

旅行ロスを埋める
マイクロツーリズム、
想定外のお化け屋敷、
“文豪の缶詰”を体験できる
老舗旅館…

3密回避 エンターテインメント

日常生活も、イベントなども、3密回避が前提に進んでいくコロナ禍。すべてこれまで通りに行くわけじゃない。でも、これってピンチ？いや、チャンス！
3密回避を逆手に取れば思いもよらなかったアイデアで乗り切っているはず。エンターテインメントへの見事な昇華事例をご覧ください。

写真/清水知成(P.22~P.23) イラスト/うよ高山

第1部 固定観念をうち捨てて意外な場所を活用せよ

ここでなければできない、と思いがちだけどそれって本当？意外性とは新鮮なもの。そしてそれが非日常感の演出へと繋がっていくはず。

砂浜に、図書館あらわる!?

砂浜に優雅に並んだタープやチェア。まるで南国のビーチリゾートのような風景が広がる。ここは茨城県屈指の海水浴場、大洗サンビーチ。

タープやチェアの正体は「砂浜図書館」だ。例年通りであれば海水浴場になっているはずだった。ただし近年は海



砂浜図書館
大洗観光協会(茨城県)
第1回 8/1(土)~23(日) 15時~18時
第2回 10/31(土)~11/15(日) 11時~15時
・夜の砂浜図書館 10/31~11/14の土日祝
16時30分~19時30分
・スカイランタン 11/7(土)・14(土)
16時30分~19時
・キャンドルナイト 11/1(日)・3(祝)・8(日)
16時30分~19時30分



戸外にいるのに、目に入るのは海と本だけ
(写真提供/(-社)大洗観光協会)

水浴が下火傾向かつ酷暑ということ、大洗観光協会ではビーチの新たな活用法を模索。人出の多い潮干狩り時期にモニター事業を予定していた。しかしコロナ禍で見送りになり、海水浴場自体も中止に。メンバーが6月頭に集まり出たアイデアが、この砂浜図書館。タープ10張、パラソル10本にイスを2脚ずつ。消毒や利用者登録を済ませてから利用できるシステムになっている。本は購入や寄贈などにより約1000冊を用意。自分の本を持ち込むのもOKだ。利用者は大洗や水戸など県央地域が多く、23日間で延べ1500人が利用。保育園帰りに寄って海と本を

楽しむ親子連れや、海には行きたいが海水浴を遠ざけていた人、中には20数年ぶりに海に来たという人も。15時過ぎからばち集まりだし、一気に席が埋まっていく。平均滞在時間は1時間~2時間半。地域の人々にとっては今まではまったく違う、地元の夏の海を体験できる機会となった。継続開催を望む声が多く、10月に第2回を実施。夜イベントも開催するなど、宿泊も視野に入れた内容となった。

シティホテルにミニ体育館!? 親子で運動会も!?

集客がままならない時期が続く、宿泊施設では空いているスペースを使った取り組みが多く見られた。部屋食のためにもうひとつ部屋用意したり、大露天風呂を貸切にしてみたり、インドネシアのバリ島をコンセプトにしたホテルバリタワ-大阪天王寺に登場したのは「貸切ミニ体育館」。結婚式や企業パーティーを催す宴会場を、小学校低学年くらいまでを対象としたファミリー向けに2時間単位で貸切で開放。綱引き、紅白玉入れ、キッズボールドリング、サッカー、卓球、ストラックアウトなど多彩な設備とアイテムが揃っており、床に



上/バリテイストのホテルの中にミニ体育館があるとは
右/ファミリー向けの部屋もある

親子で運動会♪ ミニ体育館貸切付き ファミリープラン ホテルバリタワ-大阪天王寺 (大阪府)

宿泊とセットになったプランの他、ミニ体育館のみの貸出もあり。間は1時間空けて消毒、整頓を行う。11月時点で貸切時間を1時間とし、1日最大5組に変更



は徒競走用の10mラインのテープもかつてない試みだったが、まずはやってみようとして5月始め頃から稼働。反響は次第に大きくなり、シルバークロウイクは1日平均3~4組が利用した(利用は1日最大4組まで)。外出自粛の時期が終わっても、学校行事やイベント等は中止または縮小傾向。そのような中で、周囲に気兼ねをせずに小さな子どもが思いっきり体を動かせる場所は貴重。しかも通常は、走らない、騒がないと心がけて滞在するホテル内で、ミニ運動会を体験できてしまうのだ。好評のため、当面続ける予定という。

あのアーティストの ディナーショーを、自宅で!?

