

TAKE FREE



SORADIA'

Socialites Travel Media

[ソラディア]

タカラモノ探しの旅へ

ハイセンスに地球に  
配慮して暮らす  
プレミアムマガジン

2010/11 33  
神戸・大阪・京都版 vol. 33 November  
[ソラディア] 2010年11月 第33号

S Web 旅の情報がイッパイの  
www.soradia.com すぐアクセス!

NaturoGie Spa Project Start

# Collective Unconscious

神戸の想いが、名古屋&東京へ、2011年福岡へ…。  
そして世界へ拡がる、SORADIA'のシンクロニシティー。  
集まれ コラボレーション・パートナー&スタッフ!



2号連続  
BIG PRESENT

## SORADIA' TOKYO & NAGOYA 発刊記念特別編集(STAY & SPA特集)

Luxury Hotel & Japanese Ryokan  
華仙亭 有楽

PENINSULA HOTEL TOKYO

Four Seasons Hotel Tokyo at Marunouchi

Four Seasons Hotel Tokyo at Chinzan-so

HOTEL La Suite Kobe Harborland

世界のLUXURY RESORTが東京に集結  
January 2011 BLOSSOM JAPAN

開催記念SPECIAL INTERVIEW

～世界と日本のLuxury Travel Marketについて～

HOLISTIC THAILAND ～永遠の楽園を求めて～  
EVERLASTING PHUKET

～読者プレゼント～  
美味しい有機野菜宅配GUIDE

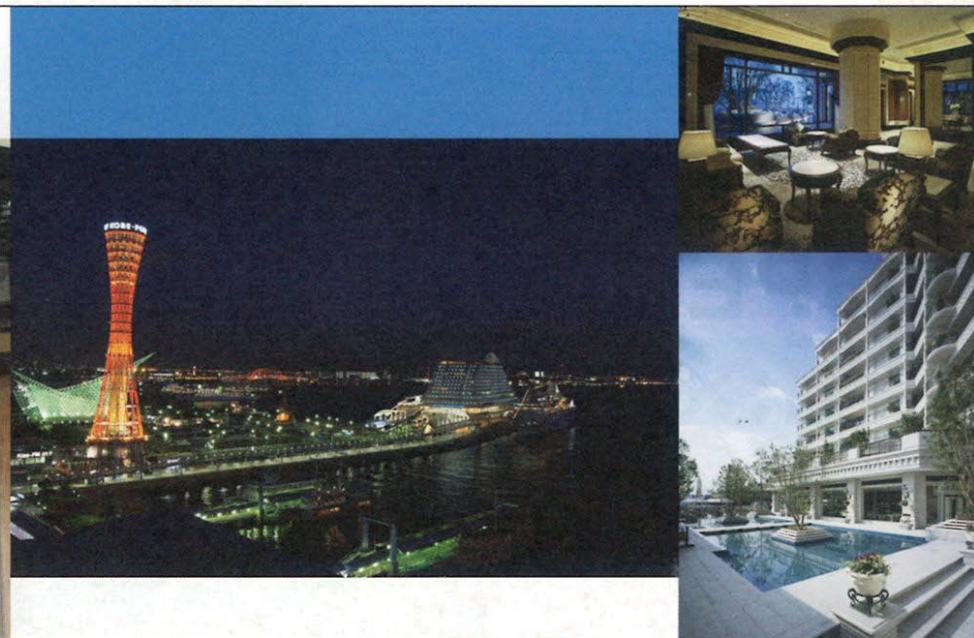
真冬のHAWAII NIGHTにご招待

2011年 NEW MEMBER SHIP PROGRAM特別企画  
"THANKS & FAREWELL" SOCIALITES NIGHT開催

# ホテルラ・スイート神戸 ハーバーランド



神戸市中央区波止場町7-2  
TEL 078-371-1111(代表) www.l-s.jp



## 世界が認めた 珠玉のスマート・ラグジュアリーホテル

2008年11月の開業から早くも2周年を迎え、地元・神戸だけでなく、日本を代表するスマート・ラグジュアリー・ホテルとなる「ホテルラ・スイート神戸ハーバーランド」。ソラディアではオブン当初から、客室は全室70m<sup>2</sup>以上の広さを持つ70室のみに限定。や、自宅に客人をお招きするよう、生花、香り、音楽でお出迎えなど、ゲスト一人一人に気を配り、ホテルでの滞在をいかに心地良く過ごして頂くか…を周知徹底する姿勢で、ホテルの本来のあるべき姿を見出し、好意を覚えてきた。そして、その基本に忠実なスタンスは、この夏、日本で初となるスマート・ラグジュアリー・ホテルズ・オブ・ザ・ワールド(SLH)に加盟を許されたことからも明らかのように、世界レベルの確かな実力を擁していることを如実に証明してくれた。

