

経済産業省推進事業

平成15年度ITSSP地域事業

# 湯沢町の観光宿経営者交流会の実施報告

R1.1

2003.8.28

実施機関:湯沢温泉旅館商業協同組合  
担当ITC:ITコーディネータ実務研究会

## [目次]

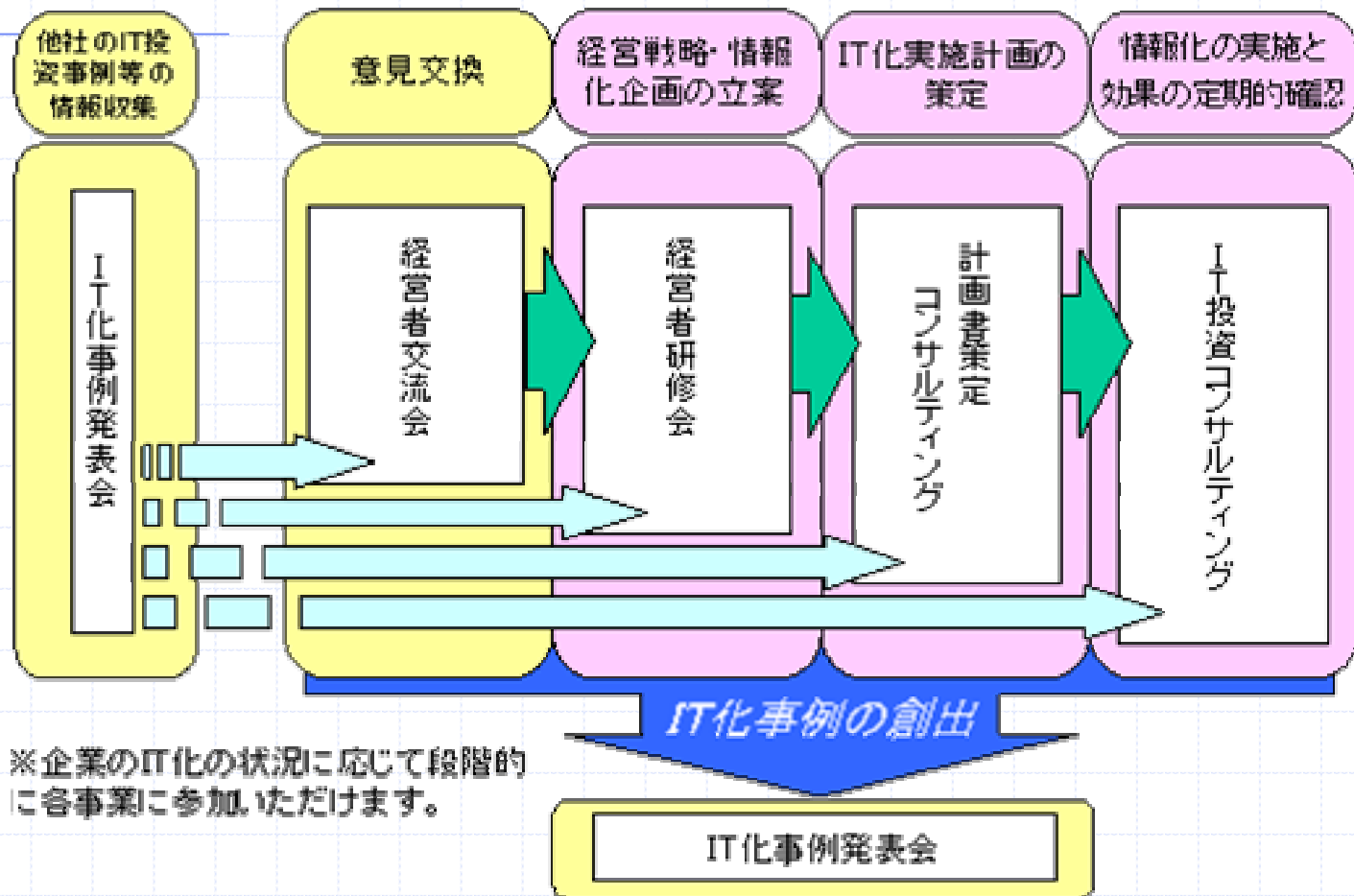
1. ITSSP地域事業とは
2. 今回の交流会までの経緯
3. 交流会事業の目的
4. このテーマを取り上げた理由及び湯沢町の現状分析
5. IT化によりどんな解決方法があるか具体例の紹介
6. 湯沢町観光宿再興のための今後の進め方は
7. まとめ