コロナ禍で一気に普及し、進化したオンライン化。会議、観光、飲み会、ライブ鑑賞など、今ではあらゆることが可能になってきている。コロナ収束後も、リアルとともにダブルスタンダードになると言われているオンライン。最初は無料から始まり、有料配信開催されるようになってきた音楽ライブ。これまでのライブにはないプレミアム感を出したのが、コンサート制作会社エニ-と、プレイガイドのイープラスによる「TSUKEMEN」はじめてのオンラインディナーショー「おもてなし」だ。Wヴァイオリン&ピアノによる3人組ユニット「TSUKEMEN」のライブを、名門ホテルのデザイナー



TSUKEMENの特別調理映像が観られるのは自宅でオンラインならではの



TSUKEMEN はじめての オンラインディナーショー「おもてなし」 主催:エニ-

7/12(日) 19時~
当日までに案内状、直筆サイン入りオリジナルランチオンマット、ディナーセット(冷凍)が到着。視聴券のみも販売

を味わいながら楽しめる。ただ配信するだけでは面白くない、どこもやっていないことを、ということでも生まれた企画。事前にランチョンマットやデザイナーセットが到着。当日は、TSUKEMENによる特別調理映像を見ながらディナーを準備。時間になったら料理とお酒などを味わい、リラックスしながらライブを鑑賞する。リアルなディナーショーとは違い、食事とライブの時間がきっちり分かれていないのも好評の理由という。自粛により厳しい期間が続いたホテル側にとってもうれしい企画。料理の内容をアーティストやライブのテイストに合わせてするなど、さらなる展開が期待できそう。



ガレージ、棺桶、トイレの個室： こんなところにお化け屋敷!?

コロナ禍だからこそ生まれた
3密回避のお化け屋敷

テーマパークのイベントや季節行事などが次々と中止になった今年。都内で開催された3密回避対策を徹底した2つのホラーイベントが話題を呼んだ。それが7月の「ドライブインお化け屋敷」と8月の「絶叫棺桶」。「ドライブインお化け屋敷」の

密がネックになるなら、それらをすべてクリアしてしまえば問題ない。車を持った車を利用することができる



ドライブインお化け屋敷



棺桶は2人用もある。間に遮るものがあるので、ギリギリまで接近、そして逃げることができない



消毒も

ドライブインお化け屋敷で貸し出した車は、内部も含めて毎回消毒

舞台は都内某所のビル1階のガレージ。車が入ると庫内は暗闇に。やがてゾンビたちが現れ、車内にいなから「逃げられない恐怖」を体験するというもの。「絶叫棺桶」は、棺桶に入ると蓋に設けられたガラス窓越しに迫る恐怖。身をよじるほどの恐ろしさだが、棺桶の中では、本当によじるのがせいぜいといったところ。包みこむような恐怖を動けず、逃げられず体験することになる。いずれも、仕掛けたのはホラーイベントを手がける会社、「怖がらせ隊」だ。

国内外のメディアに取り上げられ
秋にはテーマパークでの開催へ



withコロナ ホラーフェス2020では3つのホラーアトラクションと、キャラクターならぬ幽霊たちが日没後の園内を徘徊する「ゴーストグリーティング」を実施。離れて見て怖そう

●ドライブインお化け屋敷
7/4(土)・5(日)・18(土)・19(日)・25(土)・26(日)
●絶叫棺桶
8/22(土)・23(日)
●withコロナホラーフェス2020/ラゲーナテンボス(愛知県)
10/3(土)~12/6(日)



仕掛け人はこの2人!
(株)怖がらせ隊 社長 今出彩賀さん(右)、お化け屋敷プロデューサー 岩名謙太さん(左)
アイデアを考える岩名さんと、実現する今出さん。一見難しそうに見える場所にも、スペースを最大限に活かしたホラーな空間を作り出して二人三脚チーム

「ホラーイベントの仕事は8月、3月頃がかけ入れ時になります。3月、4月の時点で8割、9割の仕事が飛ぶことが決まったのです。そこで対コロナのホラーアトラクションを開発することにして、2週間ぐらいでドライブインお化け屋敷を作りました。海外のメディアにも取り上げられ、次回開催のキャンセル待ちが1600件。現在(9月時点)も増え続けています(怖がらせ隊 今出彩賀さん。以下同)。これまではクワイアメントから依頼を受け制作してきたが、今回は自分たちで場所も探し、netで告知して集客。絶叫棺桶は、海外からのツアー客が来ないため閉鎖していた高速バスのラウンジを利用することができた。2つとも期間限定に加えて、個々で体験し、1回の利用ごとに消毒を行うため1日の利用件数が限定される。これだけでコロナ禍を乗り越えるのは正直難しい。しかしこれは、コロナの3密

回避条件を活かせばこんなアイデアがあるという、怖がらせ隊からのメッセージなのだ。「この2つの仕掛けが話題となったことで、ハロウィン時期にラゲーナテンボスでホラーイベントが開催されることになったのです」。

