

4.講義「宿泊サービス概論」

宿泊業に対する正しい知識を修得するとともに、ホテルやブライダル施設の運営や様々な経営資源の運用の在り方を経営者や総支配人を外部講師に招いて実際の事例を学ぶ。また、県内の様々なスタイルのホテルやブライダル施設の見学を行い、その経営の実態を知るとともに、その経営課題について考察していく。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション	
第2回	ホスピタリティと宿泊サービス	
第3回	客室サービス	
第4回	料飲サービス	
第5回	ブライダルサービス	
第6回	ブライダル施設見学	ヴォヤージュ・ドゥ・ルミエール 北谷リゾート
第7回	ブライダル事業	光貴
第8回	宿泊サービス経営の特性①	
第9回	宿泊サービス経営の特性②	
第10回	ホテル・旅館の品質と評価	
第11回	宿泊産業の分類	
第12回	リゾートホテル施設見学・総支配人講話	ホテル日航アリビラヨミタンリ ゾート沖縄
第13回	シティホテル施設見学・総支配人講話	ハイアットリージェンシー那覇 沖縄
第14回	旅館経営の現状分析	
第15回	旅館経営の事例紹介	百名伽藍

第3回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

第3回は宿泊部門の客室サービスについてでした。予約からチェックアウトまでに、どういう職業の人が携わっているかと、宿泊部門を管理する側（マネジメント側）の業務について解説がありました。

利益の上げ方として、利益率が高い宿泊部門では、コストダウンより売上をあげたほうが利益がやすいということでした。つまり、なるべく高い価格で満室状態にするのが売上につながり、レベニューマネジメントにより、販売量と価格を調整しているそうです。ホテルだけでなく、航空機の予約などでもレベニューマネジメントは使われており、ユナイテッド航空で問題となったオーバーブッキングが起こる仕組みが分かりました。

次に宿泊部門の経営指標となる計算式についてとりあげました。

「販売可能客室1室あたり売上＝RevPAR」を用いて表すそうで、平均客室単価（＝ADR）×客室稼働率（＝OCC）で求められるということでした。

平均客室単価、客室稼働率の出し方が分からないと出せないなので、合わせて覚えましょう。この講義は、サービス経営人材育成事業ですから、マネジメントに必要な数字を理解するのは不可欠です。ここは、ホテル業界でキャリアアップしていくためにも重要な項目ですので、専門用語も含め、計算できるように復習もしっかりとしておきましょう！

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第6回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：株式会社光貴の皆様

第6回はブライダル施設見学で、株式会社光貴様のご協力により、北谷町にあるヴォヤージュ・ドウ・ルミエール北谷リゾートを見学させていただきました。

ヴォヤージュ・ドウ・ルミエール北谷リゾートは、海岸沿いに建っており、ブライズルームやチャペルなど全てがオーシャンビューだそうです。

まずはこだわりの施設を見学しました。チャペルには大きな窓があり、目の前に海が広がる設計になっていました。バージンロードをあえてモザイクタイルにし、波をイメージしているのだそうです。

主にリゾートウェディングが行われており、リゾートウェディングの概要について説明がありました。

- ・沖縄のリゾートウェディングは昨年15000組を超え、（10年前は6000組）
- ・インバウンドが1割を占めている
- ・リゾート婚の経済効果は、224億円
- ・インバウンドは、台湾、中国、韓国が多く、英語、中国語ができるスタッフが対応する
- ・ゲストの平均は、国内18.6人 海外22.9人
- ・海外のエキスポに参加し行政の協力のもと誘致活動を行っている
- ・最近フォトウェディングが30%を占め、年々増加傾向にある
- ・カップルの希望に沿った式を演出する（ビーチでの挙式、サーフボードを結婚証明にする、レストランウェディングなど）
- ・トップシーズンは、10月、11月、4月、7月

- ・ボトムシーズンは、1月、8月、2月
- ・1月は年始ということ、8月は航空券の価格と台風の影響もありボトムシーズンとなっている

続いて、株式会社光貴様の事業概要について説明がありました。元々移動体通信事業からスタートし、ブライダルに参入。県内5社しかない上場企業に続き、現在上場を目指しているということです。また、人材育成にも力をいれており、その制度についてお話がありました。

次週は、株式会社光貴 取締役 西様をお招きし、講義を行っていただきます。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第7回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：株式会社光貴 取締役 西宣秋氏

第7回は株式会社光貴 取締役の西宣秋氏から、ブライダル事業についてお話いただきました。ホテル婚礼の特徴や役割の他、主に、数字についてのお話でした。

現在の婚礼市場は、少子化、ジミ婚の流れから規模は小さくなっており、今後予定される消費税増税への懸念もあるということでした。その中で、競合他社の分析能力が求められ、更に、自社の広告戦略も必要だそうです。SWOT分析から、コンセプトを明確にしていくことで集客力もあがるということでした。

集客については、新規の見学者の数を増やすことが売上増につながるそうで、自社集客より他媒体での広告が多い業界のため、メディアの特徴を把握し、集客チャネルを決める必要があり、費用対効果の分析も行っているということでした。

