

# 国際ホテル旅館

INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT 2020.2/5 第469号

発行所:国際ホテル旅館 〒104-0061 東京都中央区銀座 8-11-1 (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(5537)8661 FAX 03(5537)8533  
https://ihr-news.jp

【第1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主任研究員 藤原 猛



早いもので、2020年も2月に入りました。これまで宿泊業務の自動化・IT化の連載が続けてきましたが、今年も自動化・IT化によって得られる情報ITデータの活用についてお話しします。

読者の皆さんのようなホテル・旅館業にとって、データ活用と云えば何を思い浮かべるでしょうか。

まずは宿泊予約情報が挙げられます。この情報を分析することで、来館に至るまでの動線など、重要なマーケティング情報を得ることができ

ます。

### ホスピタリティを維持・向上するためのデータ分析

百発百中  
ではありません。

この分析の精度をより高めるために有効なのが「パーストリップ調査」です。具体的には「いつ・どこのような目的で・どこからどこへ・どのような交通手段で移動して」目的地を目指すのか、その内容と時期・時機を重ねて顧客の動向を解析することです。小売業では単純に時間で考えますが、宿泊・観光施設は季節や社会情勢なども考慮して時期・時機を総合的に捉えるべきです。

例えば、バレンタインデーに合わせたイベントを企画するとしても、

プロモーションを展開するにあたっては、宿泊を検討している人たちが惹きつけるカスタマーエクスペリエンスを考えることが重要です。また、イベントの価値・魅力を伝える伝える時期・時機にも配慮することが重要になります。

当然ながら、開催場所とターゲットの生活拠点との距離が遠いと、リードタイムもその分長く設定しなければなりません。さらに、継続的な興味喚起のためにも、イベントの主催者は毎年新たなコンテンツを企画

しなければなりません。毎年同じことの繰り返しでは、利用客が魅力を感じるカスタマーエクスペリエンスを提供できないからです。

とはいえ、リピーターにも訴求する必要があるので大きく変化させる必要はありません。これはイベントの規模や客層に応じて上手く判断しましょう。

いずれにしても、成長には常に「花」が必要だということです。今年トレンドを反映して何を取り入れるか、そのトレンドにリンクしたプランや

演出として何をするかなど、企画においても細かい分析を活用し、それを毎回繰り返すことで、常に新鮮さを提供することができます。

データ活用の分野はとんでもないスピードで進化が進み、マーケットデータの見える化も手軽に取り入れることができるようになりました。様々なソフトウェアツールが自動で演算してくれるので、「経験則や肌感覚」に頼ることなく高精度の予測ができるようになっていきます。

もちろん、あくまでも予測なので百発百中ではありません。全ての物事に共通して言えることですが、失敗があるからこそ成功に向けた戦略が作られ、そこにデータ活用の価値が生まれるのです。

#### ■著者プロフィール

「変なホテル ハウステンボス」開業準備室長・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年に薄つくしを設立。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。