

国内実態調査報告書

テーマ : 軽井沢星野エリアにおける星野リゾートのサービス・マーケティングの理解
ゼミ名 : 酒井 麻衣子 ゼミ
調査日 : 2023年9月4日(月)～9月6日(水)
調査先 : 軽井沢星野エリア
授業科目名 : 演習Ⅰ・Ⅱ
参加学生数 : 10名(3年生)

調査の趣旨(目的)

軽井沢星野エリアは、ホテル業界を牽引する(株)星野リゾートの創業の地で、同社が「星のや軽井沢」「軽井沢ホテルプレストンコート」「BEB5 軽井沢」といった異なるタイプの宿泊施設や、ショップ・レストラン街、立ち寄り湯など様々な商業施設を展開する観光エリアである。本調査では、若者向けの新感覚滞在スタイルの宿「BEB5 軽井沢」に宿泊するとともに同エリアの現状を視察することで、同社の経営戦略やサービス内容を分析し、本演習のテーマであるサービス・マーケティングについて、その実践を自ら体感し学びを深めることを目的とする。

調査結果

主に次の【1】【2】の2点について調査した。あらかじめ企業ホームページや地域の観光情報等の二次情報を収集した上で、フィールドワークを行い、現地だからこそ実感できた企業の戦略について情報交換や議論を行った。調査終了後、各自がレポートとして結果をまとめ、秋学期初回のゼミにて報告した。以下は調査結果の概要である。

【1】「BEB5 軽井沢」のSTPと7P

Segmentation : 年齢層、居住地、同行者、滞在期間、滞在目的 等

Targeting : 都心近郊に居住し、短期滞在で、仲間とホテルで過ごす時間を気楽に楽しみたい10～20代の若者

Positioning : 「居酒屋以上、旅未満」「ルーズに過ごせるホテル」

Product : 仲間と自由に過ごすための空間とサービスを提供(24時間利用可能なカフェやパブリックスペース、寝そべることができるソファ、焚火やライトアップされる自然豊かな中庭、多様なボードゲームや、無料のポップコーン、室内でも集まれるやぐら型の3人部屋 等)

Price : 最安値で1人1泊5,000円となる「29歳以下エコひいきプラン」、通常でも1泊20,000円以下と、星野リゾート系列では安価な価格帯。

Place : 都心から約1時間半の立地で気軽な来訪を促進、最寄りの中軽井沢駅からは徒歩20分という遠からず近からずの距離で、駅との送迎は行わず、星野エリア独自の経済圏の中に位置付け。

Promotion : ホームページでコンセプトやBEB開発の経緯などを紹介。Youtube、Instagramで「過ごし方」などを情報提供。日常的なプロモーションは行っておらず、

利用者の口コミやリピートを重視している可能性。

People: 少人数で、カジュアルな服装、最低限の接触しか行わず、圧迫感を与えないスタッフ。しかし、さりげなく定期的にパブリックスペースを見回り、必要なときには丁寧に対応。

Process: 部屋種が少なく価格もほぼ固定で公式ホームページからの予約がもっとも安い。そのため予約時の迷いが少ない。チェックイン・チェックアウトともタッチパネルで自動化、規約や利用方法はマニュアル化して室内設置、アメニティはロビーから必要分を自分でピックアップ等、徹底した簡略化。

Physical evidence: 黒と木調を基調としたシンプルながらもナチュラルさを感じる内装。パブリックスペースの装飾はポップでお洒落な若者の好む雰囲気、BEB5 のオリジナルグッズの販売によるブランド化も実施。

【2】 軽井沢における星野エリアの地域振興の戦略と効果

- ・ 星野エリア内で滞在が完結する仕組み（エリア内のみの頻繁なバス運行、自然観光・食・ショッピングが可能なハルニレテラスの設置）
- ・ 加えて、集客力のある旧軽井沢地域からの観光客の流入を意識

総じて、最寄りの中軽井沢駅との連携は薄く、あえて切り離すことで星野エリアの独自性や自然の中の落ち着きを維持しつつ、より活性化している旧軽井沢地域との緩い連携により経済性を確保しているようである。



BEB5 の中庭にて



パブリックスペースでのディスカッション



POP な内装