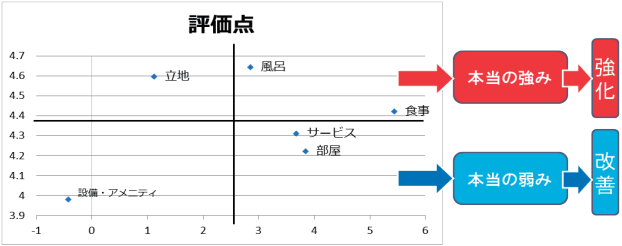


ホテル名	ホテル観洋			
ホテル概要	地域	東北	客室数	244 室
	所在地	宮城県本吉郡南三陸町黒崎 99-17	URL	https://www.mkanyo.jp/

テーマ	競争優位性分析に基づく訴求内容の改善
カテゴリー	マーケティング
部門	予約、営業

改善の背景	大震災の傷跡も癒えつつあるとは言え、宿泊客数は震災以前には戻っていない。 観光客を呼び戻すため、自社や地域の観光資源の探索と磨き込みを続けていた。
改善の内容	(改善前) 大震災の記憶をとぎれさせないように、「震災を風化させないための語り部バス」を運行するなど、様々な施策を打ってきた。 更なる打ち手を探求していた。  左：これまでの HP では、トップ写真に「ホテル外観」を用いていた。これでは競合と類似してしまい、自社の魅力が伝わりにくかった。  右：太平洋を展望できる素晴らしい屋上があったが、その存在は宿泊客にも知られていなかった。 (改善後) 1) VRIO分析から自社の競争優位性を整理したところ、あらためてロケーションの素晴らしさを発見。 (水平線に溶け込むような露天風呂、ウミネコを間近に見られる屋上等) それらの経営資源を磨き込み、ウミネコのふれあい体験やスターパーティー（星空観察会）などのイベントを創出。 2) 創出した強みを前面に押し出すことで顧客への訴求力を改善。HPのトップ写真はサイズや内容を大幅に変更し、ページビュー数の伸長に繋がった。 3) さらに口コミ分析やおもてなしのシナリオを元に複眼的な視点で改善箇所を検証。 細かなサービスの改善を積み重ねていった。 HPのトップ写真を「強みの露天風呂」に変更。予約率が向上  屋上：ウミネコ触れ合い体験  屋上：スターパーティー  評価点  分析を踏まえ、埋もれていた資源を活用