

令和4年度

## 宿泊施設のホール等利活用促進事業（第2期）事務局運営業務

---

### 事例集

## 事業概要

周防大島の築110年の古民家を改装した「せとうちつなぐキッチン 郷の家」を地域の魅力発信基地として活用する。“島から世界へつながるきっかけが生まれる空間の創造”をコンセプトに、食事の提供やワークショップ、宿泊事業を行う。島内の自粛ムードははまだ強く、イベントは小規模開催が多いのが現状である。この機会に改めて地域の資源に着目し、異業種や他地域と連携した多彩なイベントを企画し、同施設の活用も併せてPRしていく。

## 実施スケジュール

- 4月の中旬に企画開始。4つのイベント（全5回）の連続開催とした。上映会は上映実績のある団体へ委託。演奏会や食事会などはこれまでにご縁があり、同施設のコンセプトを理解してくれている人に依頼した。
- イベントごとにチラシを作成し、地元の小中学校等で配布した。つなぐキッチンや関係団体のHP、SNSも活用した。
- 連携した事業者にも協力してもらい、県内の酒造会社が製造している消毒液を小分けにし、お土産とした。

## 事業内容

- 5月15日、6月11日に環境問題や暮らし方を取りあげた映画の上映会と意見交換会を実施した。上映会は任意団体「海辺の会」に委託した。意見交換会ではグラフィックファシリテーションを取り入れ、県内アーティストに板書を依頼し、意見を視覚化して参加者の満足度を上げた。子供に参加してほしいだったので、高校生以下は無料とした。
- 5月19日は5周年イベントとして世界の音楽と台湾の食を楽しむ会、6月25日は地元の食材を使った寿司と国産ワインの食事会を開催した。6月27、28日はスパイス会社を招いて町内事業者とオリジナルスパイスの開発研究会、スパイスカレーの料理教室を開催した。地元のアーティストや茶人に加えて他地域からもゲストを招き、異業種や他地域との交流を図った。
- すべてのイベントで参加者へのお土産として、県内酒造会社が製造する消毒液の入った携帯用消毒スプレーを用意した。
- 飲食を伴うイベントは感染予防の観点から密を避けるため、通常は定員25人程度のところを規模を縮小して開催した。

## 事業効果（集客実績）

- 5月15日の上映会には、子供6人を含む18人が参加した。意見交換会を通じて参加者同士の交流が生まれ盛り上がった。
- イベントの参加者が食事や宿泊を利用するなど、新たな接点ができ次の利用促進につながった。
- 上映した映画は海外の海の環境問題を取り上げたものだが、大島の海でも同じことが起こっている。映画鑑賞と意見交換、そして海辺のごみ拾いという実体験を通して、環境の課題は地球で一つにつながっているということを実感してもらえた。
- 普段の営業では同施設に来ることのない客層を集客できた。多様なイベントを実施したことで、同施設の活用方法をPRできた。今後の利活用につなげていく。

## 今後の展望

他地域、異業種のゲストを迎えたことで、島を外から見た新たな視点でとらえることができ、自分たちでは気づかなかった島の魅力を再発見できた。このように新しい視点を取り入れるなど、島を別の視点から見るような機会をつくっていく。イベントを通して、島の人の気づきを増やし、大島の新たな魅力を発見して発信していきたい。



## 参加者の声

周防大島町在住 70代 男性

環境問題への取り組みは、関心のない人にもいかに関心を持ってもらうかがポイントです。郷の家のように飲食、宿泊、イベントなどさまざまな入り口を持つ場所があると、環境問題への間口が広がり、関心を持ってくださる方も増えるはず。これからも楽しみです。

岩国市在住 40代 女性

木材にかかわる仕事をしていることもあり、環境問題は身近なテーマです。私自身ももっと知りたいのと、子供たちにも考えてほしいと思い参加しました。映画を観たり海でごみ拾いをしたり、勉強とお楽しみがセットになっているので、子供たちも喜んで参加してくれました。



5月15日の上映会の様子



施設近くの海辺でごみ拾い



参加者からの意見を板書して視覚化



## 担当者の声

■ せとうちつなぐキッチン 郷の家 白鳥 法子 様

郷の家のある集落出身で、県外で勤めた後Uターンで戻ってきました。これまでのイベントは、郷の家で使っている食品の生産者を招いてお話を聞いて食べる、みそを作る、など主に食に関するものでした。地元の海のプラスチックごみ問題は気にはなりましたが、一人でごみを拾ってもごみは減らない、楽しくありません。大島全体で取り組むような動きにならないか、島の新しい魅力につながらないか、という思いでイベントを企画しました。ごみを拾うだけでなく、映画を観る、海の食材を食べる、など楽しいことと組み合わせると注目を集められると考えました。理想は、「美味しそう」と思ってイベントに参加したら海辺のごみを拾っていた、など気が付いたら巻き込まれていた、という状況です。そういう機会を増やすことで、大島にかかわる人を増やしていきたいと思っています。島にいても世界とつながることができることを実感でき、広い視野でものを考えられる場所にしていきたいです。



### 事業概要

湯治場として1100年の歴史を誇る俵山温泉にある、サッカーチームのための合宿施設「FOOTINN（フットイン）俵山湯ノ川」。利用客はほぼリピーターのため、新規のお客様獲得を目指してイベントを実施した。日本代表戦を観戦するイベントを4回開催し、初回は元日本代表選手の解説と地元プロチームのスタジアムMCの進行のもとで選手たちを応援。サッカーをする子供たちに未来の希望を与え、リニューアルした施設をサッカー関係者に知ってもらうことで今後の利用促進を図った。

### 実施スケジュール

4月中旬に食堂に設置した85インチの大型ビジョンの活用方法を模索していた際、この補助金事業を知る。6月2日から日本代表戦が開催されることを受けて、スポーツ観戦会場として開放するイベントを企画。日ごろから付き合いのある方に司会や解説役を打診。5月17日にはサッカー大会の会場などでイベントチラシを配布。20日からSNS上での広報を開始。6月2日は解説・司会進行付きで観戦、6日、10日、14日は解説・司会なしで実施した。

### 事業内容

- 元々は食堂や宴会場として利用している空間を、スポーツ観戦会場として使えるイベントを合計4回実施。新たな客層の開拓や宿泊施設の新たな利用方法を提案した。
- 6月2日の日本代表戦は、元日本代表選手の増田忠俊氏による解説と、レノファ山口のスタジアムMCの吉永達也氏の司会進行で観戦した。6日、10日、14日は解説なしで観戦のみとした。
- イベント周知に特化したチラシを作成。参加費無料として、広く参加を募った。
- サッカー指導者、サッカー教室の子供たちや保護者、また山口大学サッカー部のキャプテンらを中心にイベントへの参加を呼び掛けた。
- イベント当日は宿泊する部屋、サッカー関連の本や漫画を3,000冊そろえた図書コーナーなどを自由に見学してもらった。また、イベント開催時でのソーシャルディスタンスを保った座席などの配置、施設各所に設置している検温や消毒、マスク着用を呼びかけるポスターなど、徹底した感染対策も知ってもらった。

### 事業効果（集客実績）

- 6月2日は平日の18時半からの実施にもかかわらず、サッカー教室に通う子供25人、その保護者とサッカー指導者ら大人13人の合計38人もの参加があった。
- 施設でのスポーツ観戦の公開イベントは初めて。補助金を活用したインパクトのある内容で、施設存在と新たな利用方法を知ってもらうことができた。参加費無料で開催できた点も、多くの人の参加へ有効に働いた。
- 大型ビジョンによる臨場感のあるスポーツ観戦を体験してもらえた。あわせて、施設がeスポーツなどのイベントにも対応できることを知ってもらうことができた。
- 元日本代表の増田氏による解説は、その試合のことだけでなく経験者だからこそわかる試合へのモチベーションの高め方、体作り、現役選手の裏話など多岐にわたった。子供たちにはもちろん、指導者にとっても参考になる内容だった。コロナ禍で活気をなくしつつある子供たちの未来の希望につなげることができた。

### 今後の展望

- コロナ禍の影響で、宿泊施設の在り方を変えていく必要性を感じた。宿泊するだけでなく、泊まらなくても利用できる要素を加えることを検討している。今回の補助金事業をモデルケースに、今後はスポーツパーのような運営も行い、新たな顧客の獲得につなげていく。
- 11月に開催されるワールドカップを新たな事業の足掛かりとして、サッカー観戦と宿泊を結びつけたプランを企画するなどして、平日の利用客を確保していく。
- eスポーツもできることを周知していく。



### 参加者の声

宇部市在住 20代 男性

小学生を対象にサッカーを指導しています。この施設は知っていたのですが来たのは初めて。今回のように宿泊施設をイベントで利用できると、施設の様子が分かっていいですね。部屋数も多いことが分かり、子供たちとの合宿利用を検討してみようと思います。

長門市在住 40代 女性

子供がサッカー教室でこのイベントを知り、どうしても行きたいということで付き添いで来ました。日本代表を経験したプロから話を聞けたので、いい刺激になったのではないかと思います。施設もしっかり見せていただいたので、ここなら安心して行かせられます。



