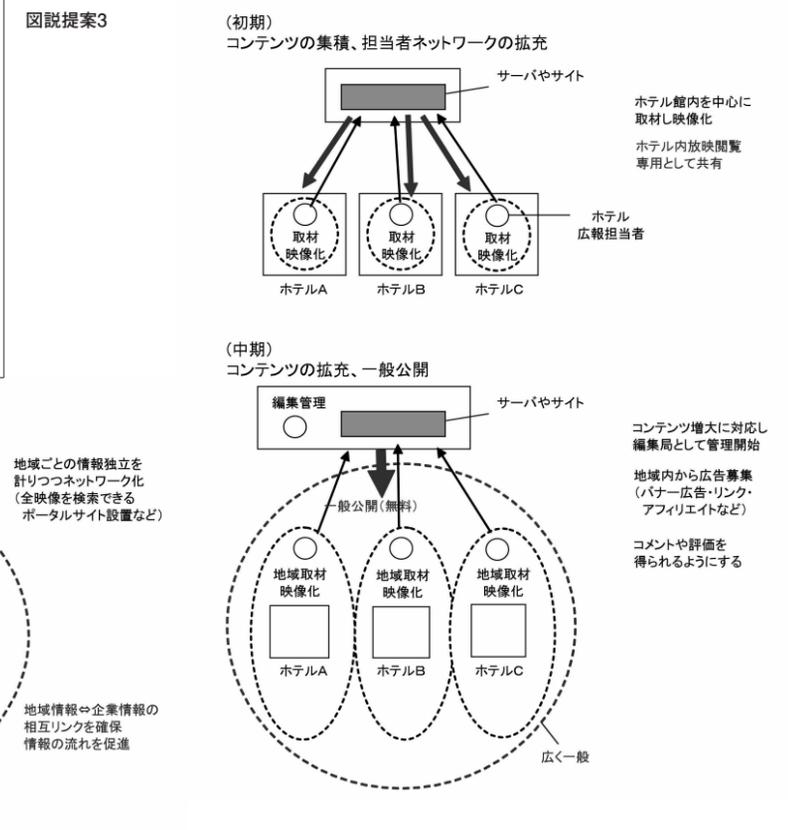
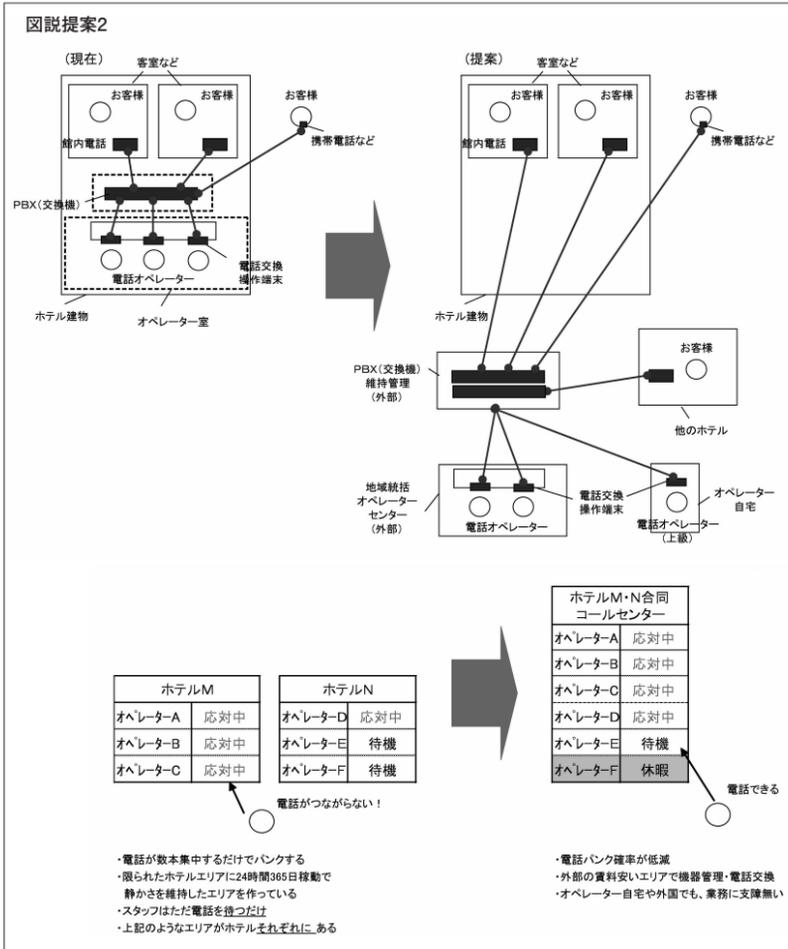
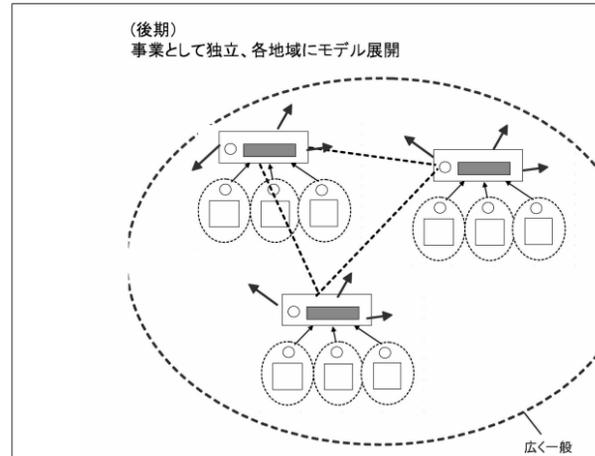


