

令和4年度

## 宿泊施設のホール等利活用促進事業（第3期）

---

事例集

## ■ 事業概要

宿泊施設にレストランや雑貨店を併設し、人が集まり楽しむ場を目指す同館。ビジネスホテルから観光ホテルへとシフトチェンジを図る中で、宴会、ランチ、ディナープランで地産地消を意識したメニューを強化した。遠方からの観光客の「山口を満喫したい」という需要に応じて、夕食プランにふぐ料理を追加し、レストランでは地元企業や生産者と提携してオリジナルメニューを考案、提供。山口の価値を発信し、長門市の活性化に繋げる。

## ■ 実施スケジュール

- 山口県内のこだわりぬいた食材を使用した地産地消メニューを考案、提供。
- ホームページ、SNS(週2)で情報を発信し、実際に予約が入ってきている。松陰神社のデジタルサイネージでも観光客向けに情報を発信。
- 商工会議所でも新しい試みとしてふぐ料理やオリジナルメニューをプレゼンし、広く周知した。

## ■ 事業内容

- 地産地消にこだわりぬいた宴会、ランチ、ディナープランを実施。長門市の長州どりや生シラス、仙崎かまぼこ、油谷の百姓庵の塩を使用し、山口の地酒を用意した。
- 8月からディナープランに、「ふぐづくしプラン」7,700円(税込)を追加。ディナープランは宿泊客、外部の方も利用可能。(要予約)
- 10月から、レストランのランチで生シラス丼を提供。長門市の老舗水産加工会社「中原商店」と提携し、新鮮な生シラスを入手。「料理長おまかせコース」にミニサイズの生シラス丼を追加した。
- 地元企業と提携し、オリジナルドリンクを考案。長門市の養蜂家が営む孫農園の蜂蜜を使い、川棚の和菓子店のノウハウを取り入れて「わらび餅ドリンク」を考案、提供した。
- 宴会の締めデザートもできるだけ地元食材を使用。

## ■ 事業効果 (集客実績)

- 地産地消にこだわりぬいたメニューの考案で、客数が増え認知度が高まった。山口県の食材をPRしたことで、リピーターの増加傾向が見られた。また、地元企業、商工会や農協、旅館協会、ライオンズクラブ等の団体と提携したことで、関係性を構築できた。
- ふぐ料理を加えたことで、「ふぐづくしプラン」の予約が増えてきた。
- 生シラス丼は、同館と道の駅センザキッチン内「食labo」限定のため、このメニュー目当ての来店があり、完売する日もある。付加価値が注目を集めた。
- オリジナルの「わらび餅ドリンク」は、レストランやテイクアウトでも提供。おしゃれなラベルがかわいいとSNSで反響があった。
- やまぐち安心飲食店の取り組みとして、検温、手指消毒、マスク着用を徹底。アクリル板や二酸化炭素濃度測定器の設置、換気を行い、ソーシャルディスタンスを保ち、安心して過ごしてもらえた。

## ■ 今後の展望

- 地元色の濃い新メニューをSNSで積極的にPRする。
- 最大100人収容できるホールで、地域内外の事業者を招いて朝ミーティングを実施し、自らの成長と長門市の地域活性化に繋げる。
- 山口県の女性と県外の男性をターゲットに、男女マッチングイベントの開催も検討中。
- ホールを活用して、木製雑貨や飲食などを楽しめる女性向けのナイトマーケットを企画。出かけるにくい夜に外出してもらうきっかけを作り、地域活性化に繋げる。



### 参加者の声

山口県外在住 40代 女性

宿泊利用で、「ふぐづくしプラン」を選びました。山口といえばふぐをたっぷり味わえ、そのほかにも山口県産の食材がふんだんに使われていたので山口の味を満喫できました。ホームページで予約したので、フンドリンクサービスがあったのも嬉しかったです。

長門市在住 20代 女性

SNSで「わらび餅ドリンク」を知って、初めて来ました。レストランを利用した際、地産地消を意識したメニューが多いことに魅力を感じたので、次回は泊まりに来たいと思います。



地産地消にこだわったふぐ料理メニュー



新鮮な生シラスを使用した「生シラス丼」



卓上にアクリル板を設置



### 担当者の声

■ KULABO大正館 代表取締役 楯野 祥之 様

私が代表に就任した昨年の9月は宴会が全くなく、宿泊客もレストランの来客数も少ない状態で、施設全体の売上はコロナ前の約半分にまで落ち込んでいました。そこで、売上の半分を占める宴会、食事に力を入れて集客を図りました。値段を下げて人を集めるのではなく、付加価値で勝負をしたいと考え、地元企業や団体と提携した地産地消メニューやオリジナルドリンクを考案。地元色の強い取り組みが話題となり、当館に注目していただけるようになりました。地元企業との提携は経済を回すという狙いもあります。そうして長門市が魅力ある街になれば、人口流出を食い止める力になり、さらに山口の活性化にも繋がると考えています。今後は100人収容できる宴会場やレストランなどのホールを活用して、人が集まる場づくりにも力を入れていきます。「楽しむ」をキーワードに、地域の方や宿泊者などが集まって記憶に残る時間を提供していきます。

## ■ 事業概要

地域産品を活用した旅館ブランドの構築に力を入れる同館。アフターコロナに備えて、地元のお客様や近隣観光客の利用を促す企画に取り組む。日帰り宴会プランに旬の地域食材を盛り込んで料理内容を充実させ、忘新年会や法事、同窓会など様々な用途で利用できることをPR。また1月には、福岡を拠点に活躍する芸人ゴリけん氏によるバラエティトークショーを開催し、同館をまだ利用したことがない新たな客層に旅館をきっかけを提供した。

## ■ 実施スケジュール

- 11月～1月、通年提供している宴会プランに旬の地域食材を加え、品数ではなく料理内容を充実させて5,500円(税込)～にて提供。
- バラエティトークショーは10月から準備を始め、11月末から予約開始、1月7日(土)13時～14時半に実施。前売り2,000円(税込)、当日2,500円(税込)で販売。
- 申し込みは、ゴリけん氏が所属するワタナベエンターテインメントで使用している予約フォームを活用。告知は同館のホームページとSNSで行った。

## ■ 事業内容

- 11月～1月の宴会プランは旬の地域食材を活かした会席料理を用意。県内や近隣観光客をターゲットとし、法事、同窓会、団体の会合など様々な利用を促す。
- バラエティトークショーでは、教科書には記載のない山口県の歴史をゴリけん氏が語った。また同館の岡藤氏も登壇し、ともに楊貴館の名前の由来や伝説を紹介。イベント終盤には、山口県の特産品等をプレゼントするじゃんけん大会を実施した。
- 客席の配置は一方方向のスクール型、1席毎に間隔を空けた。
- 申し込みは予約フォームで行い、支払いは当日参加の受付とともに行った。ホテルの受付とは別に窓口を設けたことでスムーズに業務ができた。
- 予約フォームの利用で顧客リストを作成でき、感染があった場合に追跡できるよう準備した。

## ■ 事業効果（集客実績）

- 宴会プランの利用で、12月には50人規模の忘年会を受注した。1月には出初式や成人式で地元の集まりなどの予約が入った。人気のプランは10,000円(税込)や15,000円(税込)。
- 同館の3つの宴会場を、会合の規模に応じて使い分けられることを周知でき、広さのある宴会場で、大人数でも安全な会食を実施できた。
- バラエティトークショーは、60名の参加となった。そのうち県外からは10名程度が参加。ゴリけん氏が主に九州で活躍しており、福岡県からの来客も見られ、近隣観光客との接点を持てた。
- イベントが昼過ぎだったため、イベント前に同館や市内で食事や観光をする様子が見られた。
- 旅行・宿泊という目的ではなく、トークショーという日帰りイベントで利用するという同館の新たな利用法を提案できた。

## ■ 今後の展望

- 日帰り宴会の問い合わせが着実に増加している。地域の旬の食材を味わえる宴会が可能であることを周知し、春の歓送迎会や法要、婚礼などでの選択肢に挙げていただく。
- 食事・イベント・宿泊など同館との様々な接点を用意し、利用するきっかけを提供していく。宿泊も増えているので、バランスをとりながら対応していく。
- 地域の拠点となれるよう、地域の事業者や地元住民と協力し山口県ブランドを構築していく。



## 参加者の声

長門市在住 30代 男性

岡藤さんのSNSでイベントを知りました。楊貴館さんの地域経済を活性化させようという意気込みに好感を持ちました。旅館のエンターテインメント利用はありだと思えます。

北九州市在住 30代 女性

ゴリけんさんのファンで、これまでトークライブに参加しています。旅館でのライブは初めてで、ライブへの参加だけではなく、旅館で入浴もできるなんて新しいなと思いました。



宴会プランの会席料理に旬の食材を追加



ゴリけん氏、同館の岡藤氏も登壇



1席毎、客席と壇上との間に距離をとったレイアウト



## 担当者の声

■ 油谷湾温泉 ホテル楊貴館 代表取締役 岡藤 明史 様

コロナ禍で、お客様の旅のスタイルや価値観が変化し、以前の戦略のままでは集客や収益化が難しくなっています。アフターコロナを見据えて、県外向けの宿泊事業だけでなく、地域の拠点になれるよう進化していく必要性を感じています。感染症対策への理解は相当浸透していますが、大人数のイベントのリスクは拭えません。補助金を利用することで、新たなチャレンジの一步を踏み出すことができました。バラエティトークショーは、既に人気のコンテンツを活用したことで準備も集客もスムーズに行え、山口県の観光を紹介する新しい形を提示できたのではないかと思います。福岡県からの来客もあり、長門滞在のきっかけを生み出し1月の開催でお客様に初笑いを提供できました。この度のような地元のお客様や近隣観光客に向けたイベントを企画し、当館を一人でも多くの方に知っていただける機会に繋げていきたいと思っています。

## ■ 事業概要

着物で川棚を巡る食事付きプラン「川棚茶寮」を実施した。参加者は着物を着て、食事や同ホテル社員による茶事、福德稲荷神社への初詣や青龍湖へのミニツアーを楽しんだ。このプランは新たな客層の開拓を目指し、若手社員が主体で企画したもので、従業員がもてなすイベント付きプランは初めて。集客では「川棚茶寮」専用のSNSアカウントを開設し地域の魅力を発信するなど、従来と異なる広告方法に挑戦した。

## ■ 実施スケジュール

- 10月から企画内容を考案する。
- 11月に懐石メニューの試食、レンタル着物・茶菓子の手配。
- 11月末には地域の情報誌へ情報を提供、イベント告知を開始。
- 12月にはホテルの公式SNSとは別に「川棚茶寮」アカウントを作成し、川棚地区の魅力を発信しつつイベントも紹介。SNSの広告も利用した。
- 参加者リストから配席を決定。
- 1月15日(日)、日帰りプランは10時30分～、宿泊プランは13時30分～イベント実施。

