

月刊

ホテル旅館

[提携誌] The Cornell Hospitality Quarterly

Hotel Ryokan
Management

2008

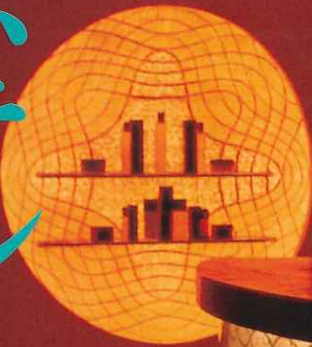
6

特集

ホテル・旅館の

スパ・ビジネス

まだまだ伸びるスパ・ビジネスの可能性



SPA
THE PENINSULA
by
ESPA

特集

ホテル・旅館の スパビジネス

まだまだ伸びるスパビジネスの可能性

※
スパの人気は依然健在だ。リラクゼーションを求める消費者の声を反映するように、スパの導入を図るホテル・旅館は引き続き増加している。立地や環境に合わせた空間設計、その地の文化や特産品を使ったメニューづくりなど、オリジナリティの高い施設が旅館やリゾート地で続々誕生する中、都市ホテルは新規顧客層を狙った新たな展開を図っている。本特集では、スパの最新トレンドを通じて、成長著しいスパビジネスの可能性を追求する。



撮影／高瀬信夫

旅館が打ち出す本格派スパ



トリートメントルームは、ダブルとシングル1室ずつを整備。ダブルルームは自然光が射し込むよう窓を広くとっており、夏季には深緑の木々、秋には紅葉を望める。室内にシャワーブースを設置した。

「禅のスピリットを取り入れたスパ」で女性客や若い世代のグループ客を開拓

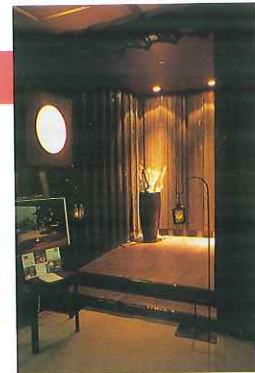
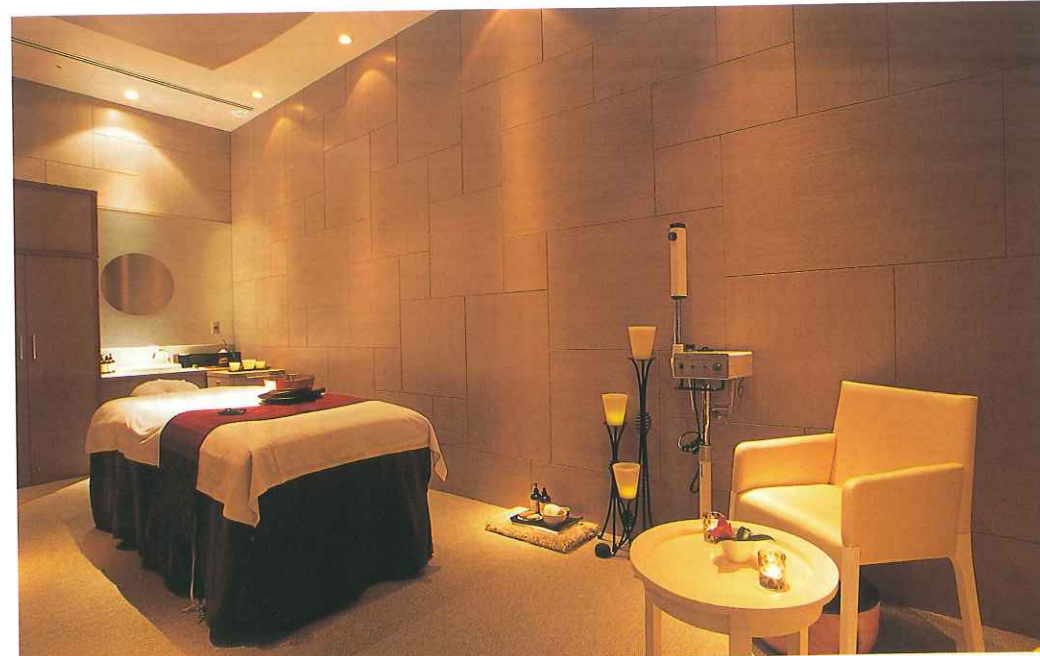
※
懐石
海石榴
神奈川県・奥湯河原温泉

