総合

20年ぶり塗り替え

武雄温泉のシンボル「楼門」

地元建築家 辰野金吾の作
"東京駅効果"に期待

武雄温泉（佐賀県武雄市）のシンボル「楼門」が1月中旬、塗り替えなどの修復工事に入る。塗り替えは1993年以来20年ぶり。この楼門は、東京駅丸の内駅舎を設計した地元出身の建築家、辰野金吾（1854～1919）が手掛けたとあって、昨年10月の同駅舎復元完成を機に、同温泉の運営会社には楼門に関する問い合わせが増えており、会社側は観光客の増加に期待している。

20年ぶりに塗り替えられる武雄温泉のシンボル「楼門」

楼門は竜宮を連想させる朱塗りの門で、同温泉の入り口に立つ。「天平式楼門」と呼ばれ、くぎを1本も使用していない。辰野が設計し、同駅完成の翌年（1915年）に建てられた。2005年7月、国の重要文化財に指定された。

運営会社の武雄温泉株式会社によると、数年前から傷みが目立ってきたことから修復の準備を進めてきた。しかし、東日本大震災によって補助申請を一時中断、昨年になって申請が認められたため、修復工事の実施が決まった。

工事では塗り替えのほか、基礎部分の補強なども合わせて行う。8月下旬から9月ごろに完成する予定。工費は5200万円で、半額を国が補助し、残りを県と市、同社が負担する。

同社の岸川日出男・総務課長は「東京駅復元完成と楼門工事着手の時期が近くなったのは偶然だが、結果的に問い合わせが増えるなど話題になってよかった。相乗効果が期待できる。観光客が増えるといったよい影響があると思う」と話している。

【大城登志和】

トリップアドバイザー 各種調査

東京が1位
旅行者による世界の都市

世界最大の旅行口コミサイト、トリップアドバイザーが12月13日発表した、世界の主要40都市を対象とした「旅行者による世界の都市調査」で、東京が1位に選ばれた。

12年に同40都市に旅行し、口コミを投稿した7万5千人が10項目の質問に対して10段階評価で回答した。10項目のうち「タクシー運転手は親切だったか」「タクシーのサービスの総合的な評価は」「街中は清潔だったか」「公共交通機関評価は」「安全と感じたか」の5項目で1位となった。全項目の平均評価も1位を獲得した。

東京が1位を獲得できなかった残りの5項目は、「地元の人たちは親切だったか（2位）」「街中での移動のしやすさは（7位）」「コストパフォーマンスは（26位）」「ショッピングの満足度は（5位）」「行く前に期待した以上だったか（10位）」だった。

10項目の平均評価のトップ10は次の通り。1位東京、2位シンガポール、3位ミュンヘン、4位ウィーン、5位ストックホルム、6位ドブロブニク（クロアチア）、7位ソウル、8位ドバイ、9位チューリヒ、10位コペンハーゲン。

函館山1位
日本の夜景スポット

トリップアドバイザーは12月20日、日本語で投稿された口コミ評価を基にした「日本の夜景スポット トップ20」を発表した。トップ3は、1位函館山（北海道函館市）、2位稲佐山（長崎市）、3位摩耶山（神戸市）となった。

4位以下は次の通り。4位藻岩山（札幌市）、5位六甲山（神戸市）、6位札幌JRタワー展望台T38（札幌市）、7位レインボーブリッジ（東京都港区、江東区）、8位皿倉山（北九州市）、9位大さん橋（横浜市）、10位東京都庁舎（東京都新宿区）、11位横浜ランドマークタワー（横浜市）、12位梅田スカイビル・空中庭園展望台（大阪市）、13位ほったらかし温泉あっちの湯こっちの湯（山梨県山梨市）、14位メリケンパーク（神戸市）、15位神戸ハーバーランド（神戸市）、16位六本木ヒルズ展望台・東京シティビュー（東京都港区）、17位東京タワー（東京都港区）、18位HEP FIVE観覧車（大阪市）、19位眉山（徳島市）、20位世界貿易センタービル展望台・シーサイドトップ（東京都港区）。

13年国内宿泊旅行

「12年より微増」予想
財団交通公社発表 消費単価は減少

公益財団法人日本交通公社は12月17日、13年の国内の観光性の宿泊旅行は、旅行量が12年より微増するとの予想を発表した。質重視による単価上昇の要素が働く一方で、オンライン化、間際化、LCCなどによって低単価層が拡大するため、消費単価は微減とみる。

オンラインシフトはさらに進むが、その速度はやや減速。また、前広に休みを入れて、旅行を計画する人が増えるという。一方で、休みが取れた時に行動する、間際予約も増加。旅への回帰的な動きは続き、一人旅は幅広い年代にさらに広がる。

12年は飛行機を利用した旅行が増加。東日本大震災前の10年よりも上回る。予約時期は、前年の反動か、1カ月前以上の予約比率が増えた。オンライン予約の伸びはやや鈍化。一人旅と友人・知人、カップルの旅行や2～4泊の旅行も増えた。