## ■ 事業内容

- 「川棚茶寮」では、昼食に懐石料理を提供する日帰りプラン(着つけ付きの方14,300円[税込]・着物で参加の方8,800円[税込])と、茶事から始まり夕食に懐石料理を提供する宿泊プラン(着つけ付きの方23,100円[税込]・着物で参加の方17,600円[税込])を用意。
- 懐石料理には下関ふぐ、長州どり、高森和牛など山口の食材を使い、見た目も華やかな新春らしいメニューを提供。着物でも食べやすいサイズやメニューにした。
- 着付けと食事は宴会場を使用。特に、食事にはコロナ禍にリニューアルした仕切りを設けた宴会場で、小グループ毎に提供した。
- コロナ禍に、社員教育の一環として茶道部を結成し、イベントの茶事の亭主や半東を務めた。
- 着物は下関の業者からレンタルし、着付けには川棚の呉服店も参加。茶菓子は地元の老舗和菓子屋で手配するなど地域の業者と連携した。
- 福德稲荷神社に参拝後、青龍湖で山口の日本酒「獺祭」の酒粕を使った甘酒を提供。境内からの大鳥居越しに響灘の海、湖からの川棚の原風景を紹介し、地域の魅力をアピール。

## ■ 事業効果（集客実績）

- SNSの広告がきっかけとなり、30代の若い世代からの申し込みもあった。
- 参加者は日帰りプラン11名、宿泊プラン5名の合計16名。内30代が3割程だった。下関市や県内からの参加が多く、中には北九州市から日帰りで参加したグループもあった。
- 茶事の担当者は通常業務とは違う緊張感を味わい、改めて「ホテルのおもてなし」について考えるきっかけになり社員の意識やおもてなし力の向上に役立った。
- 参加者からは「非日常が味わえる」と好評で、定期的な開催を望む声や、川棚を訪れても宿泊したことがない方から「ホテルを利用できるのが嬉しい」「次回は宿泊したい」という声も聞かれた。

## ■ 今後の展望

- 参加者からは定期的な開催を望む声が多く、今回の結果から、継続開催する方法を検討したい。例として季節の移ろいを感じられるよう四季毎に開催すれば、リピート参加も促しやすいのではないかと思います。
- 集客に課題が残ったので、継続するためにも集客方法を見直したい。
- 川棚温泉街全体を盛り上げていくために、今回のイベントで深まった地域との連携を活かして開催していきたい。



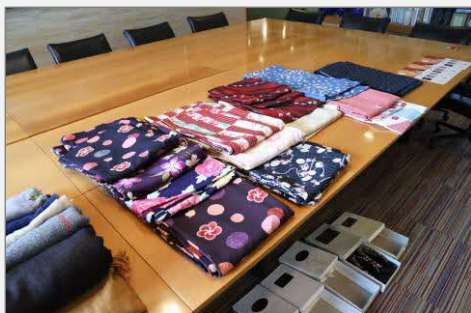
### 参加者の声

北九州市在住 30代 女性

SNSの広告を見て申し込みました。着物を着るのは成人式以来で、着物で出掛けたいと思っていたので良い経験になりました。北九州市からは車で1時間程と近いので、日帰りで温泉や瓦そばを楽しむことはあってもホテルに宿泊することはありませんでした。今回のイベントを通して、ホテルを堪能できたので満足しています。

北九州市在住 30代 女性

食事もおいしくいただきました。見た目が華やかで、お正月らしくて素敵でした。高森和牛のステーキや、紅白に彩られたちらし寿司が絶品でした。福德稲荷神社は初めてでしたが、雄大な景色に癒され新しい川棚を発見できました。



参加者に選んでいただく着物や小物



着物でお食事



館内各所で感染症対策を呼び掛け



### 担当者の声

■ 川棚グランドホテルお多福 常務取締役 岡本 高明 様

補助金を活用して、これまでチャレンジしたことがない集客方法や企画を実施することができました。参加者の皆様からも概ね高評価をいただき、嬉しく思います。イベントを通じ地元の事業者との交流が深まったこと、普段の業務から離れ新たなことに挑戦できたことは大きな収穫でした。イベントを担当した社員は、着物の手配時にも参加者の年代や新春にふさわしい柄を揃えたり、懐石料理でも味はもちろんのこと見た目の華やかさにこだわったりなど、イベントを盛り上げようと趣向を凝らしていました。特に茶事は「おもてなし」について改めて考え直す良い機会となりました。今回の経験から得た気づきを社内でも共有し、おもてなし力向上に役立てていきたいです。また、新設したSNSアカウント「川棚茶寮」では、引き続きあまり知られていない地域の情報も紹介するなど川棚の魅力を発信する予定です。これからも地域の活性化に貢献していきたいと思っています。

## ■ 事業概要

湯田温泉街を代表する宿泊施設で、国際観光旅館でもある同館。6種類のお風呂や女将劇場が人気で、楽天トラベル日本の宿アワード2021を受賞。約10年連続で京太郎ショーを開催しており、コロナ禍前は3日間で約500人を集客。コロナで開催が一時途切れていたが、お客様からの要望も多いことから再開。コロナ禍でも大型イベントを実現できる徹底した感染症対策を近隣宿泊施設に示し、温泉街を元気づけ関連産業の活性化に貢献する。

## ■ 実施スケジュール

- 8月29日(月)～31日(水)のイベント開催に向けて企画会を実施。フリーペーパーの「ほっぷ」や「サンデー山口」、ホテルの電光掲示板で告知するなど宣伝や広報も行った。また、スタッフによる営業のほか、京太郎ファンクラブへの情報提供も行った。
- 入場券の販売を行い、感染症対策の観点から会場の定員を大幅に制限した。
- 8月からは、イベント内容の細部の調整。感染症対策を徹底した。
- 3日間とも19時～20時30分に京太郎ショーを実施し、その後お楽しみ抽選会で終了した。

## ■ 事業内容

- 約10年間、毎年開催している常盤恒例の「オーロラビールまつり 歌と踊り 京太郎ショー」を8月29日(月)～31日(水)の3日間開催。本年にいたっては2回目の開催だった。
- 京太郎氏は岩国市(旧由宇町)出身。「京太郎ショー」は、リピーターが多く県内外からの参加もある。コロナ禍前は約500人を集客する大型イベントで集客力が高いため、このイベントを再開した。
- 感染症対策として、スタッフを玄関に配置し、お客様へ検温・手指消毒を呼び掛けた。会場は300人収容できる大宴会場「鴻城」。テーブルは通常8人掛けのところを4人掛けにし、卓上にはアクリル板を十字に設置して席毎に区切り、換気も常に行った。スタッフは入館前の検温のほか、配膳時には手袋とマスクを常時着用した。
- 料理は、料理の鉄人として知られる「天地の会」の大田忠道氏が監修。山口の旬の食材を活かした和食を用意した。生ビール、焼酎、ソフトドリンクは飲み放題で、参加費は9,000円(税サ込)とした。

## ■ 事業効果(集客実績)

- 待望の「京太郎ショー」に、県内外から3日間で231名の参加があった。参加者の9割が県内、1割が県外であった。京太郎ファンのリピーターとの繋がりを深められ、宿泊客の当日参加も得られた。
- お客様に同館の感染症対策を体感していただい、クラスターを発生させることなく無事にイベントが開催できたため、安心できるホテルとしてのイメージを定着させることができた。
- コロナ禍での大型イベント開催のモデルを近隣宿泊施設に示し、質の高い料理を提供したことでお客様から高い評価を得た。
- お客様が湯田温泉街を散策し、お土産の購入や温泉に入っただき、温泉街の活性化に貢献できたことで観光関連の起爆剤となるイベントとなった。
- 京太郎氏の素晴らしい歌唱力、絶妙なトークによる楽しい内容に「また来たい」という声を多数いただいた。
- 温泉街や地域の活性化にも貢献できた。

## ■ 今後の展望

- 安心して参加できるイベントとして、今後も継続して開催し、チラシ作成や広報にも力を入れていく。
- 集客数は三密を避けるために、現状のまま感染症対策をさらに充実させていく。
- 上記の取り組みと併せて抗菌化を施した、露天風呂付客室2部屋を新装。より安心安全な旅行を案内できる施設であることを発信し、事業を展開していく。
- 三密対策を兼ね備えた宿泊施設として団体の大会や会議、修学旅行の受け入れに注力する。



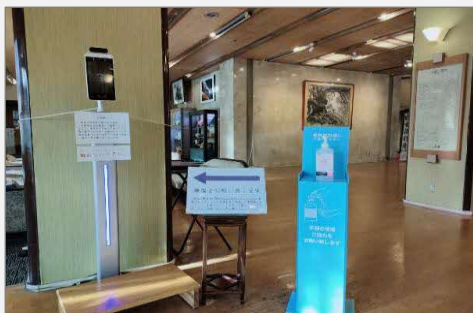
### 参加者の声

山口市在住 40代 女性

京太郎さんのワンマンショーを楽しみにきました。会場が広く、円卓と円卓の間隔も十分にとってあり、卓上のアクリル板の設置など感染症対策が徹底されていたので、安心して楽しめました。本当に楽しいショーでした。

周南市在住 60代 女性

毎回、京太郎さんの素晴らしい歌声、絶妙なトークを楽しみに参加しているリピーターです。ショーも楽しめてお料理もおいしくて、飲み放題で9,000円(税サ込)は安いと思います。また参加したいです。



玄関でスタッフが感染症対策を呼び掛けた



円卓は8人掛けを4人掛けにした



距離を保ったレイアウト



### 担当者の声

西の雅 常盤 販売促進マネージャー 山本 輝浩 様

コロナ禍で宿泊客は著しく減少していましたが、観光需要の高まりなどにより急激に増えました。団体の大会や会議などでもご利用いただいている当館には、日々多くのお客様が出入りされています。感染症対策の徹底に努めておりますが、「京太郎ショー」のような大型イベントの再開には、相当な覚悟をもって臨みました。湯田温泉街にある国際観光旅館として、クラスターを発生させることは当館だけでなく、温泉街全体の活性化に大きな影響を与えてしまうためです。それでも大型イベントの実施を決めたのは、湯田温泉街を楽しんでいただきお客様に元気になっていただきたいという想いからです。無事にイベントを開催することができ、他の宿泊施設様にも参考にしていただけるモデルイベントを示すことができました。今後も多くのお客様に湯田温泉街に来ていただくきっかけをつくり、温泉街活性化に貢献してまいります。

### 事業概要

創業80年を超える同館。宴会場の利用価値の創出・提案として、食事やトークショーに加え、ものづくり体験もできるイベントを実施。ゲストは、下関で活躍する服飾デザイナー浜井弘治氏。「割烹旅館でデザイナーの話を知ろう」「ミシンを使わない洋裁」という意外性が注目を集めた。地元の魅力を発掘・発信し、下関を含めた山口県の魅力づくりに取り組み、集客するプロジェクトで、地域活性化の担い手の育成も目指す。

