

次世代型宿泊システム検討会  
最終報告書

旅行電子商取引促進機構  
＜宿泊システム検討グループ＞  
平成19年7月2日

# 1. 趣旨

今日の、宿泊取引に係わる環境は消費者の購買行動並びにインターネットの普及にて「宿泊商品」流通の大幅な変革と、又「国際観光推進基本法」の制定等による訪日外客の誘致活動も本格化している。

この様な環境下で、宿泊事業者に於ける<経営の効率化・販売の拡大・収益の最大化>を図るべく、宿泊事業者用情報システムの有り方に関して検討を行い、なお一層の宿泊事業者及び観光マーケットの健全な発展に寄与するものとする。

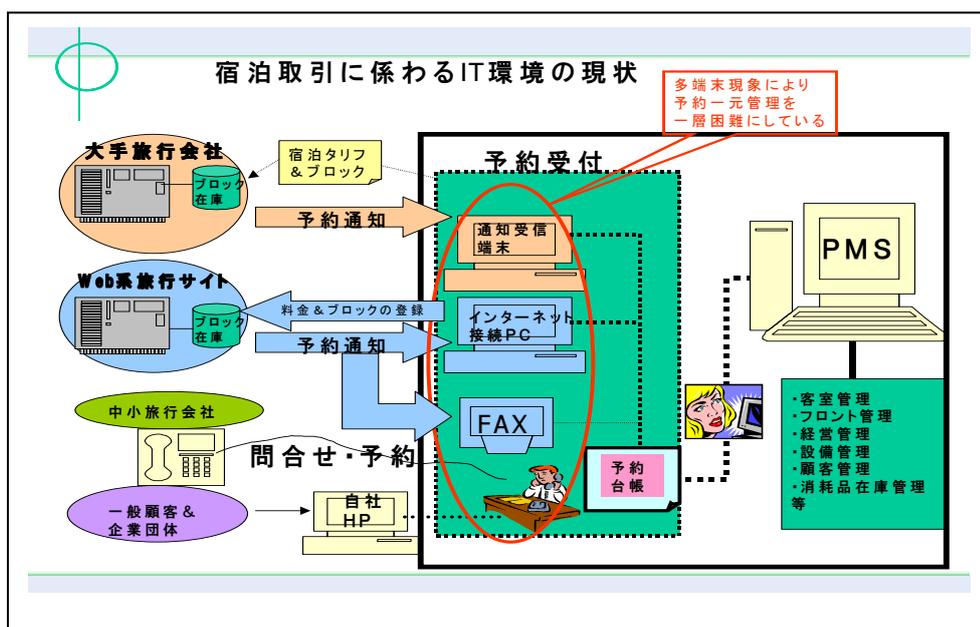
# 2. 現状の問題認識と課題

## 2-1 旅行形態の変革による生産性の悪化

今日の経済環境下に於いては企業等の職場旅行並びに報奨旅行等が減少し、因って旅行形態は「団体旅行」型から「個人旅行」型へとシフトしている。この事は宿泊事業者に業務量の増大と生産性の悪化をもたらす要因となっている。

## 2-2 流通経路の多様化による予約管理業務の煩雑化

インターネットの普及は、消費者の観光(宿泊)情報収集を容易にした。又この仕組みを活用した、新たなビジネス・モデルによる宿泊予約事業者の台頭をもたらした。これらの事は流通経路の多様化と取引情報交換が個別方式による多端末現象並びに予約管理業務の煩雑化を増大させる要因となっている。(参照図1)



(図1)

### 2-3 硬直した取引による客室稼働率の低下

既存旅行事業者並びに Web 予約事業者との取引契約モデルは「客室提供(ブロック)」型にて契約が成されている。又宿泊事業者の保有総客室数の7-8割が数社に占有されているのが実情で、よって取引先の硬直化と客室稼働率の悪化の要因となっている。

