

HOTEL RESTAURANT

2009.8.28 ¥1600



特集「ホテル・ブッフェ」成功のキーワード

特別企画 1

生まれ変わった〈かりゆしアーバンリゾート・ナハ〉

特別企画 2

ホテルオペレーションを飛躍的に進化させるユニコーン

www.ohtapub.co.jp

Web Magazine for Hotel & Lifestyle
the HOTEL 2



祝 日本ホテル協会
創設 100周年



飛躍的に進化させるユニークなシステムを ホテルオペレーションを

BV Managerとは

シティホテルにおける宴会部門の売上比率は高く、また高度な顧客サービスが要求される。当然、システムに要求される機能も業務管理だけでなく、接客ツール、顧客と営業スタッフのフォロー、関連業者との取引管理機能など、多岐にわたるものを満たす必要があった。

このような状況を背景に、宴会業務を専門的に支援することを目的としてユニコーンは「BV Manager」を開発した。長年、メジャーホテルの宴会部門と業務をすり合わせながら構築したシステムは現在、業界トップシェアを誇る製品となっている。

「BV Manager」は、婚礼宴会総合支援システム。業務管理だけでなく、GOP管理、統計分析など多岐にわたる豊富な機能を有し、営業を強力に支援する。

BV Managerの機能と特性

- ① 式場・宴会場の予約状況を年間カレンダー、月、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だ。

企画 江後大樹 取材 久保亮吾 撮影 平瀬拓



ホテルと共に創り上ってきた きめ細やかなシステムを提供する

ユニコーン



(株)ユニコーン代表取締役
中野惠司 Keiji Nakano

1957年、大阪生まれ。名古屋工業大学卒業後、東レエンジニアリング株式会社入社。工場自動化のソフトウェアや制御系ソフトの開発に従事。退社後、フリーのSE等を経て、92年に株式会社ユニコーンを設立。現在に至る。

婚礼・宴会会の総合支援システム「BV Manager」を開発した(株)ユニコーン。同社は現在、この分野でトップシェアを誇る。ザ・リッツ・カールトン東京、ザ・ペニンシュラ東京、マンダリン オリエンタル 東京などの新規開業外資系ホテル、さらには東急ホテルズやIHG・ANA・ホテルズグループジャパンなどのチェーンホテルでも同社のシステムが採用されている。なぜ、ここまで支持されるのか。同社の戦略とビジョンをトップの中野恵司社長に聞いた。

取材・文 久保亮吾

もともと私はシステムエンジニアリング会社で工場自動化のためのソフトや制御系ソフトの開発に従事していました。父が事業をしていたということも影響して、いつかは自分も起業したいという思いがあつて1992年にこの会社を設立しました。

創業当初は一般企業向けの会計システムや販売管理システムなどの業務ソフトを開発して販売していたのですが、この分野は競合他社が多くて、自分たちの才リジナリティーがなかなか見いだせない。それならば、ターゲットを明確にして、特定分野・業界で掘り下げて自社製品を開発し、その分野でトップシェアを確保したいと考えました。

ホテル業界は、その所在と母体も明確で、また、多くの方が接することのできる業界でしたし、私が長年工場の中の陽の

ユニコーンがホテル・結婚式場に特化して業務支援システムを開発することになつた経緯をお聞かせください。

ノウハウ^{ぞう}だったからこそ できたシステム

当たらないベースで仕事をしていたものですから、どうにも華やかな陽の当たる世界へのあこがれがあつて、ホテルを仕事の現場にしたかったのかもしれません

(笑)。

90年代前半に「マルチメディア」という言葉が流行していたのを覚えていらっしゃる方も多いと思います。あのころは、要するにパソコンを使って映像や音楽を複合的に組み合わせて活用する技術を総じて「マルチメディア」と呼んでいましたね。

そういう時代でしたから、当社も映像系の演出に関するシステムの企画提案を考えたときに、思いついたのが「結婚式」というキーワードでした。それで、自身の結婚式の経験をもとに企画書を作成し、大きな会場を持っているホテルや専門式場に話を伺いに行く日々が始まつたのです。婚礼業務のノウハウなど一つも持つていませんでしたから、何軒かのホテルや式場にお邪魔して、婚礼課の方に業務の流れを聞き、アドバイスをいたいたのです。