### 実施スケジュール

- 11月中旬に告知用のチラシが完成し、同館の宴会や宿泊のお客様、ゲストの浜井氏の関係者、電子黒板のリース会社を通じて配布。また、同館のSNSでもイベント情報を発信。
- 1月9日(月)～11日(水)の3日間、11時からバッグ製作のワークショップ、12時半から食事、13時40分からデザイナーによる講演会を実施。会費は通常6,500円(税込)を30%引きで4,550円(税込)とした。

### 事業内容

- この度のイベントでは、2006年に東京から下関に拠点を移して活躍する地元出身の服飾デザイナーの浜井氏を迎えた。
- イベントでは、浜井氏が開発したミシンを使わない洋裁「Origami Sewing」を体験。浜井氏の指導のもと、畳んで作る帆布のトートバッグを製作。ランチコースを楽しんだ後は、浜井氏と、下関を拠点に創業支援等で地域活性化の活動をする北尾洋二氏とのトークセッションを行った。
- 参加者全員がスムーズに製作できるように、電子黒板を活用し製作手順を動画で説明。食事中には浜井氏の活動を紹介する動画を映した。
- 同館の料理をランチコースで気軽に味わっていただいた。
- 宴会場の新たな活用法としてワークショップを実施し、稼働率の向上を図った。
- 入館時にサーモグラフィーによる検温、手指消毒を実施。席の配置は壇上に向かって一方向のスクール型とし、感染リスクの軽減を図った。

### 事業効果 (集客実績)

- 定員は、50人収容可能な宴会場で間隔がとれるよう各日20人とした。参加者数は、1月9日(月)は17名となり、10日(火)・11日(水)は13名の申し込みがあった。
- 宿泊、食事以外に、トークショーやワークショップなどでも同館を利用できることを周知でき、感染症対策も体感してもらえた。
- 宴会は接待利用が多く、宿泊はもともと地元住民の利用機会が少なかったが、同館を利用してもらうきっかけを提供できた。
- アーティストに活動・情報発信の場を提供。地域の魅力を発掘し、参加者をはじめ多くの方に情報を発信したことにより、下関の魅力づくりに貢献できた。

### 今後の展望

- 下関にゆかりのあるアーティストやデザイナーに情報発信や活動の場を提供し、芸術活動の支援を行っていく。
- 今後も宴会場の新たな活用法を試し、周辺の宿泊施設等にも提案していく。
- バッグに再生素材を利用するなどの同館が推進するSDGsを、ホームページやSNSを活用し周知させていく。
- 浜井氏に同館スタッフのユニフォームの制作依頼や、宿泊客が「Origami Sewing」で入浴用バッグを制作する企画も検討していきたい。
- 旅館の新たな可能性を探り、100年企業を目指す。



### 参加者の声

山口市在住 40代 女性

寿美礼さんのSNSでこのイベントを知って参加しました。服飾デザイナーさんのお話が聞けること、ミシンを使わないソーイングなど興味を引く内容でした。ワークショップでランチ付きだったので、娘を誘って参加しました。イベントだと親子でも利用しやすいですね。

下関市在住 50代 女性

浜井さんのSNSを見て、ものづくりが趣味の友人を誘ってきました。寿美礼さんには初めてきました。老舗割烹旅館ですので敷居が高かったのですが、実際に来てみるとスタッフの方も気さくでとても過ごしやすいと感じました。来てみないと分からないことってありますね。また利用したいです。



山口県の豊富な山海の幸を使用したランチコース



宴会場でワークショップをする様子



作り方を電子黒板で説明



### 担当者の声

株式会社寿美礼 代表取締役社長 和田 健資 様

当館は、本年度創業83年となりました。100年企業を目指すには進化が欠かせません。今回は、宴会場をワークショップで活用する新たな取り組みに挑戦しました。今後もこうした取り組みを企画し、地域の方と連携して町の中に新たな動きをつくり、お客様との新たな接点を生み出していきたいと考えています。当館での体験に興味を持っていただき、新たな感動を発見していただけるように、ソフト面の付加価値づくりに取り組んでいきます。それは、当館の働き手や担い手の育成、また観光業や地域の発展にも繋がっていくと考えています。今後は、例えば町中を大きな旅館と見立てて、当館がレセプションとなり、町中の空き家をリノベーションして客室として活用するなど、点と点を繋いで線、そして面をつくり、当館からシナプスを広げていくようなイメージで地域の活性化を進めていきたいですね。当館、または下関にお越しいただけるように、地元の魅力を発掘・発信に取り組んでまいります。

### 事業概要

創業160年を超える老舗旅館。平日は地元企業の宴会、休日は地域の法事など宴会・食事が売上の9割を占めたが、コロナ禍には半減した。料理には定評があり、テイクアウトが好評。認知度向上と更なるファンづくりを目指して、10月～1月に全4回、食・音楽・文化イベントを実施した。純和風建築の大広間で食事をいただきながらクラシックを中心とした生演奏を楽しむコンサートは、「和」の中で「西洋文化」を楽しむというギャップもあり話題を呼んだ。

### 実施スケジュール

- 9月初旬、開催日に合わせてチラシを制作。各イベント500部印刷。
- 9月末、「サンデー山口」に食イベントの広告を出した。
- 11月以降のイベントは、チラシ、SNSで集客。チラシは主にテイクアウト利用客に配布。
- ①10月13日(木)地元企業とコラボした食イベント、②11月13日(日)同館おなじみミュージシャンのライブ、③1月14日(土)地域出身アナウンサーのトークショー、④1月28日(土)地元演奏家のクラシックコンサートを実施。

### 事業内容

- 新規客開拓のため、イベント内容はそれぞれ異なり、同館のある地域では実施されていないジャンル、アーティストを選んだ。
- ①10月13日(木)夜、地元銘酒とのコラボ「山猿と瓦そばを楽しむ会」食事付き6,000円(税込) ②11月13日(日)夜、旅するシンガーソングライター a i k a 氏の「おもてなしライブ」特製お弁当付き2,500円(税込) ③1月14日(土)昼、フリーアナウンサー松中恵子氏の「おもてなしトークショー」彩り弁当、松中恵子氏特製クッキー、ドリンク付き3,000円(税込) ④1月28日(土)昼、バイオリンとピアノのプチソレイユの「おもてなしコンサート」特製お弁当、ドリンク付き2,500円(税込)。
- 会場は40～50人収容可能な大広間。感染拡大予防のため、定員は各イベント25人。
- 同館のこだわりのある料理、山口の旬を感じられる特製のお弁当を用意した。
- 食材は地元業者から取り寄せ、地域経済の活性化にも貢献した。

### 事業効果 (集客実績)

- 宿泊や宴会、食事だけでなく、コンサートやトークショーなど多様な利用方法を提案できた。
- 宴会が激減し稼働率が下がっている大広間を、宴会が少ない曜日や時間帯に有効活用した。
- 同館のある地域では行われていないイベント内容を企画することで、広い層へアプローチができた。
- 幅広いジャンルの著名人、演奏家らと繋がりができた。
- 参加者の半分は新規の利用。また、2回目に参加した方のリピート利用も得られた。
- メディアを活用して、地域内外を問わず広くPRできた。
- 料理を味わってもらうことができ、仕出しやテイクアウトの利用もPRできた。
- 旅館の敷居の高さを払拭できた。
- ゲストがクッキーの用意や、衣装替えをして楽しませてくれたりと工夫があり、お客様の満足度が高かった。
- 参加者から次の開催の問い合わせがあった。

### 今後の展望

- イベント集客に苦勞したため、集客の方法などを検討していく。
- 事業の継続を最優先に考えながら、バランスのよい事業運営に取り組む。
- 新しい情報や文化発信拠点となり、地域の方に年齢を問わず注目される存在となれるよう努める。
- 新規客の開拓、リピート客の増大、常連客の確保など、それぞれの場面でのアプローチ施策を展開していく。
- 地元の企業や団体等と積極的に連携し、地域貢献も考慮した事業を運営していく。



### 参加者の声

宇部市在住 70代 男性

村上旅館さんはこのイベントで初めて知りました。旅館でイベントというスタイルは最近増えていると感じますが、この地域での開催はまだまだ少ないです。演奏家に演奏の場を提供できるという点も共感でき応援しています。今後も楽しみにしています。

山陽小野田市在住 80代 女性

村上旅館さんのお料理が好きで、テイクアウトでよく利用しています。最近、お出かけする機会も減っていたので、お出かけ好きな友人を誘うと、二つ返事でした。友達と会って話せて、音楽を聴きながらおいしいお料理もいただきました。また来ようと話しています。



和空間でクラシックコンサート



イベントでは特製のお弁当を用意



玄関で検温、手指消毒



### 担当者の声

村上旅館 代表 村上 徳之 様

この地域は観光スポットがなく、当館がある場所はメイン通りでもありません。お客様を増やすには、まずは当館を知っていただくことだと考え、イベントを企画させていただきました。幸い地元のアーティストに詳しい方が協力してくださり、様々なジャンルの方に来ていただけました。1月のイベントは雪に見舞われましたが、キャンセルも無くたくさんの方に来ていただいて感謝しています。イベントは集客の難しさを痛感しました。この度は補助金があるので実施できましたが、すべて自力でとなると集客できなかった場合や急遽キャンセルなどが出るといった課題があります。採算性を取り、且つお客様に気軽に来ていただける価格設定には、工夫が必要だと思えます。継続開催で集客力をつけるというのも一つの方法かもしれません。試行錯誤しながら、一人でも多くの方に知ってもらえる企画を考えていきたいと思えます。

## 事業概要

明治8年創業の老舗割烹旅館として、企業の接待利用が多い同館。コロナ禍で利用されなくなった大広間88畳を利用して、華道家・假屋崎省吾氏を招いて日本の伝統文化の魅力に触れるイベントを開催した。同館自慢のふぐ料理や特製ポン酢も提供。個人の女性客というこれまで利用機会の少ない客層にアプローチし、新たな客層を開拓。イベント実績を積んで企画力の向上を実現し、継続開催や顧客満足度の高い施設を目指す。

## 実施スケジュール

- 11月中旬、仕入れ先である生花店の協力を得て假屋崎氏に依頼。決定後、チラシ作成を開始。
- 12月10日(土)、同館の利用客、関係事業者らにチラシ配布を開始。地元ケーブルテレビで2回紹介され、同時に同館で直接チケット販売を開始。席を選んでもらい座席表を作成。
- 1月中旬にチケットが完売。近隣の駐車場確保の準備を開始。
- 1月30日(月)16時～19時半にイベントを実施。前半に假屋崎氏のデモンストレーション、撮影会を行い、後半は食事会を実施。

## 事業内容

- 女性向けイベントとして、華道家・假屋崎省吾氏を迎え日本の伝統文化の魅力に触れるイベント「フクを呼ぶ観賞会 華道家 假屋崎省吾先生を迎えて」を実施。併せて、山口県の特産品であるふぐ料理を堪能する食事会を実施。1人15,000円(税込)。
- イベント前半は、假屋崎氏がトークをしながら新年を祝う花材を使ってライブで活け込みを披露。大広間の中央をステージとし、左右に席を設けた。
- 後半の食事会では、卓上パネルで飛沫感染を予防し、ふぐ料理(ふぐの刺身、鍋、サラダ、唐揚げなど)を用意。ふぐ料理の味の決め手となる、同館特製ポン酢を味わってもらった。
- 作品の撮影会の間、配膳を行った。
- 会場は約80人収容できる2階の大広間。想定を上回る申し込みがあり、最終的に62席を準備した。
- 東口・西口と大広間に向かう2つの階段を利用して、二手に分かれて入場し混雑を防いだ。

