PR

旅館文化がもたらす癒やしのおもてなし

～今こそ、私たちの若い力と経験をご活用ください～

接客部門のおもてなしサポート　MEGシステム

宿泊施設では様々な対応が求められる。旅館においても感染症対策など、より細やかな配慮が必要となった。この状況だからこそ旅館の「おもてなし」を底上げする必要がある。人材獲得、全体のスキルアップなど、ピンチをチャンスに変えるタイミングだ。ワークステーションMEGでは運営体制の安定化、サービス向上を目指す宿泊施設に独自の運営受託システム（MEGシステム）を提案している。

強みは支えあう仕組みづくり　充実した教育体制

MEG（メグ）とは、Mates who Entertain the Guest＝「お客様をもてなす仲間たち」の略。ただの人材派遣ではなく、チームで現場に入ることでMEGリーダーが教育指導やクレーム対応窓口などの業務を担い、求人活動や労務管理などは同社本部が行う。宿泊施設は業務がスリム化し、営業活動や経営戦略の策定など核（コア）業務に集中することができるのだ。

MEGサービス　3つの特徴

①定着率アップ

定着率が上がるとリピーター率の向上、作業効率の向上に繋がる。

現場に配属されたMEGチームリーダーや先輩が新人をサポート。同社の方針「大家族主義」を念頭においた体制で、教育指導やクレーム初期対応を行う。全国から集い、住み込みで働く若い仲間たち。年齢も近く、自然と親睦を深めて支え合いながら成長していく。

②充実した教育体制

充実した教育体制により、社会人としての良識、おもてなし精神を育成する。和室や館内での美しい基本の動作を身に付けアンケート評価に貢献できるよう教育を行う。

③若さはじける笑顔

若さはじける笑顔は館内に活気があふれる。MEGは全員ワークステーションMEGの正社員。ワンシーズンの人数合わせではなく、年間を通してしっかりと目標をもち向上心を持って仕事に取り組む。

安心の実績

MEG事業は人材事業などを行う株式会社ワークステーション（大阪市西区、1984年設立）でスタートし18年目。2016年12月に分社化しワークステーションMEGが設立された。全国の有名旅館19事業所で活躍している。

人材採用については全国の高等学校、短大、大学とのパイプをもっている

2年目
フロント勤務

4年目
客室勤務

9年目
客室勤務

共存共栄　旅館の繁栄を応援

長い自粛で疲れた心身を癒やすのは、温泉とおもてなしではないだろうか。「観光事業が今こそ強い信念を持って、心身ともに癒やしを提供する場を創り出す機会だと確信している」と同社。

宿泊施設では感染対策を徹底しながら、より細やかな配慮とおもてなしが必要とされる。自社だけでは出来ないと悩む旅館に、人材の提供と、感染対策に向けたサービス内容の相談に応える。若い力と経験を活用し、旅館の繁栄に貢献していくという。

問い合わせ先

株式会社ワークステーションMEG

〒550-0011　大阪府大阪市西区阿波座1－4－4　野村不動産四ツ橋ビル2F

電話 06-4391-8803（担当者：新谷）ホームページ https://www.wsmeg.co.jp/megcl/

商品・トレンド

除菌・消臭スプレー　旅館・ホテルに提案

ムラカミメディカル

ムラカミメディカル（東京都江東区）は、4月から除菌・消臭スプレー「シアーミスト（Sheer Mist）」の取り扱いを始めた。旅館・ホテルに対して、認知度向上と共に、活用を提唱している。

シアーミストは、旅客機ボーイング社の飲料水浄化剤として世界で使用される米国バイオサイド・インターナショナル社の水成二酸化塩素を採用した。pH8～8・5の弱アルカリ性に調整している。「ノンアルコールタイプで、手荒れやアレルギーを引き起こす懸念や免疫低下の心配がないため、いつでも安心して使ってもらえれば」と社長の村上和昭氏。

