

観光立国の実現は、地方(地域)から

いま求められる旅館・ホテル経営は



小林氏

高度成長期からバブル期まで、団体旅行華やかになりしころは旅館・ホテルも競って設備投資をし、施設の大規模化へかじを切っていた。そして時代が変わり、バブル崩壊、リーマンショックを経て、人々が宿に求めるものも大きく様変わりしてきた。厳しい経営環境の中、今後求められる旅館・ホテル経営は、そして目指すべき経営者像は、全国で先進的な旅館・ホテル経営を行う5氏にお集まりいただき、語ってもらった。

——(司会)まず、それぞれの地域と宿の紹介を。
菅野 私ども磐梯熱海温泉は、33万都市郡山の奥座敷。福島第一原発まで70kmの距離にある。事故から1年9カ月たったが、お客さまの数はまだ回復しておらず、事故前のおよそ8割程度の入り込み。ピンチはチャンスだと強い意志をもって、いろいろなことをやらせている状態だ。
小林 新潟県の玄関口、越後湯沢温泉にある。東京から上越新幹線で1時間30分かかる。そこ時間、交通の便が非常にいい。
私も新潟県も、中越地震、中越沖地震と、2度の大きな地震があり、その後完全に立ち直っていない中で今回の震災と、非常に苦戦を続けているのが現状だ。ただ、幾度の震災を受け、県内の旅館全体、観光業界全体がよりまとまった、という面のプラスがあったと考えている。
菅野 長野県湯田中温泉で一茶のちみ美湯の宿、もう1軒、志賀高原で志賀パレスホテルという宿を経営している。平成元年につぶれた旅館を引き受け、その後9年たって志賀高原の宿も私に力を貸してほしいというので、二つの宿の営業を行っている。
志賀高原はスキー客が目減りしており、温泉もこの景気のせい、地元の人々の新年会のお客さまもなくなって苦戦しているが、たまたまスキーシーズン、温泉に入るお客が世界的に注目されている。これからは町全体で国の施策にもあるヒジックジャパン、インバウンドに力を入れていこうと考えている。

木下 兵庫県の淡路島で8軒の旅館と、神戸ベイシエールの旅館、そして香川県の琴平で琴平花壇という老舗の宿を経営している。神戸や琴平など、それぞれいろいろな所から話があり、受け継がせていただいている。
エラントホテル、そして香川県の琴平で琴平花壇という老舗の宿を経営している。神戸や琴平など、それぞれいろいろな所から話があり、受け継がせていただいている。

北陸は首都圏や九州などに押されて、非常に落ち込んでいっている。ただ、希望の光として、北陸新幹線が2年半後に開業する。現在、私は地元の旅館組合の副

ばりのおかげで、洲本全体の宿泊者数は微増をしている、という状況だ。
濱田 私ども宇奈月温泉は黒部峡谷鉄道、立山黒部アルペンルートという、非常にスケールの大きな山岳の観光地を持っている。これらがオープンする

の4月17日、11月30日まで営業をしよう。これが冬になると、途端に県外からのお客さまが少なくなってしまう。シーズンの方向を向いていた。
しかし、最近はそのような行動が全く違うという、団体よりも個人優先になっている。私どもにお越しいただくリピーターのお客さまも世代交代をして、親が使っていた旅館は「もうだ」と、それぞれの役割を果たすのだ。「うちの旅館はこうだ」と、それぞれの役割を果たすのだ。我々の業界は、他の旅館の勉強をするにも、「和室にベッド」とか「客室に露天風呂」とか、細かいことを目をつけてきた。それでは同じような施設になってしまふ。そんな狭い範囲ではなく、もっと広い視野で物事を考えなければいけない。旅館にももっといろいろなジャンルがあつていい。

濱田 皆さんのおっしゃったように、今までの旅館は団体のお客さまが優先で、そのための宴会場や会議室など、かなり大がかりな設備投資をしてきた。戦後、高度成長期は、お客さまの行動パターンが一緒で、これがいい、となれば、皆が同じ

そういう中で気が付いたら、非常に多額の負債が残っている、というのが今の旅館の状況だと思ふ。
今までは借入をする時は、今の中国経済と同じように、毎年10%近くの売り上げ増を見込んで事業計画を立てていた。しかし今は、全く見込めない。逆に、宿泊人員が下がることを懸念して、単価アップを図ることを考えていかねばならない。
おのおの旅館が価格競争をするのではなく、例えばA旅館

