

インターネットを活用して集客アップ

連載第9回

おふろcafe
utatane

温泉道場社長 山崎寿樹さん

ニフティが運営する国内最大級の温浴施設「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。これからニフパスを使って集客を計画している施設に話を伺い、ニフパスの魅力を探る。



女性向けの 新店舗が開店

埼玉県内で温浴施設を運営する温泉道場（ときがわ町）。「60歳以上台コン」「おふろ甲子園」など、ユニークな施策を次々と実施し、話題になっている。

山崎寿樹社長は、船井総合研究所で温浴施設のコンサルティング事業に携わり、2011年3月からは、自ら温浴施設経営に乗り出した。23日には、3店舗目となる施設「おふろcafe utatane」をオープン。新施設のターゲットは、20〜50代の女性に絞った。

「この地域は温浴施設が多い激戦区。お風呂し

かない施設での勝負は厳しい」（山崎社長）と考へ、新たな価値を創造した。それが「時間の過ごし方の提案」だ。

湯上がりの時間をくつろいでもらおうと、カフェ風の内装に変更。お茶や読書のほか、リクライニングスペースやハンモックでの昼寝もできる。宿泊も可能だ。

新たな顧客層 ニフパス合致

これまでの販売促進方法は、主に館内PRと新聞折り込みチラシだった。ホームページ（HP）は立ち上げてはいるものの、付随的な役割にしかなかったという。

なぜなら、これまでの2店舗は、それぞれ65歳

以上のシニア層、40〜50代の中高年男性が顧客の中心だったからだ。山崎社長は「主要な顧客層が中高年以上に偏っていた。この層はウェブより活字媒体になじみがある」と理由を語る。

ところが、ターゲットとなる客層を大きく変えた新施設のオープンが、販促方法の大きな変更のきっかけとなる。ニフパスの導入を決断したのだ。

山崎社長は今後について、業績不信に陥っている温浴施設を受け入れて再生し、地域における温浴施設の役割に光を当てたいと意欲を示す。

ウェブ発信力 担当付け強化

これまで、HPの情報アップやコンテンツの更新は、山崎社長自身が行ってきた。しかし、これは本来の経営に関わる業務の時間がとられてしまう。

時間の有効活用、つまり、手間を省いて最新の情報を掲示できる点にひかれた。

「ウェブの更新はコンテンツにやらずにはならない。ニフパスは定型化され、一つのフォーマットで連動しているのが簡単にできる」と話す。同社では、ニフパス導入を機に、担当者握えてウェブ発信力を強化する



施設内部（フロント）

『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）

aqutpas_nifty@list.nifty.co.jp

資料請求は

<http://onsen.nifty.com/magazine/nifpas/>



おふろcafe utatane

さいたま市北区大成町4の179の3

☎048(856)9899

コンセプトは「お風呂にも入れるカフェ」。女性客を重視した新感覚の温浴施設