トップインタビュー

現地事業部設立が奏功し北海道のリゾート好調
新規出店ペースは抑えるも100万都市に標準

山田滋常務

共立メンテナンス

研修制度を確立させスタッフ教育に注力

――新規出店のペースを落としていくようだ。

山田　昨年はドーミーインを5か所、リゾート系ホテルを嵐山に出店した。

今年は合計でも3か所程度に抑えようと考えている。その分スタッフの教育に力を入れていきたい。

――昨年4月から研修制度を設けている。

山田　各ブロックごとに分けて接客などを再確認させている。これまでに4回行ってきた。この4月からはリゾートでも行っていく計画だ。J・Dパワーの顧客満足度調査で1位をいただいたが、その分現場のスタッフの士気も上がっている。

もちろん語学研修も行っていく。特にドーミーインには昨年インバウンドが非常に多く、前年の倍以上の集客があった。一方、リゾートの方は国内の観光需要を中心に取り込んでいきたい。

――リゾートホテルに関しては北海道の施設が好調だった。

山田　特にラビスタ函館ベイの稼働率が平均で90%以上と好調だった。同様にラビスタ大雪山も前年比二桁増だった。

その要因として、昨年5月に現地にホテル事業部を作り営業を強化したことが挙げられる。これまでは東京からその都度出張していたが、拠点を作ることによって中身の濃い営業ができるようになった。当社は北海道に合わせて12か所の宿泊施設を運営しているが、これらの集客のフォローができるようなったのが大きかった。

稼働率は80%弱だが客室単価は向上

――ただ札幌のビジネスホテルの市況は悪い。

山田　確かに札幌のドーミーインは苦戦を強いられている。これは当社だけでなく、他社でも同様なのではないか。

宿泊特化型といわれる施設の客室単価は通常の半額までに落ち込んでいると言われている。周辺のシティホテルが値下げをした影響が出ているようだ。

リーマンショック以降の東京での状況が、遅れて札幌に来ているようだ。このため今年は札幌のビジネスホテルのテコ入れを図っていきたい。

ただし、稼働率を上げるために安易な値下げには走りたくない。実は当社は昨年、稼働率が80%弱と若干低下したが、その分客室単価が数10円上がった。

――新規出店に関しては、どのエリアを重点的に攻めていくのか。

山田　やはり東・名・阪始め100万人都市を中心になるだろう。ホテルのグレードはシティとビジネスの中間にあるものを展開していきたい。当社はドーミーインプレミアム・ドーミーイン・ドーミーインエクスプレスと3タイプのグレードがあるが、プレミアムがそれに当たる。大手チェーン店がひしめき合い価格競争巻き込まれやすいものよりも、ライバルの少ないグレードの方に力を入れていきたい。

――他社の傾向をみると、地方では既存ホテルのFC化を進めている。

山田　当社は大浴場が付いているというのが大きな特徴のため、その条件に合ったものは少ないのではないか。そのため基本的には新築として出店していきたい。

▲出店ペースは抑える

2015年には全国100店舗体制へ
「Aカード」加盟店は264店に

ホスピタリティパートナーズ

田中章生社長

2006年から「スマイルホテル」21か所、「プレミアイン」3か所のホテルのほか、スキー場等を運営している同社。独立系ホテルの会員システム「Aカード」によるネットワーク化など今年もグループ力を生かした展開を目指していくという。

スマイルホテル日本橋1月からリニューアル

――昨年は6店舗の出店をしていこうと考えている。当社は5年後にはFCも含めて100店舗体制にしていきたいとの考えを持っているため、今後もいい立地には積極的に出店していきたい。

基本的には既存施設のオペレーターチェンジを中心に展開していくが、新築案件も手掛けていきたい。

田中　毎年10店舗の新規出店を目標にしているが、結果的には若干少なかった。今年も10店舗は新規出店をしていこうと考えている。当社は5年後にはFCも含めて100店舗体制にしていきたいとの考えを持っているため、今後もいい立地には積極的に出店していきたい。

