JTBと連携強化
17年定時社員総会
日本秘湯を守る会

日本秘湯を守る会（佐藤好億名誉会長、星雅彦会長）は12月20日、第43回定時社員総会を静岡県・熱海温泉の大観荘で開催した。2017年4月から始まった無料招待客の土日祝など特定日の受け入れや10月10日に連携を始めたJTBが運営する宿泊予約サイト「るるぶトラベル」との連携の報告などが行われた。総会には177人の社員から90人が出席した。

冒頭、星会長は「スタンプ事業での無料招待客の特定日の受け入れやるるぶとの連携を始めるなど、次の時代に生き残る方策を進めている。旅館が4万軒を切る中、17〇軒の仲間を守っていかなければならない。40～50年続くブランドの元に、繁栄していきたい」とあいさつ。佐藤名誉会長は「3年6カ月をかけてるるぶとの将来構想を考え、10月から連携をスタートした。インバウンドも含めた旅行環境の中で、この会がまとまって、温泉、湯治場が次の時代を乗り切れるのかを問われている。国や自治体ができないなら、自分たちの頭と足でやらなければならない」と述べた。

総会には来賓として、朝日旅行の鶴田隆志社長が出席。「強みであるテーマ旅行に力を入れ、お客さまや会の皆さまに喜ばれるようにしたい」と方向性を示した。

18年は、秘湯公式ウェブとるるぶトラベルサイトが連携したウェブ販売の強化、造販や秘湯ウェブのスマートフォン対応を進める。

星会長

佐藤名誉会長

旅館大学セミナー開催
木更津の三日月で
リョケン

旅館・ホテルに特化し、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、佐野洋一社長）は12月12、13の両日、千葉県木更津市の龍宮城スパ・ホテル三日月で「旅館大学セミナー」を開講した。全国から旅館経営者、幹部ら約220人が参加した。

セミナーは、今回が1060回目。12日は、2016年に新築した「富士見亭」を中心とした館内見学と、ホテル三日月グループ社長の小高芳宗、専務の小高秀元両氏に加え、龍宮城総支配人の藤縄光弘氏によるリレー形式の講演が催された。

ホテル三日月グループは1961年の創業で、昨年7月に急逝した元会長の故小高芳男氏が、社長に就任してから業績が拡大。千葉県内にある3軒（勝浦、鴨川、木更津）と、栃木県日光市に旅館を構えるほか、太陽光発電事業なども手掛けるようになった。

芳宗氏は、故芳男氏のもとで従事し、銀行交渉などを担っていたため、比較的スムーズに事業継承が行えたことなどを報告。また、「内部留保ができた段階で、次の投資に向かう」とし、ベトナムのダナンに500室のホテル新築を進めていることも明らかにした。秀元氏は、快晴の日には富士山が望める富士見亭ロケーションを生かすため「ロビーを充実させた」などと報告。藤縄氏は、ドローンを使った動画を制作し、ウェブを使ったプロモーションの強化を進めているとした。

13日は、リョケンの「平成30年旅館の経営指針」を発表。基調講演をした佐野社長は、「住宅宿泊事業法（民泊新法）」や「旅館業法の大幅改正」など現在の旅館業界をとりまく動きを解説。併せて、ほかの施設にはなく、消費者に価値として認められる独自の商品づくりの必要性を提唱した。

あいさつする小高社長

DMO 成功への秘訣⑧
Destination Management Organization

するが企画観光局 企画開発部長　片桐 優 氏に聞く

地域のブランド化進める コトを目的に商品を販売

―観光局の立ち上げの背景は。

「静岡県中部は国内の旅行先として認知されていない。観光協会が決まったものを進行するだけでなく、マーケティングや企画を専門的に行い地域を活性化する組織として立ち上げた」