普通の業界で「システムを構築したいから業務のことを教えてくれ」と、そんな人間がやって来たら門前払いが当たり前だと思います。でも、そこはさすがサービス精神が豊かなホテル業界で、皆さんは本当に丁寧に対応してくださつて、しかもこ細かに婚礼のことを教えてくれたのです。「ホテルとは何と素晴らしい業界なんだ」と、私が感動したのはこのときです。

それで、婚礼業務支援システムの開発に着手したということですか。

婚礼課の方の話を聞いているうちに、どうも映像演出のお手伝いをするよりも、婚礼・宴会業務そのもののシステムに「一ヶ所あるのではないか」と思い始めたのです。シティホテルの売上比率を考えると、婚礼・宴会は非常に重要な商品です。しかし、

ただ、実績のない当社のシステムがホテルに採用されるまでは大変でした。ホテルの方はとても親切なのですが、同時にとても財布のヒモが固いのですよね(笑)。

2000年以降は次々とホテルへの導入が決定していくましたね。小誌でも、宴会部の現場責任者が「細かいところまで気遣われている。理想のシステムだ」とコメントしている記事を掲載しました。今ではこの分野のシェアナンバーワンです。

東京で最初に当社のシステムを本格的に導入していただいたのは当時の「ホテル・グランパシフィック・メリディアン」でした。実績がほとんどない中、導入を決断いただき、本当にうれしかつたです。これを契機に、次第にホテルの方がうわさを広めてくれました。

90年代の後半にはパークハイアット東京やウェスティンホテル東京などの有名外資系ホテルへの導入が決まり、このころには3年間で40軒のホテルにシステムを導入させていただきました。

有名ホテルとお付き合いいただくことは、当社にとってもステータスだと感じています。最近は導入先のホテル名を挙げ

ユニコーンの企業理念やマネジメント方針である「UNICORN Style」

項目	従来の考え方	UNICORN Style
経営理念	スローガン あるべき姿	語り合えるより所、企業(働く人)の価値・魅力、顧客に語れる理念
仕事(人生)	1.与えられたルーチン業務の消化	1.面白さに没頭し、自らがつくりあげる
	2.勘と経験、度胸	2.情報を共有し、信頼関係を築く
	3.指示されて動く	3.自らが主体的に動く
	4.やらねばならない(意志力)	4.やりたい(創造力)
	5.やって欲しいこととやりたいことが食い違う	5.やって欲しいこととやりたいことが一致
目標管理	1.ノルマ管理(コントロール)	1.経営管理(マネジメント力)
	2.結果管理、結果報告	2.要因管理、プロセス管理、キャリアアップ
計画と目標	1.上司の計画、目標(押し付け)	1.自分の計画、目標(経営方針、理念に沿って)
	2.役割、責任があいまい、現状維持	2.役割、責任が明確、進化発展
上司の役割	命令・指導・統率する管理、監督者	部下のセルフマネジメントをサポートし、アドバイスする仕掛け人(任せ、対話、フォロー)
社員の役割	1.顕在能力を見る	1.潜在能力を引き出すことができる
	2.管理者	2.部門経営者
	3.上から与えられた命令を実行	3.自ら考え実行する
	4.一種の抑圧	4.自由と面白さ
	5.命令する	5.任せ、アドバイス、フォローする
	6.決められた枠の中で動き、作業を消化	6.環境変化に対応して動き、創出
人材育成	1.信頼関係薄い	1.信頼関係がベース
	2.能力中心、教育する	2.人間的魅力中心、育成する
	3.技術を勉強する、業務知識を学ぶ	3.経験を積み吸収する、人間力を磨く
社員の存在	人件費、コスト中心的発想	人的資源、資産と見る発想



ユニークな発想を生み、リラックスして仕事ができるようにと、社内には和室の会議室がある

それでも、当時はパソコンへの信頼性も低かつたし、ましてや慣れ親しんだ台帳を捨てて、ブックレス化するというのはホテルの方にとっては大変なことだったと思います。今では信じられないことでしょ
うが、導入当初は現場の方の信頼を得られず、パソコンでも入力するし、台帳にも記入するという二重作業になっていた

具体的には、予約・見積・売上精算、発注、データ分析までの流れが一貫システムでできること。そして、GUI+環境を駆使し、逐一数字を打ち込んで処理するのではなく、現場の方が画面の表やチャートをマウスで直観的に操作できるというコンセプトも、台帳からコンピューターへの移行を楽にしたと思います。