### >SPA

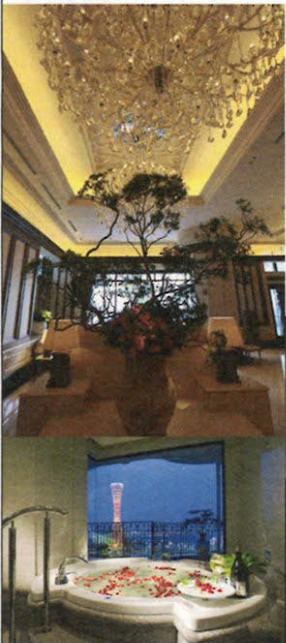
スパ&エステティック「ラ・シェール」では、スパ利用者は併設された炭酸泉やアロマプロアバス、アロマミストサウナなど、豪華な施設を思いのままに利用できる。宿泊者はスパへと直結した専用エレベーターが備わっているので、バスローブのまま人目を気にせずに訪れる事もできる。10月19日より、数々の要望に応え、カップルでトリートメントが受けられるプライベートトリートメントルームも完成した。



## HOTEL La Suite Kobe Harborland

### >Room

全室にハーバー・ビューを独占できるテラスと、JAXSON製の大型ジャグジーバスが完備されているのは、日本、いや、世界広しと言えどもここだけだ。潮風を受けながらテラスで頂く朝食や、シャンパン・ランチ。ロマンティックな夜景を存分に楽しむながらのバスタイムは、海辺のホテルならではの至福の時。女性は、チェックイン時に“トランスターマ・コンフォートブーン”“オーガニック・ボタニクス”など、ハイオリティなコスメの中から希望のアメニティーを選択でき、女性心をくすぐる演出には事欠かない。



**Present:** ラグジュアリー・スイートルームの宿泊と朝食。  
希望のSPAトリートメント60分付き／1組2名様

### 世界に視野を広げ、さらに進化したホテルライフの提案へ

一期一会を大事に、旅館のような・和のおもてなしの気持ちを持つ日本発祥のSLHとして、国内からのお客様だけでなく、世界からのラグジュアリー・トラベラーをお迎えし、期待以上の体験を提供しようと思構えるラ・スイートでは、ホテル内での極上のエクスペリエンスに加え、ホテルの外へ繰り出し、地元の魅力に触られるオプショナル・ツアーを計画しているそうだ。例えば、同じ神戸市内ながら、こことは対照的な五郷の酒蔵を巡るプランなど、一般ではめったに体験できないような興味深いものばかり。また、実りの秋には、黒豆や栗などの作物に加え、篠山牛や天然の鹿や猪などのジビエが揃う丹波フエア。パティーマナー・ワイン講座、クリスマスマスティナーなどホリデーシーズンに向けた企画が目白押しだ。



ラ・シェールで東洋の美を追求  
「オリエンタルフェイス」90分 25,200円

Mami's Spa Report  
マミ スパレポート

ポートタワーを望めるリラクゼーションラウンジでお茶を飲み、スパ自慢のお風呂（炭酸泉、アロマプロアバス、ナノスチームサウナ、レインミストシャワー）を満喫してから、ゴマ油やサンダルウッドなど東洋の力を用いたトリートメント「オリエンタルフェイス」90分を体験した。香り高いサンダルウッドピールとクレイをハーブティーで混ぜたものでビーリング、ゴマ油でツボやリンパ、表情筋へ働きかける強めのマッサージなど、オリエンタルな魅力が伝わる。アロエバッカがお肌の鎮静を助けしっかりと肌に凍じたお肌に生まれ変わっていた。セラピストの内田さんの手は柔らかくて温かくても力強い。撮影をした副編集長も彼女の手を見ているだけで感されると絶賛!!サンダルウッドの香りが心も鎮静させてくれて本当に癒されました。

