が問題なのかを具体的に整理してみることだ。

そしてこの精度を高めることで、あるべき姿である数値とのギャップを生んでいる要因を突き止めることができる。

現実には、これら要因が互いに深い関係を持って連動している。だからひとつの要素をクリアすればいいということではなく、ひとつの問題解決をきっかけにして、オセロゲームのように、連続した展開をしていくことになる。

この流れの中で大事なものは、理想とする旅館像を明確に描かなければ改善の方向性がみえてこないことだ。この理想像とは、新たな見込み客からみて、その旅館の価値がわかりやすく共感を得ることである。

宿泊してみなければその価値がわからないというのでは、今求められている再生のスピードについていくことはできない。

経営の再生は、集中して一気にやりぬくパワーが必須だ。のんびり今までのペースでは、後退するまでである。

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