

旅館・ホテルのための

# 生産性

## 向上と

## IT活用

### チェックマニュアル

アフターコロナに向けた「業務効率化」と「マーケティング強化」

生産性向上は「**集中**」するサービスを決めることから始めます

「**集中**」を決める**戦略と計画・実行策**を作りましょう

労働時間管理と付加価値向上による**宿泊単価UP**を

これらの方針を決めてからIT活用に取り組みましょう

## 発刊にあたって

2020年春以降、世界を襲った新型コロナウイルス感染症は、わが国の観光業に甚大な影響を与えています。宿泊業においても、国内人流の抑制や自粛、インバウンド旅行者の消失によって、これまでに経験したことのない売上の急減となっています。

このような環境下、宿泊施設はアフターコロナに対応した、さまざまな課題に取り組んでいかなければなりません。宿泊業の場合、売上はどうしても利用者数と直結していますし、料金との関係も発生します。また、料金はサービスの水準によっても左右されます。施設そのものも一定期間で更新していかなければなりません。もちろん、人手の問題もあります。

この難局を乗り越えていくには、自社の生産性を向上させていく努力が欠かせません。今回、生産性向上のポイントを踏まえた調査研究を通して、われわれが確認すべき事項をこの冊子にまとめました。広く組合員の皆さまのこれからのビジネスのヒントになれば幸いです。

全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会 会長 多田 計介  
全旅連シルバースター部会 部会長 渡邊 幾雄  
全旅連シルバースター部会 経営研究委員長 伊藤 隆司

## CONTENTS

PART1	厚生労働省のガイドライン・マニュアルを確認してみましょう	P 2
PART2	生産性向上のためのステップ全体図	P3-4
PART3 生産性向上 準備段階	1. 「生産性」について理解しましょう	P5
	2. 事業計画を作成しましょう	P6
	3. 損益分岐点を把握しましょう	P7
PART4 生産性向上 具体的取組策	1. 生産性の向上 分母＝総労働時間の低減	P8
	2. 生産性の向上 分子＝粗利益の向上 ●単価設定の重要性 ●ロコミの分析	P9
	3. 生産性の向上 分子＝粗利益の向上 ●ホテルシステム Property Management System (PMS)	P10
PART5 IT活用の核 PMS活用事例	1. 現地調査報告 (WEB予約最前線) ●PMSからのデータ活用	P11-12
	2. 現地調査報告 (IT活用で地域づくり) ●PMSを活用した分散型ホテル運営システム	P13-14

# PART 1 厚生労働省のガイドライン・マニュアルを確認してみましょう

## ●生産性向上のために

厚生労働省では、生活衛生関係営業（理容業・美容業やクリーニング業、旅館・ホテル業、飲食業、公衆浴場業等、国民の生活に密着したいくつかの業種の総称）に対する**生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル**を整備しています。

全旅連でもこれまで旅館・ホテル業の生産性向上について、さまざまな取り組みをしてきました。厚生労働省のガイドライン・マニュアルにはその要素が集約されています。ぜひ確認してみてください。

