

## 現場ニーズをしっかりと反映している 宴会システムは、これしかなかった。

玉井和博氏（取締役宴会部長）

1998年に開業した「ホテル グランパシフィック メリディアン」（東京臨海副都心・台場）は、日本のホテルでは最大級の宴会施設（合計約4670平米）を擁する。そのため宴会業務の情報システム化は開業前からの最重要課題だったという。そして選択されたのが（株）ユニコーンの「BVManager」。巨大ホテルを裏側で支えるこのシステムはその後、首都圏の大型ホテルでも相次いで導入されることとなり、いまでは宴会システムの代表格となっている。

「婚礼が毎年1,000組前後、一般宴会件数が1,500件以上というホテルですから、台帳などアナログな管理手法に頼ってはいけません。開業準備段階から宴会システムのトータルな導入を検討していました。」

そう語るの玉井和博取締役宴会部長（副総支配人）だ。メーカー数社のデモを見て回ったが、「当時はまだ宴会セールスを補完するプレゼンテーションシステムのたぐいしか見当たらず、これといったものがなかった」と言う。

というのも、玉井部長がIT武装しようと考えていたのは、セールスから刻々と入ってくる予約のコントロールであり、そしてその後の現場での業務処理をサポートするシステムであ



玉井和博 取締役宴会部長

ったからだ。きれいなビジュアルで顧客に訴えるプレゼンテーションシステムもいいが、本当に必要なのはその部分のIT化だったのだ。

既製品のパッケージでは無理、やはり投資のかさむオーダーメイドしかないな、と思いはじめたころ、玉井部長はユニコーンのBVManagerに出会った。「画面に現れている機能は、私が頭で考えていたものに近かった。ホテルの現場の事情をよく理解してつくられているシステムだなと思って感心したものです。さっそく開業準備室の各担当者呼び寄せて意見を聞きました」

開業を控えホテル グランパシフィックで同システムが導入されたのは、それからほどなくである。ある程度のカスタマイズを経て、現在では、記述のように膨大な宴会予約を切り回すのに大いに力を発揮している。

BVManagerとは、それではどのようなシステムなのだろうか。

ひとこと言えば「予約台帳から請台帳までを完全ブックレス化し、そのデータの共有と、戦略的営業・経理に結びつけるフィードバック機能を持つシステム」ということになる。

具体的機能としては、①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月・日・曜日・六輝星でビジュアル表示、②予約スケジュールをチャート表示、③仮予約、予約、取り消しなどのデータの即時更新（リアルタイムでの情報共有）、④顧客台帳の柔軟な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォロー支援機能、⑥清算、仕分け業務の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能――などがある。

「特にブッキングコントロールの機能は、セールスから入ってくる仮予約～予約～取り消しの情報が一元化し、リアルタイムで見ることが大切。いまのように宴会が厳しい状況では、売上機会の損失は絶対に防がなければいけない。アナログな手法ではどうしてもその余地が生まれてしまうんです」

玉井部長はそう力説する。「そしてウチのように超大型ホテルでは、それ以上に大切だと思われたのが、業務処理支援なんですね。ブッキングコントロールのあとの処理、つまり個別案件の



婚礼・一般宴会で年間2500件以上をこなすホテル グランパシフィック メリディアン

収支状況確認～見積書作成～受注～社内外への発注・手配～案件別の進捗状況管理の流れを、システム上で必要な人間が、いつでも見ることができる機能です。ブッキングとこの業務処理のシステムが結合してこそ初めて、利益と顧客満足の最大化が可能になるのだと思っています」

ホテルではさらに、会計処理などの基幹システムと完全リンクを果たすべく改良に取り組んでいるという。

ホテルにおける部門システムは、宿泊部門のフロントシステムで先行し、レストラン部門のPOSなどで華やかな開発競争が繰り返されてきた。しかし宴会に関してはトータルなシステムが手軽なパッケージで売り出されることはなかった。ユニコーンのBVManagerはそのパイオニアで、いまでは導入実績で図抜けた存在となっている。

ホテルグランパシフィックで実績をつくり上げたシステムは、その後、婚礼の獲得では人気を二分するシェラトン・グランデ・トーキョー・ベイや、東京ドームホテルなど大型ホテルで導入が相次いでいるほか、中規模の高級ホテルでもつぎつぎと採用されているのである。



BVManagerは社内外を問わず、必要な情報がいつでも取り出せる点がセールスポイント

## 国内の全ヒルトンが BVManager をチョイスした。

右田一博氏（営業統括本部・宴会営業部次長）

ヒルトンインターナショナル社の国内ホテルでは中心的存在である「ヒルトン東京」（東京・西新宿）。西新宿エリアは、新規参入の外資系企業の集積度が高い。こうした新たな顧客層を開拓しケアしていくには、宴会部門のIT武装がどうしても必要だった。そうして選ばれたのが（株）ユニコーンの宴会システム「BVManager」。ヒルトン・インターナショナル社は国内に5ホテルを展開するが、この5ホテルすべてに同システムが導入されている。