基本的には既存施設のオペレーターチェンジを中心に展開していくが、新築案件も手掛けていきたい。

◀ネットワーク化を推進

――各店舗の客層に変化はあったか。

田中　大きな変化はないが、全体的にはビジネス客が約60、週末のレジャーとインバウンドが約40%といったところか。

――20店舗以上になるとブランド力もついてくるのでは。

田中　ただ当社の場合、新築案件は少ないため、ハード面での特徴を打ち出すのは難しい。そのため本部としてさまざまな送客支援を行っていく必要性がある。たとえば、ホームページのシステムのバージョンアップによって、これまで11日前までの予約しかできなかった格安航空券付きプランを3日前までできるようにするなど、細かい対応策をとっている。

今後は各店舗のリニューアルも行っていく必要があるだろう。直近は1月に日本橋で着手していく予定で、順次他のホテルにも広げていく、ここでADRは少しずつあがっていくのではないか。

――グループ会社で手がけておる独立系ビジネスホテルの会員システムも好調だ。

田中　「Aカード」は昨年末の時点で加盟ホテル数264施設、会員数約22万人で伸張している。特に加盟ホテルは昨年と比べて約100店舗増加した。

地方では大手チェーン店の出店攻勢で、独立系ホテルは非常に苦戦している。カードを媒介にしてネットワークを強化できればと考えている。

――いずれは加盟店が利ブランドしていくことも考えられる。

田中　もちろんこうした案件も多い。グループでお手伝いができるのであればやっていきたい。

スーパーホテル

スーパーホテル
山本梁介会長

地域温暖化防止活動で大臣表彰

環境活動を推し進めれば、結果的にコスト削減にも繋がる」。

こう話すのは全国で約100か所を運営しているスーパーホテル（本社・大阪府大阪市）の山本梁介会長だ。

同社は現在、「ロハス」をテーマに健康と環境を追求しており、昨年の地球温暖化防止活動の功績のあった企業に与えられる環境大臣表彰を対策活動実践部門で受賞した。

同社は約13年前の第一号店オープン当時から消耗品の設置を廃止しているほか、ペーパーレス化、電力・水道の使用量削減などでコスト削減に注力。またいち早くITにも力を入れてきた。

「IT化には非常にコストをかけてきました。しかし効率化を進めることで、その分宿泊料金を安くし、宿泊客に還元できるようにしているのです」（山本会長）。

約20年前の水俣店のオープン時に、当時の水俣市長の「環境モデル都市づくり宣言」に賛同したことから始まった同社の取り組みは、宿泊者に提供される朝食にもあらわれているのだ。

「地元の食材を使用した料理を提供するようにしています。当社には独自の健康朝食基準があり、それに沿った朝食の提供を地元業者に依頼しているのです」（山本会長）。

各ホテルごと地元業者を使うには理由がある。より新鮮なものを提供できるほか、輸送時のCO2を減らすことができるのだ。

これが同社の推進している環境保護にも繋がるという。同社では、各ホテルが工夫を凝らした取り組みを行うことで、ブランドイメージを向上させているのだという。

結果、現在ではビジネスマンはもとより、女性客や外国人客の増加という結果にもにもあらわれているのだという。

インバウンド獲得の一歩はホームページから

中国語・韓国語のホームページ制作は
into Ltd. 株式会社イントゥ
にお任せ下さい。

ホテル・旅館様の特徴や地域情報など集客向上させるHP作りをお手伝いします。

HPだけでなく館内表示やメニューの翻訳もお任せ下さい。

翻訳に関する詳細は http://honyaku-shop.com

予算、コストを極力かけずにインバウンド集客のご支援をいたします。

株式会社イントゥ
東京都新宿区西新宿7-5-6 ダイカンプラザ75 6 5F
TEL.03-5332-3340 FAX.03-5332-3401
http://www.intoweb.jp

空きオフィス・店舗にテナントがつかないで
お困りのオーナー様、不動産の売却をお考えの方

トランクルームのプライベートBOXを
おすすめします。

現在、首都圏で
約23拠点を運営！

○テナントがつかないでお困りのオーナー様、物件を是非ご紹介下さい。
○我社では不動産購入も考えています。
賃貸借物件だけにかかわらず不動産を売却する事を考えている方も是非ご相談下さい。
（土地の借り上げもOKです）

プライベートBOX　大正8年創業　京葉物流株式会社

お問い合わせ先 トランクルーム部
〒272-0002千葉県市川市二俣新町19番地　TEL.047-318-8217 FAX.047-328-1801
フリーダイヤル 0120-088-087　URL http://www.privatebox.jp/