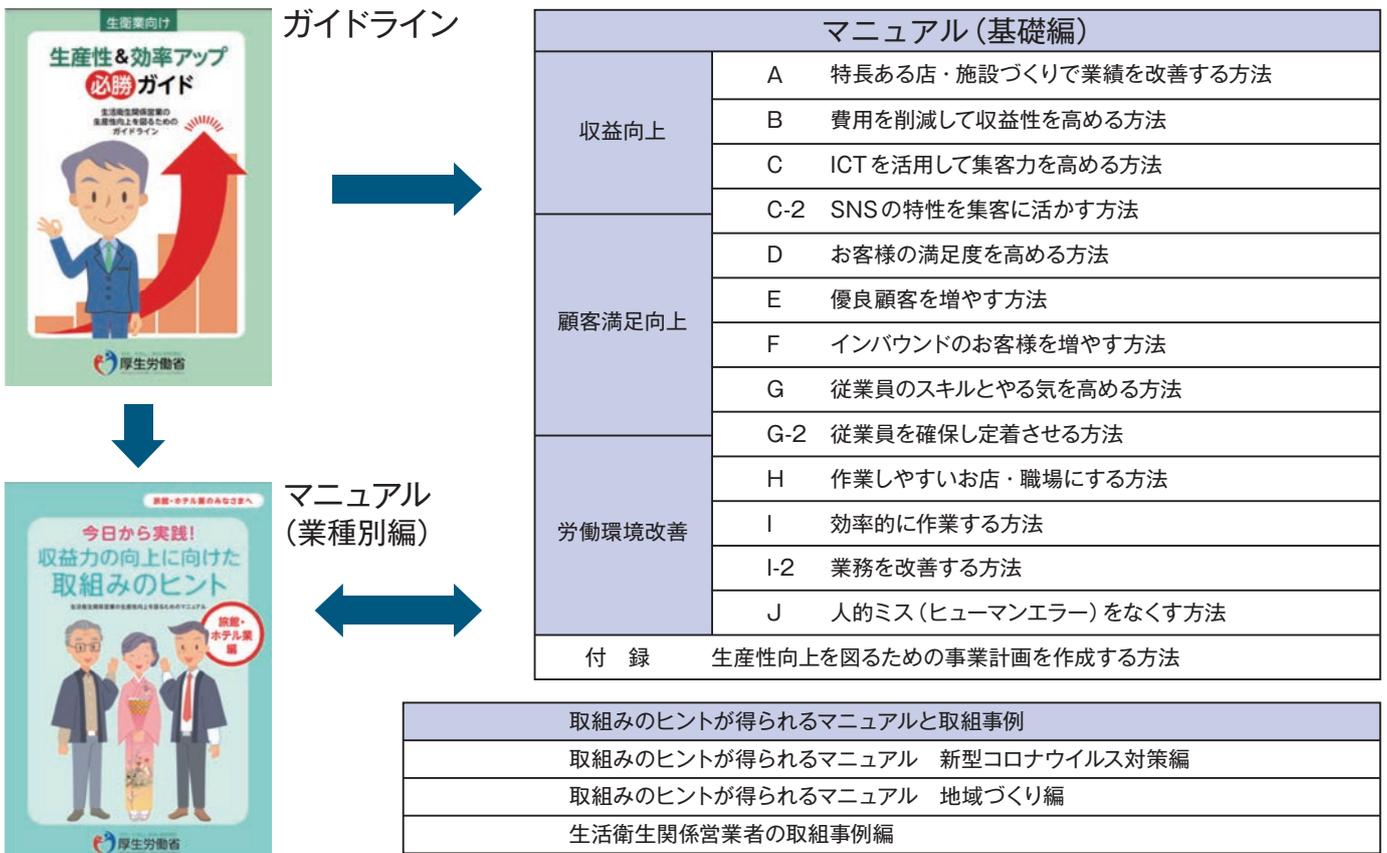
## ●ガイドラインとマニュアルの関係

まず、ガイドラインは、「収益向上」「顧客満足向上」「労働環境改善」という3領域に対して50のチェック項目が用意され、自社の強みと弱みを評価し、課題を見える化することを意図しています。

マニュアル（基礎編）は、上記3領域の13テーマ（下表A～J）と付録（事業計画作成）について、課題ごとの取り組みが提示されています。加えて、マニュアル（業種別編）では、旅館・ホテル業における「経営改善のヒント」「取組事例」などが具体的に紹介されています。

ポイントは、ガイドラインにあるように課題を見つけて、その課題に対する取り組みを生産性向上につなげることです。このガイドライン・マニュアルには、コロナ禍に対応するヒントや今後さらに重要性を増す地域づくりの要点、最新の事例も掲載されています。

### 厚生労働省 生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル全体図



厚生労働省

生活衛生関係営業の生産性向上を図るための  
ガイドライン・マニュアルはこちら



生産性向上のためのステップ全体図  
 できることから始めましょう

生産性向上の1st.ステップ 毎月の損益計算書作成から始めましょう

月次損益計算書を作成している

損益分岐点を把握している

本冊子 7Pをご覧ください

生産性向上 準備段階

労働時間管理でサービス改善

課題を明確にすることが重要です

環境分析から課題を  
明確にしている

クロスSWOT分析を  
実施している

本冊子 6Pをご覧ください

労働時間計測から  
仕事のムダを見つけます

従業員の労働時間を詳細に  
計測している

労働時間管理から仕事の無駄を  
把握し、改善している

本冊子 8Pをご覧ください

課題を解決する計画を  
立てましょう

戦略・方針に基づいた  
事業計画を策定、実行している

本冊子 6Pをご覧ください

人時生産性を計測しましょう

生産性指標を作成して  
計測をしている

本冊子 5Pをご覧ください

## 本冊子の使い方

本冊子では、生産性向上のためのヒントを要点として抜き出す形で紹介しています。個々の宿泊施設では取り組み度合いもIT活用の内容も異なっていると思います。そこで、生産性向上のための「順番」を示す形で本冊子を構成しました。日々の活動の中で「気になるところ」があれば、そのページをご覧ください。また、宿泊関連ITサービスを提供する全旅連協定商社も9pでご紹介しています。オンライントラベルエージェンシー (OTA)、サイトコントローラー、自社HP、予約エンジン、そしてホテルシステム (PMS) のそれぞれの機能をご理解ください。「課題の明確化」「課題解決の計画立案・実行」「労働時間の管理」「単価UPのための活動」など、生産性向上のためのステップをご確認ください。

### 単価UPで粗利向上

#### ネットは集客のメインチャネル

OTAや自社HPでネット予約を利用している

サイトコントローラーを利用して複数のOTAを利用している

▼  
本冊子 9Pをご覧ください

#### PMSを理解しましょう

ホテルシステム (PMS) を活用している

▼  
本冊子 10P、11-12P 13-14Pをご覧ください

### 継続改善

#### 宿泊単価UP

口コミの状況を管理している

SNSを活用している

地域づくりの活動に参加している

▼  
本冊子 9P、13-14Pをご覧ください

厚生労働省 生産性向上  
ガイドライン・マニュアルを  
活用しましょう

▼  
本冊子 2Pをご覧ください

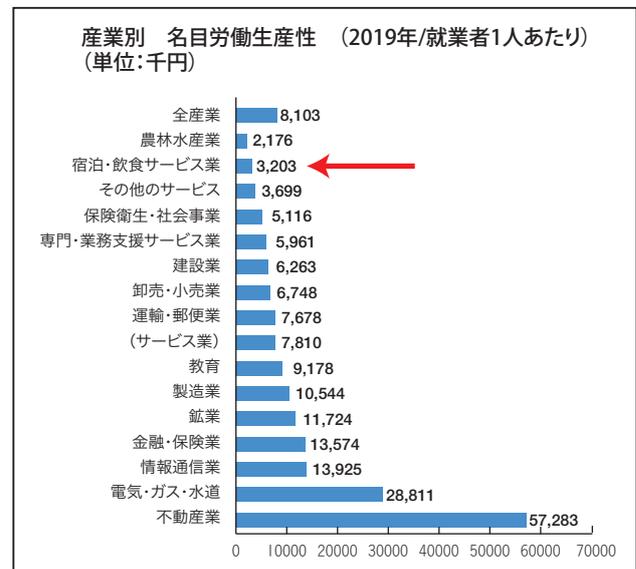
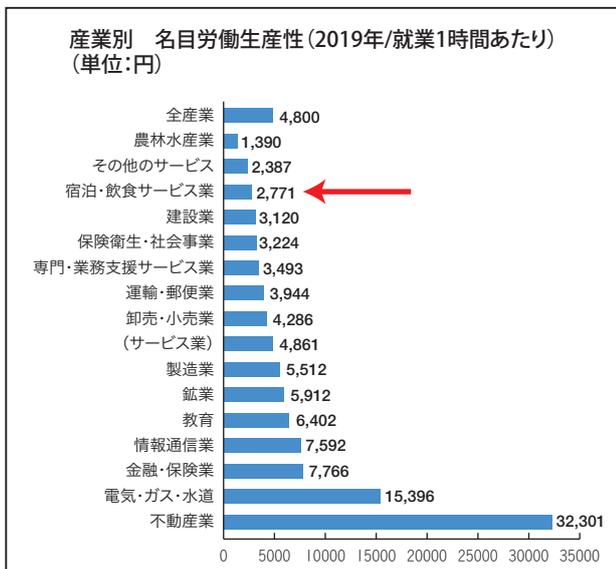
## 3-1. 「生産性」について理解しましょう

