

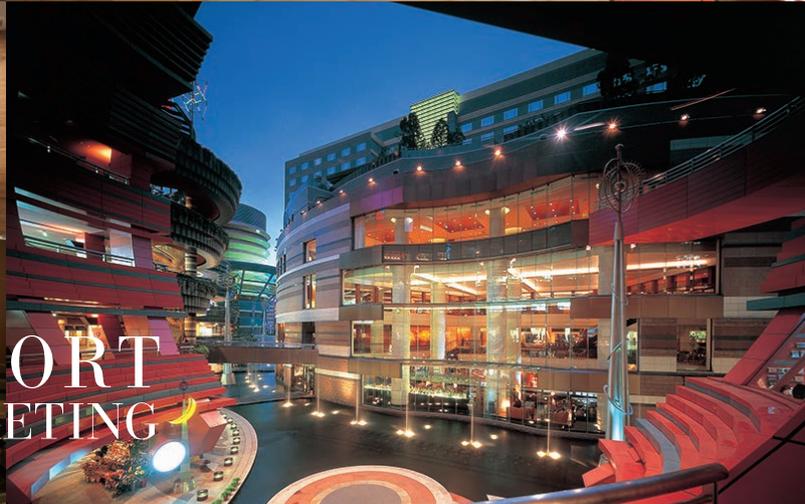
IR 通信別冊

IT & RENOVATION

IR

ホテル・旅館業界  
年鑑 2016&2017

IR Almanac of Hotel & Ryokan Industry 2016&2017



RESORT  
MARKETING

4	<b>IT 総論</b> (株)サイグナス 代表取締役 丸山英実	78	<b>VOD(Video on Demand)</b> クラウドイット(株) 代表取締役社長 板倉康和
10	<b>PMS(Property Managemnt System)</b> クラウドイット(株) 代表取締役社長 板倉康和	80	<b>ブリッジ・モーション・トゥモロー(株)</b>
12	<b>(株)タップ</b>	84	<b>カード錠 (Card Key)</b> (株)フィ・シー・イー・ジャパン 代表取締役 蔦木芳美
16	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> 日本オラクル(株) Hospitality Global Business Unit シニア・セールス・マネージャー 河上啓子氏	86	<b>(株)フィ・シー・イー・ジャパン</b>
18	<b>日本オラクル(株)</b>	90	<b>ソーシャルメディア (Social Media)</b> フェリックス・ウェイ(有) 代表取締役 館田 智
20	<b>(株)ナバック</b>	94	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> フォートラベル(株) 事業本部営業部副部長 高橋和也氏
22	<b>(株)アルメックス</b>	96	<b>フォートラベル(株)</b>
26	<b>CRS(Centralized Reservation System)</b> クラウドイット(株) 代表取締役社長 板倉康和	98	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> TrustYou (株) 代表取締役社長 下嶋一義氏
30	<b>OTA(Online Travel Agent)</b> クラウドイット(株) 代表取締役社長 板倉康和	102	<b>コンサルティング (Consulting)</b> (株)コレリアンドアトラクト 代表取締役 松本慶大
32	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> エクスペディアホールディングス(株) 代表取締役 日本・ミクロネシア地区統括本部長 マイケル・ダイクス氏	106	<b>(株)コレリアンドアトラクト</b>
36	<b>マーケット分析 (Market Analysis)</b> (株)サイグナス 執行役員 ASP 事業部長 上垣 徹	110	<b>その他</b> (株)アビリティコンサルタント 常務取締役 WEB 事業統括本部長 水野真寿
40	<b>(株)サイグナス</b>	114	<b>(株)アビリティコンサルタント</b>
44	<b>婚礼・宴会システム (Bridal &amp; Banquet System)</b> (株)ユニコーン 代表取締役 中野恵司	116	<b>トピックス (TOPICS)</b>
46	<b>(株)ユニコーン</b>	118	<b>社長寄稿</b> KPG HOTEL&RESORT 取締役社長 兼 COO 田中正男
50	<b>WEB 予約エンジン (WEB Reservation Engine)</b> (株)サイグナス 代表取締役 丸山英実	120	<b>ホテル・旅館業界 IT 担当者からのコメント</b> ハイアット リージェンシー 那覇 沖繩 ホテルオークラ東京ベイ/レオパレスホテルズ ロワジュールホテル & スパタワー那覇
54	<b>チャネルマネージャー (Channel Manager)</b> クラウドイット(株) 代表取締役社長 板倉康和	126	<b>ホテルリノベーション総論</b> ホテル・旅行産業ジャーナリスト 永宮和美
56	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> 比較 .com (株) 代表取締役社長 渡邊哲男氏	130	<b>デザイン総論</b> 三井デザインテック(株) チーフデザイナー 堀内健人
58	<b>比較 .com (株) (TEMAIRAZU)</b>	132	<b>TOP INTERVIEW</b> (株)アゴラ・ホスピタリティーズ 代表取締役社長 浅生亜也氏
62	<b>CRM(Customer Relationship Management)</b> C&RM (株) 代表取締役社長 小林武嗣	134	<b>SPECIAL INTERVIEW</b> (株)コンフォートアライアンス 取締役会長 佐藤雄三氏
64	<b>C&amp;RM (株)</b>	136	<b>寄稿</b> <b>ホテル旅館格付け情報の意義とリノベーション</b> (株)ホテル格付研究所 代表取締役所長 (株)日本ホテルアプライザル 取締役 北村剛史
68	<b>ユニフォームシステム (Uniform System)</b> (株)コム システム販売部 チーフシステムコーディネーター 信本 悟	140	<b>寄稿</b> <b>香りのイメージ</b> (株)Gotas 代表取締役 富田 唯
70	<b>(株)コム</b>	142	<b>寄稿</b> <b>ホテルリノベーションにおける客室アイテムの考え方</b> イヴレス(株) 代表取締役 山川景子
74	<b>購買システム (Purchasing System)</b> (株)ユニコーン ソリューション事業部 小島智宏		

