

ホテルシステム

# 次世代のキーワードは「グローバル」「テクノロジー」

## 変化する市場に合わせた開発を進める

**タツツ**

ホテルシステム大手のタツツ(東京都江東区)は1985年の設立以来、宿泊施設に特化した各種システムを提供、これまでに全国で500以上の施設で採用実績を持つ。インバウンド需要に伴う国内・海外ブランド施設の増加や、深刻化が進む人材不足など、業界を取り巻く環境は変化しつつある。ホテルシステムの今後の在り方について、同社の清水吉輝社長に話を聞いた。



代表取締役  
**清水吉輝氏**

が、基幹システム会社に

とって勝負になっていく。

一方「テクノロジー」

分野では、進化が著しい

「AI」をどう活用してい

くかが重要になるとい

「人工知能は、予想よ

りも早く実用化されてき

ていきます。ホテルシステ

ムでもAIによって運営

が大きく変わる可能性

があります。特にレベ

ニューマネジメントに関

しては、より膨大な情報

集積と、細かな分析によ

り、より詳細な需要予測

が可能になる。

スタッフの経験や勘に

頼っていた部分もAIが

賄うようになれば、スタッ

フの負担も軽減し、他の

部門にマンパワーを集約

できるようなるのだ。

**人型ロボットに着目**

**省力化を加速させる**

「テクノロジー」分野

では、ロボットの活用も

見逃せないものとなる。

現在同社は、人型ロ

ボット「Pepper」

を開発したソフトバンク

ロボティクスと、東大発

のベンチャー企業リアル

グループとの共同で、P

MSと直結したゲスト

サービスを考えていると

いう。

「今は第三次ロボット

ブームで、いよいよサー

ビス分野への進出が本格

化していきます。もしロ

ボットがゲストサービス

をできるようにすれば、

多言語対応や労働人口の

減少への対応などメリッ

トは大きい。

同社は「Pepper

と、PMSが接続できる

アプリの開発に注力。P

MSと繋がることで、

情報検索照会やリクエス

ト受付、顧客対応など情

報システムと直結した

サービスが可能になると

いう見立てだ。

今後、施設運営の効率

化、省力化はますます進

んでいく。スマートフォ

ンキーとの連動や、ロ

ボットの台頭など、「周

辺ソリューション」のイ

ンターフェイスを柔軟に

対応できるように、開発

力や人材力を高めていき

たい。

同社はホテル業界での

「IoT」の中心を目指

していく。

**パッケージ化と**

**人的フォローに強み**

同社は独立系ホテルシ

ステム会社として、国内

フォローも大きい。

では大きな存在感を、世界標準を自掲す

発揮している。その

強みは、パッケージ

化したシステムと、

人的フォローにあ

る。

システムを一度導

入すれば、その都度

改良を図る。できる

だけ長く使えるよう

にしようという

のが同社の考えだ。

実際、顧客の中には

90年代前半に導入し

たものでも使っている

ケースも多いという。

近年は、クラウド化が

進み、同社も同様のもの

を提供している。クラウ

ドサービスは、システム

会社にとっては開発・メ

ンテナンス費用が低減さ

れるというメリットがあ

る。施設にとってもイニ

シャルコストが安く済む。

しかし、単一使用のサー

ビスを同じように利用す

るクラウド型は、各施設

ごとのカスタマイズが難

しいという面もある。

そこで同社は、施設ご

とに独立したフルカスタ

マイズが可能なプログラ

ムを提供。「施設形態」

はもちろん、「地域特性」

「客層」「経営方針」など

施設ごとのニーズに合わ

せることが可能になると

いう。

システム自体はもちろ

ん、施設に対しての人的

フォローも大きい。

同社の場合、他の大手

メーカーとは異なり、販

売会社を通さずに直接契

約する。そのため営業マ

ンが販売と開発に係わる

ことができるのだという。

「スタッフが定期的に

訪問するため、現場に接

する機会が多く、その場

の雑談で一口拾ってくる

ことも改良のヒントにな

るのです。仮に新システ

ムが今週できたなら、来週

にでもすぐに案内する、

こういったユーザーから

の声を拾ってからスピー

ディーに対応できる、こ

れは常にスタッフがユー

ザーとコミュニケーション

を図っていないと難し

いでしよう。

「システムは常にパー

ジョンアップしていきま

す。しかし実は必要最低

限のものは以前からある

のです。清水社長は自

社のシステムを自動車で

例える。

「自動車で例えると、

運転に必要なものは50

年前からある。しかし、

うに改善していくという

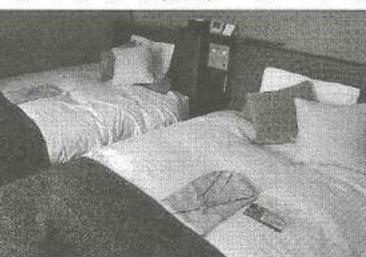
のが当社の考えです。そ

のためには常に現場の意

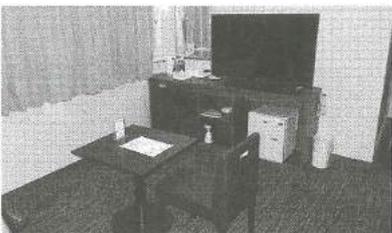
見を聞いて、時代の先端

を走っていく必要がある

のです。」



世界標準を自掲す



省力化を推進し

**海外OTAとの連動**  
**世界標準に合わせる**

バブル以降のデフレと人口減の中、ホテル業界はパイの取り合いが続いていた。しかし、国際によるインバウンド需要の高まりは、宿泊施設不足を招き、ホテル市場はにわかには拡大している。一方で、人材不足も顕在化し、スタッフの給与見直し等、課題は多い。

システム大手として今後、変化する市場にどのように取り組んでいくか。清水社長は「グローバル化」と「テクノロジー」をポイントに挙げる。国内PMSは、チャンネルコントロールとの連動ができるようになり、レベニューマネジメントなどの分析が容易になった。

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて

います。つまり世界標準の連動の仕組みを作っていくことが重要になってくるのです。」

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて

います。つまり世界標準の連動の仕組みを作っていくことが重要になってくるのです。」

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて

います。つまり世界標準の連動の仕組みを作っていくことが重要になってくるのです。」

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて

います。つまり世界標準の連動の仕組みを作っていくことが重要になってくるのです。」

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて

います。つまり世界標準の連動の仕組みを作っていくことが重要になってくるのです。」

「国内では形になりませんが、実は海外ホテルOTAとの連動はまだできていないことも多い。インバウンドの増加によって、海外のホテルブランドや海外OTAの進出は、基幹システムにとって変化が求められて