「ゆば懐石 山翠楼」を運営する山翠楼が、1978年に隣接地に開業した料亭旅館「懐石 海石榴」(29室)。同旅館は2007年10月、館内2階にスパトリートメントルーム「ZEN STYLE SPA ichirin」を開設した。

もとはバーとして営業していた約87㎡をダブル・シングル各1室を備えるスパルームへと改装。「禅のスピリットを取り入れたスパ」という独自性の高いコンセプトを打ち出すことにより、30歳代前後の女性客の誘客につなげるのが目的だ。施設の運営は、関西を中心に「The Day Spa」を展開する(株)ケイ・エス・ジャパンに委託している。

メニューは、好みのペースメニュー・時間を選んでもらい、あとはスパセラピストがお客の当日の体調や悩みに合わせて内容をカスタマイズする「スパエクスペリエンス」(2時間3万円)のみ。従業員は山翠楼と合わせて計5人の体制だ。

(本文41頁)



上：懐石 海石榴の館内2階、大浴場へ向かう動線の一角に設けられたZEN STYLE SPA ichirin。営業時間は14時30分～23時。

左：シングルルーム。ダブルルームとは異なり、開放部やシャワーブースは設けていない。男性1名での利用も受け付けている。

下：レセプションスペースのカウンター席。お客の利用時間帯が重なったときは、このカウンターも利用しながらトリートメント前のカウンセリングを行なう。

右右：トリートメントルームの手前に位置するレセプション。奥のソファでウェルカムドリンク(ジンジャーティー)の提供や15分程度のカウンセリングを実施する。

右：同スパのシグネチャートリートメントの「海石榴オイルシロダーラ」(90分2万5500円)。海石榴オイルをブレンドしたオイルを額に流し続けることでリラックス効果を促す。



撮影/高瀬信夫

* Ryokan data

個人客のニーズを意識した大規模リニューアルが完了

毎月、「能舞台」の演目をテーマにした懐石料理を部屋出しで提供する料亭旅館「懐石 海石榴」は、昨年10、11月、開業以来初の大型改装を行なった。スパの開業以外にも、玄関・ロビー・売店の改装、エレベータの設置、和洋室9室の新設などを実施。1泊2食付きの宿泊料金は4万1250円～9万8850円(税込込み)だ。

懐石 海石榴 神奈川県足柄下郡湯河原町宮上776
☎0465-63-3333



上：昨年10月の客室リニューアルで合計5室新設された露天風呂付き客室。ベランダ部分にウッドデッキを設け、檜の浴槽やデッキチェアを配した。

左：同じく昨年、計9室の寝室にベッドを入れ、和洋室へと転換した。主客層である60歳代前後のお客の使い勝手を高めるのが目的。

左左：湯河原駅から車で7分、市街地からは少し離れた高台に建つ「懐石 海石榴」。

＊ 旅館が打ち出す本格派スパ

右：フットバスのセット。すべてのトリートメントに、翡翠を使用したSUIリチュアル、セラピストのハンドによるフットバス、Head Watsu（オリジナルのヘッドストレッチ）が含まれている。



上右：同スパでは、和のハーブ・ヨモギが持つ高いデトックス効果に注目。ヨモギを煮詰めた蒸気が噴き出すイスの上に座りながら身体全体を温める「ヨモギ蒸し」を取り入れたメニューを用意している。

上中：トリートメントメニューは約20種類で、60分1万5750円、90分1万8900円が基本。スクラブにヨモギや陳皮、桂皮、甘草をブレンドしたオリジナルの粧材を用いるメニューも揃えている。

上左：ウェルカムドリンクとして提供するヨモギ茶のブレンド。

右：もうひとつのダブルルーム。ベッドは2室で計4台あり、いずれも男女ペアでの利用が可能。客室から転換しているため、バスルームやトイレも部屋ごとに完備されている。



撮影／高瀬信夫

＊ Ryokan data

スパのオープンに合わせて
展望露天風呂や和洋室も整備

57の客室以外に、4つの数寄屋料亭風宴席（宴会場）、バンケットホール、バー、サロン、スカイラウンジなど、充実したパブリック施設も備える「ゆば懐石 山翠楼」。同旅館は昨年スパ、展望露天風呂、和洋室をオープンし、個人客への訴求力を高めている。1泊2食付きの宿泊料金は3万600円～8万4150円（税サ込み）。