の4月17日、11月30日まで営業をしよう。これが冬になると、途端に県外からのお客さまが少なくなってしまう。シーズンの方向を向いていた。
しかし、最近はそのような行動が全く違うという、団体よりも個人優先になっている。私どもにお越しいただくリピーターのお客さまも世代交代をして、親が使っていた旅館は「もうだ」と、それぞれの役割を果たすのだ。「うちの旅館はこうだ」と、それぞれの役割を果たすのだ。我々の業界は、他の旅館の勉強をするにも、「和室にベッド」とか「客室に露天風呂」とか、細かいことを目をつけてきた。それでは同じような施設になってしまふ。そんな狭い範囲ではなく、もっと広い視野で物事を考えなければいけない。旅館にももっといろいろなジャンルがあつていい。

木下 隣の旅館、近所の旅館とばかり競争しても、決して発展はない。地域全体のブランドデザインを描いて、その中で、「うちの旅館はこういう役割を果たすのだ」「うちの旅館はこうだ」と、それぞれの役割を果たすのだ。我々の業界は、他の旅館の勉強をするにも、「和室にベッド」とか「客室に露天風呂」とか、細かいことを目をつけてきた。それでは同じような施設になってしまふ。そんな狭い範囲ではなく、もっと広い視野で物事を考えなければいけない。旅館にももっといろいろなジャンルがあつていい。

——自館、他館を問わず、うまく経営をしている宿の事例を挙げてほしい。
菅野 急に売れ上げを上げるのは非常に難しい。私が必要だと思うのは、人件費や材料費など、コストの大改革。ローコスト運営をしないか、ねばならない。
人件費では、うちの従業員は半分以上をパートにしている。約150人のパートにしている。が、働く時間をできるだけ短くして、ローコストオペレーションを目指している。
材料費については、やはり板前の改革をしなければダメだ。板前が旧態依然である限り、コストは変わらない。

全国で宿の経営破たんが後を絶たない。なぜ、こうなっているのか。
菅野 宿においてはお客さまの構造的变化だ。団体から個人・グループ型に変化している。その変化に我々が対応できていない。
全国でホテルは増えているが、旅館はむしろ減っている。旅館が今のニーズに合わなくなっているのではない。古いものを継承するだけではダメだ。今の、個人のお客さまのニーズに十分耐えられるよう、しっかりと対応を考えたければ、さらにシリ食になっ

逆には小さい宿は、インターネット時代になって、ネットを使った誘客を、自分たちでそれれ工夫している。
志賀高原は、以前はスキーブームで、今では考えられないほど落ち込んでいた。しかし、今は若い人たちがスキーをしなくなり、修学旅行も多様化でどんどん減っている。非常に厳しい状態が続いているわけだが、これからどう対策を打っていくか、課題として考えているところだ。

言われないはずだ。
木下 うちはまたまたつぶれた旅館をたくさん引き受けていて、粗利が平均して70%、人件費が4割程度だった。普通によれば、粗利が10%、人件費も無駄をなくせば10%は改善するぞんなどとの連続だった。変な聖域のようなものは取り外さなければならぬ。
小林 料理の話はまことに我々にとって、一番のネックポイントだ。
先ほど話したローコストインは、宿泊料に対して材料比率10%だ。それと、あまの料理を出している。

私の所は、パブル前は材料比率25%くらいだった。今は10%くらいだが、それでもまだ高いかなという気がする。
濱田 23に16に落とす時、まっ向をやったかという、献立の単純化だ。あれもこれもでは、どうしても材料の無駄が出てしまう。献立の品数を全て同じにするだとか、いろいろな工夫をした。人の面では、板前はネクタイを締めさせて、朝食や夕食の現場に出している。板前を聖域とせず、ほかの社員と同じようにサービスや礼儀作法を学ばせて

やかれているが、これを契機に何とか落ち込みを回復させた。
◇
——全国で宿の経営破たんが後を絶たない。なぜ、こうなっているのか。
菅野 宿においてはお客さまの構造的变化だ。団体から個人・グループ型に変化している。その変化に我々が対応できていない。
全国でホテルは増えているが、旅館はむしろ減っている。旅館が今のニーズに合わなくなっているのではない。古いものを継承するだけではダメだ。今の、個人のお客さまのニーズに十分耐えられるよう、しっかりと対応を考えたければ、さらにシリ食になっ

