

地理的条件・交通アクセス・海外での地域の知名度など、
インバウンドが多い地域と来ない地域で差がでている中でも
国内宿泊者を獲得し、高稼働を実現する経営手法

講座	講座内容
ゲスト講師 第1講座	【ゲスト講座】立地柄インバウンド集客が難しいホテル旅館でも高稼働率を実現する集客戦略 インバウンドの恩恵を受けづらい地域のホテル・旅館がとるべき集客戦略成功事例。 株式会社伏尾の鮎茶屋 取締役 谷向 哲也 氏
第2講座	インバウンドに頼らず持続的な高稼働率を実現するためのプランづくり・集客戦略 物価高、宿泊市場の成長が鈍化している中で、1つ注目されているテーマとしてインバウンド集客があります。 しかし、立地柄インバウンド集客が難しい場合も多く、インバウンド集客には頼らない国内宿泊客を持続的に集客するためのプランづくりと集客戦略・成功事例を大公開いたします。 株式会社船井総合研究所 観光ウェルネス支援部 宿泊チーム チームリーダー 片山 聡仁
第3講座	直近の稼働率を向上させるWebマーケティング手法や自社予約比率・リピーターを 対策するための最新集客対策 インバウンドに頼らず、平日を含めた全体の稼働率を向上させるための集客施策として、戦略的なWebマーケティング施策を行うことが重要になります。 施設全体の集客戦略を基にした、稼働率・自社予約比率・リピート率対策などのマーケティング手法について解説いたします。 株式会社船井総合研究所 観光ウェルネス支援部 宿泊チーム 小原 拓実
第4講座	まとめ 持続的に企業価値を高め成長していくために、今日から実施していただきたいことを解説いたします。 株式会社船井総合研究所 観光ウェルネス支援部 マネージング・ディレクター 成田 優紀

開催要項

オンライン開催	2026年 6月26日(金)/29日(月) 13:00~15:00	2026年 7月28日(火)/30日(木) 13:00~15:00	お申込み期日 銀行振込み : 開催日6日前まで クレジットカード : 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。
受講料	一般価格 税抜 20,000円 (税込 22,000円) / 一名様 ●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。		

お申込み方法

6月開催のお申込はこちら	7月開催のお申込はこちら
【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。 	【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。 
【PCからのお申込み】 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/141807 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に右上検索マークから「141807」をご入力し検索ください。 	【PCからのお申込み】 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/142216 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に右上検索マークから「142216」をご入力し検索ください。 

【お問い合わせ】 船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)
※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

他社と比較して尖った強みがない
旅館ホテル業界向け

創業60年の老舗旅館から学ぶ

明確な強みがなくとも「弱者の戦略」で

明日から
すぐできる!

高稼働・高利益 を実現!

集客戦略セミナー

【立地が悪いことを最大のメリットに】
一点突破型ターゲティング戦略の実践

【自社予約50%超えのWeb集客】
宿泊見込み客を育てるWebマーケティング戦略

【特定のターゲットにとって最高の宿】
特定ターゲット向けプラン開発×囲い込み戦略

ゲスト
講師

株式会社伏尾の鮎茶屋
取締役 谷向 哲也 氏

主催

インバウンド恩恵ゼロでも高稼働を実現する集客戦略



サステナブルグロスカンパニーをもっと。
Funai Soken

6月開催のお申込はこちら

お問い合わせNo. S141807



インバウンド集客が難しい立地でも高稼働を
実現する集客戦略

7月開催のお申込はこちら

お問い合わせNo. S142216



当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ [\[www.funaisoken.co.jp\]](https://www.funaisoken.co.jp) 右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。)

6月開催のお申込はこちら 141807

7月開催のお申込はこちら 142216

尖った強みがなくとも稼働80%以上に!高稼働を実現する集客戦略

このような皆様におすすめ!!

インバウンドに頼らずに国内客で高稼働を実現したいみなさま

OTA手数料の増加などで現状のWeb集客体制の持続性に限界を感じているみなさま

適正価格の設定方法と稼働を下げずに単価の底上げをする商品開発を知りたいみなさま

LINEや自社会員などでのリピーター対策と自社予約比率向上をしたいみなさま

生産性向上や付加価値付けでのAIの活用を知りたいみなさま

株式会社伏尾の鮎茶屋 谷向 哲也 氏 ご紹介



「不死王閣」のマーケティング戦略・新規事業開発の統括時代のニーズに合わせた価値を生み出し、持続的な高稼働率を実現している立役者!

株式会社伏尾の鮎茶屋
取締役 谷向 哲也 氏

- 大阪府池田市の老舗温泉旅館「伏尾温泉 不死王閣」を運営する株式会社伏尾の鮎茶屋の取締役。
- 「不死王閣」のマーケティング戦略および新規事業開発の陣頭指揮を執るキーパーソンであり、伝統的な旅館のおもてなしを大切にしながらも、固定観念にとらわれない「攻め」の姿勢で、時代のニーズに合わせた新たな滞在価値を次々と形にしている実績を持つ。

「不死王閣」が実践するマーケティング戦略

【弱みを強みに変えるブランド再定義】

都心部・感情地でもない立地を日常から非日常への距離感・三世代旅行が成立する距離として強みに変換

【他社調査による狭属ポジショニングでの差別化戦略】

クチコミ分析や他社との比較調査を通してポジションを決め、宿に合う・競合に比べて勝てる顧客ターゲットを決定

【自社HPを中心とした集客戦術】

カスタマージャーニーのフェーズごとでのHP予約の理由付けと会員・ポイントLINE・公式アプリなどの顧客の囲い込み

船井総合研究所が考える立地が悪くても繁盛旅館になる施策

POINT
01

立地の弱点を逆手にとったマイクロツーリズム戦略

「大阪市内から約30分」という距離を最大の強みに転換。日帰り利用（フロントエンド）から宿泊（バックエンド）へとステップアップさせ、着実にファンを育成。

POINT
02

広く集めない「一点突破」の商品開発

万人に向けた発信をやめ、赤ちゃん連れや三世代など特定ターゲットに絞ったプランを展開。誰にでも優しい宿ではなく「特定の人にとって最高の宿」を追求。

POINT
03

高単価・非日常空間による収益最大化

旅館の敷地内に別邸「悠然」を開発し、素泊まり187,000円〜の高単価を実現。設備投資1億6,000万円に対し、約5年で回収（ROI 18%）を見込む高収益モデルを確立。

POINT
04

OTA依存から脱却する自社予約比率の向上

毎月のアクセス解析から新規・リピーター比率や予約速度を把握。自社HP単体で月間コンバージョン数約600件・CVR1.08%（2026年2月度）を達成し、さらに自社HPを最安値に設定し自社HP経由が52%を達成。

POINT
05

ステップメール自動化による休眠客の掘り起こし

業界ではまだブルーオーシャンなメールマーケティングを実施。宿泊1日後の口コミ依頼や90日後の再来訪提案などを自動化し、手放しでリピートを促進。

POINT
06

会員ランクシステムによる顧客の囲い込みと再来訪サイクル

利用回数と金額に応じたランクアップ制度を導入。宿泊6回以上・利用金額45万円以上で「10%OFF」となるVIP待遇を用意し、強力なリピート動機を創出。

POINT
07

「AI・OTA・SNS」のそれぞれの役割で最大限活用

・自社HPは「予約の決断をさせる場所」OTAやSNS等を経て最後に来るのが自社HP
・旅マエから旅アトのフェーズごとに役割を分けて、予約最大化を図る

詳しくはセミナーにて解説