# 1. ITSSP事業とは

## H15 ITSSP事業全体



## H15 ITSSP事業概念図（地域事業）



## 2. 今回の交流会までの経緯

### 経緯:

・2003年2月

ITSSP事業企画への参加検討

・2003年3月

関東経済局情報政策課を訪問

ITSSP事業申請書を3テーマ提出:

IT化事例発表会、経営者研修会(交流会に変更)、計画書策定コンサルティング

・2003年5月

ITSSP事業採用決定:事例発表会及び経営者交流会の2テーマ

湯沢温泉旅館商業協同組合代表2名が、事前準備のためITC実務研究会例会参加

ITSSP事業実施説明会:ITSSP事務局へ出席

・2003年5月10日

経営者交流会のスタート

# 交流会での実施内容

- ◆ 事前打合せ 5月10日(午前9時30分～12時) : 交流会の進め方の決定
- ◆ 経営戦略策定ツールの事例研修
  - ・第1回交流会 5月13日(午後7時～11時) : 経営分析ツールの事例研修
  - ・第2回交流会 5月27日(午後7時～11時) : 経営戦略企画書作成の事例研修
- ◆ 財務計画の講義と研修
  - ・第3回交流会 6月10日(午後7時～11時) : 観光施設の経営分析の研修
- ◆ 理事長の想いを踏まえたIT化の交流会を実施
  - ・第4回交流会 6月24日(午後7時～11時) : 現状把握と将来像の合意
  - ・第5回交流会 7月 8日(午後7時～11時) : IT化の実現方法の紹介
  - ・第6回交流会 8月 6日(午後1時30分～時) : 今後の進め方の決定

### 3. 交流会事業の目的: ITSSP事業の資料より

- ◆ 湯沢町を訪れる観光客は平成4年度の1100万人をピークに減少が始まり平成12年度には750万人となった。
- ◆ 更に年々日帰り客の比率が増え、特に宿泊業者は抜本的な経営革新を迫られている。
- ◆ また宿泊業者以外の土産物屋などの商店街、工務店などの関連業者の浮沈も宿泊客の増減に大きく依存する構造を持つ。(就業人口の81%がサービス業:平成12年)
- ◆ 湯沢温泉旅館商業協同組合はこれまで議論を重ね、共同のIT化による集客、会計簡素化、共同購入、共同発注などを含む「湯沢町観光宿再興計画」を検討してきた。
- ◆ 当交流会には経営革新に意欲のある観光宿泊業の経営者を集め、「...再興計画」の目的、必要とされる要件、実現性、期待効果、財政負担額、などを、科学的な技法を使って再確認し、参加経営者の計画完遂に向けた合意形成を図る事を目的とする。

## 4. このテーマを取り上げた理由及び湯沢町の現状分析

- ◆ 理事長の想い
- ◆ テーマを取り上げた理由 (ITSSP事業より)
- ◆ 背景
- ◆ 湯沢町スキー宿の強み弱み分析
- ◆ どんな町にしたい？
- ◆ どうやって実現する？
- ◆ 目標達成度計測項目 (KPI)
- ◆ 継続的な観光業再興への道筋 (インフルエンスダイアグラム)
- ◆ プロジェクトに向けた体制
- ◆ 成功事例
- ◆ BSC分析
- ◆ IT化計画の素案



# 理事長の想い

- ◆ 長引く景気低迷下において、デフレの進行、所得の伸び悩みや低下、将来不安など、消費を取り巻く環境は以前厳しいままの状態が続いています。
- ◆ ムードに左右されやすい観光地、湯沢温泉もその影響を受けています。
- ◆ だが観光産業そのものの未来は決して暗いものではありません。その観光産業の中核を担う宿泊産業界として目前の課題一つ一つに前向きに取り組んでいくことで明るい展望が開けるものと信じています。
- ◆ 旅館経営者にとっても必要なことは自分の旅館の特性、自分の観光地の立地条件に適した経営戦略を大胆に選択していくことにあると思います。
- ◆ したがって今回のITコーディネータ指導のもと戦略的情報化のための経営研修会において湯沢温泉生き残りをかけて抜本的な体質転換を推進できる様なすばらしい意見を出し合い、将来の湯沢町、湯沢温泉の宿泊業界が進むべき観光経済経営戦略とこれを実現するための具体策まで議論してもらう事と、今後の観光経済、経営戦略に対してはITの活用の重要性が指摘されている。和が町、宿泊産業にとって情報化を本格的に取り入れ、オリジナリティな取り組みが出来る様討議をしてもらいたい。
- ◆ そしてすぐに実行できるものから具体的に提案してもらいその提案を現実に実行できる様努力していきたいと思う。