12年の訪日外国人客数は、10年の861万人までには戻りきらないが、前年比33・5%増の830万人にまで回復の見込み。13年は8・4%増の900万に達すると読む。

12年の海外旅行者数は、00年の1780万をも上回る過去最高の1850万人を予測。13年はさらに伸びて1900万人を見込んでいる。

開業50周年イベント クリスマスパーティー
ホテルオークラ東京

ホテルオークラ東京は12月24、25の両日、歌手の松任谷由実さんや一青窈さん、元ちとせさんらが出演したクリスマスパーティー＝写真＝を開催した。松任谷由実さんの夫で音楽家の松任谷正隆さんが演出したパーティーで、同ホテル開業50周年特別イベントの3回目。

会場の「平安の間」には、両日とも松任谷由実さんらのファンが大勢詰めかけた。特別な夜を大切な人と過ごすために会場を訪れた人々は、実力派の歌手が歌う数々の名曲とホテル自慢の温かい料理にゆったりと酔いしれていた。

同ホテルではこれまで、特別イベントとして松任谷正隆さんのプロデュースで、5月に松任谷由実さん初のディナーショー、10月に和洋中の3人の総料理長による料理イベントを開催している。

今回のクリスマスパーティーは特別イベントの集大成となる。

逆境をチャンスに

ポスト円滑化法時代の旅館戦略 その8
―旅館の再生プラン

〈171〉

青木 康弘

2013年4月以降にう。最も取り組みやすいの「ポスト円滑化法時代」を迎えるにあたり、旅館・ホテルがとるべき経営戦略について紹介していこう。今回も引き続き「お客さまのリピート化・定着化」について説明したい。エージェントとのパートナー関係を強固にすることは大切な営業施策であるが、より売り上げの安定化を図るならばリピート対策に力を入れることが必要となる。

一度も宿泊したことのない潜在客をリピート化することにも取り組んでみよが、宿泊するお客さま向けの会員システムの共通化である。日帰りのランチやディナー利用時に入会をお勧めする。過去に会員システムを導入したものの、顧客データを登録するのみで利用されていなかったり、ダイレクトメールなどの広告宣伝に活用されていなかったりするケースがある。大変もったいないことである。

顧客データを分析すれば売り上げの増減要因もすぐ分かるし、現在であれば電子メールを活用して、低コストの販売促進も可能である。

市街地に近い旅館・ホテルであればランチバイキングを実施することも有効な手段だ。ランチバイキング自体は利益率が高いものではないが、効率よく潜在客を獲得することができる。ランチバイキングのほか、プールや大浴場、付帯施設をセット販売できれば効果が高い。日帰り利用をしてもらうことで自館の料理や施設、サービスの魅力を訴求することができる。

また、プールや大浴場、付帯施設など昼間の稼働が必ずしも高くない設備を売り上げに変えることができる。ランチバイキングの内容は、和食や洋食、中華というジャンルにこだわらないほうが良い。通常の会席メニューやレストランメニューと代わり映えないものになってしまう。

スペイン料理や東南アジア料理、創作中華などユニークなメニューを取り入れることをお勧めする。野菜ソムリエの資格を社員が取得し、地元の有機野菜を取り入れることをコンセプトとしても、お客さまの評判を集めるだろう。来ていただいたお客さまを会員化して定期的な販促メールをお送りしたり、自館の魅力を伝えたりすれば、宿泊客の増大に結びつけることができるはずだ。

（山田ビジネスコンサルティング事業企画部部長）

WEBマーケティング

インターネット 徹底集客 第69回

新春キャンペーンプランの活用法

新年を迎えての最初の今号では「新春キャンペーンプランの活用法」について述べたい。年末年始は満室が続き、正月が過ぎると、途端に稼働が悪くなるというのが例年の習わしである。従って、いかに正月明け以降の期間にお客さまを呼び寄せられるかが冬を乗り切る一つのポイントであろう。

そこで有効になるのが、新春キャンペーンと題した正月らしいセールプランである。例えば、「福袋プラン」として、売店の人気商品や地元の名産などを詰め合わせた福袋を特別価格でお客さまに提供するプランが挙げられる。この福袋プランが優れている点は3点ある。

まずは、価格面でお得感を訴求できる点である。例えば「5千円相当の福袋をプレゼント！」といった具合に通常の売価を、きちんと告知することである。当然、原価は5千円もかからないため、集客の呼び水としてはうってつけである。

二つ目は、余計な仕入れコストなどなく企画できる点である。売店商品をメーンに組み立てるために、売れなければ福袋を分解して売店商品へと戻せばよく、余計な仕入れコストをかけずに済むのだ。