ヒルトン東京のある西新宿エリアは、この数年で日本参入を狙う外資系の製薬企業、ソフトウェア企業の集積が進んでいる。こうした企業もたらず展示会、ミーティングなどの需要が国内法人需要の低迷をカバーしてくれているが、肝心なのは、その顧客情報をどうメンテナンスし活用していくかだ。受注競争が激化している今日、それを怠ればすぐにほかのホテルに移ってしまうからである。また婚礼も、本来の商圏を超えて首都圏全体で獲得競争が繰り広げられているいま、予約管理を徹底しなければ機会損失に即つながってしまう。

同ホテルが（株）ユニコーンの開発した BV Manager を導入したのは 2001 年 1 月。それまでもパソコンのエクセルを使って顧客データ管理などを行っていたが、宴会の命である予約管理は昔ながらの台帳に頼っていた。外資系ホテルからシステム化への着手は早かっただろうと思いきや、それはほかの部門のはなし。日本特有のビジネスともいえる宴会部門については、外資系のパイオニアをもってしても立ち遅れていたわけだ。

宴会部門では「大台帳」と呼ぶ分厚い予約管理台帳があった。四半期ごとに1冊ずつ、年に4冊になる台帳は、1人の担当者が持ち出すとほかのスタッフは見ることができなくなる。そして頻繁に書き込みがなされ、予約状況が変わる。



ホテル宴会を知り抜いた BVManager。それだけに使い勝手は高い

「やはり、もう台帳で宴会の予約管理をするのは限界だと思っていました。タイムリーな対応ができないわけです。宴会部門はほかの部門に比べシステム化が遅れている分野で、それはほかのホテルも同様でしょうが、IT武装を真剣に考えないといけない時代になっている。この10年余りで宴会部門の顧客層はどんどん変化しているからです」

ヒルトン東京の宴会営業部でシステム導入の旗振り役を務めてきた右田一博次長は、そう強調する。

BV Manager の導入はまずヒルトン大阪で試みられ、国内全ホテル（大阪、名古屋、東京、東京ベイ、小樽）で採用していったが、それに先立って、ユニコーン社では全ヒルトンで説明会を開催。そしてすべてのホテルがゴーサインを出したのだ。

「いろいろなメーカーの宴会システムを比較しましたが、現場のニーズをしっかりフォローして、なおかつマーケティング全般に情報を活用できるという点では BVManager は図抜けていましたね。例えば顧客情報からマーケティング活動への流れ。営業マンはそれぞれ企業業種を分担しているわけですが、業種ごとに過去の宴会実績を集計、加工して営業戦略ツールとする。どの時期、どのタイミングでどんな催事を行うかが一覧で分かることで営業計画を立てやすいわけです。そして予約から会計処理まで情報を一元化して活用できるというのが、システム化の最大のメリット。画面の見や



右田一博  
宴会営業部次長



新しいチャペルを開業、婚礼強化を図るヒルトン東京

すさも優れています。もっとも、過去のデータ入力には5人がかりで1ヶ月を要しましたが」

※

ここで、BV Manager の機能と特性をかいつまんで紹介しよう。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月・日・曜日・六輝星ごとにビジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約、予約、取り消しなどのデータの即時更新（リアルタイムでの情報共有）④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォロー支援機能、⑥清算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能 ---。

このほかにもアプリケーション機能はさまざまあり、ホテルの営業状況に応じてシステムを構築していくことができる。また汎用機能で対応できない分野はカスタマイズが可能なので、オーダーメイドに近い使い勝手となる。こうした点は、ホテル宴会システムに特化し、徹底的に現場ニーズを汲み上げてきたユニコーン社製品だからこそ可能なのだ。

ヒルトン東京では、基幹ソフトであるこの BV Manager のほかに、宴会テーブルのレイアウトを自動編集する「BV Draft」、婚礼のプレゼンテーションシステムである「BV Assist」を採用、業務の効率化を果たしている。

そして同ホテルではこの3月、新しいチャペル「ラ・パール」をオープン、婚礼を強化する。ガラスのバージンロードでは1万6000通りの光の演出を可能とする新時代のチャペルだ。

施設の強化とシステム化。この両輪で婚礼獲得競争を乗り切っていく構えだ。



## 「婚礼件数日本一」のオペレーションを支援システムが体系的にバックアップ

渡辺 まり氏 (宴会部長)

婚礼の受注件数 2900 組は断トツで“日本一”東京ディズニーリゾートのオフィシャルホテルである「シェラトン・グランデ・トーキョーベイ・ホテル」(千葉県浦安市)は、ホテルブライダルのあり方を変えた存在といえる。その膨大なオペレーションを支えているのが、(株)ユニコーンの婚礼・宴会総合支援システム「BV Manager」。

仮予約から会計処理までの情報処理を一元化することで、成約率向上と機会損失の最小化を実現している。

シェラトン・グランデ・トーキョーベイ・ホテルは、2つのチャペルとバラエティ豊かな宴会施設をセールスポイントに首都圏のホテル婚礼市場でシェアを高めてきた。90年代半ばまでは100～600組だった受注件数は、これらの施設拡充とソフトの充実で年を追うごとに増加。2001年度実績は約2900組(レストランウェディングを含む)で、この数年は2位以下に大きく水を空けて全国一だ。