るだけで、詳しい会社説明はいらなくな
るほどです。

われわれのシステムが他社のそれと違
うところは、現場の担当者と膝つき合わ
せて話し合い、業務をきめ細かく分析し
て開発し続けているところでしょう。パ
ソコンの普及も追い風になりましたが、わ
れわれの製品が評価された最大の要因は
現場の悩みを解決するものだったからだ
と自負しています。

人間力を大切にするユーニングスタイル

ユニコーンはオリジナルのシステム開発にこだわっていますね。

ホテルもありました。新しい製品で信頼を得るには、ひたすら実績を積んでいくしかありませんでした。

導入後しばらくして、現場の方から「コンピューターの方が便利で」もう、台帳には戻れないね」と言われたときはうれしかったですね。そうなると、今度は「館内のほかの場所でも予約状況が見られるように、端末を増やしてほしい」という依頼を受けたようになりました。やがて、館内のどこからでもシステムにアクセスができるようになり、それがどんどん広がつて「外まわりをしているときでも確認したい」という声に対応してモバイルの製品開発に取り組んでいったわけです。

こだわる理由の第一は、社員のモチベーションです。お客さまの社内でシステムが稼働するまでには、状況のヒアリング→設計→開発→導入→教育→保守という手順を踏まなければなりませんが、その上流から下流までの全行程を自分たちで行なうことで、仕事に誇りを持つことができます。すると私は考えていました。

うやつて、ビジネスを成功させる達成感や喜びを味わうことができるのです。

御社は、企業理念やマネジメント方針を「ユニコーンスタイル」と呼んで、社員に浸透させていますが、「ユニコーンスタイル」とはどのようなものでしょう。

企業理念

人を創る 変化に対応できる自創の人を目指す
愉快快活 個性と活気あふれる快活集団を目指す
感動共有 人々と感動と喜びをわかちあう

当社では、会社や仕事、そして商品やお客様を次のようなものだと定義しています。

- 会社とは、人が集う生命体、そしてその存在価値が問われる場。
- 商品とは、魅力ある愛すべき存在、子どものようなもの、自分の分身。
- 営業とは、市場開拓は自分自身を開拓すること。
- 社員とは、目的を同じくする仲間、同志。

顧客とは、ファンであり、存在価値に報酬をくれる方、そして伝道師。

この定義をもとにマネジメントスタイルを、従来の考え方とどう違うのかを分かりやすく整理すると表のようになります。



大阪市中央区。大阪城近くの緑多い一角にあるユニコーン本社ビル

す。例えば、仕事は与えられるものではなく、「面白さに没頭でき、自らがつくりあげる」ものが本来で、「やらねばならない」という意識で取り組むものではなく「やりたい」から創造的な発想が生まれるものだと思っています。

こうしたスタイルを社員一人一人がそれぞれに理解をして、お客様も周囲の人々に語れる人材になつてほしいと私は思っています。幸い、今いるメンバーは皆が自然にこのユニコーンスタイルを実践してくれています、といいますか、社員の姿勢を見て、このユニコーンスタイルが完成されたとき、「これちからが頭を下げるくなるほど頑張ってくれますが、それは皆が仕事に誇りを持ち、楽しんでいるからだと思います。開発者」というと引きこもりがちなイメージがありますが、当社の開発者は積極的にホテルへ行つて、ホテルの皆さんと話をすることを楽しみにしています。

ホテルの皆さんのお話を聞き、「なんかお役に立つ方法はないものか」と考え、システムが稼働したときにいただける、お客様からの「ありがとうございます」との言葉を励みにする。そうやつて仕事をしてこそ役に立つシステムは生み出されると思います。

システム開発会社といえども、社員の人間力が大切だということですね。

もちろん、当社は開発会社なので、技術力や開発する製品自体も大切です。しかし、会社は人が集う生命体。最終的には人間力、つまり魅力ある社員が集まつていてこそ頼られる存在になれるはずです。

ユニコーンには魅力ある社員が集まつていて感じています。どうやつて集まつたのかと聞かれると、これといって具体的な方針はなかつたのですが、しいてあげるなり採用面接の際に「あなたつて、これまで人生ツイてました?」と私が聞き続けたことと聞かれると、これといつて具体的な

ことでしょう。

「はい、私はこれまでツイてました」と答える人というのは、仕事や人生を他人のせいにせず、感謝の心を持つ人だと思うのです。主体的に取り組んできた人だからこそ、自分の人生に責任を持つ人だと思われる「ツイていた」と自信を持って言うことができます。そういうツキのある人がこれまで仲間になつてくれて、ツキのある集団となつてきました。

