株式会社 環翠楼

老舗旅館が別館で、新たな働き方に名乗りをあげる

国内外の多くの文化人や政治家が定宿とした環翠楼。環翠楼がある塔ノ沢温泉は、箱根七湯のひとつで、開湯以来400年にわたって旅客で賑わってきた。源泉掛け流しのお湯につかりながら、周囲の山々の四季の変化を楽しみ、日ごろの疲れを存分に癒せる上質なくつろぎの空間を提供している。2019年11月、5代目若旦那が明治期に移築された別館に「今までにない日本旅館」のコンセプトを注入して、リニューアルオープンを実現させた。

住所：〒250-0315　神奈川県足柄下郡箱根町塔之沢88
創業：1614（慶長19）年
従業者数：25人
本館：https://www.kansuiro.co.jp
別館：https://www.kansuiro.co.jp/annex

background 背景

2019年11月、老舗旅館環翠楼の別館が、イタリアンレストランを併設させてオープンした。5代目若旦那は、これまでの経験から感じていた旅館経営上の課題を改善するため、ホテル的要素を強く意識して、一から構想を練った。生産性を重視しつつ、同時にどうしたら従業員が働きやすい環境にできるのか、それがどうしたら顧客満足につながるのかを基本に置いた。そして、ルームチャージ式で、布団の上げ下げのない、施設内にレストランを持つ、いままでにない日本旅館が完成した。レストランのランチ営業により、旅館にある中抜け仕事を減らし生産性を高める狙いもあった。

オープン後、地道に広報し、年明けから徐々に認知されてきたと手応えを感じている。

ランチ営業もある別館内のイタリアンレストラン

連合会／お客様／営業者の声

テレワーク推奨の話があがった際、企業がワークスペースを持たなくても仕事ができるということを知り、ワークスペース分の家賃がなくなるのであれば、いつかは福利厚生の一環として、旅館と企業でやり取りができるのではないかと考えました。

リフレッシュを感じるのは何も遊んでいる時だけではない、木々の揺れる音や、水の流れる音といった自然あふれる環境に身を置き仕事をすることも、リフレッシュにつながるのではないかと感じました。「働き方にもっと自由を」ではないでしょうか。［若旦那談］

action 取組

OTA やインスタグラマーの情報発信を活用して

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、2020 年2月に入るとキャンセルが出始め、その後は予約も入らない状況となり、同館も4月 1 日から5月 31 日までを休館とした。

6 月に入り休館日はいまだ多いものの、本館・別館共に宿泊部門を徐々に再開させ、別館レストランも同じく再開させていった。再開後は、ガイドラインを遵守して営業しているが、レストランとルームサービスの併用による食事の分散が感染リスク対策として効果的であった。

夏場に入ると、若旦那が狙った戦略が成果を出し、順調に予約が入るようになった。まずは、別館の客層を本館の客層から切り離したこと。旅館に興味があるが、普段の生活様式は布団ではなくベッドという 30、40 代にターゲットを絞ったことで、本館とのカニバリゼーションをなくし、新規顧客を開拓できた。

また、広報活動は、自ら SNS などで発信する一方、じゃらんや楽天などの OTA やインスタグラマーなどの情報発信源に対して丁寧に商品説明をすることで効率的に広報力を高めてきた。その成果の1つが、“ ワーケーション ” である。企業がテレワーク推進で旅館を利用する条件に、別館は理想的な設備を有していた。Wi-Fi の完備はもちろん、レストランで時間に縛られない朝・昼・夕食、ルームサービスや弁当も利用可、リフレッシュできる温泉環境などがあったからである。さらに、リモートワーカーの利便性を考慮して、USB コネクター、コーヒーマシン、アイロン台、耳栓など、きめ細やかな気遣いが行き届いている。これらを OTA ＊がネット上で紹介してくれ、それが予約につながっている。

＊ OTA(オンライン・トラベル・エージェント) : インターネットのみで取り引きを行う旅行会社をいう

仕事疲れを流してくれる良質な露天風呂

季節を感じつつ寛げるパブリックスペース

future 今後

現在は、ワーケーションで法人契約の話が進行中だ。今後の目標は、企業社員がいつでも箱根の旅館で仕事ができる環境整備の一貫として、企業に部屋を単月、複数月で買い取ってもらうことだ。

