

令和3年度

「宿泊施設のホール等利活用促進事業」事務局運営業務

事例集

事業概要

創業は大正14年、萩市を訪れる客人をもてなすサロンのな場所として親しまれる老舗旅館。宴会による集客が難しい今、これまでの癒しやおもてなしだけでなく、「萩の迎賓館」と呼ばれた同館らしい広く文化に触れる場と機会を提供する催事で販売促進を行った。館内展示室での企画展示に始まり、大宴会場では作家による講演会、そして企画展示にちなんだ特別料理の提供という一連の流れをつくり、新たな集客につなげた。ワクチン2回接種済証、抗体検査証持参で割引も用意した。

実施スケジュール

12月末、旅館の美術品を提供してもらっている古美術事業者（桜雲洞）に、展示室や大宴会場を活用した催事について相談。山口県周南市で活動するアーティストの企画展示を企画。2月3日から萩市地元情報誌やチラシで配布、SNS広告を開始。展示会は2月20日～27日、同時期に特別コース料理を提供。初日の2月20日には、作家による無料講演会を実施した。

事業内容

- 館内展示室ではこれまで、萩焼きや萩市または山口県、同館と縁のある偉人の書画を常設展示してきた。初の試みとして、山口県で活動する焼物作家であるチェ・ジェホ氏の企画展示を実施。展示室での密を避けるため、事前に人数制限を設けて案内することをチラシや地域情報誌で告知した。初日はスタッフがお客様をご案内することで、さりげなく密を避けることができた。
- 講演会は、最大100人収容できる大宴会場に約50席を用意。1席ごとに間隔を開けて配置して距離をとった。講演会は無料開催とし、幅広い参加を得た。
- 関連イベントとして、常茂恵料理長による特別メニュー「いぶきを盛る」を実施。展示会のための特別コース一人1万円（税・サービス料込）を用意し、料理の質の高さをアピールした。食事は1グループごとに個室で対応。中宴会（10人以上用）2部屋、小宴会場（4～6人用）3部屋をあてた。2回接種済証、抗体検査証持参で30%割引の7,000円（税・サービス料込）とした。

事業効果（集客実績）

- 企画内容を同館のペルソナである文化への関心が高い50、60代とマッチさせることで、届けたい相手との接点を持った。
- この度の作家は同館での催事のあと、県内の大手施設での催事が予定されていることもあり、焼き物への関心の高い人、文化度の高い層へのインパクトを与えることができた。
- 作家のファンや取り上げるテーマが一定数のお客様を持っていることが分かった。
- 癒しやおもてなしの提供だけでなく、広く文化に触れることができる場としての切り口からの販促で新たな集客につながる可能性を感じた。
- 特別コースは50食を提供した。
- 同館に関心がありつつもこれまで敷居の高さから利用を躊躇していた層に、同館を体験してもらえやすい機会となった。

今後の展望

一時的な集客に終わらせることなく、今回のイベントにならって、広く文化を伝える「ひと、文化、食」のイベントを継続して展開していく計画。同館らしさを伝えるイベントで、同館の品格の良さ、料理の評判の高さをアピールしていく。県内外からの作家を招いて今まで以上に広く同館を知っていただく機会をつくる。法事や歓送迎会などの受動的な受け入れだけでなく、能動的な“しかける集客”を強化。会食から宿泊へと誘導する施策を検討していく。



参加者の声

萩市在住 40歳 女性

ご招待で来たことはありましたが、一人での利用は初めてでした。旅館入口での検温消毒、展示室、講演会場などそれぞれの入り口での消毒がありましたし、展示室では密にならないようにスタッフの方が誘導してくださったので安心して観覧できました。あこがれの旅館に来る機会を得て、食事や宿泊プランのことを知りました。また利用してみたいと思います。

萩市在住 40歳 男性

感染症対策は万全と聞いていましたが、文化をテーマとする講演会なので大きな声で会話する内容でもないの不安なく参加しました。講演会場ではイス1脚ごとに距離をとってありました。テーマによって集まることができイベントは可能だと思います。イベント中止が相次ぐ中、久しぶりにイベントに参加できました。今後も期待しています。



会場：【大宴会場】金扇・銀扇での講演会
間隔を広くとり、入口の扉を解放して換気を図る。



企画作りは、長年のブレンである古美術商とのコラボ
これまで萩焼の即売を行ってきた展示室を刷新しての企画展



食事場所には、小宴会場・中宴会場をすべて
一組ごとの個室として提供し、感染症対策とした。



担当者の声

■ フロント・予約 企画担当 平井 健一 様

コロナ禍で大々的に集客ができず、宴会場の稼働率は半分に以下に落ち込みました。今の状況が落ち着いたとしても、今後は大掛かりな集客は難しいと考えられます。新たな集客手法のアイデアを模索する中で、常茂恵が97年の歴史で果たしてきた「広く文化を伝える場」としての機能を見直しました。当館の方向性を理解して下さっている古美術商の桜雲洞さまという外部ブレンがいることが大きな力となりました。チェ・ジェホ氏のファンの方、焼物というテーマに関心のある方など、これまでは接点の持てなかった方々に当館を知っていただくことができました。感染症対策として検温消毒、マスク着用をお願いはもちろん、当館がお料理を部屋食で提供していることを活用して、グループ1組ごとに個室の宴会場をご用意しました。これからも、常茂恵、萩、山口県の魅力を伝えるイベントを企画し、文化的な刺激を提供していきたいと考えています。

■ 事業概要

宴会場の稼働率が停滞する法人・団体利用の打開策として、感染症対策をチラシやホームページでアピールし、ワクチン接種・PCR陰性証明の提示で特別割引を実施した。個人だけでなく団体客にも割引を実施するのは珍しく、注目を集めた。大型イベントから小規模イベントの開催へとシフトし、個室や宴会場の利用、テーブルの使い方によって感染対策を施し、イベントに時間差を設けて一度に人が集まらないようにするなどして混雑緩和を図った。

■ 実施スケジュール

11月下旬に企画打ち合わせを開始し、折込チラシや同ホテルが毎月発行する情報誌でイベント情報を発信。12月から、団体向け「忘年会・新年会プラン」と個人向け「安心！個室プラン」を販売開始。2月末まで実施した。

■ 事業内容

- 12月～2月に企業・団体向け「忘年会・新年会プラン」と、家族や仲間向け「安心！個室プラン」を企画。ホテルメンバーズ会員2,893名、コーポレート会員236社、地元企業595社にDMを発送、200社に広告活動を行った。
- 「忘年会・新年会プラン」（7,200円～、料理・フリードリンク・税・サービス料込）は、幹事のとりまとめでワクチン接種・陰性証明を提示すると1人200円割引とした。日～木曜の利用にはマスク1箱やフリードリンクにワインを加えるなど特典を用意。宴席の平日利用を促し、週末に集中しないようにした。グループの目的や規模によって、席と席の間の距離がとれるオリジナルレイアウトを提案した。
- 個人向け「安心！個室プラン」（7,000円、料理・フリードリンク、税・サ込）は、最大20名の個室を10名までで利用。4名以上から個室とし、他グループとの接触機会を減らした。ホテル会員限定で、出席者全員のワクチン接種・陰性証明の提示で500円割引とした。
- 12月15日に開催したランチ付き「フラワーアレンジメント教室」は、会場をレストランから広い宴会場へ変更。席は一定方向を向くスクール形式とした。
- ライブ演奏が好評のクリスマスディナーは、今年度は食事と演奏の会場を分け、ライブを2部制にして混雑緩和を図った。

■ 事業効果（集客実績）

- 団体向けの割引適用は珍しく、団体からの注目を集めた。
- ワクチン接種・陰性証明の割引を活用するために、社内で接種状況の確認が積極的に行われた。感染対策担当者から、接種状況をスムーズに確認できたと喜ばれた。
- 「忘年会・新年会プラン」は2021年度は9組あり、お客様の意識が「ウイズコロナ」へとシフトしていることを感じた。
- 宴会場のオリジナルレイアウトや個室利用など、新しい宴会スタイルを体験していただいた。
- ホテルを実際に利用していただくことで、宴会場や個室利用でソーシャルディスタンスが取れること、宴会場にも窓があり換気できることを知っていただき、安心して宴会やイベントに参加できることを理解していただけた。
- カルチャー教室では、座学を一定方向を向くスクール形式にしたり、講師のデモンストレーションはスクリーンに映し出して席に座ってみるようにするなど、人が集まって密にならないように考え、それを検証できた。
- コロナの影響を受けている演奏者や外部講師に、活躍する機会を提供することができ、喜んでいただけた。

