

ニフティが運営する国内最大級の温浴施設口コミ情報サイト「@nifty温泉」は温浴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6回
天然温泉
ひなたの湯
マネージャー 河野一壽さん



下町の憩いの場

「天然温泉ひなたの湯」(大阪市淀川区)は、新大阪駅から徒歩圏内に位置する都市型の日帰り温浴施設。2008年、マンションの最上階にオープンした。

施設の運営全般を管理するマネージャーの河野一壽さんは、オープン当初から広報も担当。開店当初の販促は、新聞の週末版への広告掲載やポスティングなどが中心だった。

「開業前は新大阪駅が近いのでビジネス客が中心になると思った。オープンしてみると、徒歩や自転車で来店する近隣の方々が主要の客層になった」と河野さんは語る。

同施設が位置する淀川区は、今なお銭湯文化が根付く町で、半径1キロ以内には7〜8件の銭湯があるという。客層は平日が主婦層、週末は家族連れが多く、年齢層は40〜60代が中心。ほとんどが銭湯感覚の常連客だ。

開店後の販促活動は、お年寄りにも分かりやすいアナログのスタンプカードと、館内のポスターで行っていた。

プフスQの集客を 目指して

常連客で賑わっていた同施設だが、河野さんはさらに集客を伸ばそうと、開業前に想定していたビジネス客の取り込みに注力する。2年ほど前、フェイスブックとツイッ

ターを使って販促を行うことを決めた。

当時、ホームページは開設していたものの、発信するだけの一方通行の販促では手応えを感じられなかった。フェイスブックやツイッターは閲覧者からコメントがもらえるので、利用者の反応に応じて販促を勧めていくおもしろさを感じた。

ただそれぞれにかかる作業の手間を一つにできないかと考えていた。そのときに出会ったのが@nifty温泉の新サービス「ニフパス」だった。

安心のサポート体制

ニフパスを使って作成した文章は、温泉や温浴施設好きが集まるサイト、@nifty温泉に掲載されるだけでなく、同時に同じ文章がフェイスブックとツイッターに掲載される。

「三つのツールに同時に記事が投稿されるので作業時間と手間が短縮された」と語る。ニフパスの使いやすさも魅力の一つで、投稿回数も増えた。



ニフパスで作ったページ

インターネットを活用して集客アップ



天然温泉 ひなたの湯

大阪市淀川区三国本町1の6の15
ドルチェヴィータ新大阪9F
☎06(7504)6853

新大阪駅から徒歩10分で天然温泉が楽しめる

『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

資料請求は<http://onsen.nifty.com/magazine/nifpas/>

「まず施設の場所の検索数が増えた。近隣駅から出しているシャトルバスの乗車率も上がり、@nifty温泉のクーポン券を持参する人も増えた」と効果を実感する。

また「最初、ニフパスの設定で分からないところがあったが、サポートを担当するアクトパスの谷水初美さんに電話で問い合わせたらずいに使えようになった」と安心のサポート体制についても満足していると語った。