さらに今年3月、新たな婚礼施設「ジョージアンテラス」を庭園内に開設。従来にない婚礼宴会のスタイルを提案する。この新施設の追加で、同ホテルでは年間3000組オーバーの受注を目指すという。ところで“3000組のオペレーション”とはどのようなものだろうか。同ホテルの婚礼宴会施設はレストランウェディングを含めて17会場あるが、フルに動く大安などは利用組数が何と1日で33組にもなる。そして、婚礼サロンには土日曜日ともなると20組を超すカップルが足を運ぶ。

「会場照会も、特定日の指定があれば簡単ですが、近年の傾向は『何月何日から何月何日までの土曜日で』という検索スタイル。照会件数が膨大なので、従来の紙台帳による管理ではタイムラグが生まれ、刻々と入る仮予約情報が重複・錯綜して対応に追われるばかり。システム導入を決めたのは、そんな切実な危機感からでした」



渡辺まり氏 宴会部長

こう話すのは渡辺まり宴会部長だ。同ホテルが(株)ユニコーンのBV Managerを導入したのは1999年7月。それまで宴会の予約管理は台帳で行っていた。大きな台帳が月に1冊必要で、複数の予約担当者が仮予約の記入を重ねるうちにミスが発生する。そして担当者間を台帳が行き来するうちに無駄な時間が生まれ、接客の内容はそれだけ希薄になる…

そうした問題をBV Managerの予約管理機能は見事に解決してくれた。仮予約～予約～キャンセルの情報がリアルタイムで一元管理でき、見やすいチャート形式で端末に表示されるうえ、それを月、日、曜日、六輝星ごとに検索できるので、複雑な候補日の照会も一発でできる。

宴会料理発注の自動化も大きな力となっている。宴会部ではBV Managerを核に受発注管理システムを調理部門と構築、発注ミスを極小化している。

また、BV Managerの会計処理機能も大いに役立っているという。同ホテルは、受注状況などを日・週・月ごとに管理しているが、これに婚礼部門の売上予測をシンクロさせようとすると、従来のアナログ手法では大変な作業だった。

「リアルタイム管理が可能なシステムによって格段に楽になりましたね。この面では会計システムとのリンクでカスタマイズが必要でしたが、ユニコーンさんはホテル業務を知り尽くしていることもあり、問題なく設定できました」(渡辺部長)

適齢人口減少で婚礼市場が縮小することで、ホテル業界は危機感を強めているが、同ホテルではシステム武装で運営効



19世紀アメリカ南部の建築様式によるジョージアンテラスは、映画「風と共に去りぬ」のシーンをイメージさせる造りだ

率を高め、さらに受注件数を伸ばす構えだ。

※

さて、最後にBV Managerの機能と特性をいくつか紹介すると、①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六輝星ごとにビジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどのデータの即時更新(リアルタイムでの情報共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…などがある。

このほかにもアプリケーション機能は数多くあり、宴会部門の業務状況に応じたシステム構築が可能となる。また汎用機能で対応できない分野はカスタマイズが可能なので、オーダーメイドに近い使い勝手に。

ホテル宴会システムに特化し、徹底的に現場ニーズを汲み上げてきたユニコーン社製品ならではの特色だ。



BV Managerは業務が複雑であればあるほど真価を発揮する。

## 収支予測のシビアなコントロールに システム化はどうしても必要だった。

小倉 久人氏 [マーケティング部 カスタマー・リレーションズ・マネージャー]

“外資系新御三家”のひとつ「ウェスティンホテル東京」(東京都目黒区)。恵比寿ガーデンプレイスという東京の新名所に誕生して大いに注目を集めてきたが、渋谷、六本木での新たなホテル開発に対抗していくため“さらなる商品力アップ”が目下の課題となっている。大規模な施設改修に取り組む一方、IT化推進にも積極的で、宴会部門にも、総合支援システムである(株)ユニコーンの「BV Manager」を昨年導入、運営効率の大幅な向上を図った。

ウェスティンホテル東京では、すべての営業部門を統括するのがマーケティング部。「営業推進」の目的のもとに統率されているわけで、国内系ホテルの組織とはだいぶ趣を異にするところだ。

そしてマーケティング部に属するカスタマーリレーションズ(CR)は、各部門の顧客情報を一元管理し、有機的な営業活動に結び付けるために新設されたセクションである。小倉久人マネージャーはこう話す。

「これまで直接競合するホテルがなかった渋谷から六本木にかけてのエリアで新規ホテル開発が相次ぎ、競争激化に備えなければなりません。施設の更新と同時並行して、開業から8年間で蓄積してきた顧客情報をいま一度しっかりと体系化し、営業強化に結び付ける。それが当ホテルにとっての目下の最重要課題となっているわけです」

そしてCRでは、他部門に比べて立ち遅れていた宴会部門のIT化を昨年7月に成就。ユニコーンの婚礼・宴会総合支援システムであるBV Managerを導入し、それまでの台帳による予約管理や一元化されていない顧客情報管理を一気に改善した。

