

I K G の  
旅館経営再生塾

第七十一回

入込み激減の原因は何  
ですか？

執筆担当者

孫田 猛

きちんとした統計に  
基づくものではないの  
だが、最近宿泊料金が  
一万円以下の比較的  
単価の旅館の入込み・  
売上の激減が目立っ  
ている。

特に今年になってか  
らこの傾向が地域を問  
わず現れており、いま  
では何とかコストダウ  
ンの努力で凌いできた  
が、これだけでは足り  
ず、支援している金融  
機関の元金の据え置き  
と同時に、毎月のよう  
に運転資金の投入を行  
なっているという状況  
が見られる。  
しかしながら、これ  
らの緊急支援策はいわ  
ば「その場しのぎ」で  
あり、抜本的原因追  
求と対策を早急に行な  
わなければ傷がますます

す深くなっていていく恐れ  
がある。

旅館経営者から経営  
悪化の原因は何かと聞  
くと、景気の低迷や地  
震・台風の自然災害を  
あげる場合が多い。で  
は何か対策を打ってい  
るのかというところ、特  
に何もしていないという  
回答が返ってくる。

顧客アンケートを見  
ると、「もう一度当館に  
泊まりたいですか？」  
との問いに八割以上の  
宿泊客が「はい」と答  
えているにもかかわら  
ず、実際のリピートは  
一割にも達していない  
という現実もある。

今まで宿泊した顧客  
がその旅館を選んだ訳  
を、安い宿泊料金が予  
算とマッチしたからと  
いう理由のみだとする  
と、その旅館にリピ  
ートする必然性（理由）  
は非常に低いのである。

これからの旅館経営  
において、最も重要な  
要素は、顧客にとって  
その旅館は存在価値が  
あるかどうかである。  
では、落ち込んだ入  
込みを取り戻すために

はどのようなして存在  
価値を高めていけばい  
いのか。それはまず、

自館の提供商品（施  
設・料理・サービス）  
の棚卸をひとつずつ実  
施し、旅館の都合でし  
続けてきたことを、対  
象顧客が満足するよう  
に変えていくことであ  
る。当然お金をかけら  
れないのであるから、  
人的なパワーと工夫が  
必要になる。

単発のイベントや広  
告宣伝によって集客が  
増えることもあるが、  
総じて一過性のもので  
ある。

旅館の商品力を高め  
るといって、とても地味  
で面倒なことをおこな  
い、結果として旅館が  
生まれ変わるといって  
口セス。存在価値を高  
めるといって地道な努力  
は、決して特効薬では  
ないが、この考え方を  
実践するかしないかで

は後に大きな差となっ  
て現れることになる。  
低価格だけがセール  
スポイントでは、先が  
続かない。