観光元年　観光立国実現への挑戦

宿泊施設について感じること

(13面から続く)

――宿泊施設の対応やサービス、料理などで気になる点などがあれば述べてほしい。

富田　従業員の方の対応は重要です。ホテルの方に電話したときの電話対応1つ取っても、「お客さんにはこういう対応はしていないだろうか」と気になってしまいますね。

桑澤　チェックインで待たされたりとか、チェックアウト時間で売店を閉めてしまったりして「もう帰れ」という感じの雰囲気を出している旅館さんがあり、そのことでクレーム処理したりすることはあります。

石井　例えば夜遅くなって、大浴場を従業員の方が使われることもあるとは思うのですが、お客さまがいらっしゃるときに入られたりするのはあまり良い印象を与えないですよね。そういったお客さまからのご意見などをお伝えした場合に、すぐに対応していただけるところとそうでないところがあります。お客さまを安心してご案内できないという不安があると、パンフレットにも掲載しづらくなってきます。

富田　大きい旅館さんでも細かい対応に差があります。例えば早朝の体験プランを申し込んでいるお客さま用にお弁当をお願いした場合に、快く引き受けてくださるところとまったく交渉の余地がないところ、ちょっと到着の時間が遅くなるので食事の時間を遅めにしたいとお願いしても、仲居さんの拘束時間を理由に断られるところと対応してくださるところとあります。そうなると、細かい対応をしてくれるところに優先的にお願いすることになってきてしまいます。

――女性の視点からは。

大沢　温泉に入った後にあるちょっとしたサービスやその季節の花などが飾られていたりするしつらえなど、ちょっとしたことなのですが目に入りやすいですね。一番ホッとくつろいだときに、そこに何があるのかという点は重要かもしれないですね。

林　従業員の対応というのもありますが、あとは清潔感も気になります。古い施設でも、とてもこぎれいにされているのでは全然違う。あとお香を炊いている宿が最近多いですが、そういったところはホッとします。ちょっとした心遣いなのですが。お風呂場のアメニティもお風呂に入るときに髪の毛をくくるゴムがあるだけでもうれしいですね。ドライヤー1つにしても、掃除機スタイルのものは、

ちょっとした心遣いうれしい

ブログなどの情報発信を信頼　大沢さん

の方、小グループまで幅広く、全部個人客なんですね。やはりその旅館には人が集まる要素があるなと納得できるものが随所にありました。また特に口コミの良いところ、実際に行った人を満足させているところはやはり人を呼ぶのだと感じますね。

――ネットエージェントなどの口コミは気になるか。

富田　お客さまが宿を選ぶ際に見ていることは多いと思いますので、正しいかどうかは別として、気になってチェックすることはあります。

――行ったときにホームページと外見が違い、がっかりすることもあるが。

林　クレームになるときもあります。改装済みといってもロビーだけで部屋を改装されていなかった場合、通常のお部屋に泊まっているにもかかわらず、「自分だけ奥にどんどん連れて行かれて、変な部屋に泊まらされた」とクレームになることがあります。

富田　トラブルを避けるために、パンフレットに掲載する写真は、なるべく最近の写真を採します。写真の上手な施設さんの場合にはなるべく現実に近い写真を選んだりします。

林　本館と新しい別館があって、両方提供部屋はあるけれども別館は1部屋のみといった場合には、両方載せます。

石井　私も日々たくさんの写真をご提供いただきますが、実際と差異がないか慎重に検討します。もちろんすてきな写真でも使用しないこともあります。

大沢　私はよく自分が行ったときにデジカメで撮った写真を載せます。自分の視点での写真を使えば他社のパンフレットにも載っていないので一番目立ちますし。

あと、旅館さんの中にもブログなどで紅葉情報やお得なプランなどをこまめに発信されているところがありますが、そういう旅館さんは非常に信頼できますね。お客さんも、納得していらっしゃいますし。

――昔は女性の1人旅は少なく、旅館もあまり受け入れなかった。今はどんな状況か。

富田　まだまだあるとは思いますが、女性の場合、例えば北海道だと移動するための交通手段が問題になります。女性1人でレンタカーというのは抵抗があるでしょうし。またエスコートの場合、1人で旅をしているのに、3～4日間みっちり知らない人と一緒というのも味気ないですし。ある程度自由度があり1人でも動けて、おせっかいではない程度にサポートできる商品が出来れば、行きたくなる人はいるかもしれませんね。

