

競合他社との差別化アイテムとして インルームスパを有効に活用

札幌市内ホテルインルームスパ導入事例

宿泊主体型ホテルの進出やリニューアルが相次ぐ札幌市のホテル業界で、他ホテルとの差別化アイテムを模索する動きが出始めている。

そんな中で客室を活用したアロマトリートメントを提供するインルームスパサービスがにわかに脚光を浴びている。昨年からのこのサービスを導入した札幌市内の3ホテルにその経緯と感想を伺った。



札幌グランドホテル

◆札幌市中央区北1条西4 TEL.011-261-3311

「札幌グランドホテル」は、政財界の応接室、市民の社交場として1934年に開業。以来、北海道初の本格的洋式ホテルとして長年、西欧文化の窓口という役割を担ってきた。2011年3月には、「チ・カ・ホ(札幌駅前通地下歩行空間)」が開通し、札幌駅から直接ホテルにアクセスできるようになった。

これを機に滞在中の快適性向上を目指し10月から東館客室の一部リニューアルを実施するとともにクレドインターナショナルのインルームスパを導入した。

「導入の決め手となったのは、インシャルコストやランニング

コストが一切かからないことと、オペレーションの仕組みが明確なことです」。そう話すのは、札幌グランドホテルの角田吉頭(かくたよしあき)宿泊支配人。

「すでにホテル内にマッサージなどのサービスを提供する店舗があったので、パッティングする懸念もありましたが、客室内でのサービスということと営業時間がかぶらないので問題はありませんでした」(角田氏)。導入翌月にはたくさんの受注があり、順調なスタートを切っており、宿泊プランの連動も始めている。



札幌グランドホテル
角田 吉頭 宿泊支配人

ニューオータニ札幌

◆札幌市中央区北2条西1-1-1 TEL.011-222-1111

2011年に「ホテルニューオータニ札幌」からリブランドした「ニューオータニ札幌」。地下鉄東豊線「札幌駅」からは徒歩約3分と市内各所へのアクセスもよく、観光からビジネス需要まで幅広い顧客層を集客している。

「ここ数年、宿泊客からホテル周辺にスパやエステがないかという問い合わせが増えてきました。そこで、スパが競合ホテルとの差別化に活用できないかと考えていたおり、クレドインターナショナルのインルームスパに出会いました。導入の最大のポイントはホテルにオペレーションの手間とコストがかから

ないこと。そして付加価値アイテムとしても魅力的だったことです」と営業企画室の田尾朱美主任が導入の経緯を振り返る。

「昨年の7月に導入してから約半年たちますが、ビジネス利用の男性客の利用が多いように感じます。当ホテルの顧客層ともマッチしているので、今後も伸びが予想されます。札幌のホテル需要は季節変動も大きいので、あと半年ほどインルームスパの受注状況を見て、その後は宿泊プランとの連携なども企画していきたいと思っています」と手応えを感じているようだ。



ニューオータニ札幌
田尾 朱美
営業企画室主任

ホテルグレイスリー札幌

◆札幌市中央区北4条西4-1 TEL.011-251-3211

札幌駅前広場や地下街からもアクセスもよい「ホテルグレイスリー札幌」。グレイスリーは、ワシントンホテルから誕生したワンランク上の空間とサービスを提供するホテルブランド。スタイリッシュで上質な空間とサービスが評判となり、ビジネス客中心に多くの集客を果たしている。

「当ホテルにはレディースルームがあり、女性客向けの付加価値商品としてスパを検討していました。しかし自社でスパの運営をするのは、物理的なスペースの確保が難しい、オペレーションへの不安など難しい状況でした。そんなときクレドイン

ターナショナルからインルームスパを紹介されました。内容を聞いてみるとホテルにとってメリットの多いお話でした。また、すでにグループホテルの東京・田町のホテルグレイスリーでも導入済みで顧客の評判もよいとのこと。グループ内での実績があったことでスムーズに話が進み7月から導入しました」と和田修治営業支配人は話す。導入後の感想としては、顧客の反応もよく、30~40代の男性客の利用が多かったことは意外だったという。今後は男性客の利用にも期待を寄せている。



ホテルグレイスリー札幌
和田 修治 営業支配人

各ホテルともインルームスパを導入したことによって、顧客満足度が向上し競合他ホテルとの差別化の助けになっているようだ。今後は状況を分析しより積極的な活用を試みていく意向を示している。