

I K G の

旅館経営再生塾

第二五回

我が宿のミッション

(執筆) 孫田 猛

我が宿のミッション

(使命)とは何か？存在価値は何か？真剣に考えなくてはならない時期である。我が宿がどのような顧客に何を提供しているのか、そのスタイルがいわゆる商品のライフサイクルからみて、「衰退期」にきているとしたら、その使命は終わったと観るか、あるいは付加価値を自らつけて、あらたな「導入期」に結びつけるか。いままでに経験したことのないエネルギーが必要だ。

我が宿のミッションとは、誰それにこのような商品を提供します。ただし、こういう方々にはむ

きません。こういうことはしません。そのような方は他の旅館へどうぞ。その代わりこういうことにかけては自信がありません。ということも明言できるといふことである。いい商品を提供し続けたいとしても、顧客は減るものである。だから我々はリピーターを確保しつづけながらも、新規顧客を獲得という全く別のことと同時にしなければならぬ。その時に、まだその宿を利用したことのない人々に、一体何をメッセージとして伝えるのか。あいかわらず、違いのわからない料理や施設を紹介した既存のパンフレットの提供や、価格競争にまきこまれたディスプレイの提示では、結果は遅かれ早かれ見えてくる。

自信をもってわが宿のミッションをアピールし、それに共鳴する見込み客を囲い込むことが重要だ。