## 【理事長の具体的なビジョン】

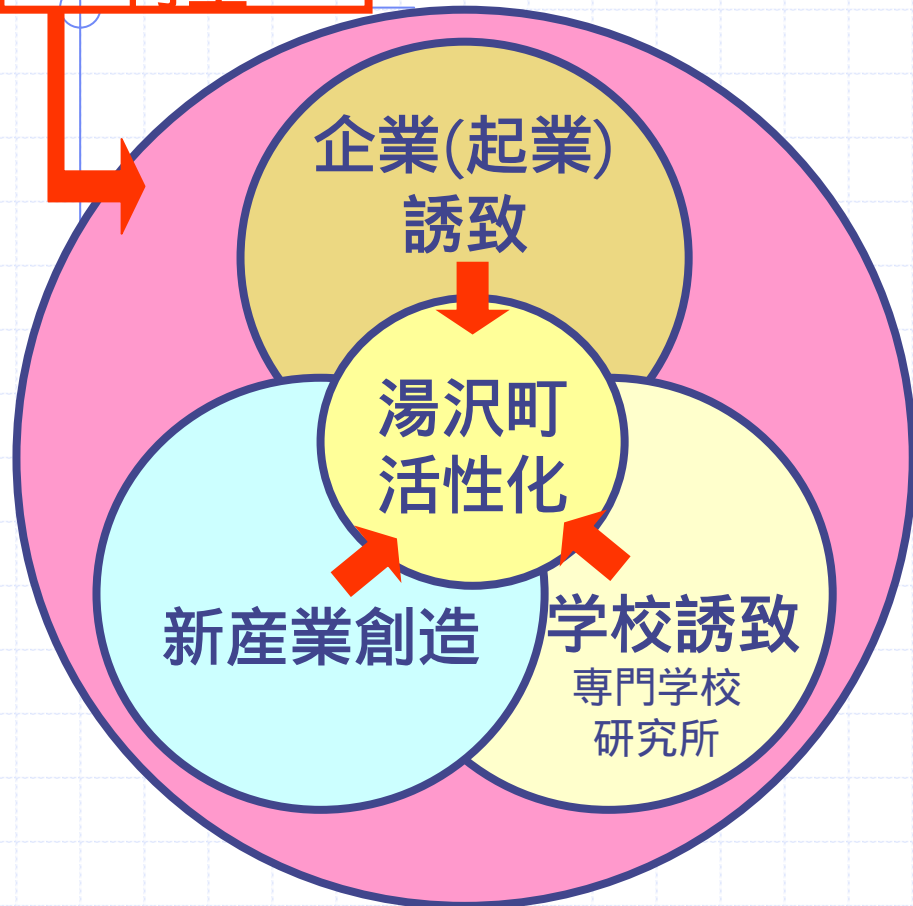
- ◆ 現在700万人からの来町人口を、適性宿泊客に結びつける
- ◆ 一過性のブームによる観光客ではなく、湯沢温泉の根っからのファン リピータづくり
- ◆ 100万～200万人規模の購読者を要するメイリングリスト(ML)の実現
- ◆ 地産地消の実現のため、町内のさまざまな業種間でのネットワークを構築する

## テーマを取り上げた理由：ITSSP事業の資料より

- ◆ 湯沢町宿泊業の経営者には、減少したとはいえ年間700万人の来客がある間に、経営戦略の再構築とIT化が不可避と認識している経営者は多い。
- ◆ しかし、過去にITベンダー主導の計画が2度に亘って頓挫した経緯もあり、IT化に懐疑的になっている側面もある。
- ◆ 経営者自らが納得の行く方法で経営戦略や情報化戦略の策定に参画し、負担費用、期待効果などを明確にした上で観光宿泊業者が一体となって実施に向けての事前検討をする事が緊急課題であるため、本テーマをとりあげた。

## 背景 --- 湯沢町の町づくり計画

### 観光産業の再生



三本柱の上に湯沢町の活性化がある

- ◆ 企業(起業)誘致
- ◆ 学校(専門学校・研究所)誘致
- ◆ 新産業創造

三本柱の基盤として**観光産業の再生**が不可欠

以上の基本方針は:

- ◆ 雪国青年会議所、商工会議所青年部で合意済
- ◆ 湯沢町議会が町の政策案として具体案立案中

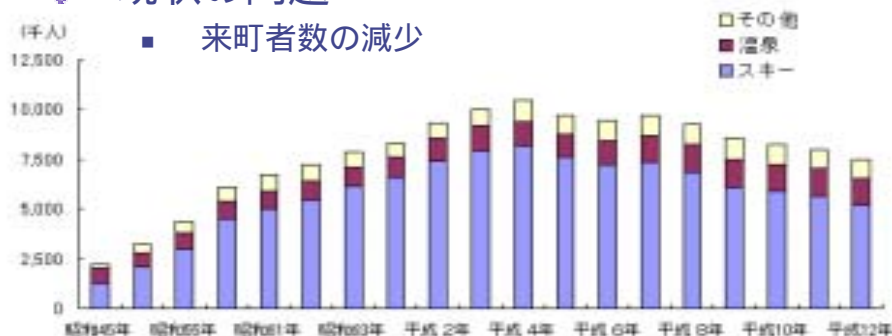
観光産業の再生の具体活動(15年度):

- ◆ 雪国ビジネスフェア(雪国JC主催)
  - サブテーマで「IT化事例発表会」実施(6/15)
- ◆ 湯沢町温泉宿再興計画
  - ITSSP「経営者交流会」事業で取纏め
  - 湯沢温泉旅館商業協同組合主催
  - ITコーディネータ実務研究会が後援

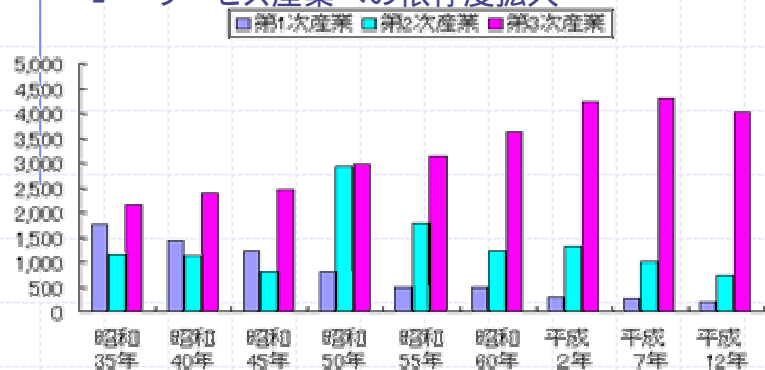
# 背景 --- 湯沢町観光宿の現状と温館理事長の想い

## ◆ 現状の問題

- 来町者数の減少



- サービス産業への依存度拡大



- 宿泊者数の減少 ただし信頼できるデータなし  
---入湯者数による把握: 13年度47万人とも60万人とも
- 群馬県水上町、鬼怒川など隣接観光地衰退
- 六日町、十日町など隣接商店街がシャッター通り化
- スキー人口の減少、日帰り傾向
- 「湯沢」のよさ充分伝わらず
- お客の「不満」吸い上げるメカニズム無し

## ◆ 温館理事長の「想い」

- 各宿がオリジナリティを出し魅力的になる事  
---都会の宿とは違う「自分らしさ」開拓  
---団体客依存からの脱皮
- 地域(温館全体)が一体となった町づくりをする事  
---小規模宿と、外湯の共同利用  
---「散策ルート」の拡充  
---館内への「封じ込め」の解消  
---来町者への「共通のメッセージ」作り

## ◆ 「目標」

- 適性来町者数を守った上で宿泊者を増やす  
---宿泊者数増大だけが目標であってはならない  
---騒がしくてイヤだったと言われては逆効果  
---湯沢ファンを増やす
- 一過性のブームでない地道な繁栄  
---兎に角リピータを増やす
- 来町者名簿、宿泊者名簿の整備  
---来町者・宿泊者名簿の共有
- 地産地消  
---傘、タオル、歯ブラシ、シャンプーにも地元色  
---地元素材で売りもの、みやげ物作り  
---地場商品の共同発注

# 湯沢町宿泊施設 強み弱み分析

## 【強み】

- 国内トップレベルの有名食材がある
- 四季のはっきりしている豊かな自然がある
- 通信インフラが整備されている
- 多様なスキー施設がある
- 首都圏からのアクセスが良い
- 文化施設がある
- 人のぬくもりがある
- 若く熱い情熱がある
- 湯沢町全体が黒字体質
- 湯沢の特質のある町(湯沢カラーがある)

## 【脅威】

- 身近な温泉施設の出現
- 個人嗜好の変化
- 少子化・若年層の減少
- 旅行商品の低価格化
- スキー人口の減少

## 【弱み】

- 通年型アミューズメント施設の不足
- 適切な設備更新が行われていない
- 系統的合理的な経営手法の確立ができていない
- 市場の把握ができていない
- ホームページが集客に活用されていない
- エージェント依存により顧客不在の構図ができている
- スキー場の質が低い
- 温泉地としての風情が乏しい
- 地域内の共生意識が希薄

