商品・トレンド

ユニットバスの新製品
「KUMA」の発表会を開催
アステック

浴槽・浴室メーカーのアステック（神奈川県横浜市、内山繁社長）は、ユニットバス「WABURO（わぶろ）」シリーズの新製品「同KUMA（くま）」を発売した。同社はこれを記念して12月17日、同社南麻布ショールーム（東京都港区）で新製品発表会を開催。コンセプトは、「拡がるユニットバス空間」で、創立30周年の集大成として建築家、隈研吾氏と連携した。

新製品WABUROKUMAと内山社長（右から2人目）ら

最大の特徴は、洗面室と浴槽をシームレスにつないだ点。浴室と洗面室の仕切りは透明ガラス仕様とし、「広々としたゆとりの空間が提供できる」と同社。

隈氏ならではの自然素材を大切にした部材選定と、デザイン構成も特徴。天然木と天然石のツートンで構成。浴室、洗面室の上面一体と壁面に配された縞目の天然木は、最高クラスの天然檜（ひのき）を使用。浴槽には石室浴槽を、石床面にはスイス・アルプスの海抜1200㍍の高地で採掘され、希少な石材とされるバルストーンを採用した。

基準外形寸法は、幅1680㍉×奥行き4120㍉×高さ2263（2653）㍉。

隈氏は、「さまざまな住環境に対応できるようユニットバスを利用した。浴槽と洗い場が分かれている日本のバススタイルは海外の浴槽だけのそれに比べると面積効率が悪いように思えるが、そこに日本人特有の風呂文化を愛する気持ちが垣間見られる。小さな住空間の中であっても豊かさを得られる場所としてデザインした」とコメントを出した。

この件についての問い合わせ先は、アステック☎045（914）0026。

無料オンラインセミナー
全国の旅館経営者向け
リョケン

旅館・ホテルの設備投資や改装工事、社員研修、販売促進などのコンサルティングを行うリョケン（静岡県熱海市）は12月10日、無料オンラインセミナーを開催した。例年12月に、全国の旅館経営者、幹部らを集め「旅館大学セミナー」として開講しているが、現在のコロナ禍を受けて切り替えた。

佐野社長

今回は、旅館・ホテルの経営の在り方と、重点課題の分析と提言を行う「令和3年旅館の経営指針」に基づいて発表。基調講演はリョケンの佐野洋一社長が担当した。危機の渦中にある今こそ、これまでの経営の在り方を変革するチャンスでもあるとして「高収益経営へ Change to Change!」をテーマに掲げた。持続性のある「ポストコロナ時代」の経営の在り方をはじめ、存在価値の再点検や、付加価値の幅を広げるビジネスモデルを探った。

コロナ禍の中で学んだこととして、「宿泊客を待つ以外にも売る術はある」と指摘。持ち帰りや、仕出し、配達、オンラインショッピングなどを開始した旅館の事例なども交えて紹介した。また、危機に備えることの大切さを説いた。具体的には①手元流動性の大切さ②金融機関との信頼関係③安定的な自己資本比率④顧客リストの整備⑤BCP（事業継続計画）の意義―の5点を挙げた。

今、経営者がやるべきこととして、事態終息後の経営についても今から考えておく必要があるとした。具体的には、短期と中長期の両方の視点で経営を考える必要があり、短期はあくまでオペレーションに徹し、中長期は経営の骨組みを見つめ直すことが重要とした。

当日は、「経営計画リ・モデルの年 量から質へ」と題した経営指針のテーマ別講演も開催。浜仁志常務をはじめとする6人のスペシャリストが登壇した。

併せて、2020年にリニューアルを行った元気印の旅館として、「皆生グランドホテル天水」（鳥取県皆生温泉）や「ホテル金波楼」（兵庫県日和山温泉）、「斎藤ホテル」（長野県鹿教湯温泉）などの事例を紹介した。

竹内美樹の 口福（こうふく）のおすそわけ 349

下町のロシア料理 その1

1969年の創業以来変わらぬ味を提供し続けている、東京浅草寺雷門近くの「浅草マノス」。同店公式サイトには「ロシヤ料理店から始まった下町のレストラン」とあり、ボルシチなど定番ロシア料理の他、帆立のコキールやカニコロッケなど洋食もいただける。

同店には名物料理がいくつかあるが、その一つが「つぼ焼きのクリームスープ」。ピロシキの生地をカップに被せてオーブンで焼いたスープで、こんもり膨らんだパン生地がキノコのよう。カップの取っ手に、小さな布の鍋つかみが付いているのがカワイイ。

