

企業が伸びる、個性ある地域社会創造のために、今、何か必要か。何をすべきか。

地方のICT戦略 [38]

Information and
ICT
Technology

世界最大級の旅行口コミサイト・トリップアドバイザーの温泉旅館ランキングで第3位となった「一茶のこみち 美湯の宿」、志賀高原熊の湯ほたる温泉の観光ホテル「志賀パレスホテル」。どちらも2000年代初頭からインバウンド戦略に力を入れ、旅慣れた国際ツーリストから高い評価を得るに至っている。その武器となっているのがICTの活用と、「日本らしさ」を前面に出したサービスだ。



ICTとアナログをフル活用し、インバウンドで成果を上げている齊須社長。

Interview
一茶のこみち 美湯の宿
志賀パレスホテル
代表取締役
齊須 正男さん

インバウンドの取り組みにICTを活用

「インバウンド誘客の先駆けとして全国的に注目される御社ですが、発端となったのは何でしょうか。」

齊須社長 当社が意識的にインバウンドに力を入れるようになったのは2002年。1998年の長野冬季オリンピックで世界的に話題になった「スノーモンキー」をきっかけに、アメリカのビバリーヒルズ・ヒルトンの友人が「これからは、世界からお客様を誘致したら？」と、背中を押してくれたのです。当時、ビバリーヒルズ・ヒルトンもまた、日本からのお客様誘致のため、ホテル内に日本人専用のラウンジをつくらうとしていました。そこに協力するとともに、彼らと提携したことが、インバウンド誘客を始めるきっかけになりました。すでにアメリカではインターネットの普及が日本より進んでおり、その活用が宿泊予約のあり方を変えていくであろうことにも、確信を持ちました。

2005年には、日本の航空会社がオーストラリア発の北海道直行便から撤退するという情報を聞き、湯田中温泉、スノーモンキー、そして志賀高原のスキーの宣伝にさらに努めました。そうしたなかで、ICTの必要性をますます実感したのです。具体的なインバウンドの取り組みをお聞かせください。

齊須社長 それまでは国内旅行エージェントを対象に足で稼ぐ営業が中心でした。もちろん、それは今も重要です。しかし、それに加えて、このときからインターネットを活用して世界中のお客様にアプローチすることに本格的に取り組みようになったのです。ホームページも英語で発信し、海外の旅行エージェントにも積極的にアプローチするようにしました。

折よく英国BBC放送が地獄谷野猿公苑や湯田中温泉郷を紹介してくれたことで、「スノーモンキー」に再び火が付きました。日本の温泉旅館を好んで旅する外国人も増えていきます。いい情報が流れれば、世界どこからでも人は飛んで来てくれます。インターネットの普及によって、そういう時代になったということでしょう。

昨今は、予約のスタイルにも大きな変化が見えていますよ。世界最大の口コミ旅行サイト「トリップアドバイザー」で、まず口コミを確認して、その上で「じゃらん」「楽天」「JCB」、海外なら「Hotels.com」などの予約サイトを比較してから、ネット予約される方が非常に多くなりました。

ICTで情報発信、アナログでサービス提供、そしてICTで共有するサイクル

「昨年、通信関連の設備・機器を総入れ替えし、全館でWi-Fiを利用できるようにされました。これもインバウンドに効果を発揮しているのでしょうか。」

齊須社長 もちろんです。どこでもWi-Fiを使える環境というのは、いまや宿泊施設やリゾートに必要不可欠なインフラの一つと感じています。日本人、外国人を問わず、携帯、スマートフォン、タブレットなどを

持参しないお客様はほとんどいらっしゃいません。お客様同士のコミュニケーションも館内電話ではなく、スマートフォンやLINEで直接というケースが多くなっています。宿泊満足度を高めるためにも通信環境の充実が欠かせないのです。また、横手山で遭難しかけた外国のお客様が、スマートフォンのGPS機能を利用してきたため発見につながった事例もあります。ICTが命を救うこともあるのです。その一方で、サービス面ではアナログに徹し、日本らしさを前面に出されていますね。

齊須社長 こちらから発信する情報も、口コミも、あくまでも情報です。海外の方々が日本の旅に何を期待しているかを知り理解し、確かな実態として、それに応えることが大事だと思っています。

特に旅慣れた外国人客は、旅のひとときや体験をいかに充実させるかを非常に重視します。宿でどんな「日本」を楽しめるか、湯田中や志賀高原でどんな経験ができるか、つまり日本という国の文化に出会うことが旅の喜びなんです。印象深く、心地よい経験をお楽しみいただくことに、スタッフ全員で努力しているわけです。もちろんサービスを提供するだけでは伝わりません。そこにどんな意味があるのか、なぜ日本では、そうするのかをきちんと伝えます。最近では、浴場のマナーに関し、外国人客に日本人が注意されることがあるほど、日本ツウの方々が増えました。自然とのつきあい方も極めておやかです。そうした「旅そのものを楽しむ」スタイルが、今、アジアの人々や日本人の旅のあり方にも影響をおよぼし始めています。



そこで、1軒の宿だけでなく町として魅力ある体験ができることを積極的に発信しようと、地域の有志で「スノーモンキータウン」を発足しました。

た。作成した冊子も好評をいただいています。

楽しい旅の体験は、お客様のブログやSNS、口コミなどによって世界へ発信されより多くの人々に共有されています。かつては考えられなかったサイクルですね。

スマホアプリ活用で通信費用を大幅削減

「観光業におけるICT活用の可能性は、さらに広がりますね。」

齊須社長 そう思いますよ。当社の場合、経費削減という意味でもフレット光にしてよかったです。提携アプリによりスマートフォンが内線端末化し、実利なのです。世界中のどこにいても、自分のスマートフォンを「会社の内線」として活用できるため、1回の海外出張で4、5万円の通信費削減につながります。出張中であっても、お客様と常に社内にいる感覚で通話できるため、料金面でも、精神面でも、ご負担をかけずに済みます。画期的な仕組みですね。

ICTはビジネスを世界規模へと広げる力でありながら、その一方で、実際の活動領域をコンパクトに効率化する戦略的なツールだという思いを深めている昨今です。もっと活用できるのではないかと、ICT先進国の友人たちを見習いながら、今も模索を続けているところです。

「本日は興味深いお話をどうもありがとうございました。」

Profile

事業内容/湯田中と志賀高原で、それぞれ源泉かけ流しの温泉観光旅館・ホテルを経営。温泉熱の館内暖房への利用、全館Wi-Fi対応など先進的なインフラの充実にも努めるとともに、日本らしいサービスの提供でインバウンド集客を成功させている。地域が一体となって海外観光客に情報発信する「スノーモンキータウン」発足にも貢献し、地域活性化の牽引役として活躍中。

設立/平成元(1989)年

所在地/一茶のこみち 美湯の宿

長野県下高井郡山ノ内町湯田中温泉

TEL/0269-333-4126

URL/http://www.yudanakayew.co.jp/

志賀パレスホテル 長野県下高井郡山ノ内町

志賀高原熊の湯ほたる温泉

TEL/0269-34-2221

URL/http://shiganalace.co.jp/