―現在の取り組みは。

「中部・志太榛原地域の観光戦略作りを進めている。七つの自治体（静岡県静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、川根本町、吉田町）で局地的なプロジェクトを立ち上げ、今は三、四つを軌道に乗せている。川根本町では、SNSで若い世代に人気の寸又峡の『夢の吊り橋』の混雑解消サービスとして、スマートフォンなどの端末で待ち時間を確認でき、割引クーポンを提供するサービスやエメラルドグリーンの『湖面の色』を商標登録し、商品造成やサービスの開発を実施。地域の活性化やブランド化を進めている。観光局でも人材育成を進めている。自治体からの出向者を中心に若手で構成されており、まずは全体を把握できるゼネラリストを育成している。一つの自治体を1人で担当し、地域の戦略を立てさせている。その戦略、提案を元に企画や営業のトレーニングを行ったりもしている。私は『現地、現場、現物主義』で、スタッフは常に自治体の観光の局長や部長、現場の人とコミュニケーションを取るように指導している。DMOを進める際にチームで動くのも大事だが、まずは個人が地域を知って商品化し、売れるようにしなければならない」

―組織の目標は。

「数値化が可能な定量目標は今年度が終わったときに設定する。マーケティングの指標や来訪率、認知率、人材育成などを戦略的に立てる。マーケティングは非常に広いもの。市場調査、戦略、商品作成、PRなどやることは多い。機能分化や機能間の連携を行い効率的に行わなければならない。将来的には、プロパーが採用できる財源を稼ぎ、DMOが果たすべき観光振興の役割を果たし、組織が存在するためのスキームを作り、働いた分の価値を見いだせる組織を作り上げたい」

―地域の課題は。

「高齢化が進み、働く人の体力も下がり、担い手も不足している。マイナスをある数字に縛られては新しいものは発見できない。2017年8月には全国の5千人を対象にアンケート調査をした。観光客を19タイプに分けて分析し、ターゲットを明確にし、戦略を組み立てる材料とした。商品を効率的に売り、収益を稼ぐためにも、まずは自分たちで商品を作らなければならない。商品作り以外にも観光局からは『こう動きましょう』など自分たちで動けない人たちのサポートも必要となる。プランを販売するだけでも利益になるし、全国の観光業者ネットでサポートすることも可能。いろいろな可能性を探っていきたい」

―財源は。

「財源は二つだと思っている。補助金をもらうか、自分たちで自主的に稼いで運営するかだ。後者を多くしすぎると民間の営利企業になる。プロモーションを受け入れすぎても広告代理店になる。地域という単位で、観光地をブランディングし、税収を上げる仕組みも作れればと思う。財源を確保するために、机上で計算して足りなければ新財源を作ることも一つだ。今後は、観光局に金を払うことで大きなリターンが生まれるという流れを作りたい。財源の確保では現在、賛助会員制度を取っている。会員へのインセンティブももっと必要だろう。メンバーシップモデルを作り、支払った価格に対する松竹梅のように対価を払える仕組みなどもある。具体的に言えば、土産業者など複数の企業を束ねて新商品開発のためのワークショップをするのもいいかもしれない。会費に見合った制度設計を作らなければならない」

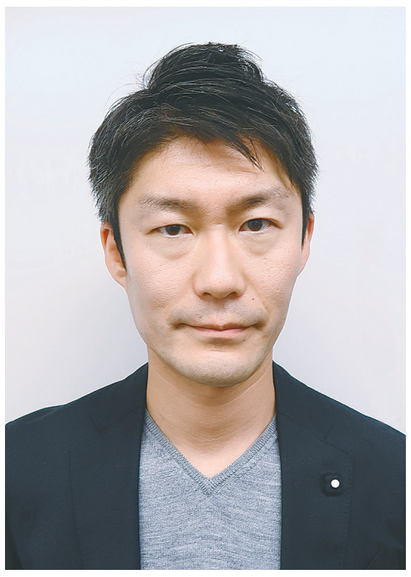
―今後の取り組みは。

「11月26日から、2019年4～6月に県内全域で展開される大型観光企画『静岡デスティネーションキャンペーン』の準備が加速する。どこを観光の目的地にするのかのビジョンやテーマ、ターゲットを決めていく。また、ほかの地域と差別化されたコトを目的にした着地型の商品を作り、販売していく。まずは、民間事業者や地域の人がやりたいと思えるモデルケースや成功事例を多数作り上げていきたい」