## ●生産性の定義

そもそも、生産性とは何なのでしょう。生産性の定義とは、「生産性とは、生産諸要素の有効利用の割合である」(ヨーロッパ生産性本部)とされています。式で表すと、生産性 = 産出 (OUTPUT) / 投入 (INPUT) となります。

「宿泊業は生産性の低い業種だ」と言われています。下図の通り、確かに他業種に比べて、「労働生産性」は低くなっています。

図に示した労働生産性は、厳密には「付加価値労働生産性」と言われるもので、1人当たり、あるいは1時間当たりの付加価値額を表しています。付加価値額は減価償却費+営業利益+人件費で代用することもあります。



※内閣府「国民経済計算」をもとに日本生産性本部作成

※サービス業:電気・ガス・水道,小売業,運輸・郵便業,宿泊・飲食サービス業,情報通信業,金融・保険業,不動産業,専門・業務支援サービス業,教育,保健衛生・社会事業,その他のサービスにより構成

## ●自社の生産性を改善する

大事なことは「自社の生産性を改善する」ということです。ここで使用する生産性については、「人時生産性」の利用がオススメです。

人時生産性とは、従業員1名が1時間当たりどれだけの粗利益を上げたかを示す指標です。

$$\text{人時生産性} = \frac{\text{売上} - \text{コスト}}{\text{総労働時間}}$$

人時生産性であれば、月単位、週単位での計算が可能であり、繁忙期間、閑散期間などの任意の期間を計測することができます

この指標の利用のためには、「労働時間」や「粗利益」の正確な把握が必要となります。事業運営にあたって、この2項目の把握は必須です。正確な計算ができるようになるには時間を要しますが、改善結果が見える化する努力が必要です。

人時生産性を指標として活用しながら、分子である粗利益を上げること、分母である総労働時間を低減させること。この2項目に対する打ち手を考えていくことになります。

## 3-2. 事業計画を作成しましょう

### ●自社を取り巻く環境の分析

厚生労働省生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアルでも指摘されているように、生産性向上において事業計画の策定は欠かせません。

その付録(生産性向上を図るための事業計画を作成する方法)の中では、以下のステップが提示されています。

- ① 取り組むべき経営課題を設定する
- ② 経営課題の取り組み方法を検討する
- ③ 事業計画を策定し、取り組む

この①において重要なことは、まずは「環境分析」になります。環境分析には、「外部」と「内部」の2種類があります。「外部」とは、自社を取り巻く外部環境のことです。「内部」とは自社のことになります。

環境分析を実施する際には、**ビジネス・フレームワーク**を活用しましょう。フレームワークを使うことで、抜けもれが無く、全体を把握できるというメリットがあります。

アプローチ・ステップ	ビジネス・フレームワーク例
環境・状況分析	PEST分析、3C分析、バリューチェーン、5フォース分析、 <b>SWOT分析</b>
戦略構築	<b>クロスSWOT分析</b>
実行計画	プロダクトポートフォリオマネジメント
提案・企画開発	STP戦略、マーケティングの4P、マーケティングの4C
計画実行	5W1H、PDCA

取り組むべき経営課題の設定では、自社を取り巻く外部環境の「機会 (Opportunity)」と「脅威 (Threat)」、そして自社の「強み (Strength)」と「弱み (Weakness)」を客観的に把握するSWOT分析が有効です。この分析から戦略を構築することが求められます。そこで**クロスSWOT分析**を活用します。

クロスSWOT分析の フレームワーク	Opportunity (機会)	Threat (脅威)
Strength (強み)	① (積極戦略) 強みを最大化	② (差別化戦略) 脅威に対処
Weakness (弱み)	③ (改善戦略) 弱みを補完	④ (撤退・縮小戦略) 弱みを最小化

### ●強み、弱みを書き出してみる

自社の強みや弱みを明らかにすることは、簡単なようで大変なことかもしれません。時には、個人や特定の部署に対する評価になってしまう可能性もあります。しかし、内部環境(自社)と外部環境(経済や政治、競合や取引業者など)を分析して初めて、取り組むべき課題が明確になるものです。ここは、経営者自らが率先して取り組むべきものかもしれません。

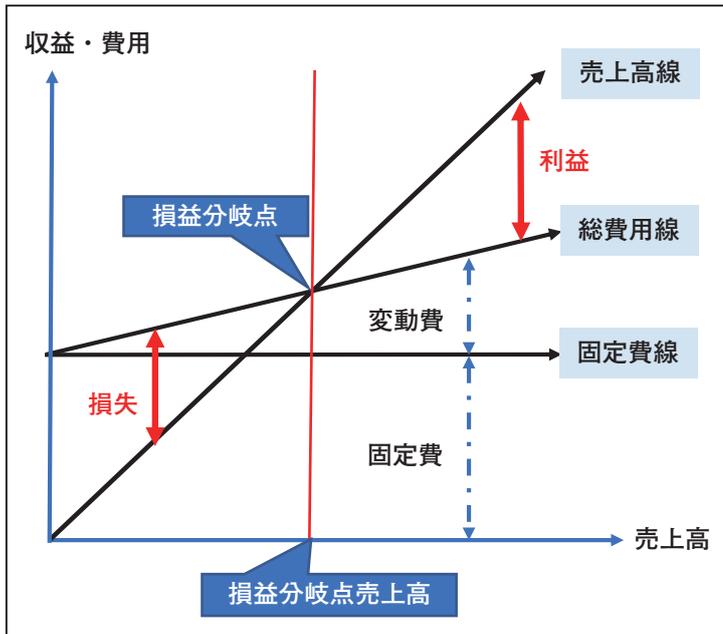
経営課題に取り組むためには、全社一丸の視点は外せません。生産性向上の取り組みの第一歩は、このクロスSWOT分析を用いて、①積極化するところ ②改善するところ ③弱みを補完するところ ④撤退や縮小を考えるところ を明確にすることから始めましょう。

