

婚礼・宴会システムニーズの変遷 ～見える化とデータ分析への提言～

(株)ユニコーン 代表取締役社長 中野 恵司

背景

ホテル業界は、急伸するインバウンド需要を背景に業界を取り巻く環境が一変、景気好転の中でさらなる収益の最大化を目指し、さまざまなサービスが創出され、業界再編の動きが顕著となってきた。

好調な宿泊稼働率を背景に、ITを駆使した価格戦略を活用し、高収益を目指し躍進しているが、一方でAirbnb(民泊サービス)等の急速な普及に見られるように新たなサービスが宿泊業界にも影響を与えつつある。

シティホテルにおいては、宿泊に加え、婚礼、宴会、レストランといったフルサービスでの利用者の満足度をさらに高めていくことが重要な課題となる。



中野 恵司 (なかの・けいじ)
(株)ユニコーン 代表取締役社長

FA関連のエンジニアリング会社を退社後、1992年(株)ユニコーンを設立。最新ツールを駆使した業務系のパッケージソフト開発にこだわり、数々の製品を創出。94年ホテル業界特化型のパッケージ製品開発に参入、パソコンで台帳レスを実現し、婚礼・宴会業務支援システムのパイオニアとして、関連製品を開発し続け、現在に至る。

婚礼・宴会基幹システムの進化発展

婚礼・宴会の基幹システムは、情報の一元化、効率化を目的とし、台帳レスによる予約のレスポンス向上、成約率、サービスの向上を目指して開発され、下記の機能を中心化し続けてきた。

＜婚礼・宴会システムにおける基幹業務の主な機能＞
営業系:見込顧客管理、イベント管理、予算管理、顧客管理、他
予約系:会場予約管理、ブロック管理、備品管理、担当者スケジュール、他
宴席系:宴席情報管理、ドキュメント管理、エージェント管理、メニュー管理他
手配系:オーダー管理、見積管理、手配・発注管理、他
精算系:請求分割、精算処理、入金・前受金管理、他

効率化をKEYとした基幹業務システムは、長年の厳しい景気動向と競争原理から、GOP計算やイールドマネジメントを意識した宴会・婚礼部門間のブロック枠の会場押さえ、高額宴席リストを活用した宴会営業など、収益向上に貢献することを目標に進化し、館内テナントとのイベントオーダーなどの情報一元化、手配業務におけるEDI機能などが開発されてきた。

技術革新と周辺システム開発

インターネットの高速化や仮想化、クラウド技術の発展、モバイル端末の普及にともないホテル業界においてもその活用範囲が広がり、様々な周辺システムが開発されてきた。

特に、婚礼業務においては、マイページやアンケート機能などを活用した打合せ支援に代表されるコミュニケーションツールや、婚礼サロンでのプランナー向けの来館接客ツールなどが創出されている。また、サービス向上や効率化を踏まえた館内・館外テナントとの情報共有を目的とするテナント管理システムなどの導入事例も増えてきた。

宴会業務においても、早くから宴会セールス向けのSFA営業支援システムが開発され、モバイル端末の活用とともに営業部門の生産性の向上と、情報共有、利益貢献、機会損失の低減を目的に導入するホテルが増えてきている。

システムニーズの変遷

前述のように、周辺システムを含め基幹システムは、宴会、婚礼サービス業務の支援やセールス業務の支援を目的とした機能開発を中心化してきた。

基幹システムとして機能面で熟成してきた現在、今後は、長年に渡り蓄積された各ホテル固有のデータの見える化と分析システムが収益貢献への鍵となるかと思われる。

システムに蓄積されたデータから自社の強み、弱みなどの傾向を知り、差別化をはかり、自社の課題をタイムリーに共有、アクションを起こし、サービスの向上や収益改善に役立てるマネージャー目線のシステムだ。

見える化とは、単に可視化することではなく、データ分析で可視化された課題を、フィードバック、アクションができるようにすること、「こうしたらもっと良くなる」「こうしたら喜ばれる」といったより良くする気づき、リクエストを発見し、行動することであり、サービス向上、収益向上の原動力となる。

見える化と分析ツールへの考察

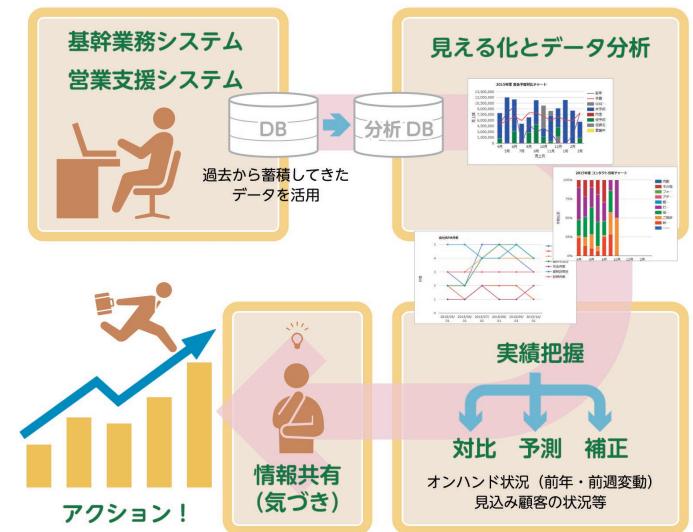
それでは、業界において、どのようなデータの見える化と分析が望まれるか、考察してみたい。シティホテルにおいては、長らく宴会場のレベニューマネジメントが課題であった。そのためには、フォーキャスト(予測)が不可欠となるが、この精度をいかに上げるかが要となる。予測は、前年実績をベースに、マネージャーが対象月や外部環境要因、経験値を考慮して行われることが多いが、データ収集や分析、グラフ化に時間を要し手間となっていた。

基幹システムで自動集計されたデータに対して、オンラインの本予約と仮予約の数値を調整し、着地点をシミュレーション、その予測のための調整を行うための根拠として活用できる各種分析表やグラフが提供できることで効率的かつ有益かと思われる。

さらに、各種分析やグラフにより、チームや部門の実績や見込み、そして強み・弱みが容易に把握でき、浮き彫りにされた課題や改善点に対して、個人はもちろんチームでフォロー、アクションを起こすことを促すことができれば経営支援の一助となる。

見える化と分析ツールの事例

想定される、データの見える化と分析ツールに関して、下記に整理してみた。



＜婚礼・宴会基幹系システム＞
売上関連

- ①オンライン分析 (オンライン状況の把握)
 - ②対前年、対前週変動 (売上、件数)
 - ③累計見込実績 (売上、件数)
 - ④売上推移 (Zチャート) 等
- 稼働率関連
- ①婚礼ブロック消化率
 - ②会場別稼働率
 - ③成約プラン、成約率分析 等
- 特性把握、その他の機能
- ①売上パレート図 (担当者別、パートナー別、業種別)
 - ②月別前年対比チャート (宴会形式別、チーム別、業種別)
 - ③案件トラッキング分析等

＜宴会セールス系システム＞
SFAに関しては、法人顧客のRFM分析や月別日別の宴会需要度推移分析、予算対比などのダッシュボード機能などのツールが考えられる。

最後に

データの見える化と分析結果に関して考察してきたが、基幹システムの本来の目的は、単に入力を促すシステムではなく、働く方々の業務の効率化とサービス向上を目指すものである。基幹システムがさらに深化し、より業務が遂行し易く、かつ、蓄積されたデータの有効活用ができる仕組みを提供し貢献できれば幸いである。