国際ホテル旅館

INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT 2011. 6/20 第262号

ホテル・旅館経営を応援する情報紙

発行所：国際ホテル旅館 〒104-0061東京都中央区銀座8-11-1（株）ブライダル産業新聞社内
発行人：北島恵子　年間購読料10、500円（消費税込み）TEL 03(5537)8661 FAX 03(5537)8533
http://www.bridalnews.co.jp

今号のポイント

- フェイスブックの活用法事例
- トップインタビュー　ソラーレホテルズアンドリゾーツ A.G.ヴィリリ社長
- アパホテルが全館LED導入
- エリアルポ　伊勢志摩温泉

宿泊経営セミナー

7月12日(火)・13日(水)開催

10:00～17:00 於：東京ビックサイト

講師の詳細は9面・最終面にて

フェイスブック活用事例

京都の老舗旅館は英語版開設
外国人宿泊客増加

2006年の誕生以来、今や全世界で5億人が利用しているといわれているSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）のフェイスブック。2008年には日本語版が開設され、映画のヒットも相まって今年に入り爆発的に普及。今や日本でも300万人以上の利用者がいるという。一般はもとより企業もこの新しいメディアに着目し、PR手段として活用しているが、ホテルや旅館でも、集客等の成果を上げているケースも出てきた。フェイスブックを如何に有効活用していくか、各施設の取り組みを紹介したい。

全国8ケ所で特別価格 新しい顧客層を開拓

イシン・ホテルズ・グループ（東京都港区）のオリジナルブランド「ホテル ザ・ビー」は、5月にフェイスブックファンページを公開記念キャンペーン」として、100室限定で1室1000円プランを実施した。

これは東京・名古屋・神戸・博多を含め全国8箇所の施設で利用することができるもので、同社のファンページにアクセスし、「いいね！」をクリックすれば、限定プランの予約方法が表示され予約する。

▶オーエイチがコンサルした仙景のトップページ

ファンページに「ホテル ザ・ビー」を登録していただけるよう企画したものです。これを機に開設によって、ホテルだけでなく、周辺の情報を提供する。顧客と1対1の双方向のコミュニケーションを図り、最新情報を瞬時に届けることができることを期待している。

「今後、ページをカスタマイズしたり、ファンやコメントをさらに増やしたり、バートナーシップを結んだりと、様々な計画をしております。フェイスブックが日本において益々シェアを広げていく中で、私どもも、このチャンスを最大限に活かしていきたいと思います」（アネッテ・マッカンドリュー氏）。

最新情報の提供はほぼリアルタイムで

現在、同社のファンの75%以上は国内。しかし6月1日に予約受付を開始。同月末までに10000人のファンを目指していたが、すでに20日間で1000人を突破するなど好評を維持し、引き続きキャンペーンを継続していくという。

同社のセールス&マーケティング担当で、ヴァイスプレジデントのアネッテ・マッカンドリュー氏はこう話す。

「今回のキャンペーンは、いつもご利用いただいているお客様への感謝の気持ちはもちろん、新たなファンにザ・ビーを知っていただけるよう企画したものです。これを機に開設によって、ホテルだけでなく、周辺の情報を提供する。顧客と1対1の双方向のコミュニケーションを図り、最新情報を瞬時に届けることができることを期待している。

「今後、ページをカスタマイズしたり、ファンやコメントをさらに増やしたり、バートナーシップを結んだりと、様々な計画をしております。フェイスブックが日本において益々シェアを広げていく中で、私どもも、このチャンスを最大限に活かしていきたいと思います」（アネッテ・マッカンドリュー氏）。

ホテル ザ・ビー
宿泊費1000円キャンペーン実施
20日間弱で1000名の登録者獲得

イシン・ホテルズ・グループは、ホテル取得、資産管理、そしてホテル運営を展開。現在、同グループ傘下のホテルは、全国22軒。そのうちヒルトン、サンルート、東急、ザ・ビー、ポート等のブランドのホテル19軒を同グループで直営している。

全世界で利用者5億人 世界最大のSNSに

フェイスブックは日本国内においてもますますシェアが広がっており、全世界で利用者5億人を超える利用者がいる世界最大のSNSとなった。

日本では2008年に2004年にハーバード大学の学生だったマーク・ザッカーバーグがアメリカの学生向けに作ったもの。

以来世界中に利用者を増やし、今や5億人を超える利用者がいる世界最大のSNSとなった。

日本では2008年に

南禅寺畔八千代

外国人客に向けて英語版のフェイスブックを昨年5月より開始、日本人含めて1万人以上のファンを獲得している

昨年5月の公開以来1万人が登録

のが京都南禅寺畔千代（京都府京都市）である。

旅館の中でもいち早く始めたという同施設の中西敏之氏は、フェイスブックの特性である実名登録が非常に有効だという。

「意見を言う方が実名ということで、責任を持った発言をする方が多いため、ネガティブな発言が少なく、いいものは褒めるというスタンスで非常に参考になる意見が多いのです」。

