

インターネットを活用して集客アップ

ニフティが運営する国内最大級の温泉施設口コミ情報サイト「@nifty温泉」は、温泉施設が手軽に情報発信を行える新サービス「ニフパス」を開始した。ニフパスを使って集客に成功した施設に話を伺い、ニフパスの活用方法を紹介する。

連載第2回
おがわ温泉
花和楽の湯
金本昌祐 営業統括部長



ネットを駆使し マーケットを開拓

「おがわ温泉花和楽の湯（埼玉県小川町）は、

「泊まれない旅館」をコンセプトにした風情豊かな日帰り温泉施設。緑豊かな里山に囲まれた露天風呂や、強アルカリ硫酸泉、高濃度の人工炭酸泉などを楽しむことができる。

同施設が立地する小川町は人口3万3千人の小さな町。近隣を合わせてもマーケットは決して大きいとはいえない同施設だが、@nifty温泉の2012年人気温泉ランキングでは全国7位に輝いた。

オープン当初からネット媒体での集客に力を入

れてきた営業統括部長の金本昌祐さんは、現在ニフパスを活用した販促を行っている。

一歩先行く販促を ニフパスと出会う

「小川町は東京から一番近い田舎と言われている。人口も少ないのでオープン当初から集客媒体はチラシではなく、ネットと口コミを活用してきた」と金本さんは語る。

オープンの2004年、手作りでホームページを開設した。2年後には温泉施設ではいち早く、モバイル会員を集めて携帯電話のメールを使ってクーポン券の発行や、お得な情報を発信していた。同時にブログや、日本でサービスが始まっ

たばかりのツイッターでも情報の発信を開始した。「モバイル会員は手心えを感じた。クーポン券の効果はあった」と金本さんは当時を振り返る。

SNSの登場前

からネットを活用した販促で一歩先を歩んできた同施設だが、他の温泉施設もネット集客に力を入れてきた。先行のメリットを感じられなくなった金本さんが次に選んだのがニフパスだった。

ターゲットに 効率よく販促

金本さんとニフパスの出会いのは今年の8月だった。「ニフパスに投稿した記事が同時にフェイスブックとツイッターに掲載される連動機能に魅力を感じた。ニフパスはシンプルで使いやすく、効率よく投稿できる。またニフパスに投稿することで、温泉施設好きが集まる@nifty温泉の閲覧者に目立つかたちでアピールできている」と効果を語る。

ネット販促が 好循環に

金本さんが特におススメと強調したのはニフパスから投稿した記事には@nifty温泉のドメ



露天風呂から山々を望む



おがわ温泉 花和楽の湯
埼玉県比企郡小川町
角山26の2 ☎0493(73)2683
総木造造りの施設は和風旅館のよう。小旅行気分が味わえると関東一円から利用者が集まる人気施設

『ニフパス』の問い合わせは

「ニフパス」事務局(株)アクトパス
☎03(3524)2681
(平日午前10時～午後6時)
aqtupas_nifty@list.nifty.co.jp

インが付くのでネット検索した場合、上位に表示されやすいという点だ。ネットユーザーの目にとまりやすいと話す。

金本さんは「投稿記事を読んだよと言ってくれるお客さまがいる。ニフパスを始めて、フェイスブックの『いいね』の獲得数や閲覧者からのコメントが増えてきた。ニフパスを活用することでネット販促がいい状態に循環している」と語り、今後も1日1記事は投稿して、ユーザーとのコミュニケーションを図りたいと話した。