### 2-4 消費者ニーズの変革による個別的サービス要求の増大

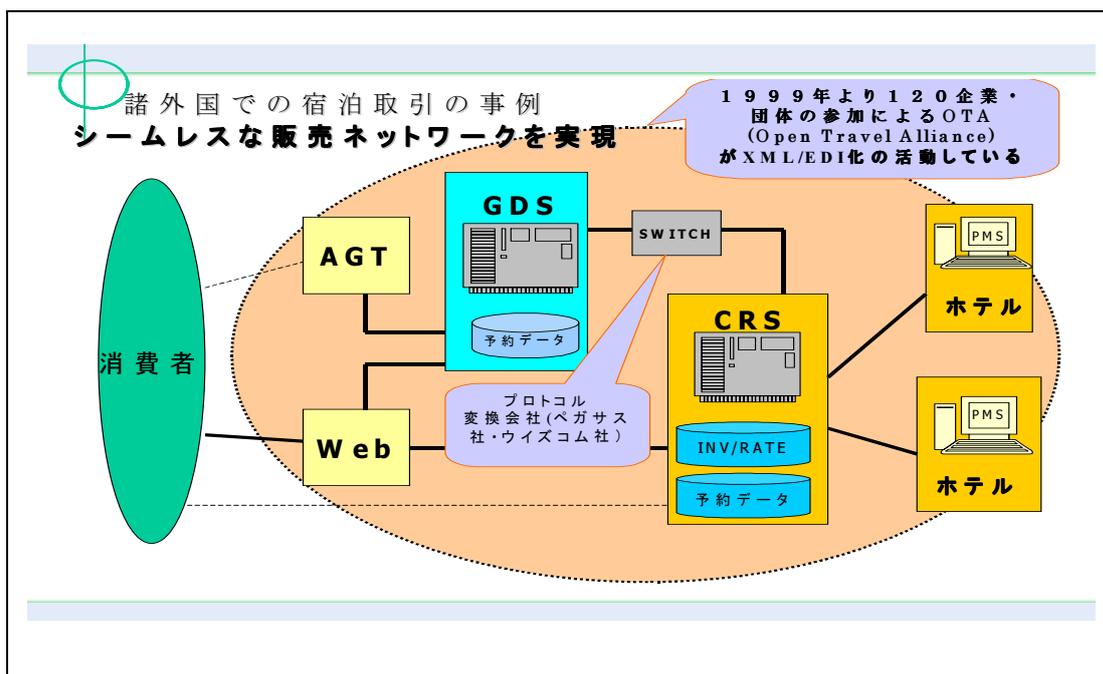
成熟した旅行マーケットに於いては、<行く・見る・食べる>から<癒し・体験・健康>等へと明確な旅行目的にての旅行商品(サービス)を遡及する行動が健在化してきた。この消費者ニーズに対応するには、これまでの「客室販売」から脱皮し「客室+サービス&ホスピタリティ+地域観光」等を包括した「高付加価値商品」を提供する必要がある。

この「高付加価値商品」は個別的・少量販売でロングテールの商品の要素が強く、マス販売を主体としている旅行事業者では企画・販売する事が不可能と云える。因って宿泊事業者みずから<商品企画・造成>し、予約事業者へ<告知・販売促進>を行うと共に<予約受付>を効率的に行う必要がある。

### 2-5 グローバル観光(訪日外客)促進の為の宿泊施設情報告知並びに販売体制の確立

インバンド観光旅行に於いて、急進著しいアジア地区からの訪日者は団体旅行型が主流で、取引はランドオペレータ経由が大半をしめている。観光地並びに宿泊施設等の選定は全てランドオペレータが決定を下す為に、観光情報の詳細を旅行者一人一人まで届けなくても取引が成立し、その取引情報もアナログ処理が大半である。しかし欧米地区からの訪日者は個人旅行型である為に、観光情報並びに宿泊施設情報の詳細が旅行者個人にまで届く必要があり、即時予約が要求される。この点に於いて欧米では主流となっているGDS並びに在外 Web 旅行サイトとの取引を可能とする予約発生型の取引モデルを採用した販売体制の確立が急務といえる。

(参照図2)



(図2)