### SORADIA' INFORMATION



### VOL.1

SORADIA' 東京&名古屋 発刊記念  
SORADIA' 34号&35号 真冬のHAWAII特集記念

SORADIA' SOCIALITES NIGHT  
“真冬のHAWAII”開催  
12月28日(火)

18時30分開場／19時開宴  
ホテル・ラ・スイート神戸 ハーバーランドにて開催。

2010年最後のSOCIALITES NIGHT  
今年最後のPARTYは“カニ”よりロブスターで。

VIP会員様 無料ご招待  
SORADIA' PREMIUM会員様 4,500円  
CRMシステム(P14 参照) 参加ショップ様ご招待

ご参加希望の方はメールでinfo@soradia.comまでご連絡ください。

### VOL.2

随时開校SORADIA' メディアクリエイター養成講座

講座開催場所:SORADIA' 堀江サロン他 〈問合せ、お申込は info@soradia.comまで  
※受けたい講義を選んで受けられます(講習日はご相談)、お友達2名なら20%OFF。3名なら40%OFFです。

- 講座1 これからのメディア新理論／3時間(1日間)2万円
- 講座2 発信者の心を伝えるCOPY講座／4時間(2日間、通信講座可能)3万円
- 講座3 カメラ基礎理論＆実践講座／4時間(2日間、実習1日含む)3万円
- 講座4 EDITORIAL DESIGN DIRECTION 講座／3時間(1日間)3万円
- 講座5 WEB & EVENT企画／4時間(2日間、通信講座可能)3万円
- 講座6 旅行業と世界のラグジュアリーリゾートについて／3時間(2日間)2万円
- 特別 講習 国内研修(2日間～3日間)15万円、海外研修(5日間～6日間)20万円  
→ソラディアのラグジュアリーなホテル取材に同行いたします。
- 特別 講習 カメラ講座、雲や太陽の捉え方、スピリチュアル・パワー・スポット取材、  
コピー講座、NEWメディア講習など、実地学習ならではの内容。
- 特別 講習 フィードバック／MIN6時

取材した内容をコピーにまとめ、“読み手に伝わるコピー”になるまで、リライトしていただきます。  
※講座6は、いずれかの講座を受講いただいた方のみ参加可能です。

#### 実践講座上記講習1～3の受講者への特典

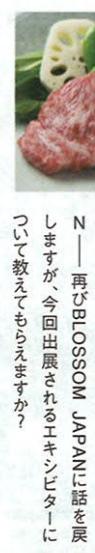
希望者は、実際にSORADIA'のスタッフとなり、営業・取材・編集・EVENTなど、個人の個性に最もあった職務を中心に、オールマイティーにメディア制作の能力を身につけていただきます。営業研修中にクリアントを獲得すれば、獲得金額に応じた報酬が追加されます。最後は実際に掲載する記事の取材に同行いただき、ソラディアの誌面を作成していただきながら、学習の総仕上げが可能です。

ソラディアではこれまでとは異なる手法で

皆様に旅の面白さを伝え、日本のツーリズムに寄与していければいいなと考へています。(西川)

た。そこで地元で自慢できるものは?と色々探して、日本の六古窯の一つ立杭焼での陶芸体験や、近隣の生田神社で神楽や舞楽を特別に鑑賞できるプラン。淡路島で地元の漁師の方しか味わえないような活き締めにした鯛と18時間寝かせた鯛の味比べ。季節によっては花隈城跡での桜踊りや布引の滝への散策などを検討しています。

J——興味深いプランばかりですね。これがふたば「Kobe, more than just KOBE BEEF」という口号が掲げたらしいでは。世界中の人々は神戸ビーフが高価で美味しいことは十分知っているので、あの神戸ビーフよりも素晴らしい物が神戸には沢山ある!というと、皆が注目しますよ。



J——海外からはホテル、クルーズ、航空会社やプライベートジェット、現地手配旅行会社などが参加します。日本からもホテルや旅館、特別な体験を提案しているツアー・オペレーターもお呼びしています。

N——なかでも、これは、面白い!――

注目すべきエキシビターはありますか?