■ 今後の展望

年間を通じて、小規模の個人的なイベントを継続的に展開する。自粛生活による運動不足やストレスを解消していただきたいという考えから、「心と体をリフレッシュ」をテーマに、宴会場を活用したフィットネス体験とヘルシーランチを楽しむイベントを企画している。こうしたイベントは、社内の各部署から集められた選抜メンバーによるプロジェクトチーム「グランドプレスト」が企画立案する。広々とした空間を確保できる宴会場を活用した大型イベントも企画していきたい。



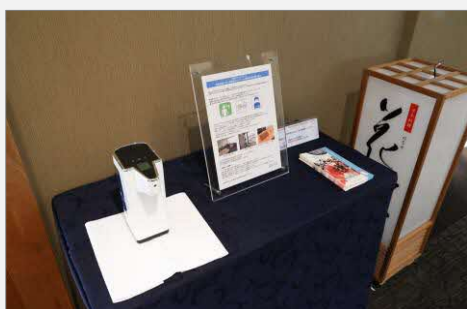
参加者の声

下関市在住 60代 男性

団体割引はあまりないので、会社で利用してみました。割引適用には参加者全員のワクチン接種・陰性証明が必要でしたので、社員の接種状況を把握することもできました。これまで口頭確認や人伝いに聞く程度で、厳密に確認できていなかったのです。聞く側も申告する側も前向きな気持ちになれてよかったです。

下関市在住 60代 女性

食することに躊躇していましたが、チラシやホームページに感染症の予防策が詳しく紹介されていたので安心して申し込みました。窓を開けて換気できることも分かり、安心してゆっくりと過ごすことができました。個室ではすばらしい海の景色を眺めることができ、また利用したいと思います。久しぶりの外食で気持ちが晴れ晴れとしました。



宴会場入口に消毒、マスクの着用をお願いする案内板を設置。マスクケースも配布



1グループ4名から個室を利用した。



宴会場を利用することで席と席の間隔をとった。



担当者の声

■ 下関グランドホテル 総支配人 衛藤 英成 様

当社はおとしに50周年を迎え、大々的なイベントを準備していました。しかしコロナ感染拡大によって100名以上の大型イベント開催が難しくなり、小規模イベントを模索してきました。年4回開催するフラワーアレンジメント教室では、普段は向かい合っただけのレッスンをスクール式にして全員が一定方向に向くようにして行いました。料理教室ではシェフの手元をスクリーンに映し出して、自分の席で見いただくようにしました。今後も、コロナの波を予測しながら、安心して利用していただくための工夫に務めていくことになると思います。当社が50周年を迎えられたのは、地元の皆さまのご愛顧のおかげです。食や音楽といった癒しの時間だけでなく、空き宴会場を地域のコミュニティ活動に使っていただくなど、地域の発展に貢献させていただきたいと思っています。

事業概要

100年以上続く天然温泉旅館。温泉だけでなく新たな事業の柱として、カルチャー教室やイベントの開催で施設の利用客を増やす取り組みを展開してきた。これまで不定期開催だった音楽イベントを毎週開催とし、同館を利用する機会を増やす。感染対策、喫茶スペースやテラス席、温泉を知ってもらい、施設全体での利用客増を目指す。

実施スケジュール

令和3年12月初旬、同館代表とつながりのあった地元在住の音楽イベントプランナーに、イベントホールやミニホールで2月中の毎週末に音楽イベントができないかと相談。出演者をコーディネートしてもらい、令和4年1月にはイベントチラシを作成して配布。さらに広く周知するため、補助金を活用して地元情報紙に広告を掲載。2月13日のイベントホールでのピアノコンサートを皮切りに同月28日までに合計7回、毎回異なる演奏者を招いて行った。

事業内容

- イベントホールは板張りの多目的ホールで、これまでに落語のイベントなど不定期に開催してきた。ミニホールは喫茶「ダン」と隣接するテラス席からなるスペース。この2つの会場を利用して、2月中の毎土曜・日曜に、毎回内容の異なる音楽イベントを実施した。
- 土曜14時からの「屋下がりコンサート」は、オカリナ演奏、音楽朗読劇、声楽、シャンソンの披露。参加費1,000円（1ドリンクとケーキ付き）。10名を超える参加があったため、急遽会場をイベントホールに変更して対応した。日曜13時半からの「音楽ライブ」は、ピアノコンサート、ポップスなどのバンド演奏、ジャズコンサート、参加費は1,500円～2,000円で開催した。
- イベントホールでは席を1m以上の間隔を開け、前後が重ならないように配置。濃厚接触者となる可能性を避ける状況下で実施した。イベントホールは会場左右の窓を開けて換気し、参加者はコートを着たままで出席した。
- イベントでは、今後のイベント情報やカルチャー教室、また温泉旅館の案内、同館の事業でもある製本等事業も紹介した。

事業効果（集客実績）

- 計7回で約100人の参加があった。イベントは毎回演奏者、音楽ジャンルが異なるため、幅広い参加を得ることができた。地元の方で初めて同館に来た方も見られ、情報が広がっているのを実感できた。
- 参加者数内訳は、土曜「屋下がりコンサート」は、2月5日25人、12日13人、19日22人、26日17人で、合計77人。日曜「音楽ライブ」は、2月13日9人、20日（無観客で実施、動画配信予定）、27日13人で、合計22人。
- 毎回のイベント内容、演奏者が異なるため、それぞれのファンの集客が期待できる。
- 温泉施設の新たな利用方法を知っていただけた。
- 約100人の方に感染対策を見ていただくことができた。
- カルチャー教室「田舎るちゃー（いなカルチャー）」の認知も高まった。同館顧客は高齢者層が多く、ホームページやSNSでのイベントやカルチャー教室の集客が難しい。音楽イベントを開催したことで、近隣市の高齢者層の方に対面で案内できた。

今後の展望

土曜の屋下がりコンサート、日曜の音楽ライブを担当した演奏者に、今後も引き続き出演してもらおう。週末の音楽イベントを継続的なイベントとして定着させ、継続的な参加につなげる。また、カルチャー教室を引き続き継続し、お客様との接点を増やす。温泉旅館全体の活性化を通じて、近隣市だけでなく国内外から幅広く温泉旅館長短期利用者の集客もすすめていく計画。グローバル民泊「Airbnb」にも登録済。



参加者の声

宇部市在住 70代 女性

温泉施設でジャズ演奏を聴けるなんて驚きました。ユニークな体験ができました。久しぶりに生演奏を聴くことができよかったです。今後は土曜、日曜ともにコンサートがあると聞きましたので、また来たいと思います。次回は温泉も利用させていただきたいですね。

宇部市在住 80代 男性

温泉、喫茶を利用しています。普段の感染対策を知っているので、安心してイベントにも参加しました。今回の音楽イベントは選ばれている音楽のジャンルが親しみやすく、じっくりと静かに聴きたい音楽で上品な内容でした。イベントの内容や参加者の感染予防意識次第でイベントは開催可能だと思いました。



会場入り口に消毒のお願いと、密閉性の高いマスクを配布



地元情報誌に広告掲載して広い範囲で集客



フェイスシールドや間隔をあけてイベントを実施



担当者の声

ホールを活用した週末イベントの1カ月分の企画を手伝っていただきました。こちらのカフェスペースやテラス席も素敵です。おいしいコーヒーを楽しみながら音楽も聴ける、そして温泉もあるなんて、楽しみがたくさんある施設です。主催者も企画者も予想以上の反響をいただいて驚いています。演奏者もお客様も喜んでくださいました。温泉に来られた方が足を止められる姿もあり、このように気軽に気楽に参加できるイベントのニーズを感じました。カルチャー教室の生徒さんの発表の場などにされてもいいのではないのでしょうか。今後も一人でも多くの方に喜んでいただける場所になれることを期待しています。

企画担当 ル・リアン志津 代表 **三浦 志津子** 様

片倉温泉 代表取締役会長 **久保田 克秀** 様

この度の事業で取り組んだイベント事業を一過性に終わらせることなく、継続性のあるイベントとして顧客を広げていきたいと考えています。これから紆余曲折があると思いますが、継続させていきたいと思っています。



