

HOTEL SPA-MU

季刊 2021.07~09

No.62

SPA-MU

知っ得情報

第一弾 7月10日からはKOSEスポーツビューティ
UVウェアジェルをプレゼント!

使いきりサイズの2.5gですが、SPF50+/PA++++で紫外線対策はバッチリ。国産大手メーカー品だから、お肌の弱い方も安心してお使いいただけます。洗面所にご用意させて頂きました。早い者勝ち限定2000組様限りです。

第二弾 8月下旬からはアミノ酸ウェットティッシュをプレゼント!

天然保湿成分のアミノ酸類を配合したお出かけ用ウェットティッシュです。こちらは先着1200組様へのご用意となります。どうぞお楽しみに!



じゃんけんスクラッチカード 9月1日~30日迄

勝ったらパフェorアイスなど差し上げます。

(メンバー様限定)

擦って勝ったらフロントまでご連絡ください。

- ※ 期間中でもスクラッチカードがなくなり次第終了いたします。
- ※ 景品は予告なく変更する場合がございます。



スパム俳句川柳コンテスト 各賞を発表いたします!

応募数が非常に多く、甲乙つけがたい苦渋の選定となりました。数十名さまからの応募作品数百のなかから、選定委員の主観により厳選した各賞 10 作品を発表いたします。(一部寸評あり)



鳥の声 別れの時間 スパの朝 (O様 no.xxx895)
(愛し合うお二人に、歓迎しない別れの時間を予告する鳥の声。切なさを感じられました^^)

紫陽花と てるてる坊主が 話してる (T様 no.xxx375)

(てるてる坊主とのコンビが良く、何を話しているのかな?という問いかけが秀逸です^^)



風薫る 揺れる竹林 差込む本漏れ日 (F様 no.xxx788)
(建物東にある竹林。スパムの和の雰囲気と新緑、光と風が調和した感覚の良句でした^^)

梅雨を待つ 紫陽花の気持ち 恋心 (F様 no.xxx874)

(会える日がはやく来ないかな～。恋心の、みずみずしい潤いへの渴望を感じました^^)



コロナ禍で 心を癒す 露天風呂 (T様 no.xxx602)
(長いコロナ禍ですが、半露天のお風呂で、今後も癒されたいと思います^^)

結婚し 35 年 愛続く (K様 no.xxx787)

(他の句からもご夫婦の愛情を感じられました。これからもお幸せに!^^)



ハッスルし 愛し愛され 筋肉痛 (K様 no.xxx310)
(わかります(*^-^*))



誕生日 デートは毎年 スпам泊 (M様 no.xxx003)

僕たちの 愛の巣スパム 入り浸り (N様 no.xxx771)

新緑の 薫り灰かに スпамだね (Y様 no.xxx063)

応募作品の多くに、スパムへの愛着と愛情を感じられました。数百の句を読んでいて、お客さまがたへの感謝の気持ちが溢れてきました。本当にありがとうございます。

入選 10 作品のお客さまがたには、粗品ではございますが賞品を進呈いたします。フロントまでご連絡ください。

ご好評につき、第 2 回の「愛をつづるコンテスト」を 10 月より新企画する予定です。どうぞご期待ください。

大好評クロスワードパズル

7月6日～8月31日迄

スパム クロスワードパズル



問題用紙はテーブル上にございます。(メンバー様限定)

お題は、「オリンピック競技の、ある種目をお答えください」

答えがお解りになりましたら、フロントまでご連絡ください。

○スパムメンバー登録が必要です。(メンバーズカードを精算機に差し込んだ後にご連絡ください)

答えが解ったらメンバーズNo.と答えをフロントに
電話して言って下さい。
全問正解されたメンバー様には粗品をプレゼントします。



正解イラスト



間違いイラスト

Food & Service フード&サービス

納涼フェアー (7月~8月20日迄)