### 3. 課題解決に向けたITのあり方

現状、宿泊施設が活用している情報システムはPMS (Property Management System) であるが、元来その名称が意味する通り館内管理を主目的として開発されている。2項で述べた課題解決の為には販売管理機能とネットワーク対応を充実させる必要がある。又システム最適化を図る目的で、業務に対応したシステム機能モジュール化も行う必要がある。

この点に関して以下に記述する。

#### 3-1 宿泊業務の機能分類 (参照図3)

- ① 情報配信・告知機能
  - 施設情報
  - 観光地情報 等
- ② 販売管理機能 (CRS)
  - マーケティング機能
  - 商品管理機能
  - 取引先契約管理機能
  - 販売在庫管理機能
  - 予約管理機能
- ③ 精算・決済機能

コミッション精算  
クーポン・料金精算

④ 顧客管理機能 (CRM)

⑤ 館内管理機能 (PMS)

スペース管理機能  
チェックイン&客室アサイン機能  
各種ゲストサービス機能  
チェックアウト&顧客清算機能

⑥ 経営管理機能 (ERP)

販売・売掛管理機能  
購買・買掛管理機能  
人事・労務管理機能  
営業経理機能  
経営管理機能

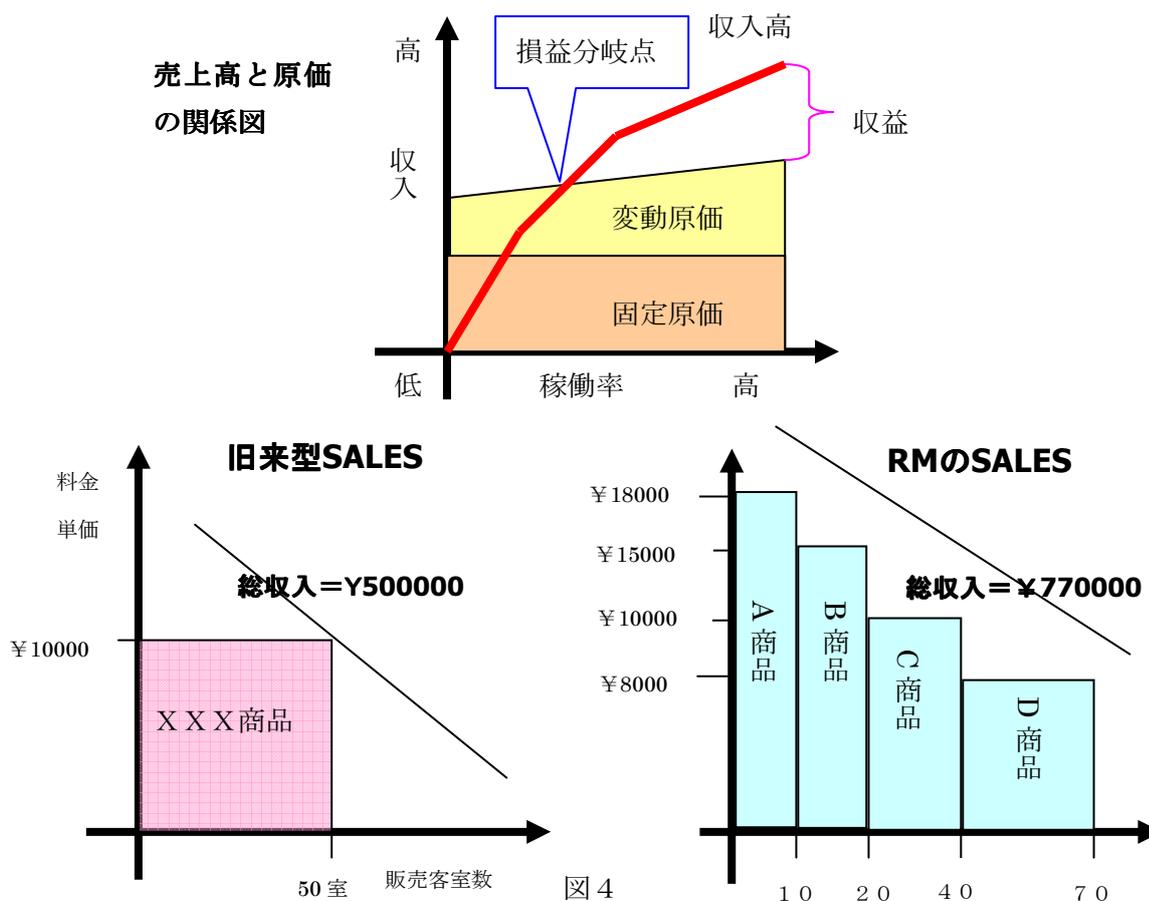


(図 3)