J——アクア・エクスベディションズという、アマゾン河を豪華な船室を持つ客船でクルーズし、ピラニア釣りなどが楽しめるリバーカルーズや、シルバーシークルーズでは、新しく北極にベンギンを見たりできるツアーを発表しています。d'AFRICAは、アフリカラしさの体験をさせてくれるだけでなく、例えば「紫の動物を見つけてきて!」といった無理難題にも応えてくれるようなツアー!オペレーターの大半のバルーンで高度36kmまで上昇し、およそとした宇宙旅行気分が味わえるimboonは、とてもユニークです。

N——バイヤーについても教えて頂けますか?

J——今回、90社という枠に対し世界中から350社もの応募があり、日本を全世界に広めてもらえるよう、地域に偏りなくバイヤー選出するというのが大変なミッションでした。具体的には業界では有名な米国のフィッシュヤートラベルは会員制をもち著名人を始めとしてライフスタイルの提案をし、サウジアラビアのアルムームドという会社は、アメリカのブランチナカードを持っているメンバーしかお客様になれない旅行社です。他にもロシアや英國、メキシコやアルゼンチン、ブラジルなど29カ国から来日します。



N——日本はリーマン・ショック以降、旅行業界が低迷しているのですが、海外特にラグジュアリー・マーケットの傾向はいかがでしょうか?

J——ラグジュアリー・マーケットは、世界中の旅行者の人数の僅か2%ながら、全旅行支出の20%を生みだすという統計が出ており、はとんど経済的な影響を受けることない層です。景気に左右されない分、ヨーロッパな体験をしたい、発見したいと高い求める傾向が強いので、彼らの興味をそそるサービスや体験を提供すれば、どこにでも旅行しようとします。ラグジュアリー・トラベラーを定義づける基準値としては、フランスでは事前に予約した宿泊・交通費以外に1日に€500を使う人達を指し、アメリカでは1年に\$25,000,000以上の旅行費を使う人達と呼ばれています。

N——再びBLOSSOM JAPANに話を戻しますが、今回出展されるエキシビターについて教えてもらえますか?



N——難しい質問で、結構難しいので経験という価値観で考えると、「アンダソン・オリエンタル 東京」の中華レストラン「SENSE」は見事ですし、「シャングリ・ラ ホテル東京」のサービスも好きです。「バークハイアット東京」のNY BARの雰囲気も好きだし、「バイアットリージェンシー 京都」の静けさや、「ビラ風の音」の魂が平和を感じられる感覚も好きですし、昨夜のラ・スイート神戸の鉄板焼きも、これまで食べた中で一番美味しい記憶に残るものでした。

N——外資系ブランドのホテルと日本発祥のホテルとで、違ったを感じる事はありますか?

J——世界と日本と比べると、日本発祥で日本人がオーナーを務めるホテルでは、長年、日本人向けにマーケティングをしてきたので、日本人を対象に日本人から見る視野で経営されていますが、世界のホテルはマーケットを限らずに、視野が世界に向かっていっているということが一番の違いではないでしょうか。

N——本日はありがとうございました。

J——一同――ありがとうございました。

H——参加されますが、世界の富裕層の方に「P.R.したい」とはありますか?