またフェイスブックを初めて分かったことがあるという。「実は当初はアメリカ人の登録が非常に少なかったのです。結果、まだまだ旅館について興味が薄いということです。そのため彼らにも少しでも興味を持っていただけるように工夫をしていきたいと考えています」。

イシン・ホテルズ・グループ
"ファン"とのコミュニケーションの場として期待

イシン・ホテルズ・グループ アネッテ・マッカンドリュー氏

ソーシャルメディアは、日本でも海外でも非常に影響力のあるメディアとなっています。

その中で、当社が積極的に取り組んでいくことにより、ザ・ビーブランドの知名度を高めるため、お客様に興味を持っていただき、将来的にザ・ビーをご体験いただけるコミュニケーションツールになると考えています。

ソーシャルメディアの利用が広がるにつれ、当ホテルの知名度を高めるための戦略の一環として、フェイスブックは重要なコミュニケーションを図る場としても活用したいと考えており、さまざまな可能性を秘めたメディアに期待しています。

また、ファンの方からホテルに対するコメントを直接いただき、よりご満足いただけるよう、一対一のコミュニケーションを図る場としても活用したいと考えており、さまざまな可能性を秘めたメディアに期待しています。

企業などが作成する「ファンページ（フェイスブックページ）」があり、商品の広告やマーケティング等で活用されている。

ホテルや旅館が活用するのはまさにこの「ファンページ」だ。

昨年5月より開始し、国内ではいち早くフェイスブックを利用している京都南禅寺畔八千代（京都府京都市）。同施設は約1年間で1万人以上のファンを獲得している。そのほとんどが外国人客。

それは英語で表記していることによることが大きい。もともと外国人客が約80%と、多かった同旅館だが、よ

日本版が開設され、日本人の利用者は約300万人だといわれている。

フェイスブックの大きな特徴は、各自が実名を公表していること。他の匿名性が高いSNSと比べて、互いのコミュニケーションが濃密にできる。

このフェイスブックには

2面につづく

チェックイン

「あなたの店の軒先を貸し出しませんか？」。デッドスペースと出店したい飲食店や販売店とをネットで仲介する「軒先」という会社がある。スペースを提供する側、は1日単位はもちろん、時間貸しすることにより、ちょっとした収益を得ることができる、ということで店舗・ビルはもちろん、自宅の駐車場を提供する人もいるという。一方、出店したい側も業種は移動販売車などの物販はもちろん、アンケートや作品展示など多岐に渡る。その「軒先」の元にはホテルから「ロビーを貸し出したい」という要望が増えているという。ホテルという建物のを如何にして有効活用していくか。「ホテルの強みは好立地にあることはもちろん、宿泊や併設レストランに訪れる人など、常に人がいること。これを生かさないわけにはいかない」。常に経営者は貪欲だ。あるホテルはロビーだけでなく、駐車場・入り口などあらゆる敷地を貸し出している。「リフォーム系はもちろん、土地活用系、半導体系までありとあらゆる展示会を見に行く」と、チェーンホテルの経営者は話す。目的は少しでもホテル運営の役立つ商品やサービスがないか探しにいくこと。視点を変え、アンテナを広げていけば思わぬところでビジネスの芽があるものだ。

フェイスブックの長所

「実名での意見が参考になる」

1面からつづく

フェイスブックをはじめたきっかけは、外国人宿泊客からの紹介だったという。同施設は以前から英語にHPを開設していたが、フェイスブックとの違いは大きいと中西氏は話す。

「実はアメリカのインターネットはダイヤルアップ接続が遅くて見てもらえないのです。反面フェイスブックは軽くて見てもらいやすいというメリットがあります」。

そのため今まではネットのHPをみている層がフェイスブックを通じて知るようになるなどの成果があがっている。

また、同氏によるとフェイスブックのメリットは、実名での登録が基本となっていることで、意見を吸いやすいという。「ネガティブな発言が少なくなる意見が多いのです。同施設の中西氏によると、フェイスブックを初めて分かったことであるという。「実は当初はアメリカ人の登録が非常に少なかったので結果、まだまだ旅館について興味が薄いということがわかったのでそのため彼らにも少しでも興味を持っていただけるように工夫をしていきたいと考えています」という。

