



たけうち ゆうき  
代表取締役 竹内 佑騎 氏

# 健康×IOTによる付加価値向上

01

## 株式会社竹屋旅館（ホテルクエスト清水）

### Data

所在地：静岡県静岡市清水区

設立：1949年

資本金：10,000千円

従業員数：50人

客室数：77室

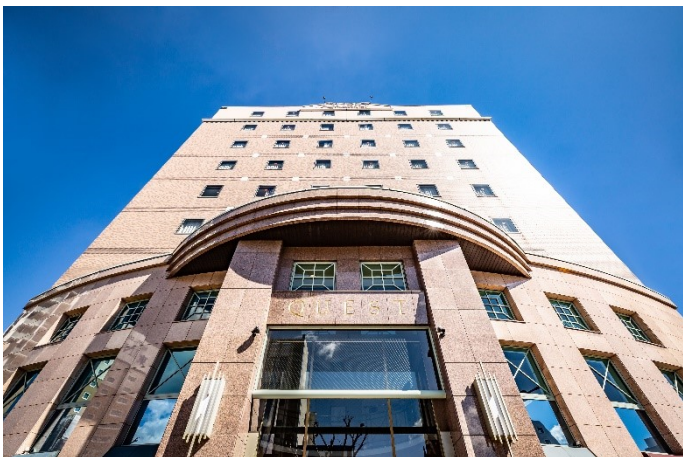
事業内容：宿泊施設運営事業、宿泊コンサルティング事業、ヘルスケア・食事業、観光事業

### ☀️ ここがポイント！

- 自社の強みと外部環境を分析し、他社との差別化に成功
- 適切な投資を行い、新たなサービスの提供やソリューションを実現

## 1. 企業概要

株式会社竹屋旅館は、静岡市近辺を中心とした宿泊施設の所有・運営に加え、観光・食・健康関連事業や宿泊コンサルティング事業を展開。近年では、特に「健康」をテーマとした付加価値提供に注力している。



## 2. 取組の背景

### 他社との差別化をどう図るか

同社が運営するホテルクエスト清水は、客室数が77室と少なく、著名な観光地と言える土地柄に立地するわけでもない。保有資源・立地による制約条件のなかで、他社との差別化を図るには、独自のコンセプトづくりが課題であった。

### 自社ならではの強みをどう生かすか

竹内氏は以前から「健康」がもたらす付加価値の可能性に注目し、ヘルスケアや食に関する事業を展開してきた。コロナ禍で人々のライフスタイルが変化し、健康志向や関連商品の需要が急激に高まると、自社の持つ健康に関するノウハウを生かしたサービスに乗り出した。それが、「スマートヘルスツーリズム」だ。



## 3. 取組の内容

「スマートヘルスツーリズム」の軸は、IoTを活用した健康アクティビティと健康食の2つである。

### ①健康食

同社は、医療機関や生産者、メーカーらと連携し、美味しい健康食の開発に取り組み、ホテルの利用者に専門家監修の健康食を提供している。さらに目指したのは、日本中のあらゆる場所で美味しい健康食を提供できる仕組みの構築。そこで、日本医食促進協会が認定する「医食」専門知識を持ち、健康食を提供する専門家育成制度「メディシェフ」を推進している。

様々な健康のデータを取るためのスマートデバイスをお貸し。



サイクリングやヨガを通して、体に良いことを楽しく体験。



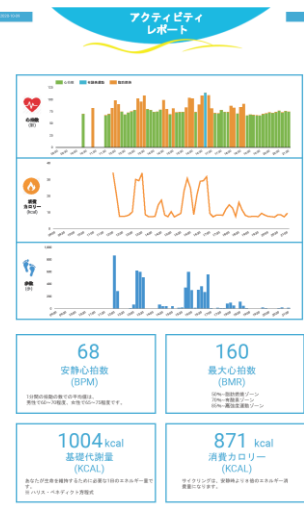
世界遺産の三保松原を含む観光所を音声でナビゲート。



健康データをもとに、皆様にあった個別のカウンセリングを提供。



◀「スマートヘルスツーリズム」概要



健康の見える化

スマートウォッチやメガネなど、健康データを測る最新のスマートデバイスを使ってバイタルデータをモニタリング。



「音」と「ストーリー」

観光アクティビティをもっと楽しむために、Otonoの音声ガイドを提供。場所にあわせたストーリーと共に、音声サイクリングや音声ヨガ体験を。



常識外の健康食

健康食の専門家であるメディシェフがつくる静岡健康美食「駿河湾レシピ」。身体も心も喜ぶ、全くあたらしい食事体験を。

▲アクティビティレポート

## ②健康アクティビティ

観光アクティビティの満足度を上げるコンテンツとして、訪れた場所に合わせた音やストーリーを流し特別感を演出するIoT音声ガイド“otono”を開発した。また、参加者にスマートデバイスを貸与し、アクティビティ中の健康データをモニタリング。チェックアウト時に専門家のコメントを添えたレポートとして参加者に提供している。



## 4. 工夫した点

### ITスキル不足は副業人材で解消

新たなサービス提供にあたって障壁となったのは、「IT人材の不足」だったと竹内氏は語る。そもそも宿泊業界は慢性的な人材不足に陥っており、地方でIT分野に長けた人材を探すことはなおさら容易でない。仮に適した人材が見つかったとしても、能力に見合ったフルタイムの報酬を出すとなると、人件費が膨らむ。

そこで目を付けたのが、副業ニーズのある人材だった。コロナ禍によるライフスタイルの変化を機に、これまで都心を拠点としていた人材が、リモートワークが普及したことで地方で副業を求める傾向が高まっている。そうした副業人材を上手く取り入れることで、サービス展開における人材面の課題を解消することができた。

## 5. 成果

### 利益率UPや地域住民の取り込みを実現

この取組による効果は多方面で現れた。まず定量的な成果としては、1人当たりの宿泊単価が7500円（1泊1食）から1万6200円（1泊2食・体験込み）に大幅上昇。施設等の資源は既存のものを活用しているため、直接的に利益率向上へと繋がった。

さらに地域住民を中心に日帰り利用客が増加。マイクログツーリズムが重要視される昨今において、見逃せない成果である。自社が抱える制約と強みの双方を分析し、付加価値を創出したことが、観光客の“指名買い”を獲得した要因と言えるだろう。

## 6. 今後の展望

### 地域・企業の垣根を越えたノウハウ展開

当面の目標は、西伊豆エリア内外でのサービス拡大である。竹内氏は、同業者のノウハウを、自社運営・所有施設に限らず、コンサルティングを通して共有していきたいと語る。この背景には、ファミリー経営が多く事業者同士が孤立しがちな宿泊業界において、事業者連携を促進させたいという同氏氏の想いが込められている。将来的には同業者連携のみならず、都心のスキルを持つ人材と地域の宿泊施設の所有者を繋げるネットワークづくりも構想しているとのことだ。

観光産業全体の発展を見据えた展望に、今後も注目したい。

取組の関連情報はこちら

- ・ 竹屋旅館 <https://takeyaryokan.com/tourism/>
- ・ スマートヘルスツーリズム・ポータルサイト <https://smarthealthtourism.net/>