燈火、旬遊の宿　あぶらや燈千

地域　北陸信越　　所在地　長野県下高井郡山ノ内町佐野 2586-5

客室数　35 室　　URL　http://www.aburaya-tousen.co.jp/

改善のテーマ　自社の魅力発信の見直しとルーフトップバー（屋上テラス）のアピールによる集客改善

改善の背景

設備投資、中抜け廃止などの取り組みに並行して、収益確保のための売上アップの取り組みが必要であった。

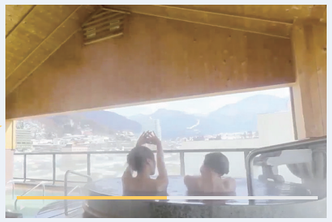
1　改善前

自社のホームページ等において、現地での顧客へのサプライズを意識して、意図的に自社の魅力のアピールを控えめにしていた。
他社のホームページとの比較等を行い、売上アップのためには自社の強みを訴求することが大切だと分かり、ホームページ等での自社の魅力発信の改善を実施することにした。

2　改善後（取り組み内容）

自社の魅力を知って、期待して選んでもらうためのアピール改善を実施。

①自社のホームーページ上で動画を用いて「過ごし方」を提案。具体的なイメージを提示することで、顧客価値を訴求。



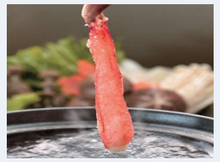
ルーフトップバー内部にて

ルーフトップバーの外観

②プラン、部屋、食事、サービスの紹介内容を刷新。雰囲気や内容を分かりやすくすることで訴求力を向上。

ターゲット顧客の嗜好を考慮した季節特別プランの見直し、魅力の向上

③季節特別プランを見直し。ターゲット顧客の嗜好を考慮し、より魅力あるプラン（のどぐろ、蟹しゃぶ）を開発・展開。



自社経営資源の認知度向上を狙ったアピールの実施

④自社の経営資源であるルーフトップバーの認知度向上のために宿泊者や観光客にチラシを配布。

3　改善のPOINT

1. 自社のホームページ上で動画を使い、「過ごし方」を提案し、顧客価値の具体的なイメージを提示。
2. 自社のホームページ上でのプラン、部屋、食事、サービスの見せ方を改善、さらに詳しい説明を入れることで顧客価値の訴求力を向上。
3. ターゲット顧客に向けた魅力あるプランの展開（のどぐろ、蟹しゃぶなどの季節のお食事プラン）。
4. 自社経営資源である「ルーフトップバー」の露出アップ、湯田中温泉にいらした観光客向けチラシを周辺に展開する等、認知度を向上。

4　改善の効果

自社の提案、顧客価値を適切にアピールしたことにより、12 月特別プランの売上が大幅に向上。1 人あたり総消費単価が上がり、ルーフトップバーの売上もアップ。

- 昨年対比（2018 年 12 月）
  - 季節特別プラン売上 **269%（128万円→344万円）** 季節特別プラン宿泊者数 **265%（66名→175名）**
  - 一人あたり総消費単価（宿泊費と館内消費の総額）**104%（21,036 円→21,902 円）**
  - 宿泊者 1 人あたりルーフトップバー売上 **111%（1,050 円→1,165円）**