

これからの温泉旅館の特長づくりは～和倉温泉を訪問して～

(峠岡伸行)

(1) 和倉温泉を訪問

このお盆休みを利用して和倉温泉を訪問してきました。昨年1月の震災から1年半以上が経ちますが、被災状況も復興状況も分からず、また先日のニュースで、和倉温泉の「加賀屋」が全館を取り壊し、規模を小さくして高級旅館として再生するという話題も聞かれたので、ぜひ見ておきたいと思い出かけました。

七尾市までの道路状況は、ほぼ復旧している中で、「のと里山海道」では橋の架け替え作業が行われるなどインフラ強化に向けた取り組みも進んでいるように伺えました。

和倉温泉はというと、先日テレビの報道で、組合に加盟する20の旅館のうち6館が営業を再開しているという話が伝えられましたが、実際に現地を訪問すると、やっと取り壊しに入った状況の旅館、閉館したまま手つかずの旅館、被害が少なく営業再開や新たな営業主体でのスタートを切った旅館など、それぞれ被害の程度によって大きく状況が違っていました。

北陸の温泉旅館は、どちらかというと大型で団体客を中心に受け入れてきたこともあって、近年の旅行スタイルの変化や小グループ化へ対応、更には働き手の確保難などの問題にも直面しているので、温泉地として、温泉旅館として、この機を再生(Reborn)のチャンスと考え、ビジネスモデルの転換に取り組んでいく必要があるのではないかと感じます。

復旧(元の状態に戻すこと)よりも復興(新たな成功に向かって進むこと)が重要です。

さて、今回は、今年4月に大江戸温泉物語グループの最上級ブランドとしてリニューアルオープンした「TAOYA 和倉」(旧湯快リゾート金波荘)に宿泊させていただきました。震災によって建物や設備に被害があり、一部の建物を取り壊し、改装を進めていたもので、以前テレビ番組で、湯快リゾートと大江戸温泉物語グループの統合の話の際にも、この旅館の改装を含めた再生の取り組みが紹介されていました。

大江戸温泉物語グループが進めているのは、「三ツ星バイキング」と銘打ったこれまでのbuffet形式の料理提供をワンランクアップさせ、ライブキッチンの演出やその土地の名物料理の提供などで、これまでのイメージを一新させる取り組みが進められています。

TAOYA 和倉では、のどぐろの炙り寿司や加賀棒茶を使ったデザートなどのご当地メニューの提供を始め、食事会場の入り口正面のコーナーでは料理スタッフが目の前でお寿司を握る演出を行い、またステーキやてんぷらは焼きたて、揚げたてを提供するなど、ライブ感を高める取り組みが印象的でした。さらにオールイン



取り壊し作業が進む和倉温泉の大規模旅館の建物



目の前で料理スタッフがお寿司を握り提供

クルーシブでアルコール飲物も無料、ロビーでのウェルカムドリンクも無料（アルコール含む）、さらに、夜食としてうどんも無料で提供されていました。

他の温泉旅館でも、朝夕の食事はbuffet形式を取り入れているところが増えていますが、今回初めて目にしたのがベビーフードコーナーで、実際にどれくらいの利用があるかは聞いていませんが、このような取り組みがメッセージとして、利用客に伝わり、「子供連れで行きやすい施設」と認識され、リピート利用につながっていくのではないかと感じました。

温泉旅館の売りといえば、食事とともに温泉施設ですが、こちらの旅館では海に面した立地を活かし「インフィニティ風呂」と銘打った「湯舟の先は海」という景観を楽しめる露天風呂を設けています。これも「三ツ星バイキング」と同様この旅館の特長になっています。

宿泊する部屋は、和室にベッドを入れた和洋室タイプが中心となっていて、畳の部屋にマットレスと台を入れた形（中高年にとってはありがたい）で、リニューアルに際しても内装の張替えと畳の入れ替えを中心としたリーズナブルな改装にすることで、宿泊料金を割安に抑えているようにも感じました。