逆には小さい宿は、インターネット時代になって、ネットを使った誘客を、自分たちでそれれ工夫している。
志賀高原は、以前はスキーブームで、今では考えられないほど落ち込んでいた。しかし、今は若い人たちがスキーをしなくなり、修学旅行も多様化でどんどん減っている。非常に厳しい状態が続いているわけだが、これからどう対策を打っていくか、課題として考えているところだ。

言われないはずだ。
木下 うちはまたまたつぶれた旅館をたくさん引き受けていて、粗利が平均して70%、人件費が4割程度だった。普通によれば、粗利が10%、人件費も無駄をなくせば10%は改善するぞんなどとの連続だった。変な聖域のようなものは取り外さなければならぬ。
小林 料理の話はまことに我々にとって、一番のネックポイントだ。
先ほど話したローコストインは、宿泊料に対して材料比率10%だ。それと、あまの料理を出している。

私の所は、パブル前は材料比率25%くらいだった。今は10%くらいだが、それでもまだ高いかなという気がする。
濱田 23に16に落とす時、まっ向をやったかという、献立の単純化だ。あれもこれもでは、どうしても材料の無駄が出てしまう。献立の品数を全て同じにするだとか、いろいろな工夫をした。人の面では、板前はネクタイを締めさせて、朝食や夕食の現場に出している。板前を聖域とせず、ほかの社員と同じようにサービスや礼儀作法を学ばせて

逆には小さい宿は、インターネット時代になって、ネットを使った誘客を、自分たちでそれれ工夫している。
志賀高原は、以前はスキーブームで、今では考えられないほど落ち込んでいた。しかし、今は若い人たちがスキーをしなくなり、修学旅行も多様化でどんどん減っている。非常に厳しい状態が続いているわけだが、これからどう対策を打っていくか、課題として考えているところだ。

言われないはずだ。
木下 うちはまたまたつぶれた旅館をたくさん引き受けていて、粗利が平均して70%、人件費が4割程度だった。普通によれば、粗利が10%、人件費も無駄をなくせば10%は改善するぞんなどとの連続だった。変な聖域のようなものは取り外さなければならぬ。
小林 料理の話はまことに我々にとって、一番のネックポイントだ。
先ほど話したローコストインは、宿泊料に対して材料比率10%だ。それと、あまの料理を出している。

私の所は、パブル前は材料比率25%くらいだった。今は10%くらいだが、それでもまだ高いかなという気がする。
濱田 23に16に落とす時、まっ向をやったかという、献立の単純化だ。あれもこれもでは、どうしても材料の無駄が出てしまう。献立の品数を全て同じにするだとか、いろいろな工夫をした。人の面では、板前はネクタイを締めさせて、朝食や夕食の現場に出している。板前を聖域とせず、ほかの社員と同じようにサービスや礼儀作法を学ばせて

逆には小さい宿は、インターネット時代になって、ネットを使った誘客を、自分たちでそれれ工夫している。
志賀高原は、以前はスキーブームで、今では考えられないほど落ち込んでいた。しかし、今は若い人たちがスキーをしなくなり、修学旅行も多様化でどんどん減っている。非常に厳しい状態が続いているわけだが、これからどう対策を打っていくか、課題として考えているところだ。

お客さまの構造変わる

ローコスト運営に注目

「団体から個人」顕著に

グランウドデザイン描け

リピーターも世代交代

木下

濱田

菅野

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。


このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。

このページは、観光立国の実現に向けて、地方(地域)から求められる旅館・ホテル経営の現状と未来について、5名の経営者から話を聞いた。内容は、経営環境の変化、求められる経営者像、そして目指すべき経営者像について、それぞれが語った。



謹賀新年

平成二十五年 元旦



**浅草ビューホテルは
東京スカイツリー®
フレンドシップホテルです。**

くつろぎは、まごころから。

ビューホテルズ

ビューホテルズ&リゾートは、ただいま17ホテル

ビューホテルズは、国際規模のシティホテルからリゾートホテルまで、国内に17のチェーンホテルを繰り広げています。各地の魅力を活かしたホテルで、ごゆっくりおくつろぎください。



- | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|---|---|--|---|--|---|--|---|--|
| 
秋田ビューホテル
(秋田県秋田市) | 
郡山ビューホテル
(福島県郡山市) | 
郡山ビューホテルアネックス
(福島県郡山市) | 
福島ビューホテル
(福島県福島市) | 
平ビューホテル
(福島県いわき市) | 
高崎ビューホテル
(群馬県高崎市) | 
那珂高原ホテルビューリス
(栃木県那珂郡) | 
グリーンパルク那須
(栃木県那須郡) | 
成田ビューホテル
(千葉県成田市) | 
ホテルプラザ菜の花
(千葉県中央区) | 
ぎょうけい館
(千葉県鎌倉市) | 
伊良湖ビューホテル
(愛知県豊田市) | 
岡山ビューホテル
(岡山県岡山市) | 
ホテルグランビュー沖縄
(沖縄県那覇市) | 
ホテルグランビュー沖縄
(沖縄県豊見城市) | 
ホテルグランビュー石垣
(沖縄県石垣市) |
|--|---|--|---|---|---|---|---|---|--|---|--|---|--|---|--|

観光立国の実現は、地方(地域)から

新春特別座談会
旅館経営を語る

時代の流れにどう対応する



菅野氏

菅野 当館は地元の料理好きなお客さんに、月に2回くらい来てもらって、厨房で板前とコラボを組んで料理を作っている。使う食材も、例えば普通の板前ならばまっすぐなネギを切らないで、地元には新鮮な野菜やキノコなど、信州の食材が豊富だ。原価率は20%くらいかからないか、というところで済んでいる。志賀高原の方はピュンフェスタイルで、原価率16%くらいで収まっている。



濱田氏

濱田 私自身は食べる方、飲む方専門で、料理を教えることにはできない。でも、「おいしい店に連れて行けばいいんだ」と言われる。客さまにチョイスしていただき、もう十分というのであればお出ししない。でも、料金は同じ、という形がいいのではないかと考えている。

菅野 お客さまは、昔のよくなべたべたとしたサービスは好まなくなってきた。口コミの旅館は布団を引きさばしだが、それでもいいという人がかなりいる。

菅野 リピーターは施設の大小に関係なく、旅館にとって非常に大切な。うちのコンプレックスでは、記述式。そして、ある旅館の人に教えてもらったのが、ルームさんごとの「顧客帳」を作ること。ルームさんごとの日受け持ったお客さまに関する情報を何でもいかに書き留める。白紙で出したら指導を受ける。そうすることで、細かい所への気配りを醸成している。



木下氏

木下 うちでは東京、名古屋、大阪で営業をやっていた。自分は器用な人間でないのでもう整理してしまっただが、会食の形態も最近は椅子、テーブルのレイアウト、お年寄りに特化したいる会社とか、ずきり込んでいく所がある。地元の直のお客さまの取り込みにもフロント係でも誰でも営業に帯時間回らせている。

宿泊単価上げる努力を

大切なのは「アナログ」

ネットはツールの一つ

菅野 インターネットの普及が著しい。営業面で強化していること。また今後強化するところは、基本的には従来と変わらない。うちの収容人数が多くなるようにしている。「ひと声モノ」というのが、もう15年ほど続いている。ルームさんに直接言わなくても、ちょっと口走ったことでも記入する。それが本気のサービスが何なのか見えてくる。アンケートもあるのだが、回収するまでに時間がかかる。起きたことをいち早くつかんで、素早く対応しなければならぬ。

菅野 インターネットの普及が著しい。営業面で強化していること。また今後強化するところは、基本的には従来と変わらない。うちの収容人数が多くなるようにしている。「ひと声モノ」というのが、もう15年ほど続いている。ルームさんに直接言わなくても、ちょっと口走ったことでも記入する。それが本気のサービスが何なのか見えてくる。アンケートもあるのだが、回収するまでに時間がかかる。起きたことをいち早くつかんで、素早く対応しなければならぬ。

菅野 インターネットの普及が著しい。営業面で強化していること。また今後強化するところは、基本的には従来と変わらない。うちの収容人数が多くなるようにしている。「ひと声モノ」というのが、もう15年ほど続いている。ルームさんに直接言わなくても、ちょっと口走ったことでも記入する。それが本気のサービスが何なのか見えてくる。アンケートもあるのだが、回収するまでに時間がかかる。起きたことをいち早くつかんで、素早く対応しなければならぬ。