## 3-3. 損益分岐点を把握しましょう

## ●損益分岐点を超えれば利益は大きい

「宿泊業」は「固定費」が高い業種だと言われます。固定費とは、人件費や水道光熱費、固定資産に対する減価償却費など、売上に左右されずに発生する費用のことです。また、不動産を所有しているケースも多いと思われるので、どうしても固定費が高い業種となります。

一方で固定費が高い場合、変動比率は低くなるわけで、「**損益分岐点**」を超えることができれば、利益率は大きくなっていきます。その意味でも損益分岐点の把握は必須です。



損益分岐点売上高を計算するには、総費用を「**固定費**」と「**変動費**」に分解する必要があります。

## 損益分岐点売上高

$$= \frac{\text{固定費}}{1 - (\text{変動費} / \text{売上高})}$$

## ●「固定費」と「変動費」の分解方法

固定費とは売上の増減とともに変動しない費用であり、変動費とは変動する費用です。総費用を「固定費」と「変動費」に分解する2つの方法をご紹介します。

## ①勘定科目法（右表参照）

費用の勘定科目ごとに「固定費」と「変動費」に分解する方法です。実際には費目ごとにきれいに分解するのは難しいものですが、一定のルールのもとに分けることはできるでしょう。

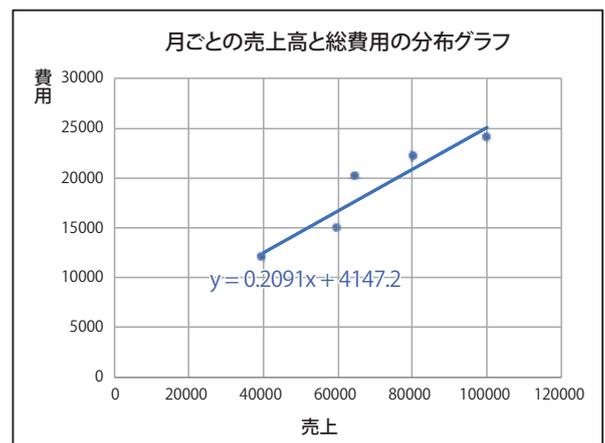
勘定科目	固定費	変動費
給料・手当		
役員報酬		
法定福利費		
旅費交通費		
広告宣伝費		
物流費		
交際接待費		
水道光熱費		
消耗品費		
販売手数料		
地代家賃		
減価償却費		
販売費および一般管理費合計		

## ②最小二乗法（最小自乗法）（右図参照）

表計算ソフト「エクセル」の機能を使って、総費用を分解する方法です。月ごとの売上高と総費用をプロットして分布グラフを作成します。

分布点に対する近似線を引き、その式を表示します。この近似線を総費用線として代用することになります。傾きが変動比率となり、切片（売上高0の時の費用）が固定費額となります。

※具体的な方法は「最小二乗法による固定費分解」で検索してみてください



## 4-1. 生産性の向上 分母=総労働時間の低減

## ●仕事を見える化して、労働時間を把握する

一般社団法人サービス産業革新推進機構代表理事である内藤耕さんは、サービス産業の生産性向上推進の第一人者です。

その著書『時短の科学』の中で、サービス業の生産性向上のポイントとして以下の4つを提示されています。

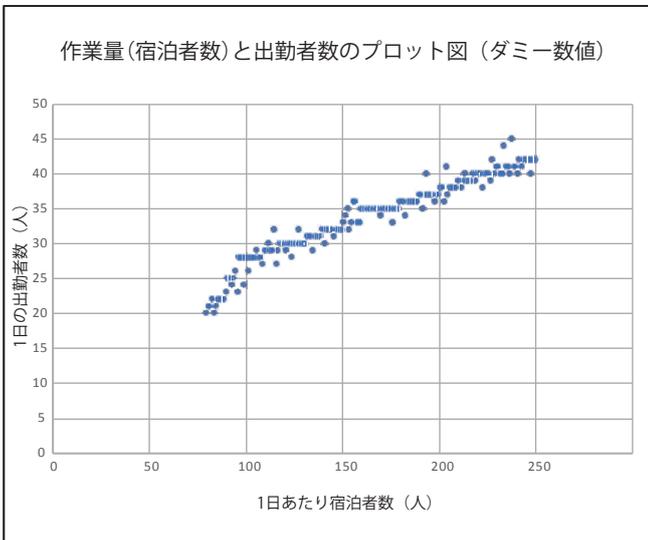
- ① 無駄をなくして、総労働時間を減らす
- ② 顧客が求めるサービスに集中する
- ③ 顧客満足度を上げ、売上高を増やし、粗利を向上させる
- ④ 加えて、従業員満足度も高まり、さらに顧客満足を得るためのサービスを提供できるという好循環を実現する

単に残業を減らし、労働時間を削減するだけでは、本来の生産性向上の目的を達成することはできません。分母(労働投入量)と分子(付加価値)を同時にコントロールする必要があります。「付加価値」を増加させるために無駄をなくして、顧客が求めるサービスに集中することを推奨されています。このことは非常に重要な示唆を含んでいます。

まずは、**現状の仕事を見える化**してみましょ。そこから何が見えてくるのか、何に集中するべきか、考えてみましょう。



『時短の科学』  
(日経BP・2019年10月28日発行)



