

HOTERES

Hotel & Restaurant Magazine

月刊ホテレス

No.01

特別企画
伝統と革新

Cover

十三代目 市川團十郎白猿

1

January
2024

Ohta Publications

特集 I

2024年 編集部が選ぶ「注目の企業」

アフターコロナとなった2023年は、インバウンドが押し寄せ日本の観光経済が復調した。前年から続く円安に加え、なによりも“日本に行ってみたい”“日本で食べてみたい・やってみたい”など、あふれる日本への関心の高さが活況を助長した。半面、かねてから課題の「人材不足」に対し、業界として真剣に取り組まねばならない事態に直面することにもなった。国内のホテル開発は、高付加価値をキーワードに各所でラグジュアリー化がトレンド基調にあるなど、日本の宿泊市場は変革期にある。今回は、編集部が注目する企業として19社を選出。そのトップの声をお届けする。

企画・構成 月刊ホテルズ編集部

CONTENTS

- | | |
|---|--|
| 032 #01 ㈱パレスホテル
代表取締役社長 吉原 大介氏 | 050 #10 ㈱西武・プリンスホテルズワールドワイド
代表取締役社長 社長執行役員 金田 佳季氏 |
| 034 #02 ㈱帝国ホテル
取締役 執行役員 東京総支配人 八島 和彦氏 | 052 #11 カトーレジャーグループ
代表取締役社長 兼 グループ CEO 加藤 宏明氏 |
| 036 #03 ㈱ホテルオークラ東京
代表取締役専務 The Okura Tokyo 総支配人 高柳 健二氏 | 054 #12 Karakami HOTELS & RESORTS ㈱
代表取締役社長 唐神 耶真人氏 |
| 038 #04 ㈱東京會館 常務取締役 星野 昌宏氏 | 056 #13 テクノワールド㈱ 代表取締役会長
公益財団法人国際人財開発機構 特別顧問 野口 清氏 |
| 040 #05 マリオット・インターナショナル
エリアヴァイスプレジデント 日本&グアム カール・ハドソン氏 | 058 #14 日本ベッド製造㈱
代表取締役社長 宇佐見 壽治氏 |
| 042 #06 ヒルトン
日本・韓国・ミクロネシア地区 代表 ティモシー・ソーバー氏 | 060 #15 新日本ウエックス㈱
代表取締役社長 廣瀬 純平氏 |
| 044 #07 IHG ホテルズ&リゾーツ
マネージング ディレクター 日本&マイクロナシア 兼 IHG・ANA・ホテルズグループジャパン 合同会社 CEO (最高経営責任者) アビジェイ・サンディリア氏 | 062 #16 ㈱藤田建装
代表取締役社長 藤田 一之氏 |
| 046 #08 アコー
日本代表取締役 ディーヴン ダニエルズ氏 | 064 #17 インドネシアホスピタリティコネクションズ㈱
代表取締役 赤井 亮太氏 |
| 048 #09 日本ハイアット㈱
代表取締役 坂村 政彦氏 | 066 #18 三井デザインテック㈱
取締役 常務執行役員 スペースデザイン事業本部長 飯田 和男氏 |
| | 068 #19 ホスピタリティマネジメント㈱
代表取締役社長 菅野 潔氏 |



Featured
Companies
2024

19 —

プロフェッショナルとしての「真価」を問われる2024年、 高付加価値提供を目指すクライアントをサポート

ホスピタリティマネジメント㈱
代表取締役社長 菅野 潔氏

私たちホスピタリティマネジメント㈱は2003年の創業以来、ホテルや旅館の新規開業支援をはじめ、事業再生や経営改善、品質向上、業務効率化、人材育成など手掛けるホスピタリティ業界特化のコンサルティング企業として20周年を迎えました。

昨年は新型コロナウイルス感染症5類移行を機に、徐々に日常に戻るとともに当社への業務問い合わせも増加し、2023年下期以降は一気に多忙を極める日々となりました。案件依頼が増加することを見越してコロナ禍より継続的に人員補強をしてきたことが、いまとなつては業績復活とともに業務拡大の追い風となっています。

コロナ禍で疲弊したとはいえ、中長期的にみれば観光産業は明らかに成長産業であり、日本にとっての基幹産業であることは間違いないことです。そして観光産業を支えているのがホテルや旅館などのビジネスです。宿泊産業（宿泊、宴会、会議、飲食など）はコロナ禍で一旦リセットされましたが、新たなフェーズへの基盤構築のため、当社の役割はますます重要になってくると考えております。

昨今のホテル業界、特に宿泊部門はインバウンド需要や国内需要の急回復など、大都市圏や一部の観光地ではかつてないような高単価販売により好調を維持しています。しかしながら、現在の高単価販売と提供している価値の整合性が取れているか否か疑問を感じております。

問を感じております。

価値の伴わない高単価販売は結果として利用者からの信頼を失って本来の顧客離れにつながり、ブランド価値自体の低下を招きかねないと思っています。

今後もインバウンドに特化したビジネスをするということであれば、高い水準での価格設定でも良いかもしれませんが、国内の総宿泊数でみると圧倒的に日本人宿泊客比率が高いということを忘れてはなりません。

自信をもって高単価販売ができるだけの努力をして適正な利益を得て、利益の一部を従業員や利用者および施設に還元する、というサイクルが今後重要になると見ております。適切な利益を確保するためには人材育成はもとより、働く側の努力や勉強などにより生産性を高めることが必要となります。

そして2024年以降は新規開業サポートや大型設備投資などの案件はもちろんのこと、コロナ禍で疲弊した企業の事業再生案件なども多々出てくると思っています。

当社は一時的な流れにのることなく着実に誠実にクライアントの期待に応えるべく、自らがプロフェッショナルと言えるよう努力を継続していく所存です。2024年はまさに「真価」を問われる1年といえるでしょう。

19
—
菅野 潔氏
KIYOSHI SUGANO



Profile / 複数のホテルの現場や開業準備室、セクションの責任者から総支配人まで経験し、2003年ホスピタリティマネジメント㈱を設立。ホテル・旅館の経営改善および新規開業サポート、マーケット調査、経営分析、人材能力開発などのビジネスを展開。現場と経営者の双方の視点から運営・経営を見ることが宿泊産業を中心にホスピタリティ産業全般のサポートを行なっている。