―中、長期の計画は。

「まず組織として顧客、財務、人材の課題に対応していく。顧客は特に大事で、地域の人から頼られ、問い合わせやオファーがさばききれないという状態にしなければならない。人材も地域プロデューサーが、観光をゼネラルに分かり話せる人を作る。受け身ではだめだ。プル型を進めて自分たちの存在感の向上をしていかなければならない。この形を3年で作りあげたい。結果、選ばれて、訪れて、住む街を観光から作ることができる。満足度を上げるためにも、訪れた人と共感し、期待に応えていきたい。27年にリニアができると、東京の品川から名古屋まで約47分で行くことができる。今までの概念を取り払い、質が高く魅力的なものを作り発信しなければ、リニアが通らない静岡は取り残されてしまう。地域にしかない資源を磨き、販売していく」

※かたぎり・ゆう＝京大大学院卒。市場調査会社「インテージ」を経て14年にクックパッド入社。トレンド調査室の責任者などを歴任。17年4月から現職。【長木利通】



ウェブサイト「しずおか観光情報　駿府静岡市」では、静岡市の魅力が紹介されている。

旅館ホテル・施設・団体

よその旅館ホテル

よその旅館ホテル Q&A

お客さまを健康に

お宿ひさ家（兵庫県・ハチ北高原）　田渕 和彦さん（43）

―「健康になっていただける旅館」を目指していますね。

「20年ほど前に『低糖質』に取り組む医師に出会ったのがきっかけです。以前からスポーツ合宿を受けており、スポーツ栄養学に基づいた食事提供のノウハウはありました。スポーツ関係のお客さまに対し、一般のお客さまは旅館に来たら運動しません。それならば運動をしない過ごし方に合わせ、地元の食材を使ったおいしい旅館料理でありながら、生活習慣病の敵である糖質を抑えた料理を、と考えました」

「スキーゲレンデが目の前の立地ながら、単純ラドン温泉を内湯や露天風呂で楽しんでいただけます。血圧や血糖値、体脂肪やストレス度をチェックできる機器を備え、健康器具や健康茶を楽しめるコーナーも設けています」

―料理について詳しく。

「企業秘密でもあるのであまり詳しくは言えませんが、砂糖を使わず甘みを出すなどしています。あとは、当館の会席料理のメインは但馬牛、冬は松葉ガニなのですが、例えばカニづくしだと、夕食はカニなどの必須アミノ酸を中心にして、カニ雑炊などの糖質は翌朝に出しています」

―集客は。

「自社サイトなどの直予約と楽天、じゃらんなどからです。あとは登山やトレッキング専門誌や山に強い旅行会社さんに広告を出すなどしています。シニアの方を中心に連泊利用など、年間を通して高い稼働率を保っています。20年前と変わらないですね」

―経営の課題は。

「今後大きな設備投資をしても短期償却できるかでしょうか。時代の流れは早いので」

【21室、1泊2食税サ別1万2千円から】

※おことわり＝今週の「をめざして」は休みまして「人に優しい地域づくり」でした。

あの日が目に浮かぶ
音楽がある

著作権をまもることは、未来に音楽をつないでいくこと

記憶に残るメロディや歌詞。心をふるわす音楽に出会った歓び。
音楽とその想いが未来へずっとつながるように。
私たちJASRACは、著作権をまもり、音楽を生み出す作詞家・作曲家などの
創作活動をこれからもしっかりと支えていきます。

JASRAC®

一般社団法人 日本音楽著作権協会
〒151-8540 東京都渋谷区上原3-6-12　TEL(03)3481-2121(大代表)
http://www.jasrac.or.jp