『時短の科学』の中で推奨されている、1日当たり投入労働力(出勤者数)と1日当たり作業量(宿泊者数で代用)を日ごとに点で置いたプロット図(ダミー)。まずは、計測をすることで想定作業量(宿泊者数)に見合った出勤者数を決定することができるようになる。

氏名	業務	5:00	6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00
a	フロント業務				1	1	0.5	0.5	0.25			
	ミーティング									0.5	0.5	
	他部署応援											
b	予約業務					1	1					
	他部署応援							0.5				
	ミーティング									0.5		
c	接客業務		1	1	0.5							
	他部署応援											
	フロント業務						0.5					
d	接客業務	1	1	0.5								
	ミーティング									0.5		
e												

個人ごとに各業務内容の時間を15分=0.25、30分=0.5というように記録する。業務ごとの必要時間の把握から仕事の見える化を推進する。ここでも大事なのは、仕事量と投入労働量とどのように合わせていくのかということである。

労働時間を科学的にとらえた  
内藤さんが開発した

シフト管理システム「opsplot」



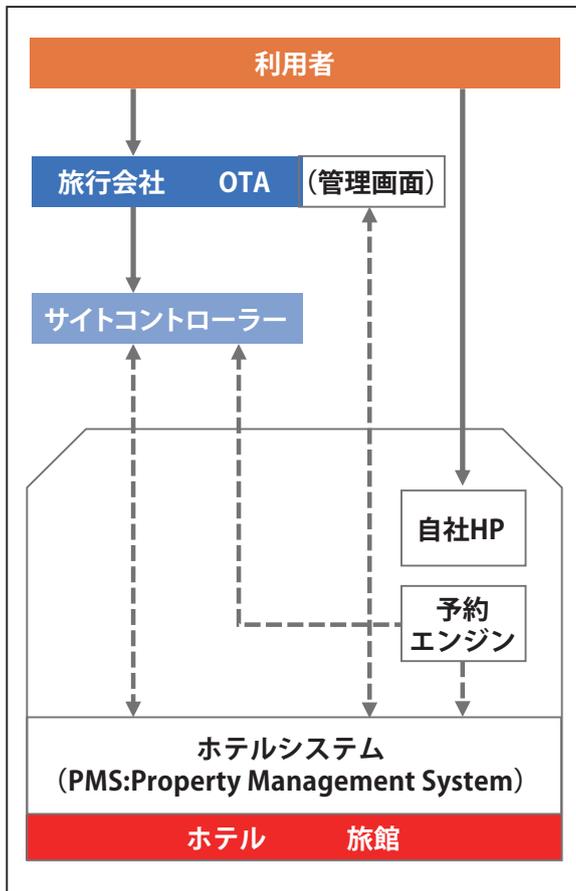
## 4-2. 生産性の向上 分子=粗利益の向上

## ●単価設定の重要性

宿泊料金合計＝「宿泊単価×人泊数」と分解されます。ネット予約の一般化によって、**宿泊料金は宿泊施設に決定権**が移りました。小規模施設においても、自らの努力でお客様を呼べる時代となりました。その意味でも単価設定は生産性に大きく影響します。OTA（オンライントラベルエージェンシー）と自社HPの内容をきちんと更新することをお勧めします。そのためにも**複数のサイトを管理するためのサイトコントローラー**は重要なシステムとなります。プラン設定や料金の変更を一括で行えるので、小規模施設でも有効に活用できるはずです。

## ●口コミの分析

ネット予約時代となり、「口コミ」は当たり前のコンテンツ（情報）となりました。この**口コミが単価に与える影響**は小さくありません。口コミは宿泊施設にとって必ずしもいいことばかりではありませんが、その内容を分析することで自社の弱みを把握する機会を得ることができます。施設のハード面はすぐ改善できるものではありませんが、ソフト面はサイト上での説明やサービスでの対応で改善可能な場合があります。口コミの重要性を再認識したいものです。



主要機能	全旅連 協定商社	主要商品名
旅行会社 OTA	(株)リクルート	じゃらんnet
	楽天グループ(株)	楽天トラベル
	(株)JTB	るるぶトラベル
	ヤフー(株)	Yahoo!トラベル
	(株)Ctrip International Travel Japan	Ctrip
サイトコントローラー	(株)トランスネット	らく通(販売代理)
	(株)宿研	宿研サイトコントローラー
	(株)シーナッツ	TL-リンカーン
	(株)クリップス	ねっばん++
プラン作成一括管理	(株)かんざし	かんざしクラウド
予約エンジン	(株)宿研	宿研ホームページ予約ASP
	(株)エス・ワイ・エス	OPTIMA
PMS	(株)パラダイムシフト	AiFace
口コミ分析	(株)パラダイムシフト	レップチェッカー
口コミ一括管理	(株)かんざし	くちこみクラウド
労働時間管理	(株)トランスネット	シフトお助けマン(販売代理)
WEB販売支援	(株)宿研	WEB集客コンサルティング
	(株)クリップス	WEB集客コンサルティング

サイトコントローラーと  
連携するPMS一覧

シーナッツ  
TL-リンカーン



クリップス  
ねっばん++



口コミ分析や料金比較が  
できるサービス

パラダイムシフト  
レップチェッカー



かんざし  
くちこみクラウド



### 4-3. 生産性の向上 分子=粗利益の向上

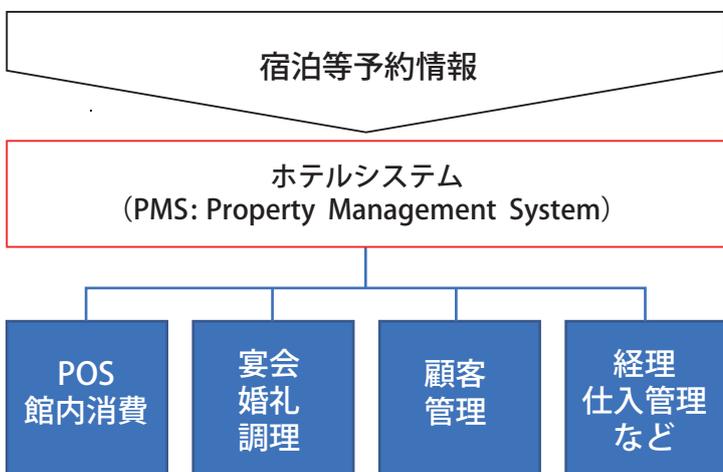
#### ●ホテルシステム (PMS Property Management System)

