

月刊

ホテル旅館

HOTEL RYOKAN
MANAGEMENT

12

2016
December

[提携誌] Cornell Hospitality Quarterly



特集

新需要開拓を図る

「リニューアル事例」 大研究

特別企画

香港上海ホテルズ社によるスーパーラグジュアリーブランド
「ザ・ペニンシュラホテルズ」最新情報

宿泊業界の集客力を高める ITソリューション活用術

ITの進化するスピードが日進月歩で加速するにつれて、ホテル・旅館のオペレーションも大きく変化を遂げてきた。観光立国を掲げ、訪日外国人も増加するなかで、ITを活用し、さらなる経営の効率化、生産性の向上が求められている。本企画では二つの事例と、IT関連のハードやサービスについての最新情報を取材した。紹介する。そこで自施設が持つ課題のソリューションに役立てて頂きたい。



Wi-Fiアクセスを利用した配信で タイムリーな館内情報を提供

ロワジールホテル沖縄

沖縄県那覇市西3-2-1

☎098-868-2222

<http://www.loisir-naha.com/>

ホテル・旅館のホームページは、施設情報提供と集客ツールとしての機能が優先される。しかし、スマホの爆発的な普及により、いまやネットは、リアルタイムの情報交換・収集インフラとして利用されるのが常識。宿泊客として滞在中でも、館内で知りたいことがある際に、インフォメーションデスクに相談をしたり、ポスターなどのサイネージを探すより、まずスマホで検索するといった行動が目立つ。とくに、客室数が多く施設構造が複雑で、フルサービスを提供するホテルにおいては、こうした宿泊客のニーズに対応するWebコンテンツが要求される時代が来ていると、いいだろう。

「ロワジールホテル那覇」は本館と新館を有し、合計622の客室、バーを含む4つのレストラン、12の宴会場に加え、屋内外プール、温泉施設をもつ県下最大規模の施設である。

好調がつづく沖縄マーケットにも支えられ個人・団体を問わず国内外の多くのお客様を集結することに成功しているが、各施設が本館・新館に点在していることもあり、はじめ



ロワジールホテル那覇
レベニュー&マーケティング部
平田 佳子氏 部長 藤井 幸氏

スマホ用サイトが 宿泊客様に好評です

朝食予約など施設利用の 現状を配信しています

てのお客様にはややわかりにくい館内構造となっているのも事実であった。

また、ピーク時には1200名を超えるお客様が滞在するため、朝食や夕食、温泉等附帯施設はどうしても混みあう時間帯が発生してしまう。そこで、館内サイネージやパンフレット等でお客様への案内はかねてから改善を重ねてきていたが、

刻々と変化する状況をいかにお客様にリアルタイムで伝えることができているかが長年の大きな課題となっていたのである。

そして、大きな転機となったのは2015年、本館の全客室改装に着手したことである。同ホテルとして最重要ターゲットである「ファミリー層」に照準を合わせ、トリプル・フォース対応の客室を増やすことに主眼を置いたのである。

同時に、昨今の「スマートフォン」ありきのライフスタイルを考慮し、ベッドサイドコンセントの増設と通信速度200Mbpsの高速Wi-Fi環境整備にも着手するに至っている。同ホテルのレベニュー&マーケティング部部長藤井幸氏は、「回線スピードの速さにくわえトリプル・フォースでのご利用時でも個別にコンセントが確保できることからお客様にたいへんご好評をいただいております」とその改良・改善の意図を強調する。

このように全館で高速ネット環境を整備したことで、2016年途中から本格的にwebを活用した館内告知検討もスタートさせているのだ。同ホテルのホームページは当然の

ことながら、スマホ対応も完了させている。言うまでもなく、フルサービスマホテルの特性上、情報は実に多岐にわたる。そのために、宿泊者には必要とされない情報も多いため、どのように情報を整理すべきかの検討を常に重ねていかなければならぬ。

そして、結論として導かれたのは、既存のホームページとは別に、宿泊客が必要な情報のみを集約したコンテンツを作ることであったと藤井氏は指摘する。具体的には、宴会や婚礼アクセスなどの情報は削除し、そのかわりに天候情報、各施設の混雑状況、客室貸し出し品の案内などをコンテンツの中心に据えて、よりお客



