

# 人材育成でサービスと生産性を向上し、 ブランド価値を高めて24年間で売上500%アップを達成



## 認定支援機関の概要

### トラストブレインズ株式会社

【機関種別】民間コンサルティング会社

【所在地】長野県松本市筑摩  
1-6-13 アクシス21-302号

【設立】平成13年11月

【従業員数】17名

【認定日】平成26年11月13日



## 中小企業・小規模事業者の概要

### 合資会社親湯温泉

【業種区分】宿泊業, 飲食サービス業

【所在地】長野県茅野市北山  
4035番地

【設立】昭和24年10月

【従業員数】119名

【資本金】2,000万円



## 支援に至った経緯

先代が病に倒れ、経営難の旅館を急遽継承



## 経営状況の把握・課題設定

老朽化とサービスや利益率の低さが課題



## 解決策の提案・実施

ブランド価値を高めて単価とサービスを向上



## 今後の取組・フォローアップ

昇給制度と効率化でさらなる飛躍を目指す



## 1 先代が病に倒れ、経営難に苦しむ旅館を急遽引き継ぐ社長を支援

当機関は宿泊業を中心に、中小企業に対する経営改善支援や集客サポートを行っている。当機関の社長は独立前、会計事務所に勤務しており、当時担当していたのが、先代が経営する合資会社親湯温泉であった。先代が病に倒れたことで、今回の相談者である現社長（ご子息）が呼び戻され、経営難に苦しむ旅館を引き継ぐこととなった。相談者が入社した平成10年から財政面だけでなく、販売・組織戦略における支援を開始し、当機関が独立した平成13年以降も継続して支援を行っている。



2

## 2 売上欲しさに単価の低い団体客を集めて赤字になり、サービスも悪化

同社が運営する旅館「蓼科親湯温泉」は、高級リゾート地である蓼科で人気を博した大正15年創業の老舗高級旅館である。支援をスタートした平成10年は長野オリンピックが開催された年で、宿泊施設が乱立したことでその後の売上が低迷。施設が老朽化しても改装する資金がなく、また、従業員の定着率が低くサービスや組織力にも問題があった。当時の一番の課題は売上を伸ばすことだったが、単価の安い団体客が多く、売上があっても赤字になるなど、利益率の改善も急務であった。



3

## 3 ブランド価値とサービスの質を高めて客単価をアップ

まずは単価の安い団体客への依存から個人客にシフトし、ブランド価値を高めて客単価を上げることに着手した。具体的には、プロカメラマンを起用してホームページの写真を刷新し、SEO対策やウェブ広告からホームページに誘導。平成15年頃からはオンライントラベルエージェント対応にも力を入れて集客力を高めた。それと同時に人材育成や組織改革を行い、1客あたりの労働時間、労働1時間あたりの売上高を現場の最重要業績指標として業務管理を徹底し、業務の効率化とサービスの向上に努めた。



4

## 4 厳しい宿泊業界へ成功事例として展開し、業界発展のために

平成10年に3億円だった売上が令和3年には15億になり、新卒採用や昇給制度で離職率も30%から8%に下げ、順調に成長している。今後は視点を広げて宿泊業界で課題となっている業績不振や、事業承継問題などの解決に、同社の成功事例を伝えていきたいと考えている。当機関はそのためのパイプ役として金融機関などとの連携も積極的に行い、宿泊業界の成長を促せるよう効果的な支援を行っていきたい。

支援を受けた  
中小企業・  
小規模事業者の声

平成10年から24年間のお付き合いになりますが、ずっと右肩上がりに成長し、売上が5倍（15億円）にまで成長できたのは、同機関のサポートのおかげです。経営実態を細かく分析して、数字を示しながらアドバイスをいただいたことで、業務改善や生産性の向上など、経営者としてやるべきことが明確になりました。