ラゲーナテンボスの「withコロナホラーフェス2020」では、「絶叫棺桶」と2つの新作を展開。「憑きぐるみミミちゃん」の祟りはラゲーナテンボスの人気アトラクション「マジカルパウダー」が一変、恐ろしい着ぐるみが出現するホラーアトラクションに変貌。「戦慄! トイレの花子さん」は本物のトイレを丸ごと使ったお化け屋敷で、ひとりずつトイレの個室に入り、都市伝説「花子さん」の世界を体験するというものだ。

「今年取りやめになったホラーイベントは多数ありますが、これが成功すれば、ホラーイベント業界に命を吹き込めると思っています」。

Column

宿の強力コンテンツ バイキングはどうなっているのか?

ご当地ブランド牛もネタに入った 手巻き寿司プランが登場 ホテルアソシア高山リゾート(岐阜県)

緊急事態宣言の時期にこれまで提供していたディナーバイキングを取りやめ、ファミリー向けの夕食として登場したのが手巻き寿司御膳。館内には和食や鉄板焼の食事処があるが、ファミリー層はバイキングを利用することが多い。そこで親子でわいわい楽しめる夕食というテーマで発案された。確かにホテルで寿司となれば高級感に勝てるかもしれないが、セルフで楽しめる手巻き寿司ならファミリーもぐっと気楽。食べ放題ではないが、「好きなものを自分で」というバイキング感も満喫できるのがいい。



上・下/食べ放題ではなくともイベント感が出るのが手巻き寿司の魅力

●ホテルアソシア高山リゾート
「A5等級飛騨牛付き みんなでわいわい手巻き寿司プラン」
A5等級飛騨牛炙り焼き、飛騨牛朴葉味噌、飛騨法連草、サーモン、エビ、烏賊、酢飯(飛騨産コシヒカリ)ほか。館内の和食店で、食事のみでも提供(夕食)。10月末まで実施

好きなものを自分で好きなだけ選べるのがその醍醐味だが、コロナ禍では取りやめや縮小されるケースも多数。宿選びの決め手のひとつであるだけに、カスタマーの満足感を損なわない、どのような取り組みが行われているのだろうか。

ワゴンとテーブルサービスを併用し 食べたいものを食べたい時に

品川プリンスホテル リュクスダイニングハブナ(東京都)

数あるホテルのbuffetの中でも、人気店として知られる品川プリンスホテルの「リュクスダイニングハブナ」。3月3日には営業を休止し、これまでのbuffetとは全く異なる営業形態で7月より再開した。休業期間中には多くのリピーターから再開についての問い合わせがあったという。buffetスタイルを継続することも検討したが、カスタマーに安心、安全を提供し、楽しんでもらうことが大切と、ワゴンサービスとテーブルサービス(オーダーbuffet)を併用する方式に切り替え



上/テーブル間がしっかり空いた店内 右/ワゴン一例



●品川プリンスホテル リュクスダイニングハブナ
7/15(水)より営業再開。10月現在、ディナータイムのみ営業
・スペシャリティ(テーブルサービス)
料理長「スペシャリティ(1人1皿限定)、アミューズ、国産牛のローストビーフ オニオンソース、茹で蟹など
・ワゴンサービス
オードブル、西洋料理、中国料理、日本料理、スイーツ&パンなど

密を避けて行動できる

第2部 おひとりさま&ほったらかし需要に着目せよ

おひとりさまや、構わなくてOKのほったらかし系プラン。非接触であることが歓迎される今、注目すべきコンテンツだ。

誰かと来ても館内では別々に。
おひとりさままでストイックに楽しむ
仙台うみの杜水族館
「おひとりさまナイト水族館」(宮城県)

おひとりさまの水族館、94%から「断然あり！」の声

「おひとりさま」という言葉が世に出て10年余。独り、ではなく、あえて1人での行動が好感を持って受け止められるようになってきた。そして図らずもこのコロナ禍で、一気に市民権を得るようになったのではな



大水槽前は一番人気。自分のチェアを持ち込み可。フードコート(食事提供なし)は交流サロンなので会話OKだが、そこでも「おひとりさま」を楽しむ人が多い

いか。何と言っても密にならず、飛沫の元となる私語も基本ない。仙台うみの杜水族館が最初の「おひとりさまナイト水族館」を開催したのは、今から3年近く前の2018年1月。水族館はカップル、ファミリーなどのグループが多く、1人ではなかなか楽しみづらい面がある。1人でも楽しめる工夫はできないか、というスタッフの提案からだった。公式Twitterでアンケートを取って見たところ、なんと94%から「断然あり！」という回答が。「おひとりさま十則」を掲げ、通常営業終了後の夜に開催した。BGMはオフ。聞こえるのは水槽からの音とシャッター音のみ。館内にはアロマやキャンドル型LEDライトが設置され、リラクセスした雰囲気の中