若旦那は、Go To トラベルでいろいろなお客さまが利用してくれるようになった現状を、学びの期間と表現する。この時期に施設として何が問題なのか色濃く出てくれば、次に活かせると意欲的だ。レストランも1周年を迎え、いろいろな料理に合うワインや日本酒をもっと充実させたいと、準備を進めている。

ホテルニューえさし

今できる効率化とコロナ収束後を見据えた集客施策

ホテルニューえさしは江差町の中心地に位置し、町のランドマーク的存在となっている。

客室は 32 室と小規模であるが、その利便性により観光客、ビジネス客、工事関係者等、幅広い宿泊客を受け入れている。また、近隣町村では随一の 300 人収容の宴会場を有し、各種宴会に対応している。

住所：〒 043-0053 北海道桧山郡江差町字新地町 52 番地
創業：1980（昭和 55）年
従業者数：18 人
https://primenet2010.biz/newesashi

Plan

背景

例年、最も予約が多くなるのは全国から観光客が来る「江差追分全国大会」、「姥神大神宮渡御祭」の時期であるが、2020 年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のためイベントの中止が決まり、全ての宿泊予約がキャンセルとなった。コロナが落ち着いてからまた来ていただくために、前年宿泊客に印象に残る、DM を発送し顧客とのつながりを保つ必要がある。また、レストランの作業効率を高めるワゴン、絨毯の清掃を省力化するハンディー絨毯クリナーの導入を行い、生産性の向上を図る。

ウエイトレスの負荷軽減に一躍買っているワゴン

●取組テーマ

E 優良顧客を増やそう
D お客様の満足度を高めよう
I 効率的に作業しよう

●計画

○「江差追分」の愛好者をターゲットとした顧客囲い込みのための自館施設・近隣施設等、情報のコンテンツが掲載されたホテルパンフレットを作成し早期予約を獲得する。
○レストラン客及びテイクアウト客増加による配膳作業の効率化
○カーペットの部分汚れ除去作業の効率化

	8 月	9 月	10 月	11 月
コンテンツ抽出	■			
紙面割り振り	■			
文字・色校正		■		
印刷・DM 発送			■	
検証		■		■
物品購入				■

Do

取組

○本年の開催が中止となった「江差追分全国大会」及び「姥神大神宮渡御祭」での前年宿泊者に対しての早期の予約確定により、予約業務の生産性向上を図る目的で当地の詳しい観光情報の載った見やすいパンフレットを作成し、DM 発送を行った。

○調理場から客席へ料理を運ぶウェイトレスの負荷を軽減するため、料理運搬用ワゴンの導入を行った。

○絨毯上の少しのゴミを掃除するのにも、大型掃除機を都度倉庫より搬出し、行っていたが清掃開始まで時間を削減するため、ハンディ絨毯クリナーの導入を行った。

コロナ収束後にご来館いただけるようにと作成したパンフレット

細やかな掃除を効率的に行うため導入されたハンディクリーナー

Check

成果

○ DM 発送の結果としては、目標値との対比は100%に満たなかった。現在のコロナ禍の影響という問題、「追分」「姥神」のそれぞれの予約対比では、「追分」が51%、「姥神」が95%と差があり、「追分」は室内開催、「姥神」は屋外開催という差も影響したと推測される。

○ワゴン効果は１週間で現状より10往復／日の削減効果があり、ウェイトレスの負荷が軽減された。

Action

今後

観光需要の顧客に対しての DM などの活用による早期予約の獲得に加え、来館客に対する「江差追分体験」など付加価値を高める施策を打ち顧客の囲い込みを行う。また、ビジネス顧客に対しては現在の朝食のみの設定を、一泊２食付きとして客単価をアップを図る。

営業者・お客様の声

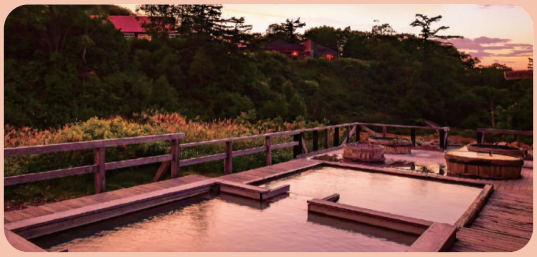
実際の予約が入るか不安でしたが、お客さまから「江差の観光パンフレットを送っていいただきありがとうございます。新型コロナが収まりましたら是非、江差に遊びに行きますのでお願いします。」というお声をいただき、会話が弾み、実予約となり嬉しかったです。

