商品リポート

シヤチハタ　スタンプラリー商品

旅の思い出づくりに一役

徹底した抗菌仕様 使いやすさにも配慮

長引いたコロナ禍の終焉と共にリアルの価値が再認識され、日本全国の観光地ににぎわいが戻ってきている。スマホを活用した手軽なデジタルスタンプラリーも普及してきたが、実際の紙に押印して集めるスタンプラリーは「旅の思い出に残る」として断然人気が高い。

ただ、直接手で触れるものだけに衛生面は気になるところ。

シヤチハタのスタンプラリー商品は徹底した抗菌仕様。スタンプ台不要の「Xスタンパー」では、グリップ部分に無機抗菌剤を練り込み、細菌の繁殖を抑えている。抗菌製品技術協議会のガイドラインで定めたISO22196「SIAAマーク」を取得している。

スタンプ台「タフダ」も同様。本体プラスチック部分には、再生樹脂を使用したグリーン購入法適合商品を使用し、無機抗菌剤を練り込んでいる。

各地のスタンプラリーや記念スタンプの設置場所で使用するマット「スタンプラリー抗菌剤入りシリコンマット」も、安心で使いやすいと利用者から評判だ。A3サイズの大型マットでスタンプの設置場所を幅広くカバー。大腸菌や黄色ぶどう球菌が付着しても、菌の増殖を防ぎ、優れた抗菌効果を発揮する。クッション性の高いシリコンゴムを使用することで、クッキリと美しい押印を実現。スタンプインキ汚れも簡単な清掃で拭き取ることができる。シリコンゴムは高い耐久性を誇り、寒暖差の大きい場所で使用できるのも設置する上での強みだ。

スタンプラリー抗菌剤入りシリコンマット（A3）のサイズは297ミリ×420ミリで、厚さは3ミリ。標準小売価格は1万1千円（消費税込み）となっている。

抗菌剤入りのスタンプ用シリコンマット

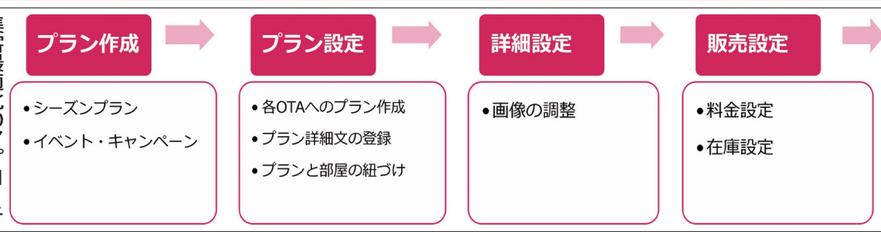
商品・トレンド

低価格かつ効率的なウェブ集客へ

宿泊施設向けサービス「サクセス」を提案

tripla

宿泊施設向けITソリューションを展開するtriplaは、宿泊施設向け集客支援サービス「triplaサクセス」の導入を提案している。同社のノウハウをもとに予約システムの運用代行やデータに基づいたアクションプランの作成を行い、宿泊施設の低価格かつ効率的なウェブ集客を実現する。



集客最適化のアプローチ

コロナ禍前から自社サイト経由の売り上げ増大を図る宿泊施設は多く、コロナ禍が収束を見せる現在、その傾向はさらに強くなっている。他方、自社サイトの導入を検討しながらも「運用に時間が割けず、販売経路がOTAに限られてしまう」「IT担当者不足でウェブ集客に取り組めない」「コンサル費が高額で委託ができない」など、人的要因やリソース不足により導入が困難な施設も多い。

宿泊施設の自社公式サイト導入や運用を支援するため、同社は自社サイトやOTAからの集客最適化を促進するtriplaサクセスの提供を開始した。宿泊施設向けの集客支援サービスで、月額固定料金で運用代行からアクションプランの作成までを実行する。①手数料率を抑えられる公式サイト経由の予約率増加のための施策を随時実施②公式サイトで充足できない集客分をOTAで補う実務を最適化③国内主要OTAに限らず、海外OTAも含めた販売経路の拡大を行い機会損失の防止、売上の最大化④予約エンジン機能、価格、在庫といった重要項目のPDCAサイクルの構築―などの特徴があり、導入により予約システムの導入や運用に必要な労力が不要になる。

「人手不足を解消するだけでなく、ウェブ販売設定に費やす時間を削減し、レベニューマネジメント業務や顧客サービス向上への取り組みに専念することが可能となる」と同社。時間と労力を要する自社サイト構築や運用、ウェブ販売関連業務の代行は、宿泊施設で課題となっている人手不足の解消や労働生産性の向上にも寄与しそうだ。