で過ごせる空間を演出した。第5回の開催は今年6月。感染対策を行い、コロナ禍でも楽しめるように規則を3つ追加。今までの中で最高の来館者を記録することになった。

テーマを分けて連続開催。コロナ禍で、さらに進化

第6回は9月から10月にかけての土曜夜に開催。前回は多くの来館者が訪れたが、多すぎればおひとりさまを楽しめる満足度が下がる。そこで分散させるために4回に分け新たな試みも。9月12日はいつものおひとりさまナイト水族館、19日はカメラ愛好家の日、26日は女性限定の日、

10月3日は男性限定の日と、回ごとにテーマを設定したのだ。女性の日とともに反響が高かったのが、カメラ愛好家の日。写り込みがないように照明を落とした館内は、いつものリラクセスした雰囲気とは変わり、撮影への気合いであふれていたという。「このような取り組みが全国の水族館にも波及して、多くの方に新しい水族館の楽しみ方が広まればうれしく思います」(仙台うみの杜水族館広報)。

普段は見ることのできない、生き物たちの夜の姿にも会うこともできる。「時間が足りない！」という声に、応えて第6回は開館時間を30分延長。

おひとりさま十則 with コロナ三則とは

- おひとりさま十則
- 周りの目を気にせず、純粋に水族館を楽しむべし
 - 私語は極力控えるべし
 - ナンパ・迷惑行為は厳禁。指定場所(フードコート)以外での交流を慎むべし
 - 迷惑行為を目撃した際は即刻スタッフに通報するべし
 - 写真撮影などで水槽の長時間独占を慎むべし
 - スタッフは挨拶のみ。ご案内なきものと思うべし
 - 知人と来館しても館内では別行動するべし
 - SNSでの交流はOK。どんどん拡散するべし
 - 水族館の楽しみ方は人それぞれ、と理解すべし
 - 水族館を出た後は、「日常」に戻るべし
- コロナ三則
- 生きものとの対話に集中するべし。是即ち感染拡大予防なり
 - オフラインの魅力をとことん味わうべし
 - これからの「私と水族館」について深く考えるべし

おひとりさまナイト水族館 第6回の開催内容

- 9/12(土) “いつもの”おひとりさまナイト水族館
- 9/19(土) 写真愛好家限定“カメラを楽しむ”おひとりさまナイト水族館○カメラを持参(スマートフォン可)。三脚の使用可。館内照明を落とし、撮影しやすい環境を整備
- 9/26(土) 女性限定“癒しの”おひとりさまナイト水族館○スタッフも女性のみ。SNS映えするフォトジェニックなエリアを設置
- 10/3(土) 男性限定“男だらけの”おひとりさまナイト水族館○スタッフも男性のみ。男心をくすぐる解説版などを設置

体験レポート
3密回避の温泉宿
JRC研究員が実泊体験

JRC研究員兼、本誌のデスクを務める森戸です。久しぶりに出張で泊まることになり、あちこち歩き回るのはコロナも怖いし、部屋の中からは出ずに何もかも済ませられないかと考えました。食事も温泉も(もちろん仕事も)。コロナ禍で1人旅も注目されているし、たとえばグループ旅行でも構われない人たちはいるはず。満足度を上げるための施設の取り組みを、感染防止対策とともにレポートします。

すタイプなのでストレスも少なく、瞬時に終了。フロントでのチェックイン時に「家族の健康状態」について記入するシートも提出。すべての宿泊客が使用するエレベーターまわりにはコロナ関係の注意書き、そしてここにも消毒薬。エレベーター内には定員13名に対し6名利用の依頼文。他にはカラオケ利用の注意書きや、チェックアウト時のお願ひも(②③)。こう書くのと、あちこちに注意書きがあつて不快に思うかといえそうですが、むしろちゃんと対策を施しているという印象が悪くない。



で届けてくれる(希望すれば事前に入口に置いておくことも可能だそう)。お弁当と言っても、夕食は三段重(⑧)。開けると引き出しのようになっていて、そのままごとのような気分です。おまかせメニュー、海鮮バラチラシ寿司がメインで、大変美味しかった。量も予想以上に多く大満足。ランチボックスではなく、お重というのが高級感があっていいと思う。

朝食はお弁当形式(⑨)。夕食は同様に指定の時間に届けてくれる。夕食もそうだが、温かいまま届くのがやはりうれしい。ちなみにここでは夜食に「あずきほうとう」のサービスがあるのだが、1階まで取りに行く必要があり、うっかりもらい損ねる。