間隔を空けて椅子を配置した会場



イベントの様子



eスポーツ部屋

### 担当者の声

■ 特定非営利活動法人ヴィセアドラー山口 FOOTINN俵山湯ノ川 代表 鷲頭 崇 様

コロナ禍は宿泊施設の在り方を変える良いチャンスとなりました。施設の利用促進についてはもちろんですが、子供たちが成長する環境を整える役割についても一層考えました。イベントでは日本代表経験者から直接話を聞き、憧れの存在を身近に感じてもらうことができました。こうした経験は、日々の取り組みも成果につなげる成長のきっかけになるはずです。この施設のオープンや補助金を活用して施設をリニューアルすることは、私にとって大きなチャレンジでした。普段、子供たちへの指導の中でチャレンジする大切さを伝えているからこそ、私にチャンスが訪れたなら、チャレンジするしかないと思いました。子供たちの可能性は無限大、でも子供でいる時間は有限。子供時代に、大人がチャレンジする姿を見せていきたいと思っています。もう一つ、この施設を通じて、湯治場として1100年の歴史を持つ俵山温泉の活性化にも貢献していきたいです。





## 事業概要

防府市で産業用・医療用の高圧ガスの製造販売、機械工具の販売を行う村田株式会社は、防府市の離島・野島で一棟貸の簡易宿所「ViDeN」を運営している。島に住む高齢者は、3回目のワクチン接種が済んでいてもまだに外出を控えがちである。そんな島民を少しでも元気づけようと映画上映会と落語会を実施した。芸能を堪能することで心を豊かにしてもらい、健康寿命日本一の島を目指す。また、野島の魅力発信にもつなげていく。

## 実施スケジュール

- 4月中旬に映画を選定し、DVDの素材提供を依頼。また、同社社員から募ったイベント案をもとに、防府市出身の落語家「鈴々舎馬るこ」氏に高座を依頼。司会進行は地元FMパーソナリティーに発注する。
- 5月上旬にイベントのチラシを印刷。5月いっぱいを利用して、来場を促すためチラシを複数回、訪問や手渡しで配った。
- 6月14日～17日の4日間に「芸能堪能Week@野島」を実施。14～16日は映画を1日2回、最終日の17日は落語会を2回行った。

## 事業内容

- 簡易宿所「ViDeN」がオープンしたのは、ちょうどコロナ禍が始まった2020年2月。館内に人形を展示するなどして島民に施設を知ってもらい、交流を図ってきた。
- 野島に居住するのは約50人程度。島の高齢者は3回目のワクチン接種がすんだ今も外出を控えがちで、心身の健康が心配される状況にある。高齢者が楽しみになる、出かけたくなる催し物として、映画と落語を堪能できるイベントを4日間連続で実施した。
- 上映作品は、高齢者の若かりし頃にヒットした4作品「君の名は」「青い山脈」「嵐を呼ぶ男」「たそがれ清兵衛」。館内に設置する100インチのスクリーンで上映した。最終日は、防府市出身の鈴々舎馬るこ氏の落語会を行った。
- 安心して来てもらうために感染対策を徹底させた。入口での消毒・検温、室内には空気清浄機を設置し、窓を開けて換気を行った。定員を1回あたり10名として、和室2間に間隔を開けて椅子を配置。十分なソーシャルディスタンスを確保した。

## 事業効果（集客実績）

- 初日の14日は雨が降り足元が悪かったため、参加がないかもしれないと心配されたが、4人の参加があった。島民に直接声をかけて呼びかけたことが参加につながった。「楽しみにしていたから」という声が聞かれた。
- 作品に思い入れが強い方が多く、上映前や映画を観ながら参加者同士思い出話で盛り上がった。
- 島民同士が誘い合ってきた様子が見られ、近況についての情報交換がされていた。
- 映画のリクエストなど、今後同館でしてほしいことの声を直接聞くことができた。
- 3年目を迎えたコロナ禍がもたらした新しい生活様式の中で、ワクチン接種が完了しても外出自粛していた高齢者に、徹底した感染対策を知ってもらい、安心して出かけられる場所であることを実感してもらえた。
- 島内で芸能を堪能するという日ごろは体験できない経験で、心を豊かにしていただくことができた。

## 今後の展望

- 事業の感想や今後の要望を島民から直接聞き取り、継続的な開催を目指す。それによって健康寿命をのばし、健康寿命日本一の島を目指す。
- 8月8日の野島の日に、島外からも多くの人々が訪れるような事業展開を考える。
- 野島海運と連携し、海の天気安定する4月と10月にクルージングを企画するなど、野島の関係人口を増やし定住人口の増加につなげる。
- アフターコロナのインバウンド向けに提案したい。SNSのタグに韓国語を加えた。



## 参加者の声

防府市野島在住 80代 男性

村田さんに教えてもらってこのイベントを知りました。島に住み始めて約30年、映画を観るのも30年ぶりです。当時のことが懐かしく思い出され、嬉しかったですね。今日はあいにく雨ですが、この場所は様子も知っているし足元が悪くても来ます。明日も来ます。

防府市野島在住 80代 女性

チラシを見て今日が待ち遠しく、作業の途中でしたがやってきました。映画「君の名は」を観て若いころを思い出し、元気をもらいました。主演を真似した真知子巻きが流行ったことも懐かしいです。これから毎日来る予定です。



定員10名、間隔をとって席を配置



感染症対策



地元FMパーソナリティーによる進行



## 担当者の声

■ 村田株式会社 ViDeN 代表取締役 村田 真美 様

偶然に野島を知り、この島のすばらしさに魅せられて簡易宿所をオープンさせました。野島にある宿泊施設は当施設だけ、飲食店も私たちが土日に運営する喫茶店のみ。島への移動手段は船のみ、天候が崩れると島から出ることもできません。それは、「何もない」ということではなく、ものがあふれる現代で何もしない贅沢な時間を過ごすことができる「魅力ある」島です。一度、野島に滞在していただくと分かるはずです。まずは、野島の魅力を島内外にアピールすることが重要だと考え、インバウンドにも響くようにSNSではタグに韓国語を加えました。懐かしさと豊かな自然が醸し出す野島でのプレミアムな時間や空間をアピールし、持続可能な社会の構築に貢献できたら幸いです。このような取り組みを通じて、島民の皆さまにはますます元気になっていただき、私たちは関係各所と連携しながら健康寿命日本一の島を目指していきたいと考えています。



## 事業概要

地域資源を活用したおもてなしを強化する同ホテル。コロナ禍でもホテル内に日本酒バーをオープンするなど、その取り組みを進めている。コロナ禍から復活しつつある今、地元の方をはじめ、地元の酒造会社や生産者に喜んでもらおうと、宴会のコース料理に山口県産のブランド牛などの地域産品を加えたり、またブランド牛とお酒と一緒に楽しめるディナーショーを実施したりした。地域ブランドを積極的に表現し、横並びにならない新たな旅館ブランドを構築する。

## 実施スケジュール

- 5月1日～6月30日の期間中、宴会場で提供するコース料理に山口県産の和牛ブランド「やまぐち和牛燻（ぎらめぎ）」を使った料理を提供。
- ディナーショー「美食の夕べ」については、4月末からコロナの感染状況を見ながら日程の検討を続け、5月末にイベント開催の情報をホームページ、SNSで公開、募集開始。6月7日にチラシ納品。ほぼ完売していたので、希望した方には資料として配った。
- 参加者リストから配席を決定。
- 6月28日18時半からディナーショーを実施。

## 事業内容

- 宴会場で提供するコース料理5,000～15,000円に、山口県産のブランド牛を使った一品を追加。過度な値引きをするのではなく、内容を充実させた。
- 美食の夕べは「やまぐち和牛燻とお酒が会おうディナーショー」と題し、山口県の食材や日本酒、ワインをテーマに盛りだくさんの内容。1人15,000円。
- 料理は地域産品を盛り込んだ内容とした。「やまぐち和牛燻」の中でも特に希少価値が高いA5ランクの「つばき姫」、朝どれの魚、地元野菜を使った料理を提供。お土産に日本酒「長門峡」を用意。
- 美食の夕べは従来から行ってきたが、これまで参加数100人規模だったのを、今回は感染予防の観点から定員を半分以下の40名とした。ガイドラインにそった感染予防対策。
- 事前予約制とし、名簿をもとにグループごとにテーブルを分けて配席。
- 食事中には、日本酒「長門峡」で知られる秋市の岡崎酒造の岡崎孝浩氏と、福岡県からワインソムリエの黒木昭博氏による、料理に合うお酒の提案、お酒を楽しむための話を披露。

## 事業効果（集客実績）

- 宴会でコース料理にやまぐち和牛の一品を追加。法事、100人規模の会社のパーティーなどの宴会があった。この料金では安いとの声をもらうほど、大変好評を得た。
- 美食の夕べは、ホームページ等で情報を公開した後、チラシが納品される前にほぼ完売。
- 参加者はグループの申し込みで結果43名。全員が県内からの参加で、内訳は地元の長門市から8割、近隣市町村から2割。
- 地元の方に、同館が地域とのつながりを大事にしているという認識が高まった。
- 福岡からソムリエを呼ぶなど、これまでにないイベント。地元では体験できない魅力的なコンテンツに対してなら、高い価格でもニーズがあることが実感できた。
- 久しぶりのパーティー復活とソムリエからワインのもてなし方などの研修を受けたことで、社員のモチベーションアップになった。
- 今年4月以降は会社や地域の宴会、GW前ころから婚礼も始まってきた。コロナの対策がある前提で、大人数のパーティーへの需要が戻りつつあることを実感した。

