

高尾登山終わりに疲労回復気軽に寄れる足湯カフェ

～足湯に浸かり高尾の自然と食事を楽しみながら～

Soak in a footbath after climbing Mt. TAKAO

～Footbath and enjoy eating in the nature～

創価大学経営学部経営学科天谷ゼミナール 小向結, 中村新菜, 成久美穂, 古内琴美, 中河由美香, 王竺君, 高セン華, 帳洋洋, 江思行

キーワード 高尾登山客, 気軽に一息, 和

はじめに

私たちは、八王子の代表的な魅力のひとつである高尾山に焦点を当てた。年間の観光客数 300 万人を誇る高尾山周辺を活性化させることで観光客の更なる拡大、登山客の満足度の向上に繋がると考えた。そして、高尾山登山客の満足度の向上が八王子の活性化に繋がると考えた。都心部からアクセスが良いことに加え、身近に自然を感じられる高尾山のメリットを活発に発信することにより、都会に居住しているファミリー層や若者、また外国人観光客へのアプローチを図る。

その方法として、登山後に手ぶらで立ち寄れる足湯カフェの設立を提案する

足湯カフェを設立するにあたって

登山後には肉体的な疲労が伴う。近年、その疲れを癒す温泉「極楽湯」が高尾山口駅すぐに設立した。しかし、高尾山を下山し温泉施設を発見しても入館料や着替えが必要であるため、準備なしでは気軽に立ち寄ることが出来ない。外国人観光客にとって温泉施設は 1 点注意しなければならない点が存在する。刺青・タトゥーがある人は入館禁止のため限られた人は入浴が禁止されている点である。足湯カフェであれば、準備いらずに加え、入店禁止事項が無い。どんな人でも足の疲労回復をはじめ気軽に小休憩できる。温泉では男女別れて入浴するため家族・カップルが入浴時に今日 1 日の感想を共有することが不

可能だが、足湯カフェは可能である。登山の思い出をはじめ最後に一緒に足湯に浸かった思い出も増える。旅の最後まで同じ空間で時間を共有できるのである。以上のような点をふまえ足湯カフェは需要の拡大が見込める。

また、高尾山には、足湯ができる本格的イタリアンレストラン「Fumotoya」がある。既に存在する Fumotoya の足湯と私たちが提案する足湯カフェの差別化する点をいくつか述べていく。

1. 利用時間

Fumotoya に隣接する足湯は、平日 30 分 200 円、土日祝 20 分 200 円という時間と値段設定で、イタリアンレストランを利用した人は無料で利用することができる。これに対し、私たちが提案する足湯カフェの利用時間は、基本制限を設けず、混雑時のみ 20 分制に設定し、利用できるのはカフェ利用者に限定する。

2. 足湯の規模

Fumotoya の足湯は、一度に 10 名前後しか利用できない大きさである。混雑時を想定した際、この大きさは最適規模ではないと考えるため、20 人程度が一度に休憩できる大きさや数を設ける。

3. メニューの価格

イタリアンレストランである Fumotoya は、本格的なイタリアン料理を提供しており、高めの価格設定となっている。そのため、私たちの足湯カフェはリー

ズナブルな価格に設定し、若い学生等も気軽に立ち寄れるカフェにする。

4. 雰囲気

Fumotoya は、イタリアンレストランであるが故に、洋風な内装であり、高級感がある。それに対し、足湯カフェは、「和」をイメージした内装にするため、くつろぎと癒しの空間を提供することができる。

以上の4点を実施し、Fumotoya との差別化を図る。

足湯カフェの 4P 分析

PROMOTION 販売	PRODUCT 製品
Instagram、 Twitter 公式アカウント作成	飲み物 (日本茶、牛乳、紅茶、タピオカ等)
京王線や JR にポスターで宣伝	食べ物 (ケーキ、パフェ、ソフトクリーム、お団子)
PLACE 流通	PRICE 価格
高尾山付近	ワンオーダー制
	ドリンク (500 円) スイーツ (800 円) →足湯無料

足湯カフェの 具体案

上記の 4P の図をもとに足湯カフェの具体案を述べていく。カフェを設立するに際し、店内は「和」の雰囲気で統一する。木材を使用し、縁側を設け店内に居ながらにして高尾の色とりどりの四季を感じてもらう。店内で提供されるメニューは日本茶をメインとした様々なドリンク。パフェ、ソフトクリーム、お団子などのデザート類である。デザート類は季節のフルーツなどを基調としたシーズナルメニューである。1 人ワンオーダー制とし、何かしらのメニュー

を頼むことで足湯に浸かることが可能となる。また、足湯から出る際に必要となるミニタオルを所持していない客向けに 1 つ 100 円でミニタオルを販売する。足湯カフェのプロモーションはカフェの公式アカウントの作成をはじめ、電車内の中刷り広告、京王線駅構内のポスターなどに掲載し、認知を得る。SNS を中心に力を入れた活動を行う。また、ハッシュタグや店内で撮影した写真を客に投稿し拡散してもらう。投稿してもらった場合は足湯カフェからミニサービスを提供し、更なる拡散拡大を促す。このように SNS を活性化することにより、新たな流行を生み出し、インターネットツールで世界中に発信することが可能となる。

結論

足湯カフェを設立することで、八王子にある高尾山を活性化させ、登山客の満足度を高めることができる。それにより、八王子を訪れる人を増やすことができ、これは、八王子の活性化に繋がると考える。また、足湯カフェという、若者向けの新しいカフェの様式を取り入れる事で、高尾山の観光客の現状として、子ども達やファミリー層の人气がいま一つ足りていない事や、比較的中高年層が多いという問題解決に繋がると考えられる。

さらに、登山するだけでなく、下山したあとにひと休憩し、その日の思い出話して話を弾ませ、八王子に来てよかったと思ってもらえるような機会をつくることできる。

以上の理由により、私たちは、足湯カフェの設立を提案する。

参考文献

京王高尾山温泉極楽湯

<http://www.takaosan-onsen.jp/>

観光客の動向

https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kankobunka/006/p003199_d/fil/takaonosato_plan2.pdf

八王子市 HP

<https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kankobunka/002/takao/index.html>

