

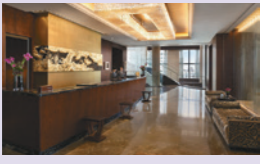
対談企画

顧客が求めるカスタマージャーニーの実現を重視 業務の課題解決にデジタルソリューションの導入を検討



副総支配人 篠原 純氏
シャングリ・ラ 東京

シャングリ・ラ 東京 (東京都千代田区)
シャングリ・ラ ブランドにおける日本初のホテルとして、2009年3月2日に開業。東京駅に隣接する「丸の内トラストタワー」本館の最上階11フロアに、客室200室、二つのレストラン、ラウンジ&バー「ザ・ロビーラウンジ」、都内最大規模のスパスイート「Chi Spa」等を備える。2018年から6年連続で「フォーブス・トラベルガイド」ホテル部門で5つ星を獲得するほか、国内外のトラベルサイト・メディアで高評価を獲得し続けている。



「お二人は中国で交流があった。深尾 2000年代後半、篠原さんはシャングリ・ラ、私はハイアットにそれぞれ在籍し、お互いに広州でラグジュアリーホテルの創業準備に携わっていました。それ以前の1990年代にも、私はフィリピン・マニラで、篠原さんはシンガポールで、共にシャングリ・ラに勤めていたという縁がありました。当時、広州にはその他のラグジュアリーホテルは無く、ライバル同士ながらマーケット創出のためにタッグを組み、国内展示会での共同出展や、旅行社への同行セールスなどを行いました。その結果、日本の旅行社が広州行きのパッケージ

ツアーを商品化する等して、徐々に広州を訪れる日本の旅行者が増え、デスティネーションとしての広州の知名度向上に貢献することができました。その後、私は複数のホテルグループで開発・経営に携わった後、旅行社やIT会社を

「この方は朝にオンライン」
シャングリ・ラはサービススタンダードに大変厳しいブランドです。私は一時期、シャングリ・ラを離れて別のグローバルホテルブランドに在籍していた時期がありますが、他社を見てきたからこそ、シャングリ・ラのスタンダードの充実度は群を抜いていると実感しています。時代にあったサービスを常にアップデートし、よつとやる意識の表れでもある。篠原 シャングリ・ラの核であるサービス・ホスピタリティの基準を守るのと同じく、顧客一人ひとりにパーソナライズされたサービスを追求しています。私たちは「ゲストペディア」という顧客プロフィールを取ることが、報告個別管理するプロセスは100名ほどしかありません。今、この運用には専

用アプリを活用していること、朝食のテーブルにオンシジュースのグラスを出して下さい」という特定の顧客のエピソードが、グループホテル全体の蓄積の信頼獲得に繋がっています。この情報の蓄積とアップデートが宿泊客からの信頼獲得に繋がっています。また、モバイルキー機能や、さまざまな話題に出たリクエストを取り入れる話も出ています。日本2号店として京都への出店計画も。篠原 京都は、東京と異なるロケーション・事業環境での運営になります。東京とは違う条件の下でも、シャングリ・ラのカスタマージャーニーとサービス品質を提供できるような計画が進められていますが、これも、その実現のためにデジタル活用を議論



▲17年以上の交流があるという二人

シャングリ・ラ 東京 SHANGRI-LA

宿泊業界に広がるデジタルソリューション。業務全般で省人化を図るケースもあれば、従来の顧客体験を維持しながらも時代に合ったアップデートを図る動きもある。アジアを代表するラグジュアリーホテルブランド「シャングリ・ラ ホテルズ&リゾーツ」の日本唯一の拠点として、高品質なホスピタリティサービスを提供するシャングリ・ラ 東京 (東京都千代田区) 副総支配人の篠原純氏に、アッサアブロイ グローバルソリューションズ ジャパン (東京都中央区) 代表取締役の深尾大地氏が、ラグジュアリーホテルならではのデジタル化・自動化の考えを聞いた。