この点は、星野リゾートの界に宿泊しても感じたところですが、界は割とシックな色合いの壁を採用し、材質でも高級感を感じさせる工夫をしているように思います。

この和室にベッドというのは、人員の効率化にも寄与していて、以前の温泉旅館では、夕食中に布団を敷いて準備し、朝食中に布団を片付ける作業を行っていたことを考えると、この朝晩の忙しい時間帯に人手が掛らないという点は、大きな効果があると考えます。

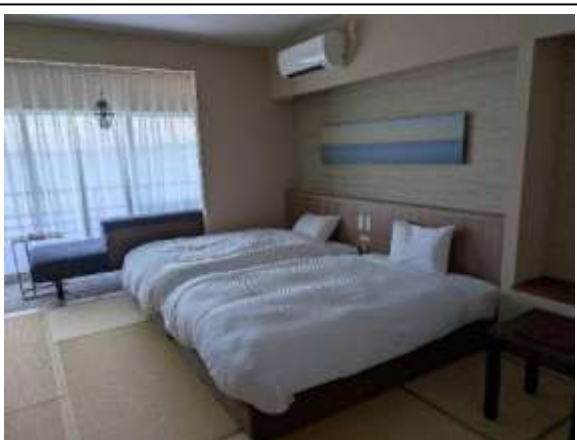
また、最近、増えているのですが、チェックインカウンターの隣に自動精算機を設置して会計手続きは自分で行えるようにもなっていて、混雑するチェックアウト時間帯の緩和にも役立っています。



buffet会場に設けられたベビーフードコーナー



TAOKA 和倉のインフィニティ露天風呂（HP より）



畳にベッドを入れた和洋室、窓の外は海が目の前に



OMO 赤坂ではQRコードでルームキーを自ら作成

オールインクルーシブにしてしまえば精算するものもあまりなく、予約のタイミングで事前決済をお行っておけばチェックインの業務も効率化することができ、また会員制等の仕組みを取り入れれば旅館業法で定められた宿泊者名簿の作成も自動的に行えるので、このような時間を省きたいと考える利用者には時間の節約にもつながって、旅館にとっても利用者にとってもメリットがある取り組みだと感じます。

（２）温泉旅館の利用スタイルの変化

ここまで和倉温泉と TAOYA 和倉のお話をしてきましたが、温泉旅館とはどんな使われ方をしてきたか、これからはどんな使われ方をしていくのか、更には、どんな特長づくりをしていかなくてはいけないのか、といった点について考えてみたいと思います。

まず、なぜ温泉旅館を利用するのかから考えてみましょう。

温泉旅館は、過去、企業の社員旅行や支店・営業所等を集めた全社的な会議の会場として活用され、顧客企業を招いた事業説明会や業界団体の会議等の会場として使われていました。これは、大都市を除いて大きなバンケットルームを持つホテルが地方には少なかったこともあります。夕食時の宴会が社員同士や顧客との懇親・交流の場として重要視されてきたことがあると考えます。もちろん、温泉という癒しのイメージも大きいと思いますし、個人や家族で温泉旅館に泊まるのが少なかった時代というものもあると思いますが、温泉という言葉が特別な高級なイメージを持っていたのではないかと思います。

夕食の提供がbuffet形式となった現在でも、福井県内では、大きな会議を開催する際に、100室を超えるような宿泊施設は少ないので、温泉旅館が活用されるケースも多く見られますが、代替機能として使われるようになったのは悩ましい部分でもあります。buffetになったことで、子供連れの家族が利用しやすくなり、また宿泊プランでも「夕食なし」が選択できて、夜遅くの到着やその地域の名物を外で食べることも可能になったことで、ビジネスホテルのように手軽に利用できるものとして身近に感じられるようになったのではないのでしょうか。