外資系運営ホテルだけに、運営管理のシステム化は当然ながら最新の手法でなされて



小倉久人カスタマー・リレーションズ・マネージャー

れていた。しかし同ホテルに限らず、最近の新規開業ホテルでも、宴会業務に限ってはシステム化に未着手

というところが多いのが現状だ。

それだけシステムに現場ニーズを正確に反映し体系化していくことが難しい分野ともいえる。

「ほかのホテルと同様、予約管理は紙台帳で、顧客情報や収支管理はエクセルで、というように、宴会部門については情報の一元化ができておらず、検討していました。」

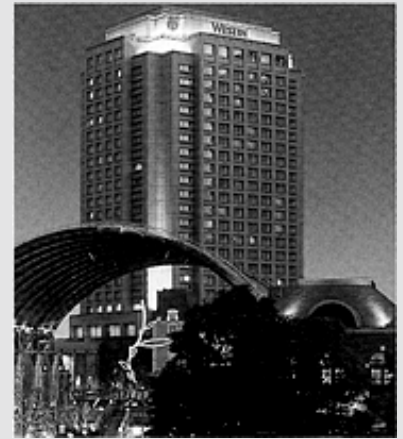
宴会予約部門の責任者を務めたのち、ホテルのIT化戦略の実務に携わった経歴を持つ小倉氏。それだけに、立ち遅れていた宴会のIT化は悲願だった。

それを実現してくれたBV Managerは、現在ではホテル宴会システムで“オンリーワン”の存在。婚礼・宴会の収益比率が高い大手ホテルで急速に導入が進んでいる。その機能と特性はつぎのようになる。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六輝星ごとにビジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどのデータの即時更新(リアルタイムでの情報共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…

このほかにもアプリケーション機能は数多くあり、宴会部門の業務状況に応じたシステム構築が可能となる。汎用機能で対応できない分野は細かなカスタマイズが可能なので、オーダーメイドに近い使い勝手を得ることができる。

ホテル宴会システムに特化し、徹底的に



競争激化に備えて運営改革を推進するウェスティンホテル東京

現場ニーズを汲み上げることに専心してきたユニコーン社製品ならではの特色。宴会システムは大手も開発に乗り出しているが、BV Managerは追従を許していない。

※

小倉氏はBV Manager導入の最大のメリットを改めてこう説明する。「例えば、一般宴会の予約状況を月、曜日、あるいは企業業種ごとに調べて傾向を分析することは、紙台帳では非常に難しい。しかしシステムの検索機能を使えば容易に分析できる。しかもその予約状況が明快なビジュアル画面ですぐに把握できるところが、このシステムの優れたところですね」

つまり、収支予測を常に正確に描き出し、人員配置などの運営効率を最大化することを目的とした正確なフォーキャスト(売上予測)を宴会部門で実現するためにも、仮予約～確認作業～本予約の予約管理情報を一元化・自動化すること、宴会場のイールドマネジメントを最大化することが必要。そして、それを支えるのが総合支援システムのBV Managerなのである。



宴会部門の収支効率最大化に寄与するBVManager



## 営業マンが手配業務までやる組織。 だから高度なシステムが必要だった。

佐藤 徹氏 [セールス & マーケティング部 営業部長]

ホテルの人気ランキングで常にトップの座を争う「パークハイアット東京」(東京・西新宿)。スモールラグジュアリーのコンセプトだけに宴会・婚礼部門もかなり絞り込んだ体制だ。コストをかけてシステム化を急ぐ必要もないように思えるが、同ホテルも昨年、(株)ユニコーンの「婚礼・宴会総合支援システム BV Manager」を導入した。その背景には、業務効率アップに向けた営業組織の抜本改編という事情があった。

パークハイアット東京は昨年9月、営業組織体系を大きく変えた。宴会営業と宿泊営業を統合し、各営業マンが法人向けにすべての商品をセールスする体制に移行。その一方で、婚礼営業については宴会営業から独立させた。

向こう4年ほどで、東京では同じカテゴリーの外資系スモールラグジュアリーがいくつも誕生する。これまで競合があまりなかったカテゴリーが一転、激戦区に。その危機感が、生産性、業務効率向上を目的とした営業組織改編を断行させたのだ。

そして、同ホテルではそれに合わせて婚礼・宴会総合支援システムであるBVManagerを導入した。直近の宴会部門実績は一般宴会が年間450件、婚礼が300件。宴会場3ヵ所というコンパクトな陣容だけに、現場に関してはほかの大型ホテルほどシステム化の必要性に迫られていたわけではない。むしろ“営業体制支援”の意味合いのほうが大きかったという。

「宴会営業の経験がほとんどない営業マンも、宴会を売らなければいけない。その逆もあり。そして大型ホテルであれば宴会予約というセクションがあって、営業マンの受注後はそちらにボタンタッチされますが、当ホテルではそのセクションは存在せず、営業が予約管理から社内外の発注業務まですべてやるわけです。その