あとは、集まつたメンバーを経営者がひたすら信頼する。それが大切だと思います。ユニコーンスタイルは経営者と社員、社員同士に信頼関係があつてこそ成り立つもので、その風土が、説明しなくともお客様にも伝わるものだと思います。

婚礼・集宴会から、さらに周辺システムの開発へ

今後の展望をお聞かせください。

今後も、ホテル・婚礼業界のお手伝いをさせていただくという軸はずつと変わりません。ただ、今後は現在の婚礼・集宴会とレストラン関連の製品をさらにバージョンアップさせつつ、さらに周辺業務のお手伝いをしていきたいと考えています。

まずは、最近、導入依頼が増えた、レストラン予約顧客管理システム「ReCS」については、座席管理や顧客管理機能が評価されていますが、セントラーリザベーションやRFM分析などの機能強化を実現しています。さらにホテルの販売・集客チャネル増を目指して、レストランのインターネット予約・料金システムとのデータ連携により、より効果的なシステムとなると考えています。

また今後は内部統制強化など時代背景も考慮して、原価管理やコストダウンを徹底的に追求していかなければならぬと思いますので、まずはその分野のシステ

ムとして購買システムとFBC(Food and Beverage Cost Control)システムをリリースします。

購買FBCシステムについては、すでに協力ホテルの下で試験運用が始まっています。2010年の1月にはバッケージ化する予定です。この新システムも、当社のこれまでの開発スタイル同様にお客さまのニーズや悩みを担当者がとことんまで聞いて設計しています。ですからこれまでにない、大変きめ細やかな機能を備えたシステムになるでしょう。

当社は昨年、ウエディングプランナー業務のナビゲーションツールである「BV Navigator」をリリースしました。これはいわば、われわれのお客さま(ホテル)が抱えるお客さま(エンドユーザー)のためのシステムです。つまり婚礼・集宴会システムを中心として考えると「BV Navigator」は、お客さまの前方をサポートするシステム。それに対して、購買FBCシステムは、お客さまの後方をサポートするシステム、「お客様の後方」をサポートするシステムとなるわけです。

ユニコーン設立18年目を迎え、長いところでは10年以上お取り引きさせていただいているお客さまもあります。その間に蓄積してきたデータやノウハウを最大活用し、さらに今後はトータルなマネジメントツールとしてのパッケージソフト開発に力を注いでゆくことになると思います。異なるオペレーションからマネジメントへ、そして、そこにはコンサルティング的な要素を盛り込んでいく必要もあるでしょう。

会社もそうですが、当社社員それぞれが、ホテル業界の方々に多くを学び、育てていただきたいと感謝しています。お客さまのニーズに応えるという姿勢は創業時ままでますが、これからは恩返しのつもりで、こちらから積極的に提案をし、多様な機能を持つたマネジメントツールを開発していきたいと考えています。

「BV Manager」から派生したさまざまな製品群

それらはすべて、顧客と問題意識を共有したからこそ生まれた

(株)ユニコーンの強みを表現する一つのキーワードに「SE力」という言葉がある。この言葉は決して開発力だけを指すのではない。顧客の視点に立ち、顧客が抱える悩みを自らの悩みととらえて、共に解決しようという姿勢そのものを指すのだろう。基幹システムの「BV Manager」も、もちろんこの「SE力」によって生まれたが、本稿ではそこからさらに派生した製品群の開発過程を聞き、そこから同社のボリシーまでを読みとてみたい。



「BV Navigator」の顧客側のサイト画面。スケジュール表サイトでいつ多拠点・多店舗にも対応したレストラン予約顧客管理システム「ReCS」。ASPでの導入も可能だ
ごろ何をすべきかが顧客に分かり、料理のコースや引き出物などの情報を画像とともに閲覧できるようにすることも可能だ

ユーザーである現場スタッフと密に話し細かなニーズを吸い上げる

もともとホテルや式場の業務支援ソフトの開発から始めた(株)ユニコーンは、ホテルの現場スタッフとの対話を重視し、ノウハウを蓄積しながら、さまざまな業界特化の製品をラインアップ、リリースして業界の注目を集めている。