▲外国人客獲得の一手に（オーエイチ提供）

フェイスブックを開設している主なホテル・旅館

	ページ名	ファン数	増減
1	京都　南禅寺畔八千代	10935	+17
2	皆生温泉　松月	3144	+4
3	ホテル ザ・ビー / the "b" hotels	1182	+8
4	桑名のビジネスホテルビーエル	627	0
5	ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド・HOTEL LA SUITE KOBE HARBORLAND	342	+3
6	Beniya Mukayu　べにや無何有	320	0
7	沖縄旅行の宿泊なら「ペンションへのこ」/Okinawa Pension Henoko	320	0
8	Kaike Kikunoya, Kaike Onsen, Tottori Japan【鳥取県皆生温泉の旅館Ryokan皆生菊乃家】	245	+1
9	「スイスホテル南海大阪」	217	0
10	Gion Hatanaka（ぎおん畑中）	208	0
11	マリンタラソ出雲【公式ファンページ】	204	0
12	リッチモンドホテル	194	0
13	パークホテル東京	186	+2
14	沖縄残波岬ロイヤルホテル Okinawa - Zanpamisaki Royal Hotel	179	0
15	Rose Hotel Yokohama (Proud Member of Worldhotels)	163	0
16	ダイワロイネットホテル那覇国際通り（Daiwa RoynetHotel Naha - kokusaidori）	149	0
17	【白馬八方尾根 白馬ひふみ【hotel hakuba hifumi】	147	0
18	沖縄ホテル&宿泊施設	145	0
19	瀬波温泉　ホテル瀬波観光	129	0
20	Real country inn Speak Easy 伊豆・熱川 スピークイージー	122	0
21	ホテル日航金沢(Hotel Nikko Kanazawa)	122	0
22	Hotel Haus St.Anton	121	0
23	サンルートプラザ東京(SUNROUTE PLAZA TOKYO)	116	0
24	佐渡の老舗旅館【ご縁の宿　伊藤屋】	116	+1
25	クロスホテル札幌『和飲（ワイン）な人時間（ひととき）』	102	0
26	ホテル龍名館東京	HOTEL RYUMEIKAN TOKYO	101	+1
27	隠れ宿あらしま	93	0
28	【宮崎のホテル】HotelKensingtonMiyazaki〜ホテルケンジントン宮崎	84	0
29	湯河原温泉［ホテル東横］（Ryokan HotelToyoko）	82	0
30	嬉野温泉　旅館大村屋	76	0
31	国際タウンズイン	72	0
32	四国松山　奥道後温泉引き湯の宿　ホテル寧平	81	0
33	ホテル　『ケラマテラス』	69	0
34	松本市　ホテル池田屋	63	0
35	前橋ホテル　ルカ	63	+3
36	奥会津温泉郷　柳津温泉『花ホテル灘のや』	58	0
37	石垣島ビーチホテルサンシャイン	47	0
38	水戸プリンスホテル	45	0
39	リーガホテルゼスト高松	Rihga Hotel Zest Takamatsu	31	0
40	軽井沢倶楽部ホテル石塔島	31	0
41	豊の国健康ランドホテル豊の国	20	0
42	松之山温泉　山の麓のホテル　ふくずみ	19	0
43	大分全日空ホテル	16	0
44	西鉄グランドホテル	12	0
45	博多エクセルホテル東急	10	0
46	ホテルニューオータニ博多	10	0
47	ANAクラウンプラザホテル福岡	9	0
48	ロワジールホテル旭川	6	0
49	ホテル天神プレイス	6	0
50	ホテル日航	6	0
51	ホテルレオパレス博多	5	0
52	キャナルシティ福岡ワシントンホテル	5	0
51	ホテルオークラ福岡	5	0
54	ホテル イル パラッツォ	4	0
55	チサンホテル博多	4	0
56	ソラリア西鉄ホテル	3	0
57	ハートンホテル京都（Hearton Hotel Kyoto）	3	0
58	ホテルセントラーザ博多	3	0
59	サットンプレイスホテル博多	9	0
60	ホテル法華クラブ福岡	2	0
61	リッチモンドホテル福岡天神	2	0
62	大分第一ホテル	2	0

fatland　facebook-now参照　6月17日現在

※fatlandのfacebook-nowを参照に一部を加えた。基本的には日本語で開設している施設・ファン数の増減は6月17日現在のもの。

ホテルビーエル

周辺エリアのPR手段として割り切る

「集客の手段というよりは、コミュニケーション手段として活用しています」。こう話すのはホテルビーエル（三重県桑名市）の佐野康治社長。

同ホテルは昨年から開始、6200人以上のファン数を抱える。もともと佐野社長はセカンドライフや10万人のフォロワー数を抱えるツイッターなどを試しており、その一環としてフェイスブックを始めたという。ただビジネスホテルという施設柄、外国人観光客獲得を期待している旅館とはアプローチの仕方が違うよう。