その液剤は厚生労働省など国内外八つの公的機関の認証を受けている。

中でも、WHO（世界保健機関）により、砂糖や塩と同等の安全性を示すA1クラスにも分類された点が特徴で、「誤って口にしても極めて人体に無害」と村上氏。

さらに、一般的な次亜塩素酸と比べて除菌力は約7倍とされている。

使い方は簡単。希釈せずに、10㌢㍍四方に対してワンプッシュを目安に吹きかけるだけで約8時間の抗菌力を実現する。

旅館・ホテルでは、ドアノブやエレベーター、自動販売機のボタンといった人の手が多く触れる箇所（場所）の除菌、生ごみやたばこのにおい対策など多岐に活用が見込める。

製品ラインアップは、内容量8㍉㍑の携帯に便利なペン型タイプ、同300㍉㍑のスプレータイプに加えて、同2㍑、4㍑、20㍑それぞれの詰め替え用を取りそろえた。

この件についての問い合わせ先は、ムラカミメディカル☎03（5633）8586。

シアーミスト

アサヒビール　微アルコールのワインテイスト飲料

アサヒビールは17日、アルコール分0・5％の微アルコールのワインテイスト飲料「ビスパ」＝写真＝を全国で発売する。ビスパは酒の飲み方の多様性を提案する「スマートドリンキング」の考え方に基づき展開している微アルコール・ビールテイスト飲料「ビアリー」、微アルコール・ハイボール「ハイボリー」に続く新ブランド。

スペインのヴァルフォルモサ社とアサヒビールが、日本市場に向けて共同開発をした。商品コンセプトである「微アルコール スパークリングワインテイスト飲料」を分かりやすく表現するためビスパという商品名を採用したという。

中味は、ブドウの豊かな果実味と酸味のバランスが良いフルーティーな味わいが特長。ワイン本来の風味を残しながらアルコール分だけを抜き取る蒸溜技術を採用し、あえて0・5％のアルコール分を残すことで、スパークリングワインのような本格的な味わいを実現した。

竹内美樹の　口福（こうふく）のおすそわけ　413

パエリア道

時折無性に食べたくなって、パエリアを作る。実は、以前スペインを訪れた際、土産物屋の店先に乱雑に積み重ねてあったパエリアパンを衝動買いしてしまった。外径33㌢、内径33㌢もある鍋を担いで帰ってくるのは結構大変だった。せっかくだから使わなきゃと、パエリアを作るたびに、ネットでレシピを検索。すると次々いろいろな作り方が出てきて、結局自己流に。ホントはどうなのか？

そもそもパエリアは、スペイン東部バレンシア地方発祥の米料理。農作業中の昼食時、田んぼの傍らで火を起こし、大鍋に米や肉を入れて煮たのがパエリアの起源といわれる。元々Paella（パエリア・パエージャ）は、バレンシア語で鉄製の鍋を指したそうだ。いつしか浅型のパエリアパンで作る料理自体をそう呼ぶようになったとか。

イベリア半島の山の幸、地中海の海の幸に恵まれたスペインのパエリアは、地域によって具材や味付けが異なるようだ。ボンバ米、通称バレンシア米の産地で、パエリアの本家バレンシアの具材は山の幸だ。鶏肉、うさぎ肉、カタツムリ、インゲンなど豆類、パプリカを入れ、サフランで風味を付ける。われわれが想像するエビやムール貝が入ったパエリアは、本場では邪道らしい。

話を戻そう。パエリア作りにおいて筆者が知りたいポイントは三つ。その1、お米を炒めるか否か？　お米を炒めてからスープを入れるレシピと、スープにお米を投入するレシピがある。どっちが正解なの？

その2、お米に対するスープの割合。お米の倍という人もいれば、4倍という人までいるから難しい。

その3、ふたをすべきか否か？　本場スペインで、ムチャクチャ大きなパエリアパンで調理している様子を見ると、ふたなんてできるハズがない。スペインでも本物のパエリアに必要不可欠とされるそうだが、それどころじゃなく、明らかに炭化しているほどの黒焦げぶりだ。鍋の大きさに対してガスの火が当たる範囲が小さいので、付きっきりで鍋を回しているのだが、それでもダメ。そこで先日、直火ほど火加減が難しくないホットプレートで作ってみたら、案外イケた。

