

# MICE を視野に営業強化に着手 数日間、複数会場使用の学会などを包括集計

訪日外国人 2000 万人を目指し、国を挙げて動き出した。

宿泊以外の部門で外国人を視野にいたホテル運営が求められている。

そんな中、いち早く国内外の MICE を核に大型コンベンションの受注に向けたシステム改善に着手したのが神戸ポートピアホテルだ。

【取材協力】(株)神戸ポートピアホテル <http://www.portopia.co.jp>

【お問い合わせ先】(株)ユニコーン 東京事業本部：TEL.03-6808-1237 大阪本社：TEL.06-6943-4560 <http://www.atlantis21.co.jp/>

神戸ポートピアホテル(神戸市中央区)は法人宴会、ウエディングの受注強化に向け、宴会システムに強いユニコーン(大阪市中央区)とタッグを組み、昨年春より始動、機を逃さない営業やウエディングにおける業務の効率化と顧客満足度アップにつなげている。

大小 36 の宴会場を有し、立食 3000 名収容できる宴会場と 1702 席のホールを持ち、神戸市内においてコンベンション機能を持つホテルとして運営している。国として訪日外国人 2000 万人突破を目指す中で、いち早くその流れに見合ったホテル運営を進めていくためにシステムの見直しを行なった。

## 婚礼・宴会支援システムから営業支援システムまでクラウド環境にて実現

見直しを始めたのは 3 年前、宿泊を主体とした基幹システムでは宴会・ウエディング部門まで現状改善できないと判断し、基幹システムに

プラスして宴会システムに強いユニコーンの導入を決定した。またホテルが進むべき方向に向けたカスタマイズが徹底していることも、これまで他社への導入実績から情報を得ていた。導入したシステムは婚礼・宴会集客支援システム「BVManager」に加えて営業支援システム「BVSales」、そのモバイル版「BVManagerMobile」、「BVSalesMobile」やテーブルプラン作成支援システム「BVDraft」宴会セールス打合せ支援システム「BVSalesPlanner」、さらには、社内外の営業業務からウエディングにおいては衣裳・美容・写真・花のパートナー企業との連動も図り、パートナー業務支援システムを構築した。

基幹システム「BVManager」をはじめ、そのほかの製品はクラウド環境にて稼働、インターネット環境による情報共有を実現した。(図1)

「基幹システムに加え、新たなシステムを導入することは賛否両論でしたが、MICE を視野に営業強化を図る

ためには営業に特化したシステム導入をすべきという判断でユニコーンさんに決定しました。導入にいたるまで毎週一回ユニコーンさんとミー

ティングを行ない、営業本部として必要なシステムを議論し続けました」(営業本部 本社営業部 エリアセールス 支配人 木村交延氏)。

システム導入により宴会部・ウエディング部ともに業務の効率化という点でペーパーレスの実現化を図った。宴会部の場合、これまでは営業スタッフが営業先の宴会日時や規模、会場などをペーパーに書き込みコントローラーに手渡し、その後、予約状況を見て営業部に結果を回答するという流れで行っていた。いったん、営業先からホテルに持ち帰る時間的なロスによる営業機会損失や、ペーパーの紛失や自筆による日にちのまちがいなどが生じていた。

## モバイル製品の活用

この現状を解消するために営業支援システム(SFA)として「BVSales」、そのモバイル版「BVSalesMobile」および BVManager のモバイル版「BVManagerMobile」を導入した。クラウド型のため、いつでもどこでも情報入力や顧客情報をチェックすることができるのと同時に、営業リクエストを行なうと営業先から宴会場の空き状況や仮押さえを瞬時にこなうことができる。

「また希望される日時が重なった場合、ホテル運営にとって有利な顧客



営業本部 本社営業部  
エリアセールス 支配人  
木村交延氏



営業本部 レベニューマネジメント  
室 室長 兼 コーディネート 室長  
松下忠司氏



営業本部 ブライダル部  
部長  
吉備由佳氏

を選択するための GOP 機能を搭載しました。過去履歴から少人数でも高額な利益を得ていたり、大人数でも GOP 的には小利益という具合に瞬時に分かります。これにより営業マンとコントローラーの人間的な、ある意味、感情的なブッキングではなく、誰が見ても納得いただける宴会場を提示することができます」(営業本部 レベニューマネジメント室 室長 兼 コーディネート 室長 松下忠司氏)。