## 事業効果(集客実績)

- チケットは販売期間の12月10日(土)～1月10日(火)に9割売れ、期間を延長して1月中旬に完売。
- 宴会場の利用は企業が中心なので、女性に響くイベントで個人客という新たな客層にアプローチできた。
- 徹底した感染症対策で、コロナ禍でも安全にイベント開催ができることを周知できた。
- 参加者のほとんどが岩国市内から来場。新規の方が多く見られ、假屋崎氏のファンで県外からの参加もあった。
- 着物姿の方、華やかな装いの方が多く、おしゃれをして元気になれる機会を提供でき、次回開催希望の声が多く寄せられた。
- ふぐ料理には同館の特製ポン酢を使い、同館ならではの味を参加者に知ってもらえた。
- 宴会が少なくなっている大広間を活用できた。
- たくさんの方に来ていただき、地域経済活性化の一助になれたのではないかと。

## 今後の展望

- 主に女性、個人の方に来ていただく機会をつくるなど新規イベントの検討に拍車をかける。
- 施設の利用法を柔軟に検討していく。
- 参加者にも好評だったため、音楽会などのイベントも今後計画を検討中。
- 新たに獲得した顧客に対して、季節料理を案内するなどのプロモーション活動を行う。少人数グループの利用を増やし、売上アップに繋げる。



## 参加者の声

岩国市在住 70代 女性

生け花をしているので、このイベントを知ってすぐに申し込みました。假屋崎先生の作品はホテルのロビーなどで拝見することが多いのですが、旅館といういつもと趣向が異なる和空間で拝見するのもいいですね。ランチもやっていると聞いたのでまた利用したいです。

玖珂郡和木町在住 50代 女性

油政さんは、一度は来てみたいと思っていた憧れのお店です。近隣なので宿泊利用する機会がなかなかありませんでした。こうしたイベントがあれば利用するきっかけができてうれしいです。どんどんイベントをしていただきたいです。



トークをしながらデモンストレーション



特製ポン酢で味わうふぐ料理



館内各所で感染症対策を呼び掛け

## 担当者の声

割烹旅館 油政 代表 一圓 雅子 様

假屋崎先生は当館にお食事に来てくださったことがあり、同じ生け花の流派に所属しているためお付き合いがありました。生花店のご協力もあり、タイミングよくイベントを実現できました。イベントには女性が多く参加してくださいました。生け花とふぐ料理を楽しみ、とても喜んでくださったので感激しています。コロナ禍でおめかしを出かける機会が減っていると思うので、このような機会を提供できてよかったと思いました。女性が元気になることで、地域活性化にも繋がるのではないのでしょうか。今後も女性グループが利用しやすいイベントを企画していきたいと思っております。

イベントを実施し、準備すべきことも見えてきました。例えば、イベント時のスタッフの手配、駐車場の確保も必要です。これらの対応を検討し、今後のイベントに活かしていきます。これから実績を積みながら企画力と、お客様の満足度の向上を目指します。



■ 事業概要

山口市湯田温泉にある同館。コロナ禍前は、出張のビジネスマンや山口県内で開催されるスポーツ大会に出場する選手たちの宿として親しまれていた。コロナ禍で宿泊客が半減したが、観光需要喚起策の効果もあり、少しずつ以前のように回復しつつある。宿泊以外の利活用として、普段は宿泊客の朝・夕食の提供をしている「お食事処いちりき」の休業日を利用し「ニューイヤージャズライブ」を開催。

■ 実施スケジュール

- 11月末頃からギタリストの河村純一郎氏含む出演者と打ち合わせを開始。
- 12月中頃チラシを200枚作成。観光施設「狐の足あと」などにチラシを設置してもらい、知人にも配布した。チケットを作成し、同館フロントにて販売した。
- 「サンデー山口」の1月7日号に広告を掲載。後日、同誌からイベント開催について取材依頼があり、1月14日号にイベントの経緯を紹介する記事が掲載された。

■ 事業内容

- 「お食事処いちりき」の休業日の利活用として音楽イベントを企画した。
- 会場は「お食事処いちりき」を使用し、ステージに向けてソファ、テーブル、椅子を配置した。感染症対策として、小型の空気清浄機3台と普段はロビーにある大型の空気清浄機を1台会場に設置した。
- 1月15日(日)18時30分開演、途中15分の休憩を挟み20時頃までライブを実施。
- チケットはおつまみ・ワンドリンク付きで2,000円(税込)、想定より申し込みが多く22名の参加となった。
- 当日は感染症対策として、受付で検温・手指消毒を行った。また、万が一、イベント開催の際に感染者が発生した場合の感染拡大を防止するために、代表者の連絡先を預かった。
- 出演者の河村氏とは以前から交流があり、バンドメンバー集めやプログラム作成を一任した。バンドメンバーは河村氏と定期的に演奏し、周南エリアを拠点に活動しているミュージシャンで構成。

■ 事業効果 (集客実績)

- 集客は旅館組合や知人などへの声かけや、自社のSNSで告知。地元のフリーペーパー「サンデー山口」に広告を出した。1月7日号の反応が良く、広告を見た方からの申し込みが多数あった。ライブ前日の14日(土)にも同誌に取材記事が掲載され、反響があった。
- 参加者は同館担当者による広報活動からの申し込みが9名、「サンデー山口」掲載の広告からの申し込みが13名、合計22名。参加者のうち1組は宿泊の利用があった。
- 観客の多くは近隣からの参加。参加者は60代以上が大半を占めた。
- 食事の提供がないため、ライブ前後に食事ができるよう開催時間を18時30分から20時に設定。近隣の飲食店にも貢献できたのではないかと推察している。
- イベントの内容や時間配分など出演者の河村氏にプログラムは一任したため、ホテル側は会場の準備や集客などを行った。特に集客は不安材料だったが、広告掲載により関心を持ってもらうことで集客できた。

■ 今後の展望

- 今回は補助金の活用もあって、無理のない収支計画を立案することができた。補助金なしで開催するには、収支の合う金額の検討が必要だと感じている。
- 今後もライブなどイベントの継続的な開催や食事付き、宿泊付きのプランなども企画したい。
- 近くに山口大学や山口芸術短期大学もあるので、大学生やアマチュアで活動するアーティスト達に会場を貸し出すなど、地域貢献にも繋がりたい。



参加者の声

山口市在住 60代 夫婦

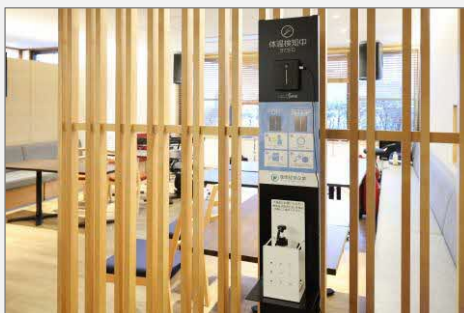
西岡さんからお声掛けいただいて参加しました。生演奏を聴く機会はなかなかないので興味を持ちました。ホテルでジャズライブなんて素敵ですよ。今後も継続していただくとホテルに行く機会が増えそうです。

山口市在住 60代 女性

「サンデー山口」でイベントを知りました。ホテルは知っていましたが、初めて利用しました。雰囲気も良く、来て良かったと思います。ライブハウスなど本格的なところでのライブは敷居が高いので、気軽に楽しめる機会はありがたいです。ぜひ今後も続けてほしいです。



ニューイヤージャズライブの会場



入口に設置した体温検知器



感染症対策を呼び掛けるアイテム

担当者の声

■ ビジネスホテルうえの 代表取締役社長 西岡 富恵 様

10年前に食事処をリニューアルしたときから、ライブを開催してみたいと思っていました。今回の補助金を活用し、食事処の一部スペースを利活用することでライブを開催するチャンスをいただきました。「やってみないとわからない」の精神でチャレンジしましたが、満席で開催できて安心しました。参加いただいた方々にも喜んでもらえたので、地域貢献にもなったのではないかと思います。これからは宿泊客の申し込みをただ待っているのではなく、ホテルが目的地になる新しい仕掛けを用意する必要があると考えています。そのトライアルとして良い機会になりました。今後はプロのミュージシャンのライブだけでなく、近隣の大学生やアマチュアアーティストの発表の場としても使ってもらうなど、さまざまなスタイルのイベントを企画して、継続的に開催したいと思います。

## ■ 事業概要

JR新山口駅前という好立地の同ホテル。宴会会議室の利用はコロナ禍前に戻ってきたが、プライダル成約数はコロナ禍前の2割。現在のプライダル利用者は、コロナ禍に申し込みを延期していた方などで新規獲得ではない。イベント来館者数と成約数は比例するため、計画的に実施しているプライダルイベントの中でも、特に集客力の高い婚礼料理の無料試食付きプライダルフェアの広告を強化。感染症対策を知ってもらい成約へと繋げる。



## ■ 実施スケジュール

- 同ホテルプライダル部の部署内会議でイベント開催を決定。リクルートが発行する「ゼクシィ」への掲載内容を担当者と打ち合わせた。取りかかりが早かったため、スムーズなやりとりができた。
- 自社のホームページでイベントの告知をし、同時にリーフレットを作成、配布した。
- チラシは仲人、婚礼紹介施設、引出物業者などの店頭配布。同ホテルの印象を強め、お客様への紹介に利用していただいた。

## ■ 事業内容

- 山口県で結婚情報に強い広告媒体はリクルート「ゼクシィ」。同ホテルでは、「ゼクシィ」を通じて来館した方の割合が2020年度で全体の72%、2021年度は85%と高まっている。今回は2ページの広告を作成。ホテルの紹介や会場のバリエーション、感染症対策、婚礼料理を試食できるプライダルフェアの告知を行った。
- ① プライダルフェアは8月21日(日)・28日(日)10時～、15時～の2部制で実施。プライダルのコーディネートを施した宴会場で、婚礼料理を提供。料理は、おすすめの地産地消おもてなしコースと、好評の和食会席か洋食コースを選択し、2食を食べ比べる。ドレスの試着もあり、サービスや感染症対策を実感し、実際のホテル披露宴をイメージしてもらった。
- ② お盆期間限定試食付きフェアを8月11日(木)～16日(火)に実施。①よりも気軽な相談会の位置づけ。会場コーディネートを覚えてもらい、同ホテルレストランでの食事を通して料理の雰囲気をつかんでいただいた。