菅野 インターネットの普及が著しい。営業面で強化していること。また今後強化するところは、基本的には従来と変わらない。うちの収容人数が多くなるようにしている。「ひと声モノ」というのが、もう15年ほど続いている。ルームさんに直接言わなくても、ちょっと口走ったことでも記入する。それが本気のサービスが何なのか見えてくる。アンケートもあるのだが、回収するまでに時間がかかる。起きたことをいち早くつかんで、素早く対応しなければならぬ。

菅野 インターネットの普及が著しい。営業面で強化していること。また今後強化するところは、基本的には従来と変わらない。うちの収容人数が多くなるようにしている。「ひと声モノ」というのが、もう15年ほど続いている。ルームさんに直接言わなくても、ちょっと口走ったことでも記入する。それが本気のサービスが何なのか見えてくる。アンケートもあるのだが、回収するまでに時間がかかる。起きたことをいち早くつかんで、素早く対応しなければならぬ。

リピーター獲得が大事 アンケートは記述式で

菅野 リピーターは施設の大小に関係なく、旅館にとって非常に大切な。うちのコンプレックスでは、記述式。そして、ある旅館の人に教えてもらったのが、ルームさんごとの「顧客帳」を作ること。ルームさんごとの日受け持ったお客さまに関する情報を何でもいかに書き留める。白紙で出したら指導を受ける。そうすることで、細かい所への気配りを醸成している。

菅野 リピーターは施設の大小に関係なく、旅館にとって非常に大切な。うちのコンプレックスでは、記述式。そして、ある旅館の人に教えてもらったのが、ルームさんごとの「顧客帳」を作ること。ルームさんごとの日受け持ったお客さまに関する情報を何でもいかに書き留める。白紙で出したら指導を受ける。そうすることで、細かい所への気配りを醸成している。

謹賀新年

本年も変わらぬご支援、ご協力を
心からお願ひ申し上げます。

名誉会長	田川 博己
会長	福田 朋英
副会長	大谷 恭久
副会長	大西 雅之
副会長	久保田 浩基
副会長	小林 庄一
副会長	渡邊 幸一
副会長	中田 友行
副会長	西田 友行
専務理事	高橋 威男

お客様と旅の拠点をネットワーク
JTB協定旅館ホテル連盟

観光立国の実現は、地方(地域)から

時代の流れにどう対応する
いま求められる旅館・ホテル経営は



東京の観光経済新聞社会議室で

(19面から続く)
齊須 うちはおかげさまでスノーモービルを見ようと、海外のお客さま、特に欧米の方が多くおいでになる。この冬の時期、オーストラリアやアメリカ、ヨーロッパ、アメリカなどからも多くのお客さまになる。その人たちに日本文化、温泉、雪を一生懸命売ってあげたい。温泉は、地元の湯田中温泉の冬は、地元の人たちで結構満ちた。地元の忘年会で結構満ちたが、ここ数年は徐々に減ってきてしまった。それを海外の方が埋め替えている。料金も非常にいいし、リピーターも増えている。

世界各国から、特にアジアを中心に訪れている。ただ、室数は276室。シティホテルとしては中規模なので、海外のお客さまをどう受け止めるかというところが、国内でもっと支持されるようなことを考えていきたい。

淡路の方は、今、お客さまの8割が近畿圏で、7割が京都、大阪、兵庫、神戸の方が多くを占めている。中国市場が注目されているが、逆に中国の人が淡路にだけ魅力を感じてくれるか考えると、まだまだ先ではないかと思ってしまう。例えば香港やシンガポール、タイ、インド、オーストラリアなど、海外からのお客さまにも対応でき、それぞれの旅館・ホテルでターゲットを絞ってできるような取り組みが、これから必要になってくる。

齊須 日本のこれからは観光立国。産業がどんどん外に出ていく中、我々が生きていくにはインバウンドを取り組んでいかねばならない。旅館というのは、私は世界遺産の産物だと思える。ホテルは世界中にあるが、豊な生活、旅館文化というのは日本ならではのものだ。ホテルとは違う旅館文化。それを世界に行き渡らせたい。それをやることによって、自分の旅館の生き残りにもなると思う。

今、大学でも観光学部が多くできている。それはこの国が観光力を入れたいという思いからだろう。日本の若い人たちに、これからは観光が日本の産業の柱になるのだと理解してもらいたい。日本の旅館文化、温泉文化というものを大事にして、継承してもらえたらいい。木下 私が常々思っているのは、目の前のお客さまをいかに取り込むかだけではない。

