IKGの
旅館経営再生塾
第82回
自分の旅館に泊まったことがありますか？

執筆担当者
孫田　猛

旅館の実泊調査を3軒続けて実施する機会があった。この内容はとにかく顧客の立場で宿泊を体験し、そこで気づいた点をその場でレポートにして提示し、検討するというピンポイント調査である。

3軒の旅館は特につながりはなく、立地もばらばらであるが、共通した結果が出た。それは当然経営者が知っていなければならないことが、知らなかったという事実である。

例えば、朝夕食の料理献立の具体的な中身。平均値としてではなく1食当りの原価額。出汁にインスタントを併用しているかどうか。グラスの置き方。客室でのお声かけの方法等々。

また、気づいてはいるが、そのままにしていることとしては、チェックインの時間帯に、客室の電気はつけてあるがコタツのスイッチが入っていないこと。チェックイン時に夕食の飲物を訊き、夕食開始時にあらためて訊かないこと。顧客の名前がわかっているにもかかわらず、部屋番号で電話でのやり取りをしていること等々。

いかに毎日のオペレーションや顧客へのサービスの内容があいまいなのか、あるいはわかったつもりで実は全く把握していないのか。この結果に経営者も調査した私も共に驚いた次第である。

問題解決にはまず事実をきちんと把握していることが前提である。それがないまま、問題解決を図ろうとしても、違う方向へ行くことがあるが、どうやらこんなことが原因のひとつなのかもしれない。

顧客の生情報を収集するため、顧客アンケートを熱心に活用されている旅館があるが、顧客情報とともに、旅館の生情報を経営者自らがまず把握する工夫をする必要がある。そのためには経営者や従業員が実泊を経験するという方法も効果がある。

理想と現実のギャップ、あるいは顧客の立場と提供者の都合のギャップを把握することの重要性を認識していたとしても、具体的にそれを見極めようとトライしている経営者は意外と少ないのではないだろうか。

提供商品の内容を経営者が詳しく知ることは、すべてにおける出発点である。場面場面で改善を試みるだけではなく、まずは自分の旅館に一泊してみてはいかがか。

http://www.ik-g.jp
e-mail:magota@ik-g.jp