

新たな希望を生み出し、ロータリーを楽しもう

8月の月間

会員増強・新クラブ結成推進月間

本日の例会プログラム 第2162回例会 令和5年8月21日

- ・ 会員卓話
- 会員増強委員会卓話 池田 靖洋 会員
- 会員卓話 黒田福太郎 会員

会長挨拶

井上竜志会長



みなさん、こんにちは。8月は「会員増強月間」となっております。ロータリーの中でも最重要課題「会員増強」ではないでしょうか。最重要といたしますか、永遠の課題であると思っております。会員増強も大事ですが、会員を手ばなさない、やめようと思わせない、ことも大事だと思います。

会員それぞれ仕事をもっていらしゃいます、全く違う職種もありますし、似たような職種もありますが、会社も違うわけですから目指しているところも違うはずです。

しかし、ロータリーの例会にきたときには、全く違うところに向かっているわけでもありません。歌を歌ったり、ロータリーの目的を唱和してみたり、これは、みなさんそれぞれがロータリーの道を一緒に歩いて行って、奉仕であったり、親睦を通してみなさんと一緒にロータリーの目的を共有する場所だと考えています。

例会では、1週間ぶりに会員同士で話ができます。仕事の話だったり、プライベートなことであったり、ときには、天気の話や、最近のビックモーターの話であったり、いろいろな話をされていることだと思います。そんなつまらない話はしないほうが良い、もっと仕事のためになる、会社がもうかる話が見たい、そういう方もいらしゃるかもしれません。そういうかたと話すときには柔軟に話をきいてみてはどうでしょうか？

こないだ夜間例会の時に、萩本会員が、食事をしにきて元を取らないと。と、言いましたが、それでも良いと思います出席することがやめようと思わせないことの一つでしょう。ですので、いかにこの食事が魅力的であるかにも掛かっ

出席委員会報告

山地久守副委員長

●出席状況

本日状況		前々回修正出席状況	
会員数	(52)54名	メークアップ数	0名
本日欠席者数	16名	修正出席率	69.39%
本日出席者数	38名	メークアップされた方(敬称略)	
出席率	73.08%		
ニコニコBOX	0件 累計 30,000円	募金箱	5,988円 累計 21,885円

ているということです。

国際ロータリーを知る近道、4つの標的というのがあります。そのうちの 하나가「クラブのもつミッション計画」です。そのクラブのミッション計画には、クラブのサポートと強化、クラブの刷新性と柔軟性、奉仕活動への参加、会員増強とその維持、出席率の向上。です。「会員増強とその維持」は、クラブのもつミッション計画だということです。これはちょうど1年前、山之内パストガバナーが公式訪問でわがクラブに来られた時に、私がクラブフォーラムで話をさせていただきました。

1年というのは、短いようで長いですね。この1年で私ができることはしれています。年々重ねて歴史的なロータリークラブが出来上がっていかればと思っています。

会員を増やすことは容易なことではありませんが、一緒に世間話ができるかたがいらっしゃったら、池田委員長へ宜しくお願いします。今日もよろしくお願いします。

幹事報告

村野 裕幹事



- ①宮崎RC70周年記念誌について
- ・宮崎RCより、70周年記念誌が当クラブ宛に届いております。

②地区大会について

- ・本年度は宮崎RCがホストクラブとなり、池ノ上ガバナーのもと準備をされております。10月13日(金)～10月15日(日)の日程で、場所はシーガイアコンベンションセンターです。同じ中部グループでの開催です。10月14日(土)第1本会議へご参加頂けたら幸いです。

親睦委員会

笹栗 康副委員長



- 宮崎南RC親睦ゴルフコンペのご案内
- 日時 令和5年9月24日(日)
- 場所 宮崎レイクサイドゴルフ倶楽部
- 集合時間 8時10分
- スタート 9時3分

