

IKGの旅館経営再生塾

第251回 マンネリからの脱却

㈱飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

ある旅館で「マンネリからの脱却」をテーマに、業務改革に取り組んでいる。

事の発端は「今、客が流れている飲食店は、一部の伝統的な高額店を除いてほとんどが新しいコンセプトを持ったテーマ型・提案型の店舗だ。これに引き換え、旅館はあまりにも旧態依然とした提供商品や経営体質に縛られすぎているのではないか」という、この旅館の後継者の発言であった。

ならば、この旅館がどれくらいマンネリや過去に縛られているのかを一度検証してみようということになったのである。

提供商品の要素(施設・料理・サービス等)を横軸にとり、縦軸には時間をとることにより、現状の「棚卸し」をする。さらに旅館運営上の会議や意思決定の方法についても検証を行った。

その結果、大部分が今までやってきたことを、何の疑問も持たないまま、続けていることがわかった。

この後継者は、自分がお金を出して飲食店や宿泊施設、レジャー施設を選択するときは、本当に満足するところかどうかを予算や時間的・距離的制約を加味しながらシビアに決める。そして結果としてコストパフォーマンスに満足しなければ、二度と選択しないと決めている。

団体客が主体だった時代、主要エージェントにかわいがられることが最も大事と認識していたのとは違い、個人・グループ客の目線は自分の感覚と大差がないのではないかとしたらこの感覚に十分対応した商品づくりや、意思決定を意識した体制を、早急に構築することの必要性を感じたのである。

さもないとわが旅館は確実に取り残され、やがて不要な存在になってしまうという危機感が襲ってきた。

顧客から存在価値がないという烙印を押される前に、顧客の感情を基軸とした戦略に転換していかなければならない。

旅館経営が厳しいとされる背景には、経済情勢等外的環境の変化だけでなく、旅館の中身を客観的に見直すことを怠ってきた自分自身にも大きな原因がある、とこの後継者は認識したのである。

その後、発想と行動を変えるために、過去の成功体験をリセットし、今の顧客から選択される宿づくりを行うべく、日々の考え方を大きく変えることを意識しはじめた。何がどう変わっていくか、これからが楽しみだ。

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