佐藤徹セールス & マーケティング部 営業部長

流れのなかでは、やはり旧来の台帳や手書き伝票による業務管理手法では効率が悪く、せつかく組織改正をした意味がなくなってしまう。BV Manager は、そこを解決する手段だったわけです」

佐藤徹セールス & マーケティング部営業部長は、システム導入のいきさつをそう説明する。

予約受注から先の顧客情報管理、宴会サービスや調理、契約企業への手配といった業務は、営業部内のコーディネーターと呼ぶ担当者がケアするものの、その管理は営業担当者自身の責任。そして管理することに煩わされていたのでは本来の営業はおろそかになる。つまり、そうした業務情報を一元管理できるシステムであることがここでは求められたのである。「いろいろな宴会システムを比較検討しましたが、業務手配の自動化機能があるのはユニコーン社製品だけで、それが選定理由となりました。当ホテルの場合、一般宴会も婚礼もパッケージは一切なく、案件ごとの手配指示内容は非常に細かくなります。BVManager の場合、手配書を起こすためのフォーマットに基づいて最初からの情報管理体系がデザインされており、非常に使い勝手がいい。システム導入までは、受注伝票を手書きで起こし、台帳に記入し、さらに手配書を起こしていくという作業の積み重ねで、ミスが発生する可能性もあったわけです」

プレスでの認知度が高い同ホテルは、宝飾、化粧品などの企業のプレス向けパーティーが開催される頻度が高く、その内容もかなりデコラティブ。例えば花の種類や花器、レイアウトまでがクライアントから指定を受けるケースが多く、手配書の記入項目は多岐にわたることになる。そうした細部の情報も、最初の段階で



開業から8年、人気ホテルのトップの座を保って来たパークハイアット東京

ちんと人力しておけば、そのまま後続の業務の流れに自動的に反映されていくわけだ。

※

さて、この数年のうちに大手ホテルで急速に導入が進んでいる BV Manager。その機能と特性はつぎのようなものだ。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六輝星ごとにピジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどのデータの即時更新(リアルタイムでの情報共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…

このほかにもアプリケーション機能は充実しており、業務体制の状況に応じたシステム構築と運用が可能だ。汎用機能で対応できない分野はかゆいところに手が届くカスタマイズも可能。つまりオーダーメイドに近い環境を提供してくれる。ホテル宴会システムに特化し、徹底的に現場ニーズを反映させてきたユニコーン社製品ならではの特色で、他社の追従を許さない使い勝手を実現している。



BVManager は婚礼・宴会セールスのあり方を根底から変える

## 業務に精通したシステムだから “マニュアル”としても活用可能。

高橋 一司氏〔販売部副部長〕

東京ドームシティに2000年6月開業した「東京ドームホテル」(東京都文京区)は、久しぶりの1000室超の大型ホテルとして注目を集めた。そして巨大ホテルの屋台骨を支える開業スタッフの採用では、特定のホテルに偏らない政策がとられた。そのため、業務マニュアルの策定も一からの作業となったが、宴会部門でその基礎となったのが、(株)ユニコーンの「婚礼・宴会総合支援システムBVManager」だったという。どういうことなのか?

「もちろん、マニュアルに応用する目的で宴会支援システムを導入したわけではありません。あくまで業務の効率化のために、正式のマニュアルはべつに作成しています。しかし、さまざまなホテルからスタッフが集まった状況のなかでは業務規範を定めるのも容易ではなく、宴会業務のベシックが完全に網羅されているBVManagerの手順に従うのが最良の方法だったということです。つまりその流れに沿って業務を進めていけば、顧客ニーズを漏らすリスクを極小化できるわけです」

そう説明するのは、自らも大手ホテルからキャリアチェンジした高橋一司販売部副部長である。

BV Manager は、婚礼・宴会の予約管理から発注、会計処理、売上分析、顧客データ管理までの業務を一元的に自動化してくれるシステム。台帳や手書き伝票による旧来の情報管理手法では、ベテランスタッフの勘どころに頼ることが多く、また転記するたびに記入ミスや時間ロスが発生する余地がある。

BV Manager は、誰でもミス、ロスがなく業務をこなすことができるシステムとして注目され、この数年で大手ホテルの間に急速に導入されているのだ。



高橋一司販売部副部長

東京ドームホテルでBVManagerが重宝されているのには、もうひとつ理由がある。それは、同ホテルが一般宴会部門においても個人客を重視するマーケティ

ング路線を貫いているためだ。営業マンが直接ケアする法人客と違って、個人客の場合はいかに顧客データをしっかり管理し、それを次回の集客に結び付けていくかがキーポイントになる。その点で、予約段階からの履歴データを一元的に共有・応用できる管理機能を持つBVManagerは強力な戦力になっているわけだ。

「文京区という場所柄、商店などを含め個人のお客さまの比率が高く、一般宴会全体の8%ほどを占めています。“地元密着型”の当ホテルとしては、こうしたお客さまとのコミュニケーションを大切にしていきたい。加えて、ご家族の節目でのイベントニーズを的確に取り込むことを重要視しています。そのワン・ツー・ワン・マーケティングの展開のためには、履歴項目を多彩に分析できる顧客データベースが必要不可欠なんですよ」