H——神戸は、神戸ビーフだけじゃないというのはもちろんですが、神戸は江戸時代に日本で最初に開港し、ヨーロッパや世界の文化をいち早く取り入れてきた街です。外国人居留地もあり、100年以上も前から海外との交流に慣れたDNAを引き継いでいるので、海外文化の良い面を取り入れながら、和のおもてなし文化をミックスチャーリー、日本ならではのホテルとして海外の富裕層にアピールしたいです。例えば、ここでは旅館のようにチェックインを担当したスタッフが、お部屋までご案内し、お客様の好みなどをお聞きしサービスに反映できるように心掛けています。

J——それは素晴らしいですね。そのような日本的なおもてなしを、どんどん広げて欲しいです。

N——今回、ソラディアもメディア兼バイヤーとしてご招待を受けていますが、日本でのラグジュアリー・トラベルに対する認知を深め、世界の富裕層の方々に満足して頂けるような神戸をラ・スイート様と一緒に築き上げていきたいです。

H——ラ・スイートも今年、SLHに加盟したので、これをきっかけに世界の方々に神戸をアピールし、訪れていただきたいです。

J——今回のBLOSSOM JAPANはメディアも18か国から参加され、日本を全世界に売ることを目的と考えており、日本は「ラ・スイート」だけではなく、地方独自の魅力にも富んでいた点など、これまで伝えきれていなかった日本の良さを正しく伝達するプラットフォームの役割も担っているので、十分に活用して頂きたいと思います。

## 神戸から世界のスタンダードへ 世界が認めたLUXURY HOTEL, ラ・スイート神戸ハーバーランドが採用したスキンケア。



トライアルキットはこちらへ 078-251-2231  
【受付時間】9:00~18:00(土・日・祝を除く)

トライアル キット  
定価 2,800円相当(税込)→特別販売価格1,000円(税込)  
プラチナアクアクリーニング/15g  
プラチナアクアウオッシュ/15g  
プラチナアクアローション/15mL  
プラチナエイジングエッセンス/5mL



www.plusui.jp 【Plusui】販売/田嶋株式会社 神戸市中央区磯辺通4-2-8

世界中の旅行者の人数の僅か2%ながら、  
全旅行支出の20%を生みだすという統計が出ています。(Jay)

Plusui  
Aqua supplement  
for your  
urban beauty life



SORADIA' SPECIAL DISCUSSION / ソラディア3誌連動 特別対談

# SORADIA' SPECIAL DISCUSSION

THEME: ALL THAT'S LUXURY TRAVEL MARKET

## ソラディア3誌連動 特別対談 世界と日本のL.T.M(ラグジュアリー・トラベル・マーケット)について

～2010年10月1日ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド ラ・レヌスイートにて～

### ◆対談人物

Lucioles Inc. / CEO: Jay Martens X (通訳: Lucioles Inc. Head of Japan 神谷 由紀子)

ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド総支配人 / 檜山 和司

ソラディア編集長 / 西川まなぶ



## "BLOSSOM JAPAN"

### BLOSSOM JAPANとは…

シドニーに本社を置くLucioles社が主催し、日本のラグジュアリー・トラベル市場の発展に焦点を当てた日本初のトラベルマート。サプライヤー、バイヤー共に参加企業は5つ星高級ホテルや、VIPインバウンド・アウトバウンド旅行社、リムジンサービスやプライベートジェット、プライベート・コンシェルジュサービスなど招待のみに限定。権限ある業界のキーパーソンが1対1で商談を行う貴重なビジネスチャンスを提供し、国内外のセラーとバイヤーが出会う理想的なプラットフォームの創出を目指す。2011年1月18日～21日の4日間、東京国際フォーラムにて開催。

[www.blossomjapan.com](http://www.blossomjapan.com)



和のおもてなし文化をミクスチャーし、  
海外の富裕層にアピールしたいです。(檜山)  
日本ならではのホテルとして

J —— これまで、世界各地のありとあらゆるホテルに滞在してきましたが、室内デザインにも日本のティーストが活かされていて、アメリカーもハイレベルのものが、トリップホタルとして業界の友人達に紹介しています。昨夜は、鉄板焼きを頂きましたがシラフの技術やプレゼンテーションも素晴らしかったです。“おもてなし”的センスを感じられ、日本人だからこそできる個性をもつと出して、長く続けて欲しいです。

檜山総支配人(以下H) —— ありがとうございます。まさに私が望んでいてお客様に感じていただけるといな…という部分を評価して頂き、とても嬉しく思います。料理に関しては、地元兵庫の食材でおもてなしをするというのも「ハセブト」の一つです。