石井　旅館ではまだお1人さまの宿泊対応が可能である施設さんは少ないと思います。どうしても1人旅をしたいという方は自分で調べて予約されているのではないでしょうか。その現存するプラスアルファの1人旅需要をどう旅行商品に引っ張ってくるかは、適度なサポートと手間を省いた分かりやすい程度の旅行商品を土台としたアピール次第だと思います。フリーきっぷをつけるなど気軽に旅ができる入り口が必要ですね。

富田　女性1人で旅館に泊まる場合、夕食も悩みどころの1つではありますよね。1人で旅館の食事をいただくのはちょっと寂しいです。

桑澤　周りからの目が気になりますよね。わりと今外資系の洋室型のホテルが多いですよね。ペニンシュラさんなどは、エステプランのシングル利用などを申し込まれる女性は非常に多いです。そういう意味では、旅館は受け入れ側の態勢作りがまだまだだと思いますね。

――旅館さんでもエステ施設を持っているところが増えているが、やはりアピール力は強いのか。

石井　旅館のエステ付プランは非常に人気が高いです。年配の方で普段は気恥ずかしくて行けないという方も、旅行先にでは気楽に申し込めるというのがあるようです。

エステ利用の1人客に対応を

旅館での夕食、1人は寂しい　桑澤さん

食事と風呂で女性は決める　富田さん

石井さん

大沢　雑誌でよく取り上げていますね。とてもいい写真を使ってまるで海外かのような感じで掲載している。昔は都内のホテルに比べるとちょっとレベルが低かったのですが、今は非常に水準が高くて、高級旅館になればなるほどレベルが高い。都内のホテルで受けるよりは、観光地の宿泊先のほうがそのままゆっくり寝られるし、いいですよね。

石井　都内の有名ホテルのエステプランよりも安いものが多いのではないでしょうか。

――旅館は1泊2食が基本だが、最近は泊食分離ということでいろいろなプランが出てきている。このような動きは女性からすれば喜ばしいことなのか。

富田　(泊食分離を実施している宿のある)町にもよるのではないでしょうか。朝食のみの場合、近くに夕食を食べるところが少なかったり、遠かったりするような町では難しいですが、温泉地ぐるみで泊食分離を提案しているようなところで、おいしいお店を探して夕食を食べるならば、私自身はうれしいですね。

石井　味をみてその旅館が分かるというところもあるので、1泊しかしないならば2食欲しい気はします。女性の申し込みで重視されるポイントはやはり料理とお風呂。それだけリクエストがあるということは、夕食がいらないという方は多くないのではないでしょうか。同じ地区や同じ温泉旅館で連泊すると、違う旅館に泊まってもどうしても同じような食事提供となってしまうことが多いので、そういった場合には泊食分離対応があればなお良いのかもしれないですが、そこまで表に出さなくてもいいのかなとも思います。

桑澤　最近はこまめに対応してくださり、1泊夕食で、朝食なしに対応をしてくれる旅館さんも多くなりましたね。普段から朝食を食べない方が増えてきたからでしょうが。料金も安くなります。

林　若いときは、夜は遅くまで起きていて、朝はゆっくり寝たいのではないかということで、昔「朝寝坊プラン」という朝食抜きのプランを造ったのですが、そのときはあまり需要がありませんでした。朝は朝で、旅館の朝食を楽しみにされている方もいらっしゃるのだな、と思ったものです。

大沢　先日ある旅館さんに泊まったところ、お膳の半分が出てきて、残り半分はチョイスができるという朝食でした。卵をオムレツにできるとか、自分の好みのものが、自分の好きなように食べられるんですね。旅館も残されるコストを考えれば朝食に対するコストも落とせると思うし、お客さまからみれば、欲しいものが食べられる。ある意味理にかなっていて、おもしろいアイデアだと思いました。

早大　コーネル大

ホスピタリティセミナーを開催

教育の重要性強調

ジョンソン教授らが講演

早稲田大学ホスピタリティ研究所(中村清所長=早稲田大学国際教養学部教授、山口祐司顧問=桜美林大学名誉教授)は12月15日、「第10回早稲田大学・コーネル大学　ホスピタリティ・マネジメント・セミナー」を同大の大隈記念小講堂で開いた。