## ■ 事業効果（集客実績）

- ①参加者は2日間で4組。来館者は県内の方。
- ②の相談会への参加は、8月14日(日)に1組。お盆期間に限定した狙いは、普段は県外に住んでいるが、結婚式は地元でと考えているお二人に帰省のタイミングで利用していただくため。またお盆にご家族で顔合わせをし、披露宴の予定を考えるカップルが多いため、狙い通りだった。
- イベント実施日以外の問い合わせがあり、お二人の都合のよい日を優先して来館日を決めている印象。試食付きのプライダルフェアは月2～3回、相談会は毎週のように開催している。こまめにイベントを開催しているため、お二人にとって最適なイベントを案内できた。
- 会場では、受付で検温・手指消毒や席毎のアクリルパネル、料理提供時には、マスク、ブルーの手袋着用など感染症対策を説明。※ブルーの手袋は、破損した場合料理に混在しても分かりやすいため。説明後、100%のお客様が披露宴を同ホテルで行うことを希望された。

## ■ 今後の展望

- 相談に来ていただいても、コロナを心配し日付を決定できず成約に至りにくい。ご両親から承諾をいただけないケースも多い。この問題を解決するためにも、感染症対策を情報誌「ゼクシィ」やイベントを通じてお客様へ伝える。
- ホームページでは、プランナー2名によるブログでサービスの細かい情報をアップデートしている。来館者にはSNSのQRコードを積極的に案内する。



1Fグレイスホール本番コーディネート



2Fレディアンスホール内観



プライダルフェア模擬チャペル式

## 担当者の声

■ 山口グランドホテル 支配人 藤井 博 様

ウィズコロナの時代、ホテル経営において安心安全の確保は絶対条件です。それが実現されたうえで、お客様とコミュニケーションをとりながら感動を一緒につくりあげていけるホテルを目指しています。

当社としてはお客様に対して安心、安全を死守します。安全対策は幹部会議で議論をして決定し、各部署のリーダーが責任を持って実行しています。食事での席毎のアクリルパネルの設置、スタッフのマスク・手袋着用。バイキング形式や立食形式では、料理にフードカバーを被せ飛沫感染の可能性をなくしています。会議利用では、一方向を向いたスクール形式でも席毎にアクリルパネルを設置し、1テーブルの利用人数を制限し、マイクはスピーカーが変わるたびに消毒を行うなど、感染症対策を徹底しています。

ご来館いただき当ホテルのサービスを実感していただけるように、情報発信に力を入れていきます。

**事業概要**

長期滞在が多いビジネスホテルで、万全の抗菌・除菌対策を施す。コロナ禍で宿泊者が大幅に減少したことから、新たな価値づくりとして地域の方を対象にイベントを実施。同館の食堂で、書道体験と山口県の特産品を使用した軽食を用意。地域の方との交流を生み、ホテルの認知向上と新規顧客の獲得を目指す。

**事業内容**

- 11月23日(水)の午前と午後の2回、年賀状での書道体験と山口県の特産品を楽しむ交流会を実施。参加費はお土産付きで1,500円(税込)とした。
- コーヒー雑学講師の高橋里枝氏による挽きたての豆で淹れたコーヒーや、サラダカフェ専門店「Mr.Green」、洋菓子店「Les Mon Coeur ~レ・モンクール~」の商品を用意。
- 日本文化に興味を持つ人は多く、過去に実施したことがある落語会が好評だった。また、気軽に参加ができる会への需要を把握していたことから、書道体験を企画。
- 会場は主に食堂を使用。定員は各回10人程度、4人卓に2人の配席とした。

**事業効果 (集客実績)**

- 参加者は午前9名、午後11名の合計20名。
- 軽食やおやつには、まだまだ知られていない山口県の特産品を用意。山口県の特産品と出会う場や話題の提供、参加者の交流を促進した。
- 書道を通して日本文化に触れていただくことができた。
- 食堂は宿泊者以外の方でもご利用いただけるが、認知度が低い。夜は一般利用もでき、日替わり定食は毎日通っても飽きない味と価格が魅力。食堂の利用は「宿泊者のみ」という概念を払拭し、認知向上もできた。
- 仕事での長期滞在利用が多いため、感染症対策を徹底。周南エリア初導入のゲート型除菌噴霧器や全館に光触媒抗菌コーティングを施すなど、万全の感染症対策を知ってもらえた。

**今後の展望**

- 地域の方との交流を通して、ホテルと食堂の認知度が低いことが分かった。今ある施設を活用し、山口県の特産品を取り入れながら、地域の方へ話題を提供していく。
- 地域の方にも利用されるホテルとして、食堂などの利活用を積極的に考案していく。
- イベントなどで集客した客層を分析し、更なる顧客獲得に向けた情報収集やPR方法を検討し、実践する。
- 長期滞在型のビジネスホテルとして、抗菌・除菌対策が万全である点をアピールし、地域利用も促す。



4人卓に2人で座る様子



地元の軽食やおやつを用意



**担当者の声**

当館の顧客層の大半は、出張や工場関連の長期滞在です。コロナ禍で利用客が激減し、ホテル予約サイトの利用も始めましたが完全回復には時間がかかりそうです。客層の変化も見られます。安定した経営には、当館の新たな価値の提案が不可欠と考えています。この度のイベントでは地元の企業やお店、講師と連携し、地域の方同士の交流を促進することができました。参加者の方に地元をより知っていただく機会となり、とても喜んでいただきました。地域の方に愛される事業経営に取り組み、その延長線上で地域の方に当館をご紹介いただくなど、選ばれるホテルみやこの実現を目指します。

■ ビジネスホテルみやこ 青山 文子 様

旅館で婚活イベントを実施  
女性に美肌の湯を体験してもらい温泉街の魅力をPR

**事業概要**

同館は温泉と部屋食を楽しめる旅館として、県内企業の泊まりがけの忘新年会などで利用されてきた。コロナ禍での大広間を使った宴会は0件。大広間の利活用とともに湯野温泉街全体の活性化を図ろうと、若い世代を対象に婚活イベントを実施した。美肌の湯としての認知を高め、女性利用の促進も狙う。

**事業内容**

- 1月28日(土)15時~21時20分、「温泉婚活~いい湯でいい結~」を実施。参加費は1人7,700円(税込)で男性は日帰り、女性は1泊朝食付きとした。
- 定員は県内在住の独身男女24人、対象年齢は26~40歳。
- 料理は、旅行サイトで評価が高い会席料理を提供。感染症対策として、本来は1品ずつ提供するところを配膳回数を減らしスタッフとの接触を減らした。
- 当日の進行等は、婚活イベントの実績がある会社に委託。集客方法は日刊新周南への記事掲載、チラシの配布、ホームページやSNSで紹介をした。

**事業効果 (集客実績)**

- イベント当日は男性13名、女性11名が参加。婚活イベントでは女性の集客に苦戦することが予想された。そのため、今回は女性を宿泊付きにしたことで、最終的には定員に達した。
- 委託会社と連携する中で、スムーズにイベントを実施でき、カップルが5組成立した。
- 大広間を新たな活用方法で利用でき、イベントを絡めた利用に可能性を感じた。
- 女性参加者に美肌の湯を体験してもらい、リピート利用に期待が持てた。
- 湯野温泉街は同館を含め宿泊施設が3施設あり、利用者は年配の方が多いが、温泉街で若い方の姿が見られたことで活性化が見込めた。

**今後の展望**

- 婚活イベントの段取りを把握できたので、自力での実施を検討していきたい。
- 今回は補助金によって参加者の費用負担を抑えることができた。婚活イベントを今後実施していくために、参加しやすい価格や魅力のあるプランを検討していく。
- 施設単独ではなく、湯野温泉街の他事業者と協力し、湯野温泉全体のイベントとして浸透させていきたい。
- 現在、客室のリニューアルを進めていることなどをイベント参加者たちにもアピールし、今後の宿泊利用に繋げていく。



大広間せせらぎ (最大85名収容) 仕切り壁で2分割できる



食事は評判の会席プラン



**担当者の声**

当館のある湯野温泉は、県内にある湯田温泉や湯本温泉と比べて小さな温泉街です。当館を含めて宿泊施設は3施設で、ご利用者は年配の方が多いです。湯野温泉では美肌の湯をアピールしていることから、20~40代の女性の方にもご利用いただける機会創出を模索してきました。利用頻度が激減していた大広間の利活用と絡め、そのなかかねてから実施したいと考えていた婚活イベントを、実現することができました。婚活イベントを温泉街全体でのイベントとして継続していくために、費用面での工夫をしながら、街歩きも含めた観光イベントにしていきたいと考えています。

■ 芳山園 竹永 富夫 様

**事業概要**

運動できる多目的ホールやWeb会議が可能な研修室等を完備する同館。学生の合宿やレクリエーションに利用されてきたが、コロナ禍での利用は0件。企業に目を向け、健康経営やDX(デジタルトランスフォーメーション)をテーマに社員研修やワーケーションプランを開発。5組を無料招待し、動画を撮影後、広報宣伝に活用する。

**事業内容**

- 健康経営やDX促進に注目し、各分野の専門講師を招いた社員研修・ワーケーションプランを開発。モニターとなる企業を声掛けで募集。
- 研修内容は、主に多目的ホールと研修室を使用したオンライン研修やワーケーション、アクティビティ(スラックライン、ジップラインなど)を準備。事前に参加企業に要望をヒアリングし、企業毎に研修内容をカスタマイズした。

**事業効果 (集客実績)**

- 12月19日(月)1組・26日(月)2組、1月9日(月)1組・1月30日(月)1組が参加。
- 健康経営やDX促進というテーマへの関心の高さと、コミュニケーションの機会創出として社員研修の必要性を実感できた。
- 各分野の専門講師を招いたことで、分かりやすく学びの深い内容となった。また、アクティビティでは珍しい体験をしていただき、楽しんでもらった。
- 参加企業から社員研修のイメージが大きく変わったため、今後取り入れてみたいという声をいただいた。
- らんかん高原という自然の中、ワーケーション対応のWi-Fi環境があり新しい研修に最適な環境であることを実感してもらえた。

**今後の展望**

- コロナ終息後も現在のビジネススタイルは以前のように戻らないと予想されることから、企業向けの社員研修も兼ねたワーケーションのニーズは高まっていくと考える。研修動画を広告宣伝しながら研修内容をより良いものにしていく。
- 近くに飲食店やコンビニエンスストアがないため、食品や飲料の自動販売機を設置予定。
- 定期開催を目指し、次の来館に繋げる。更に周辺の観光や周遊の機会を創出し、地域経済にも貢献する。
- ビジネス目的という新たな活用方法を周知していく。平日利用の促進も目指す。



オンライン研修の様子



アクティビティの様子



**担当者の声**

らんかん高原交流センター 代表取締役社長 林 幸雄 様

当館は多目的ホールや研修室を持ちWi-Fi環境を整備するなど、数年前からワーケーションを謳ってきました。こうした設備や施設を活用する方法として、コロナ禍をきっかけにニーズが高まった社員の心と体の健康増進やコミュニケーション創出を狙いとする研修プランを開発しました。また、当館周辺にはキャンプ場や温泉など、自然に親しみながら過ごせる設備があります。この自然のすばらしさをじっくりと楽しんでいただける滞在型旅行の提供と、この度開発した社員研修やワーケーションプランを提供する二刀流の取り組みを進めていきたいと考えています。

