観光立国の実現は地方（地域）から

いよいよオリパラ

地域とMICE誘致強化
ホテル需要増、優位性出す
イベント活用シーンを拡大
五輪契機にインフラ整備

青木　雄城　橋本　末吉

ホテルニューグランド
常務取締役　総支配人
青木　宏一郎　氏

横浜ロイヤルパークホテル
常務取締役　総支配人
雄城　隆史　氏

――東京オリンピック・パラリンピック期間中の宿泊の予約状況はどうか。

橋本　品川プリンスホテルはオープンした「ダイニング＆バー　テーブルナイトウキョウ」は、オリンピックやMICEを意識した施設となっている。羽田空港の国際化やナイトタイムエコノミーへの対応を図ったもので、バーエリアは朝の4時まで営業している。狙い通のラグビーワールドカップの時期には数多くのお客さまに利用していただけたので、オリンピックを含めて2020年以降はさらにグローバルなイベントでの活用シーン拡大を期待している。テーブルナイトウキョウは「レストラン」という表現を極力使わず、「エンターテインメントスポット」と呼ぶことで間口を広げており、まさにオリンピックを見据えたエンターテインメントスポットとなっている。品川プリンスホテルの客室は安定的に高い稼働率で推移しているが、オリンピックに向けてさらなる成長が求められている。今後アネックスタワーロビーのリニューアルも予定しており、ホテル各所施設を整えていく。

末吉　ザ・キャピトルホテル東急は251室しかないので、オリンピック期間中とその前後に関しては、ほぼ満室が残っていない状況だ。ただこれは事前に余裕を持たせて予約されている部屋も含まれるので、企業や個人のスケジュールがこれから明確になっていく段階で隙間が出てくると予測している。その隙間をどのようにしていくかはどれも重要な判断になり、ジュアリーホテルにとってエリアにおける勝負の分かれ目になると考えている。私たちのホテルは開業から9年しかたっていないが、オリンピックに向けてインフラを整えること、自分のホテルのみを売るスタイルに限界を感じる。セールス先に行って、客室数や特長を説明したところで、同じようなスペックのホテルを山ほどなんて海外に向けたプロモーションに取り組んでいく姿勢が強化されていくと思う。また、中小規模のMICEに関しては、東京オリンピック・パラリンピック期間中のオンハンドは宴会の動きに関しては、婚礼を避ける動向はあるのかもしれないが、ホテルが見られるかどうかは、どうなのか。それは情報共有の場面ということになるだろう。

――MICE獲得へのホテル と地域の連携にどのような意識を持っているか。

雄城　みなさんがいらっしゃるように、パシフィコ横浜ができて、そこからホテル、オフィス群が広がっていった経緯があることから、横浜エリアはMICEを非常に重要なものとして捉えている。パシフィコ横浜で大きな国際会議やイベントが開催されると懇親会や宿泊の需要が発生するので、ホテルもその恩恵を受けている。2020年春にはパシフィコ横浜は増床し、ノースという新施設が誕生する。それに伴ってホテル需要も高まっていくことに大きな期待を寄せている。また、横浜ロイヤルパークホテルはノースのケータリングに参加し、ケータリングの契約締結に至った。ケータリングを契機に宿泊についても何とか優位性を打ち出し最初に選ばれるホテルを目指したい。

橋本　品川・高輪エリアでは、プリンスホテルにおいては、2019年に「PRINCE TOKYO MICE」を明確に掲げて取り組んできた。

末吉　東急ホテルは4ホテルがある渋谷という地域を売っていこうとしている。そのために4ホテルのセールス部隊を一つに統合して、各ホテルにではなく、渋谷による多くの人たちを集客する方向性を明確にして活動している。私たちのMICEに対する動きについても、東急グループが一緒になって同じ方向性で行っていく。横浜の観光局やコンベンションビューローとのコミュニケーションは非常に活発で、地域で動かそうというお考えがあるのでクローズアップしながら取り組んでいきたいと考えている。

