

次代のホテル経営に欠かせない合理化と顧客満足向上の両立を実現させる注目2社

# ホテルとゲストをエンゲージメントさせる、進化系プラットフォームの可能性

現代のホテル経営において、合理化をDXによって実現化させられない企業は、その存続すらも危ぶまれることとなるのは自明の理だ。ことさら、パンデミックを経て、人材不足が業界の重要課題としてあぶり出されたこれからについてはなおさら経営のキーになってくる。その状況を打破するには、新たなテクノロジーやシステム、ロジックを導入しなくてはならないだろう。顧客とホテルの“エンゲージメント”にフォーカスしたプラットフォーム【SPOT】を開発リリースした㈱LYNKEDも、次代のホテル経営を行うにはなくてはならないソースとなると思われる。SPOTはなぜ生まれ、どのようなベネフィットを提供してくれるのか？代表取締役のサンダース・クリストファ・ハヤト氏に、話を聞いた。



LYNKED ㈱  
代表取締役  
サンダース・クリストファ・ハヤト氏  
います。

ただ、既存システムとの連携やITリテラシーの観点から宿泊施設業務を一気にDX化することは難しいと考えております。

## ～宿泊ゲストとのエンゲージメント強化にフォーカス～

そこで私たちが最初に重要視しているのが「エンゲージメント/ゲストとの関係性（以下、エンゲージメント）」です。今までは宿泊施設のスタッフが一人一人に手厚し接客を行ってききましたが、人手不足などの問題やゲストの意識の変化などから宿泊施設はゲストが期待するサービスを提供できておらず、顧客満足度の低下につながっております。この問題を解決するためには、まず良い「エンゲージメント」とは何かを明確に定義する必要があります。フロントデスクに立ち、スタッフと長い時間会話をすることは、お客様から「不便だ」「遅い」など思われてしまうケースも多く、良い「エンゲージメント」とは決して言えません。ゲストは、必要な時にできるだけ早く欲しい情報を得られることを望んでいます。「エンゲージメント」をしっかり築くことは、エンゲージメントから「行動喚起」につなげる大きなチャンスです。ゲストの期待に応えるために、エンゲージメントに特化したプラットフォーム「SPOT」を開発しました。宿泊施設のホームページは旅前に利用されることが多く、宿泊中のゲストにとって必要な情報がどこに何が記載されているのかよくわからなく、クリックとスクロールを何回もされている方も多々あります。また、アプリもダウンロードして、個人情報を入力しなくてはならない為、拒む方も多いため事実です。宿泊施設としてもアプリは開発コスト、運用面でDX化の遅れているホテルにはハード

▶御社が感じているホテル業界の課題と、解決のための「SPOT」開発の経緯について教えてください

## ～ホテルマン・宿泊ゲストのフィードバックから生まれたツール～

新型コロナウイルスにより世の中の常識/意識が変わり、よりデジタルフレンドリーな世の中になりました。人々もデジタル化に大きな期待を寄せており、特にスピード、可用性、テクノロジーに期待しています。宿泊施設の「デジタル化の遅れ」はコロナ禍以前から問題視されておりましたが、現在ではより深刻な問題になっております。

## 「旅ナカ」での顧客体験を造成する、推進するためのソリューションとして

▶まずは、御社の事業内容を教えてください

LYNKED ㈱（2022年10月に社名をTABI LIFE株式会社に変更予定）は、ホテル業界のデジタル化に特化したホテルシステム系スタートアップ企業です。起業から2年半と新しい会社ですが、ホテル業界をデジタル化するというビジョンを実現するために、素晴らしいパートナーに支えて頂いております。「スピード」「透明性」「信頼」の3つを基本原則として