ところが、ホテルや式場の業務支援ソフトはかなり普及が進んでいるから、「BV」と聞けば「普段から使っている」とか「以前使ったことがある」という読者も多いだ

ろう。

「BV Manager」は、開発当時は、難しいとされていたブックレス予約をパソコンでいち早く実現した業界初の製品で、婚礼・宴会における予約から見積作成・台帳管理、打ち合わせ支援、売り上げ・精算処理等の業務を総合的に網羅している。業務管理に加えて、営業・経営支援的な要素が加わった同システムは、同社のSEが業界の二大をくみあげ続けた集大成といえる。

升田氏 「最近ではホテルだけでなく、専門式場、ハウスウェディング会社、互助会、それにカンファレンス会場も含めて、多数のお客さまに『BV Manager』を採用いただいている」

山本氏 「操作面では、ビジュアルチャート表示による迅速正確な予約登録と変更、エージェントからの問い合わせ対応、ダブルブッキングの防止とプライオリティを考慮した予約の実現などきめ細かい機能が盛り込まれており、今なお進化し続けています。また、最新バージョンでは新しい技術を盛り込み、ASP対応するなど、お客さまにとっては、システムの構築を柔軟に、初期投資を軽くして、導入していただけるものになるでしょう」

山本氏 「『BV Manager』を中心に、同社は婚礼・宴会会業務、さらにはレストラン業務までをサポートするシステムを次々とリースしてきた。

升田氏 「創業時から、ずっとホテルの皆さんに対してヒアリングを続けさせていたくて中で、『こうなつたら、この仕事はもっと楽なのに』とか『こういうツールが

システムとして1993年にリリースしたのが「BV Manager」である。このシステムは宴会需要の多い大型シティホテルではかなり普及が進んでいるから、「BV」と聞けば「普段から使っている」とか「以前使ったことがある」という読者も多いだ

らう。

「BV Manager」は、連携して利用される「BV Sales」をリリースし、2003年には営業マンが外出先でも状況把握ができるようになると、携帯やスマートフォンでアクセスできる「BV Manager Mobile」と「BV Sales Mobile」を開発した。

また、婚礼サポートの新規接客ツールで、「BV Manager」と連携して利用される「BV Assist」、席次表システム「BV Seating」、「ブループランシステム「i Assist」などは、同社のSEたちがホテルスタッフと密にコミュニケーションを取り、宴会現場のニーズをくみ取って生まれた婚礼業務支援製品群である。

あれば便利なんだけど」というお声をできる限り吸い上げて、それをシステムで解決していくというのが、創業来、同社の決すべくさまざまな製品を開発してきました」

2001年にはホテル業界特化型営業支援システムの「BV Sales」をリリースし、2003年には営業マンが外出先でも状況把握ができるようになると、携帯やスマートフォンでアクセスできる「BV Manager Mobile」と「BV Sales Mobile」を開発した。

また、婚礼サポートの新規接客ツールで、「BV Manager」と連携して利用される「BV Assist」、席次表システム「BV Seating」、「ブループランシステム「i Assist」などは、同社のSEたちがホテルスタッフと密にコミュニケーションを取り、宴会現場のニーズをくみ取って生まれた婚礼業務支援製品群である。

山本氏 「レストラン予約顧客管理システムは、当然すでに導入済みの他社製品があるだろうと思っていたのですが、実はよくよくお話を聞いてみるとPOSシステムと紙台帳を利用している形で、営業に必要なデータはエクセルで別管理しているなど、現場の方は「苦労をされているのが分かりました」



東京統括
プロジェクトマネージャー
田名後智弥氏



ソリューション事業部
プロジェクト事業部
統括プロジェクトマネージャー
田村健太氏



全社統括
プロジェクトマネージャー
山本泰生氏



取締役 統括部長
升田憲次氏

そこで、ホテル専用のレストラン予約顧客管理システムを開発するに至った。では、ホテル専用のシステムとは、
田村氏「一般的の外食レストランと異なり、
レストランがあり、それぞれが管理しておかなければならぬ顧客情報も微妙に異なります。しかし、それらの予約、顧客情報を管理活用するには一つのシステムで行なわなければ相乗効果が得られない。また、フロントや宴会営業からも情報共有できる仕組みが必要になります」

レストラン予約センターを用意し、情報を一元管理することで、例えば、予約時に過去の利用履歴を確認できたり、和食が満席の場合に洋食をお勧めし、さらにその顧客が和食のリピーターであつても、洋食の現場に顧客情報を手渡すことで満足のいくサービスを提供できる可能性が広がる。