中には濃厚なクリームスープと帆立が。ムチャクチャコクがあるのにくどくない絶妙なバランスで、お代わりしたくなっちゃう。

それにしても、コレってロシア料理？と調べたところ、「ガルショーク」という深鍋を意味するロシア語で呼ばれる、正真正銘のロシア料理であった。日本ではその見た目から、キノコを意味する「グリブイ」とも呼ばれるが、どうやら日本で付いた名前らしい。

お次は「ボルシチ」。世界三大スープの一つとされる王道のロシア料理だ。同店のそれは全てを赤く染めるビーツが濃すぎず上品な味わいだが、しっかりうま味があり、ほんのり甘味もあって、ホッとする味。元来ウクライナの伝統料理で、近世に入ってからロシアでも広まったらしい。

そして人気のメインディッシュが「ビーフストロガノフ」。ひと口大に切った牛肉を、ロシアのサワークリーム「スメタナ」で煮込んだ料理。発祥については諸説あるが、18～19世紀にかけて隆盛を極めたストロガノフ伯爵家に由来するというものが有力。現地でも人気だそうだが、広まったのは意外にも20世紀に入ってからだとか。

難しいことはさておき、同店のストロガノフはベージュ色のソースをまとった牛肉とキノコ、白いマッシュポテトと緑のほうれん草のソテー、黄色いサフランライスが盛り合わせてあり、真っ赤なピンクペッパーがあしらわれ、彩りはカンペキ。お味はと言うと、酸味が強過ぎずマイルドだが深い味わい。お肉は煮込み料理と言うよりむしろサッと焼いてソースと絡めた感じで柔らかく、ペロッといただけちゃう。

もう一つご紹介したいのが「ピロシキ」だ。具材の詰まったパンで、現地ではオーブンで焼くことが多いそうだが、油で揚げたものも。専門店であるといい、気軽に食べられるロシアの伝統食。日本の「カレーパン」はピロシキに着想を得て作られたと言われる。

同店は揚げタイプだが、カレーパンのようにパン粉はついていない。外側が薄いのにひき肉がビッシリで、包むのに技術が要るだろうと思う。重量感タップリなのにナゼかサッパリ。別添のトマトソースもいい仕事をしている。

さらに、忘れちゃいけない逸品が、ロールキャベツならぬ「キャベツロール」！

続きは次号で。

今年もたくさんの口福をお届けします。よろしくお願い致します！

※宿泊料飲施設ジャーナリスト。数多くの取材経験を生かし、旅館・ホテル、レストランのプロデュースやメニュー開発、ホスピタリティ研修なども手掛ける。

大建工業
抗ウイルス機能「ビオタスク」ドア錠などに追加

大建工業（大阪市北区）は、昨今の抗ウイルス機能を持つ製品の需要の高まりを受け、空気中や手から製品上に付着した特定ウイルスの数を減少させる同社独自の抗ウイルス機能「ビオタスク」を室内ドアの錠部分や収納扉用ハンドル、階段部材笠木セットなどの接触部位に、新たにオプション仕様として設定した。

ビオタスクは、同社の抗ウイルス機能に対する独自名称で、2012年に建材業界の基準制定に先駆けて確立した技術。未加工品と比較して、製品に付着した特定ウイルスの数を24時間で99%以上減少させる。

これまでビオタスク機能対応製品として、手すやにぎりバー、室内ドアのレバーハンドル、引戸の引手などを展開。現在、コロナ禍でビオタスクへの問い合わせが急増し、今後も抗ウイルス製品には引き続き高い関心が寄せられると見込み、対応製品ラインアップを拡充することにした。

同社ホームページにはビオタスクを通じて安心の空間づくりを提案するWEBコンテンツ・カタログ「住まいの感染対策」をそれぞれ公開した。

JTB連 旅ホ
「おてつたび」と業務提携
会員にマッチング費補助

JTB協定旅館ホテル連盟は、人手不足で困る旅館・ホテルなどと、その仕事を手伝いながら旅行をしたい若者とのマッチングサイトを運営する「おてつたび」（東京都渋谷区）と業務提携を行った。会員旅館・ホテルに対し、繁忙期に従業員が足りないという課題の解決に向けてマッチング費用の補助を12月20日から開始した。

両者は、手伝いをしながら地域や宿泊施設の魅力を発見する新しい旅行のスタイルを推進する。おてつたびの利用でかかる費用は、若者へ支払う報酬（時給換算850～千円ほど）とその報酬の25%のマッチング費、保険料（1日当たり1人350円）。登録料や掲載料は不要。JTB旅ホ連ではそのうちマッチング費の10%を補助する（1施設の上限補助額は年間2万5千円）。