●大浴場
部屋の風呂もあるがやはり豪華な大浴場。ここにも注意書きあり。スリッパまわりは特に気になるのでありがたい。着替えのこごも1つおきを使うようスペースを空けてある。露天風呂へのドアも開けてあり換気は十分。

●チェックアウト
7時から精算可能なので、混雑を避けることができる。



JRC石和駅から車で5分ほどの距離にある大型ホテル(①)。入口にはもちろん消毒薬と検温器が用意されている。手をかざすタイプなのでストレスも少なく、瞬時に終了。フロントでのチェックイン時に「家族の健康状態」について記入するシートも提出。すべての宿泊客が使用するエレベーターまわりにはコロナ関係の注意書き、そしてここにも消毒薬。エレベーター内には定員13名に対し6名利用の依頼文。他にはカラオケ利用の注意書きや、チェックアウト時のお願ひも(②③)。こう書くのと、あちこちに注意書きがあつて不快に思うかといえそうですが、むしろちゃんと対策を施しているという印象が悪くない。

宿泊しての感想は

食事美味しく、感染防止対策も徹底。何より構われないのが最高泊まる前は、お弁当の部屋食はちょっと物足りないかも?と思っていたが、量は十分。今回は1人だったが、複数人数宿泊でもいいと思う。食べている間、他者が存在しないというのは気楽。従業員がサーブする部屋食やレストラン食は、それなりに身なりを整えないといけないし、時間も決まっているので、接触がないというのは意外と心地よかった。コロナ収束後もこの「ほったらかしスタイル」は1つのサービスとして残ると感じた。もちろん前提として感染対策をきっちり行っているということが大切。このようなプランを提供できるのは感染症対策に自信があるからなので、客側も安心して泊まれるだろう。

宿の人に聞く
プラン利用客はどんな人?

石和常磐ホテル 支配人 坂牧忠寿さん
元々団体客向けだが、海外旅行者がぱったりなくなったとのこと。「個人のお客さま向けのお部屋食対応は行ってこなかったのですが、レストランの席数を減らしているため、部屋食にする必要がありました。素泊まりよりも食事付きの方が好まれるので、このプランを作りました。入口で渡すため人員削減にもなっています。料理も手が込んでおり「料金が高めなので平日のビジネス利用は難しいようですが、週末にはファミリーも含めてご利用が多くなります」。ファミリーもこれなら確かに気兼ねなく過ごせるに違いなし。

第3部 心のロスを埋めるマイクローツリズム

国内旅行は動き出したが、まだまだ今まで通りとはいかないコロナ禍。特に海外との自由な行き来までは、まだ時間がかかるだろう。叶うはずのない旅、その旅心を満たしてくれるのは、案外身近な旅だった。



ハワイ気分を満喫できる90分の遊覧飛行 ANA FLYING HONU チャーターフライト

憧れのFLYING HONUで 成田から、行き先のない旅へ

バーチャルでもオンラインでもない。成田空港からリアルに飛び立ち、今はまだ行けないはずのハワイへ限りなく近づけてくれる。「ANA FLYING HONU」チャーターフライトはそんなスペシャルな遊覧飛行だ。搭乗するのは神聖な生きものとしてハワイで愛されているウミガメ(ホヌ)が機体に描かれた、201

9年5月にデビューの成田・ホノルルの専用機エアバスA380型機「HONU」(FLYING HONU)。搭乗することができたのは第1回は150倍、第2回は110倍という高倍率をくぐり抜けた人々のみ。エコノミーからファーストクラスまでのうち、上位になればなるほど倍率が高くなり、一番人気はファーストクラスだったという。乗客はカウンタでチェックインし、保安検査場、搭乗ゲートの通過など、通常と同様

の手順を踏んで搭乗する。ハワイ仕様の機内では、ハワイ路線限定のパイナップルジュースやモヒートの提供、プレゼント抽選会も実施。飛行機を降りてもまだ余韻が冷めない90分のフライトになった。このスペシャルなフライトは、どのようにして生まれたのか

ト(乗客のいない飛行)を実施。報道で知ったカスタマーから「乗客のいない状態で飛ぶのであれば、HONUを使って遊覧飛行をしてほしい」との声が複数寄せられ、この企画が誕生することになった。ふだんは国際線で使用する機材を国内線で使用し、A380という大型機材をオープンスポット(ターミナルから離れた駐機場)でハンドリングすることは新たなチャレンジであったという。新型コロナウイルス感染拡大防止の徹底を図ることを重点に置き、1カ月半ほどの準備期間で、心に残るフライトを実現した。



第2回はハワイの海をイメージした2号機「カイ」。1号機「ラニ」が隣でお見送り&お出迎え。細やかなホスピタリティが随所に(写真提供/ANA)



チェックイン開始時間よりも早めに集まる人が多かった。ハワイを感じられる服装着用でプレゼントもあり、アロハ姿の人も多い



オープンスポットならではの見送り風景



心はすっかりホワイトの機内。ファーストクラスを楽しむ乗客(写真提供/ANA)



おみやげも

1人ずつに用意されたプレゼント。写真は第2回のファーストクラス用

ANA FLYING HONU チャーターフライト

第1回 8/22(土) 第2回 9/20(日) 第3回 11/15(日)

エコノミークラス1万4000円~ファーストクラス5万円(第1回・第2回) 520席の座席数に対して300席程度が販売された

乗客の応募理由は...