1施設当たりの料金は月額3万円で、初期費用は不要。問い合わせはsupport@tripla.jp。

竹内美樹の口福（こうふく）のおすそわけ 463

金華豚！

先日、知人から「金華ハム」をいただいた。中国料理店で「金華ハムのスープ」や「金華ハム入りチャーハン」などを食べたことはあるけど、詳しくは知らないので、調べてみることに。中国語で「金華火腿」と書くそうだが、切ると断面が炎のように赤いことから、その名が付いたのだとか。

それを名乗れるのは、中国浙江省金華市で作られた物のみ。2001年中国政府に地理表示保護産品に指定され、08年にはその製法が国家級非物質文化遺産に指定されたそうだ。モチロン原料も、頭とお尻部分だけが黒い「両頭烏（リョートウウー）」という品種の豚の骨付き後ろ脚の腿と定められている。その色から熊猫猪（パンダ豚）とも呼ばれるが、通称は金華豚だ。小型で肉量が少ない上、成長が遅いのでコスパが悪く、他の地域ではあまり飼育されていないらしい。それ故、幻の豚といわれている。

穀物は一切与えず、野菜や茶殻などを食べさせているため脂肪が少ない。後ろ脚しか使わない理由は、前脚より脂肪が少なく、タンパク質が豊富でアミノ酸含有量が多いから。仕込みは冬に行う。1～2カ月かけて何度も塩を擦り込み塩漬けに。次に表面を洗い、屋外で吊るし約2週間天日干し。その後、棚に並べ、時々上下を返しながら発酵・熟成させる。その期間、最低でも1年以上だそう。時間も手間も掛かるのだ。

古くは唐の時代、すでに金華地方で豚肉の塩漬けが作られていたという記録があるらしい。後に戦場で携行保存食として重宝され、朝廷への献上品にも使われたそうだ。1915年サンフランシスコ万博で食品部門一等を獲得し、世界に広まったという。今やイタリアの「プロシュート・ディ・パルマ」やスペインの「ハモン・セラーノ」と並ぶ、世界三大ハムの一つだ。

金華ハムはそのまま食すのでなく、うま味を生かして料理に使う。特に、高湯（カオタン）・上湯（シャンタン）と呼ばれる中国の高級スープには欠かせない。かびを付けて水分を抜き、発酵させうま味を増す製法も、だしという用途も、まさに中国のかつお節と言えよう。

話を戻そう。いただいた金華ハム、レシピをググってスープ作りに挑戦！ 真空パックから取り出し、指示通り4ミリ幅程度に切ろう…としたが、超硬い。中華包丁に全体重をかけてやっと切れた。水に漬け塩抜きした後、ネギとショウガと共にお鍋に投入！ 原木ハムを輪切りにした骨付きだったが、骨ごとぶち込んだ。

丁寧にアクを取りながらコトコト煮込んだら、出来上がり♪ そのお味は？…何と、しょっぱいじゃないか！ レシピより長く1時間も塩抜きしたのに、ガックリ。塩分強めとは聞いていたが、ここまでとは…。そして、出がらしのはずのハムはホロホロに軟らかく、うま味もしっかり残っていた。恐るべし、金華ハム！

いったんゆでこぼすべきだったとか、反省点も多かったが、薄めたら美味なスープになってホッとした。貴重な体験をさせてくれた金華ハムと、口福の贈り主に、謝謝（ありがとう）♪

※宿泊料飲施設ジャーナリスト。数多くの取材経験を生かし、旅館・ホテル、レストランのプロデュースやメニュー開発、ホスピタリティ研修なども手掛ける。

WEBマーケティング

インターネット徹底集客 第308回

WEB集客最前線（ホテル旅館×Instagram③）

前号に引き続き、Instagramを巡る指標は多々あるが、今回はその中で述べていきたい。前号は、Instagramの運用のポイントとして「ブランド型ホームページ」として捉えることの重要性について述べた。今号は、さらに具体的な運用方法を追うべき指標について述べていきたい。

自施設が情報配信すべきコンセプト、ターゲット、世界観を定めた後に、プロフィール作成や投稿を実施していく。投稿頻度は「効果を発揮する点」と「無理なく運用できる点」を加味して、週1～2回を目安にしたい。投稿内容については、こればかりは市場に投下してみないことには分からないので、まずは投稿をすることが大事である。