三つ目に、「福袋」という言葉自体の持つお得感がお客さまの購買意欲をそそる点も大きい。

もう一つ。代表的な新春向けプランとしては、「おみくじプラン」がある。具体的には、チェックイン時におみくじなどのくじを引き、館内利用券や次回宿泊優待券が当たる仕組みである。

このプランの優れている点は、福袋に通じるものがあるが、新たな仕入れを要せずに館内で調達できるもので賄える点、おみくじや新年の運試しといった特別な感じが購買意欲をそそる点がある。さらにこのプランが優れている点は、館内利用券や次回宿泊券を配布することで、館内消費や次回消費を促すことが自然にできる点である。

稼働が落ちる正月明けであるが、なるべく費用をかけずに知恵をかけて集客してほしい。また、今回の新春キャンペーンをヒントにプランを思いついたなら、すぐに実行に移してほしい。ウェブはスピードが命であり、また醍醐味でもある。

（株式会社アビリティコンサルタント 的場弘明）

＝隔週掲載

和漢化粧品「七草雫」
フタバ化学
自然の力で素肌健やか

フタバ化学は、和漢植物エキスを配合した化粧水や化粧落とし、オールインワンジェルの「七草雫」を発売している。七草雫は美肌に効果があるとされる和漢植物（芍薬、甘草、陳皮、人蔘、当帰、百合、十薬）のエキスを配合。植物のもつ自然の力で、肌本来のハリ、ツヤ、潤い、透明感を引き出していく。古くから日本や中国などで美容や健康に生かされてきた和漢植物だ。

芍薬は「立てば芍薬、座れば牡丹」と美人のたとえにされる美しい花。根は古くから健康のために活用されてきた。甘草は、奈良時代に遣唐使により伝来された。甘味成分グリチルリチンを含む。陳皮は完熟ミカンの果皮を乾燥させたもの。人蔘はサポニン類を含む。当帰はセロリに似た甘い芳香を持つ。百合は純潔のシンボルとされてきた。十薬は日本で古くから利用されている山野草の一つ。葉や花を乾燥させたものを煎じて利用される。

化粧落としはオイルタイプ。適量を手のひらにとり、顔全体にやさしくマッサージし、メイクになじませる。メイクが浮き上がれば、水やぬるま湯で流す。ダブル洗顔をしなくてもヌルつきのないさっぱりとした洗い上がりが特徴だ。

オールインワンジェルは、洗顔後のお手入れが1本で完成する便利なアイテム。洗顔後、オールインワンジェルを、顔を軽く持ち上げるように下から上に向かって優しくなじませる。乾燥の気になる部分は重ねづけをすると効果的。

和漢植物エキスを配合した「七草雫」

七草雫の化粧水で肌を整えてから、オールインワンジェルを使用するとより保湿効果を実感できる。

希望小売価格は、化粧水と化粧落とし（ともに200ミリリットル）が1890円。オールインワンジェル（200グラム）が2730円（税込み）。

この件についての問い合わせは、フタバ化学☎052（471）1111まで。

「和」の旅館文化を世界に伝える

日本旅館国際女将会

北海道 登別温泉郷 滝乃家 須賀 紀子
山形 深山荘高見屋 岡崎 純子
宮城 ホテル観洋 阿部 憲子
宮城 ホテル松島大観荘 磯田 悠子
福島 四季彩一力 小口 潔子
福島 雨情の宿 新つた 若松 佐代子
新潟 岬ひとひら 矢口 委子
新潟 風雅の宿 長生館 荒木 紀子
栃木 本家伴久 伴 丞枝
栃木 花の宿 松や 臼井 静枝
栃木 ホテルアオキ 青木 よしの
群馬 金盛館せせらぎ 須藤 美由貴
群馬 如心の里 ひびき野 養田 博美
茨城 五浦観光ホテル 村田 知世・村田 和華子
千葉 浜 紫 篠崎 壱代美
神奈川 三河屋旅館 榎本 眞規子
神奈川 箱根吟遊 太田 清子
山梨 富士野屋夕亭 河野 暢子
山梨 湖山亭うぶや 外川 いさ子
静岡 坐漁荘 松本 美代
静岡 伊古奈 吉田 房子
静岡 白壁荘 宇田 裕香
静岡 観音温泉 鈴木 和江
静岡 黒船ホテル 山本 未姫
石川 かよう亭 上口 和子
愛知 湯谷観光ホテル泉山閣 片桐 克子
岐阜 下呂観光ホテルしょうげつ 長坂 正恵
和歌山 冨士屋 小渕 祥子
兵庫 紅葉館 別庭 あざれ 松本 富子
鳥取 三朝館 名越 信子
鳥取 皆生つるや 宇田川 富美江
鹿児島 白水館 下竹原 成美

お問い合せは（財）日本ホテル教育センター内 日本旅館国際女将会事務局
TEL.03-3367-5663 FAX.03-3360-8584 担当：石塚・黒沢

外客誘致と海外ポスピタリティ研修で1995年から活動しています。

Japan. Endless Discovery.