## 【機会】

- 会社志向から家族志向への移行
- 自然志向への高まり
- スキー愛好家の存在がある
- 国内旅行への回帰
- 旅行業でのネット利用はまだ黎明期

## 強み弱み分析(強み)

- ◆ 東京から近い:新幹線で1.5時間
  - ◆ 駅から徒歩で宿まで直行
  - ◆ 道路に融雪機構;豪雪時期も平常生活
  - ◆ 温館、雪国JCを中心に強いまとまり
  - ◆ 湯沢町全体が黒字財政
  - ◆ 主要宿泊施設で高速インターネット利用可
  - ◆ 湯沢町に342軒のホームページあり
  - ◆ NTTフレッツADSLの誘致実績あり
  - ◆ スキー場でも携帯通じる
  - ◆ 知名度高い
  - ◆ 宿の人のぬくもり
  - ◆ 宿、ウエア、スキー、リフト券入れた総合スキー場
  - ◆ ナイタースキー
  - ◆ 大手旅行業者/交通機関とのタイアップ
  - ◆ 豊かな温泉
  - ◆ 六日町にコンベンションホール
  - ◆ 新潟県人の同窓会の場合(東京;新潟市から等距離)
- 
- ◆ 豊かな自然
  - ◆ スキー場を選べる
  - ◆ 四季がある
  - ◆ スキー場のアクセスが容易
  - ◆ 水力発電のような科学施設がある
  - ◆ 日本海の魚及び山の幸が豊富

- ◆ バラエティのある食事・レストラン
- ◆ 湯沢の特質のある町
- ◆ おいしい地元米「コシヒカリ」
- ◆ 非スキーシーズンも魅力あり
  - 豊かな温泉
  - スポーツレーニング
  - テニス
  - 川端康成の愛でた町
  - 山菜取り
  - きのこと狩り
  - 高山植物 ---アルプの里
  - 都会と変わらぬアメニティ・商店街
  - 旨い酒
  - 魚沼産コシヒカリ



## 強み弱み分析(弱み)

- ◆ 個々の宿の経営規模小さい
- ◆ 一部を除きスキー宿は「経営」の自覚希薄
  - 顧客名簿の整備遅れ
  - 繰返し顧客にするための手順未確立
  - 「顧客の視点」不十分
- ◆ インターネットで宿の予約できない
- ◆ 十分機能していないホームページ
  - アクセスし難い
  - 情報が古い
- ◆ マーケット状況の掌握不十分
- ◆ 高コスト構造
  - 個別小口仕入れ
  - 接客業の基本手順(マニュアル)未整備
- ◆ 大手旅行代理店任せの集客
  - 安値販売
  - 土壇場キャンセル
  - 顧客とのパイプ構築困難
- ◆ 設備更新遅れ
  - 顧客の日常生活の方が豊か
- ◆ 団体客向けの受容れ態勢
  - 個人旅行、家族旅行に不向き、割高
- ◆ 「湯沢らしさ」の薄れ、コンクリートの建物の多さ
- ◆ 雪質重い
- ◆ スキー場規模狭い

- ◆ 非スキーシーズンの設備不十分
  - 温泉街としての知名度小さい
  - ゴルフ場は少ない
  - 減少するテニス嗜好者向けの施設
  - 屋内施設が無い
- ◆ コンビニ化していて、特長が無い
- ◆ 地場産業を生かす仕組みが無い
- ◆ キャッシュレスペーパーが無い
- ◆ 大規模旅館の館内封じ込め戦略で、昔やっていた共同活動が無くなった
- ◆ 湯沢は旅テルであり、中途半端で、谷中の澤の屋のようなオリジナリティが無い
- ◆ 地域のまとまりが乏しい、山形の小野川温泉は生まれ育ったところが大好きコンセプトで成功
- ◆ 高速インターネットが生かされていない(表に見えると弱みだ)

## 強み弱み分析(脅威)

- ◆ スキー離れ
- ◆ 地球温暖化—暖冬、雪不足
- ◆ 不便さ・頑張りを好まぬ風潮
- ◆ 携帯電話、e-Mailに興味・個人予算シフト
- ◆ JRの日帰りキャンペーン
- ◆ 少子化--若年層の減少
- ◆ 「スキー=カッコイイ」イメージが希薄に
- ◆ 「雑魚寝」はダサイ
- ◆ サークル活動の低迷
- ◆ 高級ホテルに客が流れる —高級志向
- ◆ デフレ --低価格化
- ◆ 個人志向
- ◆ 休日のスキー場は「混雑」のイメージ
  
