

事例に学ぶ等身大のホームページ活用

茨城県水戸市 水戸プリンスホテル

ホテルの接客はインターネットから信頼を獲得できる情報発信を



さくら川に面し、水戸駅からも近い好立地の水戸プリンスホテル

茨城県の県庁所在地水戸市。駅前には大手チェーンを筆頭にビジネスホテルが軒を連ねる。競争の激しさは一目瞭然である。駅から徒歩3分、リバーサイドに建つ水戸プリンスホテル（有限会社プリンス）は、系列には属さず、外観からしても、ごく普通の地元ビジネスホテルだ。

出張需要が減り稼働率低下に悩むビジネスホテルが増えている中、水戸プリンスホテルは堅調に売上を維持しているという。



常務取締役 杉山勉氏

朝食、お風呂の強みを視覚的にもアピール

実は同ホテルも5、6年前は競争激化をどう乗り越え、稼働率向上と売上回復をいかに図るかに頭を悩ませていた。

父が経営するホテルに常務として着任した杉山勉氏は、宿泊予約がWebへシフトしつつあることを感じ、急に空き室が出てもチラシなどをつくることなくアピールできる機動性に可能性を感じた。

しかし、近くにWebのノウハウを教えてくれる人はいない。そこで地元ネット担当者が集まりマーケティングノウハウを学ぶ場である「どっとこむいばらき」を設立。全国からネットマーケティングの第一人者を呼んで勉強し、Web活用を進めていった。

自社の強みを分析してみると、手作りの朝食、大浴場や貸し切り風呂、手ごろな価格などの特徴があった。これを写真などもふんだんに使ってわかりやすく伝えた。

現在は宿泊予約の半分以上はネット経由だ。インターネットによる宿泊予約といえば、「楽天トラベル」や「じゃらん」といった大手サイトが知られているが、水戸プリンスホテルは楽天トラベルからの宿泊売上が前年比22.4%に伸びており、宿泊予約実績が県内第一位になったこともある。「水戸にくるときは定宿に」とい



ホームページは必見 URL: <http://www.mito-prince.co.jp/>



フロントスタッフ

数値だけに目が行くと本質を忘れる

ウリピート客があるのも強みだ。予約獲得にあたっては、ホテルの存在を知ってもらう→関心を持ってもらう→判断への確信の場（口コミや詳細説明）→比較→アクションという流れを重視。しかし杉山常務は、ネット活用はテクニックではないという。

「インターネットはお客様から信頼と評判を得る情報発信の場だと思えます。具体的な方法は、ブログもメールマガジンもツイッターも、またWebサイトの工夫

などたくさんありますが、それが結びついて少しずつ信頼関係が構築されていくものでしょう」と、淡々と語る。

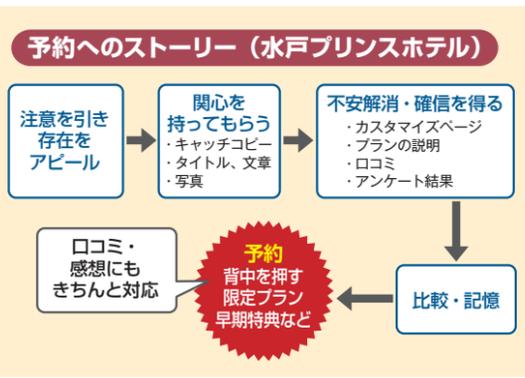
検索サイトでどう上位に食い込むか、メルマガのクリック率がいくつで反応が何%…など、数値だけに一喜一憂する姿勢には警鐘を鳴らす。

「ホテルは接客が仕事。接客が今はインターネットから始まっているというだけのことです」

「インターネットはお客様から信頼と評判を得る情報発信の場だと思えます。具体的な方法は、ブログもメールマガジンもツイッターも、またWebサイトの工夫

杉山常務はWebサイトの内容やメールマガジンの文章そのものが接客の一つであると位置づけ、顧客視点を最優先している。

その一例は、宿泊プランのネーミングにも表れている。平日は8割がビジネス客だが、ツイートの部



Column Twitterについて

ツイッターとは、140文字以内の投稿（「つぶやき」）によって人々がつながり合えるインターネットの新しいコミュニケーションツール。水戸プリンスホテルでは、「お客様のありがとうと言ってもらえる情報」なのだそう。ツイッターでセールを告知する企業もあるが、同ホテルでは、これからホテルに向かう顧客に交通情報やお天気の情報、また近所で開催されるお祭りや行事などを「つぶやいて」いる。

サポーター紹介



葛貫壮四郎氏(左) 鹿子幡庸雄氏(右)

ITコーディネータ
ITコーディネータ茨城
<http://www.itc-ibaraki.com/>

茨城地区で積極的に活動しているITコーディネータ。水戸プリンスホテルとは平成20年度の関東IT経営応援隊で経営者研修会を縁に出会い、個別支援メニューにて同社を訪問。従業員から活発な意見を引き出し、改めて現状を分析し経営戦略を整理した。

杉山常務は、「第三者に入っていたのはスタッフにとっても納得性が高い。私が言うよりも客観的に発言していただくとわかりやすいし、自らが決めた目標であれば主体的に動けます」と振り返る。杉山常務が日々の業務を牽引しているが、スタッフ自身が考えて動けると、主体性が高まる。

葛貫氏は、「楽天トラベルでの宿泊者からの感想に、ていねいに対応する姿勢は顧客に好評です。この場が従業員の方の教育にもなっているようで、うまく機能しています」と評している。

屋は家族旅行の顧客向けにも販売する。その際「春の旅行プラン」などありきたりだけでなく「お子様連れ旅行応援！家族でゆったり大きいお部屋！床に寝転べる洋室◇お子様添い寝無料」などと、小さな子ども連れでも大丈夫なのだ、と顧客側が泊まる様子をイメージできるわかりやすいプラン名をつけている。

また、楽天トラベルなどでは宿泊者の感想を掲載する欄があるが、ホテルにマイナスになりそうな投稿もそのまま掲載し、一つずつ丁寧に回答をしている。この姿勢が、顧客が宿を選定する際の判断材料にもなっている。

平成20年には、関東IT経営応援隊の経営者研修会に参加。翌年には個別支援を受け、ITコーディネータの鹿子幡庸雄氏、葛貫壮四郎氏の協力のもと、社内スタッフが自由に意見を出し合い、経営企画書を作成した。鹿子幡氏は、「スタッフの方も遠慮なくディスカッションすることによって情報共有が進んだのは大きかったです」と振り返る。

杉山常務が現在力を入れているのは水戸市内のホテルが共同で出すメールマガジンである。観光地としての水戸をもっとアピールして、来訪者を増やしていこうという試みだ。

会社概要

有限会社プリンス
(ホテル名 水戸プリンスホテル)

茨城県水戸市桜川2-2-11
設立：1990年
従業員数：44名
事業内容 ホテル業
<http://www.mito-prince.co.jp/>