- 1人、家族、グループと様々な乗客が楽しんだこの遊覧飛行。申し込み動機は
 - HONU(あるいはA380)に乗りたかった
 - ハワイに行きたい/ハワイに行く計画だったが行けなかった
 - 飛行機が好きなので
 - 第1回の様子を見て申し込み
 - 今年は海外に行けていなかったため/毎年海外に行っているため
 - 飛行機に乗って出かけられていないから
 - ハワイにしか飛んでいない飛行機に乗れるチャンス
 - 子どもを乗せてあげたかった
 - など(第2回開催時の聞きとり調査より抜粋)。
- 興味を持った理由はそれぞれ。しかしハワイやHONUをきっかけに選ぶ人が多くみられた。日本でのハワイ人気と、そのハワイ路線でしか乗ることができないA380HONUという組合せが、特別感やエンタテインメント性に繋がったのだろう。

ネタ海外編

香港で話題になった「福岡アフタヌーンティー」？ 福岡県香港事務所に聞く 香港「日本ロス!?」事情

インスタ映えすることからも最近人気が高まっているアフタヌーンティー。イギリスの影響を受けた香港では日本よりも一般的な存在だが、この夏話題になったのは日本ロスになった香港市民の心を埋める「福岡アフタヌーンティー」。限定感あるそのメニューが誕生した経緯を、福岡県香港事務所長 山崎智幸さんに教えていただいた。

——日本ロスになるほど、香港で日本は身近な存在なのですか？

人口700万人が住む香港は、東京都の約1/2の大きさ。面積が狭く、そもそも日本の様な国内旅行という概念がないため、日本や韓国、台湾へ気軽に旅行へ出かけます。コロナ禍の前までは福岡ー香港間は1日に5便



「福岡アフタヌーンティー」を販売していた、フランス発祥の高級洋菓子店ダロワイヨ。富裕層の利用客が多い

が運航。規制が厳しくない香港は、日本でいちご狩りを楽しんで持ち帰ることも可能で、その時期の飛行機内はいちごの香りであふれていることも。日本人が考える以上に、日本のことをよく知っていると思います。昨年11月に香港で開催した福岡県の農林水産物PR試食会に香港のダロワイヨのシェフが参加され、福岡県食材に関心を持っ

てくれました。マカロン1個でも作れないかとお願いしたところ、アフタヌーンティーの提案をいただきました。6月1日に1店舗でスタートし、当初は2週間の予定でしたが、好評で3店舗に拡大して8月末まで延長になりました。その時々状況で変わりますが、コロナの影響で、香港では8月は飲食店が18時以降に営業ができない日が多くありました。1名分が日本円で4000円近い価格と高めでしたが、アフタヌーンティーは外食できる大切な時間になっていたので、タイミングもよかったです。——どのようなメニューが、日本ロスを埋めたのですか？

今回は4つの食材を提案しましたが、その1つが香港でも大人気のあまおう。6月はシーズンオフなのでジャムでマカロンを作っていました。八女茶も高級茶として知られていま



藤棚トンネルは造花製。夜はライトアップされる



香港のロリータたちにもPR

今回はあまおうを生食で使用できる春先に福岡アフタヌーンティーを開催したいと考える山崎さん。PRにも余念がなく、香港ロリータ協会の人たちを招いて食べてもらった。「ロリータのみなさんはお茶会をする習慣があります。また、世界中のロリータたちと繋がっており、情報発信力がある方が多いです」。見事な着眼点!

