

宴会システム 役割と動向

～アフターコロナを見据えて～

(株)ユニコーン 執行役員 山本 泰生

近年、宴会システムにおいても従来の部門内のみで利用するシステムから、CRM（顧客関係管理システム）やSFA（営業支援システム）との連携や、各種 Web サービス等と連携することで、業務効率をあげて管理コストを減らすことが求められている。対面による情報連携が難しくなっているコロナ禍においてこの傾向が顕著になる中で、アフターコロナも見据えた宴会システムを考察していきたい。

宴会システム

宴会システムの基本的機能としては、予約管理や、受注管理、発注・手配、見積・精算管理を想定するが、営業支援システムも含んだ製品や、経理連携や各種インターフェースができるのが一般的である。

宴会といっても、一般宴会や、ブライダル、カンファレンス、



山本 泰生 (やまもと・やすお)

(株)ユニコーン 執行役員

(株)ユニコーン設立当初に入社し、ホテル業界参入時より業界特化の婚礼・宴会業務支援システムの新規設計・開発に携わり、以来業界への多くのシステム導入を経験。長年の経験を活かした製品ラインナップの拡充に力を注いでいる。

ディナーショーなどのイベントも管理できるものになってきており、ブライダルにおいては、来館予約の管理が行える製品もこのカテゴリーに属する。

また、外部分析ツールとの連携も含めて数値の「見える化」が図られてきたのもここ最近のトレンドでもある。予算やオンハンドを含む数値をさまざまな視点から分析、来館管理も「見える化」することで成約分析や、競合先分析、傾向分析なども強化されてきた。

統合型の場合はこれらの機能に、SFA(営業支援システム)も含めて宴会システムと言われている。SFAの有用性は新規開拓の他、圧倒的に多いリピート利用への対応が重要視されるので、対象顧客とのやりとりや、関連性、営業情報の共有、決定ポイント、失注要因はもちろん、特に次回営業のターゲット設定や、需要予測、RFM分析などはSFAならではの機能で有用である。

業務効率の改善

コロナ禍と言う事もあり、業務効率の向上がよりクローズアップされている。

人員整理も含めた組織の見直しも業界から聞こえてくるのもこの状況下では仕方ないがアフターコロナを見据え、より省力化の中で、効率的な運用に切り替えていく必要がある。

発注・手配業務の改善もその一つと言える。

外部手配（館内テナントを含む）においては従来のアナログ的なFAX・メールからインターネット発注（Webサービス）等を利用する事で<手配→取引先による受諾→受諾確認・変更依頼>が効率化される。一般的な購買システムのインターネットサイトや、宴会システム内のワンストップサービスで提供しているものまであり、取引先がインターネットサイトで受注内容を確認できるのはもちろんだが、ワンストップサービスの場合は、宴会システム側で、取引先が受諾したかどうかを確認する事が可能なので、急な商品変更や追加にも対応可能なところである。

またホテル内部へのメニュー依頼や料飲手配なども、アナログ的に運用しているところも多いのではないかと。

お客様からの要望内容や、アレルギー情報、前例などシステムを利用して手配する事で依頼漏れのミスや、Menu添付ミスなども防ぎ、再依頼時の手間も効率化されメリットが大きい。また依頼された調理部門においては、メニュー管理システムを利用する事で前例参照や、アレルギーチェック

を行いながらMenu作成できることは非常に有用で、さらにFBC管理システム（Food Beverage Cost Control）と結びつけばコストの「速報値」を把握でき、コスト意識の高まりからロスが減らす事によるさらなる収益改善に繋がるのではないだろうか。

オンラインで進められるシステム

ブライダルにおいては数年前よりインターネット上でゲストが準備を進められるシステムや、サイト（インターネットサロン、お客様専用サイト、マイページ）が存在する。

ゲストにとっては、スタッフとの対面でなくても、簡単なガイダンス機能を利用して、準備段取りや打合せスケジュールの確認ができ、打合せ前に選択商品を事前に確認ができるので、イメージを膨らませやすい。プランナー側からすると、席次表や招待状の手配や、席順の指定、引出物の割り当てなどを、ゲスト自らで行えることにより、打合せ業務を大幅に短縮できる。宴会サービスへの指示書も簡単に作れる他、新商品や、演出をアピールする事ができるのでアップセルにも繋がる。限られたスタッフで、さらなる業務改善や働き方改革が必要になってきているので、このようなツールを利用する事は有用であり、コロナ禍においてはオンラインで行えるメリットが大変有用である。

では一般宴会ではどうだろうか。

宿泊予約サイトや会議室予約サイトにおいては、お客様専用サイトでの予約確認や、料金確認など行っているサービスも存在する。シティホテルなどの一般宴会においてはそこまで行っているところは少なく、従来の営業マンと顧客とのコミュニケーションでなっているため必要性が感じられないという方もいるだろう。

アフターコロナにおいては従来とは違ったアプローチが必要になってくることも考えられ、また他業種では当たり前なサービスが宴会業務においても一般的になってくるのではないだろうか。

例えば、従来メールでやりとりしていた予約確認や、見積書、テーブルレイアウトなどの添付資料はお客様専用サイト経由での確認に切り替わり、宴会後のアンケートなどもサイトで行い顧客満足度調査や、マーケティングに活かす事も可能ではないだろうか。

法改正対応

コロナ禍とはいえ2021年3月31日には時限立法である「消費税転嫁対策特別措置法」が終了し、総額表示の義務化が始まる。同時に2021年4月から「収益認識に関する会計基準」が適用され一部の事業者では対応が迫られている。また、2023年10月から「インボイス制度」の導入が始まり、これらにも対応していく必要が出てきている。

順次対応していくのは勿論だが、製品開発や、機能改善には終わりはなく、利用するお客様に喜んでいただき、活用いただける製品であるとともに、システムの本来の目的である、働く人々の業務の効率化とサービスの向上、データ活用による現状把握と、目標設定による売上拡大を目指す製品であり続けたいものである。

この記事を書いている現時点でも緊急事態宣言中である。新型コロナウイルスに打ち勝ち、早期に収束する事を願うばかりである。