齊須 和の文化でホテル再生
これから着地型観光

齊須 和の文化でホテル再生。これから着地型観光。着地型観光とは、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

木下 着地型観光の重要性。着地型観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

濱田 着地型観光の重要性。着地型観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

MICEと日帰り注目

学びかつ行う者が成功

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

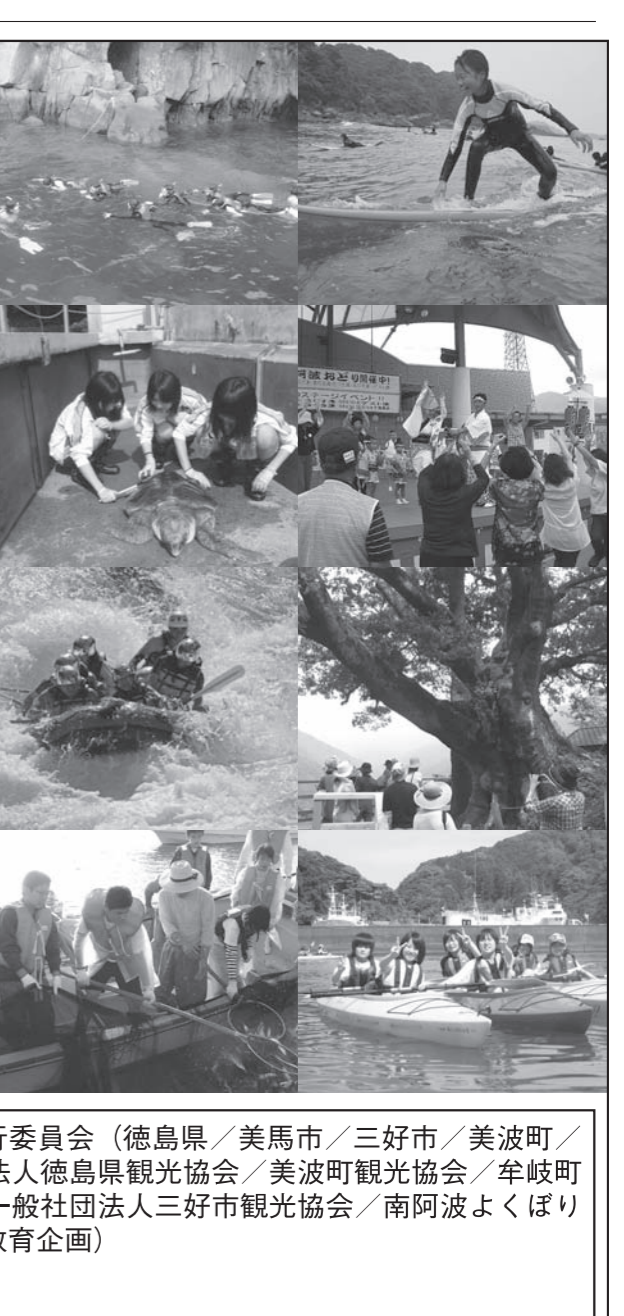
菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。

菅野 MICEと日帰り注目。MICEとは、Meeting(会議)、Incentive(インセンティブ)、Convention(会議)、Event(イベント)の略。日帰り観光は、観光客が目的地に着いたら、まずその地の文化や歴史を学ぶことから始める。これによって、観光客はより深くその地を理解し、愛着を持ってもらえる。また、地元の人々も観光客の訪れを歓迎し、地域活性化に貢献できる。旅館やホテルも、この着地型観光に対応するため、和の文化を取り入れたサービスを提供する必要がある。



主催：全国ほんもの体験フォーラム in 徳島実行委員会 (徳島県/美馬市/三好市/美波町/牟岐町/海陽町/つるぎ町/東みよし町/財団法人徳島県観光協会/美波町観光協会/牟岐町観光協会/海陽町観光協会/美馬市観光協会/一般社団法人三好市観光協会/南阿波よくぼり体験推進協議会/一般社団法人そらの郷/体験教育企画)

ほんもの体験は、人を高め・地域が輝き・日本を元気にする。第9回全国 2013年(平成25年)3月16日(土)17日(日)18日(月) ほんもの体験フォーラム in 徳島