提案2「オペレーションセンター」の分離・集約・ホームオフィス化
概要: ①各ホテルの「オペレーションセンター」をホテル外の低賃料地域に移転。
 ②近隣ホテルを中心にオペレーションセンターを集約、他ホテルの案内・電話接続もできる形へ。
 ③上級者は自宅にサテライト事務所ゾーンを設置し、ホームオフィスでの電話対応を行なう。
目的: お客様が本当に求めていることを
 … お客様からは「電話が繋がる」ことが最優先。
 限られた面積の有効活用
 … 単独ホテルだけでなく数ホテル合同で効率化できる。
 限られた人材資源の活用
 … 地域レベルで人員配置効率化・スタッフ能力向上が見込める。
 ホームオフィスという利点
 … 通勤の費用とリスクがなくなる、家庭と両立できる。

提案3—PR.net (ホテル広報ネットワーク化&放送局化)
概要: Youtubeのように動画共有サイト/システムをベースに、ホテル広報担当者やコンシェルジュがホテルと地域の旬の情報を動画で撮影して投稿。担当者は記者となり、編集者となりコンテンツを作成、閲覧数もわかる。ホテル館内や地域情報が感覚として分かり、ホテル来場者の情報源(暇つぶし)として使え、WEBに無料公開して地域全体として社会全体へPRできる。既存メディアのように勝手に情報加工しないことで、狭い範囲ながらも信頼される密度の濃い情報源として事業成立する。
目的: 感覚的情報の集積と公開
 … 映像という動画+音声という皆が感覚的に分かる情報として集める。広報業務の効果顕在化、事業化
 … 閲覧数という評価が顕在化し、より良いコンテンツへのモチベーションが向上広報業務が広告収入という「事業」として展開できる。
 地域としての情報共有、PR促進
 … 良い情報は共有すべきであり、それはホテル単体を内包する「地域」の活性化となってフィードバックされる。
 情報の質の向上
 … 無編集ルール、閲覧者の率直な評価により、テレビ・新聞等の弱点である情報の(勝手な)編集、広範囲すぎて内容が薄いという点を上回ることができる。

提案4—キッチン中継
概要: 提案3のシステムを活用し、生中継でテーブルに料理製作の様子を放映固定カメラでも良いが、サービススタッフが記者&インタビュアーのようにしてキッチンスタッフとやり取りするとなおもしろい。
目的: 料理という芸術のライブ感
 … 料理は作る姿も魅力的で、製作過程でお客様を楽しませることができる。「待ち時間」という概念を無くす
 … 料理が出るまでは「待ち時間」ではなく、知的好奇心をくすぐり、他の料理への興味をも湧かせる時間と位置づけられる。
 キッチンスタッフの意識変化を
 … キッチンがバックヤードでなくなり、魅せる動き・魅せる場所(衛生・機材など)という意識がモチベーションになる。