――IRに対して既存のホテルはどのようなスタンスを取ることになるのか。

雄城　横浜はオリンピックまでにホテル数で10数軒、客室数で4千室強のホテル群が誕生することになる。各ホテルが集客に対して力をそれぞれ活性化の核となる存在になっていかなければならないのは当然で、その面から見ればIRは補完機能が出来上がっていくだろう。

――人材育成とIT化の関係性をどのように考えるか。

末吉　ザ・キャピトルホテル東急では、生産性を求める中だけですべてが完結する形になっていると思われる。ただし、エンターテインメントの部分に関して言えば時代が変わっていくと思う。

橋本　海外のIRは施設に対する期待感は高くなると思う。

――東京オリンピック・パラリンピックの影響で、宴会や婚礼にキャンセルや先送りの動きは見られるか。

橋本　オリンピック期間中は一般のイベントの自粛傾向は確かに見られるが、オリンピック関連の宴会についてはどういう動きになるのかまだ分からない。

雄城　宴会場の動きに関しては、東京オリンピック・パラリンピックの影響が見られる。期間中のオンハンド、引き合いの状況を見ると定例のお客さまが大変喜んでいただいている。

雄城　ロイヤルパークホテルでは、まず宿泊主体型ホテルに自動チェックインアウト機を導入してみたところ人件費の削減につながり、お客さまからの不平不満も出なかった。そこで横浜ロイヤルパークホテルでもチェックアウトに導入したところ、40％ほどのお客さまに利用されるようになった。

青木　バックヤードでは客室清掃管理やレベニューマネジメント、顧客管理の効率化、顧客管理システムにおいては、セールスの効率化、顧客管理など、まさにセールスに生かせるチェーンホテルとしての強みを活かせる。

末吉　通算の動きをしていくとオリンピック・パラリンピックのような大きなイベントがある期間は宴会場が空いてしまうので、その状況を避けるべく計画的に対策を進めてきた。具体的には宿泊と宴会をセットで獲得する形の営業を心掛け、つなげようと努めた。例えば企業が海外から観戦に訪れるVIPを接待するために本社ミッションとして宴会場を使ったり、そこから中継を行ったりという用途が考えられる。できれば オリンピック・パラリンピックに関わる方々に泊まってもらい、その延長線上で宴会場を使ってもらうスタイルを提案しながらセールスに取り組んできた。この戦略が功を奏し、現状では開催期間中の宴会場はほぼ埋まっている。

青木　ホテルニューグランドの場合、同時期のオンハンドは比較で見ても宴会場の予約状況は若干弱いものの例年とほとんど変わっていない。一般的にオリンピック期間中は宴会、婚礼を避ける動向はあるのかもしれないが、ホテルとしては8月はどちらかというとオフ期に当たるので大きな影響はないと思う。

大型宴会は取れているものの、それ以外の単発の宴会は減少している。婚礼については もともと宴場の件数は少ないが、それも過去に比べて成約件数は特に落ちている。式に出席するために地方から出てくる方々を泊めるにしても、ホテルの客室料金が高騰しているし、「オリンピックのチケットを購入した親族がいるから」という理由で開催期間中を避けるケースも見られるようだ。

末吉　通算の動きをしていくとオリンピック・パラリンピックのような大きなイベントがある期間は宴会場が空いてしまうので、その状況を避けるべく計画的に対策を進めてきた。具体的には宿泊と宴会をセットで獲得する形の営業を心掛け、つなげようと努めた。例えば企業が海外から観戦に訪れるVIPを接待するために本社ミッションとして宴会場を使ったり、そこから中継を行ったりという用途が考えられる。できれば オリンピック・パラリンピックに関わる方々に泊まってもらい、その延長線上で宴会場を使ってもらうスタイルを提案しながらセールスに取り組んできた。この戦略が功を奏し、現状では開催期間中の宴会場はほぼ埋まっている。

青木　ホテルニューグランドの場合、同時期のオンハンドは比較で見ても宴会場の予約状況は若干弱いものの例年とほとんど変わっていない。一般的にオリンピック期間中は宴会、婚礼を避ける動向はあるのかもしれないが、ホテルとしては8月はどちらかというとオフ期に当たるので大きな影響はないと思う。

