

トップインタビュー(第19回)

生産性と顧客満足の二兎を追う

2016.10.05

スーパーホテル会長 山本梁介氏

ITの積極的な活用で生産性を向上、破格の宿泊料金を実現し人気を博してきたスーパーホテル。自分で考え、行動し、お客の感動を創造する「自律型感動人間」の育成をめざし、経営理念の浸透に力を入れる。ホテル業界はインバウンド増加に沸くが、本分であるビジネス客向け市場で、さらなるリピート率の向上をめざす。

スーパーホテルは自動チェックイン機、暗証番号キーの導入などIT(情報技術)の積極的な活用で生産性を引き上げてきました。朝食付きで1泊4000円台からという破格の宿泊料金が人気で、客室稼働率は90%。70%が採算ラインといわれるホテル業界では圧倒的な数字ですね。



(写真/岡崎利明)

山本:稼働率もさることながら、我々が一番誇りに思っているのはリピート率70%という数字です。

これからもリピーターを大切に考え、この数字を0.1%でも上げていきたいと考えています。ご指摘の通り、IT活用による生産性向上は我が社の大きな強みです。仮に1人のお客様のチェックインに10円の人件費がかかるとしたら、自動チェックイン機を導入すると全国1万3000室分で1日15万円、1年間で約4700万円のコストを削減できます。そこに手間をかけずに済む分、従業員はお客様へのサービスを充実させられます。

ただ、過去には生産性向上ばかりに目が行き、お客様に十分に満足していただくことができなかった時期もあります。ホテルが30店舗を超えた2003年頃のことです。稼働率が80%程度に落ち、クレームも増えてしまいました。スーパーホテルの経営理念や価値観が従業員に浸透していなかったためと反省し、以来、理念の浸透に力を入れています。

出張客は“街の応援団”

—今おっしゃったスーパーホテルの理念、価値観とは何ですか。

山本:ベースにあるのは社会的責任を果たすことです。顧客第一主義を貫き、「安全、清潔、ぐっすり眠れる」スペースを提供する。それによって活力ある社会活動・経済活動に貢献していきたいと考えています。

スーパーホテルの主要ターゲットはビジネスでの出張者。仕事で宿泊するお客様はその土地に足りないビジネスやテクノロジー、ノウハウを供給してくれる、いわば“街の応援団”です。我々のサービスでリフレッシュしてもらうことは地域の活性化にもつながります。

従業員には生産性やコストに対する意識を持つとともに、自分たちの仕事がお客様の満足や地域貢献に役立つというワクワクした気持ちを持ってもらいたい。マニュアルに頼るのではなく、自ら考え、行動し、お客様の感動を創造する「自律型感動人間」の育成を目指しています。

— [そういう理念や価値観を従業員に浸透させるためにどんな方法を取っていますか。… 続きを読む](#)