また、婚礼関連のテナント店舗にもBVManagerを導入してもらい、全館で顧客情報を共有化。衣装、生花、写真室、美容室、音響設備などの各テナントが吸い上げる顧客ニーズをホテル側が把握し、逆にホテル側が吸い上げたニーズをテナント側にも把握してもらうことで、綿密な顧客サービスを実現する。こうした仕組みは挙式以後の年イベントのマーケティングにも活用されていく。

同ホテルでは、婚礼で成約したカップルに個人用のウェブサイト・アドレスを提供し、サイト上で打ち合わせをする「インターネット婚礼打ち合わせシステム」をこの4月から導入。

家族もホームページ上で商品内容が確認でき、打ち合わせ時間を大幅に短縮できるなどのメリットに注目が集まっている。



婚礼740組、一般宴会2180件(2001年度実績)をこなす東京ドームホテル

将来的にはこのシステムとBVManagerをリンクさせて、さらに運営効率を高めることも検討中という。

※

さて、最後にBVManagerの特色をもう一度まとめておこう。ホテル宴会システムに特化し、徹底的に現場ニーズを汲み上げ成熟させてきた製品だけに、他社の追随を許さない使い勝手を実現している。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六曜星ごとにビジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどのデータの即時更新(リアルタイムでの情報共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…

このほかにもアプリケーション機能は充実しており、業務状況に応じたシステム構築と運用が可能。汎用機能で対応できない分野は多様なカスタマイズが可能で、オーダーメイドに近い環境を実現できる。



BVManagerの顧客データベースはさまざまなマーケティング応用が可能



## オーダーメイド感覚を実現する カスタマイズ機能の奥深さ。

千葉 利之氏〔情報開発部長〕

明治神宮の収益部門として昭和22年に発足した「明治記念館」(東京都港区)は、日本で最初の総合結婚式場。大小27の宴会場を待ち、1年間に行なわれる婚礼組数は2500件、一般宴会集会も3000件にのぼる。同施設では従来、オフコンによる業務管理システムを導入していたが、昨年末に営業系の基幹システムを(株)ユニコーンの「BV Manager」に切り替えるプロジェクトを成し遂げた。

インターネットによるネットワーク環境の急速な進歩や、パソコンによるシステムの充実から、企業が基幹システムをオフコンからパソコンベースに移行する動きが目立っている。

明治記念館でも、長らく活躍してきたオフコンのリース契約が切れるのを機に、総務・経理系を除く営業系のシステムをパソコンベースに移行することにした。システムのオーダー開発も念頭に入れてプロジェクトチームを立ち上げたのは、いまから1年半前だった。

「いろいろ検討を重ねたんですが、チームも仕事の片手間でしか時間がとれず、結局、オーダーメイドのシステム開発は断念することになったんです。それまでのオフコンによる旧システムから発想していたのではチがあかなかった。そんなとき、チームのスタッフが展示会に展示されていたBV Managerに興味を覚えて、私に報告してきたんです」

もとは電機大手の営業出身で、同館で情報システム開発の指揮をとってきた千葉利之情報開発部長は、当初の様子をそう振り返る。

「宗教法人の収益部門である当館は、ほかの一般企業とは会計基準も異なる。それに業務のボリュームも一般のホテルよりも大きい。だから、既存のパッケージ製品で対応できるものかどうか疑問はありましたよ。

でも、ユニコーンさんと検討を重ねるうちに、カスタマイズを



千葉利之情報開発部長

重ねれば十分に対応できることが分かった。加えて、システム操作のレスポンスを速めるためのカスタマイズまで可能だった。

それに何より、パッケージ製品からの開発だから、オーダーに比べて圧倒的にコストを低くできる。もう、これでいこうと思いましたがね」

そうして導入されたBV Managerは、予約管理から、調理などの各現場への発注伝票の出力まで、トータルに自動化してくれる高度なシステム。データはすべて汎用ソフトのエクセルに落とすことができ、現場ごとに容易に加工・分析が可能なので、業績予想がリアルタイムでできる。原価・人件費管理の徹底が求められる現代にあっては心強い味方だ。

千葉部長はさらに「システムの内容もさることながら、ユニコーン側のメンテナンス態勢も信頼に足りるものだった」と言う。バグが発生しやすい導入当初はユニコーン社のスタッフが常駐し、なおかつオンラインで24時間監視するシステムの構築にも尽力している。

そして明治記念館では現在、BV Managerを活用した“第2次システム開発”に着手し、今年秋には稼働予定だ。その目的の中心は、内部で持つ「生花部門」の業務効率化。

婚礼組数・一般宴会集会を合わせて年間5500件をさばく同館では、催事における生花の売上高は年間5億円にもものぼり、東京・大田市場でセリに加わる売参権も有するほどである。命の短い生花をどれだけ効率的に仕入れて、どれだけ効率的な運用のサイクルを構築できるか、それが利益を大きく左右する。これまではベテラン社員の勘に頼っていた業務だが、