### 3-2 レベニューマネジメントを実現可能とする販売管理機能

宿泊事業は装置産業といえる。

因って、事業運営での原価構成は固定費率が高く、客室稼働率の向上が収益性向上と密接に関係している。しかし、今日のように価格の多様化とインターネット販売の普及にて価格破壊現象のマーケット下に於いては、必ずしも客室稼働率の向上は収益の最大化とならない。限定された客室数の販売で最大の収入を得ることを可能とする販売管理機能が求められている。(参照図4)



上記内容を実現するために下記内容をシステムの構築が必要

<販売管理機能として>

- ① 宿泊商品と販売数量管理（商品管理&商品在庫管理）
- ② 現行のブロック取引に基づく、予約事業者からの予約通知データからの予約記録自動作成（予約記録の手書台帳からコンピュータ管理への移行）
- ③ 予約発生型モデル&ブロック型モデルの販売在庫一元管理
- ④ 販売在庫及び商品在庫の数量調整
- ⑤ 予約発生型商品の予約受付自動処理
- ⑥ 先物予約に基づく収益シュミレーション

3-3 チャンネルマネージメントを実現可能とする販売管理機能  
宿泊事業者にとっての販売チャンネルは、次に掲げるものがある

- 国内リアルエージェント
- 国内 WEB エージェント
- 契約先企業・団体
- ホテル予約事業者(ホテルレップ)
- 総合案内所&観光案内所
- インバンドオペレータ
- 海外 WEB エージェント
- 海外リアルエージェント
- 自社予約受付センター（自社コールセンター）
- 自社ホームページ

これら種々の販売チャンネルの先に存在するマーケット層には固有の特色があり、それに合致した宿泊商品を的確に提供する必要がある。又その商品単位に提供数量をコントロールする事により、販売の増大化と収益の最大化が図れる。又この事を実現する為には、契約予約事業者単位に商品とその販売数量管理が必要となり、人力で無く IT を活用した販売可否判定の自動化が望ましい。

