

＝ 宿泊業界の生産性向上のためのホスピタリティサービス工学という視点 ＝

ホテルをエンジニアリングする 附記 #01

DX時代にホテリエは何を気づくのか

株式会社 タップ 代表取締役会長

林 悦男 著

株式会社 タップ ホスピタリティサービス工学研究所 編

掲載内容は2021年～2023年までのものであり、現在と内容が異なる場合があります。

第四章 進化を遂げるホテルテクノロジー

第一節 そもそもなぜデジタル化なのか

今や「デジタル」という言葉を見聞きしない日はありません。そこで改めて、情報技術（IT）で用いられている用語についてお話ししたいと思います。

まずは、「デジタル」とは、連続的な量を一定の間隔で区切り数値によって示すことです。具体的には、データを0と1の組み合わせで表現し、コンピューターが処理可能な形式にすることを指します。

そして、「デジタル化」とは、手書きの情報をデータに入力したり、これまで手作業で行っていた業務をソフトウェアやシステムを導入して自動化したり、社内での情報共有やお客様とのコミュニケーションをオンラインで行えるようにすることです。これは、単にデータをデジタル化するだけでなく、デジタル技術

組織全体に浸透させ、業務のやり方や組織の在り方そのものをよりよく変えていくという深い意味合いを持っています。

「IoT (Internet of Things)」は、あらゆるデジタル化されたモノがインターネットに接続され、相互に情報をやり取りする概念です。家電、自動車、センサー、建物など様々なものがネットワークで繋がり、データを収集・分析することで、私たちの生活や社会の利便性や効率性を高めます。例えば、自分のスマートフォンのような家電の遠隔操作や、スマートウォッチによる健康状態のモニタリングなどは、わかりやすい身近なIoTの活用例です。



料は自社の収益を圧迫する要因となります。そこで、宿泊施設が積極的に取り組むべきは、InstagramをはじめとするSNSを活用した独自の集客ルートを確立し、直接予約を増やすことだと考えています。

OTAは多くの情報を網羅的に提供できる半面、どうしても情報が画一的になりがちです。本当に伝えたい施設の魅力や、ターゲット顧客が求める情報をピンポイントに届けるには、SNSの活用が有効なのではないでしょうか。

さらに、SNSの分析ツールを活用することで、自社アカウントにアクセスしたユーザーの属性データを詳細に把握できます。この貴重なデータを活用し、ターゲット層に響く情報発信を行うことで、効率的な新規顧客獲得が期待できるはずです。また、実際に宿泊した宿泊者のリアルな声や、共感を呼ぶインフルエンサーの投稿は、フォロワーの購買意欲を高め、新たな潜在顧客の開拓につながるでしょう。

では、「DX」とは一体何でしょうか。

宿泊業界ではデジタル化された商品に「DX」という言葉が流行のように見受けられますが、今お話ししたように「DX」は単なる「デジタル化」とは異なります。顧客ニーズや社会情勢の変化に対応するため、最新のテクノロジーやデジタル技術を活用し、提供するサービス、ビジネスモデル、そして日々の業務プロセスを革新することがDXの本質です。

このような改革の時代において、デジタル技術を積極的に活用し、ホテルを新たなステージへと進化させる人材こそ、まさにエンジニアと呼ばれるふさわしいでしょう。私はそのような変化のきっかけを担うホテルスタッフを「ホテルエンジニア」と捉えています。

私たちの生活における具体的な例として、Googleの「Google Duplex」が挙げられます。「OK Google」でおなじみのこのAIは、人間の代わり

にレストランや美容室への電話予約を代行し、ユーザー体験を大きく向上

第二節 そもそもなぜデジタル化なのか

さています。また、Amazonはオンラインプラットフォームの構築や無人店舗の展開などを通して、EC業界に大きな変革をもたらしました。

さらに、中国における個人の決済データ分析による新型コロナウイルス感染拡大予測の事例は、デジタル化が社会問題の解決にも貢献し得ることを示唆しています。このように、DXは私たちの職場や社会を大きく変える可能性を秘めていると言えるでしょう。

宿泊施設においては、このDXを積極的に推進することで顧客満足度の向上はもちろん、労働力不足の解消、そして業務効率の改善による生産性向上が大いに期待できるのです。

今や情報収集やコミュニケーション

に欠かせないSNS。X(旧Twitter)・LINE・Facebook・Instagram・YouTube・TikTokなどが代表的で



OTAへの掲載は一定の集客効果が期待できるものの、手数料や掲載

第三節 ホスピタリティは会話と観察力、そして感性

先日、ホテルのラウンジでお客様と楽しそうに話すサービスタッフの方を見かけました。しかし、直後に別のスタッフから「お客様と話している暇があったら、早く仕事をしなさい」と注意を受けている場面に遭遇し、私は複雑な気持ちになりました。

皆さんも若い頃、似たような経験をされた方もいらっしゃるのではないのでしょうか。もちろん飲み物を運んだり、テーブルを片付けたりといった日々の業務も重要ですが、お客様一人一人に心に寄り添い、温かい時間を提供することこそ、皆さんがこの仕事を選んだ理由だったはずです。宿泊施設で働く皆さんの本質的な役割は、お客様に心温まるホスピタリティを提供することではないのでしょうか。私は日々の業務をそのように捉えることは、働く皆さんにとっても、お客様にとっても、より良い

