

Rotary



Rotary Opens Opportunities



ロータリーは 機会の扉を開く



国際ロータリー 第2550地区

宇都宮東ロータリークラブ会報

<http://www.ri2550uerc.gr.jp/>

会 長 渡邊 有規 幹 事 田原 聖 会報・雑誌委員長 伊藤 繁幸

例会場 宇都宮市大通り2-4-6 ホテルニューイタヤ 例会日 毎週火曜日(12:30~) 事務局 宇都宮市東宿郷3-2-5-803 TEL.028-638-5125 FAX.028-638-5128

通算2885号 2020年9月29日(晴れ) 第11回例会 会員数120名 列席多数



点 鐘 渡邊 有規会長
司 会 副SAA 小林(弘)会員

- ◇ロータリーソング コロナ感染防止のため割愛
- ◇本日のディナー 持ち帰り弁当



ビジター紹介 倉井会長エレクト

- ◇ザ・リッツ・カールトン 日光
-THE RITZ-CARLTON NIKKO-
総支配人 細谷 真規 様(卓話者)
総支配人 秘書 岩知道 志織 様

会長挨拶 渡邊(有) 会長

皆様、こんにちは。先週が休日のため、休会でした。久しぶりの例会で懐かしく、嬉しい気持ちが致します。本日は、はじめに悲しいお知らせをしなければいけません。当クラブの名誉会員でございました堀井毅様が、9月10日にご逝去されました。私も若い頃、いろいろと教えていただきました。謹んでご冥福をお祈りいたします。

さて、本日は、ザ・リッツ・カールトン日光の総支配人、細谷真規様に起こしいただきました。日光の地に、世界のリッツ・カールトンホテルが出来るということで、栃木県の人間として誉れ高く、多くの我が友人も楽しみにしておりました。私も、何年前でしょうか、リッツ・カールトンホテルに関する本を何冊か読み、「サービスを超越の瞬間」と言う本も読ませていただきました。企画設計、デザインと言う仕事柄、大変に興味を持って、大きな感動をいただきました。サービスを超越したホスピタリティという言葉もこの本から学びました。クレドと言うカードを全世界のホテルマンが持つておられると言う話も聞いております。私も、幾つかのリッツ・カールトンのホテルに宿泊しております。実は、10月が結婚記念日なのですが、もうすでに満室とのことでびつ



幹事報告

田原幹事

- ◇「ロータリーの友」のアンケート、10月13日が締め切り。まだの方は事務局までご返信を。



委員会報告

岡田委員長

- ◇スマイルボックス委員会 岡田委員長
平野利一会員
宇都宮カントリーで良い成績に恵まれました。
※優勝とのことでした。



卓話

「世界を魅せる栃木の可能性」

ザ・リッツ・カールトン日光

総支配人 細谷 真規 様



こんにちは。このようなお時間をいただきありがとうございます。ザ・リッツ・カールトン日光は7月15日、無事にオープンすることが出来ました。ゲストを一人でも多くハッピーに、そして良い体験を奥日光の方で感じていただければと思います。本日は、日光とリッツ・カールトンの結びつきが、これからの栃木そして奥日光にどう影

響していくかを私なりにお話しいたします。

リッツ・カールトン日光は、世界で102店舗目のホテルとなりました。日本では、大阪、東京、沖縄、京都と続く、京都から5年経ちましてのオープンとなります。よく皆様から、何故、リッツ・カールトンが日光を選んだのか質問いただきます。今、ホテル業界は、人を泊めるというシンプルなビジネスではなくなっています。何故宿泊をしたいのか、そこに何を求めているのか、ゲストのニーズを汲み取って、シティ型のホテルだけではなく、体験が出来る、リゾートのようなホテルを作っていかなければならないという方針が根付いており、日光が体験型の土地であるということから、4年位前にオーナーさんの東武さんと共同で建設、そしてオープンさせていただきました。

