

総支配人セミナー in 名古屋

伊勢志摩サミットで沸く 東海マーケットのポテンシャルとは!!

9月29日、ヒルトン名古屋を会場に、弊社主催の総支配人～企画・宿泊部門長向けセミナーが開催された。京都とならび、特異な性質を持つのが名古屋を中心とする東海マーケットだが、今回はホテル総支配人、副総支配人に加え、コンベンションビューローから1名、地域の宿泊特化代表としてホテルズ会より1名、立場や背景の異なる計4名がパネリストとして登壇した。懇親会を含め半日におよんだイベントは、伊勢志摩サミットや世界的なスポーツイベント誘致、リニア開業で注目集まる東海エリアの現状や今後の戦略について広く学び、意見を交わす場となった。



ホテル目線とお客さま目線 顧客満足の前にある売り上げ

国際的なスポーツイベント誘致やリニア開業に加え、2016年5月26・27日には三重県志摩市賢島を会場に、08年「北海道・洞爺湖サミット」以来の国内開催となる先進国首脳会議が決定。世界中からの注目が高まっている愛知・岐阜・三重を中心とした東海エリア。ホテルや旅館、観光産業においても、現在の高い稼働に輪をかけるような、さらなるゲスト流入が容易に想定される。今後の方向性についての答えを求めるかのように、総支配人～企画・宿泊部門長向

けセミナー in 名古屋には、市内を中心に、愛知県全域、ほかに岐阜・三重・静岡などの近隣から、60名を超えるホテルマンや業界関係者が参加した。

全体で3部構成のセミナー。第1部は、独立系宿泊施設の発展支援を意識した「ホテル・旅館を黒字化に導く実践術」をテーマに、マスト・インターナショナル(株)代表取締役 湯浅太氏が講演。東海マーケットにおけるインバウンドやリピーターゲストの需要にふれ、さらなる顧客の獲得と売り上げ向上を実現するための「CSと売り上げのつながり」について説明した。冒頭「顧客が満足するのか。それとも顧客を満足させるのか」を会場に問いかけ、企画側の都合や先入観によって世に送り出される「ホテル目線のマーケティングとプロモーション」の存在について言及。正しいニーズへの理解と、アクションの重要性を訴えながら、顧客満足獲得へトピックを移行した。まず顧客満足について、「獲得と改善、どちらも顧客目線を意識したうえで、適切なことを適切な方法で行なうことが必要です」と述べた。続けてリピーター、売り上げ、利益の増加とそれら関係性にふれ、顧客の創造と中期的な売り上げ増が同等の意味をなすと説明した。続けて顧客満足の要素となる七つの価値要因の存在を挙げると、その一つである環境的要因から話題を展開。昨今全国

的に行なわれている客室リニューアルや再生時のリノベーションなどハード面への投資について、(株)J.D.パワーアジアパシフィック公表の顧客満足度データを用いた分析から「顧客満足における重要な要素の一つである」とした。具体的な施策として、顧客満足の改善と管理に有用なアンケートの活用方法にフォーカス。評価から解析できる自社の強みと弱みや、そこから作り出される具体的かつ効果的なアクションプランについて説明し、プランの進捗管理やCS会議など、意見と現状が共有できる機会創出提案も併せて行なった。

同氏はまとめとして「CS活動と顧客管理、どちらもお客さま目線で考えていくことが大切です。ゴールとなるものは、会社の中期的な売り上げと利益の確保。その構成要素が顧客・頻度・単価であり、それらを上げるため、どのようなアクションを起こすべきなのかを全セクション、全従業員が考えるようになれば、少しずつ結果としてあらわれ、大きな成果へとつながっていくはずです」と講演を終えた。