コーネル大学ホテル経営学部長のマイケル・ジョンソン教授=**写真**=は、講演「ホスピタリティマネジメント教育の発展」の中で「ホテル経営に大学教育は不要と考えられていた1922年に、コーネル大学が世界で初めてホテル経営学の学位を創設。現在では学生820人の規模になっている」と同学部の歴史を紹介した。

また「当初は教育の力点を物理や化学などに置いていたが、いまはそれが経営学に移っている。特に不動産の比重が高まっていて、60人の教授陣のうち5人が不動産を専門に教えている」とカリキュラムの変遷を説明。さらに「ホスピタリティ教育では、マネジメント教育の上にさらに重要なリーダーシップ教育がくる」と話した。

続いて、セントラル・フロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部長のアブラハム・ピザム教授が「ツーリズムとホスピタリティマネジメントの領域」を講演した。

日本の現状では、水嶋智・観光庁観光資源課長が「日本では現在37大学に観光系学部・学科があり1学年に約3900人が入学している。ただ2年前の調査では観光系学部卒業生の中で、鉄道や航空会社も含む広義の観光産業界に就職したのは全体の23%だった」と日本の現状を説明。その上で「大学の観光教育カリキュラムが産業界のニーズに合っているのか検証する必要があり、今取り組んでいる」と話した。

これを受けて原忠之・セントラル・フロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部准教授は「日本の人口約1億2800万人に対して米国の人口は約3億人。米国には200近くの大学にホスピタリティとツーリズム系の学部がある。中でもホスピタリティマネジメントを教える学部が多いが、これは産業界のニーズに応えた結果だ」と解説した。

アブラハム・ピザム教授は「ハーバード大、プリンストン大、イェール大など米国北東部の伝統校8校で構成するアイビーリーグの中で、ツーリズム・ホスピタリティ系学部を持つのはコーネル大だけだ。残念ながら、ツーリズム、ホスピタリティの現在の位置づけは、アカデミズムの中でもして高いとはいえない」とコメントした。

一休

インバウンドに参入

英語版サイトを開設

高級宿泊予約サイト「一休.com」運営の一休は12月18日、インバウンド事業に参入した。英語版サイト「IKYU.COM」(http://www.ikyu.com/en/)を開設=**写真**。平均30%、最大70%の割引率で日本国内の高級旅館ホテルの予約受付を始めた。

ラックレート(客室料金の定価)からの割引率は日本語サイトと同じだが、英語版サイトではトップページに「Maximum discount rate of 60% and more!」と表記。割引率の高さを強調している。

開設時の参加施設数は23軒。具体的には、ぎおん畑中、熱海ふふ、箱根翠松園、ザ・ペニンシュラ東京、帝国ホテル東京、ウェスティンホテル東京など。

施設数は順次増やす。

フォートラベル

出版事業に参入

旅行クチコミサイトのフォートラベルは出版事業に参入する。1月9日、角川グループと共同でムック本「4travel」を発刊する。体裁は、A4ワイドでオールカラー144ページ。サイトに投稿された写真を中心に旅を紹介する。税込価格880円で6万部を発行する。発売と同時に特集サイトも立ち上げ、ムック本を告知する。

今回の内容は「楽園のキューバ、革命のキューバ」「スペイン、コスタ・デル・ソルからアフリカ大陸へ自転車の旅」「カンボジアの名もなき村へ」など。

継続的な発行を目指す。

にっぽん丸をリニューアル

商船三井客船

商船三井客船は外航クルーズ客船、にっぽん丸を大幅に改装する。今年11月から工事に着手し、1月末日までに50軒、3月末日までに100軒の参加を目指す。

総合

10年春をめどに営業航海を再開する。改装を機に「さらなるクルーズ需要の喚起と拡大を目指す」と意気込む。

改装では上級船室を中心に18室(デラックスシングル6室含む)増設。これにより客室総数は184室から202室となり、定員も368人から398人と増加。船内環境も見直し、既存の理美容室やネイルケア、アロマテラピーなどの各施設を集約、スパゾーンとしてオープンする。

宿泊サイトの名称変更

「MAPPLE」に統一　昭文社

昭文社は12月1日から、同社の運営する地図、旅行、宿泊予約サイトの名称を変更した。サイト名を「MAPPLE」のブランドに統一。他社サービスとの違いを強調し、差別化を図る。