## ホテル業界 ITトレンド 2016 ～ IT の選定における留意点～

(株)サイグナス 代表取締役 丸山 英実

### はじめに

現在、ホテル業界含め国内の観光産業は、インバウンド旅行者の増加に支えられ、好調な業績を維持している。昨年ほどの伸びは見られないものの、これからオリンピックに向けてマーケット状況が下がる状況は考えにくい。

しかし、どのようなマーケットでも、永遠に右肩上がり続ける状況はなく、マーケットがマイナスに転じる時代が確実に訪れる。マーケット減退時期が、2021年なのか、

22年なのかの予測は難しいが、業績好調の今だからこそ、将来のマーケット変化に備えて適切なIT投資を行なうことが必要である。業績の良い時期にITに投資し、効率的な活用・運用を行なうことにより、それが企業文化となり、経営体力を蓄えておくこととなる。

宿泊予約においては、インターネットの出現により多くのイノベーションが起こり、インターネットを利用したいくつかの新たなサービスが創出されている。また、インターネットの発展に伴い予約チャンネル大変革も起こった。しかしながら、ホテル業務の特殊性や専門性の観点からは、IT関連の提供ベンダーの顔ぶれに大きな変化はないと思われる。

ITにおけるホテルマーケットは、ソフトウェアベンダーの新規参入が非常に難しい業界だと言える。世界的に見ても「デファクトスタンダード」として認められているITベンダーは限られている。それゆえ、ユーザー側にとっては、非常に選択肢の少ない状況である。

このような状況の中、自社の継続的な経営力向上を目指し、適切なIT投資を行なうためには、今後のITトレンドを理解した上で、システムを選択することが必要である。

### クラウドサービス時代のソフトウェア選定

日本国内ベンダーによるホテル業務ソフトウェアの考え方は、更新の度にハードウェア・ソフトウェアともに新たに入れ替えが必要となり、現行のベンダーやソフトウェアのシリーズを変えないにもかかわらず、数千万円に及ぶ一時出費を余儀なくされてきた。さらには、製品設計が変更されている場合、旧システム上の過去データが引き継ぎされない例も散見される。最悪のケースでは、予約情報も引き継がれないベンダーも存在する。しかし、これらの問題は、クラウド利用のASPサービスにより解消されることが期待されており、業務系ソフトウェアの多くが「クラウドサービス」での提供となりつつある。つまり、ユーザー側にはハードウェアもソフトウェアも自社内には存在しないということである。クラウドサービスを利用したASPが開始される以前は、自社内にてハードウェアを導入し、