ゆば懐石 山翠楼 神奈川県足柄下郡湯河原町宮上673
☎ 0465-63-1111



上：屋上部分の遊休スペースに新設した展望露天風呂「大空」。時間帯ごとの男女入れ替え制を採用している。自家源泉を循環式で使用する。

左：展望露天風呂「大空」の一角に設けたジャグジー風呂。同露天風呂からは、箱根の山々や麓の湯河原温泉郷を一望できる景色が楽しめる。

左左：「ゆば懐石 山翠楼」は、「聚楽第」「常盤第」「源氏別館」「桃山第」の4つの棟から構成されている。



常盤第5階、madoromi SPA SUIのエントランス。ゲートを設け、専用のアプローチを長くとることで、お客の期待感を高めている。

翡翠を使用した独創的なスパを
個人客獲得の切り札として導入

ゆば懐石
山翠楼

神奈川県・奥湯河原温泉

＊

今年創業75周年を迎える神奈川県・奥湯河原温泉の旅館「ゆば懐石 山翠楼」（57室）。昨年10月から館内のリニューアルを実施している同旅館が、その目玉施設として11月1日に開業したのが、スパトリートメントルーム「ma doromi SPA SUI」だ。

4棟ある客室棟のうち、「常盤第」の5階の客室2室を改装した同スパは、パワーストーンの翡翠を使ったスピリチュアルなトリートメントが特徴。メニューはすべてアラカルトで、90分1万8900円と、海石榴に比べてカジュアルに利用できる価格帯に抑えている。施術室は、男女ペアでも使用できるダブルルーム2室を整備した。

奥湯河原では最大級の規模を持つ同旅館は、これまで団体客中心の営業だったが、スパ開設を切り口に個人客や若い世代のグループ客の開拓を進める意向だ。改装箇所の設計・施工は海石榴と共通で、柳建築設計事務所と川村工営が担当している。（本文44頁）



madoromi SPA SUIのダブルルーム。躯体に変更は加えず、畳や障子など数寄屋風和室の内装を生かしながらスパ専用ルームへと改装した。

旅館が打ち出す本格派スパ

個人客ターゲットの料亭旅館が
「禅」をコンセプトにしたスパを投入

懐石 海石榴

神奈川県・奥湯河原温泉

「ZEN STYLE SPA ichirin」

カラー16頁

JR東海道本線湯河原駅から山側に上った、藤木川の上流沿いに広がる神奈川県・奥湯河原温泉。同温泉で「ゆば懐石 山翠楼」を経営する(株)山翠楼が1978年、隣接地に別館として建設した旅館が「懐石 海石榴」だ。当時は団体客主体の山翠楼に対し、個人客向けの「泊まれる料亭」というコンセプトで営業を開始。派手な宣伝や広告展開は行わず、60歳代前後の利用客の口コミを中心に、時間をかけて増やしていったリピーターに支えられている料亭旅館である。

その海石榴が昨年10・11月、館内のリニューアルを敢行した。同館は山翠楼に比べれば新しいものの、開業以来大規模な改装を実施するのは初めて。これまで同館を支持してくれていた顧客の年齢層が高くなり、来館頻度が減少傾向にあったことも受け、新規顧客の開拓に向けた転換期と位置付け、山翠楼と2館同時の大規模リニューアルに取り組んだのである。

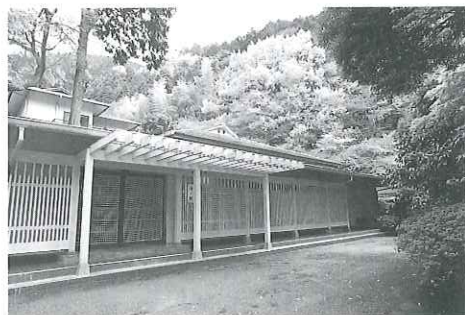
改装内容はカラー頁も参照してほしいが、和洋室や露天風呂付き客室の新設という、近年の旅館客室リニューアルの王道と言わなければならない。

っている。年配客が利用しやすいようにベッドを導入。そして、新たな客層を開拓するための投資として、とりわけ若い世代に人気のある露天風呂付帯型の客室タイプを整備したわけだが、当初は迷いもあったと、2旅館の営業企画室長を務める逸見浩三氏は話す。