でもやっぱり、次はあのパエリアパンで、もう一度トライしてみよう。ふたをやめて、スープの量を変えて、パエリア道を究めるぞ！

※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。

WEBマーケティング

インターネット徹底集客　第283回

値上げラッシュとプライシングについて

昨今の物価上昇を機に宿泊施設においても真剣に値上げ（プライシング）について考えるべきであるという前号の話を受けて、今号では具体的に考えていきたい。

まず、プライシングにおいては「コスト積み上げ方式」「マーケットイン方式」があるとされている。読んで字の如くであるが、コスト積み上げ方式は人件費に○○円かかり、食材原価に○○円かかり、リネン代に○○円かかり、結果として売価を1万円にしないと売っても売っても赤字になるので、1万円で売価を設定するという文字通りコストを積み上げて価格を決定する方式である。一方で、マーケットイン方式はこのエリアの1泊2食の市場価格積み上げ方式は人件費に続けるしかないと思い込んでしまい、その価格を見た競合もやっぱり値上げをせず、永遠に値上げできないという負の連鎖が巻き起こる。

ここでしっかりと考えなければいけないのが、「その競合は本当に競合ですか？」という点と「競合からお客さまに選ばれるためにブランディングが1万円くらいのため、当館も1万円で設定しますという方式である。

どちらが正しいということでもなく、どちらとも意識しながらプライシングをすべきではあるのだが、厄介なのがマーケットイン方式の負の部分である。どういうことかというと、競合施設が1万円で売り続けるで限り、当館も1万円で売り続けるしかないって、スペインでも本物のパエリアに必要不可欠とされるそうだが、それどころじゃなく、明らかに炭化しているほどの黒焦げぶりだ。鍋の大きさに対してガスの火が当たる範囲が小さいので、付きっきりで鍋を回しているのだが、それでもダメ。そこで先日、直火ほど火加減が難しくないホットプレートで作ってみたら、案外イケた。

でもやっぱり、次はあのパエリアパンで、もう一度トライしてみよう。ふたをやめて、スープの量を変えて、パエリア道を究めるぞ！

※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。

努力していますか？」という点である。特に前者は何となくイメージで競合設定されていることが多く、しっかりとした分析が必要である。現在ではOTA各社もデータに基づいた競合施設を教えてくれるし、自施設でもいろいろとテストすべきである。

例えば、値上げできないということは、競合旅館より高いと売れないという仮説であり、テスト的に競合料金よりも高い設定をしてみるという方法がある。仮にこれで稼働が変わらない場合は、その競合設定は思い込みであったことが立証されるので、異なったプライシング戦略を考えることができる。

次号ではさらに具体的な部分にも触れていきたいと思う。

（アビリブ・プライムコンセプト取締役　内藤英賢）

＝隔週連載

サクラアワード最高賞を受賞　サントリーワイン

サントリーホールディングスは4月28日、サントリーワインインターナショナルの輸入ワイン「サンタ ゴールド ディープ シャルドネ 2021」＝写真＝が国際的なワインコンペティション「サクラ・ジャパン・ウーマンズ・ワイン・アワード2022」で最高賞「ダイヤモンドトロフィー」を受賞したと発表した。

同商品は、日本人の味覚に合わせてチリ・サンタ カロリーナ社と共同開発し、日本限定で販売しているチリワイン「サンタ バイ サンタ カロリーナ」ブランド。

開運！なんでも鑑定団 出演
全般的なウィルス対策に！
全般的なウィルス対策には、飛沫感染対策とともに空気感染対策が必要です。
スゴイぞ！
二酸化塩素のチカラ
Dr.ノバ3S
発売から12周年！
空間除菌
90日間効果長持ち

おかげさまで25周年
■東京都ホテル旅館組合指定商社
■日本温泉協会正会員
■全日本ホテル連盟賛助会員
システム・シャイン・サービス(株)
〒171-0052 東京都豊島区南長崎6-8-10
TEL.03-5996-5407
http://www.3s-group.co.jp