

本取り組みのポイント

- **背景**

アプリコット株式会社が運営する「つくばの湯アーバンホテル」では、旅行サイトに寄せられた口コミで朝食に関する低評価が課題となっていました。自社調査の結果、味そのものは高評価ながら「雑然として見栄えに欠け、写真映えしにくいこと」が大きな要因であることが明らかになりました。盛り付けはセルフサービス形式で行われていたため、うまく仕上げられないケースが多く、時間の経過とともに会場全体の印象も乱れていきました。こうした「映えにくさ」が、満足度向上を阻んでいました。

- **「三本の矢」で改革を実施**

そこで、「完成度の高い定食」から逆算し、お客様が“完成度の高い食事体験”を簡単に仕上げられる仕組みを導入しました。これは工場のライン設計思想を応用したもので、ビュッフェを誰もが迷わず楽しめる体験へと変革しました。図1に示すとおり、本改革で新しい朝食スタイルのお客様満足が高まりました。

(1) メイン料理と副菜を印象付けられるプレートの採用：盛り付けしやすく、誰でも整然と見栄えの良い一皿を完成できる。

(2) 彩りを添える小鉢の採用：一品ごとの存在感を高め、選ぶ楽しさと特別感を演出。

(3) ライブキッチンの導入：シェフが出来立てをその場で提供し、香りや音など五感を刺激。写真映えと体験価値を強化。

図2は、これら「三本の矢」によって満足度向上とフードロス削減を同時に実現したことを整理したものです。

- **口コミ評価 4.5 点**

2025年4月のリニューアル以降、改革の成果はお客様の発信意欲を高めました。「盛り付けがきれいでおすすめ」、「センスのあるお料理でした」といったコメントが増加し、SNSや口コミでの拡散が評価点の上昇を後押ししました。「じゃらん」口コミ評価（料理・朝食）は3.6点

から 4.5 点へと向上しました。2025 年 4～8 月の朝食売上は前年同期比で約 70%増加しました。

- **フードロス半減**

従来は大皿に盛った料理を営業終了後に廃棄していましたが、小鉢で必要量だけを準備できるようになり、無駄が大幅に減少しました。加えて、ライブキッチンでは注文ごとに調理して提供するため廃棄はほとんど発生せず、結果としてフードロスは半分の水準まで削減しました。

- **データで裏付けられたホテル朝食改革**

この取り組みは、（一社）神奈川県中小企業診断協会登録グループ・マーケティング実践研究会（代表 小泉昌紀）と共同で実施されました。同研究会は、ソーシャルメディア上で「ビュッフェ」より「料理セット」の方が高い魅力を持つことを実証しており、その成果は日本経済新聞（2025 年 7 月 17 日付）でも紹介されています。今回の改革は、この知見を応用し、ホテル朝食の体験設計と運営改善に結びつけたものです。



図 1. 改革でお客様満足が高まった新しい朝食スタイル（ホテル利用者が撮影）

実施イメージ	ポイント
	ポイント 1： メイン料理と副菜を印象付けられるプレート採用 素人でも盛り付けやすく、誰でも簡単に見栄えの良い一皿を完成できるようになりました。料理が混じらず整然と仕上がります。
	ポイント 2： 彩りを添える小鉢の採用 彩り豊かな小鉢を配置することで料理全体の見栄えが向上しました。一品一品が際立ち、選ぶ楽しさや特別感が加わり、体験価値が高まりました。
	ポイント 3： ライブキッチンの導入 シェフが出来立てをその場で提供し、香りや音など五感に訴える特別感を生み出し、写真映えと体験価値を高めました。

図 2. 満足度向上とフードロス削減を実現した「三本の矢」

この記事に関連するページ

- つくばの湯アーバンホテル : <https://www.urbanhotel.co.jp/>
- (一社) 神奈川県中小企業診断協会登録グループ・マーケティング実践研究会 (代表: 小泉昌紀) : <https://www.mktlabo.com/>
- 加藤拓巳・塚本忍・笠原健太・小泉昌紀 (2025). ビュッフェ vs 定食—ソーシャルメディア時代におけるホテル朝食の魅力の比較—. *日本感性工学会論文誌*, 25(1), 1-9.
<https://doi.org/10.5057/jjske.TJSKE-D-25-00010>
- 広島大学高等教育センター 公開研究会 (2025/09/26) :
https://rihe.hiroshima-u.ac.jp/2025/08/2025-9-26_openseminar/