

COMPANY PROFILE /

株式会社ホテル・アローレ

片山津温泉にて、周辺に大型ゴルフ場があり、白山連峰や紫山瀧が一望できる景勝もあり、ヨーロッパ調のリゾートホテルとして充実。従前は関西からの観光客が中心だったが、北陸新幹線開通で関東からの観光客が増加。平日は、近隣の大手企業などビジネス利用客も多く、稼働率も高い。

研究員に期待されるミッション

地域の集客起点となる 魅力づくり

アローレ及び地域全体のブランディング強化を図るために、商品企画・サービス企画などの取り組みを行うと共に、メンバーの「自立的」な取り組みを促進していく。

プログラムへの評価

受入企業

大都市圏の有能な人材と石川県にある地方企業とを具体的な課題解決を通してインターンシップ的に結びつける点が共創型観光産業展開プログラムのポイントですが、いい人材の方と出会い、さらに当ホテルに来る気持ちになっていただけなのか、当初は半信半疑でした。お見合いみたいなもので、こちらがOKと返事をして、人材側から「ノーサンキュー」と断られる可能性もありますからね。

結果として大高さんに来ていただけることになり、大変感謝しています。プログラムは半年の研究期間後も残っていただける仕組みになっているので、張り切って問題解決に取り組んでくれていますが、こちらは「そう慌てなくともいいよ」という気持ちで接しています。

地縁・血縁のあるUターンと違って、Iターンでは会社のイメージはもちろん、移住先の雰囲気も全然分からず、ハードルが高いところがあります。このハードルを下げる支援が共創型観光産業展開プログラムでは用意されています。

通常、Iターンで就職すると、同じ立場の人を見つけるのはなかなか難しいのですが、当プログラムでは同じ立場の研究員が最初から複数いて、なおかつ相談相手になってくれる方もいます。最終的な進退も半年の間に決めれば良いという時間的余裕もあり、移住する人にとってすごくメリットを感じられる仕組みになっていますね。

リサーチ・フェロー

受入企業
株式会社
ホテル・アローレ
代表取締役社長 太田 長夫 さん
HOTEL ARROWLE

リサーチ・フェロー
(客員研究員)
大高 綾美 さん
Ayami Otaka

PROFILE

服飾の専門学校を卒業後、山梨県の加工場に勤務。素材の本番スコットランドへ工場巡りの目的で2ヵ月ほど渡英。その後、日本国内のカットソーメーカーにて、和歌山県で編んだ生地を全国の縫製工場で製品にし、アパレル企業へ納品するまでを一貫で管理。パリで開催される世界最大の繊維展示会にも同行させていただいた経験や現場から売り場まで一通りものづくりと企業間折衝、ブランディングなどを学ぶ。



県内外から利用者が訪れる
1997年開業の欧風リゾートホテル

アローレは、1997年にオープンした石川県で唯一の本格的欧風リゾートホテルです。2008年には「オーベルジュ」をコンセプトに、メインロビーやバンケットルームなどを一新するリニューアルを実施しました。

総客室数は130室。天然温泉の大浴場・露天風呂のほか、屋外ジャグジー、屋内プールも備えています。イタリア料理、日本料理のレストランやバー、ティーラウンジなどの料飲施設も充実しており、ブライダル、バンケットの会場としても地域の皆様から多くのご利用をいただいています。名門カントリー倶楽部が車で3分ほどの距離にあることから、ゴルフ客、ビジネス客の利用も少なくありません。

ざっくりとですが、宿泊客の3分の1が県内、3分の2が県外からです。一方、レストランは6割が地元、4割が県外です。婚礼に関しては100%地元のお客様です。

組織横断的に業務に取り組めるよう
社長付の経営企画室の所属に

当ホテルは柴山潟の北東湖畔に位置しています。白山連峰と柴山潟を一望できる景観も自慢です。柴山潟を挟んだちょうど対岸側に片山津温泉があり、加賀市などを訪れる観光客が当ホテルに宿泊するケースも少なくありません。

共創型観光産業展開プログラムへの参画は、地元信用金庫からの紹介がきっかけでした。仕組みの説明を受けた際に「いい取り組みだな」とすぐ理解でき、参画を決めました。

出会いと縁はとても重要です。研究員との巡り合わせが上手くいかない可能性を頭の隅に置きつつ、複数の研究員候補者と会ってみることにしました。

紹介を受けた大高綾美さんと面談すると、活躍が太いに期待でき、人物的にも好感が持てました。こちらからお断りする理由はなかったため、当ホテルでの研究活動をお願いしました。

新しいセクションとして社長付の経営企画室を設け、現在はそこで広報業務を担当してもらっています。社長付であれば、社内横断的に仕事ができ、どのスタッフとも人間関係が築きやすいですからね。

アパレルで経験を積んだ大高さんが
志向したのはブランディングの強化

オーダーしたミッションは、「グルメや歴史など地域の諸々の魅力を掘り下げ、すくい取り、広く情報発信してほしい」ということです。発信すべき観光資源はどこでもない、足元の加賀市および片山津にあります。地域全体の魅力発信がアローレの魅力発信につながると私は考えています。