業界トレンドとソリューション提案

第2部は「ホテル業界最新トレンド」と題して、3社3名によるホスピタリティー業界への提言、顧客満足や単価アップに向けたソリューション提案、増加するイ



講演で、力強い口調で日本のホテル業界の現状と未来に警鐘を鳴らす弊社村上



(株)クレドインターナショナル 名古屋地区営業マネージャー 古市昌子氏



(株)アビリティコンサルティング 常務取締役 東京本社 WEB 事業統括本部部長 WEB ディレクター 水野真寿氏



フォーラム関係者に、日本のポテンシャルについて説くワンシーン

ンバウンド需要と変化するマーケットに適應する施策発信が行なわれた。最初の登壇者は、弊社専務取締役経営調査室長 村上実。インバウンドをトピックに、先日参加した日仏観光産業フォーラムと、そこから得られる日本と海外の違いについて述べた。2000年の観光立国宣言以来、順調にその数を伸ばしてきた国内のインバウンド需要。昨今のホテル高稼働を支える主要因でもあるが「結局日本のホテル業界はどこへ向かうのか」と強い疑問を投げかけると、同氏は業界特有の生産性の低さや低賃金、若年層の離職などさまざまな問題について指摘した。加える形で「海外からは、観光資源やサービスに対するポテンシャルの高さを評価する一方で、無秩序に高騰する宿泊費用が、将来的な不安や不信を生み出す可能性がある」と、システムに頼りきった販売価格管理の危険性を示唆。今後のインバウンドレポートを意識し、整備

された定義に基づく、ホテルポートフォリオの必要性を提言した。最後に同氏は業界が抱える問題に対し、長崎のある施設を例に挙げながら「日本には世界最先端の工学技術と、江戸時代から継承される最高峰の接客文化があり、この二つの絶妙な組み合わせこそ、今後のホテル業界と観光業界を救済する決定的なコンテンツとなる」と力強く締めくくった。続いて本セミナーの協賛企業でもある、(株)クレドインターナショナル名古屋地区営業マネージャー 古市昌子氏が「インルームエステによる集客アップの提案」をテーマに登壇。男女共通して増加するリラクゼーション需要を念頭に、同社の事業概要とメイントピックであるインルームエステについて説明を行なうと、導入にあたってのメリットや現状の契約実績を紹介。「導入件数は順調に伸びており、今後もインルームエステの需要は高まりを見せていきます。サービスの導入によって、新たな宿泊プランの打ち出しが可能となるほか、弊社オリジナルの提携商材により、企業ブランド向上にも貢献いたします」と講演を終えた。最後は開催地名古屋と東京に拠点を置き、効果的かつ戦略的なWebデザインや予約システムで施設の経営サポートを行なう(株)アビリティコンサルティングより、常務取締役東京本社WEB事業統括本部部長 水野真寿氏が講演。「自社Web施策/スマホ・インバウ

ンド対策のポイント」をテーマに、まずWebサイトの新境地として五つのトピックを掲示した。

- ① スマートフォン対応
- ② アナリティクス、サーチコンソールの導入と分析・効果測定
- ③ ユニバーサルアナリティクスへの切り替え
- ④ コンバージョン設定やクロスデバイストラッキングができていますか
- ⑤ CMS (コンテンツマネジメントシステム) 導入の有無

それぞれひもときながら、Web分析のポイントへと内容を展開すると、『Webの売り上げ = 訪問回数 × 予約率 × 単価』という概念のうえで、同社の介在意義や役割を訴求した。その中でデバイス別のアクセス数に触れ「2015年はスマホがPCのアクセス数を超えました。それぞれのユーザーは、重複することが少なくなっていると考えられ、今後スマホサイトがある施設とない施設では、新規顧客の獲得に差が生じてくると予想されます」と述べた。そしてスマホサイト制作にあたってのポイントをいくつか挙げながら、専用プランの用意を推奨した。後半は、インバウンド対策にフォーカス。空港からのアクセス、宿泊施設周辺および地域情報の発信など、訪日外国人目線の情報