田村氏「また、「ReCS」はPOSの売上情報を取り上げる機能を持っています。つまりPOSからの売上情報と顧客データを結びつけることで、より顧客ニーズを細かくとらえた分析やサービスが可能になります。この時点でのシス템は単なる予約顧客管理機能だけでなく、データ分析や戦略構築のできるシステムになるのです」

ゲスト、業者、スタッフを結ぶサービスを提供する「BV Navigator」

2008年にリリースされた「BV Navigator」は、これまで後方支援的に婚礼をサポートしてきたほかの製品とは異なり、クライアントのお客さま、つまりエンドユーザーにダイレクトにリンクし、業者とスタッフの共同販売を推進する製品として開発された。

「BV Navigator」は一言でいうと、プランナーとお客様とのコミュニケーションを促進するツールとして開発された。

クライアントと問題意識を共有する

開発から保守まで担当している

そこで、ホテル専用のレストラン予約顧客管理システムを開発するに至った。では、ホテル専用のシステムとは、
田村氏「一般的の外食レストランと異なり、
レストランがあり、それぞれが管理しておかなければならぬ顧客情報も微妙に異なります。しかし、それらの予約、顧客情報を管理活用するには一つのシステムで行なわなければ相乗効果が得られない。また、フロントや宴会営業からも情報共有できる仕組みが必要になります」

レストラン予約センターを用意し、情報を一元管理することで、例えば、予約時に過去の利用履歴を確認できたり、和食が満席の場合に洋食をお勧めし、さらにその顧客が和食のリピーターであつても、洋食の現場に顧客情報を手渡すことで満足のいくサービスを提供できる可能性が広がる。

田村氏「また、「ReCS」はPOSの売上情報を取り上げる機能を持っています。つまりPOSからの売上情報と顧客データを結びつけることで、より顧客ニーズを細かくとらえた分析やサービスが可能になります。この時点でのシス템は単なる予約顧客管理機能だけでなく、データ分析や戦略構築のできるシステムになるのです」

成約から当日までは、お急ぎ婚でない限り半年から1年ほどの間があるのが普通。「BV Navigator」はその間の顧客と会場をつなぎ、モチベーションを持続させるシステムとしても機能するのだ。

田村氏「レセプションメーカーという機能があり、挙式から披露宴の構成をシミュレーションできます。お客様が検討中の部分が分かり、式の流れの中で演出をイメージしやすく、次回打ち合わせの提案資料を用意できるなど、よりスマートなやりとりが可能になります」

一方、会場側は、すべてのプランナーと顧客のやりとりができるサイトが用意されており、打ち合わせ内容の確認や変更、式に関する相談を24時間いつでも利用できる。このシステムのサイトは、会場側の公式ホームページのデザインが踏襲されるので、顧客には全く違和感がない。また、顧客が遠方に在住の際や、両親が打ち合わせに参加したい場合などにも非常に力を発揮する。そしてもう一つ、会場側にとって魅力的な使い道があると山本氏は話す。

山本氏「仮予約中のお客様や見学段階のお客さまにもキーを発行することで、囲い込みを促進し、成約率の向上につなげている企業もあります」

成約から当日までは、お急ぎ婚でない限り半年から1年ほどの間があるのが普通。「BV Navigator」はその間の顧客と会場をつなぎ、モチベーションを持続させるシステムとしても機能するのだ。

クライアントと問題意識を共有する

開発から保守まで担当している

現場の声にひたむきに耳を傾け、問題

解決や効率アップに努めてきたユニコーン。同社が業界から支持されトップシェアを誇る理由は、SEたちがわれわれホテル業界人と同じレベルでオペレーションの現場を少しでも良くしようという熱い思いを持っているからだろう。

例えば、同社製品の導入にあたってはSEが直接納品、アフターサポートにあたりなど、製品の開発という上流からアフターフォローという下流まで、すべて彼ら自身が行なっている。

田名後氏「ちょっとした調整もSEが接対いたしますので、導入時からの運用を理解させていただいていることもあり改修後のイメージの共有が容易で、迅速に精度の高い調整ができる面も長所ではないかと思います」

升田氏「開発から導入、そしてアフターフォローまで、一貫して同じ担当者がお付き合いしますので、お客さまには安心感があると思います。同時に、そうやって密にお客さまとお付き合いすることで、当社の社員は一人一人がそれぞれに問題意識を持つて働けるのです。お客さまが抱える悩みを自分のものとしてとらえる感覚が芽生えることで、「なんとかして、これで解決しよう」という熱意も生まれますし、解決できたときの達成感もひとしおなのです」