「海石榴に関しては、他旅館と並ぶような施設リニューアルが効果的なのか、それでオリジナリティが損なわれないのかと議論があったのは事実です。ただ、顧客の声に耳を傾けると、やはりベッドや風呂が部屋にあったほうがいいという意見が大多数。そうしたニーズに真摯に対応しました。結果、改装した部屋を指定して利用されるお客さまが増えましたし、全体の客室稼働率も上昇しています」

そして改装の目玉として誕生したのがスパトリートメントルーム「ZEN STYLE SPA ichirin」である。バーとして営業していた館内2階の一角(約87㎡)をツイン・シングル個室各1室を備えるスパルームへと改修した。

スパ開設の目的は、旅館内滞在の質を高めること。最初からスパあり



「懐石 海石榴」の入口。29の客室のほかに、ラウンジ「花見車」、多目的ホール「月見車」、数寄屋料亭風宴席4カ所などを付帯する。1泊2食付きの宿泊料金は4万1250円～9万8850円。

きで考えたのではなく、ミニシアターやライブラリーハウスを設けるという案も検討していた。要は、旅館内でお客に何をしておごってもらうのがベストかを考え抜いたうえでの結論だったという。

これまでも同旅館では、地元湯河原のエステ会社と提携し、出張でエステを提供するサービスを取り入れていた。しかし、当日予約が取りにくかったり、業者が他旅館と掛け持ちする関係上、希望する時間帯にブッキングが重なるケースもしばしば。そのあたりの改善も含め、従来から確実にニーズのあるリラクゼーション機能を旅館単体で持ち、クオリティの面でも強化する方針を選んだのである。



あらゆる「眠り」に解答を…

ベッドメーカーのバイオニア日本ベッドがお応えいたします

社団法人 全日本シティホテル連盟賛助会員
社団法人 国際観光施設協会会員

NB 日本ベッド製造株式会社

本社/特販部
〒146-0082 東京都大田区池上5-6-3
TEL. (03)3753-4382 FAX. (03)3755-7672
http://www.nihonbed.com

ショールームご案内

青山ショールーム CROWNOS
〒107-0062 東京都港区南青山1-1-1
新青山ビル東館1F(青山通り沿い)
TEL.03-3423-1886 FAX.03-3423-1887

池上ショールーム CROWNOS
〒146-0082 東京都大田区池上5-6-3
TEL.03-3752-3371 FAX.03-3755-7672

大阪ショールーム CROWNOS
〒540-0011 大阪市中央区農人橋1-4-33
アメリカナビル9F
TEL.06-6947-1526 FAX.06-6947-1527

営業所
北海道・仙台・北関東・静岡・名古屋・大阪・九州

【資料請求番号 4209】

昨年10月15日の営業開始から約半年が過ぎたが、ZEN STYLE SPA ichirinは予算通りの売上げを達成。客層を見ると、今までの中心顧客以外に、30歳代、40歳代の利用も目立

新規開拓に手応え。 メディアへの露出も増加

「ZEN STYLE SPA ichirin」のツインルーム。ベッドの中央に置かれているのがシンキングボール（瞑想鈴）だ。バーからの転換で水回りを備えていなかったため、シャワールームを室内に設置した。このほかにシングルルーム1室を備えている。

ち、新規開拓が着実に進みつつあると手応えを感じているという。現在、外来利用は受け付けていない。また、スパがオープンしたことでプラス効果が出ているのがメディア対応だ。昨年10月以降、スパを切り口に、雑誌やテレビなどに露出する機会が増加。もちろん営業努力もあるが、スパというコンテンツを持った効果は大きい。エージェンツの企画商品に登場する機会が増えるだけでなく、ネットエージェンツや自社HPでのプラン開発において、スパの有無で商品バラエティに大きな差が出ることはまちがいない。そのひとつが、スパと懐石料理のコラボレーションを謳う「ichirin懐石プラン」（4万74000円）。