事業概要

合同会社有機の里が運営する宿泊施設「川棚山荘」のリニューアルお披露目会として、目の前に広がる芝生広場で音楽イベントを開催。宿泊客が減少し屋内イベントが制限される今、感染症対策を施した屋外広場もイベント会場として使えることをアピール。同施設の新たな活用方法を地域の方に見てもらうことで、宿泊客以外の地域住民にも客層を広げていく。イベント参加者にリニューアルした施設を見てもらった。

実施スケジュール

昨年12月上旬、イベント制作会社とイベント開催の協議を開始。地域の音楽家を探しはじめ、補助金に採択されてから正式に発注。イベント当日は、有機の里スタッフ、これまで有機の里が開催したイベントの参加者などがサポートした。

事業内容

有機の里は、下関市豊浦町の地域振興を目的として設立された、地元企業7社が出資する非営利型組織。耕作放棄地を活用した事業などを展開し、地域経済の活性化に取り組んでいる。その一環で、長年使用されていなかったログハウスをオーナーから借り受けて整備し、宿泊施設「川棚山荘」として運営。県内外からの利用が増えたところにコロナ感染が拡大し、宿泊客が減少。施設前に広がる芝生広場で音楽イベントを開催し、宿泊だけでなくイベント会場として活用できることをアピールした。参加申し込みは不要、周辺地域の方に気軽に参加していただけるようにオープンイベントとした。イベント運営を地元業者、演奏は山口県のアーティストに依頼。音楽イベントとしたのは、同社は昨年11月に、別会場ではあるが屋外で音楽イベントを開催した実績があり、業者とのつながりもあったため短い準備期間で実現できた。イベント中には随時、マイクによる感染対策の説明、協力の呼びかけを行った。

事業効果（集客実績）

- 旅館業とイベント業が手を取り合い、新たな需要を生み出すことができた。活躍する機会が減った演奏者3組に活躍の場を提供できた。
- 芝生広場にはあらかじめ椅子25脚、ベンチ2つを間隔とって配置、中央に焚火を置いて囲む形とした。自動的にソーシャルディスタンスをとることができ、屋内イベントが制限される中、感染対策をしながらの屋外イベント開催の可能性が広がった。
- これまで芝生広場は宿泊客がバーベキューのために一角を利用する程度だった。イベント開催によって広場を無駄なく活用できた。
- 音楽イベントに参加していただくことで、地域の方に同施設の活用方法を見てもらうことができた。
- 宿泊施設に新た々に設置した薪ストーブを見ていただき、環境に配慮した取り組みを周知できた。

今後の展望

芝生広場を宿泊施設の一部としての利用だけでなく、イベント会場として利用できることの周知を強化し、新たな収益源の柱としていく。この度のイベント業者と、5月に音楽イベント開催を検討中。また、今後のイベント開催の際には地元農家、自治会や子供会などにも声をかけ、地域経済の活性化につなげていく。

参加者の声

下関市在住 50代 女性

会場にはあらかじめ椅子が配置してあり、自動的にソーシャルディスタンスがとれるようになっていました。感染への不安は感じませんでした。補助金で経費を保障できるならイベントを積極的に企画できますね。どんどんしてほしいです。

下関市在住 30歳 男性

ピクニックスタイルのコンサートと聞いて興味を持ちました。最近のキャンプ人気を考えると、こうした野外イベントへの需要は高いと思います。私は演奏者として参加しました。イベント中止が相次ぐ中で、演奏する機会を与えてくれたことに感謝しています。



作成したイベントチラシ



イベント開始時に感染症対策の注意事項をアナウンス



事前に椅子の間隔をあけて配置しておくことで、自動的に一人ひとりの距離を取っていただく。



担当者の声

■ 合同会社有機の里 川棚山荘 職務執行者 西光司様

当施設の利用者を増やしたいという思いと同時に、地域を元気にしたいという思いから始まったイベント開催です。そのため、仕事の発注も集客も地元で特化しました。そのおかげで、主催者、出演者、参加者が一体となって楽しめるイベントとなりました。芝生広場で音楽イベントを開催するのは初めてのことです。今回の事業を振り返って改善点を洗い出すことで、新たな事業の可能性が見えてくると考えています。宿泊利用だけでなくイベント会場という活用方法が見つかり、新たな収益源となることを期待しています。また、多くの方にリニューアルした施設を見ていただくことができましたので、当施設の利用が広がると嬉しいです。

事業概要

カフェ、宿泊、藍染体験ができる複合施設。宿泊は1日1組限定で、定員は6名（最大8名）。宿泊棟に隣接する宿泊客の朝食会場となるホール兼カフェ「AIMAカフェ」で、ランチ会を開催した。三丘温泉にあるオーベルジュ「三水園」の料理長を招き、この度のための創作和食を特別価格で提供。集客期間1週間で定員を上回る申し込みを得た。インターネット検索サービスやSNS、来店客へのチラシ配布、ラインを活用したファンづくりなどで、同店に関心の高いユーザーに情報を発信。今後のイベント集客につなげる仕組みづくりを行った。

実施スケジュール

2月上旬、同店でディナー会の実績がある「三水園」の橋本孝義料理長にランチ会を相談。2月14日よりメニューの試作を開始。2月22日～27の6日間でランチ会「昼懐石の会」を開催した。グーグルマイビジネスの登録者、SNSフォロワーへ情報発信、チラシを作成しランチ利用者へ案内した。食事中の密を避けるため、1日10名限定で、1組2名を原則、1日1組のみ4名までのグループを受け入れることとした。

事業内容

- ・食事は午前11時半の一斉スタートとし、料理長とカフェ店長の2人でサービス。お客様とスタッフの接触回数を減らした。
- ・テーブルごとの間隔をとり、天井近くの窓を開けて換気をした。
- ・イベント中は、カフェ店長も橋本料理長と一緒に調理を担当。橋本料理長のノウハウを学び、クオリティを体感した。
- ・先付けの「ヤサイコトバプレート」に、料理に使った野菜にまつわる物語を記したシートと、おみくじを添えた。同店とつながりの深い野菜ソムリエでヤサイコトバ作家の西川満希子氏によるもので、野菜にまつわる知識や経験をもとに野菜の成り立ち、栄養、産地、農家の声などを踏まえた言葉がまとめられている。山口の食材でつくる、栄養バランスのとれたランチというイメージを印象づけた。
- ・参加者にアンケートを依頼。アンケート用紙にラインのアカウントを掲載し、友達追加してもらい今後の情報発信につなげた。

事業効果（集客実績）

- ・ランチ会は6日間の実施。1日10名合計60名限定としていたがそれを上回る問い合わせがあり、結果、席の配置を工夫して67名を受け入れた。来店は、防府市、周南市、山口市を中心に、宇部市や下松市からも幅広い地域からあった。集客は、グーグルビジネスと、SNS (fb) フォロワーに行った。グーグルは通常も4万～5万人のアクセスがあるため、幅広く情報発信できた。カフェの来店者には直接案内し、1日12、3名の利用で1週間で約60人の来店者から、約10人の予約を獲得した。
- ・三水園の創作和食のオリジナル料理というコンテンツ内容が、AIMAカフェ利用客の趣向とマッチした。「おいしい料理を出すカフェのイベントだから間違いない」というイメージが定着しており、イベントが価値あるものとして受け入れられた。
- ・助成事業であることを伝え、アンケートへの積極的な協力を促した。用紙にラインのQRコードを載せ、現時点4日間で30枚を回収、ラインお友達登録は20人を超えた。ラインの手軽さは高齢者にも好評だった。
- ・一流の創作和食料理を提供して喜んでいただけた。今後のカフェへの期待を高めることができた。
- ・カフェスタッフが橋本料理長とともに調理することで、料理スキルのレベルアップを図ることができた。

今後の展望

ランチ会で得たレシピを活用して、ランチの9種類の副菜の一つに加えるなどカフェメニューに生かしていく。今回のイベントを通してつながった新たな顧客が離れていかないように、ライン、SNSなどでカフェ情報を定期的に発信して接点を増やし、ファンづくりをすすめる。ニーズにマッチしたコンテンツで、集客数の予測を立てながらイベントを成功させていく。イベントは橋本料理長のディナー会をはじめ、山口県の料理人を招いた食事会も検討していく。



