

## 経営のヒント229 絵葉書でワクワクさせる!

景山民夫が黎明期のアマンリゾートに足繁く出かけ、その体験を書き留めている。

有名なリゾート「アマン・グループ」から、新しいホテルの案内が届き始めたのは去年の10月末のことだ。アマン・グループの新規開店ホテルの案内ダイレクトメールは、なかなか上手な手法を用いる。

まず、絵葉書が一通送られてくる。

文面には筆記体の文字で「もう4週間で、このビーチでおくつろぎいただけます」とだけ書いてある。

写真は、見事なまでの白砂のビーチ。

その1週間後には「あと3週間後には、この海で泳いでいただけます」というコメントと共に、白い珊瑚のカケラと、赤い珊瑚の粒が入り混じったピンク色の砂浜の写真が送られてくるのである。(中略)

そしてまた1週間後。

「あと2週間後には、この部屋で皆様におくつろぎいただけます」と書いた絵葉書に、コテージの部屋の写真が添えられている。(中略)

次の週には、浜辺のマングローブの木にひっかけてある誰も横たわる人のいないハンモックがひとつ。

「あと1週間で、このハンモックを皆様にお楽しみいただけます」

うまいではないか。

そして最後のダメ押しが我が家に届く。

絵葉書の写真は、居室内からダイベッドなめに撮影された南シナ海のラグーンの海である。

その手前には真っ白な砂。どうやら、コテージから珊瑚礁の海までは、歩いて八歩から十歩といった距離であろう。おまけに、前の四通の絵葉書もそうであったように、その素晴らしいリゾートが、一体何処に出来たのか、どうすれば行けるのか、料金はいくらなのか、といった情報は、まったく載っていないのだ。絵葉書に書いてあるのは、ただの一行の言葉。

「オープンします」

(南方指向 ホテル篇『鳩よ』1994年5月号)

新しいリゾートの開業に際し、顧客たちに1週間ごと、想像をかきたてるようなレターを送るマーケティング手法は、アマンリゾートの得意とするところだった。

ワクワクと胸を高鳴らせ、アマンからの絵葉書を受け取った景山は、早速、その新しいリゾートへの旅を手配する。1993年12月に開業したフィリピンのアマンプロだった。

### <経営のヒント>

先日読んだ[アマン伝説]という本に興味ある記事があり、ご紹介します。

アマンは有名になりました。

アマンプロを心底愛する日本人のひとりがレストラン「カシータ」のオーナー高橋滋氏である。

アマンと同じような感動を与えられるレストランを開きたいと、趣味が高じて始めたのが、レストラン「カシータ」だった。

ワクワクする期待を抱かせ、そして期待以上のことを……

ある意味、期待を裏切る。

その為には、次は何を……、次は……

常に先を考えたストーリー性が必要となるのですね。

売込のDMか？

それともワクワクさせるDMか？

考えさせられるヒントがここにありますね。