TAOYA 和倉の食事会場は広くゆったりした配置に

北陸の温泉地は、関西の奥座敷と呼ばれ、バブル時代に大型化した旅館が多く、その後のバブル崩壊やリーマンショック、更にコロナ禍などの経済変動に大きく影響を受け、利用者の減少だけでなく、利用スタイルの変化も進み、施設や従業員の維持ができず廃業した施設も多く見られ、多くの温泉地で廃業したまま放置された建物が多く見られます。

また、利用客の予約方法も、旅行代理店を通じた予約からインターネットの予約サイトを通じたものに変化し、更には直接、旅館のホームページから予約する形と多様化し、旅館側も予約サイトを併用しているので、これらの手間（料金決済を含めた予約管理の複雑化）も増えているように感じていますが、多くの旅館では、専用サイトを設け、会員登録をすれば割引料金が適応されるなどの特典を設けて、自社サイトに誘導する取り組みに加え、数多く利用すれば割引額が拡大していくようなインセンティブを設けるところも見ら

れています。

大江戸温泉物語グループでは、最近、BSの番組のスポンサーとなり、全国のグループの旅館と現地の観光を紹介する番組まで制作し、旅行に行きたくなるような仕掛けもついています。大江戸温泉物語グループだけでなく、温泉旅館の再生にいくつかの企業が参入してきており、リーズナブルな価格帯から料理をメイン訴求に高額な価格設定の旅館まで見られるようになってきていて、メインターゲットを絞り込んでアピールを行う取り組みが激しくなると考えられますので、全国の地方にある温泉旅館においても自施設を利用させていただく「旅」を演出し発信していく必要があると感じます。

福井県内のあわら温泉では、宿泊に芝政ワールドや松島水族館、福井県立恐竜博物館などの入館券をセットにした子供連れを狙ったプランを販売しているものを多く見ますが、平日利用の中心となる中高年の皆さんが興味を持つプランづくりも求められているのではないのでしょうか。

もちろん、プランだけでなく個々の温泉旅館自身の施設やサービスといった特長づくりとその発信がとても重要になっていくと考えます。最近では、そのホテルへ泊まること自身が目的と言われるような施設も増えてきていますが、そこまでの設備投資やサービスの充実ができないとなれば、一点豪華主義ではないですが、何かに特化した特長を作り出すことで興味を引き出し、お試しでも宿泊先として選択していただけるのではないかと考えます。

(3) 選ばれるための特長づくりに向けて

そこで、中小規模の温泉旅館にとって、価格と価値のバランスがとれるような取り組みを考える上で、温泉旅館を構成する要素を取り上げ、私自身が感じているそれぞれの特長づくりを述べてみたいと思います。

旅館選びのポイントを考えると、当然、観光などの目的地に近いこともあるのですが、①眠る（寝る）、②食事を楽しむ、③温泉を楽しむ、④滞在時間を楽しむ、⑤納得できる価格設定である、といったことがあげられます。

①眠る（寝る）

宿泊するのですから寝ることは当然ですが、これまで「眠りの質」については宿泊施設側も意識されていなかったのではないかと感じています。最近では、睡眠学の権威の方がテレビ番組等に度々出演されて、睡眠の重要性についてお話しされていますが、「眠りの質」にこだわるというのも他にない特長づくりだと考えます。

最近では、予約時に部屋を選ぶ際、有名ブランドのマットレスを使ったベッドを選べるところもありますが、ベッドの硬さやまくらにこだわる方も多いのではないのでしょうか。ベッドは予約時に選んでいただき、まくら選びは旅館でできるとなれば、これも特長になると思います（もちろん専門的な知識を持ったアドバイスは必要となると思いますが）。