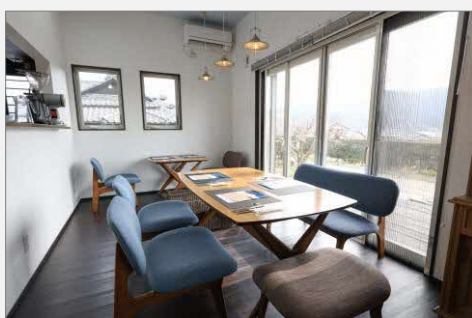
参加者の声

防府市在住 70代 女性

夫がランチでこちらを利用させていただいて、ランチ会のチラシを持って帰ってきました。三水園さんはオーベルジュと聞いたので、お料理を味わってみたいと夫婦で予約しました。久しぶりの外食ですが、AIMAカフェさんは感染対策をしっかり行われている落ち着いた雰囲気なのを知っていたので不安はありませんでした。

防府市在住 70代 男性

普段は一人でコーヒーを飲みに来ていたとき、ご案内いただきました。三水園さんは行ったことはありませんでしたが、AIMAカフェさんで出す料理ならおいしいだろうと思い、迷わず予約しました。山水園はここから少し離れた場所にありなかなか来店ができませんが、こうして地元に来ていただけるならありがたいですね。いい機会をいただきました。



1日1組のみ4人までのグループを受付



1席ごとに配布した、メニュー表、野菜ソムリエによる野菜にまつわる物語を記した「ヤサイコトバ」やおみくじ



(おみくじ) ランチの世界観を伝えるレシピ



担当者の声

一般社団法人とのみまちづくり社代表 今村 信一 様

カフェをスタートして3年、インターネット、SNS、ご来店くださるお客様との接点をフル活用して、ランチ会の情報を発信しました。橋本料理長の創作和食というコンテンツが当店のお客様の趣向を見事にマッチし、さらにお得感の相乗効果で多くのご予約をいただいております。コロナ禍にあっても企画を立てることはできません。問題となるのは、集客できるかどうかです。イベントを迷う事業者さまも多いと思います。やみくもに集客するのではなく、当店のファン、つまり集客できるベースをもってすれば、この価格帯でこの内容なら30人のご予約があるといった予測を立てることができます。この度の助成事業を当店の集客力の検証と今後のつながりづくりに活用し、事業を継続させる仕組みづくりに取り組みました。カフェの認知度アップが宿の認知度アップにつながり、宿泊費の単価アップにつながることを期待しています。この場所が起爆剤となり、富海の活性化につなげていきたいと考えています。

事業概要

2019年に現オーナーの久富 敬さんが運営を引き継いだゲストハウス。大学のゼミやサークルの合宿利用のほか、久富さんの主催で滞在型イベントなども実施していた。コロナ禍で利用が激減する中、新しい経営スタイルを考案。平日の5日間で宿泊型起業塾を行い、週末は一般客の利用を見込む。そのモデルプランとして2月21日から5日間にわたり宿泊型起業塾「ITブートキャンプセミナー」を企画、検証した。

実施スケジュール

今回はデモンストレーションでの実施のため、参加者は久富さんの知り合いで関東方面の在住者を対象にした。2月上旬から一人ひとりに説明をして参加を促す。今後はWebでの告知も行うため、プロモーションサイトも作成中。2月中旬頃から宿泊やセミナー用物資の調達を開始するが、東京都並びに山口県のまん延防止等重点措置を鑑み、急きょ地元の若者や関係者向けの通所型セミナーに切り替えた。

事業内容

- 下関への移住促進のネックは「仕事があるのか」という問題。民間が主体で魅力ある産業をつくる必要がある。起業塾では下関活性化に欠かせない「産業の創出」に着目し、若者の起業を支援する。
- 起業塾は、座学とフィールドワークを織り交ぜて下関の事例や現状を体感してもらう。下関の魅力とITの技術を掛け合わせた新しいビジネスプラン策定を目指す。
- 起業塾で推進する事業は主に5つ。特産物の海外輸出事業、不動産会社の未来とITを活用した新しい姿としてのデジタル不動産、3Dプリンターを活用した製造業の再生、e-sportsビジネスへの参入、HACCP導入と飲食業界におけるデジタル化への取り組みをブロックチェーン技術で解決すること。
- 塾生や講師は県外からも引き、起業塾をきっかけとした移住促進も狙う。
- 2月24日には、デジタル不動産についてのセミナーを実施した。メタバース（仮想空間）での不動産管理と古民家再生とIoTの融合についての可能性についてエステートナビ株式会社の前田氏が講義を行った。午後からは東京から移住し古民家再生に取り組む現場を視察した。

事業効果（集客実績）

- 関東から6名が宿泊型起業塾に参加予定だったが、今回の参加は見送ることになった。通所型セミナーを実施し、最終日の2月25日には3名、5日間で合計6名が参加した。商工会議所や銀行、市役所など様々な分野から参加者がおり、ITと下関の掛け合わせの可能性を検証できた。
- コロナ禍により、食事を部屋食に変更したため、食堂を利用することがなくなっていた。食堂をセミナー室として活用するという新たな活用方法が見つかった。
- 下関でも観光課の職員などに共感をもらうなど、打ち出した5つの事業に関心を寄せる人も多いことを知ることができた。
- ITに関する座学だけでなく、フィールドワークや観光等に自由に使える時間を設けることで、参加者が下関の魅力に触れる場として期待が持てる。

今後の展望

今後の宿の利用法として、平日は宿泊型起業塾を行い、週末は一般客を対象にした宿泊プランを提供していきたい。宿泊型起業塾は、食事の提供なしのセミナー代込みで1泊1万（税・サービス料込）に設定する予定。食事の提供をしないことで、周辺にある飲食業の利用促進につなげたい。週末は、1泊2日フグ料理のフルコース付き7,800円（税・サ別）を実施。県外からのゲストをメインターゲットに下関の魅力に触れる機会を設け、下関への移住者の増加につなげたい。



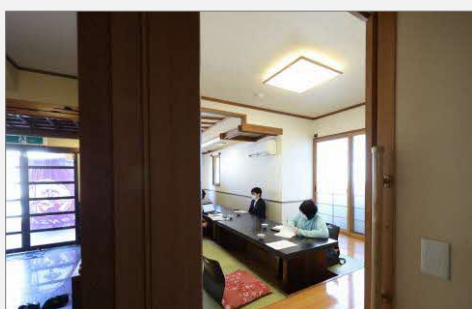
参加者の声

下関市在住 60代 女性

私はただ旅行をするだけではなく、様々な知識を得たり新たな発見をしたりすることができる体験型のものに参加したいと思っています。今回のような内容はとても魅力的だと感じました。セミナー会場も常時換気されていたし、席の間隔もとってあったので安心して参加できました。

下関市在住 30代 男性

もともとはゲストハウスの運営に興味があったのですが、久富さんのお話を聞くうちにメタバースなどにも興味を持つようになり今回参加しました。消費としての旅行ではなく、セミナーへの参加なら自分自身への投資になります。コロナ後の新しい旅のスタイルに変わると 생각합니다。



定員20名の部屋だが、間隔を空けて座席を配置。2つある入口は常にオープンにし、密にならない空間づくりが工夫されていた。



初めての試みだったため、久富さんは下関の課題と産業の創出について個別で説明を続け理解者を増やした。



再生中の古民家を見学。古民家にIoTを導入し付加価値を高める計画もしている。

担当者の声

代表取締役 久富 敬 様



地元である下関を長く離れていたのですが、ご縁があってこのゲストの運営を引き受けることになり、現在は千葉と下関の2拠点生活をしています。下関が衰退している現実を知り、人口減少を食い止め、人口の流入を増やすには生活の基盤となる仕事が必要だと考えました。移住したくなるほど魅力的な仕事であること、また起業できる環境があることも大切です。新しい産業の創出にはIT化が欠かせませんが、下関ではまだ十分に進んでいません。私はすでに本職であるSEの知識や技術、人脈などを役立て若者の起業支援を始めていたので、ITを活用していくための起業支援と宿の活用を組み合わせたい新しい事業を企画しました。コロナ禍で予定していたプラン通りには進みませんでしたが、何ができるのかを検証することはできました。コロナ禍が落ち着いたなら、今回のプランを発展させたいと思っています。