丸山 英実 (まるやま・ひでみ)

(株)サイグナス 代表取締役

2003年5月 NEC ソフトウェア退社。同年6月ホテル業界向けコンサルティング会社、エム・エイチ・シー設立。04年7月(株)サイグナス代表取締役就任。ホテル業界向けコンピューターシステム設計・開発、データ分析ウェブサイトの運営、インターネット・イントラネットシステムの構築、インターネットマーケティング支援、コンピューターシステム保守・運用コンサルティング、ITコンサルティングなどを行なっている。

## クラウドASP



ソフトウェアの運用を行なっているため、ハードウェアの老朽化が、IT更新のモチベーションとなっていたが、ASPサービスの利用により、ハードウェアの更新については、頭を悩ます必要がなくなる。

ハードウェアの老朽化の心配がないということは、別棟の新規建設などがない限り、IT選択においてハードウェアの寿命であった5.6年のスパンでなく、10年単位でのIT計画を考える時代となっている。

クラウドサービスにおけるASPの良さは、ソフトウェアの定期的なバージョンアップが実施され、新たな機能や考え方はバージョンアップごとにベンダーより提案され、月々の利用料を支払ってれば、常に最新のソフトウェアが利用できることである。しかし、ASP利用の恩恵を最大限に受けるためには、ソフトウェアのカスタマイズをせず、パッケージソフトウェアのまま利用することが条件となる。

つまり、ユーザーは常に最新ソフトウェアを利用するために、自社特有の業務を優先したソフトウェアのカスタマイズを実施せず、一方、ベンダーは多くのユーザーを満足させるためにも、ホテル業務の効率化や最新の動向を常に研究し、自社のソフトウェアを進化させていかなければならない。

そして、このユーザーとベンダーの緊張感がより良いITの利用やソフトウェアの開発につながると思われる。

今後、ベンダー側のバージョンアップの計画やシステム開発ポリシーの確認をし、10年単位での継続利用を前提

としたシステム選択をしなければならない時代となった。

### マルチベンダーかシングルベンダーか

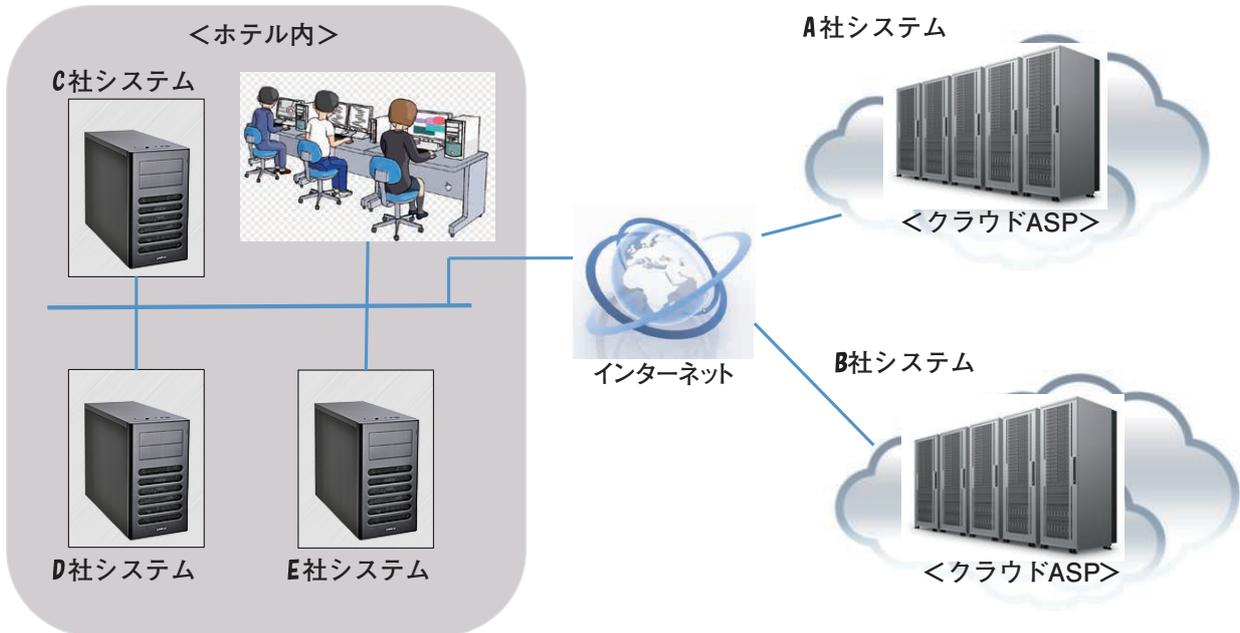
「マルチベンダー」とは、複数社のソフトウェアを組み合わせで最適なシステムを構築することである。また、各サブシステム単位でのソフトウェアの提供方法としては、サブシステムごとにクラウドサービス利用とハードウェア設置型との混合でのシステム構築も可能である。すべてのサブシステムがクラウドサービスに適しているわけではないため、適切な方式を選択できることにより、システム構築の幅も広がる。