すが、抹茶も人気なので抹茶豆腐シューに。福岡県にある能古島も香港では大人気。そこで採れた甘夏の皮を使用したクレープで能古島を感じてほしいと思いました。アップルパイに使ったアップルシナモン味噌は、飯塚市の親子経営の小さな加工味噌店の商品。香港で採用されたという実績が首都圏などの国内販売にも役に立つと思いい、香港をブランドینگの場として活用しています。福岡アフタヌーンティーは現地の富裕層向け雑誌や、香港最大の旅行雑誌でも

紹介され非常に話題になりました。日本ロスに埋める仕掛けは他にも色々あります。北九州市八幡東区にある河内藤園も香港市民に人気のスポットですが、それをモチーフにした「藤棚トンネル」が香港のショッピングセンターの一角に登場し、連日賑わっています。というのも、1回の入場につき4人までと制限されているので3密は回避しています。香港は域内の旅行先が限られるため、コロナ収束後は香港の旅行者が一番最初に日本に戻って来ると期待しています。一方で、韓国や台湾などのライバルも、香港で積極的な観光PRを展開しています。人の往来は難しいですが香港は日本の農水産物や商品であふれていますし、コロナ収束後も見越して色々な切り口から香港の皆さんに日本を楽しんでいただけるようなイベントや情報発信を地道に続けていくことが大切だと思います。



福岡県香港事務所長 山崎智幸さん

商社勤務で韓国駐在後、福岡県庁入庁。2018年より福岡県香港事務所。現地スタッフ1名とともにマカオ、中国華南、台湾、蒙州からの福岡県への観光客誘致や農林水産物他の輸出促進などを担当

福岡アフタヌーンティー



あまおうジャムのマカロン



アップルシナモン味噌を使ったアップルパイ



能古島産甘夏の皮のクレープ

第4部

昭和な旅館で「文豪の缶詰」を体験

旅に出る、近場でも一泊する、それだけで非日常感。でも宿を舞台に、劇を仕掛けるのもまた一興。コロナ禍で登場した話題のプランを、本誌ライターが体験してみた。



ワーケーションのようで、ワーケーションではない？

一度チェックインをしたら、チェックアウトまで外出はできない。ひたすら仕事に没頭できる新種のワーケーションプランだと思えば、ノートブックとPCをカバンに入れて現地へ。本郷通りからすぐなのに静か

な風情が漂う宿。入口の看板に続いて名前入りの下駄箱を見て、心の中で「しまった」と呟いた。これはただ単に「文豪のように缶詰になって仕事する」のではなく、「缶詰にされた文豪の気分を満喫して仕事ができる」プランなのだ。もちろん滞在中は仕事をせず昼寝をしても自由。ただ、一歩足を踏み入れれば、自分は

この宿の中の登場人物の1人。もつと昭和コテコテのペンネームを名乗っておけばよかった。見ればフロントの中にいる人たちも、旅館の従業員という感じではない。帰りにそつと聞いてみたところ、本日詰めているのは「鳳明出版の編集部長たちで、通常勤務している従業員はいないとのこと。スペインダーズズボンを吊って服装もレトロ。自分が近未来からタイムスリップしてきた気分になる。

どこをとっても絵になる宿。貸切風呂でさっぱりして、早々に浴衣に着替えるのが文豪っぽい 左/客室入口

「担当編集者の厳しさ」と「差し入れの好み」をヒアリングされる。これらのオプシオンは事前に申し込んでおく。厳しさは普通で、差し入れは元気が出るドリンクを注文。仕事は一応やる気十分。16時半頃から「修羅場が起きる」と予告され、自分の部屋へ。



上/客室の菓子まで文豪系 左/編集チームによる差し入れシーン。仕事が進まない言い訳をアレコレ考えてしまう



風情ある門をくぐると、この札がお出迎え



客室内で缶詰中

部屋にも名前が貼ってあり、役者の楽屋のよう。室内には森鷗外生誕150周年にちなんだお菓子が用意されている。缶詰の味は、編集者たちが「『〇〇賞』の最終候補」で、編集者とともにロビーのソファで気を揉みながら受賞の知らせを待つ文豪の様子を、こちらもじつと見守ってしまう。レトロな電話が鳴り、受賞が決まった時には、割れんばかりの拍手を送ってしまった。たほど。帰りの見送りまでしっかりと手を抜かず、最後まで満喫できる文豪気分。今回は取材のため日帰り体験だったが、それでも滞在可能時間は12時から23時までと十分に長い。編集者たちに見守られ、息抜きも楽しい。この場所、この建物を活かした見事なワーケーションだ。

用意されていて気分も盛り上がり、仕事を進めなければという気持ちになつてくる。と同時に、館内は実に見どころが多く、こもっているだけではもつたないのも事実。この界限はかつて100軒近くの宿が軒を連ねていた一大旅館街だったところで、文豪たちが缶詰していた宿も実際にあったという。しかし今ではこの鳳明館を入れてわずか4軒のみが残る。部屋の入口、廊下の洗面所、お風呂や階段など1つ1つに味わいがあり、まさに今夜の舞台にびつたりだ。ちなみにWi-Fi完備である。