「CSと売り上げ」の関係をテーマに講演を行なう、マスト・インターナショナル(株)代表取締役 湯浅太氏

掲載を前提に、多言語化や利用につながるイメージ画像配置、Wi-Fi 完備などが選ばれるホテルを目指すうえで効果的であると。その後も動画を用いた施設紹介や、シェアが容易な SNS での発信、Instagram を利用した画像表現など、進化する Web 施策に会場中から関心が注がれた。

東海マーケットの課題と成長の方向性 それぞれの今後とは

第3部は、「東海マーケット近未来戦略」と題してパネルディスカッション。現役のホテルトップマネジメントに、コンベンションビューロー、地域の宿泊特化代表名古屋ホテルズ会と、バックグラウンドや役割の異なる面々が登壇した。ファシリテーターの村上より近況の経済状況についてたずねられると、名古屋ホテルズ会 船橋氏は昨年後半からのインバウンド需要の高まりと、横ばいに推移する国内需要をそれぞれ述べつつ、自身が勤務するホテル単体、またホテルズ会の加盟ホテル全体でも、昨年10月を起点に大きく上回る稼働の中にあると説明した。インバウンドへの期待値は継続しており、今後も誘客に向けた施策や発信を行なっていく姿勢。2013年11月1日の開業より総支配人を務めるロイヤルパークホテル ザ 名古屋 鈴木氏は「14年中期の月初オンハンド稼働率は約60%、今年は同時期で約80%まで上昇。特にインバウンドが伸び、客単価向上にもつながっている」と述べ、最終的な外国人比率は30~40%で推移、中国系のFITが中心であるとした。ヒルトン名古屋 前川氏は、外国人客増については他ホテルと同様と発言。ハード向上を目的とした客室改装、差別化を図るためのソフトについても、現在社内では話し合いの場を設けているという。他ヒルトンとしてのCSR活動や女性幹部活用、新たな取り組みなどを説明した。インバウンドから派生する形で、トピックは観光施策へ。名古屋観光コンベンションビューロー 下田氏は、12年1月に中華圏(※1)から中部北陸9県へのインバウンド推進を目的に立ち上げられた「昇

※1 2015年3月26日に行なわれた第6回昇龍道プロジェクト推進協議会にて、設置要綱の記述にあるPR対象を「中華圏」から「海外」へと改正。



ヒルトン名古屋
副総支配人 前川博之氏



名古屋観光コンベンションビューロー
観光部国際グループ課長 下田秀人氏



ロイヤルパークホテル ザ 名古屋
総支配人 鈴木将勝氏



名古屋ホテルズ会
会長 船橋誠氏



ホテルズ会登録施設全体の高稼働を述べる船橋氏。コメントに、今の名古屋の好調具合が集約されている

龍道プロジェクト」を、ディスティネーションマーケティングの成功事例として背景や経緯などを交えながら説明。その中で、中国からの訪日客数は15年7月末時点で、すでに昨年1年間の数字を超えているとした。一方で、9県を回遊する外国人観光客の少なさや、セントレアからの外国人出国率の低さを課題として挙げる。特にこの点について「大阪(伊丹・関西)、東京(羽田・成田)への流動およびターミナル利用では、中国人観光客の目当てである購買行動に起因する部分がある。県外に行かずとも、東海エリアでショッピングが満喫できることを、大規模商業施設等が一体となって訴求することが急務と考えている」と述べた。後半のパートは、離職やマーケティングをトピックに展開。村上は離職について「給与や役職で引き止める時代ではない。やりがい、周囲との関係・環境、個の認証が職場には求められている」と提唱。船橋氏はホテルズ会という団体の中で定期的な研修の実施があると述べ、スタッフの基礎スキルアップ、やりがいにつながっているとしながらも、宿泊特化のキャリア形成に対し、スタッフにどのように理解をうながすかを模索していると課題を示した。鈴木氏は、今後も継続するホテル開業を想定し、また協力会社との関係強化や人材流失防止の観点から、定期的に親交の場を設けているとした。前川氏はマーケティングの観点から「新しいプロダクト」をキーワードとして掲げ、宿泊・料飲を問わず、ホテルをさまざまな視点から分析し、今までにないものを発信していくと意欲を示した。また人材も重要なキーワードであるとし、他業種が取り入れ効果を発揮している「働きやすい環境づくり」の仕組みに対する関心を述べた。下田氏は誘客を行なう立場から、行政主導の町ぐるみの観光PRやさらなる観光産業への注力を提言。通訳導入想定時の単価向上への懸念や、バスや駐車場など観光インフラ整備への早急な対応を課題としながらも、現地の人々の受け入れ態勢は前向きでよい状態であると述べた。最後に村上は民泊の話題にふれ増加するインバウンドゲスト、ホテル、分