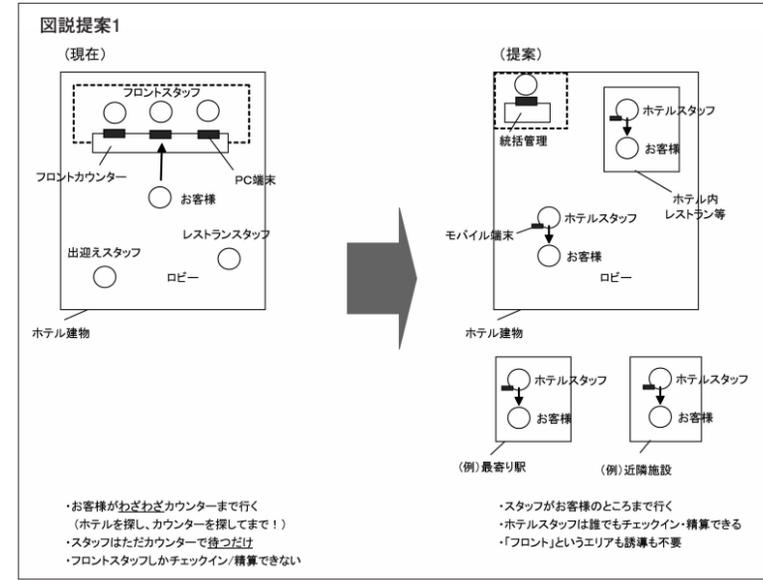
提案5—ホテル客室の窓=映像スクリーン
概要: ホテル客室の窓を映像スクリーンと見立てて提案3・4の映像やPC映像、テレビ映像をプロジェクターで投影する。ロールスクリーン=映像スクリーンという方法以外にも、スイッチで一瞬にスクリーンとなる曇りガラス素材や薄いフィルム型テレビを窓に貼り付けるなど、スマートな方法も可能。
目的: 客室という商品の価値向上
 … 「テレビ」という無機質な物体を視界からなくす
 景色と映像情報が任意で同じ姿勢・方向で楽しめるように。
 サプライズの可能性拡大
 … 窓=景色が見えるものという固定観念の打破による驚き(例:結婚記念日に部屋に入ると結婚当時の映像が窓いっぱい)
 限られた空間の有効活用
 … 「テレビ」のスペースが無くなることで、客室内の設計自由度が高まる。



第1回「タップITアワード」優秀賞(1) ITはお客様のために

森観光トラスト(株)
 マネージメント部 運営推進課 中村恒志

提案1—ホテルフロントの“モバイル化”
概要: ホテルのフロントカウンターのチェックイン端末をモバイル化する。モバイル端末には予約照会/カードキー発行/精算機能も持たせる。ホテル館内だけでなく、少なくとも最寄り駅までを使用可能範囲とする。
目的: ホテル業の本質を問う
 … お客様を煩わせる(探させ、来させる)ことが良いサービスなのか。
 限られた面積の有効活用
 … 「フロント」がないため、活用面積が増え、パブリックゾーンの設計自由度が高くなる。
 限られた人材資源の活用
 … セクションという垣根がなく、効率もモチベーションも向上する。



おわりに

このように5つのアイデアを一気に掲載することは、論文及びアワードの主旨としては誤りかもしれない。ただ、それでもあえてすべて掲載したのは、私の目標がこれらアイデアの、実現であるからだ。私にとってはどれも実現すればとてもおもしろいと思えるものであり、実現を早めるためには一刻も早く露出させ、オープンソースにしてしまったほうが良い。目先のことだけで知的財産のように自分で厳重に保護して実現が遅れるのは私自身を含めて全員にとって不幸だ。

こうやって今あるアイデアを記録し放出してしまえば、また私は今後どんな別のアイデアへと目を向けられる。ここにあげたアイデアだが、できるだけ早く現実となるよう、願っているし私もそのために考え動きたい。

はじめに

宿泊業・レストラン業などのホスピタリティ産業の特徴は、関わる人(お客様・スタッフ)の多さと、人的コミュニケーションの重要度が高いことにある。IT機器の発達していかなかった時代から産業が存在していたこともあり、本来ITは補足的である。

しかし現在、ITへの過信や過依存が原因で、レジ端末入力のためにお客様を待たせたりわざわざ確認を取ったり、本末転倒といえる事態も散見される。ホスピタリティ産業でITを活用するには、業務効率改善という会社の理屈ではなく、いかにお客様へ新しい価値を提供できるかを主眼としなければならない。

以下の提案では、ITをコミュニケーション促進のためのメディア(媒介)と位置づけ、それを起点にホスピタリティ産業の役割を強く問い直すものである。

前提として

ITを「媒介」として位置づける上では、その技術は意外性や専門性の少ない、誰にでも判りやすく使えるものでなくてはならない。その点、提案で用いる技術は、すでにメジャーに実在するものがベースになっており、ことさらな説明を必要としない。

また提案ではホテル産業を起点として挙げているが、ホテルのみならず産業として地域としての価値を再考し、最終的には社会のしくみをも変えようものと思っている。



●プロフィール
 2000年京都大学総合人間学部国際化学科卒。森観光トラスト(株)入社。本社、総務部、企画開発部、企画部。05年森観光トラスト(株)ホテルラフォーレ東京、管理課総務、管理課人材開発兼宿泊課宿泊予約。06年より株横浜ランドインターコンチネンタルホテル出向、経理財務部主任。08年9月より森観光トラスト(株)本社、マネジメント部運営推進課主事補、現在に至る。