また、県内、県外、リゾート、インバウンドなど客層ごとに媒体も考える必要があり、いい広告＝集客ができる広告で、最終的には、数字で判断されるそうです。

経営側になるには、計数管理に強くなっておく必要があるとおっしゃり、事業計画表の枠を配布して、表の見方、単語の意味から、損益管理の仕方まで解説いただきました。

ブライダル業界はGOP（金利償却前利益）を30%に設定し、そこから経常利益で20%残せるよう、計画と進捗を見ながら管理していくということでした。ブライダルは半年前には予約をするのは定説ですが、それは、半年前に売上も見通せるということで、キャンセルが少ない、食材のロスがゼロ、アルバイトも事前に準備できるため、リスクが少ないビジネスと言えるそうです。

学生たちには、自分の強みを3～5つすぐ言えるようにしておくこと、「何がしたいか」だけでなく、「何ができるか」を答えられるようにしておくこと、数字で観光業を語れるように、計数管理に明るくなっておくこと、といったアドバイスがありました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第12回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：ホテル日航アリビラヨミタンリゾート沖縄の皆様

今年度の宿泊サービス概論は、施設見学が2回あります。リゾートホテルとシティホテルの違いを学習すべく、今回はリゾートホテルへ。

読谷村のホテル日航アリビラヨミタンリゾート沖縄を訪問し、まずはホテルの特徴や、コンセプト、こだわりなどについて、管理部総務課の平良マネージャーよりお話をいただきました。このホテルは、スペインアンダルシア地方をイメージコンセプトに、くつろぎを提供しているということでした。そのため、建物、ロケーションだけでなく、香り、音、食、自然とのふれあいなど、細部にまでこだわりを感じました。

続いて、グループに分かれて、客室、レストラン、プール、バックヤードの見学をしました。何気なく置いてあるようなものが、実は計算されてそこにあるのに、自然に感じるなど、くつろぎの空間の演出を実際に見ることができました。





文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第13回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

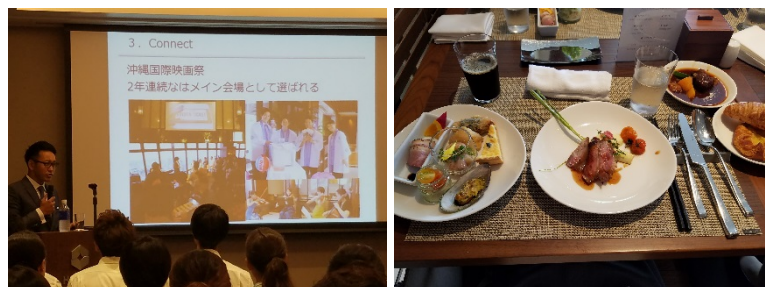
外部講師：ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤健人氏

今回は総支配人佐藤様による講義と、シティホテルの施設見学でした。まずは、自己紹介と会社概要や展開しているホテルについての説明がありました。

ハイアットリージェンシー那覇沖縄は、ケン不動産リースが所有、運営、経営をし、那覇市内に4軒しかないADR（Average Daily Rate:平均客室単価）2万円以上のホテルの1つということからも分かるように、富裕層向けのビジネスを全国で展開している「プレミアムホテルグループ」の1つということでした。

中でも沖縄は重要な地で、日本の観光が伸びているのは国が伸ばすつもりの方策をうっているの伸びていて、沖縄がそれをひっぱっていることから、今後も伸びていくマーケットなのだそうです。

今後の展開について、ホテルの人材について、待遇についてなど詳細にまで渡りお話いただき、3つのグループに分かれて施設を見学しました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15 回 宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：百名伽藍オーナー兼総支配人 淵辺美紀氏

最終回は、南城市にある、「一度は泊まりたい沖縄の最高級ホテル」と言われている百名伽藍オーナー 淵辺氏による講義でした。「沖縄の文化を広く深く正しく世界に発信する」という企業方針に基づき、コンセプトの作り方、百名伽藍のこだわりについてお話いただきました。アジアから一番近い日本である沖縄では、外国人観光客には、沖縄の文化と並行して日本の文化も発信していくことも大切なことだそうです。

また、ホテル業は地域の総合産業のため、土地を活かし自然に溶け込む建物を作り、地域との融合をはかったということでした。そのため、建物の高さにもこだわったそうです。コンセプトの構築に2年を費やし、究極のリラクゼーションを提供するために、禅を取り入れるなどの工夫をされており、こだわりぬいた設備のほか、チャイルドポリシー（13歳未満は宿泊できない）やシーズン料金の設定なしという料金形態、1泊2食が必ずセットで素泊まりなしという宿泊形態には、コンセプトの一貫性とターゲットの明確化が必要というお話もありました。

百名伽藍では、サービスの提供にあたり、あえてマニュアルを作らないだけでなく、「サービス業は人を育てる」という考えから、ホテルマンは採用せず、いいお客様と接することで、お客様が望んでいることを察することができるようになるという環境によって鍛えられ、お客様に接しながら学んでいくという人材育成をされているそうです。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子