

国際ホテル旅館

INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT 2020.10/5 第480号

発行所:国際ホテル旅館 〒104-0061東京都中央区銀座8-15-15(株)プライダル産業新聞社内

発行人:米谷美咲 年間購読料10,000円(消費税別)

TEL 03(6226)9580 FAX 03(6226)9578

https://ihr-news.jp

【第8回】

データが語る「宿泊・観光ビジネスの未来」 ホテル・旅館の自動化&IT化 未来予想図《3rd Season》

株式会社タップ ホスピタリティサービス工学研究所 執行役 藤原 猛



「DX(デジタルトランスフォーメーション)」という言葉に触れる機会が増えてきました。DXについては本稿8月5日号で説明したので改めてご確認いただければと思いますが、世の全体がDXの潮流にある中で、宿泊業はどのような「変化」を創造することができるのでしょうか。

先日、あるチャットボットサービスを提供している会社から「LINE」を利用したサービスを紹介されました。チャットボットは3年ほど前からホテル・旅館でも使われるようになり、宿泊客からの問合せ対応や地域の観光情報検索などに活用される機会が増えています。

これらの多くはインバウンド向けに企画されたものですが、この状況下では国内客に目を向けざるを得ません。ただ、そもそもコロナ禍の有無に関わらず、安定して需要を見込めるのは国内客です。実は国内客の中でも、観光施設の利用客は平均6〜7割が同地域圏内から、3〜4割が圏外からだとされています。この傾向を踏まえて、本来ならば地元客の取り込みを目指したキャンペーンを行うべきなのです。

今、地元客の獲得が注目されていますが、何も新しい取り組みではなくあるべき姿に立ち返ったとも言えます。さて、話を戻しますが、こうしたテクノロジーを見てみると、例えばLINEなら「特定の地域」や「特定の企業」が共通のチャネルを作り、その中に各ホテル・旅館のアカウントを紐付けられれば、ホテル・旅館と旅行者の双方にメリットがあると感じます。通常、こうしたサービスは各ホテル・旅館が個別にアカウントを取得し、そ

データベースの統一化でD2Cが実現する

独立経営のホテル・旅館も技術面で連携を

れぞれが独自に運用することが多いです。これを複数の施設が一つのプラットフォームを共有する仕組みに変えることで、①構築する仕組みがシンプルになる、②コストが削減される、③Google Adsなど、連携可能なサービスの幅が広がり、予約や手配業務がスムーズになる、などの効果が期待できます。

B2Cのサービス品質向上にはB2Bの技術力が不可欠ですが、これが様々な段階を経て、最終的にはD2C

【Direct to Consumer】。自社で企画した商品を自社サイトから消費者に販売する直販の仕組みに行き着くと考えています。宿泊業界の現状からも分かる通り、D2Cを単独企業が確立するのは難しく、相応の時間やアイデア、資金が必要になりますが、統一のプラットフォームを利用すれば、コストを抑えて導入でき、ナレッジや情報を共有することで、品質向上にも繋がりがやすくなります。

現在の宿泊予約の手段では、宿泊客の情報が宿泊施設と間接的にしか繋がることができず、予約受付後から旅館・滞在を連綿的に支援することが難しいのが実情です。この点を解決できれば日本の観光産業は新たな時代を迎える事ができるでしょう。

■著者プロフィール

「変なホテルハウステンボス」開発準備室長・初代総支配人として、ITやロボティクスによるホテルマネジメントを一から企画・構築した。

2019年に滞つくしを設立。全国のホテルや旅館、観光施設などで、経営・業務管理のIT化・IoT化、経営改善をサポートする。

2020年1月より現職。