■ 事業概要

約400年前の古民家を活用した“座敷わらしさん”に会える宿泊施設。1日1組、1棟貸し切り限定。宿泊希望はキャンセル待ちという人気施設で、2022年1月に別棟を増築。別棟のお披露目と、同施設をより広く知ってもらう機会としてイベントを開催。完全予約制とし、予約なしの来場者を見込んでドライブスルーで記念品を渡すなどして密を避けた。県内唯一のスピリチュアル特性を有する宿泊施設として広く周知し、山口県の新たな観光スポットを目指す。

■ 実施スケジュール

1月初旬、別棟が完成。お披露目に餅まきを考えたがコロナ禍のため自粛。助成金を活用した施設内でのイベント内容、コロナ対策等を検討。出張調理を依頼しているハワイ料理のシェフと会食についての打ち合わせ。必要な資材を購入。2月15日～22日に、テレビコマーシャルを放送。チラシを作り顧客へ案内、SNS、ホームページでも告知をした。2月22日にリハーサル、23日にイベント開催。イベントは①10～13時②14～17時③18～20時と時間指定で3回実施した。

■ 事業内容

- 週4日の営業日の予約は常に満席、キャンセル待ちの状況の同館も、まん延防止等重点措置適用時には、予約の半分がキャンセルとなり、休館もした。できていなかった別棟完成のお披露目を兼ねたイベントを企画した。
- イベントは完全予約制、1日を3回に区切って入れ替え制とした。入口で消毒・検温を済ませたあと施設見学。リニューアルした露天風呂、そして増築した別棟を見学してもらった。
- 食事は母屋内の6カ所に指定席を設け、一人ひとりの席をアクリル板で仕切った。食事と同時進行でテレビゲーム大会を実施。感染予防のために2人ずつ順番にゲームに挑戦して密を避け、ビニール手袋の着用と消毒で感染予防対策を行った。ゲーム大会の景品は、宿泊券、市松人形、木札、プレスレット、オリジナルラベルのコーヒーなど同館らしさを感じるものをそろえた。
- 当日来場客に配った記念品は、紅白餅、おかし、しゃもじ。感謝の気持ちを込めて、同施設のアピールを行った。

■ 事業効果（集客実績）

- イベントは3部制で、①10～13時に25人、②14～17時に25人、③18～20時に10人、合計60人の参加があった。3歳から80代の方まで幅広い年代での参加があった。テレビCMを行ったので、新規客も見られた。
- 1日1組、一棟貸し切りの感染対策を体験していただき、感染拡大への不安を払拭できた。また母屋の露天風呂をリニューアルし、さらに利用しやすくなったことも案内した。お客様の満足度アップにつながるのではないかと期待している。
- 別棟の視察で、オープンな1階の気持ちよさ、2階の客室からの心安らぐ展望を見てもらい、別棟の魅力も堪能してもらった。
- イベントで提供した食事は、宿泊客が依頼できる出張料理で、これまで宿泊客以外に食べてもらう機会がなかった。宿泊客に好評の料理を味わってもらうことで、同施設の楽しさを膨らませることができた。
- イベント参加者の9割から利用予約があった。
- 予約なしの当日来場客にはドライブスルー形式で記念品を配布。約50人分。前日に雪が降り、その影響で予想より少なかったと思われる。

■ 今後の展望

- テレビCM、イベント開催によって、これまで以上に同施設を広く周知できた。コロナ禍の動きに合わせて、お客様のニーズに対応していく。
- 母屋は定員8人、別棟は定員3人。別棟の完成で、より多くの宿泊受け入れが可能になった。それを周知することで、さらなる利用者増を目指す。
- 別棟をイベントスペースとして、ワーケーションに使うなど新たな利用方法を周知し、施設の稼働率向上を図る。



参加者の声

山口市在住 70代 男性

夫婦で参加しました。いただいたハワイ料理もテレビゲームなど、初めての体験ができてとても楽しい時間を過ごしました。こちらの施設の全容を見せていただいて、別棟を含めると10人近くで利用できることを知り驚きました。お盆に子供家族が帰省した際に利用したいです。

周南市在住 50代 女性

こちらは何度か利用したことがありますが、イベントは1周年以来の久しぶりでした。来るたびに心が落ち着き、いいことが続き、座敷わらしさんのおかげを感じています。イベントは施設に来る機会が増えるのでありがたいです。参加者さんとの交流も楽しいものでした。また企画していただきたいです。



入口に感染症対策防止の掲示



参加者に配布した記念品、消毒液



別棟2階の客室



担当者の声

■ 座敷わらしさん家 社長 谷川 里美 様

コロナ禍においても当館を利用してください、また別棟の増築にまで至ることができたのは、お客様をはじめ関係者の皆様のお力添えのおかげです。イベントを通して、地元の方々に協力いただき、皆様からの応援も感じることができました。皆様への心ばかりのお礼になればと考えたイベントです。たくさんのご参加をいただき、お客様に楽しみと喜びをとご提供できたのではないかと考えています。早速、次の予定はないかとお問い合わせをいただきましたので、11月には地元企業さまと連携して秋の食を楽しめる会、来年の2月にもイベントを企画させていただきました。別棟も完成しましたので、新たなご利用方法を知っていただくことができました。今後もイベントを定期的開催してより多くの方に当館を知っていただき、地元の方々と連携し協力しあいながら、地元徳佐の活性化、そして山口一の観光地を目指していきたいと思っております。

■ 事業概要

地域の課題解決に取り組むNPO法人コバルトブルー下関ライフセービングクラブと株式会社海耕舎では、主な収益事業として空き家をリノベーションしたゲストハウスを運営。コロナ禍で収入が激減したことから、これらの小スペースを活用した新たなイベントの在り方を検証。空間に大人数が集まることが難しい今、区切られた複数のスペースをオンラインで結ぶことで、離れた場所にいながら交流を図った。県外からゲストを迎え宿泊施設の見学や現地視察を行い、今後の宿泊利用や地域課題解決につなげていく。

■ 実施スケジュール

1月初旬、地元の豊北小・中学校、下関北高校の生徒が集まり、地域の課題を熟議。浮かびあがってきた課題について、まちづくり協議会と協議を重ねた。子供たちの声をもとに、県外のゲストを招いてのミーティング、課題を抱える現地を視察してもらう宿泊イベントを企画。1月中旬にイベントのチラシ作成し、主にSNSで参加者を募集。1月下旬、イベントに参加する起業家と生徒、地元のまちづくり関係者らとのオンラインミーティングを実施。2月10・11日に宿泊イベントを実施。

■ 事業内容

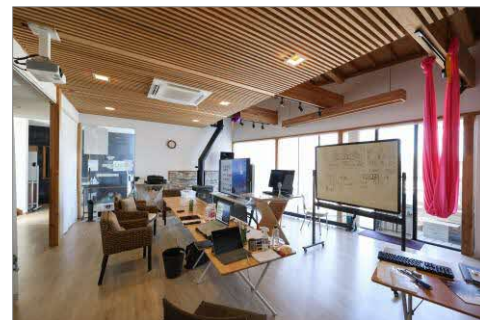
- ・ ミーティング会場として利用したのは、海の安全を守るNPO法人コバルトブルー下関ライフセービングクラブと地域課題に取り組む(株)海耕舎が連携して運営するゲストハウス2棟(ペンシオーネ島戸1、2)。ペンシオーネ島戸2は3つに区切ることができるため、分かれてオンラインミーティングを実施した。
- ・ 2月10・11日に実施した宿泊イベントでは、地域の課題解決に関心の高い大阪の起業家、地元学生や地元のまちづくり関係者らがオンラインでミーティングし課題を抱える現地視察を行った。
- ・ さらに地元野菜の収穫体験も実施。渚の交番島戸で地域食材を活用したメニューを開発してきたフレンチシェフが案内。さらに新土産として注目を集める角島プリンをツアー参加者のお土産とした。
- ・ ゲストには、非接触型チェックイン、キャッシュレス決済等を体験してもらった。

■ 事業効果 (集客実績)