- ◆ 海外旅行が安価な時代
- ◆ 首都圏の温泉施設、ラクーア、大江戸温泉
- ◆ 不景気



## 強み弱み分析(機会)

- ◆ インターネット社会
- ◆ 旅行業でのネット利用はまだ黎明期
- ◆ 高速交通網の整備
- ◆ 安定的で流行に流され難いスキー愛好家
- ◆ モーレツ傾向からゆっくり傾向へ
- ◆ 家族志向
- ◆ 自然志向
- ◆ 環境志向
  
- ◆ SARSで国内旅行への回帰、北海道が13%アップ
- ◆ 健康志向ブーム、薬膳、無添加、無農薬などの
- ◆ 核家族化が進み、いま同じ趣味の団体旅行のニーズ
- ◆ 国内旅行TV番組の増加
- ◆ 野外イベントのブーム

## どんな町にしたい？

- ◆ こんな客に来て欲しい・泊まって欲しい
  - 「湯沢らしさ」を楽しむ人
  - アマチュア・スキーヤー
  - 価格だけで判断しない人
  - リピートしてくれる人
  - 家族連れ
  - 連泊してくれる人
  - 自然を愛している人
- ◆ あちこち楽しめる町
- ◆ 「湯沢らしさ」がイッパイある町
- ◆ 都会の便利さと、安らぎのある町
- ◆ 手軽で便利なスキー場