佐野社長は話す。「常に地元桑名市の情報を伝える手段として考えています。まずはエリアを知ってもらうという入り口として割り切って考えています。そのためのPR方法の一つとしてフェイスブックページを開設し、国内外へのアピール支援を行っている。

メニューは既にフェイスブックページを持っている施設と持っていない施設向けの2種類。前者向けの「5万円パック」はウェルカムページ制作・ホテル自社HPへのバナーを製作するもの。一方、後者向けには「全てお任せの8万円パック」。こちらはウェルカムページ制作・ホテル自社HPへのバナー製作のほか、アカウント登録代行・基本データ登録代行・写真アルバム制作代行を行う。

フェイスブックを利用することでホテルのトピックス情報、イベント情報や写真などを手軽に掲載することによりファンを増やすことができるほか、ファンへの情報提供や、ファンとのコミュニケーションをとることができるという。

ウェブコンサル

オーエイチ
浦澤修社長

8万円で施設PRページを製作

ウェブを利用したプロモーションを行っているオーエイチ（東京都渋谷区）では、フェイスブック内に施設のページを開設し、国内外へのアピール支援を行っている。

メニューは既にフェイスブックページを持っている施設と持っていない施設向けの2種類。前者向けの「5万円パック」はウェルカムページ制作・ホテル自社HPへのバナーを製作するもの。一方、後者向けには「全てお任せの8万円パック」。こちらはウェルカムページ制作・ホテル自社HPへのバナー製作のほか、アカウント登録代行・基本データ登録代行・写真アルバム制作代行を行う。

フェイスブックを利用することでホテルのトピックス情報、イベント情報や写真などを手軽に掲載することによりファンを増やすことができるほか、ファンへの情報提供や、ファンとのコミュニケーションをとることができるという。

『プライスコンシェルジュ』は貴社のネット販売をサポートします。

先行予約の獲得で客室単価の上昇を実現!
大手チェーンホテルをはじめ多数の導入実績!

オンハンド・先行予約比率が10%UPした事例も!

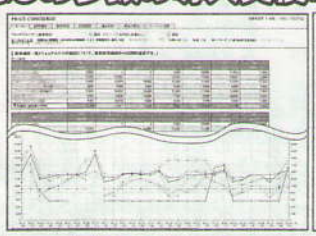
2010年度の宿泊施設様の課題

●稼働率はキープできたが、客室単価を大幅に落とした↓
●当日予約の比率が上がりオンハンド・先行予約比率が下がった↓
●競合ホテルの価格の変化が激しく、価格や在庫の対応が難しい。

『プライスコンシェルジュ』が解決します!

◎競合ホテルのネット販売状況が一ヶ月以上先まで一目瞭然。
◎競合ホテルの価格の動きや新着プランを毎朝メールでレポート。

素早いアクションでネット販売の売上アップに貢献します!



多彩な画面表示
・表一覧形式
・グラフ形式
・バブルチャート
・CSV
など多彩な画面表示形式を準備しています。

メールで通知
毎日メールで競合ホテルの情報が届きます!

全国28,000ホテルのネット販売データのご提供も可能です。
ホテルの新規出店などでご活用いただける日本全国のホテルのネット販売における過去データを蓄積しております。ご要望の際はご相談の上、お見積させていただきます。

■『プライスコンシェルジュ』とは
ホテル予約サービスを運営する『ベストリザーブ』が2008年4月よりスタートしたサービスです。国内の主要な宿泊予約サイト5社における競合ホテルのネット販売状況をパソコンの画面とメールで表示します。宿泊施設のネット販売における売上アップをサポートします。

無料体験版や資料請求などお問い合わせ

株式会社ベストリザーブ プライスコンシェルジュ事業部
〒541-0054　大阪市中央区南本町4-2-21
TEL:06-6253-3803　FAX:06-6253-3801
EMAIL price@bestrsv.com URL http://price.bestrsv.com/