



6月30日付、琉球新報朝刊経済面にて、沖縄のリゾートホテルが、観光客だけでなく、県民向けにレストランの営業を強化している傾向について、報道されました。

この傾向は、コープおきなわがホテルの食事券を取り扱うようになってから更に強まってきたそうです。

善循環の皆様には馴染みのあるEM ウェルネスリゾート・コスタビスタ沖縄は、コープおきなわの食事券販売実績で2011年から二年連続一位になっています。

記事には、2012年のホテル毎の食事券販売数も掲載されており、EM ウェルネスリゾート・コスタビスタ沖縄の販売枚数は、二位を大きく引き離しています。

EM 食材の魅力が多くの人に評価されたこと、嬉しい限りです。

# 地元客の常連化図る

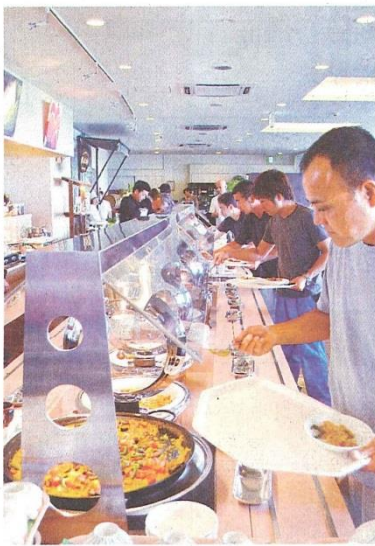
県内のリゾートホテルで食事を楽しむ過ごし方が県民の間で浸透している。観光客向けサービスの印象が強いが、地元客の利用が増え、ホテル側も地元のリピーターを掘り起こそうと食事サービスに力を入れる。ホテルでの食事は贈り物としての需要も増加。ホテルにとって地元からの集客は安定経営を支える重要な要素となっている。食事提供の演出や新企画、価格設定など他ホテルとの違いが集客の鍵を握る。

開店間もない午前11時半。ピュッフェ形式で数々並ぶ料理の前に来店客が列を成し、たちまち店内がにぎわい始める。「この野菜はいかがですか」。シェフの呼び掛けに客が手を伸ばし、皿に盛り付けていく。

## 特別感

北中城の高出に立地するEM ウェルネスリゾートコスタビスタ沖縄ホテル&スパ。コープ

おきなわが販売する食事券で2011~12年度の販売実績が連続1位と高い人気を誇る。EM菌(有用微生物群)を使い生産された食材を多用し、「医食同源」を料理の力点に置く。平日でも180席あるレストランは1回転半する盛況ぶりだ。



コープおきなわが販売する食事券の販売実績1位を誇るEMウェルネスリゾートコスタビスタ沖縄ホテル&スパのレストラン北中城の同ホテル



□18□



地域を擁護した地産地消フェアを開催するロジールホテル&スパが、2011年には北部農林高校生徒らがメニューを挙げた

目玉は豊富な野菜だ。県内外にEM技術で生産する契約農家を抱え、豚肉や卵なども含め、取り扱うEM食材は8年前のホ

テル開業時に比べ4割増えた。EM食材を中心に野菜は常時30種類ほど取りそろえる。

レストラン内の一角に設置したブースに、多様な野菜を並べ、料理人が味付けや調理内容などを説明。料理人がその場で作りたての玄米おにぎりを、わずかな塩で味付けし提供するサービスを始めるなど、食材の素朴な味を楽しんでもらう企画が、女性客を中心に健康志向の人たちの心をつかんでいる。

食材へのこだわりは自社農園を所有するまでに進展。料理人は出勤前に自社農園を回り、自ら野菜やハーブの栽培に携わ

上里良秀総料理長は「おいしさと健康を成立させることが重要。それには野菜を充実させ、野菜の持ち味を生かすことがポイントだった」と強調。徹底したこだわりが奏功し、洋食レストランの12年度売上高は5年前

## 観光客への口コミ期待

に比べ約1.5倍の9200万円となるなどリピーターの取り込みが成功している。

### 伸長する市場

コープおきなわが取り扱うホテルの食事券販売数は12年度が3万2762枚で前年度と比べ1万1672枚増え、13年4、5月も前年同期比で販売実績を伸ばしている。

コープおきなわの組合員向け注文カタログ「コープあふれ」で展開。当日よりも料金を割引したホテルランチ券などを販売している。年々高まる需要とともに、安定集客を図りたいホテル側の意向も重なり、提携先を拡充。売り上げ増につながっている。

コープあふれチケット売り場には組合員以外に一般客も購入に駆け付ける。日曜定休日だが、母の日に開店したところ、贈り物として買い求める人が多く訪れた。イベントの景品にするための購入も増えている。

### 企画力

那覇市のロジールホテル&スパタワー那覇は自治体と連携した地産地消の取り組みで差別

### コープあふれ取扱食事券2012年度販売実績上位10ホテル

順位	ホテル名	枚数	前年度比増減率(%)
1	コスタビスタ沖縄ホテル&スパ	7239	35.6
2	東京第一ホテル那覇シティリゾート	3920	30.1
3	サザンビーチホテル&リゾート	3136	30.5
4	ザ・ビーチタワー沖縄	2836	112.0
5	ラグナガーデンホテル	2134	30.4
6	沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハ	2125	67.2
7	ホテル日航那覇グランドキャッスル	1405	45.6
8	(-) ANAクラウンプラザホテル沖縄ハーバービュー	1089	-
9	(15) リザンシーパークホテル谷茶ベイ	1084	161.8
10	(-) ホテルオーシャン	1054	-

※かっこ内は前年度順位。東京第一ホテルの2011年度順位は前身の沖縄ワシントンホテルを参考

化を図る。08年に「地産地消食三昧」を仕掛けた後、11年から地域連携を本格化。県産マグロのブランド化を進める沖縄鮮魚卸流通協同組合や大宜味村、宮古島市などフェアを共催するなど地元食材の活用を前面に押し出す。

都市型リゾートを展開するザ・ナハステラス(那覇市)はフランスで沖縄食材を使ったシェフ監修の料理を提供する企画を続けているほか、6月からはディナーで前菜や肉料理などを数品から選び、自分でフランス料理のコースを作る企画を始めている。非日常の空間の提供にこだわった演出を食事サービスでも追求し、次々と企画を打ち出している。

飲料サービスチームの島袋守チムリーターは「ホテルで食事をするというニーズは間違いなく高くなっている。新しい顧客を増やすためにも飽きさせない企画が必要だ」と課題を挙げ

ホテルの食事サービスは沖縄観光サイトを手掛けたパム(那覇市)も注目する。ホテルに関する報告書を書くことを条件に利用料金を割引く企画で「グルメレポートプラン」を提案。ホテルの食事情報を発信する口コミ効果で、さらに県外からの観光客増を期待する。

県内観光産業について、日銀那覇支店は11年に、収益を夏場のリゾート観光需要に依存するビジネスモデルに限界が出てきているとする報告書をまとめている。地元客をいかに引き込み、ホテルの稼働率を上げるか。食事サービスの充実化はそのきつかけとなりそうだ。

(アップテータ取材班・謝花史哲)

(隔週日曜掲載)