- ・ ツアーの一連の取り組みを通して、同一空間にいなくても小グループで離れた空間にいてもオンラインでつながることで同じ時間を共有できる新しい催事の在り方を検証できた。
- ・ 宿泊イベントに至るまでの熟議によって、子供から大人まで地域課題を共有できた。暗い通学路への照明設置など具体的な動きが生まれている。また、これまで「渚の交番島戸」が発揮してきた地域交流のハブ機能の再生の兆しが見えた。
- ・ 宿泊イベントによって現地を見てもらうことができ、地元の産物を持ちかえてもらったことで同地への関心が高まった。
- ・ ゲストハウス2棟を視察し、非接触型の利用、感染対策が整っていることを知ってもらえた。
- ・ 新たな関係人口を創出できたので、定期的な訪問を期待できる。

■ 今後の展望

宿泊施設をイベントで利用する、また分散する宿泊施設を利用したイベント開催という新たな利用方法を周知し、施設の稼働率向上を図る。県外ゲストと地元住民とのかかわりをつくって定期的継続的な訪問を増やし、地元の観光関連産業の回復につなげていく。また、今回のイベントのように地域の課題について地域住民を巻き込んで協議し、具体的な行動に移し解決していく。



参加者の声

大阪府在住 20代 男性

このような機会がなければ、知ることのなかった地域です。子供たちが地域のことを真剣に考える姿勢に触れ、地域の方と交流し、実際に現地を見ることで、同地域への関心が高まりまた行きたいと思いました。ゲストハウスはとても快適で、オンライン環境も整っているのでワーケーションにも利用できそうです。

下関市在住 20代 女性

こちらの活動に興味を持ち、インターンシップで施設の運営をお手伝いしています。コロナ禍に、一度にたくさんの人と交流ができたことに驚きました。ここで体験したことや学んだことを生かして、将来は地域の活性化に取り組む仕事に就きたいです。



各施設で非接触チェックイン・チェックアウトの実現



現地視察の様子



リモート会議の様子



■ 担当者の声

■ (株)海耕舎 代表取締役 社長

NPO法人コバルトブルー下関ライフセービングクラブ 理事 新名 文博 様

コロナ禍で宿泊施設の予約がほとんどキャンセルとなり、これからのwithコロナに即した宿泊施設の在り方を模索してきました。私たちが運営するゲストハウス、トレーラーハウスでは、非接触チェックインなどの感染対策をとることができ、4人以下の安全な宴会を実現できます。こうした少人数で利用するスペースをオンラインでつなぐことで、コロナ禍においても地域の交流やイベント開催を実現できることを実証でき、私たちの収益事業の新たな柱も見出しました。宿泊事業の稼働率向上はもちろんです。施設を利用して当地域の関係人口を増やし、活力あふれる地域にしていきたいと思っています。また、自治会や子供会など地域の活動・交流の場としても利用していただきながら、地域の交流拠点として機能もしっかりと果たしていきたいと考えています。当地域の自然、価値を守りながら新たな事業を創出し、若者が集まって働ける場ある地域活性化に貢献していくことが私たちの目標です。

黙食にマッチしたトークディナーショーを開催 新しい安心、新しい宴会を提案

事業概要

料理を主体とする割烹旅館で、接待利用が多い同館。コロナの影響で宴会や宿泊利用は激減した。全館での感染予防対策と大人数収容できる宴会場を知ってもらい、まだ同館と接点のない新規顧客への認知を高めるために、イベントと食事をセットにした「トークディナーショー」を企画した。

事業内容

山口県出身、世界で活躍する作曲家の和田薫氏を招いたトークディナーショーを2月25日（金）に行った。同館社長の実兄で、館内に彼の作品を見て聴いて楽しめる専用コーナーもある。料理は多くのフルコースで白子付き、同館通販サイトで販売するオリジナル商品も使用。フグの五福酒、飲み放題にプレミアム酒を加えるなど割烹旅館ならではの内容とした。料金は1人30,000円。イベント前に、手洗いやトイレの自動化、パーテーション設置などの感染対策、新サービスも紹介した。

事業効果（集客実績）

- ・ イベント参加者は15組18人。30～60代の音楽ファンが集まった。大半が同館初めての人で、同館と大宴会場の認知を高めることができた。
- ・ 感染予防対策として、テーブルはステージに向けて一方向で配置し、参加者ごとの席の間隔を広げた。お客様に、安心して宴会や会食ができることをアピールできた。
- ・ 貸切風呂やワーケーションルームは、SDGsやこれからの新しい働き方に対応したもので、利用してみたいという声が多く聞かれた。
- ・ 宴会場でのイベント開催を実証できたことで、宴会場の使い方の可能性が広がった。第二弾を待っています、次は泊まりたいという声をいただいた。
- ・ 和田薫氏の功績を伝えることもできた。

今後の展望

- ・ 話を聞くというトークショーは黙食にマッチしている。講演会や朗読劇、集中して取り組む絵画やものづくり体験と料理をセットしたイベントに可能性を感じた。
- ・ 宴会場は畳敷きで、座敷に座っての食事となる。この度のイベントは2時間あり、高齢の方を中心に座敷に座り続けることが難しいことが分かった。宴会場のテーブル・椅子の設置も検討していく。
- ・ 下関駅から歩いて2分という立地条件を最大限にいかせるセミナーや夜学、研修スペースとしての利用など、新たな活用方法を提案し宴会場の稼働率を上げていく。



トークショーの様子



カウンターに検温や消毒液を設置



担当者の声

株式会社寿美礼 代表取締役 和田 健資 様

コロナ禍で宴会は80%減となりました。お客様がいない中でイベント開催は経済的な負担があり躊躇しますが、補助金を利用することで安心して開催でき、当館のサービスや感染予防対策について情報発信することができました。コロナ禍が落ち着いたとしても、これからの宴会場を利用した飲食の予約状況は不透明です。ご予約を待つだけでなく新しい宴会スタイルの提案が必要です。そのためには宴会場の付加価値を上げることが大事。付加価値を上げると設備の刷新や充実に動きがちですが、何をするか、どのような体験を提供するかというソフトで付加価値をあげていきたいと考えています。

創立50周年記念イヤーの第一弾イベント開催 新しい挑戦にスタッフのモチベーションアップ

事業概要

令和4年12月6日に創立50周年を迎えるにあたり、記念イヤーの第一弾として令和4年1月10日から「創立50周年プレミアム宴会コース」を始めた。1日1組限定とし、この日のために用意する特別な食材でその日だけの特別料理を提供。飲み放題に地酒も盛り込むといったプレミアムな内容で、宴会の醍醐味を強く打ち出した。

事業内容

- ・ 記念グッズとしてクリアファイルを作り、イベントガイド、宴会プランのチラシを入れて販促活動に利用した。地元紙での広告も行った。広告はプランを発表した1月初旬と2月末の2回実施した。
- ・ 創立50周年プレミアム宴会コースは18,000円、12,000円（いずれも税・サービス料込み）。1日1組限定とし、1組ごとに特別限定料理を提供した。飲み放題ではワイン、山口の地酒などプレミアムドリンクも提供した。宴会の趣旨や規模にあわせて会場を用意し、1組ごとにソーシャルディスタンスを確保できる席のレイアウトを提案。料理は個人盛で一皿ずつ提供した。

事業効果（集客実績）

コロナ禍では初めての宴会企画となり、企画に向けて動けたことがスタッフのモチベーションアップにつながり、1年を通してイベントを開催していく原動力となった。利用客に対しては、プレミアムな内容が喜ばれ、宇部で一番の老舗ホテルの特別感をアピールできた。1日1組限定とすることで、同ホテルのおもてなしをしっかりと伝えることができた。感染予防対策については、詳細をホームページに掲載して不安を払拭している。6,600円～（税サ込）は3月末まで継続。ホテルで安心して宴会を楽しんでもらうきっかけづくりにつながれた。

今後の展望

記念イヤーとして、四半期に一度イベントを打ち出していく。第2弾（7～9月）は、2年間休止しているビアホールの復活を検討中。通常300名以上入る宴会場を150名の利用としてソーシャルディスタンスを保つ。料理はビュッフェスタイルで感染症対策を行い、オーダーストップの時間を設けて料理の廃棄を減らす食品ロスに取り組むなど、新たなビアホールスタイルを模索している。ディナーショーも検討していきたい。50周年記念日の令和4年12月6日に、ホテル主催で記念式典を行うことを目指す。