# どうやって実現する？ (主要成功要因---CSF)

## ◆ お客を知る---どんな人が来てる？

- 来場者デモグラフィの掌握
- 出口アンケート(宿、駅、スキー場)
- HP書き込み
- 「お楽しみいただけました？」などひと言

## ◆ 見込み客、お客に知らせる

- お礼の挨拶(3日、3週間、3ヶ月、時候の挨拶)
- 見どころマップの整備
- 年間行事・イベントの明示、案内

## ◆ 地元産品を使った商品開発・イベント作り

## ◆ 「あちこち楽しめる」町づくり

## ◆ まず宿泊客の落ち込みストップ

- 「また来てください」キャンペーン
- 宿泊客名簿整備

## ◆ 経費節減

- 不要な/余分なモノ排除
- タオル、歯ブラシから内湯まで

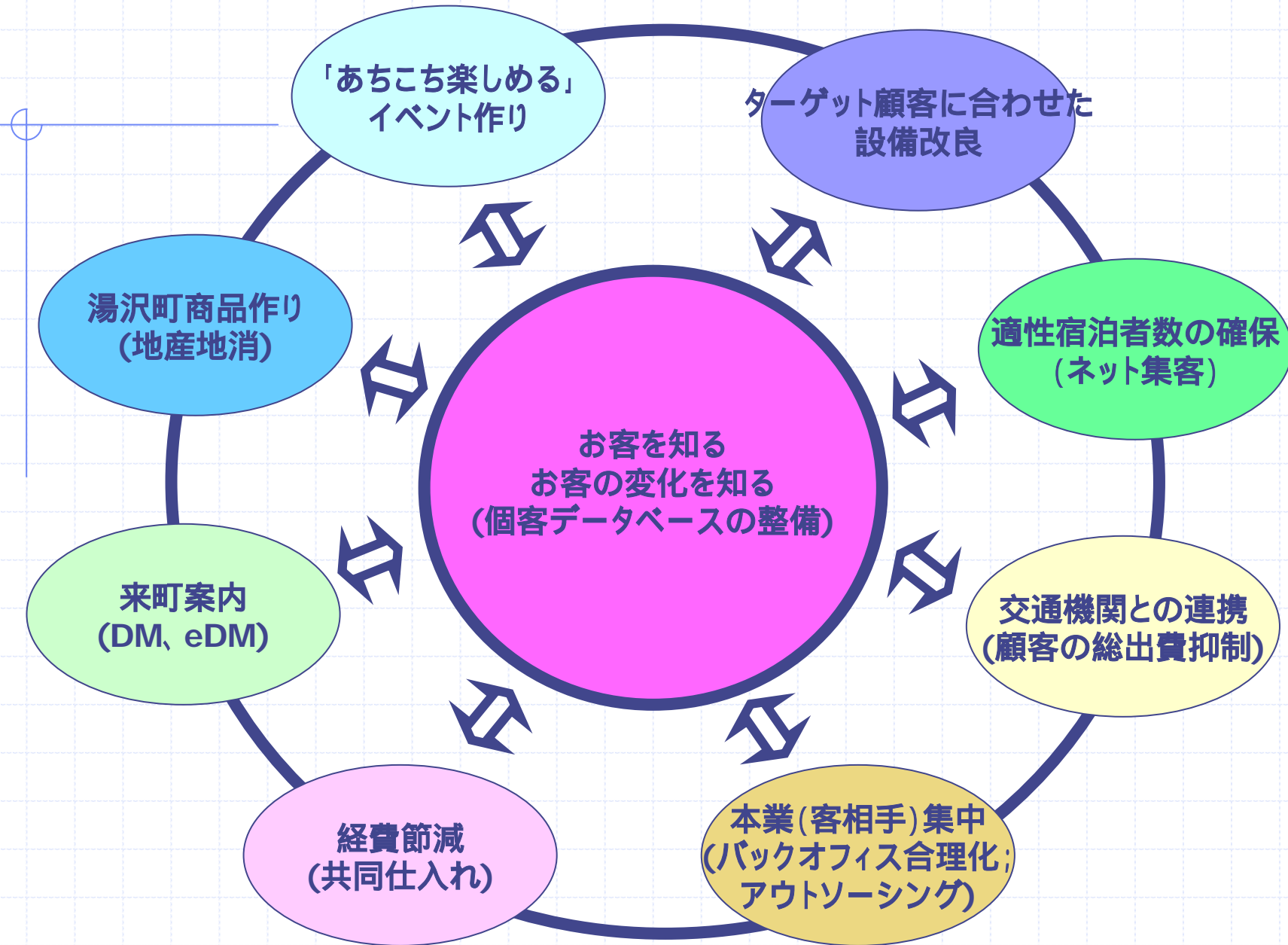
## ◆ 交通機関との連携

- 家族スキーバス
- ウィークデー・スキーパック

## ◆ 経営統合

- 小規模・重複サービスの統合
- 経営統合
- サービスの特化
  - ◆ 温泉設備アウトソーシングなど
- 対象ターゲット顧客の分化

# 継続的な観光宿再興への道筋(インフルエンスダイアグラム)



# 来町・宿泊者データベース

## ◆ 新規顧客来場のキッカケ

- 口コミ
- ネットで探して
- 旅行代理店の紹介で
- 雑誌記事
- 広告
- スキー場の評判
- たまたま
- JRのキャンペーン

## ◆ 来場者のデモグラフィ

- 住所氏名・電話番号・メールアドレス
- 独身・既婚
- 男性・女性
- 年齢層
- 所得層
- 職業(学生・サラリーマン・個人事業者・主婦)
- グループ(個人・サークル・家族ずれ)
- 子供同伴?
- スキーの技量
  - ◆ 競技スキーヤー、上級、中級、初心者
- 一日のスキー時間
- 訪問場所と消費金額

## ◆ 繰返し客の来場要因

- ひとの親切さ(宿、駅、スキー場)
- 東京からの近さ
- 便利さ(新幹線)
- 湯沢らしさ
- 値段
- 清潔さ
- スキー場の質
  - ◆ 雪質
  - ◆ 天候
  - ◆ 混雑度
  - ◆ 広さ
  - ◆ コースのバラエティ
  - ◆ 上品さ
  - ◆ 係員の感じ良さ
  - ◆ 他のスキーヤーのマナー
  - ◆ 雰囲気
- 温泉
- 他の施設
  - ◆ 買い物、カラオケ、酒場、お土産、安全対策
- 食事
  - ◆ 都会的食事、湯沢らしさ
- 他が満員で

# イメージアップ

## ◆ 安全性

## ◆ 清潔さ

- トイレ
- 道路、汚れた雪の撤去
- 駅
- 宿
- スキー場
- みやげ物店

## ◆ 明朗会計

- 宿泊、土産、スキー場などで一括会計
- 明細提示
- 価格表示

## ◆ 親切さ

- 正確な情報をもっている
- 笑顔
- キビキビした受け答え
- 丁寧な対応

## ◆ 外国人も来ている場所

- 欧米スキー場との交流
- 欧米スキー場の情報提供
- 町の案内英語表示
- 英語ホームページ

## ◆ ネットが繋がる

- 宿からネット/携帯が使える
- 都会にいてスキー場のサービス内容が判る
- 天候など現在状況がわかる
- ネットで予約ができる
- スキー場から都会にネットできる