多くの宿泊施設でホテルシステム (PMS) が利用されています。「PMS って何?」とよく尋ねられるのですが、部屋割りやお客情報を入力する仕組みと言うと、「あー、使っているね」とお答えをいただきます。

PMSの活用がますます重要度を増しています。旅行会社、OTA、自社HP、あるいは直接の電話などあらゆるチャネルから入ってくる宿泊予約はすべてこのPMSに集約されることになります。先の予約状況を見るための情報が集約されているのです。

このPMSで何が見えるのか、どんなデータが出せるのか、この部分は必ず確認しなければならないところです。いわゆる「**帳票**」の出力という機能になります。自社のPMSの出力帳票を確認してみましょう。

注意する点もあります。経営サイドやマーケティング部署が必要とするデータが、新たに開発をしなければ帳票にならないケースがあります。開発には費用がかかります。まずは出力可能な帳票を確認しましょう。



ホテルシステム (PMS) はさまざまな情報を集約する要となります。

予約情報に館内消費情報をひもづけることで自動チェックアウト機器と連携したり、厨房へ情報を送って調理場の効率化を図ったりすることができます。

PMSには多くの種類がありますので、自社の状況・計画に合わせて導入を検討する必要があります。

#### Column

今回、全旅連組合員宿泊施設にIT活用に関するアンケートを実施しました。総回答数は567件でした。2019年におけるネット予約の割合は、56%の宿泊施設で全予約の半分以上がネット経由であるとの回答でした。

その他の回答では、自社HPで予約を受けている施設、OTAを利用されている施設はともに90%となっています。この2つを主なチャネルとして活用されていることがうかがえます。サイトコントローラーの活用については、OTA利用施設の73%程度となっています。利用するOTAの数を制限されているのかもしれませんが、全体の回答のうち、PMSを利用されている施設の割合は61%程度になります。

サイトコントローラーもPMSも導入には費用がかかるシステムではありますが、使い方によっては大きく効率を上げてくれる可能性があります。PMSに関するフリーコメント欄には**他システムとのデータ連携**に関する要望事項が多く見られました。使いこなされている施設の様子がうかがえます。

施設タイプ別 回答数	10室未満	10室以上 50室未満	50室以上 100室未満	100室以上	総 計
旅 館	79	193	47	24	343
シティホテル	0	5	9	19	33
リゾートホテル	5	23	13	10	51
ビジネスホテル	0	34	38	56	128
簡易宿所	8	1	1	2	12
総 計	92	256	108	111	567

ネット予約割合 回答数	10室未満	10室以上 50室未満	50室以上 100室未満	100室以上	総 計
① 0%	7	6	1	4	18
② 1%~30%	11	41	21	8	81
③ 31%~50%	15	51	45	39	150
④ 51%~70%	31	82	27	34	174
⑤ 71%以上	28	76	14	26	144
総 計	92	256	108	111	567

## 5-1. 現地調査報告 (WEB予約最前線)

## ●PMSからのデータ活用

ゆけむりの宿 美湾荘 企画販売部長  
白髭 哲さま インタビュー



開湯1200年の石川県和倉温泉の中でも最も歴史ある旅館、「美湾荘」。七尾湾のおだやかな海の景色と新鮮な海の幸、そして湯量たっぷりの温泉を楽しむことができます。全69室のかなりの割合をネットで販売していますが、その統括をされているのが、企画販売部長の白髭さんです。

美湾荘のネット予約に関する利用システムについて教えてください

▶基本的に国内OTAは12社、海外OTAについては、Expedia、BOOKING.COM、Agodaとお取引がありま

す。時期によっては、OTA単位で販売を止めるケースもあります。OTAの数が多いので、サイトコントローラーを使用しています。シーナッツさんの「TL-リンカーン」です。自社HPの予約エンジンについては、リクルートさんの「ホームページダイレクトサービスプラス (HPDS)」を使用しています。ホテルシステム (PMS) は株式会社ケイズさんの「以心伝心」を20年以上利用しています。

それぞれの使い勝手はいかがでしょうか

▶「TL-リンカーン」は、いろいろな情報もまとめて見られるところが良いと思います。「HPDS」はHPと予約エンジンが一体となっていて、更新等も手軽で非常に助かっています。多言語化にも対応していて便利です。「以心伝心」はカスタマイズをお願いして、使いやすい状態に持っていきました。



ネット予約の中で注意されている点があれば、教えてください

▶まず、OTAさんの手数料については、いわゆる送客手数料だけでなく、付帯するサービスに対する手数料も細かく気にしています。オンラインカード決済やクーポン利用にともなうシステム利用料、キャンセルに関する諸規定などさまざまです。予算の段階から注意をしておかないといけません。

また、プラン設定における利用人数によっては、1人当たりの料金の見え方も変化しますので、部屋当たりの売上との関係も気にしながら設定に取り組んでいます。需要がピークになる時期は、1室4名利用に限定をした設定を用意したりします。