フロント前の検温



宴会パーティー会場



担当者の声

国際ホテル宇部 課長 勝 尚洋 様

コロナ禍において、当ホテル内でも50周年記念の大々的なイベントを自粛しようというムードが高まっていた。そんな中で、これまで手掛けていなかったハイクオリティなプランへの挑戦に社内が活気づきました。各部門が連携し、ホテルの総力を挙げてイベントに取り組むためのよいきっかけとなりました。当ホテルは地域のお客様に支えられています。地元になくてはならない、地域の皆様に愛され続ける存在になるべく、これからもアウトホームで気の利いたサービスの提供に努めてまいります。少しでも地域の発展、観光関連産業活性化の役立てるとうれしいです。

■ 事業概要

大宴会場、小宴会場の利用に限り、ふぐコースまたは5,500円以上の会席料理を割引くキャンペーンを実施した。2月限定、目標人数に達した時点で締め切りとした。感染対策を施した宴会場であること、少人数の宴会、家族行事に利用できる施設である認知度を高め、継続利用につなげる。

■ 事業内容

コロナ禍で利用が減っているこれらの宴会場を活用するため、宴会場を利用した場合に2月限定でふぐコース8,800円～、または5,500円以上の会席料理を20%割引とした。同ホテルは2階に5つの宴会可能な部屋を持ち、そのうちの3室を合わせて最大約50名の宴会が可能。利用するグループごとにソーシャルディスタンスが確保できる部屋を用意、会場設営を行った。キャンペーンを告知するチラシには「やまぐち安心飲食店」を強くアピール。同時に、地元フリーマガジン「MOTTEKE」への広告掲載で広く周知した。

■ 事業効果（集客実績）

1月末、フリーマガジンの発行に合わせて企画をスタート。キャンペーンを打ち出した直後にまん延防止等重点措置が適用されたため積極的に集客ができなかったが、2月末までで17組の利用があった。1グループ2、3人の利用が最も多く、最大は1グループ11人での利用だった。利用者からは、感染が不安で外食を自粛していたが部屋食の安全性を知ることができた、今後も安心して利用できる、特別料金ありがたいといった声をいただいた。またスタッフ側においては、客集が減りモチベーションが下がっている職人、スタッフの士気向上につながるという効果がみられた。

■ 今後の展望

キャンペーンの結果から、大人数ではなく少人数を想定した企画へと舵をきっていくことを考えている。下松市は工業や企業が多く同ホテルの利用も企業宴会に期待をしていたが、今後は家族での利用も取り込んでいく方向。食事や冠婚葬祭、法要やお祝い膳、お食い初め膳など家族で、また多世代で利用しやすいホテルであることのアピールを強化し、継続利用へとつなげていく。

担当者の声

■ くだまつステーションホテル 社長 河野 暢公 様

この度のキャンペーンを展開し、これからの宴会は8人程度までの少人数での宴会が主流になることを改めて実感しました。当ホテルには大小5つの個室がありますので、こちらを強みに個室宴会の提案を強めていきます。企業さまだけでなく、ご家族に利用していただける、利用しやすい宴会場として当ホテルの認知度を高めていきたいと考えています。お客様の数を増やし、お客様の施設満足度向上に努め、今後の利用促進に努めてまいります。

■ 事業概要

新型コロナワクチン接種者、陰性証明の提示者に対して、人気のフグ料理を楽しめる宴会プラン、宿泊プランを特別価格で提供。感染対策を徹底した安心感のある環境と、お得感のあるプランを体験していただくことで、宿泊だけでなく食事だけでも楽しめる施設であることを印象付け、継続利用につなげる。

■ 事業内容

宴会プランは定価7,000円を5,600円に、宿泊プラン（夕・朝食付き）定価16,000円を12,800円に、いずれも2割引きで販売。期限は2月末まで。通常は近畿圏、首都圏からの宿泊客が多いプランだが、まん延防止等重点措置の適用でキャンセルが相次ぎ、県内の主に東部への情報発信に切り替えた。地元の折込情報紙「まっち」に1月28日、チラシ折り込みを行った。感染対策については、やまぐち安心飲食店として感染対策を徹底させた。

■ 事業効果（集客実績）

コロナ禍前には、例年1～3月は約300人の利用があるプラン。この度は約100人の利用となった。利用客の3分の2は広告・チラシから、残り3分の1は同館が直接声をかけて集客した。お客様の反応は通常よりもお得なのでとてもよい。「もう一度来たい」「3月、4月に同じプランをしてほしい」という問い合わせをいただいた。コロナ禍で苦しむ漁師への発注を生み、お互い助け合うことができた。また、キャンペーンの実施で同施設のスタッフの活気を取り戻し、宿泊施設の在り方、可能性を前向きに検討していく土壌ができた。

■ 今後の展望

今回のキャンペーンで同施設を知っていただいた新規顧客を含めて、コロナ禍が収まった以後も継続して利用していただけるようにDMで情報発信をしていく。この度のようなお得なプランは、補助金を利用しているので同じ価格での実現は難しい。ただ、コロナ禍とはいえ年度替わりの宴会や家族行事は発生するため、施設の認知度を高めお得なプランを分かりやすくアピールしていく。

担当者の声

■ 上関温泉 シーサイドホテル上関 代表 森脇 弘司 様

約2年にわたるコロナ禍の落ち込みを取り戻し、今後も事業を継続していくには、今まで通りの売り上げでは十分ではありません。その倍、さらに倍の売り上げがなければ、完全に復活はできないと思います。また、お客様の旅行や食事への考え方、旅館の使い方が変わってきています。わたしたちも柔軟に考え、宿泊事業に限らず、瀬戸内の絶景を楽しみながらお食事を楽しんでいただける特長を打ち出しながら、お食事だけでも楽しめる印象を広めランチタイムの利用客も増やしていくことを検討しています。高まった注目度を活用し、補助金頼りにならない独自の企画を立案し、コロナ禍を生き残っていきたくて考えています。

■ 事業概要

山口県を代表する萩や仙崎漁港では、冬場の間、脂の乗った天然の本マグロが大量に水揚げされている。しかしその事はあまり広く知られていない。そこで集客力のある角島で、令和4年1月24日にリニューアルした「角島総本店」は、地元で上がった天然本マグロの解体ショーを実施。海の幸を味わえる宿としてアピールし、山口の海の幸の認知度とニーズを高め、地元水産業、観光業の活性化を狙った。

■ 事業内容

「角島総本店」の1階で2月23日・26日の2日間、天然本マグロの解体ショーを実施。各日ともに50kgサイズを1本解体、同時に2、3km離れたところにある現在リニューアル中の飲食店で20kgサイズを調理加工し、お客様に味わってもらった。会場の目の前は海で風が強く、換気は抜群。マスク着用やお客様同士で距離をとるアナウンスを繰り返し、マスクのない方にはマスクを配布、消毒液を随所に配置した。お客様へ協力お願いするというスタンスをとり、お客様も主催者側も気持ちよく協力できる雰囲気づくりに努めた。



■ 事業効果（集客実績）

天然本マグロを地元で購入し、解体も地元漁師に依頼した。衰退ムードが高まる水産業の生産者へ還元できた。インパクトのあるイベントは注目を集め、写真や動画を撮る姿が多く見られた。各日ともに1日延べ100人が見学し、天然本マグロのおいしさを多くの人に伝えることができた。宿泊施設は1日1組限定と特別感があり、周辺に宿泊施設も少ないので知ってもらえたら集客はできる自信があった。解体ショーで特別PRを強化したわけではないが、海の幸が味わえる宿のイメージを印象付けたことで予約、問い合わせも増えた。



飲食店で提供する20kgのマグロ



天然本マグロの解体ショー

■ 今後の展望

山口県の魅力を発信する宿泊施設として、今回のような山口県の海の幸や角島の自然を活用したイベントを継続していく。現在リニューアル中の飲食店「太陽と海（仮）」と連携をとり、広い駐車場も使った海の幸のイベントの開催を計画 중이다。また、角島の美しい浜辺を活用して、サップやシーカヤック、サーフィンなど海のアクティビティのイベントも検討中。地元漁協と相談しながら進めていく。新しい海の幸の名物の開発にも取り組む。山口県の海の幸で感動をあたえ、山口県のファンを増やしていく。