また BVDraft により集宴会場の図面も簡単に作成することができる。規模や顧客が求めている会場づくりを、過去ケーススタディを引用し提示することも可能とした。

「さらに月単位で仮予約と決定が明確となり、また仮予約の延長なども一目瞭然のため、支配人としてスタッフの営業状況の把握と仮予約から本契約へうながすための勧告や指導もできます。これまで勘や根性、経験を重視した営業をしていましたが、科学的、自動的に現状把握をすることで、まさに機を逃さない強い営業体制を組むことができます」(木村交延 支配人)。

## MICE を視野に入れたカスタマイズ

さらに MICE の強化にあたり、これまで 1 日 1 回単位の記録、集計を

一つの宴会単位で集計できるようにカスタマイズした。例えば 5 日間の学会受注の場合、これまでは「〇〇宴会場の状況、売り上げ」として記録されていたが、複数会場を同時に 5 日間使用した場合、一つの宴会として包括した集計ができるようにした。これにより宴会場単位ではなく、学会単位の実態を明確に把握することができるようになった。宿泊やレストラン施設との連動も検討していく。

## パートナー企業との情報共有システム構築

ウエディングにおいてはウエディングプランナーの業務の効率化とともに、カップルとの打ち合わせ回数増加にともなう単価アップを目指した。そのためにはさまざまな受発注のペーパーレスと、衣裳や美容など主だったパートナー企業との情報共有化を行なった。またさらに来館前の見込み客分析ができるシステムを組み込んだ。

これにより、市場の明確化と同ホテルを求めている顧客分析、そしてそこに向けたアプローチなど、絞り込んだ営業や企画戦略を可能とした。

「これまで資料請求やブライダルフェア参加申し込みなど、何らかのアクションがあったお客さまが実際に来館にいたっていないロスト部分に着目

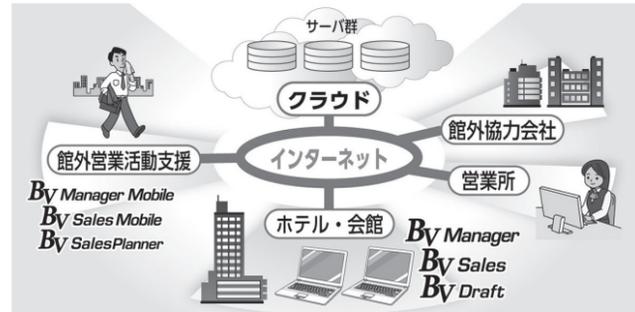
し、なぜ新規来館につながらなかったのかを分析することが必要だと考え、それを分析できるようカスタマイズしました。これによりさまざまな市況や当社が不足していることなどが明確になります。まずは現状をきちんととらえることをシステム導入の際、取り組まなくてはならないと思いました」(営業本部 ブライダル部 部長 吉備由佳氏)。

また手書きで行なっていたさまざまな受発注業務をすべてシステムに移行、業務時間の 50% カットを実現した。作業的な業務を軽減させることで、これまで結婚式までの打ち合わせ回数が 3 回だったところを 4 回にすることができた。これにより顧客満足度アップとともに必然的に単価アップも実現させた。

「通常、打ち合わせ回数を減らしたり、時間短縮をするための改善をされているかと思いますが、逆に打ち合わせ回数を増やし深掘りをしています。そうすることで、カップルが求められている結婚式を作り上げていくことができると思うからです。結婚式はとても大切なことです。だからこそ、ご納得のいただけるまでお話をするためにも、作業の効率化とともに打ち合わせ回数の増加を図りました」(吉備由佳部長)。

さらに顧客情報の共有を行なうために、音響・映像、花、美容、衣裳(外部店舗含め 3 店舗)とのオンライン化を進めている。発注情報の共有に基づいた提案を可能とし、より完成度、満足度の高い提案ができるようにした。

「今後は調理部、料飲部とも連動させたシステム化で、かかわる部署、店舗が一体となったウエディング作りをしていきたいですね」(吉備由佳部長)。



「BV Manager シリーズ、クラウド環境によるシステム構成例」(図 1)