また、温泉の入浴法と睡眠の関係についてもいろいろなお話が聞かれていますので、これも「当館のお勧め」として紹介するような取り組みは必要だと思います。

以前、星野リゾートの界別府に宿泊した際に、温泉の入浴法についてスタッフが説明する時間が設けられていて、これは③温泉を楽しむ、や④滞在時間を楽しむ、ことにもつな

がるものとなっています。

この睡眠を特長として打ち出している温泉旅館はあまり聞きませんし、大きな設備投資や人員を掛けなくても取り組めるものだと考えます。

②食事を楽しむ

旅館へ宿泊する楽しみは「食事」が大きな部分を占めるのではないのでしょうか。海に近ければ海鮮、山の中であれば山菜や川魚などそれぞれの食材の魅力があるのが、日本の温泉旅館の特長と言えます。

なので、夕食も朝食もbuffetスタイルというのは、旅館にとって人員面で効率的ではあるものの、差別化は難しいものとなっています。

食事が、個室に「部屋出し」だった頃から、大広間等の宴会場を衝立で仕切って「コースメニュー」を順次提供する形に変化し、更に前菜などは弁当箱のようなものにまとめて、メインの数種類だけ個別に提供するようになり、それが大多数の大型旅館では宴会場を改装した広い食事会場にテーブルとイスを配置し、buffetスタイルで少量ずつの料理を自分で取り分けられるように変化してきました。

もちろん、部屋出しやコースでの提供にこだわりを持って取り組んでいる旅館もありますが、食事の進み具合に合わせての調理や都度配膳する人手が必要になるので、むしろ小型の旅館が特長として打ち出すべきポイントだと思います。

先日、伊豆半島の伊東市にある「界アンジン」に宿泊したのですが、客室数が45室と中規模で、食事の部屋出しは行わず、食事会場を衝立で仕切って個室感を出し、食事時間も2つの時間帯に分けて、料理を出来立てで提供できるようにしていました（以前、界別府に宿泊した際に、界の中では68室で最も大きいという話を聞いたことがあります）。

利用客のペースで食事を進めることができることはもちろん、専任のスタッフが料理を提供することでもてなしと高級感を演出することができ、またどんな料理が出てくるのかというbuffetとは違ったワクワク感も持ていただくことができる魅力があります。これは、効率と食事の質ともてなしの三方を重視した取り組みだと感じました。

当然、宿泊料金の違いもありますので、全ての旅館でできるものではありませんが、旅館の規模に合わせた人員面での効率とおもてなしを踏まえた食事の提供方法はある程度決まってしまう状況にあると考えますので、その中でいかにメニューの工夫やライブ感などの演出



界アンジンでの食事は舟に見立てた設えで提供



TAOYA 和倉のライブキッチンではステーキを提供

で、次回も選んでいただけるように印象付けるかが必要になっていると思います。

それと、日本海側の温泉地は、冬場はどこもカニがメインとなっていますが、それ以外の季節の目玉商品や海鮮メニューをあまり聞かないので、季節ごとのお勧め料理を発信できるとリピート利用につながっていくのではないかと感じます。直近の予約につながらなくても、「この季節はこの魚」という印象をもっていただくだけで、旅行や会合の際に利用しようと思い出してしていただくことにもつながるのではないのでしょうか。そのような新メニューづくりと発信をしていかないと、次の予約の獲得や宿泊価格を維持することが難しくなるとも考えます。

また、これは別の取り組みですが、函館市内のホテルでは「朝食戦争」と呼ばれるホテル間の誘客競争が激化していて、その朝食buffetの内容充実によって集客を増やそうとしています。

この「朝食戦争」が報じられることで、近くの温泉地ではなく函館市内のホテル宿泊を考える人が増えるので、地域全体への注目度も高まる効果があり、温泉地であっても敢えてこのような「注目を集める豪華な朝食」を宿泊施設連携で競うような取り組みも地域へのリピート客を増やすことにつながるのではないかと感じます。



函館観光ホテルは朝食buffetで海鮮パフェを提案

③温泉を楽しむ

日本全国に温泉地があり、その地域毎の泉質を楽しむことができるのも、温泉旅館を利用する楽しみです。しかし、自施設の泉質や効能について、紹介されている旅館が少ないことが気になっていました。