結果を生むと考えています。

皆さんの日々の仕事を、お客様と接する「ホスピタリティ」の時間と、「作業」という効率化できる業務に分けて考えることを提唱しています。繰り返しの多い作業はテクノロジに任せ効率化し、皆さんはサービスマンの本来の価値である人にしかできないホスピタリティによってお客様の心を豊かに満たすべきです。テクノロジが目覚ましい進化を遂げている今、それは十分に実現可能

なはずで。朝食会場でスタッフの手が足りず、食べ終わった食器がテーブルに放置されたままになっている光景を見かけます。その結果、入り口で待たれているお客様をスムーズにご案内できないという状況も発生しています。

ホテルの基本は「B&B（※）」という言葉が示すように、朝食はホテル滞在のお客様にとって一日の始まりを左右する大切な時間なのです。お客様に気持ち良く一日をスタート

例えば、ロビーで周囲をキョロキョロと見渡すお客様の様子をテクノロジが捉えれば、瞬時にロボットがお客様のそばに近寄り、お困りごとを解決してくれるかもしれません。レストランでは、空になったコーヒークップに気付いたロボットが、絶妙なタイミングで温かいコーヒートを注ぎ足してくれるでしょう。

さらに、過去の滞在履歴を学習したテクノロジは、以前のお客様の好みを記憶し、到着と同時に最適な室温や照明でお迎えすることができ

かもしれません。これらの例は、まさにホテルスタッフが長年培ってきた、お客様への細やかなホスピタリティをテクノロジが再現しようとしていると言えるでしょう。

そして、AI技術の進化は目覚ましく、膨大な会話データから学習することで、まるで人間のように自然な対話を行い、お客様の感情に寄り添う「癒し系会話AIロボット」も、すでに開発されています。

していただくためにも、朝食サービスの質の向上は喫緊の課題と言えるでしょう。お客様第一主義を掲げるのであれば、人手が不足する業務にこそテクノロジを積極的に導入し、スタッフの負担を軽減することが有効な解決策となるのではないのでしょうか。

自動チェックイン機やスマートフォン連携などの導入に際して、「お客様は使い方がわからないのでは」「ホテルの温かみが失われるのでは」といった宿泊施設で働いている方からの不安の声を多く耳にします。

しかし、視点を変えてみてください。例えば、自動チェックイン機の操作に戸惑うお客様を、スタッフが丁寧にサポートすることで、お客様とのより深いコミュニケーションが生まれ、信頼関係を構築することができるのです。このようにテクノロジはお客様との新たな接点を創出し、よりパーソナルなサービスを提供するための強力なツールとなり得るのです。

テクノロジは単なる効率化ツールではなく、ホスピタリティを新たな次元へと進化させる可能性も秘めているのです。しかしながら、まだまだテクノロジはそこまで進化していませんが、近い将来、宿泊業界にもこのような世界が訪れることは間違いないでしょう。

その時、ロボットやテクノロジがしてくれた行為に対して、お客様はどのような感情を抱くのかということに私は興味を抱いています。

スマートフォンやスマートウォッチといったデバイスと触接操作しない世界「Zero UI」が進化すると、専用アプリの操作すら不要となり、お客様の自然なジェスチャー（声、動き、顔のパターンなど）だけで、デバイスが自動的に反応し、お客様の目的や潜在的なニーズに応えることができるようになります。

現在、アメリカでは35%もの人々がスマートスピーカーを利用しており、Amazon Echoに「今日の天気は？」や「リビングの電気をつけて」

これからは「安全」「安心」「清潔」「エコ」「コンビニエンス」といった要素はテクノロジに任せ、ホテルスタッフはそれによって生まれた時間を、お客様とのコンタクトポイントに注力すべきです。それこそが真のホスピタリティに繋がる道ではないかと私は考えています。

近い将来、もし皆さんが作業から解放されお客様との接客に専念できるとしたら、その時、皆さんはどのようなホスピタリティをお客様に提供したいですか。また、そのような人材を育てるには、どのような教育が必要だとイメージできていますか。

第四節 ホスピタリティは人的サービスでしかないのか

「ほんとうにいつもよく気がつくよね。ありがとう」

サービスとは、お客様が明確に認識しているニーズに応えるもの。一

と話しかけるだけで、その要望が叶えられます。皆さんがお使いの「Siri」も、音声アシスタントの代表的な例と言えるでしょう。

加えて、昨今のコロナ禍の影響により人々は接触を避けるようになり、タッチレス技術への関心が明らかに高まっています。

スマートフォンではLINEやメールの音声による入力普及し、画面の文章を読み上げてくれる機能も登場しています。さらに「Zero UI」の進化は、高齢者や障がいを持つ方々にとつて、より自由で快適な生活を実現する鍵になるかもしれません。

先ほども話しましたが、テクノロジはまだ完璧ではありません。しかし、宿泊業界が直面する深刻な労働力不足や、コロナ禍によって変化したお客様の行動に対応するため、私たちは今こそ「ホスピタリティの本質とは何か」を改めて考え直す時を迎えているのではないのでしょうか。

（続く）