2名利用時、1泊2食付きの1名料金。税込込みだ。総料理長の五十嵐忠則氏がスパのオペレーターと相談しながら月替わりで特別料理を製作。使用する食材の特徴や効能などの情報を盛り込み、スパの効果を内面から高めるプランとして提案している。「今までわれわれは、来館いただいたお客さまには最大限のおもてなしで接し、それが口コミになってファンが広がっていきました。今後は来ていただくための努力、つまり潜在顧客を見つけ出さなくてはなりません。そこで重要になるのがインターネットです。スパ懐石プランもそうですが、来館前にウェブ上で商品の魅力を感じていただき、実際に来て

と、逸見氏は語る。西洋的な要素を取り入れて成功している旅館も数多くあるが、海石榴は懐石料理を軸とした旅館らしい和の空間が売り物。くつろぎを提供するうえで、トラディショナルな和を生かせるスパでなければ旅館の空気と調和しないと考える、その思想とコンセプトがマッチしたケイ・エス・ジャパンとの契約に至った。また、同社が静岡県・伊豆北川温泉の旅館「望水」のスパや東京・西新宿の「ハイアットトリージェンシー東京」内のスパ&ウェルネス「ジュール」で実績を積み、高い評価を得ていたことも、導入を後押しした要因のひとつと言えるだろう。

●ZEN STYLE SPA ichirinのメニュー例（抜粋）

○CARITA フェイシャル	
モイスチャーライジングフェイシャル	2万5500円(90分)
センシティブスキンケアフェイシャル	2万5500円(90分)
エイジングケアフェイシャル	2万5500円(90分)
○シグネチャートリートメント	
海石榴オイルシロダーラ	2万5500円(90分)
○ボディトリートメント	
バランシングボディ	2万5500円(90分)
○ボディケア	
GREEN TEA ボディスクラブ	2万5500円(90分)
GREEN TEA ボディラップ	2万5500円(90分)
○フット	
フットリフレ	1万8500円(60分)
○オプションボディパーツ	
ミニバック	8500円(60分)
ミニフット	8500円(60分)
ミニハンド	8500円(60分)
海石榴オイルスカルブ	8500円(60分)
○スパエクスペリエンス	
フェイシャル、ボディトリートメント、ボディケア、シグネチャートリートメントの中からベースメニュー1つと時間を選択	3万円(120分)、4万5000円(180分)、9万円(360分)



「ZEN STYLE SPA ichirin」のツインルーム。ベッドの中央に置かれているのがシンキングボール（瞑想鈴）だ。バーからの転換で水回りを備えていなかったため、シャワールームを室内に設置した。このほかにシングルルーム1室を備えている。

旅館の雰囲気と調和する 和の要素を取り入れたスパ

スパのコンセプトは「禅のスピリット」。すべてのトリートメントは、シンキングボール（瞑想鈴）の響きとゆらぎの周波数を身体に感じながらチャクラバランスを整える「Zenリチュアル」からはじまる。メニューは、お客のコンディショニングや悩みに合わせ、スパセラピストが内容をカスタマイズするパッケージトリートメント「スパエクスペリエンス」が主力。フェイシャル、ボディトリートメント、ボディケア、シグネチャートリートメントの4つのベースメニューから1種類と、時間



懐石海石榴、ゆば懐石山翠楼
営業企画室長
逸見浩三氏

（120分3万円、180分4万5000円、360分9万円）を選択してもらい、後はカウンセリングの結果をもとにコースが組み立てられる。言わばお任せに近いスタイルだが、この注文比率が半数以上を占める。オペレーターは、関西を中心に「The Day Spa」を展開する（株）ケイ・エス・ジャパンだ。「われわれの強みや客層を伝え、旅館とは切っても切り離せない和の雰囲気を守ること、長年当館を利用していただいてる顧客が毛嫌いするような派手さはないようにという点を理解してもらった上で、具体的なコンセプト提案を受けました。そのおかげか、お客さまの反応は非常によく、懸念していたことはまったくありませんでした」

従業員は山翠楼と合わせて5名が常駐。施術用ベッドは2館合計で7床あることから、スパの運営が軌道に乗り次第、増員を検討する計画だ。逸見氏は、これから成果を挙げるには、旅館とオペレーターの相互理解が不可欠だと強調する。「お客さまの立場で言えば、同じ旅館内の施設ですから、われわれも単なる付帯施設だとは思っていません。当館の従業員が施術を受けたり、セラピストの方々に体験宿泊をしても