部屋に戻りしばらくすると、頼んでおいた差し入れを持って編集チームがやってきた。ねぎらいの言葉をかけてくれたが、さりげなく原稿もプッシュ。みなさん、なりきっています。そして、いつの間にかなりきって返事をしている自分に気づく。編集チームを頼んでいけば、食事の買い出しなども頼むことができる。過去には、有名作家御用達だった井物が食べたいとリクエストされ、タクシー往復で神保町まで取りに行ったこともある。でもそんなことしてみたくないので納得できない。一夜限りだが、文豪なので！

に楽しめることも。今回は2人の文豪のオプシオンを見学できた。缶詰中に本妻と愛人が鉢合わせする設定の「修羅場」では、2人の板挟みになった文豪役もプロの劇団員かと思うほどの演技で、野次馬たちも見入ってしまうばかり。『〇〇賞』の最終候補では、編集者とともにロビーのソファで気を揉みながら受賞の知らせを待つ文豪の様子を、こちらもじつと見守ってしまう。レトロな電話が鳴り、受賞が決まった時には、割れんばかりの拍手を送ってしまった。たほど。帰りの見送りまでしっかりと手を抜かず、最後まで満喫できる文豪気分。今回は取材のため日帰り体験だったが、それでも滞在可能時間は12時から23時までと十分に長い。編集者たちに見守られ、息抜きも楽しい。この場所、この建物を活かした見事なワーケーションだ。

仕掛け人はこの人！ 鳳明館社外営業部 榎八十介 代表 海津智子さん

歴史があり、建物も素晴らしい鳳明館の良さをもっとわかってほしい。その思いから、企画を持ち込むようになった海津さん。『「文豪缶詰プラン」のテスト販売は行ったもののまだ団体利用が好調な時期で、全館貸切が未知数だったため実施の予定はありませんでした。しかしコロナ禍になり、状況が一変。文豪缶詰プランであれば基本1室1名、客室にもほとんど人が入らないのが今の時代にあっているのでは、ということで実施することに。集客することに対して炎上も考えられましたが、あくまでも社外営業部が企画したということであれば宿にも迷惑がからないという考えもありました。いざ始めてみると、炎上どころか反響大。11月までに4回も開催するほどの人気企画になった(12月~2021年1月に第5弾を開催)。「事後アンケートは余韻がなくなるので取っていませんが、Twitter上で意見を拾っていると、編集者役をやってみたいという声が多いですね。テーマパークでいえばキャストのような立ち位置で、誰にでもお願いできるものではないと回を重ねるたびに実感しています。社外営業部という立場だからこそ、外からの企画やアイデアを引っ張ってこれると思います。こういう営業スタイルは今後増えていくのではないのでしょうか。



旅館に乗り込む妻。いよいよ始まる！という気迫が迫りにも...



他の文豪たちも電話が鳴るのをじっと待つ。スマホの時代に生きていることをすっかり忘れて...



見送りまでカンベキ。息抜きしながら原稿や企画などが捗ること間違いなし



3密を回避しつつ、大切なことは「参加したくなるエンターテインメント」であるということ

施設での対応や、イベントの実施など、あらゆる面で制限がかかるコロナ禍の現在。従来のやり方では通用しないこともあり、コロナの収束時期も読みづらい。出口のない状況に感じることも、正直、多いかもしれない。しかし、これまで磨き上げてきた観光資源は、このコロナ禍においても人を惹きつける価値ある存在だと、今回の事例からもわかるはずだ。視点や演出方法を変えることで今までとは違う楽しさを提案し、新たな需要を生み出す動きに繋げていくことができるだろう。もちろんその際に忘れてならないのが、「カスタマーが今、何を要望しているか」を理解すること。ある程度の制限がかかる状況下においても、リスクを回避しながら人々は旅やおでかけを楽しみたいもの。そのような顧客をよく観察し、よい関係性を築いていくことがますます大切になっている。少しチャレンジャーな企画を展開する際にはリピーターの存在が心強い、そのことをより実感したのが現在のこのコロナ禍。この先のカスタマー・レリレーションシップ・マネジメント(CRM)の重要性について考えるいい機会となったはずだ。また顧客との関係において新しい兆しもある。それが見えたのが「文豪缶詰プラン」。人々はイベントに参加しながら、ただのワンオムゼムではなく、1人1人が主役となる。個人がメディアとなって発信する時代だからこそ、単にサービスを受けているに留まらず、提供する側に回ってでも話題作りにはひと役を買いたいという思考だ。修羅場シーン、賞の受賞シーンを演じるのは、素人である参加者。募集をしていない編集者役の希望も多いという。自分も1つの要素として発信できる楽しみ方を求めている動きがあることが感じられる。どのような旅やイベントであれ、大切なことは、楽しいということ。状況に振り回された「やらねばならない」ではなく、「やってみよう！」と思える企画を。発想を少し変えて、逆境を逆に。エンターテインメントに昇華させて提案していきたい。