## 今後の展望

- コロナ禍の2021年にホテル内にオープンした「日本酒bar 海と月」。オープンに協力してもらい、共にコロナ禍を乗り越えた地元の酒造会社や生産者らとのつながりをもとに、地域資源を活かした取り組みをさらに進めていく。
- 酒造メーカーや地元生産者らへの波及効果も狙う。
- 従来よりも高い料金設定でも、内容によって集客できることがわかった。食イベントを復活させていく。
- イベント実施を進め、社内のモチベーション向上につなげる。



## 参加者の声

長門市在住 40代 女性

チラシを見てすぐ、同僚3人で申し込みました。楊貴館さんでワインに地酒、お肉を楽しめるなんて魅力的です。感染症については、こちらを利用したことがあったので心配することなく、安心して参加しました。今後のイベントも楽しみです。

長門市在住 50代 男性

楊貴館さんを利用したのは、趣味の大会で利用して以来の3年ぶりです。友人に誘われて参加しました。久しぶりの美食を堪能しています。テーブルを囲むメンバーは顔見知りばかりなので、感染予防の観点でも安心です。



ディナーショーの様子



地域産品を使った料理



グループごとにテーブルを分けて配席



## 担当者の声

■ 油谷湾温泉ホテル楊貴館 取締役 岡藤 明史 様

補助金を活用して、地域産品を活用するチャンスをいただきました。酒造会社さま、生産者の方々、イベントではソムリエをお招きするなど外の方との交流も生まれ、これまでにない新たな視点を得て今後の展開を考えるきっかけとなりました。また、社員教育の一貫にもなりました。イベントはターゲットを地域の方とし、地元の方に喜んでいただくにはどうすればいいかに注力しました。お客様に喜んでいただけることを詰め合わせた形です。長門市では体験したことがない内容が注目を集め、地元の方がこうしたイベントを期待してくださっていたことが分かりました。もう一つ、宿泊施設でもありますから、県外から来てくださる方に地域産品をしっかりと表現できる取り組みをこれからも進め、長門市、さらに山口県の魅力を伝える宿を目指していきたいと思っております。



## 事業概要

周防大島の海辺にあるリゾートホテル。美しい景色と開放的な空間を生かして、写真撮影と宿泊などがセットになった「フォトウエディング」の人气が高まっている。予約が土日に集中するため、平日利用の割引キャンペーンを実施して利用促進を図る。稼働率の下がった会議室などを利用してプチ披露宴などを提案。収益アップを目指す。

## 実施スケジュール

- ①平日利用のフォトウエディング割引について、4月中旬にキャンペーン企画を考案、広告を作成。4月29日発行のフリーマガジン「MOTTEKE」に広告を掲載し、予約の受け付けを開始。
- ②フォトウエディングについて問い合わせられた方や利用される方に、会議室を使ったプチ披露宴を提案。食事用の個室兼会議室を利用し、最大収容人数30名程度の部屋を定員10～20名として対応する。5月27日にフリーマガジン「MOTTEKE」に広告を掲載し、コース予約の受け付けを開始。

## 事業内容

- ①については、コロナ以前のウエディング件数は年間25件程度、フォトウエディングはそのうちの2、3件と少数。コロナ禍ではこれが一転し、昨年は年間のウエディング件数が約60件と例年の倍となり、そのうち9割をフォトウエディングが占めた。今年も土日の予約は埋まってきているので、平日の利用を促す平日限定の割引キャンペーンを実施。
- フォトウエディングは、新郎新婦の衣装、着付け・着付け室、スナップ撮影（データ納品、約150カット）、スイートルーム宿泊がセットになったもの。
- スナップ撮影の際には、ホール、宴会場、会議室などをロケ場所や着付け室に活用。
- ②については、コロナ禍で下火になった宴会場利用の促進として、フォトウエディングとセットで会議室を使ったプチ披露宴を提案。感染予防対策をとりながらコース料理を提供する。
- 集客は、①と②のどちらも地元の情報誌を活用した。

## 事業効果（集客実績）

- ①については、フォトウエディングの問い合わせは4～5件、そのうち予約は2件。
- このキャンペーンをきっかけに、フォトウエディングという新しいウエディングの形態を広くPRでき、新たな顧客を獲得できた。
- コロナ禍でも気軽にできるウエディングとしての認知を高めることができた。会議室は大小さまざまな幅に対応できることも知ってもらえた。
- 割引キャンペーンにより、平日のフォトウエディングにも需要があることがわかった。
- ②については、安心飲食店の感染対策を遂行する宴会場や会議場をアピールし、安心して飲食できることを知ってもらった。フォトウエディングの後に会議室での家族との会食、プチ披露宴を提案するととても喜ばれた。
- 客数が増えたことでの社員の士気が向上した。

## 今後の展望

- フォトウエディングをきっかけに、会議室等を利用したプチ披露宴、また宿泊利用の提案など行いながら利用拡大につなげる。
- プチ披露宴としての食事利用が増えてきたので、少人数でできるウエディングプランを検討する。
- 今回のキャンペーンに興味をもってくれたお客さまに定期的なイベントを開催していく。コロナ前はプライダルフェアと題して大がかりなイベントをしてきた。今後は、例えば島内一周撮影の体験会などの小さなイベントで満足度を高め、継続的な集客アップを図る。



## これまでの利用者の声

山口市在住 女性

フォトウエディングを利用して、家族との会食を提案していただきました。記念に写真だけでも残しておきたいという気持ちでしたが、披露宴もでき花束贈呈することができました。親に感謝の気持ちを伝えることができてよかったです

山口市在住 女性

フォトウエディングでウエディングドレスを着用しての撮影の際に、実際に挙式を行いながら撮影するという提案をいただきました。挙式ができ、ケーキ入刀もできました。このようなアレンジができ、ウエディングの要望を叶えることができて満足です。



フリーマガジン「MOTTEKE」に広告掲載



フォトウエディング撮影のガーデン



プチ披露宴を行う会議室



## 担当者の声

■ ホテル&リゾート サンシャイン サザンセト 課長 嶺 潤一郎 様

フォトウエディングは、当ホテルのロケーションを最大限に生かし、ホテル敷地内をフル活用しながら、外にも飛び出して島全体をロケ地ととらえて撮影スポットを提案させていただいています。もともと平日利用を土日利用よりもお安くしていますが、それでも土日を選ばれる方が多い状況です。しかし補助金を活用して平日料金をさらに下げると、関東からも問い合わせがあるなど、島全体でウエディングというコンセプトと平日利用の可能性を改めて感じました。この素晴らしいロケーションを生かして家族旅行+結婚式というスタイルで、他のホテルさまや式場さまとの差別化を図っていきたくと考えています。ちょうど、当ホテルは今年の年末から初夏にかけてクローズして改装しますので、プランの見直しを行う予定です。少人数利用ができるプランや施設があるホテルとしての認知も高め、継続的な集客アップを目指していきます。



■ 事業概要

宿泊施設としてだけでなく、地域住民の宴会会場利用も多い同ホテル。コロナ禍で地域との接点が無くなったことから、新たな客層の開拓と会場利用施設としての認知を高めるため、これまで実施できていなかった子育て世帯向けにマジックショーを実施した。保護者らに施設や感染予防対策を体感してもらい、集会などの場としての選択肢に加えてもらい利用促進を図る。参加者らに今後のイベントを案内し、継続利用につなげる。

■ 実施スケジュール

- 5月下旬、イベントを考案。プロマジシャンの高重翔氏に依頼。
- 6月初旬に美祢市内の幼稚園と保育園13か所にチラシを配布。地域限定の有線テレビでPR。
- 6月18日にイベント開催。①14時②16時③18時の3公演。子供（0歳から高校生まで）は無料招待、大人1,000円。（テイクアウトのワッフルのお土産含む）
- イベント当日は授乳室を準備。
- 6月下旬、イベント参加者にお礼の手紙を発送。

■ 事業内容

- 美祢市内の幼児がいる家族を対象にイベント「家族で楽しむマジックショー」を開催。家族で来場してもらうことで、保護者に施設を体感してもらおう。
- 会場は、宴会場「孔雀」「鳳凰」「白鷺」の3つを連結し、椅子席で約100人収容できる空間。感染予防対策の面から、定員は1公演15世帯（最大50名）、1日3公演とした。
- 幼児がいる家族をメインターゲットとして設定したのは、行動自粛が求められ、窮屈な思いをしている子育て世帯に楽しい時間を過ごしてほしいとの思いから。また、マジックショーであれば演者人数をコンパクトに抑えられるという感染予防の観点もあった。
- 検温は、イベント会場内で家族単位で行った。
- 会場の配席は家族ごとにグループ分けを行い、ソーシャルディスタンスを確保。
- 宴会場に抗ウイルス・抗菌効果が長期間持続する光触媒コーティングを導入、公演の間には空気の消毒作業を実施。
- イベント終了時に、同ホテル1階に今年4月からオープンしたカフェ「スリーアローカフェ」のテイクアウトワッフルをお渡し。同時に、アンケート協力を呼び掛ける。