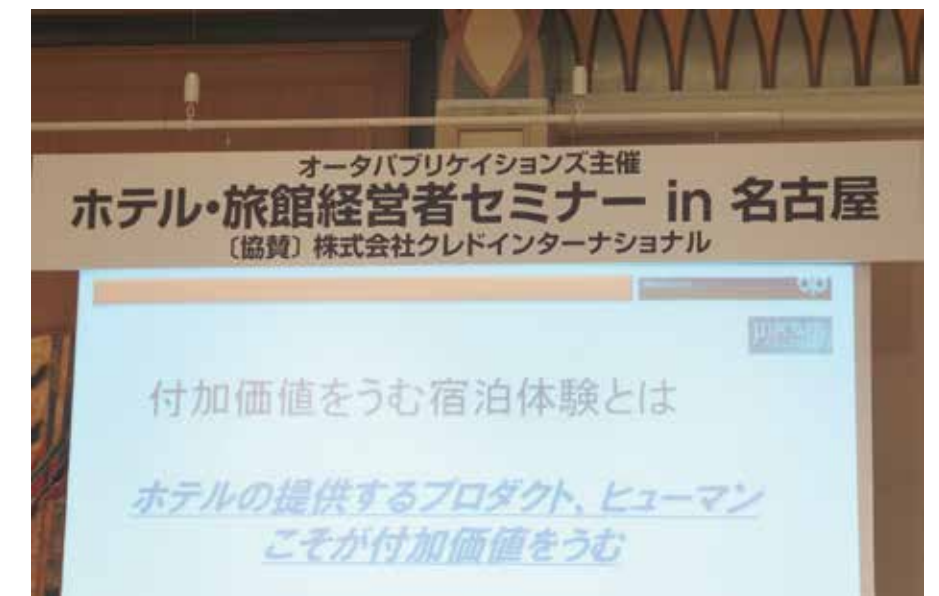
散するマンパワー、これらに立ち向かうために従来の概念を壊し、世界のルールを取り入れ、今までにないクリエイティブな発想を磨いていかなければならない」と参加者全員にイノベーションの必要性を強く訴えた。

セミナー終了後、懇親会が行なわれると、ヒルトン名古屋 前川氏がホストホテルの立場からあいさつと乾杯の発声を務めた。懇親会の場内にはセミナーから引き続き、多くのホテルマン、業界関係者が参加。普段交流のないタイプの違うホテルマン同士が、積極的に意見の交換を行なう姿が見受けられた。歓談の途中



ヒルトン名古屋 総支配人 フィリックス・ブッシュ氏。
懇親会の参加者と交流を図る

には、同ホテル総支配人 フィリックス・ブッシュ氏が駆けつけ、壇上よりあいさつ。参加者や出展企業との交流が図られる中、セミナーは無事幕を閉じた。



特別 協賛企業



株式会社 ウィンツリー
Tel: 03-3436-2772
URL: <http://wintree.co.jp/>



株式会社 ケイティーエス
Tel: 0977-44-6100
URL: <http://www.kts-web.jp/>