旅館・ホテル側は、住み込みでの手伝いであるため、若者が寝泊まりする寝床の用意が必要。

機能性表示食品
東急電鉄に寄贈
キリンビバレッジ

キリンビバレッジは12月4日、東急電鉄に、日本初の免疫機能の機能性表示食品「iMUSE（イミューズ）」ブランドから新発売した飲料「キリン iMUSE レモン」「同水」「同ヨーグルトテイスト」合計約5万本を寄贈した。運転士や車掌、駅勤務員ら従業員の日々の健康維持に役立ててもらう。

キリングループでは、CSV経営での重点課題の一つである「健康」への取り組みとして、独自素材「プラズマ乳酸菌」を使用したiMUSEブランドの商品を展開。iMUSEブランドは、機能性表示食品制度の「健康な人の免疫機能の維持をサポート（プラズマ乳酸菌の研究報告）」に関する表示で、免疫機能で初めて消費者庁に届け出受理された商品。

寄贈式で東急電鉄の渡邊巧社長は「iMUSEを継続的に飲用し、体調管理をしっかり行うとともに、鉄道の安全・安心のために精一杯努力を続けていく」と語った。

いつか来る需要回復に向けて：
再考　再構築　復活
エクスペディアグループ
―4―

急速な変化に対応し、復興から成長へとつなぐために

2020年は劇的な変化の年となりました。旅行業界がコロナ以前の水準に回復するには、まだ時間がかかるものと予想されています。未知の要素は少なくありませんが、危機に直面した旅行業界では結果的に革新のスピードが高まったり、新しい取り組みが始まったりしており、前進し続けていることから、一筋の希望の光が差し込んでいます。今こそ、成長と変化の時であるといえます。

過去8カ月間で、私たちの生活は大きな変化に見舞われてしまいました。特に、人との接し方、買い物の仕方、支払い方法は大きく変わりました。こうした変化に伴い、あらゆる分野でデジタル技術が驚異的なスピードで加速することとなりました。消費者および企業のデジタル化は、約8週間で5年先まで進んだとも言われています。

ホスピタリティー業界の成功にテクノロジーが果たす役割

変化の時代において、テクノロジーの有効活用は最重要課題です。リアルタイムのデータ処理を可能とする洗練されたデジタルソリューションは、もはや必須となっています。特に、需要の変動が激しく、過去のデータが参考になりづらい今のマーケットにおいては必要不可欠です。宿泊施設の経営者は今、どこに、どのような需要があるのかを何よりも知る必要があります。また競合施設の動きを察知する能力も求められます。さらに、これまで以上に柔軟な対応と透明性を示すことにより、旅行者が安心して予約できる環境をつくる必要もあります。最新テクノロジーの活用が、こうした新たな現実への架け橋となるでしょう。

競争力の維持

レベニューマネージメント（収益管理）は宿泊施設の経営の根幹の一つでありますが、日本においてレベニューマネージメントにまつわるテクノロジーの普及はまだ十分に進んでおりません。収益管理テクノロジーを利用することにより、弊社のパートナー施設の皆さまは、データに基づく正しい意思決定が可能となるでしょう。直観や憶測に頼る必要性はもはやありません。現在のところ、テクノロジーとデータを利用したレベニューマネージメントを一貫して行っている宿泊施設は僅少です。競合施設やマーケットの需要に関する貴重な情報を入手する手段を持たない施設は、激しい市場競争で不利な立場を強いられます。

Expedia GroupではパートナーP施設の皆さまにデータ主導型のマーケット予想を提供するレベニューマネージメント・ツールRev+を無償でご提供しています。このツールを利用することにより、例えば、周辺宿泊施設の販売価格や需要予測などに基づいた適正販売価格を導き出すことができます。このたび弊社では、レベニューマネージメントテクノロジーの普及をさらに推進するために、「Rev+Insights API」のご提供を開始いたしました。新しいAPIの活用により、Rev+のリアルタイム情報と需要分析データを直接、チャネルマネージャーに公開されます。これにより、日々の業務管理にチャネルマネージャーを利用されているパートナー施設さまの意思決定プロセスのさらなる改善に貢献できます。Sabre Hospitality社は、いち早くこの新しいAPIを介してExpedia Groupからのデータを、自社が提供するチャネルマネージャーに取り込みました。ご利用の施設の皆さまは貴重なリアルタイムの情報に基づく分析データと推奨アクションプランを入手できます。

弊社の目標は、テクノロジーの提供を通じてパートナー施設の皆さまの業務改善と競争力強化を促進することです。弊社は、長期的視野をもって先進的なソリューションをご提供することにより、すべてのパートナー施設の皆さまの復興とビジネスの成功を継続的にサポートしてまいります。

（エクスペディア・ホールディングス代表取締役 マイケル・ダイクス）（随時掲載）