システムを売つて終わりではなく、顧客と膝を突き合わせてシステムを見つめ、それぞの会場にとってベストな状態に成長させていく。そこまでやって、初めて「使っこなせる」システムとなるのだろう。

導入事例

パートナー企業とも連携し、真に使えるシステムを作る

07年、08年と年間婚礼件が1000組突破と好調を維持するホテル日航東京。同社では、2004年から(株)ユニコーンの「BV Manager」を導入している。導入のいきさと現状を聞いた。



ホテル日航東京
営業部 部長 横田浩二氏



ホテル日航東京
営業部 予約・販促グループ支配人
水越重暁氏

ホテル日航東京が「BV Manager」を選択した経緯をお聞かせください。

横田氏「ホテル日航東京では2003年に、ホテル全体でのコンピューターシステムの見直しが行なわれ、その際に婚礼・集宴会に関するシステムも一斉入れ替えとなりました。

それ以前のシステムでは全機能を使いこなしているとは言い難く、また、システムに対してわれわれの業務を合わせているところがあり、それ以上の継続使用に限界を感じている時期でした。

また、03年からはホテルとしても婚礼に一層の経営資源を投入することが大きな方向性として決定していましたので、ゼロベースで新システムについて検討することができました。

数社のシステムを検討しましたが、ビジュアル性の良い台帳画面、画面展開などの操作性、多彩な帳票類など、われわれの望む機能が一番そろっていたのが『BV Manager』でした。

また、当ホテルはブライダルサロンを無線LAN環境にして、パソコンの画面を見ながらの打ち合わせを可能にしています。そうした環境にユニコーンのSEの方々が柔軟に対応してくれたことも『BV Manager』を選択した大きな要因だと思います」

貴社では衣装室など、パートナー企業も「BV Manager」で一元管理しています。

横田氏「『BV Manager』がホテル内で本格稼働したのが04年の11月。翌年からはすべてのパートナー企業と連携することがで

きました。衣装、花、写真など、パートナー企業とも同じシステムを使うことで、それまで各社でやっていた業務が一括化され、大変な効率アップと同時に、ミスの防止にもなっています。

『BV Manager』の導入で顧客情報が迅速に共有でき、お客さまのニーズに合わせた商品の提案が可能になり、婚礼の打ち合わせがスムーズに行くようになりました。また、パートナー企業も含めたホテル全体でお客さまをサポートする態勢が出来上がり、顧客満足度と売り上げアップにつながっていると感じています」

営業マンは「BV Sales」を活用されているようです。

水越氏「『BV Sales』は07年に導入しました。以前は別の会社のシステムを使っていましたが、『BV Manager』との連携を図るために取り入れました。当初、以前のシステムにあったレポート機能が『BV Sales』ではなく、それをSEの方に相談したところ、こちらの欲しいシステムの状態に柔軟にカスタマイズしてくれ、結果、定型フォームの帳票ではなく、細かい条件設定をして分析に生かせるようなレポート機能が付加されました。

われわれはシステムに関しては素人ですので、あくまで業務の視点から『こういうことができたらうれしい』という相談をユニコーンのSEの方には忌憚なくぶつけています。システムを開発する本人に要望を伝えられて、また、彼らがこちらの言い足りていないことまでくみ取って提案を持ってきてくれるので、強い味方だと感じています」

ユニコーン

ホテル専用「購買FBCシステム」を

新開発

(株)ユニコーンは来年早々をめどに、ホテルの購買業務に特化した購買FBCシステムをリリースする。この新製品によってホテルのビジネスはいかに変わらるのか。開発担当者に聞いた。

フロントだけでなく 裏方支援のシステム開発



プロダクト事業部
統括プロジェクトマネージャー

梅田浩一氏

「BV Manager」の最新バージョンと同様、今回も購買FBCシステムをMicrosoft.NETで開発

長年、婚礼・宴会会支援システムを提供してきた(株)ユニコーン。しかし、同社の過去を振り返ってみると、販売管理、給与管理、財務会計というような裏方支援のシステム開発も行なってきた歴史もある。

「BV Manager」を筆頭に、婚礼・宴会会支援に特化してからしばらくの間は、そうした裏方支援からは遠ざかっていたのですが、もともとは得意分野の一つだったということです。婚礼・宴会会支援の仕事を通じてホテルの方々とお話をしていく中で、どうも購買に関しては一般企業向けのシステムを無理やり運用している所が多く、なかなか担当者も「苦労しているようだ」ということが分かつてきました。

