

# 関西

KANSAI

# BIZ

## 関西ホテル「鉄板焼き」注力

関西で訪日外国人客をターゲットにした宿泊特化型ホテルの新規出店が続く中、飲食や宴会の施設を持つ既存のホテルが相次いでレストランの強化に乗り出している。宿泊特化型との差別化を図り、朝食のみの利用にとどまりがちな訪日客の飲食機会を増やすのが狙いで、根強い人気の「鉄板焼き」への注力が目立つ。

(田村慶子)

ホット  
**HOT ISSUE**  
イシュー

### ■中華に代えて

が多い中、当店もメニューやサービスの差別化を図っている」(広報)と話す。レストランを強化する動きの中で鉄板焼きがジャンルとして多いのは、日本のブランド牛が訪日客の人気を呼んでいることが大きい。「神戸ビーフ」など北海道から沖縄まで全国にブランド牛がそろい、需要を掘り起こしやすい。カウンターでシェフが調理するスタイルは外国人好みのライブ感も演出できる。

### ■利休イメージ

セントレジスホテル大阪(大阪市中央区)は平成30年11月、22年の開業以来初の新店となる鉄板焼きレストラン「和城-WAJOU」をオープンした。同ホテルのコンセプトでもある安土桃山文化を背景に、店内には豊臣秀吉と千利休をイメージした金・銀の装飾を随所に施した。

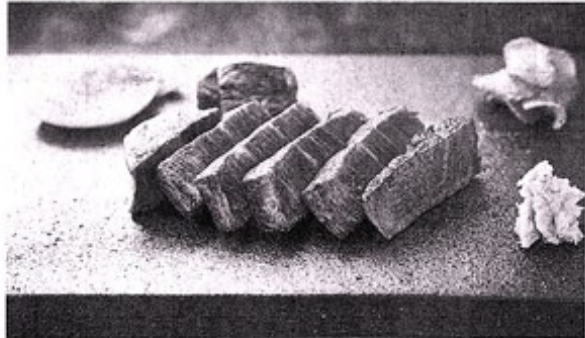
「お客さまに提供したいのは、宿泊特化型ホテルや街中のレストランにない、高級ホテルならではのものです。サービスや店内のデザインも外国人客を意識した」と担当者はアピールする。

茶の湯の文化を感じてもらおうと、コース料理の前後に抹茶などを提供。神戸ビーフや希少な石垣牛などのブランド牛をそろえており、3万円ほどの高額コースが人気で、昨年11月の売り上げは目標を3割上回った。「当初はほとんどが日本人客だったが、年末年始の予約は外国人が上回った」という。

### ■ライブ感演出

コンラッド大阪(同市北区)も昨年11月15日から、鉄板焼きレストラン「蔵」で食事した後にバーラウンジへ移動し、デザートとともにライブ音楽を楽しめる新コース(1万6千円、税・サービス料別)を売り出した。館内の複数店を体験してもらうことでライブ感演出している。狙いもある。「国内外にブランドとして浸透している鉄板焼きを維持し、強化するホテル

## 訪日客にブランド牛 人気



また、ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド(神戸市中央区)は昨年12月29日から、土曜宿泊の4組限定で鉄板焼きの朝食を楽しめるプラン(3万6600円、税・サービス料込み)を発売した。訪日客がホテルを選ぶ際の検討材料としてレストランのラインアップが重視される流れに、各ホテルは今後も対応を進めていく。

①銀の装飾などで千利休の佗茶を表現したセントレジスホテル大阪の鉄板焼き店  
—大阪市中央区(田村慶子撮影)  
②セントレジスホテル大阪で提供している鉄板焼き(同ホテル提供)