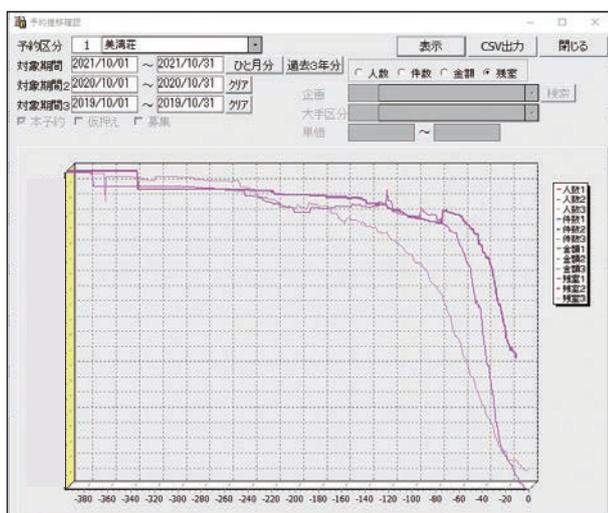
PMSから得られる情報はお使いになられていますか

▶管理画面上で**予約(ブッキング)カーブ**を売上ベース・

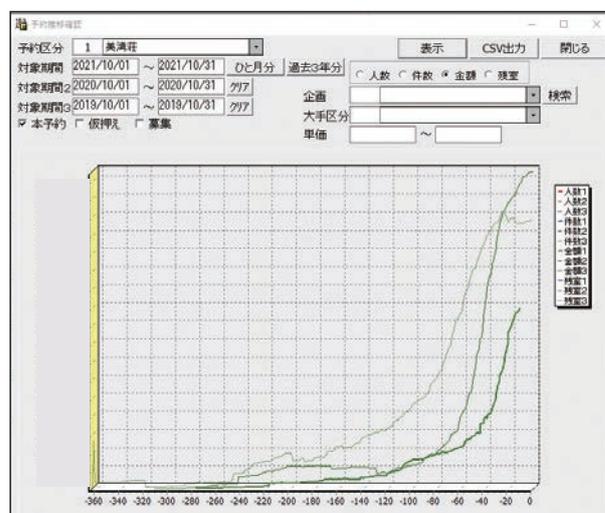
人泊数ベースで確認できるようになっています。また、残室カーブも見る事ができますので、和倉温泉全体の残部屋数などを気にしながら、部屋の出し方を調整しています。特に週末やピーク時はOTA上での露出を増やすため、早期に客室在庫が0にならないよう、価格の調整やプランの出し入れをしながら、当日(または直近)に満室となるよう工夫しています。

ブッキングカーブは施設やエリアごとのその月、その日(○週○曜日的な)の特性を見ることができるので、安易な値下げの防止にもつながりますし、現場に対する確かな着地の予測にも活用できます。

▶余談ですが、ある年、ピークの8月に客室を早期に売り切って売るのが無くなり、露出・PVが急減してOTA内での表示順が急落した教訓から、残室のカーブ表示を作成してもらいました。ちなみにこの年の8月の単価はかなり低かったです(笑)。



上の2つの図は「美湾荘」のPMS管理画面で確認できるブッキングカーブのデータ。左図が残室、右図が売上の1か月分の変化を表している。前年同時期や比較したい時期を設定しながら、進捗を確認することができる。



PMS 専門会社からシステム開発会社まで多岐にわたる、数多くのベンダーがPMSを提供している。場当たり的な開発はコスト増の要因となるため、自社の経営計画に合わせた開発や導入の検討が求められる。

## Column

WEB販売の専門部署を置かれている宿泊施設では、PMSからの情報によっていろいろな打ち手が検討されているようです。予約状況の推移をグラフで表すブッキングカーブは非常に有効な情報となっています。もちろん、PMSで表示までできれば言うことはないのですが、すべての宿泊施設で可能なわけではありません。ただ、どのような場合でも予約状況の良し悪しを判断するための**定点観測**は必要です。OTAの管理画面やサイトコントローラーのデータ表示など、利用できるものを確認しておきましょう。

## 5-2. 現地調査報告 (IT 活用で地域づくり)

●PMS を活用した分散型ホテル運営システム  
 (八幡平温泉郷賑わい創出の  
 ための中心地形成事業)

株式会社クレセント 代表取締役  
 大坊 千文さま インタビュー



岩手県盛岡市からクルマで約40分、日本百名山の一つ、岩手山の北麓に位置する八幡平温泉郷。グリーンシーズンはハイキングやサイクリング、冬はもちろんスキーを楽しめる最高の自然に囲まれたエリアです。1990年代以降のスキーブームの終焉と観光客減少に対して、インバウンドを視野に入れた新たな地域づくりをめざしています。

株式会社クレセントさんの活動を教えてください

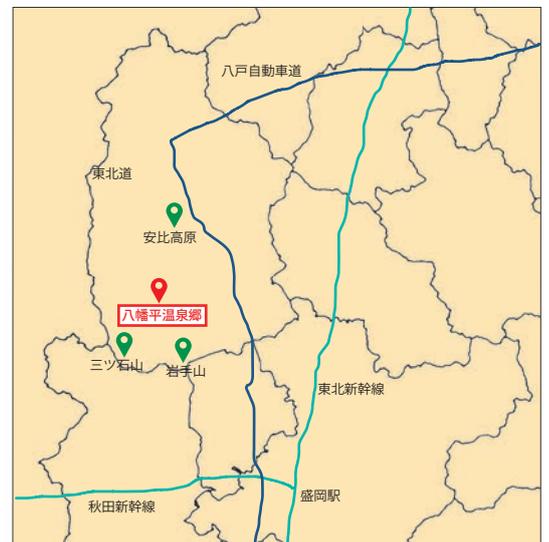
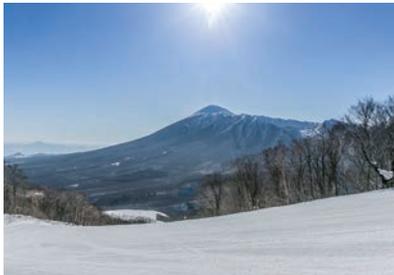
▶クレセントでは、地域観光の司令塔となるDMOに対するコンサルティングを行っています。この八幡平エリ