豊かな緑に囲まれた由緒ある明治記念館

それもBV Managerにリンクさせて自動化しようという目論見なのだ。

※

この数年で、大手ホテルをはじめ明治記念館のような専門宴会施設でも急速に導入が進んでいるBV Manager。さて、その機能と特性をここで改めてチェックしてみよう。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六輝星ごとにビジュアル表示、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどのデータの即時更新(リアルタイムでの情報共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算、仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…。

このほかにもアプリケーション機能は数多くあり、既述のようにカスタマイズも柔軟にできる。つまり施設固有の業務状況に応じたシステム構築と運用が可能で、パッケージを超えたオーダーメイド感覚の使い勝手を実現できるのだ。宴会システムに特化し、現場ニーズを研究し尽くしたユニコーン社製品ならではの特色。

それは大手システム企業にも追随を許さないものとなっている。



婚礼宴会の業務効率化で強力な武器となるBV Manager

「神戸メリケンパークオリエンタルホテル」編

※週刊ホテルレストラン 2002年5月17日号

「ホスピタリティと業務の効率化」特集より。

## IT化の恩恵。それはホテルではなく お客様に還元すべきもの。

松下 麻理氏〔マーケティング営業部〕

神戸港の観光棧橋の突端に位置し、270度の視界に海が広がる「神戸メリケンパークオリエンタルホテル」(神戸市中央区波止場町)は、関西の婚礼マーケットで高い人気を誇るホテルである。しかもロケーションや施設構成の特色から、婚礼に対するニーズも多様だ。そんな同ホテルが(株)ユニコーンの婚礼・宴会総合支援システム「BV Manager」を導入したのは、接客サービスのレベル向上を目指してのものだった。

神戸メリケンパークオリエンタルホテルの年間婚礼件数は約1200組(2001年度実績)。東京都内の大型ホテル並みの件数で、これはホテルの規模からしても多いといえる。

婚礼施設の過当競争が進むなかホテルにとってはうれしいことだが、一方では“贅沢な悩み”も抱えていた。「過密なスケジュールのなかで、ときには接客が手薄になってしまうことがありました。本来なら競争激化のなかでお客様のケアを最優先させなければいけないところを、それができない歯がゆさ。その最大の要因は、一連の事務処理に時間が取られていたこと。こうした時代ですから人員を増やすこともままならず、予約管理から発注までの各業務で悪戦苦闘していたんです。これではいけない、何とかしようということで、IT化を検討しはじめたのが2000年秋ごろでした」

マーケティング営業部の松下麻理氏はそう話す。

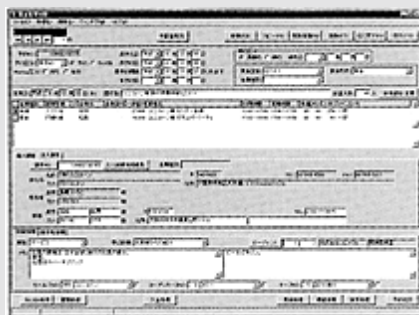
従来の手書きの台帳による予約管理は、複数のスタッフが同時に見ることができず打ち合わせ業務も効率的に行えない。予約変更が重なった場合はどうしても宴会場の空き時間が出てしまい、稼働が落ちる。料理や付帯サービスの発注作業でも、台帳からのアナログな情報管理のもとではミスが発生する可能性がある。

そうした状況を打破するためには、やはりIT化が必要不可欠という判断だったのである。

そして同ホテルが選んだのがBV Managerだった。「検討をはじめてから

数社のメーカーのシステムを候補に挙げたんですが、現場の実状をよく把握している点と、パソコンの初心者でも扱える操作性のよさでBV Managerに決定することになったんです。特にビジュアル面の見やすさがいいですね。それと、各業務段階でデータを加工しやすいことも評価の対象になりました」

※



宴会宴席情報画面

こうした評価を同ホテルから得たBV Manager。その特色を整理するとつぎのようになる。

①式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、日、曜日、六輝星ごとにビジュアル表示できる、②予約スケジュールをチャートで表示、③仮予約・予約・取り消しなどの予約管理データをリアルタイムで更新(情報の即時共有)、④顧客データの多様な検索機能と打ち合わせ進捗状況、変更履歴の管理が可能、⑤法人宴会の履歴管理と成約前フォローの支援機能、⑥精算・仕分け業務など会計処理の効率化、⑦売上分析など各種営業データの分析機能…などなど。

このほかホテルごとの業務状況に応じ

て活用できるアプリケーション機能が充実している。また汎用機能で対応できない分野については、オーダー感覚に近いカスタマイズもさまざまにできる。オーダーメイドによるシステム構築に近い使い勝手を実現できる汎用ソフト。

それがBV Managerの特色なのである。

※

「事務作業の能率は、システム導入の前と比べてほぼ倍くらいになっていると思います。それだけ事務処理に割かれていた時間を、今度は接客に集中することができるようになり、より親身なケアができるようになりました。婚礼は人生最大のセレモニーですから、私たちも絶対に失敗は許されません。その心理的な重圧はたいへんなものなのですが、BV Managerの導入によって心理的な余裕が生まれ、スタッフ全員が自信を持って業務に当たることができるようになりました」