「お二人は中国で交流があった。深尾 2000年代後半、篠原さんはシャングリ・ラ、私はハイアットにそれぞれ在籍し、お互いに広州でラグジュアリーホテルの創業準備に携わっていました。それ以前の1990年代にも、私はフィリピン・マニラで、篠原さんはシンガポールで、共にシャングリ・ラに勤めていたという縁がありました。当時、広州にはその他のラグジュアリーホテルは無く、ライバル同士ながらマーケット創出のためにタッグを組み、国内展示会での共同出展や、旅行社への同行セールスなどを行いました。その結果、日本の旅行社が広州行きのパッケージ

ツアーを商品化する等して、徐々に広州を訪れる日本の旅行者が増え、デスティネーションとしての広州の知名度向上に貢献することができました。その後、私は複数のホテルグループで開発・経営に携わった後、旅行社やIT会社を

「この方は朝にオンライン」
シャングリ・ラはサービススタンダードに大変厳しいブランドです。私は一時期、シャングリ・ラを離れて別のグローバルホテルブランドに在籍していた時期がありますが、他社を見てきたからこそ、シャングリ・ラのスタンダードの充実度は群を抜いていると実感しています。時代にあったサービスを常にアップデートし、よつとやる意識の表れでもある。篠原 シャングリ・ラの核であるサービス・ホスピタリティの基準を守るのと同じく、顧客一人ひとりにパーソナライズされたサービスを追求しています。私たちは「ゲストペディア」という顧客プロフィールを取ることが、報告個別管理するプロセスは100名ほどしかありません。今、この運用には専

用アプリを活用していること、朝食のテーブルにオンシジュースのグラスを出して下さい」という特定の顧客のエピソードが、グループホテル全体の蓄積の信頼獲得に繋がっています。この情報の蓄積とアップデートが宿泊客からの信頼獲得に繋がっています。また、モバイルキー機能や、さまざまな話題に出たリクエストを取り入れる話も出ています。日本2号店として京都への出店計画も。篠原 京都は、東京と異なるロケーション・事業環境での運営になります。東京とは違う条件の下でも、シャングリ・ラのカスタマージャーニーとサービス品質を提供できるような計画が進められていますが、これも、その実現のためにデジタル活用を議論

用アプリを活用していること、朝食のテーブルにオンシジュースのグラスを出して下さい」という特定の顧客のエピソードが、グループホテル全体の蓄積の信頼獲得に繋がっています。この情報の蓄積とアップデートが宿泊客からの信頼獲得に繋がっています。また、モバイルキー機能や、さまざまな話題に出たリクエストを取り入れる話も出ています。日本2号店として京都への出店計画も。篠原 京都は、東京と異なるロケーション・事業環境での運営になります。東京とは違う条件の下でも、シャングリ・ラのカスタマージャーニーとサービス品質を提供できるような計画が進められていますが、これも、その実現のためにデジタル活用を議論

ASSA ABLOY 株式会社アッサアブロイ グローバルソリューションズ ジャパン
Global Solutions
東日本営業所: 103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町1-7千歳ビル3F TEL 03 6661 9025
西日本営業所: 541-0056 大阪市中央区久太郎町1-5-13富士ビル4F TEL 06 6210 5312
テクニカルサポート窓口: tech_team_japan@assaabloy.com

対談企画



集中する問合せ 1日数百件の相談メール
アッサアブロイ グローバルソリューションズ ジャパン
代表取締役 深尾大地氏

「あるいはルームサービスで運んだワゴンを速やかに回収したりする仕組みがあれば、業務をスムーズに進めることが実現します。深尾 宿泊客のリクエストや客室のチェックアウト情報は、サーバーを經由して共有されるのでしょうか。篠原 そうですね。施設内コミュニケーションのシステムとして完全に独立しており、PMS等とは連動していませんが、いったんセクターが情報を集約し、各担当部門に伝達されるイメージです。中でも、特にコンシエールの業務負担が高まっています。特に外国人宿泊客、または宿泊を予定している外国人客から、移動や観光に関する問合せが相次いでいるためです。象徴的なものが「食に関する」として、レストランの予約をしてほしい、メニュー・使われている食材を知りたい等、様々な相談が舞い込んできます。その数は1日に数百件といったところでしょうか。