ふけの湯

老舗の知名度を活かし、マーケティングの徹底と人材育成で集客向上

十和田八幡平国立公園の頂上近くに位置するふけの湯温泉。当温泉は、寛永年間(1604 年)開湯と言われており、八幡平最古の温泉として知名度は高い。地熱を活用した“蒸かし湯”からその名がつき、八幡平は森林セラピーの基地としても注目されている。1959 年、蒸ノ湯温泉を含む八幡平温泉郷が国民保養温泉地に指定された。

「ふけの湯」は、当温泉地に唯一開業している旅館である。1953 年に建てられた本館は、昭和の学校の校舎のような趣があり、素朴な古さを個性の一つとしている。冬季間 (11 月中旬～ 4 月中旬) は、旅館への交通が途絶する地域にあり、営業期間は、1 年のうち実質 5 月から 10 月までである。



住所：〒 018-5141 秋田県鹿角市八幡平熊沢国有林内
創業：1624(寛永元) 年
従業者数：8 人
http://www.fukenoyu.jp

Plan

背景

「ふけの湯」は源泉・秘湯の宿としても一定の知名度はあるものの、東日本大震災以降客足が減少し、以降震災前の集客に届かない状況が続いていたなか、加えて、今般の新型コロナウイルス感染症拡大による移動制限によって売上は激減した。

当地域は、豪雪地帯のため 11 月中旬から 4 月中旬までの期間は、旅館の営業ができない制約条件にある。そのため、これらを踏まえた経営再構築は必須となっており、その中核の課題は集客力の向上にあると考えた。

また、従業員は季節雇用となるため、固定化・継続化が困難で、毎年半数以上の従業員が入れ替る状況にあった。そのため、従業員のスキルアップに向けた組織的な対応が求められていた。

秘湯感ただよう廊下

●取組テーマ

A 特長ある店舗・施設づくりで業績を改善しよう
B 費用を削減して収益性を高めよう
G 従業員のスキルとやる気を高めよう

●計画

○コア顧客層の設定と PR 方策の検討
○ふけの湯の魅力を PR するパンフレットの作成
○中期経営計画の策定及びマネジメントシステムの構築

	8 月	9 月	10 月	11 月
コア顧客設定	■			
パンフレット作成・配布	■			
アンケート実施			■	■
中期経営計画策定	■			■
経営管理機能強化		■	■	
スキルアップ研修・マニュアル作成		■	■	■

Do

取組

集客向上の取組のポイントは以下のとおり。

○何を売りにしたか

①名物山の幸料理の効果的なアピール、

②森林セラピー基地のアピール(社長が森林コンダクター)、

③独特で豊富な種類の露天風呂のアピール

○誰をターゲットとしたか

コア顧客層を、北東北の自ら行動し得るスマホ片手の小旅行グループと設定。Go To トラベルキャンペーンに申請しなくても来てくれる真の旅好き層。

写真やデザインにこだわった新パンフレットは、八幡平の魅力が存分にアピールされている

○どのような手段か

重点顧客層のニーズにアピールするパンフレットの作成と販促展開ルートを設定。その他新聞や TV などの PR 活動、SNS など IT の活用も進めた。

その他、コロナ禍等の経営環境の変化に対応し得る中期経営計画の策定、経営計画の組織的実践に向けたマネジメントシステムの構築、人材育成実践的研修を展開した。

山の幸をふんだんに使った名物料理が当湯の自慢だ

Check

成果

作成したパンフレットをみて、来客にいたったとする新規顧客がみられるようになった。ただし、作成段階において遅延が生じ、営業期間内にパンフレットを十分に活用できなかった。

また、従業員の稼働時間を調査したところ、取組前と後では、宿泊者あたりの従業員の稼働時間が３割程度減少した。実質的な時間が減少したことはもとより、業務に対する従業員の意識が明らかに変化したことがうかがえた。

Action

今後

今後当面は、身の丈にあった顧客層の設定と着実な経営体制の構築と展開で、収益構造の改善に努める。季節要因による制約の中、通年ビジネスの創出も検討するとともに、事業の多角化も検討していく。また優秀な人材の確保と育成方策を進めていく。

営業者・お客様の声

簡潔なキャッチフレーズで、雄大な自然が感じられる映像で訴えるパンフレットは手に取りやすいものにしました。また、QR コードでのホームページへの誘導も利便性も高く、スマートだといわれています。