ホテル全館には無料Wi-Fi環境が導入され、宿泊客はストレスなくスマホやタブレットを使用できる。リアルタイムの館内情報を、ネットで提供できるインフラが整っていた。

様のニーズの高い、そしてより身近で役に立つ情報の提供に力点を置いていったのである。

Webを活用した 画期的なコンテンツ配信

また同ホテルのサイトのアクセス分析によると60%以上がスマートフォンからのアクセスであることから、スマホでの利用に特化したコンテンツの制作を株式会社キャブ（東京都千代田区・苦田高志社長）に依頼している。キャブは、シティ／リゾート／宿泊主体など、様々な業態の宿泊施設のホームページ制作を主要業務としており、ユーザーフレンドリーなデザインとともに、収益につながるサイト運営を重視するホームページ制作会社である。サイト訪問者の位置情報をIPアドレスから解析し、訪問者とホテル位置の天候や気温などを同時に表示する「おもてなしコンテンツ®」は、同社の特許技術。旅心を誘うコンテンツとして評価が高く、数多くのホテルがトップページに表示をしている。

社内的にはアプリ開発というアイデアもあったが、高額かつ運用上OSのバージョンアップごとに

スマホを使用したサービス



レストラン情報では、「朝食のご案内」サイトで、朝食の混雑予想を配信。宿泊客の便宜を図るとともに、「朝食がゆっくり食べられなかった」などの口コミマイナス評価予防にも効果がある。

ホテルの公式サイトとは別に、滞在客向けに専用のサイトを開設。交通アクセス、宿泊予約プラン、婚礼・宴会施設などの情報をカットし、宿泊客に利用可能な情報だけに絞っていった。

カスタマイズが必要となり、開発運用コストもかさむことや、お客様にダウンロードしてもらおう手間を考え、Webを活用したコンテンツ配信に思い至っているのだ。ホテル館内の情報提供では、なにより宿泊客にとっての使いやすさが第一という判断である。

同ホテルレベニュー&マーケティング部平田佳子氏は「いざ開発の段になり、コンテンツを整備していくと、従来のホームページとは優先順位がまったく異なることにあらためて気づかされました。何よりも館

内の『いま』の状況を明確にお伝えするものでなければならず、マーケティング部だけを通して更新していたのでは意味がないということがよくわかりました」と語る。

何よりも運用をする上で重要なポイントが「配信する情報は、ホテル内でいつでも誰でも簡単に更新が可能であること」（平田氏）であった。

重要な「おもしろい」のひとこと情報の提供手段

開発に当たっては先の㈱キャブの協力により、ITリテラシーにとら

われない、シンプルなCMSを導入することで、何よりも現場担当者がストレスなく状況更新ができるような仕組み作りを実現していったのだ。併せて、当日の混雑状況によって任意のクーポンを発行し、攻めの集客活動ができる機能も開発し、導入している。「例えば、プル型のサイネージボードやパンフレットと違い、現場の判断でプッシュ型のセールスができるようにすることで、従業員のマインドにも確実に変化があらわれているようです」と藤井氏はその成果の一端を強調する。このサービスは、2016年11月1日より開始し、スタッフの関心も非常に高く、同ホテルで取り組んでいるお客様への「おもてなし」のひとつとして重要な情報提供手段と捉えているのだ。

顧客の生の声と画像を反映させたコンテンツ作り

さて、同ホテルでは2016年から滞在客が「旅人メモリー」(<http://www.loisirinaha.com/tablnchu/>)という、滞在客がホテルや観光地、旅の感想や画像を自由に投稿できるコンテンツも実装しているが、今回の「宿泊者専用サイト」の開設により、さらに多くの投稿を期待できることだろう。「宿泊者専用サイト」からストレスなく館内情報を取得して、すぐに行動に移ることができれば、宿泊客の満足度は高まる。ホテル施設で家族が楽しんでいる姿が、ツイッターやインスタグラムにアップされることは、強力な集客力につながる。

同ホテル藤井部長は、「お客様の生の声・画像ほど説得力があるコンテンツはありません。『宿泊者専用サイト』と『旅人メモリー』のシナジーにより、さらにお客様にとって有益な情報をご提供できるサービスを心がけていきたいと思えます」と語り、2017年に向けてコンテンツをさらに進化させながらの新たな前進を見据えていることとしているのである。