※詳しくは机の上の各フェアのポップをご覧ください。
※写真はイメージです。



ぶっかけうどん



ハワイアンタコライス



アロハコモコプレート



沖縄料理フェア (8月20日頃~9月末迄)

※詳しくは机の上の各フェアのポップをご覧ください。



てびち定食

ゼラチン質に含まれるコラーゲンたっぷりの美容食
(沖縄郷名物 豚足煮込み)



沖縄そば定食

かつおの風味豊かな沖縄を
代表する汁そばです



ゴーヤカレー定食

夏の定番カレーに沖縄の角煮豚と
素揚げしたゴーヤをトッピング





世界におけるエンタメ業界

昨今、世界におけるエンタメ業界(映画・ドラマ・音楽)で韓国の躍進が目立ちます。昨年の世界的な映画祭での受賞も鮮明に記憶された「パラサイト」等の映画業界。グラミー賞やビルボードでの常連となったBTS・BLACKPINKをはじめとするKポップアイドルグループ。



アジアで爆発的な人気を誇る韓流ドラマなど。最早、日本との差をこの10年で強く感じます。こうした韓国のエンタメ業界の強さを知りたく色々資料を読み漁った結果、大前提として日本との環境の違いがある事を理解しました。

韓国は20年くらい前から、エンターテインメントを基幹産業、輸出産業と位置付け、国を挙げて育成に取り組んできました。その結果がここ数年顕著に表れてきたということでしょうか。

人気ドラマに出演している俳優の出身学校を調べると、演劇学科や映像学科、美術専攻等各種専門性の高い文化教育を施している大学や専門学校の出身者が多いことに気が付きます。

Kポップの場合は国内市場が小さいため、海外に出ざるを得ないという事情もありました。

日本やアメリカで売れるためにはどうすれば良いかを徹底的に研究し、それを何年も費やし土台を作ってきました。



今では韓国のドラマは、企画段階から海外で放送する権利が売買されるようになり、作品に対するモノづくりが高く評価されています。

海外では日本のアニメやゲームも人気があります。

日本の文化から入って韓国の文化にも興味を持ったという人もいます。アジアから離れた国では日本と韓国のエンタメが共存している。そんな感じに映っているのでしょうか。

文化における在り方も違い、韓国のグループは日本のアイドルと比べられますが、韓国が世界に通じるポップカルチャーであるのに対し、日本はあくまでサブカルチャー。

それは客層にも顕著に表れています。日本の場合、男性アイドルも女性アイドルも異性が客層の中心。ところが、K-POPのファンはグループの性別を問わず、若い女性を中心です。ポップカルチャーはプレスリーやビートルズの時代から、若い女性が流行をつくってきました。その意味でK-POPは王道のポップカルチャーであり、日本のアイドルとは土俵が違います。

音楽的には二つの特徴があります。サウンド面では、ヒップホップの影響下にあるビートの強い、世界水準の音作りに取り組みました。ここでJ-POPと差ができたと言えます。一方、楽曲の構造はJ-POP的です。展開がやたら多く、どこがサビがよく分かる。つまり、欧米と日本のポップスのいいとこどりなのです。

K-POPはミュージックビデオに力を入れています。ルックスの良いメンバーを選び、デビュー前にダンスと歌唱のスキル養成に時間をかける。そして、著作権に関してとても寛容な戦略を取っているところも日本のジャニーズ事務所等とは違った戦略を取ってきました。

MVはフルバージョンを公開し、ファンがイベントの際に撮影し、ネットに上げることも許しています。

一糸乱れぬダンスパフォーマンスがある種の快感を与えてくれる。そういう点も含めてK-POPは一つの様式を確立しました。

日本のエンタメ業界も自国の縮小するマーケットにしがみつきのではなく、世界を視野に挑戦を続けるべきだと思います。

まずは必要のない国家予算を削り、エンタメ人材を育てる環境整備に着手するべきであるとの理解に進みました。