担当者の声

■ 有限会社 中屋うに本舗「角島総本店」代表 中谷 清正 様

角島においしい魚があるのに観光客が楽しめる機会がない、新鮮な魚を地元の人が口にできない、コロナ禍で魚価がさがり漁師が困っているなど、さまざまな矛盾は機会損失にもつながります。角島、山口県の魅力や強みを改めて見直し、お客様のニーズにこたえながら、情報を発信する人、施設を運営する人、地元漁師が潤う方法を探していきたいです。将来的には山口県の旅館業全体で山口県の海の幸を提供する動きにつなげ、山口県の水産業の発展が観光業の発展へ、観光業の発展が水産業の発展につながるプラスの循環で、山口県の産業の発展に貢献していきたいと考えています。

佐伯屋ホテル

会食と健康講和のイベントを開催 参加者との絆を深め連続参加につなげる

■ 事業概要

料理と健康を掛け合わせた恒例イベントを活用し、参加履歴のある顧客への案内で確実に集客。コロナ禍での参加への感謝の気持ちを込めて、お土産付きとした。お土産は毎回、紅白のお餅を手づくり。誠意を伝えて参加者とのきずなを深めている。

■ 事業内容

明治初年に創業した老舗宿の宴会場で、5年ほど前から始めている食事会「健康で長寿の会」を活用して、コロナ禍に健康をテーマにした講和と会食のイベントを6回開催した（参加費3,500円、お土産250円）。同会では㈱アサヒグループ九州（福岡県福岡市）から講師を招き、健康にまつわる話と、その内容に関連した「葉膳料理」の会食、歓談、質疑応答で構成。普段も人気の講座で20人前後の一定の参加があり、コロナ禍は手作りのお土産付きとして参加数を維持した。

■ 事業効果（集客実績）

12月2日からランチ会「健康で長寿の会」を5回、2月11日には「楯社（すぎのもり）八幡宮 建国記念」と題した夕方の食事会を開催した。毎回20人前後の参加があり、合計119人の申し込みを得た。100歳長寿社会に突入した現在、健康で長生きしたいという万人の願いにこたえた健康講話が好評。満足度をさらに高めるために準備した手作りの紅白餅が好評で、参加者へ同ホテルの誠意を見せることができた。

■ 今後の展望

宴会場を使った好評のイベントを、今後も連続開催していく。「たまには外に出たい」「役に立つ話を聞きたい」「おいしい料理を食べたい」「交流してお話を楽しみたい」というお客様のニーズをとらえ、来てくださることへの感謝の気持ちを忘れることなく営業を続けていく。

担当者の声

■ 有限会社 佐伯屋ホテル 代表取締役 村上 誠子 様

地域の皆様のおかげで、この地で150年も旅館業を続けさせていただいています。外出、外食を自粛するコロナ禍に、当館にお越しくださるお客様の気持ちが本当にありがたく、感謝の気持ちをお返ししたくてこの補助金を活用させていただきました。お客様にいつまでもお元気で長寿でいていただくために、このイベントを継続させていただきます。私たちはコロナに負けてはいられません。石にかじりついてでも頑張っていきたいと強く思っています。100年先を目指して事業を継続させ、地域社会に貢献していきたいと考えています。

■ 事業概要

県外からの観光客の宿泊利用が中心となる同館で、地元民を対象とした「音楽会+食事会」を実施した。音楽会は、東京に拠点を置く音楽家の加太好晴氏に依頼。川棚温泉町町おこしソングの作成者であり、この度のイベントは同曲のお披露目も兼ねる。食事会は同館自慢のふぐのフルコースを特別価格で提供した。

■ 事業内容

2月26日（土）・27日（日）の2日間、午後4時から音楽会、午後6時～9時に食事会を実施。会場は宿泊客の食事処として利用する宴会場（最大40人収容）で、定員30名とした。ステージと客席の間隔をとり、宴会場の左右の窓を開閉して定期的に換気を行った。玄関、宴会場入口、休憩時間前後にも消毒のお願いをアナウンスした。食事は、通常のふぐのフルコースで、飲み放題にふぐのひれ酒や、獺祭や東洋美人といった地酒も盛り込んだ。

■ 事業効果（集客実績）

チラシを作成し取引のある企業や行政、団体等に声をかけたが、外食制限が厳しく利用予約は得られなかった。結局は友人、知人へ直接声をかけて集客。26日には30人、27日には26人の参加があった。音楽会は同館では初めての試みで、地元民に同館の新たな利用方法を知っていただく機会となった。ふぐ料理を味わっていただき、同館の料理のこだわりを認知してもらった。町おこしソングをお披露目することができ、観光促進への積極的な姿勢を見ていただくことができた。

■ 今後の展望

宿泊客中心の営業スタイルだったが、今後はイベントを用いた宴会も検討し地元民に利用していただく施策も考えていく。「やまぐち安心飲食店」として引き続き感染対策をとりながら、イベント付きの小規模な食事会を検討していく。

担当者の声

■ 竹園旅館 代表取締役 武原 眞一郎 様

ふぐ料理がお得に味わえるだけでなく、音楽も楽しんでいただけるというプラスアルファの特典として、お客様には大変喜んでいただきました。この度の音楽会は、偶然にも音楽イベントを運営した経験がある知り合いがいたので短期間で準備でき、当地にゆかりのある音楽家の協力と助成金を活用することで実現することができました。しかし今後、自費で音楽会を実施するのは、人選、会場の規模や費用から採算性を考えると実現する可能性は低いといえます。音楽会ではないかもしれませんが当館の雰囲気合ったイベントを企画して、地元の方にもご利用いただける機会をつくっていきたくと考えています。

■ 事業概要

海沿いにある同ホテルは、夏は家族利用、冬は風力発電の整備工事のためのビジネス利用が多い。コロナ禍で県外からの宿泊利用が減ったため、ホールを活用したディナーショー付きの宿泊プランを販売した。ゲストは長洲剛のものまねタレント。アクリル板の設置、普段は共有するスリッパを使い捨てにするなど、感染予防対策を強化して実施した。参加者に宿泊施設を案内し、次回の利用へとつなげた。

■ 事業内容

2月26日（土）にもものまねタレントの「YAMATO」を招いてディナーショーを実施。ディナーショーと宿泊セットで1人16,500円とした。ショーは18時から20時からの2回を予定していたが、急遽、1回公演に変更。3時間通しのライブとし、参加者の満足感を上げた。ショーの会場は普段は食事スペースとして利用するホール。テーブル上、ステージと客席の間にアクリル板を設置。アクリル板をレンタルして感染対策を強化した。来場者には、感染防止対策グッズを配布。マスク着用や消毒をこまめにアナウンスした。

■ 事業効果（集客実績）

1月中旬にイベントを企画し、チラシを作成して近所、仕入れ業者など付き合いのある人に手配り。同ホテルのSNSで情報発信、常連客から長洲ファンへ情報拡散してもらった。長洲剛のものまねというコンテンツに集客力があり、集客期間は1週間程度だったが大人28人、子供5人の合計33人の参加を得た。宿泊プランとしていたため、チェックインからショーまでの間に施設案内を行うことができた。プライベートビーチやキャンプ場、プール、バーベキュースペースなどアウトドアを楽しめる設備やサービスを案内し、また来たいという声を多数いただいた。ショーは大変好評。満足できたという声をいただいた。

■ 今後の展望

ディナーショーが好評だったので、今後も企画していきたい。タレントプロダクションとのつながりもできたので、これを活用していく。次回は集客にももう少し時間をかけて、広い範囲に情報発信していきたい。同館の年間利用客は夏が8割、冬が2割と夏に集中しているため、年間を通してまんべんなく利用してもらえるスケジュールや内容を検討していく。実際に、冬は食事を楽しみに来られる高齢の常連客もおり、山陰の海の幸を楽しめるプランを考えている。

担当者の声

■ seaside villa HILIFE 責任者 徳永 様

ホールでのイベント開催は初めてでした。人が集まるということで密にならないように細心の注意を払いました。例えばテーブルは3m間隔をとり、人と人が近づかないように交互に配置しました。ショーの間もマスク着用をこまめにお願いして感染予防を呼びかけました。ウィズコロナでのイベントの在り方を検証できたので、今後に活かしていきたいです。また、お客様の旅行の仕方も変化していると思います。密になりにくいオフシーズンにも利用していただけるように当館の魅力を発信し、年間を通して利用していただけるホテルにしていきたいです。