■ 事業効果（集客実績）

- 子供向けイベントを実施し、今までターゲットにできていなかった子育て世帯にホテルの存在を知っていただけた。
- イベントに参加して施設内で時間を過ごしていただくことで、幼いお子様がいても安心して過ごせる環境を体感していただけた。
- 参加者数は①11組41名、②7組35名、③9組35名。
- ターゲットを明確にしたことで、最小限の広告費で集客できた。
- 家族単位での配席、検温を行うなど、全ての状況を家族単位で把握。万が一感染者が出た場合でも迅速に対応できる体制を整えることができた。
- 大小の宴会場があることと、全58室の客室のうち、和室が3室あることを知っていただけた。和室もあるので家族での利用もしやすく、観光旅行にも使っていただける。
- 宴会場はいくつかの会場を連結して約100人収容できる広いフロアとしても、また分けてコンパクトな会場としても使えるなど、柔軟に利用できることも知ってもらえた。
- 今年4月にオープンしたカフェ「スリーアローカフェ」の認知を高めることができた。実際にイベント後は、ママの利用が増えている。

■ 今後の展望

- 未成年を対象にしたイベントを継続的にを行い、宿泊施設だけでなく宴会場やイベント会場としても利用できる施設としての認知を高めていく。地域住民の柔軟な利用拡大を目指す。
- 今回の参加者に今後もイベントを案内し、継続的な利用を図る。具体的には、夏休み向けにお絵描きイベントやキャラクタールームの公開などを計画している。
- 年末に、カラオケルームを中心としたインターネットカフェのオープンを予定。年齢層の高い方向けのイベントも検討していく。



参加者の声

美祢市在住 30代 女性

こちらには初めて来ました。ホールは抗菌の光触媒施工済みで、席の間隔もしっかりとってあったので安心して参加できました。イベントがあるとホテルに来やすいです。子供が大変喜んでいたので、また参加したいです。

美祢市在住 40代 女性

参加人数が少人数で、家族ごとの席だったので感染への不安なく参加できました。美祢では久しぶりの子供対象のイベントで、大変楽しく過ごしました。地元ホテルに家族で行けるなんて驚きました。企画があればまた利用したいです。



イベント受付で検温・消毒



イベント会場の様子



別室に授乳室を準備



担当者の声

■ 美祢グランドホテル 支配人 三坂 恒雄 様

小さなお子さんのいるご家族を対象としたイベントは、当ホテルでは初めてのこともかもしれません。ビジネス利用だけでなく、ファミリー利用もできるホテルとして変化する第一歩といえる試みでした。イベント当日はたくさんのお客様でホテル内が活気にあふれ、また来たいというお声も直接いただきました。こうしたことを継続していくことが当ホテルの新たな役割であり、経営戦略だと感じました。シングルルーム中心のビジネスホテルの印象が強い方が多いかもしれませんが、和室も備えておりますので家族利用もしていただきやすいホテルです。秋吉台や秋芳洞観光の観光拠点としてもお役に立てます。宴会場は小さくも大きくも多様に使えますから、卒園式の茶話会など将来のどこかのタイミングで当ホテルを思い出していただけると嬉しいです。地域の方と触れ合いながら、多様な方々と共生するホテルを目指していきます。



## ■ 事業概要

“座敷わらしさん”に会えると話題の宿泊施設。同館の雰囲気を楽しめるイベントが人気で、今回はGWに子供向けのイベントを開催。館内で人形劇や神楽を上演し、宿泊施設が舞台になる新たな使い方を印象付けた。家族連れの参加が多いため、楽しめてお土産も作れるワークショップも開催した。

## ■ 事業内容

- 5月4日夜の部、5日は昼と夜の部と合計3回、石見神楽「土井神楽舞保存会」と人形劇団「ひとみ座」の公演、そして地元講師によるモノづくり体験（ハーバリウムボールペンと宝石石鹸づくり）を同時開催。食事は同館に料理を提供する和食店の弁当を用意した。参加費用は大人11,000円、子供5,500円。
- 舞台スペースをつくるために本館の人形は別棟へ移動した。ワークショップの時間に座敷わらしさん家の雰囲気も味わってもらった。
- 感染対策として空気清浄機を追加、扉を開けて換気した。

## ■ 事業効果（集客実績）

- 各回すべて満席。定員20名×3部＝合計60名の参加となった。集客は、チラシを山口市、防府市にポスティング、ホームページで告知。参加者を分析すると半分は新規客で、ポスティングしたチラシ効果が高いと思われる。
- 人形劇や神楽を間近で見る迫力に驚き、初めての経験を大変喜んでもらった。
- ときめき感のあるモノづくりで同館の世界観を体感しつつ、別棟の心地よさも感じてもらった。
- 同館にイベント参加者全員分の駐車スペースがないため、日ごろから付き合いのある「徳佐観光」の駐車場を臨時駐車場として借り、シャトルバスを運行。初の試みを検証できてよかった。

## ■ 今後の展望

- コロナ対策をしながらのイベント実績があり、日ごろからイベント企画をしていたことから、短期間で要領よく開催できた。ただ告知期間が短かったため、イベント後に「早く知りたかった」という声をたくさんいただいた。今後はもう少し告知期間を長くとれるように準備し、テレビCMも導入して広く告知していきたい。
- 今回は観劇、ワークショップ、食事、神楽鑑賞と内容を詰め込みすぎたと感じた。なんとか満席にはなったが、もっと参加しやすい価格設定と満足していただける内容を検討していきたい。



和室で神楽を上演。間近で見る迫力



別棟ではモノづくりのワークショップ



## 担当者の声

■ 株式会社KYPHI 座敷わらしさん家 社長 谷川 里美 様

宿泊施設のホール等利活用促進事業の補助金申請をきっかけに、ホールの活用法について改めて真剣に考えるようになりました。別棟の完成で利用可能人数が増え、会場も分けられることでできることも増えました。この度のイベントでは、家が観劇ホールになるというインパクトが注目を集め、当館の新たな楽しみ方を知っていただくこともできました。定員20名というミニマムなイベントは、マイクロツーリズムが広く支持される現代にマッチしていると感じます。今後も、山口県のだ真ん中というアクセスのよい当館を、スピリチュアルという特色だけでなく、広く皆さまに愛される宿泊施設としてご利用いただけるように、イベントを企画していきたいと思っております。

## ■ 事業概要

中国地方では初めてのeスポーツ宿泊施設としてリニューアル。eスポーツは世代やハンディキャップを超えて取り組め、引きこもりの解消、デジタル人材の育成にもつながる。eスポーツの理解を深めるための講演会、体験会、エキシビジョンマッチを実施し、同ホテルの新しい活用法を紹介した。

## ■ 事業内容

- 講演会の講師は、第1回全国高校eスポーツ選手権大会プロデューサーの大浦豊弘氏。eスポーツの教育的価値と地方創生の可能性について説明。講演会、体験会ともに定員は50名。
- エキシビジョンマッチは島根県のeスポーツ強豪校を招待し、山口県の学生と対戦。観戦する楽しさも知ってもらうため、東京からプロ実況解説者を呼び、ルールや見どころを分かりやすく紹介した。
- イベントを告知する資料を作成し、地元の高校7校にイベント資料を配布した他、同ホテルのホームページやSNSでも告知。報道機関にイベント当日の取材を依頼した。

## ■ 事業効果（集客実績）

- 山口県の教育関係者や学生などの参加があった。山口県ではまだ認知が低いeスポーツの教育的価値を伝えることができた。
- ホテルのシングル・ツイン・和室等の宿泊用の客室と、大・中・小の宴会場すべてに有線回線を導入し、安定した高速通信環境で利用できることを知ってもらえた。
- ホールと個室を利用して、密を回避しながら安心安全に活動できることを体験してもらえた。イベント、新聞当日の様子がテレビ、インターネットで取り上げられたため、当日参加できなかった方にもホテルの新しい活用法を知ってもらうことができた。
- 行政、教育、環境、医療関係者からの反響も大きく、新たな接点が見つかった。

## ■ 今後の展望

- 高齢者を対象に、行政や医療施設とタイアップして認知症予防や健康寿命の延伸、社会参加の促進を目指す。また、学生においては、eスポーツ部の合宿や大会の利用などに力を入れていく。
- コロナが収束すればインバウンドの誘客に取り組む。まずは、柳井から電車で30分の米軍岩国基地を対象にeスポーツイベントを考えている。アメリカは世界的にもeスポーツ人口が多いことから反響を得られるはず。子どもの国際教育にもつながってほしい。
- 10～15時という時間帯を使って、高齢者のデイユースなどホテルの新たな時間帯や空間を活用するプランを検討する。



エキシビジョンマッチでは、地元高校のeスポーツ部と島根県の強豪校が対戦



ロビーでの感染対策の様子



## 担当者の声

■ 株式会社柳井グランドホテル 社長 松前 俊健 様

この度のイベントでは、ホテル利用者を増やすことよりeスポーツの本質価値を理解していただくことに注力しました。イベントの対象と目的を明確にすることで、知ってほしい方に情報を伝えることができ、結果的に多くの反響をいただくことができました。山口県ではまだeスポーツが導入期のため、丁寧を続けていきたいと思っています。eスポーツを切り口にするだけで、少子高齢化が進む人口30,000人の町で幅広い世代を対象にし、さらに外国人観光客などへもターゲットを拡大できます。多くの方に当館を利用していただくことで、山口県の自然、食、文化を満喫していただく機会へとつなげていきたいと考えています。