旅館が打ち出す本格派スパ

客室2室を個性的なスパに転換し
個人・小グループ客のニーズに対応

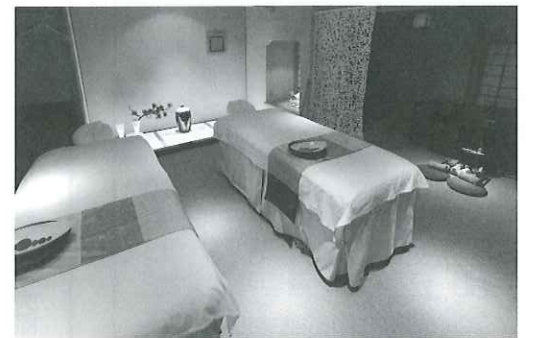
ゆば懐石 山翠楼

神奈川県・奥湯河原温泉

「madoromi SPA SUI」

カラー18頁

神奈川県・奥湯河原温泉で1933年に開業、今年創業75周年の「ゆば懐石 山翠楼」は昨年10月、隣接する「懐石 海石榴」と同時に開業以来初となる大型投資を行ない、経営面においても節目の時期を迎えた。改装の狙いのひとつは、競合施設に負けないハードを整備し、競争力を保つこと。近隣の温泉地を含め、新規開業旅館や既存旅館の多くが露天風呂付き客室の整備や客室改装に乗り出しており、後発ではあるにせよ、同等のグレードへ施設をリニューアルしなければ競争力が失われてしまうという危機感があつたからだ。そしてもうひとつの大きな理由は、個人客のニーズに対応する施設を備えた旅館へと転換を図るためである。車で15分ほどの距離にある静岡県・熱海温泉とは異なり、奥湯河原温泉には5〜10室規模の小規模業態が多く、57室の山翠楼は湯河原で最大規模の大型旅館。その収容力からかつては7割〜8割を団体客が占めていた。しかし時代の流れとともに、会社全体で旅行に訪れていたものが、部署ごと、課ごと、グループごとと縮小傾向になり、団体旅行は激減。この潮流にどう対応するかが経営面



「madoromi SPA SUI」は数寄屋風和室の内装を生かしながら、スパ専用ルームへと改装された。ツインルーム2室を備える。

の大きな課題と言え、同館では個人客の誘客と若い世代の新規顧客開拓が不可欠だと判断。そこで出てきたのが、スパトリートメントルーム「madoromi SPA SUI」の開業を核とする件の改装計画だ。

山翠楼は、「聚楽第」「常盤第」「源氏別館」「桃山第」の4棟から構成されているが、同スパは常盤第5階に位置する。既存の和室2室の躯体に変更は加えず、畳や障子など数寄屋風の内装を生かしつつスパ専用ツインルーム2室へと改装。客室からの転換であるため投資額は抑えられ、かつ各個室に専用のバスルーム・トイレが付帯しており、利便性も高い。

スパ名の「SUI」は、「木々の緑や心をリセットしてくれるピュアな『水』、森羅万象をつかさどるパワーストーン『翠』、そして、身体を包みこむやさしい空気の中まどろむ時間『睡』」からとられており、パワーストーンの翡翠を使ったスピリチュアルなトリートメントを提供するのが特徴。また、和のハーブ・ヨモギが持つ高いデトックス効果に着目し、ヨモギを煮詰めた蒸気が噴き出すイスの上に座りながら身体全体を温める「ヨモギ蒸し」を取り入れるなど、個性的なトリートメントメニューも用意している。

スパ開設に際して、旅館内滞在の充実には軸足を置いて改装計画を練ったのは海石榴と同様だ。最終的に2館で別の付帯施設を展開するよりも、リラクゼーション機能の提案として統一感を打ち出す方針を固め、同時進行することを決定。海石榴と山翠楼では旅館の個性が異なることから、同一コンセプトのスパではなく、トリートメントメニューの特徴や構成、価格帯で棲み分けを図っていたのである。

「同時期に改装するのであればスパで統一すべきと判断し、他施設の展

●madoromi SPA SUIのメニュー例 (抜粋)