そして、大事なのがPDCAであるので、P（世界観に基づいた仮説を立て）、D（投稿した）のちに、C（検証）が必要となる。Instagramは「反応」した数である。「反応」には「いいね」をする「投稿を保存する」「投稿にコメントする」などのさまざまな種類があるが、これらを総称して「エンゲージメント」と呼ぶ。もちろん、エンゲージメントが高い方が、その施設に興味を持っているということなので、高い方が良い。

最後に「リーチ数」と「インプレッション数」であるが、リーチ数は「投稿を見た人」の数、インプレッション数は「投稿が表示された回数」である。やや分かりにくいが、1人のユーザーにある投稿内容が3回表示された場合、「リーチ数：1人」「インプレッション数：3回」となる。やはりこちらも多い方が良い指標となる。

投稿した内容に対して、どれくらいの人に表示されて（インプレッション）、見られたのか（リーチ数）、そしてどれくらいの人が反応をしてくれて（エンゲージメント）、フォローにまで至ってくれたのかを分析しながら、投稿内容を工夫していくのがポイントである。Instagramはシビアなので、「これじゃない」感のある投稿をすると、いいねももらえないし、フォロワーも減る。やみくもに投稿するのではなく、PDCAを回して投稿すると必ず成果が出るので、分析に重きを置いて取り組んでほしい。

（アビリブ・プライムコンセプト取締役　内藤英賢）

＝隔週掲載

「記憶力」に着目

新商品を20日に発売

サントリー

サントリー（大阪市北区）は、〝記憶力〟に着目した機能性表示食品（飲料）「あしたを想うオールフリー」を20日から発売する。

ノンアルコールビールテイスト飲料市場の中でも、健康機能をうたった高機能系のノンアルコールビールテイスト飲料市場は拡大を続けている。従来からの体重の増加や体脂肪に関する悩みに加え、同社調査によるとコロナ禍以降、40代以上の人にとって「記憶力の低下」や「もの忘れ」が身近な悩みとなっていることが分かった。

同社は記憶力を高めるのに役立つ機能があると報告されている「GABA」に着目。同社の主力飲料商品「オールフリー」の原材料と製法をそのままに、GABA100ミリを加え、しっかりとした苦みと心地よい香りの余韻が感じられる味わいを同商品で実現した。

1本350ミリ。パッケージは先に発売を開始した「からだを想うオールフリー」のデザインを踏襲。背景に金色を採用し、ビールテイスト飲料としての品質感を表現した＝写真。

New Magical消臭3S
キレイな空間に人が集まる!
消臭
除菌
無香料
発売から25年
ホテル旅館
4000軒以上が
ご愛用
おかげさまで28周年
■東京都ホテル旅館組合指定商社
■日本温泉協会正会員
■全日本ホテル連盟賛助会員
システム・シャイン・サービス(株)
〒171-0052 東京都豊島区南長崎6-8-10
TEL.03-5996-5407
http://www.3s-group.co.jp

宿泊業界におけるChatGPTの活用を本格開始!
talkappi × ChatGPT
600以上のホテル・旅館に導入された
AIチャットボットtalkappiが
ChatGPTに対応可能に
[お問い合わせ]
03-5351-1686
[販売・開発元]
株式会社アクティバリューズ
[ホームページ] www.talkappi.com
トーカッピ　検索
talkappiの機能・特徴
◎ 自動応答により、よくあるお問い合わせを大幅に削減、人員不足の解消に貢献
◎ 日本語・英語・中国語（簡・繁）・韓国語に標準対応、最大109言語に対応可能
◎ 初期費用0円、最低利用期間の縛りなし、導入後も徹底的にサポート
◎ ホームページ上の「よくある質問」ページも多言語で自動生成可能
◎ 旅ナカのご案内に利用可能な専用アプリ「VERY」も無償提供
LINE公式アカウント
Facebookページ
連携可能
24時間
自動応答
最大
109言語対応
旅館とーかっぴ
AIコンシェルジュ
旅館とーかっぴ へようこそ！
ご質問は人工知能コンシェルジュが応答します。いろいろ聞いてみてください。
部屋食はできますか？
あいにく部屋食のプランはご用意しておりません。
夕食は本館の1階にあるレストラン「天の川」でお召し上がりいただけます。
何時から何時までですか？
レストラン「天の川」の基本営業時間は18:00～21:00までとなります。
ラストオーダーは20:30でございますので余裕をもってお越しください。
導入事例（AIチャットボットtalkappiを導入中の施設）
海栄RYOKANS
鶴雅 HOKKAIDO RESORT TSURUGA
登別万世閣
十和田
湯瀬ホテル
奈良の湯
泰泉閣
宮崎観光ホテル
前田産業ホテルズ MAEDASANGYO HOTELS
BIWAKO HOTEL