アでは、岩手県北バスさんや地元金融機関と一緒に株式会社八幡平DMOに出資をしました。

さらに中小企業庁「商店街活性化・観光消費創出事業」補助金の採択を受け、八幡平温泉郷に「ノーザングランデ八幡平」という複合型商業施設を2021年9月にオープンさせました。レストランやバー、調理スタジオなどを完備し、地元宿泊施設さんと連携をしながら、地域観光の拠点づくりをめざしています。

八幡平温泉郷の宿泊施設さんとの連携について詳しく教えてください

▶この八幡平温泉郷エリアはスキーブームの1980年代から観光開発が進み、ホテル・旅館、ペンション、別荘・保養所などがオープンしてきました。しかし、バブル崩壊後、様相は一変します。スキー客も減少し、商店街も消滅。寂しい景観となってしまいました。しかし、ここ数年は冬のパウダースノーを求める外国人観光客の認知を得て、少しずつスキー客も復活をしてきました。



地元の宿泊施設さんとの話し合いの中で「泊食分離」のニーズをとらえ、ノーザングランデ八幡平の開業に繋がりました。

▶私たちは、1年を通した八幡平の魅力を訴えていきたいと考えています。そこでエリア内の宿泊施設さんや別荘の一部の部屋をお預かりして、ネット販売する手法を実施します。村全体が一つの宿としてお客様をお迎えする「アルベルゴ・ディフーズ」(Albergo Diffuso)の理念を実現したいと考えています。

▶そのためにはITを活用して、部屋の予約管理をし、OTAやHPでプロモーションを行う必要があります。今回の取り組みにおいては、株式会社パラダイムシフトさんの新しいPMS「AiFace」を利用させていただきます。最新の考え方で作られたPMSですので、いろいろな対応が可能となっています。

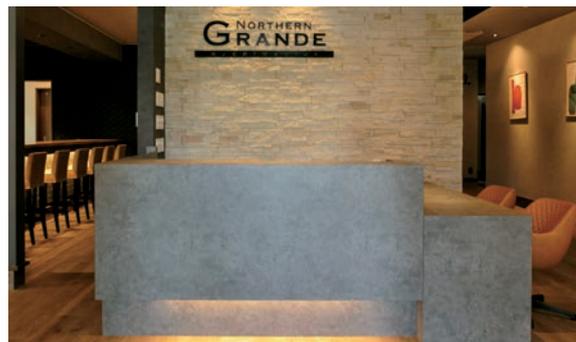
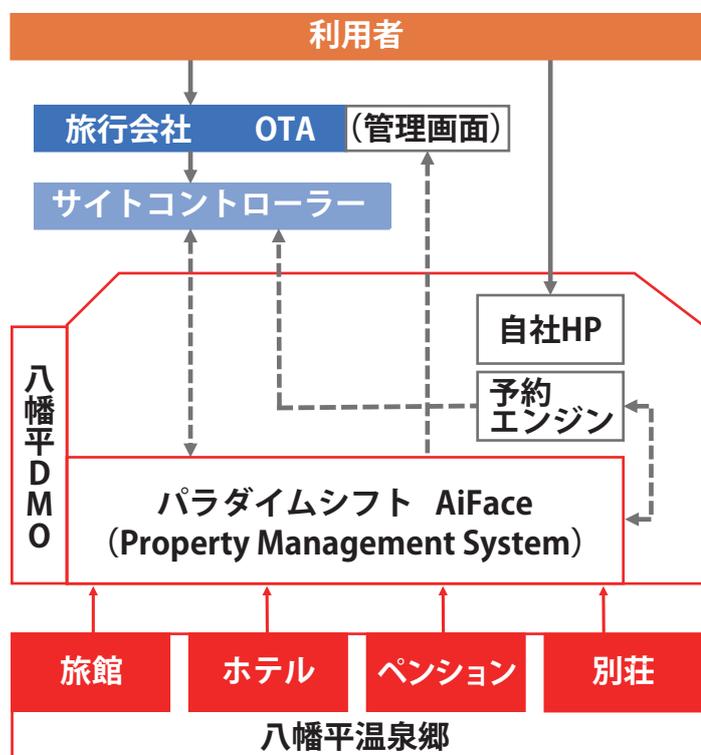
▶さらにこのPMS情報を八幡平全体で管理をする地

域観光マーケットデータシステムもパラダイムシフトさんをお願いしています。これは、八幡平全体の宿泊等予約情報をリアルタイムに収集して活用するという取り組みになります。

地域観光の活性化のためには、やはりIT活用が欠かせないですね。

▶ネットによる予約の割合がここまで上がってくると、プロモーションにおいてはITを活用する以外に方法はありません。しかも、少人数で対応しなければ意味がありませんので、この分野を進化させていく必要があります。

▶プロモーションだけでなく、予約管理や現地での情報提供など、これまで人手をかけていたものもネット活用で効率化していかなければなりません。この分野の人材育成も重要なポイントだと考えています。



八幡平DMOでは、八幡平温泉郷にある旅館、ホテル、ペンションなどから部屋を預かり、それをまとめて、プロモーションするという新しい取り組みを始めようとしている。温泉郷内の各宿泊施設が「部屋」として扱われることで、町全体でお客様を迎えるというスタイルとなる。このような地域づくりにもITの力が一役買っている。

八幡平温泉郷の分散型ホテル  
運営システムを支えるPMS

パラダイムシフト AiFace はこちら





石川県和倉温泉「美湾荘」現地調査にて



岩手県八幡平市 現地調査にて

**【発行日】** 令和4年(2022年)3月

**【編集・発行】** 全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会  
全旅連シルバースター部会

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-5-5 全国旅館会館4階

TEL・03-3263-4428 FAX・03-3263-9789

全旅連公式サイト「宿ネット」<http://www.yadonet.ne.jp/>

**【制作協力】** 有限会社はたらく堂

**【取材協力】** ゆけむりの宿 美湾荘  
株式会社クレセント  
株式会社八幡平DMO



本冊子の解説動画はこちら