医療等の法律によって温泉による効能についてはアピールできないことは理解していますが、せっかく温泉に入るので泉質については詳しく知りたいですし、効能についても大浴場には掲示されていますが事前に知ることができればと思います。

湯治という言葉があるように、温泉に入浴することで体調を整える効果（入りすぎると逆効果もあると聞いていますが）は、入浴方法などを含めて紹介されることで、その温泉旅館を選びやすくさせるのではないかと感じます。

熊本県の黒川温泉のように川を挟んで旅館同士が近接している特長から、湯めぐり手形のように、それぞれの温泉や浴場を楽しんでいただくことで、温泉地全体としてのリピーターづくりに取り組んでいる例もありますが、北陸の温泉地はいずれも大型の旅館がそれぞれ距離を空けて建てられているので、黒川温泉のような仕掛けは難しいように思います。

一方で、客室に半露天風呂を設ける旅館も増えていて、宿泊単価アップにつなげる要素となっていますが、黒川温泉をはじめとする九



黒川温泉のふもと旅館の貸切風呂（HPより）

州の各温泉旅館では「貸切風呂」をいくつか持っている旅館もあり、小さな子供連れの家族や大浴場を利用しにくい方々に利便性を提供しています。日帰り入浴も可能で 1 時間 2,000 円程度と割安で利用できるようです（黒川温泉旅館組合の HP より）。

大浴場の充実はもちろん必要ですが、インバウンド客を含め多様な利用客が増えていくことを想定して、自旅館の特長づくりとして検討されてはどうかと考えます。

また、温泉には個室や大浴場だけでなく、足湯などもあり、宮城県の界秋保では足湯を楽しみながら森林浴も味わえる空間を提供していて、滞在時間を楽しむことにも繋がりますし、男女や家族連れで一緒に楽しむことができるので、中小規模の旅館でも実現可能な取り組みだと考えます。



界秋保の足湯コーナーは庭に面し森林浴もできる

④滞在時間を楽しむ

観光地内であれば、温泉旅館にチェックインしてから観光に出かけるということもできますが、目立った観光スポットが近くにならない場合は、館内で楽しみを提供することが必要になってきます。

子供や若者向けには、卓球やビリヤード台を設置しているところも多く見られ、グループ客向けには、カラオケボックスが設置されているところもあります。ゲームコーナーを設けボードゲームなどが置かれているところも目にします。

最近、入り口のロビースペースに飲み物や簡単なおつまみを置いて、自由に利用していただくスタイルの旅館も増えていて、今回宿泊した TAOYA 和倉でもビールやワインなどのアルコールを含めた飲み物やプチケーキ、ソフトクリームがセルフサービスで楽しめるように用意されていました。チェックインを待つ間に利用するだけでなく、夕食後に楽しむこともでき、多くの方に利用されていました。



TAOYA 和倉のロビーに設置された飲料、菓子等

このようなサービスは老若男女を問わず喜ばれるものですが、コストとメンテナンス体制に注意をして取り組むことが重要です。例えば、提供されている飲み物が空になって長時間ケアされていなかったり、こぼれたままになっていたりすると、せっかくのサービスが悪い印象を与えかねないので、定期的にケアする体制を取っておく必要があります。

館内の充実が必要ですが、せっかく、その地域に来ていただいたのですから、館内で楽しむだけでなく、その地域の文化を知る、体感できるような機会を持てるとより地域のファンを増やし、地域としてのリピーターを増やすことに繋げられるのではないのでしょうか。

星野リゾートの各旅館やホテルでは、スタッフが説明役となり、館内での楽しみ方やホ

テル周辺を活用したいろいろな企画を設けています。温泉旅館の界では、入浴法や地域名産のお茶の入れ方など時間を設定して予約で実施していますし、ビジネスホテルの OMO では、朝に周辺の神社や公園などのスポットを案内する散歩コースを設定しスタッフがガイド役を担っています。