説得力のある松下氏の言葉だ。

同ホテルでは、BV Managerの導入に並行して、インターネットのウェブ上で婚礼宴会の見積もりからスケジュール管理、招待客情報の作成までできるシステムも稼働させた。

「IT化による恩恵は大きい。でも、それで人員を削減するというのではなく、その恩恵はすべてお客様へのサービスに還元すべきもの、というのが当ホテルのスタンスです。より細やかでニーズに即したサービスをご提供するためにIT化はあるべきだと思います」

松下氏は最後にそう付け加えた。



「パン パシフィック ホテル 横浜」編  
 ※週刊ホテルレストラン 2002年7月26日号

「ホテルマネジメントソリューションの再構築」特集より。

## 顧客情報の一元管理・活用システムで 営業活動のスピードアップと効率化を実現

石丸 栄一氏〔アシスタント・ディレクター・オブ・セールス〕

レストラン施設のプロデュースをクイーンアリスに委託するなど、ホテルの料飲施設のあり方に一石を投じた「パンパシフィックホテル横浜」(横浜市西区みなとみらい)。同ホテルはまた、営業体制のIT化にも積極的だ。(株)ユニコーンの新製品ソフトであるホテル業界特化型営業支援システム「BV Sales」を導入し、財産である顧客情報を高度活用することによって営業効率を最大化している。

東急系列のパン・パシフィック・ホテルズ・アンド・リゾーツ(本社=シンガポール)は、環太平洋地域に広く展開する国際ホテルチェーン。

その国内第1号であるパンパシフィックホテル横浜は、宴会部門売上高が高く、法人需要が厚いという日本独特の実状から、チェーン共通のシステムとはべつに独自の営業システムを構築することにした。

それが2000年のこと。そして導入したのがユニコーン社の営業支援システム「BV Sales」である。「セールススタッフが持っている顧客情報は、皆で共有してはじめてホテル全体の財産になるという考え方です。しかもそれはできるだけリアルタイムである必要がある。それが実現できれば、宴会部門だけでなく宿泊のイールドも向上でき、顧客満足度をアップさせることができます」

同ホテルのアシスタント・ディレクター・オブ・セールスである石丸栄一氏は、新システム導入のポイントについてそう説明する。

※

BV Salesは、これまで紹介してきた婚礼・宴会総合支援システムである「BV Manager」と相互補完的な関係にある新製品だ。

顧客の会社情報、個人情報、さらにホテルの利用履歴や好みなどの案件情報、クレーム情報、セールス担当者による営業活動履歴、レポート情報などが一元管理でき、その情報を営業スタッフ全員が共有することで、有機的でタイムリーな営業活動が行なえるというもの。

顧客情報データベースのシステムはほかにもさまざまあるが、ホテル特有の細かな情報項目を、これほど体系的、有機的に営業活動に反映できるものはこれまでなかったといっよ。『営業日報や週報も、個人レベルで完結してしまったり、その後の営業にしっかりと反映されることがなければ、あまり意味はありません。情報は一元管理ができてはじめて有効活用



会社情報、顧客情報画面

できるんです。その点、BV Salesは営業の誰もがそれを見ることができて、さまざまな角度から情報検索ができる。営業が効率的にスピーディーに展開できるようになりました」

例えば、顧客の宴会実施日が変更になったとする。その情報が営業セクション内でタイムリーに確実に伝われば、穴をすぐに埋めることができ、売上機会の損失を未然に防ぐことができる。こうしたイールドマネジメントは、アナログな手法に頼ってはなかなか確度は上がらない。このシステムでは販売統計からの売上予測の機能も充実しているうえ、レ

ポート類の出力形態もカスタマイズが可能となっている。

また、宿泊、宴会、料飲の各部門の顧客情報を横断的に管理・活用できるBV Salesは、部門の枠を超えたクロスマーケティングの展開で心強い味方となる。宴会の顧客に宿泊やレストランの利用を勧める、あるいは逆に宿泊客に宴会の提案をしていく。そうしたクロスマーケティングは収益低迷の今日、必要不可欠といえる。

さらに、クレーム内容やキャンセル理由を統計的に描き出すことができることで、オペレーションの修正や改革にも役立つ。こうしたナレッジマネジメントも時代のすう勢となっているが、BV Salesのようなシステムがあればこそ達成できるというものである。

ところでこのBV Salesは、PDA(携帯)端末を活用したモバイルネットワークにも対応している。営業スタッフが営業先からシステムにアクセスし、宴会場や客室の販売状況を確認する。あるいは顧客情報をその場でシステムに入力する。タイムラグを限りなくゼロに近づけることで、イールドマネジメントの可能性ははるかに向上するわけだ。「いまのところは外部からの情報照会が名刺内容の照会が主ですが、ゆくゆくは携帯端末持参による営業体制をぜひ達成したいと考えています」(石丸氏)

パンパシフィックホテル横浜でもこのモバイルネットワークによる営業体制の導入に向けて準備を進めているという。