

戦略

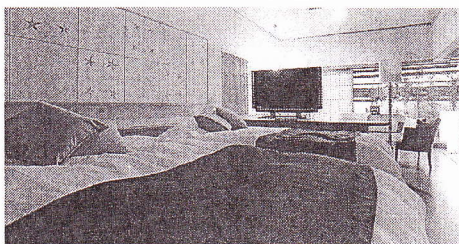
これで攻める

菅原温泉の旅館「グランディア芳泉」（福井県あわら市、山口透社長）は、減少傾向にある国内宿泊客に代わる新たな収益源の確保を目指している。地元の食材を使った加工食品を開発して自社ブランドで販売するほか、中国人観光客を取り込むためパンフレットを製作する。

宿泊設備の刷新が一段落したため、ソフト面を充実して売り上げを伸ばす狙いがある。

「美味芳泉」と名付けた加工食品ブランドの第

グランディア芳泉



洋間の加工食品（写真上）や、和風仕立（同下）など新しいコンセプトを導入



加工食品外販、宿泊補う

丘陵地の農産物にほれ込んで商品化した。

今後1年間に海産物を使った総菜やケーキなど10〜20品目開発し、年間5000万円前後の売り

上げを目指す。同社にとって初めての通信販売に乗りだし、「全国的な知名度の向上につなげる」

（山口賢司専務）考え。

「美味芳泉」は山口社

を備えた離れ「ゆとろぎ亭」を改装オープンした。その後、露天風呂付きの客室が全国に普及したとみるや、08年にはゆとろぎ亭を再び改装したほ

らなかった2階部分への加工食品の外販は、こう

長が積極的に進めてきた、旅館に新しいコンセプトを導入する取り組みの延長線上にある。

01年に全国に先駆け、当時は珍しかった、全室に庭園に面した露天風呂

か、別邸「個止吹気亭（こどぎてい）」の2階部分も改装した。

客単価が4万円近い別邸は40歳代以上の顧客に宿泊客が減り、09年が中心で高年齢者も多

ただ「関西の奥座敷」とも呼ばれた菅原温泉は91年の136万人をピークにして宿泊客が減り、09年83万人と（ピークに比べ）4割近く落ち込んだ。

観光客が求める「宿泊料金が当社の採算に合わなかった」ため積極的に誘致してこなかったが、所得の上昇とともに客単価も少しずつ上がりはじ

（メモ）1963年に「芳泉荘」として創業。現在の場所には72年に移転、85年に屋号をグランディア芳泉に変更した。鉄筋コンクリート12階建ての新館を中心とした建物の延べ床面積は約2万6000平方メートルで屋外プールも備える。

客室数は113で年間約11万人の宿泊客数は約11万人と、福井県内の旅館の中では1、2位を争う大型旅館。秋篠宮さまが宿泊したこともある。2010年7月期の売上高は約22億円。

した落ち込みを補う戦略の一環だ。

さらに狙いを定めているのが中国人観光客の取り込みだ。例年、年間100〜200人程度だった中国人の宿泊客は09年は1000人を超えた。

北陸

福金富

井沢山 000 777 766 612 233 221 334 434 916 013

＝随時掲載