先ほど、平日利用者の中心となる中高年向けのプランづくりが必要と述べましたが、例えば、ボランティアガイドの方と連携して、地域の歴史を知るお話を聞き史跡を巡るコースを設けたり、例えば近くの御菓子屋さんを巡りお土産候補を紹介するツアーとか、翌日の昼食の候補となるような名物料理の食堂を紹介するなど、地域とのつながりを活かした魅力づくりを行うことで、自旅館だけでなく地域全体の活性化にもつなげることを意識した取り組みを仕掛けていくことが必要ではないかと感じます。

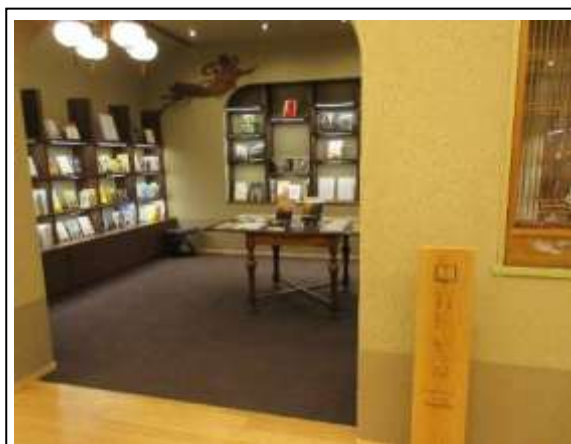
一方で、日本人が苦手なのが「のんびりする」こと。都会の喧騒の中で仕事をしていれば、たまには自然の中でゆっくり過ごしたいと考えるのは当然かもしれませんが、それも長時間になると手持無沙汰になって何かしていないと落ち着かないという人も多いのではないのでしょうか。

星野リゾートの界別府に宿泊した際は、全ての客室が海に面していて、夕日や朝日が昇る景色を堪能できましたし、界秋保は溪谷沿いにある夏は新緑を、秋以降は紅葉や雪景色を楽しむことができます。このようにその旅館の立地に合わせたオリジナルの景色を活かす取り組みも特長づくりにつながるものとなります。

星野リゾートの界や嬉野温泉の八十八では、図書室を設け、旅に関する本や地域の歴史や文化を紹介する本を集めていますが、これも旅館の中でゆったりと過ごしていただくための取り組みでもあり、地域のファンづくりにもつながるものとして、他の施設でも真似できるものではないのでしょうか。



界秋保の客室の窓は絵画を見るような演出に



嬉野温泉八十八では図書室を設け地域の文化を紹介

⑤納得できる価格設定であること

一時期、温泉旅館でも価格破壊が起こり、1泊1万円程度でビジネスホテル代わりに出張族の皆さんが利用されていたこともありましたが、現在では、上質なサービスを提供する高級旅館も増えてきたことで、温泉地での宿泊施設をいろいろな選択肢の中から選べるようになっていきます。

過去には、「人の好みは十人十色」と言われていましたが、最近では「一人十色」と表現されるほど場面によって個人の選択が変化している時代になっています。一方で、「万人受け」というのは難しく、何らかのこだわりをアピールしていかないと目にとめてくれない

時代でもあると言えます。「わかる人にはわかる」というだけでなく、特長を価格にしっかりと結び付けて選んでいただけるように伝えていくことが重要になっています。

たとえば、時には高級な温泉旅館に泊ってみたいと考える方もいるでしょうし、温泉付きの客室には満足しても食事はもう一つとを感じる場合もあるでしょう。食事は良かったが大浴場はもう一つとを感じる方もいるでしょう。どんな施設に宿泊しても、すべてが満足で、サービスの割に値段が安かったと感じる人は少ないのではないかと思います。

利用客の側もいろいろな温泉旅館の宿泊体験を持っていて、これくらいの部屋で、このような食事であればこれくらいの金額という自分なりの目安と比較しながら、旅館選びを行っているのではないかと考えます。

