

前号ではコンセプトルーム「イースルーム」「快眠ルーム」のトレンドと題して、全ム「エグゼクティブルーム」のさまざまな取り組みをム」などである。これら全紹介した。比較的特徴的なてが一時的なブームとは関係のない、また市場規模もは、より取り組みやすいコ大きな汎用的ターゲットでコンセプトルームについて紹介することが分るかと思いたい。

取り組みやすいコンセプト「赤ちゃんルーム」は幾度か触れたので割愛させて「汎用性」である。キャラいただが、レディースル

## インターネット 第87回

### 徹底集客

クターやブームに乗ったコンセプトルームの需要も高まっていく。女性にうれしい高級アメリが、ブームが去ったミニティーをそろえたり、美容グッズを配置したり、女性が好きそうな調度品やデザインに改装したりする率を落としかねない。そこケースが多い。大規模な投で汎用的なターゲットに資なく実施できる点と施設いて考えれば必ずと答えはイメージアップに大きく

「赤ちゃんルーム」「レデまた、どちらかという

## コンセプトルームのトレンド その2

ホテルを中心に増えているのが、「快眠ルーム」やワンランク上の「エグゼクティブルーム」といったコンセプトルームである。客室の広さを広げるような改装は時間もコストもかかるので、ベッド・枕・デスク周りの備品などで上質感や睡眠に対するこだわりを表現し、通常の客室タイプよりも単価を上げて販売することが可能になる。工夫次第では、大規模な投資を必要とせずにリニューアル可能なのである。

旅館ホテルともに、装置産業の側面がある故に、常に新しい何かをお客さまにご提供しないといけない宿命にある。そのような観点からも、大規模な投資をかけずに、知恵を絞ったこのようなコンセプトルームを考案するのも一計だろう。

(株式会社アピリティコ  
ンサルタント 的場弘明)

＝隔週掲載

施設が増えてきている。

寄与する点からも設置する