○ボディスパ	
エクスプレスボディ	1万5750円(60分)
SUI ボディバランス	1万8900円(90分)
○YOMOGI ボディケア	
YOMOGIボディエクスフォリエーション	1万8900円(90分)
YOMOGIボディインペロップメント	1万8900円(90分)
○The Day Spa フェイシャルシグネチャートリートメント	
エクスプレスフェイシャル	1万5750円(60分)
モイスチャリングフェイシャル	1万8900円(90分)
オイルコントロールングフェイシャル	1万8900円(90分)
バランスングフェイシャル	1万8900円(90分)
プロブレムケアフェイシャル	1万8900円(90分)
リバイタライジングフェイシャル	1万8900円(90分)
○フットスパ	
フット&フットスクラブ	1万5750円(60分)
○オプションスパ	
ミニバック	8400円(60分)
ミニフット	8400円(60分)
ミニハンド	8400円(60分)
エンリッチドスカルプ	8400円(60分)
ミニフェイシャル	8400円(60分)
○スパパッケージ	
ボディリチュアル	2万5200円(120分)
フェイシャルリチュアル	2万5200円(120分)
YOMOGIボディケアリチュアル	2万5200円(120分)

開やオペレーターを変更しようとは考えていませんでした。ただ、海石榴と山翠楼の2館は経営母体と同じですが、客層や使われ方には大きな差があります。2館の特徴に応じたスパが必要です。2館のコンセプトをはじめ、メニュー、単価に至るまできっちりと分け、明確な差別化に取り組みました」(営業企画室長・逸見浩三氏)

2旅館の特徴、ポジショニングは平均客室単価から汲み取ることができ。海石榴は10万円以上、山翠楼は8万円強で推移。海石榴は2名利用が大半で、山翠楼は3名以上のグループ利用も多くあることを考慮に入れると、1名当たりの宿泊単価の差はかなり大きくなる。それに対応するように、海石榴内に開業したスパ「ZEN STYLE SPA ichin」はベースメニューと時間をチョイスし、後はスパセラピストが施術内容をカスタマイズする「スパエクスペリエンス」(120分3万円)が主力。これに対してmadoromi SPA SUIは、60分1万5750円、90分1万8900円のアラカルト約20種類がメイン。海石榴に比べてカジュアルに利用できる価格帯に抑え、利用促進を図っているのがわかる。

また、2旅館は価格帯が違うとはいえ、日常的には山翠楼、記念日などハレの日には海石榴と、使い分け

ている顧客も多く存在する。同じスパでもコンセプトを変えれば、来店頻度を高められる可能性があるだろう。現在、スパの利用は基本的に宿泊客限定で、海石榴の宿泊客が「C」を、山翠楼宿泊客が「E」をといった相互利用は実施していない。

個人と団体の融合をめざした営業活動に本腰

山翠楼では、スパの開業以外にも、ロビーの改修や売店の移設、拡張を実施。このほか、露天風呂付き客室8室、和洋室3室を新設して客室のグレードアップを図るとともに、聚楽第屋上部分の遊休スペースに展望露天風呂「大空」を新設した。冒頭に述べた通り、今回の改装は個人客対応という意味合いが強いが、こうした団体客の利便性を高める改装も同時行なわれている。このあたりに同館が完全な個人へのシフトではなく、個人と団体の融合をめざしていることが示されている。

「山翠楼には200畳の宴会場や会議のできる多目的ホールなど、充実した付帯施設が揃っています。個人で宿泊いただいたお客さまが、『こんな施設があるのか』と知り、

後日、団体でご利用いただくというケースもあります。情報発信を的確に行ない、個人と団体をうまく共存させていくことができれば」

と逸見氏は語る。かつてのような大型団体旅行は減り続けているものの、ここ数年は医療関係の外資系企業がユニット単位で会議に訪れるという、これまではあまり見られなかった需要が生まれており、新たな営業活動のターゲットに据えている。湯河原は東京からのアクセスに優れるため、「会議終了後に温泉と料理で日本文化を堪能できるプラン」という打ち出し方も可能だ。とりわけ、外国人客の集客には、今回新設したスパやベッドルームを持つことが、まちがいに追いつく風になるだろう。

好調なスタートを切ったichinに比べ、SUIは集客面で若干苦戦を強いられている。それは大浴場に向かう動線上にあるichinとは対照的に、客室を改装したSUIはなかなか宿泊客の目に触れづらい場所にあるからだ。現状、館内にポスターを張って対応しているが、サインの設置をどう進めるかなど、スパの認知度を高める政策への取り組みが目下の課題と言えそうだ。