J —— 地域の事を忘れないで大事にし、貢献していくことは、大変重要なことだと思います。

H —— ええ、地元の農家や漁師などの方を応援するという意味もあるのですが、そもそも、ラ・スイートは、震災でダメージを受けた神戸を元気にする起爆剤となるように…と神戸市の誘致により誕生したホテルです。ですので、神戸市から「嬉しい場所を譲って頂いた」という背景があり、神戸のため、地元のために少しでも役立てるよう努めています。

J —— ところで、Mr.Jayは、日本を訪れるのは何回目ですか?

J —— ここ2年だけでも、2ヶ月に1回は訪れているので年に6回は来ていますし、来日したら2週間は滞在しています。



西川編集長(以下N) —— 本日は、来年1月に東京で開かれるBLOSSOM JAPANを主催されるLucioles社CEO Mr.Jayと、そのBLOSSOM JAPANに出演されるラ・スイート神戸ハーバーランドの檜山総支配人にお越しいただき、日本と海外のラグジュアリーマーケットについてお伺いしたいと思します。まずはMr.JayからBLOSSOM JAPANとはどのようなものか?と説明いただきたいと思います。

M —— Jay(以下J) —— BLOSSOM JAPANは、“日本と世界”を繋ぐラグジュアリートラベル・マーケットの創出を主体に開催します。

具体的には、知識あるトップバイヤーを世界中から招待し、海外と国内からサービス・プロバイダーと呼ばれる旅行のプロダクツを持つ方々とをマッチングさせ、商談を行います。海外のサプライヤーには、日本の消費者が何を望んでいるか?また、日本からの出展者には、世界が何を求めているかを学んで頂き、日本でのラグジュアリートラベル・マーケットのプラットフォームを築きます。そうすることで、ソーシャル・メディアで日本の価値を高め、世界18カ国から招聘したメディアを通じて正しい情報を世界に広めていきます。

N —— 昨日からMr.Jayにはこちらにお泊まり頂いていたのですが、ラ・スイートの感想はいかがですか?…お食事もされましたか?

J —— これまで、世界の旅館を取材してきた感じですが、海外のホテルでは、エクスカーションや共有が必要なところは多いのでしょうか。ごく多くの自治体、組織が同じ事を別々でしてたりするのが日本ではなく、石川県では、行政がパックアップして“The Real Japan”というプロジェクトを設立し、県内の14の料亭やお茶屋、ホテルや旅館が手を結び、一緒に世界からのお客様を石川県に呼び込もうと活動しています。そのように、孤立するのではなく、インバウンドのあるメッセージを海外に向けて発信していないといけませんね。

N —— あの活動は面白いですね。今回このBLOSSOM JAPAN話を神戸市などに持ち掛けたのですが、行政の方々にはラグジュアリートラベル・マーケットに対する理解や認知がされていないと感じました。



J —— そうですね。日本には、もともとラグジュアリートラベル・マーケットという概念がなく、まだまだ行政の方々にはラグジュアリートラベル・マーケットに対する理解や認知がされていないのではないか?という誤解を抱えてしまっていますが、そつではないのです。貴重な経験や価値を求めている方を対象としていて、お客様に対して最適なサービスを提供したり、また、そのことに対してお客様側も感謝し、きちんと評価できる関係性が真のラグジュアリートラベル・マーケットの姿だと思っています。

N —— ラ・スイートでは、有馬温泉・欽山との連泊プランなどを提供されていますが、他にも何か用意されているのですか?

H —— 今年のJ-LTF(京都)で開催されたジャパン・ラグジュアリートラベル・フォーラムに参加し、海外からの来場者に神戸をアピールしたところ、大多数の方から「神戸」は知っているけれど、「神戸」は知らない。わざわざ神戸を訪れるべき魅力があるのですか?と言われ、神戸についてのアピールが足りていなかつたな…と深く反省しました。

N —— 日本に滞在して、世界的なラグジュアリートラベル・マーケットと比較して、日本で欠けている感じる部分はありますか?