規模の違いはあるもののホテル内には、世の中に存在するほとんどのシステムが使用されているといっても過言ではない。大型シティホテルともなれば、業務系ソフトウェアは数十のサブシステムが存在する。また、各サブシステムは、単体で稼働できるわけではなく、予約・フロントシステムを中心として、データの連携が有機的に行なわれなければならない。

ホテル業におけるシステム特性から考えると、シングルベンダー（全システムを1社で調達する）が効率的であるが、業務系ソフトウェアにおいては、各業務の専門性を要求されることを考慮すると、すべてのサブシステムをシングルベンダーにてカバーすることが難しくなっている。

理想的には、ベンダーの統一にこだわらずサブシステム

## マルチベンダー



ごとに自社の運用に最もよいと思われるソフトウェアを検討するマルチベンダー方式の方が、選択の幅が広がるとともに、うまく組み合わせれば効率の良いシステムを構築することができる。

ただし、マルチベンダー方式を採用する際、複数社のシステムを有機的に組み合わせることができる全システムの知識を持った人材が必要となることと、うまくデータ連携が実現できない場合、非効率なシステムとなるリスクが存在することを留意しなければならない。

現在では、ホテルの規模やサービスのレベルにより組み合わせ例が固定化しつつあるので、他社の事例を研究するなど熟慮した上で最終選択することが良いと思われる。

### 戦略策定効率化に向けて IT 活用の展望

今までは、IT化の主目的として「業務の効率化」を中心に行なわれてきたが、今後はマネジメントの意思決定を行なうために IT 投資を計画していくべきである。

戦略策定の効率化とは、マネジメント層が戦略を策定し、トップマネジメントがそれを理解した上で承認するプロセスの効率化を意味する。

戦略決定の IT 投資と聞いて、すぐに思い浮かぶのは BI や以前に流行した DWH である。「大容量データの自由な分析」は、いろいろ役立つ情報を簡単に入手できそうであ

るが、導入しても最大限の効果を引き出せていない例が多いのではないだろうか？そして、この原因の大部分は、利用者側の問題ではないかと私は考えている。

### <汎用的な大容量データ分析ソフトを採用する際に必要な3つのノウハウ>

1. 「BI などのソフトウェアを使いこなすソフトウェア利用ノウハウ」
2. 「大容量データからある法則を導き出すための統計学ノウハウ」
3. 「ホテル内の全業務やホテルゲストの動きを理解している業務ノウハウ」

大容量データの分析ソフトウェアの導入だけで良い戦略策定や経営が可能になるわけではなく、ましてや魔法の箱のように増収増益に貢献するわけでもない。ソフトウェアは、使いこなすノウハウと利用して戦略策定につなげる組織がなければ役に立たない。特に、データ分析系のソフトウェアは、このことが顕著に現れることを留意し、採用の検討をするべきである。