ウニ剥き体験の様子



ウニ丼

## 事業概要

2021年に海辺のスパイス料理店としてオープン、22年GWから宿泊施設「Coyamaris」をスタートさせた。宿泊ホールでの映画観賞会、地元ウニの剥き食べ放題などの3つのイベントを実施。主に地域住民に向けて施設や宿泊プランを周知し、かつ地域と連携しながら魅力あるまちづくりを目指す。

## 事業内容

- これまで施設の広報手段はSNSのみ、紙媒体での広告活動ができていなかった。そこで豊浦町全体にチラシを配布し、地域住民への認知と施設利用を促した。
- ①5月14日～31日、2階ロビー「海のみえるサロン」で1泊夕食カクテル飲み放題プランを実施。
- ②5月21日、庭で「豊浦産ウニの剥き食べ放題」を実施。参加費2,500円。地元漁協でウニとウニを剥く道具を準備。参加者がウニを剥いて丼にして食べた。
- ③6月1日、「海のみえるサロン」で懐かしの名作映画を上映。1作品1,000円（ドリンクおやつ含む）。

## 事業効果（集客実績）

- ①は5月23日現在で地元の方3名の利用。「室津にはないおしゃれな雰囲気がいい」と喜ばれた。②は定員20名が予約開始後2日で満席となり定員30名に増員。③は5月23日時点で4名の予約。ウニの剥き食べ放題という他にはないコンテンツ、目の前の海でとれた新鮮なウニを味わえる希少価値に魅力を感じていたが、1人2,500円という価格のお得感が好評だった。
- ウニを食べるだけでなく、剥いて食べるという新たなアクティビティを発見できた。
- 地元漁師が、目の前で消費者の喜び顔を見ることでやりがいを感じ、資源の価値を見直すきっかけになった。
- 産地で地元のウニを食べることは、地産地消を促進し、環境保全にもつながる。

## 今後の展望

- ウニの剥き食べ放題は来年も行う予定。この度の参加者の大半が下関市の住民で、漁協の協力を得たことで施設と漁師、漁師と地域住民との新たな交流が生まれた。こうした交流を継続していく。
- 室津で定期営業する宿泊・飲食施設は同施設のみのため地域住民にも利用してもらいたいが、現在は宿泊業務があるため飲食の夜営業ができない。レストランは、外からの流入を目指しながらも“地元らしさ”が失われないようバランスを取りつつ、地域住民も利用しやすい別施設を計画し、余暇活動の充実に貢献したい。



## 担当者の声

■ ウェルネススパイス合同会社 Coyamaris 代表 木村 賢治 様

イベントを通して、室津産ウニの価値を再発見できました。漁師にとってウニを剥くことはお客様に提供するための下準備で、お客様に剥いてもらうのは申し訳ないという意識がありました。お客様にとっては魅力的なアクティビティであることが分かり、両者のギャップを埋めることができたので、その価値を再評価し価格設定にも反映させたいと考えています。ウニ剥き体験を山口県の観光アクティビティとして確立させ県全体に広げていくことで、「ウニ県」としてアピールできる可能性も感じています。今後も豊浦町室津の特色を生かしたイベントで、魅力あるまちの実現を目指します。

## くだまつステーションホテル

## 宴会場利用に限り特別価格、お子さまメニューも対象に 利用しやすいホテルであることをPR

## 事業概要

企業による宴会が多く、大小5つの宴会場を持つ同ホテル。大人数宴会だけでなく個室での少人数利用が可能であること、また家族行事に利用できるというPRに力を入れながら、会席料理を30%オフとするキャンペーンを打ち出した。新たな接点を増やし、宴会場の利用促進と集客数増を目指す。

## 事業内容

5、6月限定で、宴会場を利用する場合にコース・会席料理を30%オフとする。対象は、会席コース5,500円・6,600円・7,700円、和洋折衷コース8,800円。さらに、5月の端午の節句を祝う食事会の需要を見込んで、お子さま用のお食い初め膳3,300円、お子さま膳1,430円も30%オフの対象とした。チラシには「ご家族でのお祝い・節句に」というコピーとお食い初め膳を紹介した。地元フリーマガジン「MOTTEKE」への広告掲載の他、同ホテルホームページで告知した。

## 事業効果（集客実績）

- 前回の30%割引としたキャンペーンは、蔓延防止などの影響から65名の利用だったが、この度は、コロナ禍が少し落ち着きはじめGWもあることから、目標人数を125名に拡大。5月末時点で18件114名の利用があり、目標達成率は90%を超えた。
- 企業の利用が少しずつ回復し、4人程度の会が主流ではあるが、宴会場3つをつなげた17人利用もあった。また、家族利用が増えるなど新規客も見られた。
- 宴会場の利用促進がかなり進み、スタッフの出勤依頼もできて現場に活気が戻ってきた。
- 30%割引はインパクトが強く、お客さまから「かなりお得」という声をいただいた。
- コロナはいまだ油断できない。個室の宴会場が信頼を得た。

## 今後の展望

- 2回目のキャンペーンを通じて、宴会については大人数よりも4～8人程度の少人数のケースが多く、引き続き少人数利用を想定した企画をしていくことを決めた。イベントにおいても同様で、これまではお酒の会やワインの会など80人規模の大きなイベントをしてきたが、感染対策を考えると小規模にすべき。一方でお客さまの出かけたい欲求は高まっていることから、今後は、20、30人規模でのイベントの企画を検討していく。
- 同ホテルが、食事や冠婚葬祭、法要やお祝い、お食い初めなど家族で利用しやすいことのアピールも引き続き強化していく。

## 担当者の声

■ 有限会社ヨシモト くだまつステーションホテル 社長 河野 暢公 様

外出に対する後ろめたさもずいぶん薄くなってきたように感じますが、まだ油断はできません。そんな中でご予約をいただけることは、当ホテルの安全性に価値を感じてくださっているのだと励みになります。感染症対策の観点からの外食制限や罪悪感も薄らぎ、企業さまのご利用が少しずつ戻ってきました。また、お客さまの出かけたい欲求も高まっています。お客さまの動きの変化や、端午の節句といったライフイベントをチャンスにして、お客さまと出会う接点を増やしていきたいです。企業さまだけでなく、ご家族にも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。

中川氏と  
同ホテル調理部員

## 事業概要

川棚温泉で創業185年以上の老舗宿。コロナ禍でのシフトチェンジとして、温泉と料理だけでなく、茶の湯を楽しめる新たな魅力を発信する宿泊イベントを開催した。ミシュラン二つ星獲得店の料理人による夕食と、現場社員の企画で、社内研修で茶道を学ぶ同館社員による呈茶を実施した。

## 事業内容

- 同館の新たな魅力として、毛利候がもたらした茶文化に着目。宿泊イベントを4月15日・16日に実施した。
- 料理人としてミシュラン二つ星獲得店「茶懐石 中伴」の中川氏を招いた。
- 夕食は宴会場「かえてでらす」で提供。料理には川棚で栽培される有機野菜を取り入れた。同館で取り組む地産地消活動の一貫でもある。
- 夕食後に、萩焼の茶碗で呈茶サービスを実施。お茶を点てたのは、社内研修として茶道に取り組む社員2人。お茶菓子は、地元川棚の和菓子店のもの。

## 事業効果（集客実績）

- 定員100名に対して54名の参加があった。半分がリピーターで、ほぼ県内からの参加。告知は2020年に立ち上げた会員システム「おたふくらぶ」の会員1,500人に行った。
- 徹底した感染対策を見てもらい、広い宴会場で距離をとって料理を召し上がっていただくことで、ゆったりと流れる時間の中で安心して料理を楽しめる宿としての認知を高めることができた。
- お茶という新たな切り口によって、新規客層を開拓できた。
- 企画・実施を現場社員が担当し、茶道研修の成果を発揮することができた。また、社員のモチベーションアップにつながった。
- 「茶懐石 中伴」中川氏を招聘しての直接指導により、調理部員の知識と技術を向上できた。

## 今後の展望

- イベントを継続し、毛利候と川棚温泉の歴史とともに、地元の豊かな食文化を楽しめる宿として多くの人に認知してもらえるようにする。
- 新規のお客さまに対して、会員システム「おたふくらぶ」を紹介。今後、限定プランやイベント開催などの案内に活用し、利用促進につなげる。
- 茶道などの社内研修を継続する。イベントで感じた楽しさややりがいを日常業務へのモチベーションアップにつなげる。
- 茶道の心を業務にも活かしておもてなしの力をアップさせる。同時に、調理技術の向上にも努め、顧客満足度アップを目指す。



## 担当者の声

株式会社川棚グランドホテルお多福 常務取締役 岡本 高明 様

お料理は地産地消を強く意識し、川棚の味、歴史、文化など全体を楽しんでいただける内容としました。参加者はリピーターの方が多く、「いつもと違うお多福」を楽しんでいただけたのではないかと思います。この度は宿泊プランでしたが、カジュアルな日帰りプランも検討中です。地域連携をより強め、地元酒蔵と組んだイベントも企画してみたいです。コロナ禍は、お客様へのアプローチを考える良いきっかけとなりました。地産地消、地域連携を意識したイベントを企画し、当館への期待感を高めていただきながら顧客満足度の向上につなげてきたいと思います。