**事業概要**

年末年始を除き売り上げが落ち込む冬の集客施策として、神楽鑑賞を楽しめる宿泊プランを作成した。地元にも宣伝し、日帰り利用も促す。同館の冬の新たな楽しみ方、レストランの新たな利用方法をPRし、利用者を増やし営業収入の増加を目指す。また伝統芸能の継承にも貢献する。

**事業内容**

- 神楽鑑賞会は12月3日(土)・10日(土)・17日(土)、夕食前の15時~16時半に実施。神楽団は、地元の上沼田神楽、向峠神楽。
- 鑑賞会は全43席、鑑賞無料。日帰り利用客も可とした。
- 宿泊プランは1泊2食入浴付きで1人12,000円(税込)。宿泊プランの定員は1日最大20人。
- 会場は「レストランせせらぎ」。座敷スペースを延長し舞台をつくった。
- 11月上旬に作成したポスターは同館で掲示し、チラシは商工会や役場などに配置した。11月20日(日)より中国新聞各紙、地域情報紙「ほっぷ」、クーポン情報誌「MOTTEKE」で告知した。

**事業効果 (集客実績)**

- 宿泊プランは、コテージ全10棟のうち予約が入っていた棟を除き各日とも満室となった。
- 参加人数は宿泊客が20名、日帰り利用客が10~15名、そのうち地元のお客様が5~10名。3日間とも満席となった。
- 宿泊は広島から、日帰り利用は岩国市、周南市からの利用が多く、広告を出した日の問い合わせもあった。
- コロナの影響で出演が減っている神楽団に機会を提供し、関係性を築くことができた。
- レストランで、天候に左右されない屋内でのイベントを開催できることのPRに繋がった。

**今後の展望**

- 地元、市内外、県外からも神楽好きが集まり、他にはない間近で見られる迫力のある舞台をととても喜んでいただけた。3日間とも満席、満室となったので、冬のイベントとして神楽鑑賞会を定着させたい。
- 神楽団との関係性が築けたので、費用面を相談しながらお互い負担の少ない方法で継続していきたい。
- 地元のお客様から、ステージがよりよく見えるように照明を落としてはどうかという提案をもらった。サービスの質の向上を図る。
- 神楽団に神楽を演じる機会を提供することで、地域の伝統芸能の存続に貢献していく。
- レストランをイベント会場としても活用していく。



神楽鑑賞会の様子



検温、手指消毒



**担当者の声**

深谷峡温泉 清流の郷 支配人 岩男 命万 様

晩秋から年末の繁忙期前は売り上げが落ち込み、天候のリスクがあるので、屋外イベントも難しい時期です。そんな時期に、天候を問わない屋内でできる集客力のある企画を発見できたことは大きな成果でした。レストランが午後後に営業終了した後の時間とスペースも活用できました。神楽出演者の手配や会場設営、音響などはすべて委託できましたので、通常業務をしながらスムーズに開催することができました。まずは当館を一度利用していただき、春の花見、ほたる鑑賞、川遊び体験や農業体験などさまざまな楽しみ方をアピールすることで、継続利用に繋げ集客増を目指します。

### 事業概要

政財界御用達の店として愛される同館。コロナ禍で宴会利用が減少し、冬はおせち料理等の外売りで売上は立ったが、夏の売上の落ち込みが課題だった。宴会の料理に山口の夏の食材を取り入れ、下関の夏の楽しみ方を提案して集客を図ることで売上増を狙った。

### 事業内容

- 山口の食の代表はふぐだが、新たな魅力づくりとして、夏の食材に注目し全国5本の指に入る漁獲高を誇る下関の鱧、榎野川の鮎、北浦産のウニを主体にした料理を提供した。
- 料金は会席8,000円～(税サ別)で設定。
- SNSで情報を発信した。
- 感染症対策では玄関でお客様を出迎え、検温・手指消毒を実施。完全個室で、部屋毎に空気清浄機を設置し、対面を避けた配席とした。

### 事業効果(集客実績)

- 料亭に敷居が高いイメージを持っていた方の来店のきっかけになった。特に県内客の利用が増え、次の来店や法事での利用希望の声が届いている。店の認知度の拡大に伴い、イベントの集客率も増えた。
- 旬の時期に合わせた山口の食材を使ったことで、お客様に食文化を周知でき夏に同館をご利用いただく魅力も発信することができた。
- やまぐち安心飲食店として衛生管理を徹底し、スタッフの意識がさらに強まった。

### 今後の展望

- 夏は鱧や鮎、冬にはふぐを使用し地産地消を主体としながら、より充実した献立を用意する。山口での滞在をより魅力的にし、年間を通して来客数を確保する。
- 来店のきっかけづくりに、年に1・2回イベントを実施していく。感染症対策として、イベントの実施は2階の広間で行い、食事は個室で提供する。
- 地元の食文化の伝統を継承しつつ、橙を搾り1年寝かせたポン酢を、ふぐ料理の取り合わせに使用するなど、日々新しい調理法や新メニューの開発にも力を入れていく。



広間の様子



アユ料理



### 担当者の声

古串屋 代表取締役社長 神在 邦幸 様

コロナ禍で宴会利用が減少しました。その打開策としてコロナ関連の補助金を活用しながら、仕出しやECサイトでの販売など外売りを強化してきました。この度の取り組みのように、山口の夏の食材に注目した新たな楽しみ方をご提案することもできました。外売りはおかげ様で順調ですが、私たちの事業の主軸はやはり料亭であり宿です。当館にお越しいただけるよう、地産地消を主体とした献立の充実やイベントの提案を行っていきたいと思います。この機会に得たスキルにさらに磨きをかけて、より多くの方に山口の良さを知っていただきながら、さらなる集客に繋げていきます。

### 事業概要

宴会場のイベント利用に力を入れる同館。某有名キャラクターのスペシャルステージ・撮影会&SNS活用セミナーを開催し、今後はキャラクターと一緒に写真が撮れるフォトスポットを設ける予定。地域密着性の高いイベントで差別化を図り、利用を促進する。

### 事業内容

- 「某有名キャラクタースペシャルステージ・撮影会」は12時半・14時・15時半(1回あたり30分)定員は1回あたり20組(最大60人)。要事前予約で参加費は無料。
- 「SNS活用セミナー」は10時半~11時半。講師はインフルエンサーの沼良枝氏。参加費は無料。
  - 開演10分前までは家族単位で別々の場所で待機してもらった。
  - 会場は「孔雀」「鳳凰」「白鷺」の宴会場を一つに設営した。

### 事業効果(集客実績)

- ①の参加者数は12時半に18組60名、14時に15組55名、15時半に8組19名。多くは親子での参加だった。②の参加者数は10名で企業の方が多く参加した。
- チラシは山口市、宇部市、山陽小野田市、美祢市に配布し、地元の方が多く参加した。①はキャラクター並びにキャラクターの企業SNSでも発信があり、福岡県、広島県、神奈川県、富山県などからの参加もあり宿泊に繋がった。
- 併設のネットカフェ、カフェを待機場所に利用。お客様同士の接触を減らし、安全に開催することができた。
- エンターテインメント性の高い、飲食を伴わないイベントの開催ができる場所の印象を強められた。
- ①と②でゲストや参加者層、段取りも異なるため、スタッフの良い経験になった。

### 今後の展望

- 集客が見込めるイベントの開催で、他施設との差別化を図り、収益アップを目指す。
- イベントでは、行政や企業と連携を取りながら進めていきたい。現在は、婚活パーティーを検討中。
- ホールを活用したイベントでの感染症対策をしっかりと行い、参加者に安心感を与える。
- 某有名キャラクターとのコラボルームや家族利用もしやすい部屋、宴会場があることなどを知らせて、地域の方の利用促進を目指す。
- 今後もSNS活用セミナーを開催し、開設した同館のSNSのフォロワー数の増加や今後の情報拡散に繋げていく。



会場の様子

受付に  
消毒液・検温器  
アクリル板を  
設置

### 担当者の声

美祢グランドホテル 支配人 三坂 恒雄 様

イベントを安全に開催することができてほっとしています。イベント後のアンケートには、「楽しめた」「勉強になった」という声や次回の開催を望む声を多くいただきました。また、当館の雰囲気や設備、感染症対策についてご理解いただく良い機会にもなりました。イベントを通して某有名キャラクターとのコラボルームや和室、ツインルームなどの家族利用もしていただきやすいこと、また宴会場の広さを多様に使えることなどもご紹介できました。地域密着性の高いイベントを通じて地域の方々に当館を知っていただき、今後のご利用に繋がると幸いです。

**事業概要**

旅館で過ごす時間をより満喫していただくため、ロビーラウンジ「山草花」で外国人ジャズバンドの演奏・歌のライブを每晚実施していたが、コロナ禍で3年間休止せざるを得なくなった。お客様からライブを望む声もあり、バイオリンとピアノのナイトコンサートを企画。ロビーラウンジ「山草花」を使って館内全体でゆっくり過ごしていただける雰囲気づくりに努める。

**事業内容**

- 7月22日(金)～8月21日(日)の週末、金・土・日のうち12日間、①19時30分②20時30分③21時30分の3公演ナイトコンサートを行った。宿泊者は鑑賞無料とした。
- 会場はロビーラウンジ「山草花」を使用した。
- イベントはホームページや公式SNSで案内した。
- 感染症対策として、まずはチェックイン時に検温、健康チェックシートを記入していただき、滞在中の発熱も考えられるため、館内随所に検温設備を設置。

**事業効果（集客実績）**

- より多くのお客様に楽しんでいただけるよう、集客が見込める夏休みの週末に実施した。1回あたり50～60人の参加があり、ご家族の姿が多く見られた。
- バイオリンとピアノの演奏にしたので、飛沫感染の心配がなく、安心して楽しんでいただけた。
- ロビーラウンジ「山草花」が吹き抜け空間のため、2階廊下からも演奏を楽しむなど、館内随所で楽しむ様子が見られた。旅館全体にくつろぎの時間を提供できた。
- 感染症対策を施し、クラスターを発生させることなくナイトコンサートを運営できた。
- コロナ禍で閑散としていたロビーラウンジ「山草花」を活性化できた。

**今後の展望**

- 「旅館でバイオリンの演奏が聴けるなんて！」といった、驚きと喜びの声をいただいた。今後も安心して楽しむことのできるイベントを検討していく。
- 週末のみの開催だったので、平日宿泊のお客様から「平日にも聴きたかった」という声をいただいた。かつてのジャズライブのように、毎日開催できるイベントを検討していきたい。
- アクリル板設置やマスク着用などの感染症対策について、コロナの感染状況を見ながら柔軟に対応していく。お客様が旅行しやすく、過ごしやすい環境を整えていく。



