事例 5

まちづくり訪問記

～ OL(会社勤め)をしていた姉妹２人
が、ゲストハウス運営に挑戦！ ～

ゲストハウス城崎若代を運営する
大石瑞穂氏（左）・吉高千尋氏（右）の姉妹

JR山陰本線の城崎温泉駅を出て、賑やかな温泉街を約5分歩き、細い路地の坂道を50mほど上った所に、落ち着いた門構えの「ゲストハウス城崎若代(以下、若代)」があります。

若代は、但馬信用金庫と民都機構が共同で設立した「城崎まちづくりファンド」が最初に投資を行った施設です(所在地:兵庫県豊岡市)。

姉妹(姉の大石瑞穂氏、妹の吉高千尋氏)が運営する若代は2018年4月の開業から約1年半。予約サイト「ブッキングドットコム」で 9.4(城崎温泉を含む豊岡市で1位)と、高いクチコミ評価を得ています。成功要因、未経験なゲストハウス運営に挑戦した経緯などを、ホストの姉妹にお話を伺いました。

ゲストが集うゲストリビングには、置屋時代からの
琴、三味線、和太鼓などが置かれている

若代は築90年の建物を改修したものです。建物は当初、姉妹の祖父母が置屋として使用していましたが、約40年前、姉妹の両親が「旅館若代」を開業します。姉妹は旅館を事業継承する意思は乏しく、学校卒業後はOLをしていました。

2016年2月、父の病気を機に、旅館若代は廃業します。旅館を継承する意思は乏しかった姉妹ですが、いざ廃業が決まると、両親の旅館業への想いや建物への愛着が募ります。姉妹はその想いを、まちづくり会社「湯のまち城崎」に伝えて、まちづくり会社から次のような助言を得ます。

「食事も宿泊も提供するフルサービス型の旅館経営は難しいが、宿泊特化型のゲストハウスで顧客を女性に限定すれば、泊食分離のまちづくりを推進する城崎温泉なら未経験な姉妹でも、やりくりできるのでは。」 姉妹はこの助言など、まちづくり会社から様々な支援を得て、女性客専用のゲストハウスを開業します。

ゲストハウス（若代）の成功要因は、助言にあるように「泊食分離のまちづくり、城崎温泉という地域性」と「ホストである姉妹の資質」の2つに分ける必要があります。

1） 泊食分離のまちづくりを推進する城崎温泉という地域性。

食べる「場所、メニュー、時間帯」を自由に選びたい海外の観光客にとって、泊食分離は主流な観光スタイルです。

泊食分離の推進で、飲食施設が多く揃う城崎温泉では、宿泊特化型のゲストハウスは集客しやすい。逆も然り。若代など宿泊特化施設の評価が高くなると、地域内の飲食店も賑わう。

城崎温泉ではこれを「共存共栄」といい、泊食施設の連携にも着手しています。例えば、若代の場合「ゲストハウスから徒歩30秒の寿司屋での夕食付き宿泊プラン」等を用意し、宿泊施設予約サイトで高いクチコミ評価を得ています。

2） 顧客を女性に限定し、女性客が喜ぶ施設づくりと接客を、姉妹が実践。

具体的なストーリーを2つ紹介します。最初のストーリーは、ゲスト（宿泊者）が集うゲストリビングに、琴や三味線が置いてあることから始まります。

女性客の多くが、琴や三味線に高い興味を示します。姉妹は「弾いてみますか？」と言い、琴を習っていた妹さんの指導により、琴を弾く体験ができます。顧客にとっては、想定外かつ無料の体験ができて、すごく感動するようです。

さて、今時の顧客は、このような感動的な体験を写真に撮り、個人のインスタや facebook に投稿します。また、宿泊施設への感謝の気持ちを込めて、宿泊施設予約サイトにも宿へ高い評価を付けて、顧客自身が映る写真を投稿します。こうして、若代は宿泊施設予約サイトのクチコミ欄に、顧客が顔だしで喜ぶ写真が蓄積されていきます。

これは他の施設には無い、若代だけの高い価値を創造しています。なぜなら、他の施設では顧客自身が映る写真は、なかなか投稿してもらえず、人（顧客）が不在の施設や料理の写真だけが掲載されることが多いからです。ここにゲストハウス城崎若代のクチコミの高さと多さの秘密があります。

ストーリーは更に続きます。顧客の多くは「なぜゲストハウス若代に、琴や三味線があるの？」と、驚きをもって聞きます。

姉妹は「ゲストハウスの前は旅館で、旅館の前は“置屋”だった」という若代の歴史ストーリーを話し始めます。琴と三味線は恐らく50年ほど前から、置屋で活躍していた代物と分かります。

若代のそんな歴史を聞きながら、顧客は琴を奏でると、古い楽器から想像できないほど綺麗な音が出るので、更に感動するのでしょう。

次は「織田信長の草履を懐で温めていた日吉丸（後の豊臣秀吉）の物語」を彷彿させるストーリーです。

ある日、雨中に来訪した顧客の靴が雨でビショビショに濡れていることに気がついた姉妹は、頼まれた訳ではないのに、ヘアドライヤーを使って乾かしていました。顧客は姉妹のその姿を見て感動し、クチコミとして投稿します。

このように、若代には顧客が感動するストーリーが多く生まれています。そのストーリーは計画された予定調和的な演出ではなく、歴史や人間性による産物だから、顧客は心から感動するのでしょう。

これらの感動ストーリーは顧客がクチコミとして次々と投稿します。インターネット上に若代の高い評判が蓄積して「城崎へ行きたい、若代に泊まりたい」というファンが増え続けています。

（当まちづくり訪問記は、2019年8月に現地で伺った話をもとに編集者の視点で、まとめたものです。）