### 業務の効率化から戦略策定の効率化

来月には、今年のマーケットとは異なるマーケットが

やってくる。このようにマーケットが激しく変化する中では、戦略策定の効率化は必須といえる。そして、戦略策定には大容量データの分析が不可欠である。

大容量データの分析という観点から見た場合、レベニューマネジメントシステムもその範疇に含まれる。レベニューマネジメントは、料金コントロールを中心としてマーケットセグメント別に戦略を策定していく手法であり、レベニューマネジメントシステムは、これらの意思決定のために必要な分析を実施し、明示してくれるシステムである。レベニューマネジメントのように、分析すべきデータが明確であり、その結果を持って実施すべき手法が確立されている分野においては、分析手法がパッケージされたシステムを選定することがデータ分析システム導入の近道であり、データ分析のノウハウとその後の戦略方針決定のノウハウを獲得することができる。

戦略策定の効率化における最も重要なポイントは、意思決定者が、いかにリアルタイムに近い形で必要なデータや分析結果を共有できるかという点である。

戦略決定の会議において、会議の冒頭で膨大な資料が配布され、会議中の数時間にその内容を読み取り決定することは非常に困難なことである。会議が始まる前までに、ある程度の数値的要因の共有が可能となれば、検討事項における中心部より会議を開始できる。

つまり、多くの意思決定者にて昨日までのデータが分析された形で簡単に参照することが可能であり、かつ、それを共有することを実現できるシステムに対し、IT投資が必要である、と思われる。

## 今後のITトレンド

前述のように、各ソフトウェアベンダーは、クラウド技術を使用したASPサービスへ転換していくであろう。クラウド化により、ユーザー側は、ハードウェアやシステムの保守管理作業が削減され、それに伴い人件費的にも削減されることとなり、かつハードウェアの寿命がシステムの寿命ではなくなり、10年単位の視野にてシステムを選択する時代になっていくことを再認識しなければならない。

また、今後は、端末のハードウェアとして「タブレット」の利用が加速度的に進んでいくと予想される。実際の登録作業が必要な場所では従来のPC端末が必要であるが、それ以外の端末はタブレットに置き換わっていくのではないだろうか。

最近、タブレット端末の活用が顕著なのは、レストランPOSである。レストランPOSは、レジとしての機能が含

まれるため、特殊なソフトウェアとハードウェアが必須であり、高価なシステムとなっていた。

しかし、欧米の外食産業を中心に、ハードウェアとしてのレジ機能と入力端末としてのタブレットの組み合わせによる運用が始まっている。すでに、単体のレストランにおいては、タブレット端末によるASPサービスを利用することにより、レジの導入さえも必要がなくなっているところも見られ始めている。

ホテルレストランでのオーダーエントリー機能は、タブレット端末に向いているし、利用料の支払いで簡単なPOS機能のASPサービスも始まっている。

さらに、今後はスマートフォンとの連携も注視する必要がある。スマートフォンを利用し、チェックインからチェックアウトまでの処理をゲストに実行させ、スマートフォンそのものがルームキーの役割を果たすサービスも始まっている。これは、現場の作業を最小限にすることができる点から見ると、作業削減を図ることが可能になると予想される。

ホテルとしてゲストへのホスピタリティ提供が一番重要ではあるが、一方では、ホテルもビジネスであることには変わりはない。常に収益・利益の向上が求められることは当然であり、あらゆるIT活用による効率的な経営を行ない、利益を出していかなければ企業そのものの存続問題となってくる。だからこそ、マーケットの好調なここ2～3年のうちに適正なIT投資を行なうことが必要なのである。

## おわりに

ソフトウェアは、国内・海外のベンダーが入り混じり、玉石混合の時代に突入している。1～2時間のプレゼンテーションで、採用を決定するのは非常に難しい。しかしながら、ASPでのソフト提供が多くなっている昨今であれば、数カ月、長くても1年の期間で契約を解消することができる場合が多いので「使ってみる」という選択肢も出てきたのは良い面かもしれない。

重要なのは、選択する自身の目を養うとともに、常に、業界の中でアンテナを高く張り情報を得る努力を惜しまないことである。さらには、業界内での情報交換会などで生の声を聞くことである。