何をモットーに、何を軸にゲストに体験をして貰うか考えているかという、まず最初に「自然」です。今、コロナの時代で、東京から、遠方から、自然を楽しみたいという理由で日光を訪れています。次に「文化」。歴史ある文化、様々な日本文化の魅力を感じていただけたらと思っています。そして「スピリチュアリティ」。パワーを貰える、元気を貰える、リチャージするという事で、奥日光は相応しいのではないのでしょうか。

私は、去年の1月にこのプロジェクトに入りまして、現地の調査そして地元の人達と交流を深めて参りました。その時に皆様から、リッツ・カールトンが何かしてくれるのではないかと、盛り上げて貰えるのではないかと、期待をいただきました。リッツ・カールトン日光は、10月、11月、ほぼ、完売をしております。高額なお値段ですが、宿泊いただけるゲストの方が大勢いらっしゃいます。ブランド、というところで、私達のホテルだけでなく、日光、奥日光をブランディングしていくことが、これからの将来を考えていくためのひとつのキーとなるのではないかと考えています。

人を集める、注目していただくのに、いろいろなやり方があると思います。一つには、広告を打つこと。テレビであったり、媒体であったり、いろいろなところに掲載していただいて、私達の存在を知って貰う。ただ、それだけでは集客は出来ません。一番大事なのは、土地に合ったストーリーテリング、そこにある良い物、そこにしかない物を伝えていく、そうしたことがひとつのキーになってくると思います。そこがブランディングの大事な点ではないのかと思っています。奥日光、日光、栃木には、高質なもの、伝統工芸、いちご、食べ物等があります。とにかく食材が豊富で、ホテルとして助けにもなっていますし、日光の良い

ところを広めて伝えていくというキーワードに繋がっています。さらに、心を動かす、わくわくするような経験、体験をしていただくことが出来ます。例えば、これから先の寒い冬でもスノーシューを履いてスノーハイキングを楽しむことが出来ます。地元でしか味わえない経験、体験が、遠方から来られる方々、そして、もう少し先、この土地に訪れる外国人に日光を広めていただけるチャンスになるのではないかと考えています。

昨日、ゲストの方から伺ったのですが、「日光には毎年訪れる。今まで日光にはいろいろな体験をしに来たけれど、美味しい食事を食べられるところが少なかった。奥日光に来てもそういった体験が出来なかった。」と、ずっと、体験の話をしていました。体験がどれだけ大事なのか。いろいろな旅館、ホテルがありますが、そういったところにもっと力を入れていけば、奥日光が本当に素晴らしいリゾート、インターナショナルなリゾートになると確信しております。

地域の人達の力無しでは今のホテルをオープンすることは出来なかったと思います。地域の方にいろいろなアドバイスをいただき、助けていただいております。その中でリッツが出来るとは、奥日光を発信していく、素晴らしい文化、自然を発信していくお手伝いです。私達がひとつの起爆剤となって周りの皆さんも豊かになっていければと思っています。30年前、40年前にやっていたことを同じようにやっていくだけではなく、良い文化、ニーズは残して、少しずつ進化をし、現代人に合ったサービス、ニーズを取り込んでいければ、必ず、奥日光は良い場所になるのではないかと考えています。

インバウンドに関しては、今、実は、ホテルの宿泊者の98%は日本人のゲストです。まだ不安定な時代ですが、オリンピックに向けて、少しずつ外国人が入る中、いろいろなニーズに応じてリゾート化をしていければと思っています。地域の人達にも私の方からアドバイスをさせていただくなど、少しでも変わっていける役割をリッツ・カールトン日光として努めていければと思っています。

ザ・リッツ・カールトンはクレドというカルチャーのもとに一歩一歩前進をしております。機会がありましたら、皆様にも宿泊していただき、レストランだけでも楽しんでいただけますので、是非、足を伸ばしていただければと思います。

— この後、質疑応答となり、会員からの様々な質問に丁寧にお答えいただきました。 —