8月21日(月)までに出席のご回答をお願い致します。

ニコニコBOX



小園隆司会員

7月15日～16日に行われた天満宮の祭が3年ぶりに開催されました。

長年私共で会社の駐車場が御旅所になって、接待をしております、その様が8月6日MRTの「わけもん」で紹介されました。



田中 寛会員

私の直前会長年度も終わり、井上会長年度が始まりました。井上会長年度が充実したものになることを心から願って、ニコニコBOXに入れさせてもらいました。

●誕生月

開地俊昭会員、安川 潔会員、高山周栄会員、鈴木浩二会員



●米山奨学金授与式



ロセリン イアオ メイ チンさん

●入会式

- 吉野恒男様 宮崎吉野花壇
- 田代孝尚様 (株)エフピーワン
- 推薦者 池田靖洋会員
- 黒木 誠様 (株) 穂
- 推薦者 田口幸登会員



新会員卓話

高坂英文会員



主な職歴

1994年4月1日

フェニックスリゾート株式会社
入社

2008年6月1日

シェラトン・グランデ・オーシャンリゾート宿泊部
部長代行

2012年10月1日

ホテル事業統括本部 レベニューマネジメント部
部長

2017年4月1日 執行役員 経営戦略本部
本部長

2022年4月1日 上席執行役員 経営戦略本部
本部長(現任)

その他

●1972年2月4日生/宮崎県日向市出身

●趣味 マニュアル車でのドライブ、映画鑑賞など(休日はインプットしまくる!)

【今年感動した映画】

- トム・クルーズ『ミッション：インポッシブル デッドレコニング PART ONE』
- ケイト・ブランシェット『TAR/ター』
- 『aftersun/アフターサン』

1. フェニックス・シーガイア・リゾートについて

シーガイアの魅力を、今夏のプロモーション動画が雄弁に語っておりますので、まずはご覧ください。

2. シーガイアの目指す姿

スタッフ全員が目指す方向性を可視化するため、ミッションピラミッドを策定しました。

2017年度より現フォーマットを使用し、今の中身は2019年度に次世代を担う若手メンバー中心に策定しました。

- ・ミッション=感動体験を創造し続け お客さまを元気にする
- ・ビジョン=日本でいちばん“美味しい”リゾートになる
- ・ゴール=九州で「いちばんのリゾート」になる
※日本でいちばんの前に九州でいちばんを目指す
- ・戦略=コト創り・コト届け
～非日常を感じられる食×体験～

このビジョンに向かうためには、スタッフ同士の円滑なコミュニケーションが不可欠と考え、様々な施策を実行しています。

3. コミュニケーションの活性化

コミュニケーションを活性化するための施策として紙版とデジタル版の社内報を発行しています。

紙) 全スタッフが読めるように、また、持って帰りが家族が読めるようにしました。

人にスポットを当て、人とその人が担う仕事に興味を持ってもらえるような誌面づくりを心がけています。

デジタル) デジタルでしか表現できない動画(月次実績の報告など)で、わかりやすさにこだわっています。

また、スタッフと社長を始めとする執行役員とのコミュニケーションの場を創出しています。

- ・全社員集会…期初と半期の折かえしのタイミングで年2回開催。全社の方針等の重要事項を共有する場であり、特に下期はコミュニケーションの活性化を会に組み込む工夫をしています。
- ・コーイチの部屋…社長とスタッフとが1 on 1で話す場。社長の想いを語り、スタッフの想いを引き出し、それぞれの想いを結び付けていく場。社長のライフワークとして実施しています。
- ・タウンホールミーティング…スタッフアンケートに記載のあった質問/意見に執行役員が直接応える場。

社長方針にてコミュニケーション活性化のために情報開示を徹底しています。

- ・私からのメッセージ…毎月1日に社長のメッセージ文書をイントラネットへ掲載し、社長の意思を自身の言葉で伝えています。

4. マーケティング

2019年度よりマーケティング戦略をあらためて構築し実行に移しました。

課題は、シーガイアが認知されていないこと。つまり“顔”がない状態であることです。

純粹想起(リゾートといえばどこ?)、助成想起(シーガイアを知っているか?)いずれも向上させないと、消費者のevoked set(想起集合)に入らないため、選択肢にあがってきません。

したがって、ブランディングで“顔”をつくり、ブランドに沿った体験設計及び認知設計が必要との考えに至りました。

ブランド設計: ブランドスローガンを作成

認知設計
ブランド設計
体験設計

SeoSammy GROUP
CONFIDENTIAL

日本でいちばん“美味しい”リゾートへ The DELICIOUS RESORT

風を味わう。ぬくもりを味わう。宮崎の日本一を味わう。時間を味わう。朝日を味わう。

日常からたった数時間で圧倒的な非日常に気軽にスイッチし、自然の空気を感じながら、スポーツやリラクゼーションを満喫。地域の風土を楽しみながら、ハイクオリティで洗練されたお料理に舌鼓を打つ…。

ふだん忙しく活躍されている大人のお客様が、食も、遊びも、人生のご馳走を味わう日本でいちばん美味しいリゾート。それが、フェニックス・シーガイア・リゾートです。

© 2021 PHOENIX RESORT CO. LTD.

