

鳴子風雅再生ストーリー

現在全国で 35 か所の施設を展開する当社が、初めて東北エリアでリブランドを手掛けた施設が 2019 年 4 月オープンの【鳴子風雅】。

鳴子温泉は、日本に存在する 11 種類の泉質のうち 9 種類がそろそろ希少な温泉地であり、秋湯温泉に続き宮城第二の温泉街として確立していました。

エリアの顧客層は中高年が中心で、地域自体も積極的に若年層を取り込むというよりはどちらかというと保守的な様子が伺えました。

周囲に大規模なホテルや旅館が立ち並ぶ中、中小規模である当施設も旅行会社頼りの「待ち」の集客で、新たな施策等もなく原価や人件費の高止まりが続き、経営が厳しい状況に陥っていました。

中小規模の施設は再生が難しく、名乗りをあげる企業は多くありません。例に漏れず当施設も混迷を極めていました。

しかし、本当に困っているのは地方の中小規模の施設であり、そのような施設を再生させることこそが使命と考える私たちは、当施設の再生を決断しました。

そこには、東北という地域への支援の想いもありました。

リブランドにより、中高年層だけでなく幅広い年代のお客様に足を運んでいただくことによって、エリア自体の活性化を導き長期的繁栄にもつながれば、わたしたちの基本思想である“地方創生”に貢献できるのではと考えたのです。

幸いなことに施設の価格帯は鳴子では少ない、高級でもなく安価でもないミドルクラスであったため、客室の改装やお食事の充実感で差別化を図れると確信しました。

リブランドによって生まれた【鳴子風雅】のコンセプトは“大人の隠れ家”。

周囲の大規模な施設にはない、中小規模だからこそ出来る静かで落ち着きのある空間を創り上げました。

旅館の良さを残しつつ、ラウンジやライブラリー、ライブキッチンなど都会的なスタイルを取り入れることで中高年層はもちろんのこと、ちょっと背伸びをしたい若年層にも来ていただけるような造りを施したのです。

その結果、2019年のオープン時より年々20～30代の利用率がアップするなど客層も広がってきています。それに加え嬉しいことに旧施設時代からのリピーターの方も変わらずに足を運んでくださっています。

これは、これまで愛されてきた施設を残した上でリブランドを行うからこそ生まれる結果であり、ホテル・旅館再生を担うわたしたちにとっては大変喜ばしいことです。

そして現地で働く人々も若年層が増えています。都市部に集中する傾向がある若手労働者を雇用することは過疎化を防ぐ一端でもありますので、今後も地域雇用の促進を図ってまいります。

施設はオープンしたらそこで終わりではありません。

今後も地域と共生を図りながら施設を育て、地方創生への道を確認なものへと築き上げてまいります。