## 萩観光ホテル

## コロナ禍でも修学旅行を受け入れ 安全安心の提供に努めリピート利用につなげる

## 事業概要

団体客や一般観光客を受け入れてきた同ホテル。コロナ禍で激減したホテルの稼働率向上を図るため、コロナ禍でも修学旅行を受け入れた。本館には一般客、南館には学生、と分けて利用でき、宴会場も6つある。修学旅行に使いやすいことと、濃厚接触者を出さない感染対策を印象付けリピートにつなげる。

## 事業内容

- 団体客の食事や夜の宴会もなくなり、6つの宴会場は1日1つの稼働にまで激減。5月9日～12日に修学旅行を受け入れ宴会場の利用促進を図った。
- 本館と南館があり、それぞれに大浴場がある。南館を修学旅行生専用とし、一般利用客と分けた。
- 濃厚接触者を出さない感染対策を行い、感染の疑いや感染者が出た場合の緊急対応マニュアルを注意。不測の事態に対応できることをアピールした。

## 事業効果（集客実績）

- これまでも修学旅行を受け入れてきたが、コロナ禍によって遠方からよりも近隣県（特に広島県東広島市）からの利用が増えた。期間内に4校、合計約500人の利用があった。
- 6つの宴会場は、1つが40名、残り5つが各30名を収容可。団体客でも安全な距離をとりながら利用できることを紹介できた。
- 多くの修学旅行生を迎える中で実際に起こったさまざまな不測の事態には、事前に用意した緊急対応マニュアルに基づいて対応した。社員の接客技術の向上を図ることができた。
- 学校からは、感染対策の徹底されている点、緊急時の対応がマニュアル化されている点の評価が高かった。

## 今後の展望

- 新たに獲得した修学旅行がリピートにつながるように、学校にプロモーション活動を行い確実なリピートを狙う。
- 旅行会社への営業を行う。
- 補助金を活用して、感染対策を強化できた。引き続き感染対策の徹底と緊急時の接客技術を磨き、安心安全の環境を提供できるホテルであることをアピールしていく。
- コロナ禍で低下した宴会場と客室の稼働率を、多数の修学旅行を受け入れることで回復向上させる。
- 修学旅行の積極的な受け入れで、売上確保に努める。

修学旅行利用  
客室食事会場の  
感染対策の様子

## 担当者の声

株式会社萩観光ホテル 部長 磯村 貴志 様

コロナの影響で、ホテルの稼働率は激減しました。少人数の利用促進にも力を入れてきましたが、当ホテルの規模、また従業員の維持など企業として継続していくためには、コロナ禍においても団体利用を受け入れていく必要があると考えました。そのために、当ホテルの規模を活用した徹底した感染対策、緊急時対応の接客をアピールしています。県外からの一般利用も少しずつ増えはじめ、従来の団体利用が戻ってくる兆しも見えてきました。このたびの修学旅行の受け入れの経験を活かして、当ホテルの強みである安心安全のサービスを提供し、選ばれる宿泊施設を目指します。





ピアノ生演奏を  
聴きながら食事



感染対策の様子

**事業概要**

県外利用が多い同ホテル。地元の方にもホテルを活用してもらおうと、会議室を使用した婚活イベントを開催した。感染予防の観点で黙食を推進しつつ癒しの時間にもなるようにと、ピアノの生演奏を聴きながらの食事会とした。料理は地産地消を意識。地元の方へのPRで持続的な集客を目指す。

**事業内容**

- 6月18日、25日の2回、会議室で「婚活パーティー」を実施した。参加費は7,700円、ワクチン2回接種証明書と身分証明書の提示で1,100円引きとした。
- 定員は各回男女6名の合計12名、予約制。35～45歳くらいまでの独身、初婚とした。
- 5月末にチラシを配布、6月初めから本格的に集客。
- 地元演奏家によるピアノの生演奏を聴きながらの食事、そして食後には歓談の時間を設けた。
- 料理は柳井市のシェフによる和風創作料理を提供。県ブランド牛「高森牛」など地元の食材を積極的に使用した。

**事業効果（集客実績）**

- 参加者は、6月18日2組4名（男女各2人）、25日は1組2名（男女各1人）。
- 問い合わせを多くいただいた。第2回はあるのか、対象年齢の35～45歳前後でも参加できるのかなど。
- 人との出会いが制限される中で、新しい人と出会う機会をつくることができた。地域とのつながりの場となった。
- ピアノの生演奏は、参加者の年代に合わせた曲をセレクト。癒しの時間になったと好評だった。
- 地産地消を意識した料理で、地元生産者や関係者の皆さんを応援できた。演奏機会が少なくなった演奏家に活躍の場を提供できた。
- イベント利用できることを知っていただけた。

**今後の展望**

- ピアノの生演奏が好評だったので、ピアノをホテルのフロントに設置することにした。フロントに移動させることで、誰でも自由に弾けるピアノとして活用していく。また「音楽のあるホテル」としての新たな付加価値をつけていきたい。
- 今回は補助金を活用したイベントのため、同様の内容で開催するのは難しい。ただ、イベントを開催したことで、お客様のニーズや、参加しやすいスケジュール感などが分かったので、今後のイベント企画にいかしていく。
- 宿泊だけでなくイベント利用もできることを知っていただけた。

**担当者の声**

■ 有限会社ホテルニューひらお 岩本 みどり 様

今回のイベントは募集から実施までの期間が短く、少ない申し込みとなりましたが、そのおかげで募集のタイミングや参加しやすい開催日の要望を知ることができました。お客様の年齢や属性ごとにさまざまなニーズがあることも発見できました。この経験をいかして、今後もさまざまなイベントを企画してみたいと思っています。イベントを開催したことで地元の方に当ホテルの存在と、宿泊ではない利用ができることを知ってくださりました。早速、会議室をイベントで利用したいという問い合わせがあり、良い反響をいただいています。

玉仙閣

ハード面とソフト面のオペレーションで安心安全な環境を構築  
ツアー客情報を事前に入手し座席間隔の確保と間仕切りを実施

**事業概要**

さまざまな補助事業で昼食ツアーなどホール活用が少しずつ復活してきた同ホテル。感染予防のためのガイドラインを遵守し、感染予防ツールの活用といったハード面の強化とともに、お客さまに直接声をかけてマスク着用をお願いするなど、ソフト面のサービスで安心安全な環境を構築した。

**事業内容**

- 手指消毒用のアルコールボトルを、各宴会場の入口、ホール内に設置。宴会中にトイレを利用することを想定し、トイレ内にもボトルを設置した。
- 席ごとにアクリルパネルを設置。ご夫婦でも対面の場合は、パーテーションを置き飛沫感染対策を徹底させた。
- 宴会場では特にマスクの着用100%を徹底。声をかけて着用をお願い、またはマスクを進呈した。
- お客さまの来館日に向けて消毒用の消耗品の在庫確認、最終の参加人数や参加構成を確認。最終参加のメンバーリストから配席を決め、間仕切りをした。

**事業効果（集客実績）**

- ガイドラインを遵守したおもてなしについては、コロナ禍の2年間にわたる取り組みを通してスタッフが自主的に感染防止に取り組むことができています。
- 予約業務においては、個人客やツアー客を問わず、ホールの利用組数や人数を事前に確認し、席決めやパーテーションの設置を行い、感染予防対策をとった。
- ツアー客については、メンバーリストを事前に預かり座席を決めておいたことで、お客さまが席を探す滞留時間や混雑を避けることができた。どこに誰が座っているのかをホテルと旅行会社が把握できるので、お客さまの体調変化などに気づくことができた。感染状況の後追い作業でも役立つと考えている。

**今後の展望**

- ウイズコロナの現状においては、これまで通りにガイドラインを遵守したおもてなしを継続していく。
- 感染者の増加傾向や新株の出現時など、その時々状況に応じて対応していく。特にホール活用のお客さまには遵守をお願いしていく。
- CO2センサーや空気清浄器、除菌スプレーなど感染予防のためのツールの活用とともに、マスク着用をお願いする声掛けといったソフト面のサービスで感染対策を徹底していく。
- コロナ禍での感染予防対策は業務を見直す良い機会となり、効率化を図るきっかけにもなった。これからも検討を重ねていく。



間仕切りを施し  
卓上にも  
アクリルパネル  
を設置



宴会場の感染防止  
のためのツール  
(CO2センサー)

**担当者の声**

■ 株式会社伊乃正 玉仙閣 専務 伊藤 就一 様

6月は閑散期に近い時期ですが、さまざまな補助事業でレジャーを楽しむ動きが戻りつつあり、ホールを活用するリーズナブルなツアープランでの利用が増えてきました。お客さまでの感染予防対策はかなり浸透していますが、全く気にしない方もいらっしゃいます。そういった方への注意喚起は難しいことではありますが、ほかのお客さまも気持ちよくご利用いただけるように誠実に対応するしかありません。おもてなしをする担当者間でそのお客さまの情報を共有し、担当者を変更したり、宴会場での食事を個室にするなどしています。今後もオペレーションでトラブルを回避し、安心安全な環境とおもてなしを心がけていきます。