ホテルが困つていらつしやる業務をシステムで解決するのがユニコーンの使命ですから、それならば、弊社でホテルの購買に特化したシステムを作りましょう」というところから、今回の新製品開発に至ったのです。

物を仕入れ、それを商品化して売つていくという商売の流れは一般企業もホテルも変わらない。ただ、ホテルの場合には仕入れるもの多くが料飲の材料として消費されていくところが大きなポイントだ。

「食材を買って、それを料理にして販売していくという過程を踏む以上、一般企業向けの購買システムでは限界があります。例えば肉を10キロ仕入れても、販売時にそれが同じく10キロである」とはいからです」現状では、こうした料飲における特性を無視して結果だけを記録していくシステムがほとんど。これでは100万円で購入した肉を使つた料理で200万円の売り上げが上がれば原価率50%という單純な分析しかできない。

「200万円の売り上げが上がるまでの過程で、何をどれだけ、どこから買つて、どのように使うかということはすべてキッチンの経験則に基づいて判断されて、将来的により効率を高めるような分析をしてくことができるのです。そのため、またも含めて、購買担当者が原価管理、売上管理、分析まで的確に行なえるのが今回の購買FBCシステムの特徴です。」

購買業務に科学的分析データを

物を仕入れ、それを商品化して売つていくという商売の流れは一般企業もホテルも変わらない。ただ、ホテルの場合には仕入れるもの多くが料飲の材料として消費されていくところが大きなポイントだ。

物を仕入れ、それを商品化して売つていくという商売の流れは一般企業もホテルも変わらない。ただ、ホテルの場合には仕入れるもの多くが料飲の材料として消費されていくところが大きなポイントだ。

Microsoft.NETで開発

「FBCシステム」の開発は、新たな挑戦でした。『BV Manager』の最新版の開発が購買FBCシステムよりも1年ほど先行していましたので、そちらで蓄えた技術を盛り込むことになりました。間もなく『Windows 7』もリリースされるようですが、長く使つていただくものなので、なくなってしまうOSに対応したシステムではお客様に不安を与えます。常に最新の技術でサービスを提供することが必要だと考え、Microsoft.NETで開発するという判断をしました。

Microsoft.NETによるホテル側のメリットとしては、導入時における手間やコスト削減、それにメンテナンスの手軽さが挙げられるだろう。「クライアント・サーバー型のシステムではパソコンが壊れたり、新しいものに入れ替えるだけですべてのアプリケーションを再インストールする必要があります。

よってサービスが提供される。「当社にとってもMicrosoft.NETでのシステム開発は新たな挑戦でした。『BV Manager』の最新版の開発が購買FBCシステムよりも1年ほど先行していましたので、そちらで蓄えた技術を盛り込むことになりました。間もなく『Windows 7』



プロダクト事業部
技術統括プロジェクトマネージャー
馬場基晴氏

買部は、キッチンに見せられる「数字」を持つていなければ有無を言わずに買うしかありません。この状況では購買部の努力にも限界が生じてしまいます。

今回のこの購買FBCシステムの一つ大きな使命は、そういったフロントサイドの皆さんに對して、購買部が提示できる数字を作つてあげることだと考えています。

『今、○○をいくら買つてある』と比較して、原価率がこのくらい上がつてゐるんですよ。もう少し効率よく使用する方法を一緒に考えましょう』と、購買部がこういう提案をフロントサイドにぶつけられる部署になることで、ホテル全体の効率が各段に上るでしょう』

今回のシステム開発にあたり、梅田、馬場の両氏は協力ホテルに延べ1年以上の

最後に、今回の新システムによつて、購買部そのものがどのように変貌できると考えているのかを聞いた。

「購買部の方の使命は、「いかに効率よく」、「いかに安く」、「いかに品質を落とさず」だと思います。現在も、各ホテルの皆さんがこれを必死に遂行されています。しかし、購買という仕事は決して一部署だけでは完結せず、キッチンをはじめとしてホテルのすべてのフロントサイドの協力を得られなければ成立しないものです。

フロントサイドの皆さんにそういう意識を持つてもらえるような仕事を購買部側がしなければ、本来の使命である「いかに効率よく」、「いかに安く」、「いかに品質を落とさず」には達成されないからです」

すなわち、購買部がホテル内コンサルティング機能を身に付ける機能することで、ホテルの業務は各段に効率化されるはずなのだ。