MICE、IR、人材、IT化への対応

――MICEに対して既存のホテルはどのようなスタンスを取ることになるのか。

雄城　横浜はオリンピックまでにホテル数で10数軒、客室数で4千室強のホテル群が誕生することになる。各ホテルが集客に対して力をそれぞれ活性化の核となる存在になっていかなければならないのは当然で、その面から見ればIRは補完機能が出来上がっていくだろう。

――人材育成とIT化の関係性をどのように考えるか。

末吉　ザ・キャピトルホテル東急では、生産性を求める中だけですべてが完結する形になっていると思われる。ただし、エンターテインメントの部分に関して言えば時代が変わっていくと思う。

橋本　海外のIRは施設に対する期待感は高くなると思う。

――人材育成とIT化の関係性をどのように考えるか。

末吉　ザ・キャピトルホテル東急では、生産性を求める中だけですべてが完結する形になっていると思われる。ただし、エンターテインメントの部分に関して言えば時代が変わっていくと思う。

橋本　海外のIRは施設に対する期待感は高くなると思う。

――人材育成とIT化の関係性をどのように考えるか。

末吉　ザ・キャピトルホテル東急では、生産性を求める中だけですべてが完結する形になっていると思われる。ただし、エンターテインメントの部分に関して言えば時代が変わっていくと思う。

橋本　海外のIRは施設に対する期待感は高くなると思う。

謹んで新春のお喜びを申し上げます

「世界のいいもの」アメニティ

THANN　pevonia botanica　SPA CEYLON　ELEMIS　trilogy　AN GINZA　L'OCCITANE EN PROVENCE　THÈMAE PARIS　Ella Baché　AD VITAM

※その他多彩なブランドの商品を扱っております。

新たなサービス『温泉・旅館エステ』へ

スパ業界のすそ野を広げたい。そんな想いを実現するために、都市部のホテルのみならず、温泉地や地方都市など、町おこし・村おこしに貢献できる新たな体制を構築。
地域のブランド化、人材育成につながる新しいサービスを展開、運営受託、コンサルティングを承っております。

ロクシタンスパ、今後2年で10店舗展開予定。ニューヨーク3号店、春オープン予定
国内31都市、海外ニューヨーク・上海・大津・バンクーバー・台北・バンコク・スリランカ。展開。

L'OCCITANE EN PROVENCE　petit SPA L'OCCITANE・L'OCCITANE OMOTESANDO・Omotesando, Tokyo
AN SPA　AN SPA New York・Castle Hotel & Spa・New York, U.S.A.　2020年2月オープン予定
LA VILLA　La Villa Spa NY・The Benjamin・New York, U.S.A.
SANATIO SPA　Sanatio Spa Sri Lanka・Le Grand Galle By Asia Leisure・Galle , Sri Lanka

2020年　10店舗オープン予定　国内100店、海外100店舗展開に向け多数申備中。

オリジナル商品販売　東急プラザ銀座6階

AN TOKYO
「日本の良いもの」をコンセプトに、どなたにも喜んでいただけるオリジナル商品を揃列・たしました。
ジャパンメイド、ジャパンブランドにこだわった各種雑貨商品販売には、日本の良いものを広報のブランドとのコラボレーションで発信、販売してまいります。

ホテルアメニティ・ホテルスパ専門アンテナショップ
歯ブラシ、スリッパなど消耗品のオーダーメイドも承っております。

World Wellness Beauty
観光庁認定認証会の認証制度「ウェルネスオリティ」。
現在ホテル・旅館の品質認証事業に関した認証制度を国内外のウェルネス施設へ広ま、さらに各温泉へ品質を上昇し、ジャパンクオリティを提供する国外「の魅力も展開する。
SAKURA QUALITY　www.sakuraquality.com

提携1500件、客室リラクゼーションサービス　インルームスパ®　2019年新たに189施設に導入
(株) クレドインターナショナル　〒104-0061 東京都中央区銀座6-7-18 デイム銀座ビル7階
T: 03-3569-7701　F: 03-3569-7705　WEB : www.cred-in.com
CREDO JAPAN