旅行会社向け説明会を実施

中国四川省

大地震の影響で観光客減に苦しむ中国四川省から李永清・四川省旅遊局副局長を団長とする代表団が来日し、東京のホテルグランドパレスで12月17日、旅行会社向けの観光説明会を開いた。

李副局長は「5月12日に起きた四川大地震の被害は大きかったが、観光施設はほとんど影響を受けていない。日本人観光客に来てもらうことが最大の復興支援になる」と話し、送客を呼びかけた。

07年に四川省を訪れた日本人観光客は前年比2・4%増の28万7600人だった。

地図情報サイト「ちず丸」は「MAPPLE地図」に、観光、旅行情報サイト「まっぷるNet」は「MAPPLE観光ガイド」に、宿泊予約サイト「たびえーるnet」は「MAPPLEトラベル」に変更する。今後はサイト間でのコンテンツ連携も強化し、MAPPLEサイト全体での利便性を向上させる。

名称変更と併せてロゴマークや「明日、どこ行く」というスローガンを設定。利用者に紙媒体に留まらない情報提供会社としての方向性を示し、身近なブランドとして定着させる。

会員情報配信サービス開始

IBI

旅行系媒体サイトを運営するアイ・ビー・アイは1月から、観光協会や地域の観光情報を発信したい企業らに向けてEメールやFAXなどを通じて登録した会員に効率よく情報を発信するサービスを始める。

新たに開始するサービス「SaaS型会員情報配信サービス」の主な機能は①会員管理機能②情報配信機能③認証機能―の3つ。会員登録や退会処理の手続きは、ウェブ上の登録フォームやEメールから情報の受信者が自分で行えるよう設定。情報配信の設定も一度行えばパソコンや携帯電話のEメールやFAXなど複数の媒体で配信できる。認証機能を使うことでOB会、同窓会サイト、グループ企業間など会員限定で閲覧できる情報提供の場としても利用が可能という。

初期費用は21万円。登録ユーザーが5千人の場合、月額費用は5万2500円。

予約1位はカオルーンホテル

エクスペディア

世界最大のオンライン旅行会社エクスペディアの日本向けサイト、エクスペディアジャパンは12月18日、08年に同サイトを通じて予約が成立した海外ホテルの予約ランキングを発表した。

1位カオルーンホテル(香港)、2位ワイキキパークホテル(ハワイ)、3位ロッテホテル・ソウル(ソウル)、4位インペリアル・パレス・ホテル&カジノ(ラスベガス)、5位パリス・ラスベガス(ラスベガス)、6位シェラトン・プリンセス・カイウラニ(ハワイ)、7位プルデンシャル・ホテル(香港)、8位マリオット・グアム・リゾート&スパ(グアム)、9位ミルフォード・プラザ(ニューヨーク)、10位シェラトン・ワイキキ(ハワイ)。

ホテレス・ジャパン

2月24日～27日に　ビックサイト

日本能率協会は関連9団体との共催で、2月24日から4日間、東京ビッグサイトで「HOTERES JAPAN2009(第37回国際ホテル・レストラン・ショー)」「第9回厨房設備機器展」「第30回フード・ケータリングショー」を合同開催する。2月開催は初めてとなる。

11月27日現在、723社が出展し、小間数は1987。海外からはインド、韓国、シンガポール、タイ、香港、台湾、パキスタンの7カ国・地域が出展する。期間中の入場者は約9万5千人を見込んでいる。

入場者9.5万人見込む

HOTERES JAPANでは11年7月のデジタル放送への完全移行に備え、旅館・ホテルでの需要が見込まれる「デジタル放送導入相談コーナー」、注目が集まる"快眠"にスポットをあてた提案展示「快眠ステイ」のほか、出展者からの要望で企画した「省エネ・エコ対策コーナー」などを設ける。

また、8回目を迎える「AQUA&SPA」では温泉熱利用や最新の温浴施設の紹介など、経営者・管理者向けビジネスセミナーも行う。出展規模は58社・116小間(同25日現在)。

厨房機器展では、日本厨房工業会が「作業環境の改善と省エネ機器」に関する特設展示を。併せて、「業務用厨房機器の事故と対応について」と題した無料セミナーを2日間にわたって開く。

問い合わせはHCJ三展合同事務局(☎03・3434・1377)。