ルが高くなっています。  
～アプリ要らず・個人情報要らず、でも効果抜群～

SPOTは、ダウンロードや個人情報の入力なしにワンクリックでホテルのすべての情報が手に入るブラウザ型のソフトウェアです。システムの提供だけでなく、エンゲージメントに関するデータを宿泊施設のサービス向上に有効活用するため分析データも提供します。3ヶ月という短期間で90%以上のエンゲージメントを獲得した施設もご紹介します。1回につき1ユーザー平均2分半の利用があり、ホテルが提供するプロモーションやサービスに自主的に目を向けていただいています。エンゲージメントの向上は、口コミの評価、客単価、顧客情報、そして最も重要な顧客満足度につながることはよく知られている事実です。

## 新しいホテル業界のエコシステムとして進化を続けるために

▶エンゲージメントという点から、旅ナカにフォーカスされたとの事。「SPOT」ではゲスト側・ホテル側、双方にどのような体験提供や効率化提供ができるのでしょうか？

SPOTは常に進化し続けるプラットフォームです。最初の1年で既に7回の大きなアップデートを行い、宿泊施設のニーズに合わせて新機能やツールを追加しています。この2年間で、宿泊施設の効率を上げるために2つのシステムを開

発し、SPOTと統合しました。  
～ホテルの業務効率アップ・レベニューアップに直結～

1つ目はインルームダイニングとレストラン専用の電子オーダーシステムです。紙メニューや印刷物などを設置している宿泊施設がより良いサービスが提供できるように設計されています。インルームダイニングを提供していない宿泊施設でも最小限の業務でサービスを提供できます。また、レストランでも、少人数のスタッフで運営が可能になり、スタッフは他の業務に集中できるので、効率的に店舗運営できるようになります。2つ目は、Aiチャットボットです。宿泊中のゲストのサポートに特化しています。これより、フロントへの問い合わせを減少させ、ゲストのSPOTの利用時間を増やすことができます。さらに、多言語対応ができる、バイリンガルのスタッフがなくても外国人対応が実現できます。

## ～ユーザー体験を重視したデザイン～

ゲストの観点から、アプリダウンロードや個人情報の入力が必要だけでなく、ユーザー体験を考慮した見た目や使い心地はアプリケーションのようにデザインされています。ゲストがより良い体験を提供することで、より長い時間利用してもらい、宿泊施設がより多くの「行動喚起」を獲得できます。ワンクリックでホテル情報を全て表示でき、ホテルが行っているプロモーションや、アクティビティを簡単に知っていただけます。今後もお客様の利用時間や宿泊施設の生産性を最大化するためのツールもの拡充にも取り組んでいます。

SPOTを導入頂いている宿泊施設様

からは、「労働効率が上がった」「購買が上がった」「印刷物に関わる費用の削減できた」「情報管理の一元化ができた」「衛生面の改善ができた」「ゲストの利便性が上がった」などのお言葉も頂いております。

## ▶『御社が描く理想的ホテルエコシステム像はどのようなものでしょうか？』

## ～直接予約率を高める切り札もなく投入～

ホテル業界の大きな課題としていかにホテル主導の「宿泊予約」の流れに切り替えていくかが課題と考えます。ターゲットは「旅ナカ」の新規ゲスト獲得ではなく、OTAなども邪魔できない「旅ナカ」の宿泊中のゲストです。何故なら、旅前の旅行検討層にリーチするには、莫大なコストがかかり、そこではOTAが圧倒的に優位だからです。一方で、宿泊中ゲストは、ホテルにとって目の前にいるゲストです。リーチコストは限りなく無料です。そこでも重要になってくるのがエンゲージメントです。まずは宿泊中のゲストとのエンゲージメントを促進し、ゲストに宿泊施設にしかできない体験を提供することが重要と考えます。その為に、宿泊中のエンゲージメントから始まりアライアンス型ロイヤリティプログラム、そして直接予約に繋げるエコシステムを実現していきます。どのホテルでも参画できるアライアンス型ロイヤリティプログラムを導入し、ホテルが協力してデジタル化を進め、業界をコントロールできるようになることを目指します。

宿泊施設の新しい「おもてなし」



宿泊施設も簡単一括管理



デジタル注文システム