ロビーラウンジ「山草花」



ナイトコンサートの様子

**担当者の声**

大谷山荘 支配人 山下 徹 様

コロナ禍でイベントの開催が難しく、休止となっていたジャズライブの再開を望む声を多くいただいていた。夏休みにご家族でご利用下さる方も多く、当館の滞在をより楽しんでいただき、安心して楽しめる企画として、バイオリンとピアノ演奏のナイトコンサートとしました。旅館の空間に音楽が加わることで、お客様がお部屋から旅館のパブリックスペースに出てきて下さり、ロビーラウンジ「山草花」を使って館内全体でゆっくり過ごしていただくことができたのではないかと思います。アフターコロナに向けてイベント実績を積み、お客様が安心して当館で過ごしていただけるイベントを企画していきます。

## プラザホテル下関

ふぐ料理や地産地消料理の1泊2食プランを軸に  
マイクロツーリズムを提案**事業概要**

下関中心にあり、ビジネスや観光に便利な同館。昨年12月中旬にリニューアルオープンし、食事は和食を中心に充実させた。そのお披露目もかねて、広告を利用して県内にふぐ料理や地産地消の料理を提供する1泊2食プランを紹介し、のどぐるを含む特別朝食も用意。マイクロツーリズムを提案し、利用促進を狙う。

**事業内容**

- 1泊2食プランとして「特選とら河豚コース」22,000円(税込)、地元のお客様の新年会や食事会の利用を促進する地産地消の料理「地産会席みすず」5,500円(税込)などを用意。
- 12月末に、地元情報紙「サンデー」防府版、周南版、下関版、クーポン情報誌「MOTTEKE」西部版、東部・中央部に広告を出した。1月末まで、通常22,000円(税込)の「特選とら河豚コース」を1,100円引き、1泊2食プラン利用の先着600人にのどぐるを含む特別朝食を提供。
- 食事会場には普段は宴会場として利用する10階の展望レストランと展望宴会場を利用した。

**事業効果（集客実績）**

- 12月末に広告を出した時点で、電話での問い合わせが多数あった。
- 「地産会席みすず」の反響が多く、宿泊利用もあった。「みすず」にはくじら料理が含まれており、地産地消を心掛けた料理内容は、若年層に人気があった。
- 宿泊の最後を締めくくる朝食は、ホテルの印象を大きく左右するため、高級食材であるのどぐるを提供することはインパクトが大きく、よりお客様の満足度を高められた。
- ホテルのリニューアルオープンを広く周知し、ホテルを知っていただく機会となった。
- 感染症対策を見てもらい、安心して過ごせるホテルであることを実感してもらえた。

**今後の展望**

- 今後も地元媒体やネットでのアピールを強化し、集客アップに繋げていきたい。
- 1泊2食プランを軸に、利用促進に力を入れていく。ビジネス利用でもふぐ料理を提供するプランや四季折々の旬な食材を楽しむ料理を提供し、いつ来ても、何度来ても楽しめるホテルである印象を強め、リピーターを増やす。
- 山口県の特産品や食材を活用し、客単価アップへ繋げる。
- お客様に積極的に声をかけ、感想を聞きアンケートを実施するなど交流を深める。SNSのフォローを促し、常に情報を発信していく。



10階の展望レストラン



地産会席「みすず」

**担当者の声**

プラザホテル下関 課長 安野 崇宏 様

今回補助金を活用して大々的な広告を打つことで、この度のプランにたくさんの反響がありました。今後も山口県の魅力を発信する事業者として引き続きお客様との積極的なコミュニケーションを心掛け、お客様の声をヒントに面白い企画を実行し、売上アップを目指します。感染症対策として、スタッフは出勤日の前日と当日の検温を徹底し、濃厚接触の段階に応じて詳細なマニュアルを用意し、対応しています。リニューアルの際に、客室のベッドサイズを大きくしたことで、より広く海外からのお客様に対応できるようになりました。インバウンドにも期待しています。

**事業概要**

新鮮な魚料理が評判の同館は、地元の企業や団体、年配の方の宴会利用が多い。宴会利用の売上はコロナ禍前の4分の1となった。忘新年会の会席コースの利用条件を4人以上とし、少人数でも利用しやすくした。パンフレットの配布や地元情報誌で情報を発信した。

**事業内容**

- 忘新年会の会席コース6,000円(税込)を4,400円(税込)で提供する企画を実施。「ふぐ刺しコース」と「ワタリガニコース」の2コースを用意した。
- 会席コースは4人～24人までの宴会とし、少人数グループから利用可能とした。
- パンフレットを500部印刷したほか、10月下旬「MOTTEKE西部版」「サンデー宇部」に広告を掲載し、パンフレットを関係者、米館者、テイクアウト利用のお客様に配布した。
- 感染症対策として席毎の距離を設け、手指消毒設備を設置した。宿泊のお客様が滞在されている日の宴会は1日1組とした。

**事業効果 (集客実績)**

- 会席コースの利用は1月末までとし、「ふぐ刺しコース」240食、「ワタリガニコース」48食の利用があった。
- 以前、同様の条件を8人以上の宴会で実施したが、お客様から「人数が集められず利用が難しい」という声をいただいた。そのため、今回は4人以上とし、少人数でも利用しやすく工夫した。結果4人での利用が多かった。
- 広告掲載の直後から申し込みがあり、12月9日(金)～16日(金)の利用が多数あった。
- 宿泊のお客様が滞在されていない日は、客室も宴会場として利用することで1日最大3組まで受け入れることができ、部屋を分けることで感染症対策も実施できた。

**今後の展望**

- 手指消毒の徹底のほか、客室も利用してグループ同士の接触を減らすなどの感染症対策を広く認知してもらった。宴会を控えているお客様にコロナ禍でも安心して利用できることを引き続きPRし、利用を促す。
- 4人から宴会場が利用できることをアピールし、法要や慶事など家族利用の訴求も行う。
- 今回は冬の食材を使用した。夏にもお客様が魅力的に感じる山口県の特産品を使ったメニューを開発したい。
- 年間を通してご来館いただけるきっかけをつくり、継続的な集客を狙う。

忘新年会  
会席コースの  
料理最大30人  
対応できる  
宴会場**担当者の声**

井上汐湯旅館 井上 太 様

ふぐやワタリガニという魅力的な食材の提供がお客様の注目を集め、たくさんの方にご利用いただくことができました。利用条件を4人以上に引き下げたことも功を奏したようですので、ご家族でのご利用も期待しています。花見の時期も来てみたいというお声もいただきましたので、当館を何度も利用していただける企画を考えていきたいと思えます。また、お客様の来館が増えたことで、業務量が低下していた調理、サービスの担当スタッフのモチベーションアップにも繋がりました。料理とサービスでお客様の満足度を上げ、継続的にご利用いただける施設を目指します。

**旅館 海月****平日昼間に大広間でミニライブ  
空き時間・空間を活用し特色ある施設づくり****事業概要**

県東部有数の絶景と海の幸料理が自慢で、音楽も楽しめる宿としても知られる同館。旅館や音楽家の空き時間となること多い平日昼間を利用し、大広間でミニライブを3日間開催。音楽に関わる事業で新規客を開拓し、事業の継続的発展を図る。

**事業内容**

- 1月23日(月)・24日(火)・26日(木)の3日間とも15時半から、東京・沖縄の音楽家を招きミニライブ「続・ミニサンセットフェスタ」&「ミニサンセットフェスタ沖縄編」を開催。
- 渡嘉敷島在住の観光プロモーション講師が、渡嘉敷島の文化、音楽、特産品について講演。
- 料金は沖縄のお土産付きで一人2,500円(税込)、定員は各日約20人。渡嘉敷島の特産品も販売。
- 集客は関係者にチラシを配布、ホームページ、音楽家のSNSで行った。
- 沖縄の飲み物や感染症対策として個包装されたお菓子を用意。

**事業効果 (集客実績)**

- 集客期間は約2週間で各日20名と満席になった。半数は地元の新規客、残りは6月に開催した「ミニサンセットフェスタ」のリピーターや各音楽家のファン。
- 渡嘉敷島についての講演と沖縄の特産品を通じて、沖縄の文化に関心を持っていただけた。
- 市内の観光協会や市役所、報道機関に情報発信したことで、地元新聞に取り上げられ、イベント情報を周知することができた。
- 会場には、大広間を活用することができた。元来、大広間として活用していた空間だが、利用頻度の低下から客室として利用してきた。しかし、利用客からは、間仕切りが襖であることから敬遠されがちであった。
- 音楽家、旅館にとっても空き時間になりやすい平日昼間を有効活用できた。

**今後の展望**

- 旅館が空いている時間帯、空間を活用した事業で、旅館の稼働率を上げていく。
- 音楽の楽しさを発信する企画を実施し、新たな客層を獲得していく。
- 「海と音楽と食を満喫できる旅館」という認知を高め、宿泊の利用に繋げる。
- 新規顧客の満足度を上げるプロモーション活動を行い、リピーターとなっていく。
- 参加してくれた沖縄の音楽家からの誘いで、沖縄で行われるフェスに参加が決まった。コラボイベントなどで音楽家との連携を強め、音楽による継続的なサービスで顧客確保を行う。

ミニライブの  
様子。襖を  
取り外して  
大広間に玄間に消毒液  
を設置**担当者の声**

旅館 海月 藤山 周 様

6月に行った「おおばたけミニサンセットフェスタ」が好評で、リクエストに応えての開催となりました。情報をリリースして2週間で満席となり、音楽を聴きたいと思っていた方がたくさんいたことを実感しました。コロナ禍で外出を控えていた方に、音楽や沖縄の特産品を通じて楽しい時間を提供できたのではないかと思います。旅館の大広間で海の景色を背景に音楽を届けました。当館のロケーションを満喫していただき、新規の宿泊予約にも繋がりました。参加費の設定や経費の捻出に工夫が必要ですが、今後も音楽に関わるイベントで特色ある施設づくりを進め、稼働率の向上を目指します。

事業概要

保養所として宿泊利用は公務員、宴会や会議場は企業や団体の利用が多く、ウェブ会議が可能な環境もある。新たな顧客との接点づくりとして、大型モニターで地元プロサッカーチームのAウェー戦を観戦するライブビューイングを食事付きで実施した。施設の知名度を上げ利用促進を図る。

事業内容

- 10月15日(土)にレノファ山口のAウェー戦の観戦、元レノファ山口MF 鳥養祐矢氏とラジオパーソナリティー 金光一昭氏のトークイベント「湯田ゲキ」を実施。
- イベント運営はイベント会社に委託。告知は、レノファ山口のホームページやイベント会社のSNSなどを活用した。
- ミニビュッフェ付きで大人2,000円(税サ込)、小学生以下1,000円(税サ込)。料理を取り分ける際は手袋・マスクの着用、料理は個別に盛った。
- 会場の定員は最大100人収容できる「白鳳」で50人までとした。食事と観戦でエリアを分け、食事はグループ毎に立食、観戦時には1席毎に前後左右の間隔を取った。

事業効果 (集客実績)

