

既存施設のフォローアップ体制を強固に 周辺機との接続性高め新機能開発も

タップ

現場の担当者を通じて問題・課題を共有する

現在、御社のシステムを活用している施設は全国で700軒以上にもなります。最近新規施設の獲得はもろんですが、既存施設へのフォローアップにも力を入れていると。

林 日々変化する状況の中で、施設ごとのフォローは非常に重要です。そのため、今年度からビジネスソリューション部という専門部署を本格的に稼働させました。これは既存ユーザーに対して、「現在困っていること」「改善したいこと」など様々な相談を受けていくものです。現在3名が全国を巡回しています。人員も増員して既存のユーザーの元にお伺いしていきたいと考えています。

実際に現場へ足を運ぶのは、非効率ではないですか。

林 もちろん、これまでも電話やメール等でも対応していましたが、私たちが現場に行く方がお互いにメリットが大きいかと思います。担当者の方と話をすることによって、実はもっと

— システムのポテン

林 シャルを最大限に生かすことができれば、結果的に施設運営の省力化に繋がります。林 保守部隊も拡充す

— 御社は今後の方向性に「グローバル化」と「テクノロジー」を挙げています。

林 特に周辺機器の接続性を高めたいと考えています。特に増加している自動チェックイン機や自動精算機との連携が必要になるでしょう。

— システムの開発も進んでいる。

林 オンライ予約の新システムをリリースする計画です。具体的にはレストランやアクティビティなど宿泊時の予約も同時にオンラインでできるものです。今年度末には発表できそうです。

— 同様のシステムは

林 これまでもOTAにもあります。あえて御社が手掛ける意図は、OTAはあくまで

— 御社はまた、海外施設への提案も積極的

林 11月には記念講演含めた式典を行う予定です。ホテル経営を取り巻く状況が大きく変わってきています。当社は常に最先端のシステムを提案できるようにしていきたいと考えています。

インバウンド増加でシステムも変わる

林 日々変化する状況の中で、施設ごとのフォローは非常に重要です。そのため、今年度からビジネスソリューション部という専門部署を本格的に稼働させました。これは既存ユーザーに対して、「現在困っていること」「改善したいこと」など様々な相談を受けていくものです。現在3名が全国を巡回しています。人員も増員して既存のユーザーの元にお伺いしていきたいと考えています。

林 シャルを最大限に生かすことができれば、結果的に施設運営の省力化に繋がります。林 保守部隊も拡充す

— 御社は今後の方向性に「グローバル化」と「テクノロジー」を挙げています。

林 特に周辺機器の接続性を高めたいと考えています。特に増加している自動チェックイン機や自動精算機との連携が必要になるでしょう。

— システムの開発も進んでいる。

林 オンライ予約の新システムをリリースする計画です。具体的にはレストランやアクティビティなど宿泊時の予約も同時にオンラインでできるものです。今年度末には発表できそうです。

— 同様のシステムは



取締役社長室長 林 武司氏

林 シャルを最大限に生かすことができれば、結果的に施設運営の省力化に繋がります。林 保守部隊も拡充す

— 御社は今後の方向性に「グローバル化」と「テクノロジー」を挙げています。

林 特に周辺機器の接続性を高めたいと考えています。特に増加している自動チェックイン機や自動精算機との連携が必要になるでしょう。

— システムの開発も進んでいる。

林 オンライ予約の新システムをリリースする計画です。具体的にはレストランやアクティビティなど宿泊時の予約も同時にオンラインでできるものです。今年度末には発表できそうです。

— 同様のシステムは

宿泊施設に特化した各種システムを提供しているタップ（東京都江東区）は設立以来、これまでに全国で700以上の施設で採用実績を持っている。同社は今年、創業30年の節目を迎え、新たな取り組みとサービス拡充に注力している。AI技術の急激な発達とともに、ホテル経営も大きな変革期に差し掛かっている。それだけに同社の役割も重要度が増しているのは間違いない。「グローバル化」と「テクノロジー」が今後のキーワードという同社の事業展開について、取締役社長室長の林武司氏に聞いた。

PMSTポイントタワー

7月5日に「ホテル旅館ITセミナー」開催

同社は去る7月5日、東京・箱崎にある日本IBM 本社事業所にて「ホテル・旅館ITセミナー」を実施。業界関係者70名超が参加した。

今回特別ゲストとして登壇したのは、クリムソンタンジェリンのアジア太平洋エリア担当クライアントサービスマネージャーのジョシュア・ウィルソン氏が「予約システムデータドリブン・マーケティングの行方」と題して講演を行った。

同社は2015年に日本に進出したイギリスに本拠を持つグローバルアドテック会社。米国では5000社ものデータ会社と連携しており、様々なデータを収集・分析し、クライアント会社に対して効率的なマーケティングを指南している。

WEBの最新テクノロジーは、各社が持つ個人情報を利用しなくとも、どこに住んでいて、どのような世帯年収で、性別年齢・趣味・嗜好・ネットで何に関心があり、どのようなものを買っているのか、彼らは今のWEBページを見ていて何に興味があるのか、次の旅行はどこに行きたいのかがわかるのだという。

今後、日本でもこうしたマーケティング手法が本格化することが予想され、参加者達は、同社の支援によって実績を高めたホテル熱心に耳を傾けていた。

全国からプロの関係者が参加▶