【認知設計】

ブランディングの顔をつくるべく、「日本でいちばん“美味しい”リゾートへ」のブランドスローガンを掲げ、食を軸とした体験設計をしました。

【体験設計】

但し、食だけではブランドになる程の力を持ち得ていません。

食以外の体験とかけあわせることで、シーガイアの独自性をつくり、オンリーワンの体験価値を生むことが重要なのです。

※シーガイアは、ディズニー・USJ・HTBのようなテーマパークではありませんので、施設投資をし続けることで体験価値を創造するのではなく、普遍的なニーズと言える“食”に着目しました。

【認知設計】

機能や商品そのものを告知するのではなく、体験した消費者がどのような感情を持つのか、その感情便益を重視し消費者の本能に刺さるように企図した告知を実施しています。

5. CRM (Customer Relationship Management)

【ターゲットエリア】

九州圏内=地場マーケットは、距離が近いゆえにシーガイアを知っていただくことが出来やすく、且つ、何度も来ていただける可能性が高いです。有事の際は、広域から予約がキャンセルされたり、風評被害にあったりしますが、九州圏内の方は事情がよくわかるため、一時的にキャンセルが出て戻りが早いのです。

以上のことから、リピーターになってくださる確率が高いのは九州域内在住者との仮説を立て、ターゲットとしました。

地場マーケットの中でも特に宮崎県を大事にしています。

しかし、今までのシーガイアは宮崎県民にとって敷居が高く、行きづらい存在だったと思います。

そこで、宮崎県民の皆さまへご愛顧いただくことを目指した「1泊5食付き」プランを投入しました。

このプランは、リピーターになっていただくための礎としたプランであり、先ほどお話しした食×体験を体現したブランディングのためのプランでもあります。

本プランはシーガイア・プレミアム・メンバーズ・クラブ（以下SPMC）会員限定（会員になることが条件）とし、且つ、ずっとやり続け/ブラッシュアップし続けることによって、プラン自体も成長し、目的であったリピーター獲得に大きく寄与しました。コロナ前と比較して、リピーター比率が倍増！ファンに愛されるプランへ成長したのです。

SPMC会員の売上シェアは、コロナ禍にあっても、堅調に成長しました。

特にSPMC会員のリピーターの売上シェアが成長し、リピーターに支えられていると言って過言ではないと思いますし2015年にSPMCを立ち上げて以来、今まで本気で取り組んできた結果が出たと考えています。

6. レベニューマネジメント

ホテルは稼働率を100%にすることが、商品を売り切ることにになりますが、売上を最大化できるわけではありません。

ホテルにはキャパシティがあり、売りたくても在庫が限られています。

そして、今日の売れ残りを明日売ることはできません。特にシーガイアは、繁忙期と閑散期の需要変動が激しいです。

そこで、レベニューマネジメントが必要且つ重要になるのです。

レベニューマネジメントとは、「売上を最大化するために消費者の動向・需要を予測し、販売可能商品数と料金を最適化する戦術」です。

最適な商品を、最適なターゲットに、最適なタイミングで、最適な価格で販売することで、売上を最大化します。

“高くても利用する”ゲストへの過度の安売り、“安ければ利用する”ゲストの不利用による売れ残り…の機会損失を防止します。

売上重視ではなく、利益重視がコンセプトです。利益はスタッフへ還元し、働くことに誇りを持ってもらえる、またスタッフのご家族にも誇っていただけるような魅力的な会社にする原資としていきます。

シーガイアは今後もスタッフの待遇を良くしていき、宮崎県の若年層が県外に流出しないようにしたいですし、業界そのものの地位も上げていきたいと考えています。

● 宮崎南ロータリークラブ ●

事務局 〒880-0806 宮崎市広島1丁目3-3 秀豊ビル4階
TEL. 0985-22-6767 FAX. 0985-22-9170
HP : <http://mm-rc.sakura.ne.jp/> e-mail : m.m-rc@alto.ocn.ne.jp

例会場 宮崎観光ホテル(毎週月曜日 12:30~13:30 開催)
〒880-8512 宮崎市松山1-1-1
TEL. 0985-27-1212