

## 宿泊産業ソリューションサービス

### インバウンド客への利便性提供のために PMSは多言語化から次のステージに移行

#### (株)タツプ

東京都江東区東陽2-2-4  
03-5683-5314 <http://www.tap-c.co.jp>  
マニユライフプレイス東陽町1階

(株)タツプは、ホテル・旅館など宿泊業に専門特化したソリューションベンダーである。同社のPMSはパッケージのコストメリットを活かしながら、柔軟なカスタマイズが可能で、600を超える幅広い業態の宿泊施設で採用されている。自社開発を基本としているため、設計思想が統一されてサブシステムの追加が容易であるとともに、サポート体制が整っていることも同社の強みである。

インバウンド2000万人時代に対応するホテルシステムとして、多言語対応はもはや不可欠の機能だ。チェックイン・アウトのサポートや自社予約エンジンの多言語対応などはすでに実用化され、宿泊客の利便性も向上しつつある。しかし、こうした多言語化が一部のサービスにと



代表取締役社長 清水吉輝氏

どまっているのが今後の問題点となると、同社代表取締役社長清水吉輝氏は指摘する。

「予約サイトやホテルの自社HPを通じ、海外からも簡単に予約が取れるようになったのは、宿泊客にとってもホテルにとっても大きな進歩です。その一方で、ホテルのコンシエールジュの前にインバウンド客の長蛇の列ができてしまうという事態も生じている。現状ではホテル内や周辺でのレストランやアクティビティの手配に関してコンシエールジュに頼らざるをえないケースも多く、利用者の利便性という点で改善が望まれます。今後はこれらの分野においてもITの仕組みの構築が進むと思われ

ます。自社WEB予約エンジンで施設内の付帯施設や周辺施設の予約を取れるようにするなど、PMSと自社予約エンジンの柔軟性と拡張性の高さが問われる時代が来ています。国内外の利用者にとっての利便性も上がりますが、とくにインバウンド客の予約業務が楽になることは人材確保に苦勞している施設にとって重要ではないでしょうか？」

実際、OTAを中心に予約サイトで宿泊と交通や飲食を統合する動きは見られるものの、個別の宿泊施設に対応した細やかなサービスの提供は難しい部分がある。地域の観光ビジネスとのインターフェースを構築し、インバウンド客の利便性を高めて収益につなげることは、PMSと自社予約エンジンに期待される機能である。エリアごとの観光検索で宿泊を含めた観光コンテンツをピックアップし予約した結果を、ホテルの予約エンジンからPMSに落とし込み、宿泊客はホテルHP上のMSPAGEから行動予定を確認する。ショッピングサイトでは常識となつて

いるこうした購買行動が、観光産業で実現される日は遠くないだろう。「ホテルに気軽に電話をして、観光案内や予約の相談をするような自由度の高さを、PMSでも実現していきたいですね。多言語化はサービスの入口であつて、大切なのは宿泊客のご要望そのものをIT技術によつてサポートすることだと思えます。宿泊、レストラン、宴会などの顧客情報を統合して扱うという当社のPMSの設計思想が、この将来像でも必ず生きてきます」(清水氏)

### 部門を超えて顧客情報を統一管理 ビジネスチャンスを逃がさないPMS

婚礼利用客の記念日レストラン利用対応、宿泊顧客の複数サイト利用対応、宿泊とSPAの予約連動など、あらゆる利用シーンでの顧客管理機能を重視しビジネスチャンスにつなげるのが、同社のPMSの特徴。自社で予約エンジンを提供していることもあつて、宿泊予約の情報量も豊富だ。国内外を問わず、予約サイトや自社予約エンジンに宿泊予約が落ちてくるだけといった、単純なIT活用の時代は終わったというのが、清水氏の認識である。

予約から宿泊期間の行動をPMSで二元管理すれば、ホテル内施設利用を活性化でき、外部ビジネスとのタイアップはインバウンド客の宿泊日数長期化に繋がる。提案型の宿泊プラン設計のバリエーションも増えて、収益力も高まるだろう。さまざまなサービスがスムーズに連携し、ホテル滞在中の行動にストレスを与えないことは、ホスピタリティの第1歩でもある。ホテルシステムを、業務効率化という「守り」の機能から、国内・インバウンド双方の集客力を強める「攻め」の機能にも積極活用してみたい。