上記内容を実現するために下記内容をシステムの構築が必要

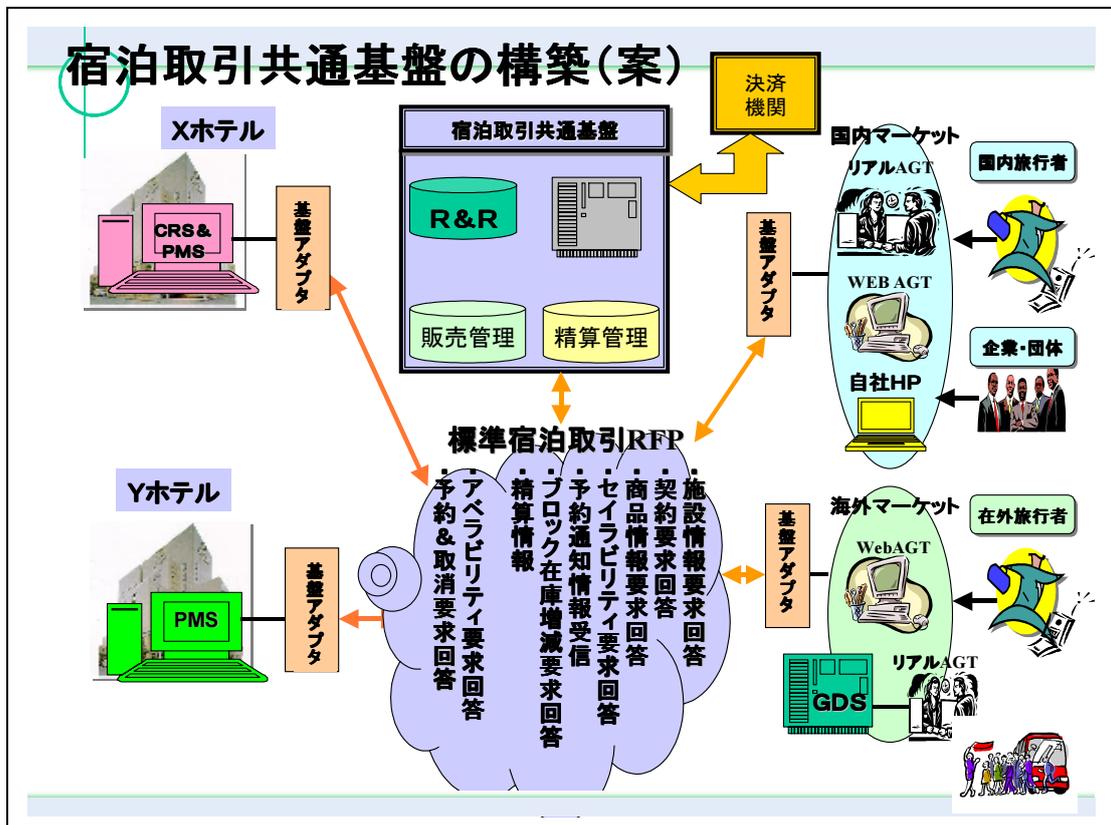
<販売管理機能として>

- ① 宿泊施設情報&宿泊商品情報の配信
- ② 周辺観光情報の配信
- ③ セーラビリティ情報の配信
- ④ 販売先別又は販売チャンネル単位の販売在庫管理
- ⑤ 予約時のアベラビリティ回答
- ⑥ 予約受付の24時間稼働並びに自動処理
- ⑦ リクエスト予約の自動受付処理
- ⑧ 特別手配要求の自動受付&手配結果回答の通知
- ⑨ 精算情報交換で安心な取引の確立

3-4 標準化情報交換メッセージの活用にて、安価な販売ネットワークを構築し、生産性の向上並びにグローバル観光の促進を図る

前述<販売機能>を宿泊事業者が保有しても、販売先とネットワーク上で接続されていなければ効力は発揮しない。現在、予約事業者と宿泊事業者間に於ける情報交換は個別方式採用のために宿泊システム（PMS）との連動が成されていない。又予約事業者からの予約結果通知を受信する目的での専用システムの導入は、多大なコスト負担を強いられている。この事が販売ネットワーク構築の障害となり、且つ宿泊事業者の生産性悪化の要因ともいえる。

この事を解決するには、宿泊事業者と予約事業者間の交換メッセージの標準化と国際化（ebXML）を図る事と、販売管理機能（CRS）を経由した宿泊システム（PMS）までシームレスに連動させることにより、諸外国との取引も容易にすることでグローバル観光の促進を図る。（参照図5）



(図5)

注：現在「標準宿泊取引RFP」は旅行電子商取引促進機構にて ebXML 化の作業中である

#### 4, 結びに

今回宿泊事業者に於ける経営基盤の改善並びに予約事業者との健全で、且つWIN~WINな関係を再構築し、又グローバル観光促進の観点からITのあり方の検討を行ってきた。今後は、この検討資料に基づき有志企業連合にて、その実用化に向けた詳細検討を引き続き行う事を希望し結びとする。

検討会参加名簿(敬称略/順不同)

NO	氏名	会社名	備考
1	坂井	笹屋ホテル	
2	八木	ホテルサーブ	
3	井上	アルゴ21	
4	島	タップ	
5	芹澤	オープンドアー	
6	高村	インテージ長野	
7	星野	Nシステム	
8	阿部	Nシステム	
9	増井	ワイズノット	
10	福岡	近畿日本ツーリスト	
11	大西	ユニシス	
12	石崎	ホテルサーブ	
13	山添	ホテルサーブ	
14	会沢	ホテルサーブ	
15	藤岡	XML コンサルタント	
16	鈴木	機構主幹事	
17	松岡	M&M コンサルタンツ	