パソコン勉強会の様子



歌謡ショーを宴会場で実施

### 事業概要

宴会場を活用した、食事を提供する平日宿泊プラン、パソコン勉強会、ディナーショーの3つのプラン・イベントを企画・実施した。平日の宿泊利用を促し営業収入の増加、地元住民へのサービス向上や地元住民に宴会場を知ってもらい、新たな利用へとつなげていく。

### 事業内容

- ①ホテル見学会は、例年土曜日の宿泊は満室となる人気プラン。平日の利用を増やすため、6月の平日宿泊で、2食（夕食は宴会場）、温泉付きで1人10,000円（税込み）とした。定員は1日約20名で6日間設定。
- ②パソコン勉強会は6月21日19時から実施。より多くの人に参加していただけるよう参加費無料で実施した。定員15名。パソコンも用意した。地元商工会を中心に直接連絡して集客。
- ③「お疲れ様ディナーショー」と題し、食事と歌手の榎本まさひる氏による歌謡ショーを6月25日18時半から参加無料で実施。感染予防対策で先着20名に制限。回覧板やチラシで告知、参加者募集。

### 事業効果（集客実績）

- ①は予想以上の反響があり、平日の宿泊日6日間で93名の集客となりほぼ満室。コロナ禍以前の例年のホテル見学会プランの平日利用は1日2、3組ほど。6月の中旬以降は問い合わせが増え、断るほどだった。来年の問い合わせもあった。
- ②は前日のキャンセルがあり結果6名の参加となった。勉強会は初めての試み。勉強会で学びきっかけを提供でき、テキストを配布したので勉強会後も学びを続けてもらうことができる。
- ③のような、プロの歌手を招いての本格的なディナーショーは初めての。50名近い問い合わせがあった。参加者の8割は錦町住民で顔見知り、残り2割がチラシやSNSを見ての参加。宴会場など施設を知ってもらうことができただけでなく、地元の方に喜んでいただくことができた。

### 今後の展望

- ①については、ホテル観賞のニーズが思っている以上に高いことが分かった。コロナ禍は食事なしの素泊まりプランでいいのだが、食事のニーズが高いこともよく分かった。一定の利用客が見込めるため、来年度も継続して平日プランを企画する。リピーターや口コミによる宿泊予約の増加につなげていく。
- ②勉強するきっかけは自分では持ちにくい。パソコン以外にも勉強するイベントを企画し、学びきっかけを提供していきたい。
- ③お金を払ってでも来たいという声が寄せられた。地元の方に宴会場を見て知ってもらえたので、法事など宴会利用につなげる。



### 担当者の声

■ 有限会社らんかん高原 深谷峡温泉 清流の郷 支配人 岩男 命万 様

今回のプランやイベントは、私たちの予想を上回る反響をいただき驚いています。例年とは違う平日プラン、初めての勉強会やディナーショーにチャレンジしたことで、お客さまのニーズを知り私たちが気づいていなかった平日宿泊の可能性も発見できました。歌謡ショーを宴会場で、食事をレストランで提供したのですが、音の反響を考えるとショーを広さのあるレストランですべきだったという気付きもありました。やってみて初めて分かったことです。これまで宴会も宿泊もお客様からのご予約を待つスタンスでしたが、当館が企画して集客するという方法を今後も進めていきたいと思えます。

## ANAクラウンプラザホテル宇部

### コロナ禍での“新しい宴会の在り方”を見える化 お客様に安心を提供、営業スタッフの自信にも

### 事業概要

ビジネス、レジャーの拠点として利用される同ホテル。すべての宴会に対して、コロナ禍での新しい宴会の在り方を考慮した宴会プランを実施した。感染予防対策に関する取り組みと、ソーシャルディスタンスを確保した宴会場利用方法をまとめ、安心安全な宴会を自信をもって提案、実施。

### 事業内容

- 感染予防対策をホームページに掲載。館内のパブリックスペースや客室、従業員、宴会場内での各取り組みを写真付きで詳しく説明した。
- 「『新しい生活様式』を踏まえたご宴会場利用のご提案書」も公開。ソーシャルディスタンスを確保した場合の各宴会場の収容人数を利用形式別に表示。配席を口の字、シアター、スクール、円卓にした各パターンのレイアウト図も表示した。
- 宴会料理は、buffetスタイルや卓盛（大皿）料理をやめ、一人ずつの個別盛で提供した。

### 事業効果（集客実績）

- 自信をもって顧客に勧めることができる宴会プランと、補助金の活用により、営業スタッフのモチベーションアップにつながることができた。
- お客様に対しても同ホテルを安心して利用できる理由を分かりやすく表示したことで、「これなら安心して宴会に参加できる」と納得して利用していただくことができた。
- 結果、本事業の対象期間3カ月における宴会利用客数の目標をわずか1カ月で達成することができた。
- 忙しくなることで、調理スタッフを含めた全スタッフのモチベーションアップができた。
- 社会の変化に対応した柔軟な対応が、継続的な顧客確保につながることを実感できた。

### 今後の展望

- 宴会プランは今後も継続、コロナの状況とお客様の声を反映させながら随時、見直す。
- 宴会プランの料理は、これまでと同様に3か月ごとに内容を変えるシーズンプランとする。旬を楽しんでいただける飽きられない料理を提供し、継続的な利用につなげていく。
- withコロナの新しい宴会の在り方を求めて、柔軟な施設利用策と、あるべき姿の追求をしていく。
- 感染予防対策をとりつつ、サービスや料理、空間のホテル品質を維持していく。
- 受注件数を上げて社員のモチベーションアップを図る。



宴会場では席と席の間を100～120cm確保



ビッグファンで会場内の換気を向上

### 担当者の声

■ ANAクラウンプラザホテル宇部 営業企画支配人 麻生 隆義 様

独自の宴会プランや感染予防対策を画面にするなど『見える化』を進めたことで、お客様にも、営業先の担当者様にも安心安全の理由を納得していただくことができました。今年の3月から6月の宴会利用者数の目標を予想以上に早く達成できました。ただ、出張がオンライン会議にかわったり、宴会は大人数ではなく少人数で行ったりと宴会の在り方は変化しています。正直、この先のコロナの状況も求められる対策も分かりません。コロナ禍前と同様の宴会利用に戻ることはないと考えています。その時々で状況で宴会の在り方を検討し、お客様の声を反映させながらよりよい宴会プランに進化させていきます。





感染対策として、  
アクリル板を設置  
(洋室宴会場)



宴会場として  
開放した写場

■ 事業概要

規模は少人数から350席の大人数まで、形態も和室洋室と様々なタイプの宴会場を持つ同ホテル。写場も洋室の宴会場として開放し、会席料理を6月限定で30%割引に、これまで8名以上の利用だったものを2名から利用できるように変更。地元新聞や初めて利用する情報誌への広告で広く周知し、利用促進を図る。

■ 事業内容

- 6月限定で会席料理6,000円、8,000円、10,000円の3プランを30%割引に。通常8名からの利用を2名からとした。予約目標人数は3プラン合わせて100名。
- 写場も洋室の宴会場として活用。大小ある宴会場を人数や要望に応じて使い分ける。
- 広告で、やまぐち安心飲食店であることを強調。2名からの個室利用として感染拡大を防ぐ。
- 広告は、山口新聞、瀬戸内タイムス、日刊新周南などの地元新聞、そして初めて山口県東部地区のフリー情報誌「MOTTEKE」を活用し広く周知する。

■ 事業効果 (集客実績)

- 広告を出してすぐに反響があり、目標の100人は2週間以内で達成できた。今まで活用していなかったフリー情報誌に広告を出すことで、情報到達エリアを広げることができた。
- 新規顧客の獲得、また既存顧客が戻ってきたことを感じた。
- さまざまなシチュエーションに応じた宴会場があることを周知できた。
- 感染症対策を徹底していることを知ってもらえた。
- 30%割引と、2名から宴会(個室利用)ができる点が大変喜ばれた。少人数の宴会のニーズが高いことが分かった。
- 早々に目標達成ができ売上増となったことで、従業員の士気が上がり前向きに仕事に取り組めた。

■ 今後の展望

- 今まで活用していなかったフリー情報誌を通じて、企業宴会だけでなく家族利用など気軽な少人数宴会ができる施設であることをアピールしていく。法事や誕生祝い、お食事会など新規のお客様を獲得する。
- 地元新聞社の広告を通じて、企業へのアピールを続ける。
- イベントを企画して継続利用につなげる。
- 宿泊と絡めたプランやイベントを提案して利用客を増やし、施設全体の稼働率アップを目指す。
- 感染症対策を徹底した宴会を行えることを積極的にアピールしていく。
- 宴会利用、観光旅行利用などで集客し、地元の活気づりに貢献する。



担当者の声

■ 株式会社松原屋 代表取締役 松原 眞喜雄 様

当社は昨年で創業100周年を迎えることができました。地域の皆様への感謝の気持ちを込めて大々的なイベントを予定していましたが、コロナ禍でかないませんでした。そんな中での今回の取り組みです。広告を出すと数日で限定100名の枠がいっぱいになり、お客様には安心安全な空間でくつろいで楽しんでいただけたことを嬉しく思います。今後も地域の皆さまに未永く愛され続けるホテルであるために、細かいところまで行き届いたサービスと心のこもったお料理を提供いたします。さらに100年先を目指し、さまざまな企画で事業を継続させ、地域の活性化に貢献したいと考えています。