受入企業
株式会社
ホテル・アローレ
代表取締役社長 太田 長夫 さん
HOTEL ARROWLE



大高さんは、私どもから見て全くの異業種であるアパレル業界の出身です。そこで磨いた感性を生かし、広告表現や広報ビジュアルの刷新にまずは取り組んでくれています。アローレと地域全体のブランディング強化を図るために商品企画・サービス企画のアイデア出しに知恵を絞る一方で、ホテルスタッフの自立性・積極性を引き出すことを課題にしてくれています。

化学反応がスタッフの間に徐々に。
終了後も引き続きの関与を希望

石川県特有の県民性もあるのでしょうか。当社の場合、地元採用がほとんどということも手伝って、スタッフの情報や人脈の広さに限りがあります。従って、新しいことにチャレンジする企画推進力に弱いところがあります。アグレッシブに行動する大高さんに少なくない社員が刺激を受けているようです。彼女が触媒になって、化学反応が少しずつ生じているように感じます。県外出身の異業種経験者を入れる共創型観光産業展開プログラムの効果を実証してくれていますね。

実は、私は生粋のホテルマンではなく、他の業界から来た人間です。外部人材が組織を変える可能性があることを実体験として分かっています。

今回のプログラムをきっかけにせっかくできたご縁を今後に生かす上でも、研究員としての期間終了後も大高さんには当ホテルに残っていただければ幸いです。

「B to B」のものづくり業務から
「B to C」の観光系業務に関心

昨年、リクルートキャリアが運営する社会人インターンシップサービス「サンカク」のユーザー会員となっていて、事業者側が課題として用意する異業種グループワークのメニューの中に共創型観光産業展開プログラムがありました。東京に住んでいたのですが、地方創生に貢献しようとする当プログラムの内容に興味を持ち、エントリーしたことが今に至るきっかけです。

前職は、カットソーのOEMメーカーの企画営業です。生地製造から縫製、OEM契約を結ぶアパレルメーカーへの納品までを一貫で管理する仕事に従事しました。製造・販売プロセスの折々に行われる企業間折衝の経験を多く積んだほか、ブランディングについても学び、パリで開催されている世界最大の国際繊維見本市を見学する機会にも恵まれました。そうした貴重な経験は、今の私が有するスキルや考え方のベースになっています。

「B to B」のものづくりの仕事でしたので、私自身が旅行好きなどころもあって、「B to C」の観光をキーワードにした業務に挑戦してみたいと考えました。

地域密着型イベントの企画を通して
CI策定へのアプローチも軌道修正

金沢へは行ったことがありましたが、加賀市は太田社長との面談で訪れたときが初めてです。自費でアローレに宿泊し、スタッフの皆さんが着用している制服や売店に置いてあるお土産物を目にして、ホテルとは畑違いなものづくり出身の自分にも探せばできそうなことはあるな、と安心しました。

太田社長から提案されたミッションを私はアローレと加賀地域のブランディングと解釈し、それにはまず、スタッフ全員を



リサーチ・フェロー
(客員研究員)

大高 綾美 さん

Ayami Otaka

巻き込んだCIの策定が必要だと考えました。アローレは過去に、経営難に陥ったことがあり、太田社長のリーダーシップで立ち直りました。ところが、社内の意思決定や伝達がトップダウン型のまま現在に至り、主体性に乏しいところが私の目には見受けられました。

そこで、皆さんとCI策定から始めて、主体性の醸成も併せて進めていこうと思ったわけです。

残念ながら、社員全員を巻き込んだCI策定は断念しました。ホテルの業務はスタッフの勤務時間帯がばらばらで、勤務時間内はもちろん、勤務時間外も大勢を集めたミーティングを開く調整ができそうにありませんでした。年明けから私の担当がイベントの企画になったのを機に軌道修正し、現在は少人数の企画ミーティングをCI策定に向けた端緒にしていこうとしています。

能動的に企画や発案が続く社内態勢と
スタッフの意識を追求していく

ホテル内のチャペルを使用した地元児童合唱団によるコンサートを現在、地域ブランドイベントとして企画していて、これを成功させて、地域と積極的に関わるイベントの企画・開催を推進するとともに、CI策定の機運盛り上げも同時に図っていく腹積もりです。

半年でようやくスタッフの皆さんと打ち解けて声をかけてきてもらえるようになったので、研究期間の終了後も今の業務に引き続き関わっていきたくと思っています。恒常的に企画をつくり、当たり前のように実施していく仕組みや社内体質を残せるまでやっていきたいですし、最終的にアローレがどういうコンセプトでどこに向かうのかまで見届けられればベストですね。



地方での生活必需品として車を購入
行動範囲を押し広げる原動力に

一方、金沢大学でのリカレント教育では、先生方からホテルスタッフのモチベーションアップやそのきっかけづくりに役立つ方法などを助言していただいております。とても心強いです。こちらが感じていることや考えていることをオブラートに包まず率直に言うことができる場にもなっています。

こちらでの住まいは、アローレの近くにある同社の社宅です。金沢のような公共交通機関に恵まれた地域ではないので、中古車を購入しました。5年間くらいハンドルを握ったことがなかったので、最初はちょっと緊張しましたが、移動手段としてはやはり便利ですね。

観光がテーマということもあって能登や福井などにも車で行くなど、行動範囲が以前と比べて格段に広がっています。私は埼玉県出身で、仕事の関係で山梨や東京にも住んでいたのですが、意外と近隣の県に興味を持って足を運ぶことがなかったので、車の効用を感じているところです。