もう15年くらい前になりますが、福井県中小企業診断士協会では倉温泉の加賀屋の雪月花に宿泊したことがあり、その際に「食事の質」に感激したことを覚えています。宿泊料金は当時としては高かったのですが、部屋から見える景色と夕食を食べて料金に納得しました。なので、満足してリピート利用していただくためにも、自旅館で楽しんでいただきたい特長をしっかりと伝えることがより重要になっていると思います。



加賀屋雪月花の上層階から見た能登島の朝焼け

昨年ですが、福岡に出張した際に、佐賀県の嬉野温泉に新しく出来た「八十八（やどや）」というJR九州が運営する温泉旅館に宿泊したことがあり、この旅館での宿泊を決めた理由はテレビ番組の中で紹介されていたことでした。

新築された和風の旅館スタイルの建物で、宿泊した部屋には和室にベッドが入り、更に源泉かけ流しの半露天風呂もついていて、広さは69㎡と2LDKのマンションといった感じです。

さすがに広過ぎの感はありましたが、嬉野温泉のとろみのあるお湯を部屋の中でも楽しめる

というのは価値ある体験だったと感じています。料理も個室の食事会場に一品出しで美味しくいただきましたので、ちょっとお高い金額ではありましたが、価格に見合った価値が提供されていると納得しました。



嬉野温泉八十八の客室コンフォートDX（HPより）

伝統的な旅館のスタイルであれば、料理を楽しむこと、お庭を見ながらゆったりと過ごしていただくこと、効能のある温泉をゆっくり楽しんでいただくこと、など価格に見合った価値をどの部分で提供したいと考えているのかをもっと発信すべきではないでしょうか。

⑥スタッフの確保と育成

最後に、どの温泉旅館も苦心しているのが、スタッフの確保と育成だと思います。

全国展開するようなグループであれば、マネジメントを担当する正社員のスタッフ確保

や外国人技能実習生の活用などもでき、バックヤードは地域の高齢者の皆さんの力を借りながら運営することも可能ですが、そうでなければ人材の確保は今後も更に難しくなっていくことは明らかなです。

温泉旅館は、営業時間が長く、食事の提供など大人数のスタッフが必要な場面があり、サービス業の特徴でもあります。習熟による付加価値増が難しく、昇給させにくい点も人材確保面での課題となっていると感じます。

以前、加賀屋に宿泊させていただいた際に、「できるだけ地元の若者を正社員として採用しています」と話されていましたが、勤務時間の回し方までは伺っていなかったもので、どのようなスタイルだったか聞いておくべきであったと後悔しています。

数年前に山形県のかみのやま温泉に宿泊した際は、正社員の皆さんは大きな食事会場での朝食のサービスから夕方のチェックインまでが勤務時間で、個室に仕切られた食事会場での夕食の配膳はパートタイマーの方が行っていたようですが、このような労働時間の調整と専門の人員確保を計画的に行うにはある程度の規模が必要かも知れません。

このように人員確保の面から考えると、大規模なグループ経営の温泉旅館（多角的な経営で別のスタイルの宿泊施設やビジネスを行っている場合も）か、中小規模で自らの特長を利用客に理解していただきリピート利用していただけるような旅館か、に今後は絞られていくように感じますし、中小規模においては経営者ご家族を含めスタッフとお客様との接点づくりが更に重要になってくると思います。

最近、食材価格やエネルギー価格、建設資材価格の上昇に加え、人手不足も相まって人件費も上昇している中で、温泉旅館の宿泊料金も全体的に上昇傾向にあり、利用される皆さんも納得して受け入れていただいているようですが、それに甘えることなく、価格以上の価値を感じていただく努力をし続けることが必要ではないでしょうか。

温泉は、日本の文化であり、世界文化遺産への登録を目指す動きもありますが、その文化をしっかりと継承し伝えていく取り組みが温泉旅館の皆さんの重要な役割であることを意識しながら、自らの強みを更に伸ばす取り組みを進めていただきたいと思います。



界別府では、食事のサービスは一人が担当することで宿泊客とのコミュニケーションが深まる