■ 事業概要

宿泊団体や大型のコンベンションを受注してきた同ホテルは、リピーターのお客様からの利用が多い。予約・問い合わせには、「やまぐち安心飲食店」として感染症対策を施しているため安心して飲食できることを説明。コロナ禍で感染拡大させない宴会、会議を実現する対策をとっていることを強みに前向きに会議や会食を誘致する。

■ 事業内容

- 同ホテルは、200人以上収容できるホールを2か所、そのほか宴会場、会議室を持つ。全ホールを宴会場としてフル稼働させ、人を分散させて感染症対策とする。
- 会議室利用の場合は、通常の倍の収容人数のホールを確保。
- お客様の会場の使い方、スケジュールなどを確認し、何度も打ち合わせを重ね、感染症対策に配慮する。例えば、お弁当付きの会議の場合、会議冒頭に30分程度の話があるならふたつきの弁当を用意するなど。
- 出入口を開放して換気を行う。出入口に消毒液を設置する。

■ 事業効果 (集客実績)

- お客様との打ち合わせを重ねて感染症対策も施しているため、安心して利用いただいています。
- 複数の宴会場を用途や人数で使い分け、やまぐち安心安全の規定の距離を確保できている。
- 飲み放題の場合、乾杯後にお酌するなどの移動を制限することを了承してもらい、クラスターを発生させることなく無事に営業を続けている。
- コロナ禍でも感染拡大させない宴会、会議を実現できている施設として認知していただけた。今後どうなるかわからないコロナ禍でも安心して利用できると、来年以降の長期的な予約をいただいた。
- 若いスタッフが多く、一生懸命に取り組む姿を見ていただけた。

■ 今後の展望

- コロナ禍でも感染拡大させない宴会、会議を実現できたノウハウを蓄積できた。お客様からのご予約に対して、安全にかつ喜んで会場を利用していただくための提案をしていく。
- このような不安定な状況下でも利益を出していくための戦略に活用する。
- 感染症対策に配慮した会食、会議、催事のプランを構築していく。
- 多くの方に施設を利用していただき、山口の海鮮や地酒を盛り込んだ地産地消の食事や、多くの著名人に愛された湯田温泉の魅力を県内外に発信していく。



規定の距離を  
取って配席

担当者の声

■ ユウベル株式会社 ユウベルホテル松政 主任 前原 圭亮 様

当ホテルの宴会場をフル活用して、お客様の安全確保を第一に会議や宴会を実現しております。当然スタッフの数も従来よりも必要になり、至らぬ点もありますが、リピーターのお客様のご理解とご協力をいただき、コロナ禍においても営業を続けております。当ホテルのある湯田温泉は小さな町です。どこかが盛り上がりると町全体にも影響します。山口県は観光地が点在し、湯田温泉はちょうど真ん中。各所のアクセスにも便利です。この湯田温泉を盛り上げる役割を果たせるように、今後も積極的に誘致していきます。

ふぐをさばく  
実技指導

### 事業概要

角島周辺では、山口のふぐを提供する店舗が少ない。ふぐを提供するために必要となる、ふぐ処理師の数は減少傾向にあり、高齢化も進む。新たに処理師を誕生させ、ふぐ料理の提供店を増やすため、処理師の資格取得を目指す講習会を実施。ふぐの消費拡大と食文化の発展につなげ、山口県の観光を盛り上げる。

### 事業内容

- 山口県の「ふぐ処理師」の認定基準が改正され、これまで必要だった処理師のもとでの実務経験が不問となった。さばく技術はすでにもっている漁師や料理人だけでなく、また学生や一般の方まで対象を広げ、資格取得に役立つ講習会を実施。
- 講習会は学科3時間、トラフグをさばく実技指導3時間。講師は、専門性をともなうため有限会社さらに委託。
- 講習会は合計3回実施、各回の定員は10名。
- 受講料は無料とし、気軽に受講してもらい、ふぐ料理に興味のある人を増やす。

### 事業効果（集客実績）

- 実務経験や学科試験がネックとなって、さばく技術はあっても処理師の資格を持っていなかった料理人や漁師らに直接声をかけ、全3回満席で合計30名の参加があった。
- 同宿泊施設からも3名参加。同施設でふぐを提供できる可能性が生まれた。
- 県生活衛生課によると、年1回行われる試験の今年の受験者は17人。講習会に参加した30名が全員受験すると仮定すると、受験者を増やすことできる。
- ふぐ処理師は昨年10月時点で4,534人。そのうち6割が65歳以上。受験者が増えれば合格者も増えることが予想され、処理師の高齢化問題の解消が期待できる。
- 角島や周辺でふぐの提供ができれば、観光客のニーズに応えることができる。

### 今後の展望

- 角島を訪れる観光客から「ふぐが食べたい」というニーズがあるにもかかわらず、角島やその周辺で提供できる店舗が極めて少なかった。処理師を増やすことで扱う店舗が増えることが期待され、ふぐの消費拡大につなげていく。
- 当宿泊施設でも提供できるようにし、利用者の満足度をあげる。
- 角島ではシーズンオフとなる冬にふぐを提供できるようにすることで、宿泊客の増加につなげていく。
- 地域の料理を軸に、飲食店と旅館業者等で連携し、ふぐだけでなく、山口県の水産物の消費拡大、観光客の満足度の増加をはかり、山口県の水産業と観光業を発展させていく。

### 担当者の声

■ 有限会社 中屋うに本舗 角島総本家 代表取締役 中谷 清正 様

ふぐ処理師の認定基準の改正をチャンスととらえ、来年に行われる受験者を増やして角島や周辺でふぐを扱う店舗を増やしていこうと考えました。当社は仲買としてふぐを扱っていますが、お客様への提供ができません。角島の漁師や料理人も同様で、ふぐをさばける技術はあっても免許がなければお客様に提供できていないのです。免許を取得できれば当社の宿泊施設でもふぐを提供できるようにになり、角島の滞在を生み出し、より多くの観光客を引きつけることができます。角島でふぐを楽しめるという新たな魅力を生み出し、ふぐの消費拡大、さらに山口観光の魅力を高めていきたいと考えています

### 萩の宿 常茂恵

### リピーターを対象にシークレットライブを開催 通常とは異なるイベント性を付加し、よりコアなファンに

### 事業概要

団体向けの宴会場として利用してきたホールで、ピアノコンサートを実施した。何度も宿泊してくれるリピーターを対象とし、通常の宿泊時とは異なるイベント性を付加することで、よりコアなファン化につなげる。また、SNS広告で質の高いイベントを催す旅館であるイメージを広くPRする。

### 事業内容

- 6月19日午後8時から大宴会場で、「一夜限りのプレミアムLIVE 受け継いできたもの 伝えてゆくもの」を実施。
- リピーターを対象として宿泊者は無料招待、一般客は2,500円。定員は席ごとの間隔をとって最大90名のところを45名とした。
- ピアニストは、同館ホームページの料理紹介動画のBGMの作者、情景描写ピアニストである山地真美氏。
- コンサートではオリジナル曲を披露。同時に、山地氏のチームによる萩市、近隣の市町をドローンで撮影したオリジナル動画を上映。

### 事業効果（集客実績）

- 集客は県内のリピーターへのDM（手紙）と、同館のホームページやSNSで行った。45名の参加があった。
- お客様から「友人にも紹介します」という声をいただくなど好評を得た。
- シークレットライブという通常の宿泊時とは違うイベント性、ピアノ演奏はオリジナル曲、萩市を中心とした感動の景色の動画を上映するなど同館の独自性で、PR効果が高まった。
- 動画撮影スポットは同館の企画担当者が提案。観光マップにはあまり紹介されていない、初めて知る萩を意識した。動画で紹介された風景を見にいきたいという問い合わせもあり、同館で過ごす時間を通じて、これまで知らなかった萩の魅力を知ってもらうことができた。

### 今後の展望

- 今後のイベントも、リピーターを対象に同館の品質を表現する内容で展開していく。
- 同館と関係性のあるゲストによる講演会や実演などを定期的に行い、芸術に触れる場を設ける。
- 将来的にはリピーター同士の交流も促進し、より強固なファンづくりを目指す。
- 独自性のあるイベントで、参加者による口コミなどのPR効果の最大化を図る。
- この度のイベントで制作した動画を通して、訪れる人々に萩の魅力を再発見してもらい、新たな気持ちで萩を観光してもらおう。もっと知りたいという気持ちを高め、継続的な利用につなげ、萩市の観光に貢献する。



コンサートの様子

シークレットライブ  
のご案内

### 担当者の声

■ 有限会社まこと総合企画 萩の宿 常茂恵 フロント・予約 企画担当 平井 健一 様

この度のイベントは、常茂恵を5回、10回と利用して下さるリピーターの方への特別なおもてなしとして、シークレットライブとさせていただきます。すでに常茂恵をよく知って下さっているお客様に、常茂恵で過ごす新たな時間という目には見えない価値を提供するものです。今後も萩焼きに関連した焼物作家の講演会や展示、演奏家によるコンサート、華人茶人の講演会と実演など、当館との関係性とストーリーがある質の高い催事を定期的に企画していきます。リピーターのお客様にも新たな気持ちで常茂恵をお楽しみいただき、常茂恵のさらなるファンになっていただけると嬉しいです。