- 元レノファ山口の選手をゲストとして起用したため、チームのファンが集まった。山口市内の40~70代30名、子ども2名と新規のお客さまも来られ、ユニフォームを着用されるなど活気にあふれた。
- 補助金の活用で費用を抑えたため、お客さまに喜ばれた。
- 初めてのライブビューイングだったが、既存環境で大型モニター3台の活用法も分かりノウハウを得た。
- 玄関での検温・消毒、会場入口でも消毒を実施。お客さまに同館の感染症対策を体感していただけた。
- 食事を楽しみながら観戦という新たなスタイルや同館の利用方法が提案できた。開場前にはロビーに滞在していただき、施設の紹介を行った。

今後の展望

- 今回のイベント実績を活かし、類似イベントを企画しながらコロナ禍でも持続的な顧客獲得を目指す。
- 組織やコミュニティとの連携を増やし、新しい利用方法を提案していく。
- 人々の健康増進、福祉にプラスとなるアイデアを出していき、保有する資材を継続的に活用していく。
- 宿泊や宴会だけでなく、イベントやリラクセス利用などお客さまとの接点を増やし、施設と設備の稼働率を上げる。
- 公共性の高いプロサッカーチームを応援する施設として、地域での存在価値を高め、社会貢献に対する姿勢を広くアピールし、湯田温泉地区の活性化にも貢献していく。



宴会場「白鳳」



トークセッションの様子

担当者の声

保養所 防長苑 支配人 細田 法孝 様

補助金を利用することで集客や費用面での心配が減り、イベント実施に踏み切ることができました。また、経験のなかったライブビューイングのノウハウを知ることができ、保有する大型モニターなどの資材の活用法を見いだせたことも大きな収穫でした。これまで当館を利用したことのないお客さまに来ていただくきっかけにもなりました。しかし、同様の内容のイベントを自力で実施するには、まだまだ課題があると感じています。宿泊利用にこだわらずイベントを企画し、新しいことができる施設であることもアピールしていき、リピーターや新規顧客の獲得を目指します。

柳井クルーズホテル

複数のイベントを通じて地域利用をアピール  
安心安全な会場の提案で団体利用を増やす

事業概要

観光やビジネス利用だけでなく日常的にも利用されるホテルを目指し、2021年12月に1階をリニューアルした。昼夜食事を提供するレストランや農産物を販売するマルシェがあり地域の方の往来が多い。来館するきっかけを増やし、施設のことや同館の感染症対策を知ってもらい、団体利用を増やす。

事業内容

- 8月26日(金)、1月13日(金)の夜、9階にあるダイニングバー「TRITON」を活用し、音楽ライブを開催。ワンドリンク付きチケットは事前販売と当日販売を行った。
- 10月23日(日)の昼間に、1階ロビーに設置してある、地域の方から寄付されたピアノを活用して、ピアノリサイタルを開催。
- 10月30日(日)、2階宴会場「サザンセットホール」で、ものまねタレントを招いてディナーショーを開催。
- 11月10日(木)、12月24日(土)、1月8日(日)に「サザンセットホール」を活用し、感染症対策を行いながら安心安全な宴会を行った。

事業効果 (集客実績)

- ダイニングバー「TRITON」でのライブには、各日35名が参加し、顧客が定着してきた。
- ピアノリサイタルでは30名の参加があり、同館の活性化に協力いただいている地域の方を中心にイベントを楽しんでもらえた。
- 「サザンセットホール」でのディナーショーには、120名の参加があった。
- 同会場で、11月10日(木)企業のセレモニー44名、12月24日(土)クリスマス会80名、1月8日(日)成人式の打ち上げ60名の宴会を実施。感染症対策として席毎の距離を取り、1テーブル毎の人数を減らした。料理の配膳回数も減らし、お客さまとの接触回数を減らした。大人数での会食も安心して開催できることが実証できたため、今後の団体利用を増やしていきたい。

今後の展望

- ロビーの活用を進め、約30店舗が参加する雑貨マルシェの定期的な開催を検討。
- ダイニングバー「TRITON」では音楽ライブを定期的に開催し、リピーターを獲得していきたい。
- 音楽ライブやディナーショーといったイベントでお客様の満足度を高める。感染症対策を施した会場内をお客さまとの適度な距離を取りながら出演者に歩いてもらうなどの演出を工夫することで、会場の一体感を高める。
- お客様の要望に合わせて、内容に合った宴会場やイベント会場を提案する。
- 感染症対策の様子をSNSで発信し、イベントや宴会に参加することへの不安を取り除く。



2階宴会場「サザンセットホール」分割をすれば小宴会場に



9階会場「TRITON」での音楽ライブ



担当者の声

柳井クルーズホテル 予約課マネージャー 船木 裕介 様

この度のイベントを通じて、既存設備の新たな利活用方法を発見できました。8月に「TRITON」で行った音楽ライブに参加された方の8割が1月のライブにも参加され、「次のイベントの案内をしてほしい」と今後の継続を望む声もいただきました。宿泊や食事以外でも当館を利用する具体的なイメージを持てただけたのではないかと思います。玄関のドアを開放し、屋外も含めた広い空間でのイベントも可能です。今後もホテル全体の新たな利用方法を発掘し、皆様にご提案していきます。



**事業概要**

100年以上続く天然温泉旅館。カルチャー教室や定期的な音楽ライブの開催で、施設の利用客を増やしてきた。公共性の高い温泉施設として、新たにSDGs交流活動拠点として活動に取り組む。映画祭やフリーマーケットなどのイベントの実施、また新規事業を立ち上げ、温泉施設の利用客拡大に繋げる。

**事業内容**

- 11月6日(日)~1月22日(日)の期間中に1日1作品、1回上映で参加費は無料とした(全5回実施)。12月18日(日)は、映画祭と、キックオフイベントとして破棄されようとしている不用品を活用するフリーマーケット「Sutenaide(ステナイデ)事業」を同時開催。会場は多目的ホール等施設全体を活用。
- SDGsのオリジナル曲を作成し、参加者と一緒に歌った。
- 集客は、ホームページと地元新聞に広告を掲載。新たに「Sutenaide事業」のホームページも作成した。

**事業効果 (集客実績)**

- 施設全体を活用し、SDGsという公共性の高いテーマでイベントを実施できた。映画祭や「Sutenaide事業」のフリーマーケットにはSDGs活動家の参加もあり、新しい層の注目を得た。
- 映画祭には、12月現在(3回実施)で合計16名の参加があった。広告を掲載した山口・防府・宇部・山陽小野田からの新規客とリピーターの姿はあったが、これまでと比べて参加者が少なかった。この経験を今後の作品選別に活かす。12月18日(日)は、定期開催の音楽ライブもあったことから、映画祭と合わせて40名が参加し、定期開催の効果を実感した。
- SDGsのオリジナル曲を歌うことで、楽しみながらSDGsについての意識を高めることができた。
- 同館の感染症対策を、お客様に知ってもらおう機会となった。

**今後の展望**

- SDGsへの意識が高い方が集まり、フリーマーケットにはSDGs活動団体の出展もあった。この繋がりを活かして、コラボイベントを企画していく。
- 「Sutenaide事業」の柱として、定期的なフリーマーケットの開催、イベントを実施して、同館が運営する就労継続支援B型事業所を絡めた事業も検討。映画祭は今後も継続し、感染症対策を取りつつ、温泉や喫茶などの施設全体の集客に取り組む。
- 「Sutenaide事業」のホームページを活用し、情報発信に力を入れていく。



フリーマーケットの様子



SDGs映画祭の様子

**担当者の声**

■ 片倉温泉くぼた 代表取締役会長 久保田 克秀 様

ホールでの映画祭や音楽ライブなどのイベント開催が定着し、新たな事業として地域のSDGs交流拠点の形成に取り組みました。温泉施設という公共性のある施設として、いつか取り組みたいと考えていたテーマです。映画祭の集客数はこれまでよりも少なくなったものの、この分野への関心が高い方が交流ができました。「Sutenaide事業」ではフリーマーケットの定期開催や、私たちが運営する就労継続支援B型事業所で加工を行いホームページで販売するといった展開も検討しています。施設全体の活用を進めることで宿泊客や入浴客の拡大に繋げ、地域発展の一助となれば幸いです。

**ゲストハウスペパーミント****演奏家によるライブと、心理カウンセラーによる勉強会を実施  
出演者と利用者との交流を深め利用促進****事業概要**

観光客や釣り客に人気の1日1組限定のゲストハウス。「共にコロナを乗り切ろう」をスローガンに、音楽家の演奏会と、心理カウンセラーから心へのアプローチ法を学ぶイベントを実施した。演奏家や地元事業者との連携を強化し、地元根差した宿泊施設の印象を強めることで、利用の拡大を図る。

**事業内容**

- 1月19日(木)・20日(金)の夜、21日(土)の昼の計3回、2時間半ほど「ペパーミント感謝祭」を実施。
- 出演者は、コロナ禍前に実施していた演奏会で交流のあった演奏家と、演奏家らと活動実績のある心理カウンセラー。
- 参加費は無料。各日10人を定員とした。
- 軽食とプレゼントを用意。軽食は、コロナ禍で苦しむ地元業者から材料を仕入れて調理。プレゼントは地元の手作り作家にマスクやエコバックの製作を依頼した。
- 普段は宿泊者がくつろぐリビングルームを会場として使用。感染症対策として来場者のワクチン接種を確認し、会場前で検温を行った。

**事業効果 (集客実績)**

- チラシが12月20日(火)に完成し、出演者や関係者に配布。年内に定員に達した。
- グループでの申し込みや、演奏家関係者の当日参加もあり、参加数は1月19日(木)・20日(金)15名、21日(土)18名に増え、岩国市や、佐賀県からも参加があった。席毎の間隔を可能な限り空け換気をこまめに行った。
- 参加者の半分以上は初めての利用だったが、また利用してみたいとの声をいただいた。
- 演奏を聴きながら、拍手や涙するなど心を開放しリラックスして楽しんでいただけた。
- 安全に音楽鑑賞や食事を楽しめることを体験していただいた。
- 演奏家たちに演奏の機会を提供でき、モチベーションの向上に繋がった。

**今後の展望**

- 今回のイベントを振り返り、定期的開催して演奏家やお客様との繋がりを深める。また、継続するための方法を考えるなど今後のイベントの足掛かりとする。
- 地域に根差した宿泊施設であることを情報発信し、新たな利用者の拡大と、リピートしたくなる施設の印象づけを図る。
- 出演者と利用者との交流が生まれ、情報交換ができた。ゴールデンウィークにライブを実施予定。今後も双方向的なイベントを開催していく。



イベント会場のレイアウト



「ペパーミント感謝祭」の様子

**担当者の声**

■ ゲストハウスペパーミント 代表 高木 昭 様

少人数の和気あいあいとした雰囲気、出演者と利用者との交流が自然と生まれました。次のライブ開催など具体的な話も上がり、とても盛り上がりました。皆さんに少しでも前向きになっていただき、コロナ禍前のような生活を取り戻すきっかけにしたいのではないかと思います。少人数のイベントを定期的に開催するなどして演奏家等の出演者や利用者様との繋がりを深めたいと思います。油谷湾の夕日を楽しんでもらえる時間帯での実施、季節ごとの実施も企画してみたいと考えています。