## 目標達成度計測項目 (KPI)

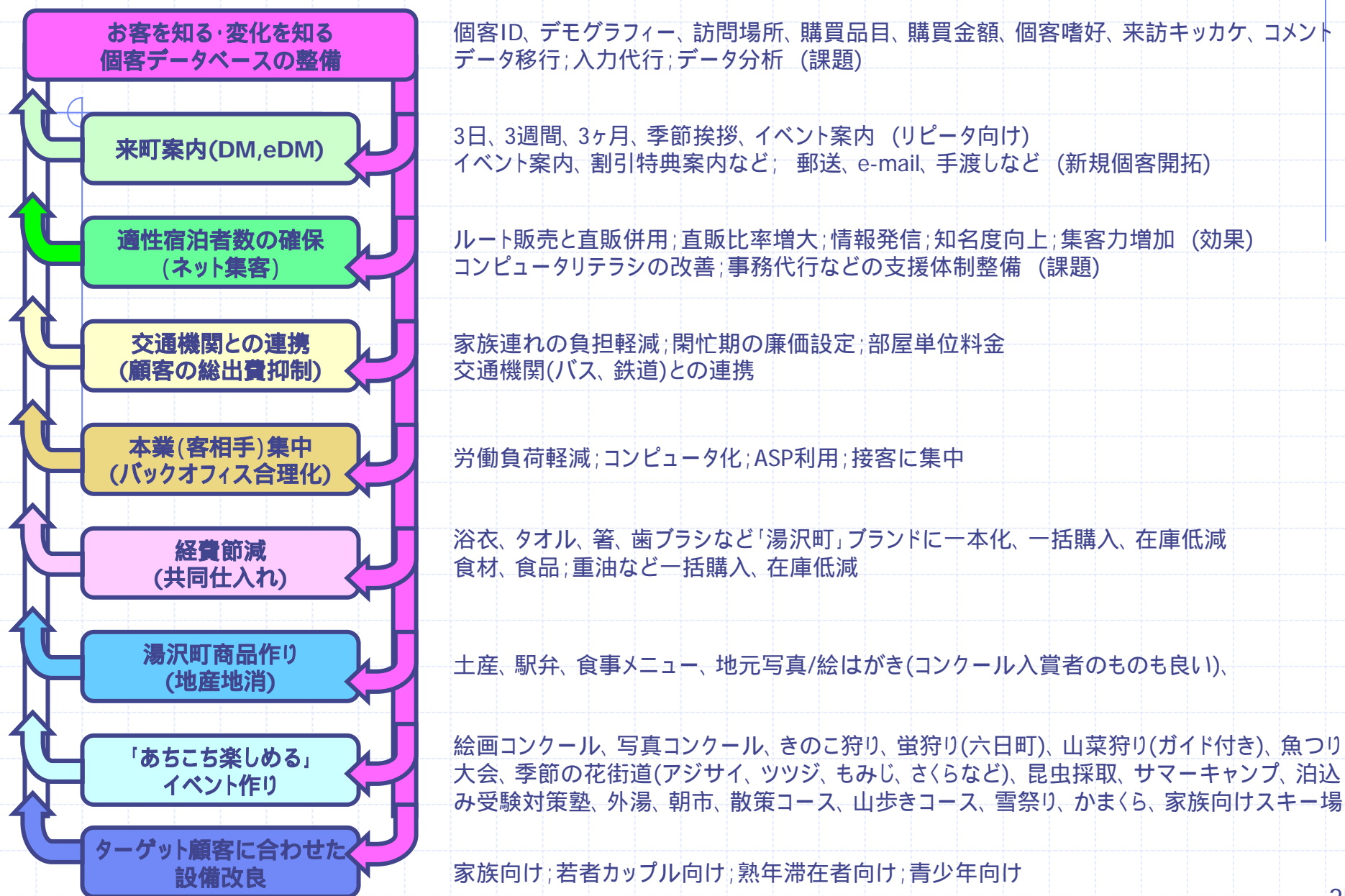
- ◆ 顧客満足度
  - 町全体
  - 宿
  - スキー場
  - その他、訪問場所
- ◆ 町内イベント数
- ◆ 来客数
  - 駅
  - 駐車場
  - 宿
  - スキー場
- ◆ 繁忙期への集中度
- ◆ 繰返し利用客(リピータ)率
- ◆ 新規顧客率
- ◆ 一人当り消費高(内訳別)
- ◆ 滞在日数

## 湯沢町で使えるようなベストプラクティス案内

- ◆ 顧客データベースの整備
- ◆ 共同集客(ネット集客-- RoomDataBank --、直販)
- ◆ 情報提供(町らしさ; イベント; 予約)
- ◆ ザルツブルグ・カード
- ◆ 子供向けPR---アメリカ・スキー業者協会
- ◆ 共同仕入れ
- ◆ 共同発注
- ◆ 会計処理のIT化
- ◆ 地域のITリテラシ向上



## 継続的な観光宿再興への道筋(2)



## 6. 今後の進め方： 観光宿再興実施計画

6.1 全体方向付け： 湯沢町温泉旅館商業協同組合として、次の方法で「再興」を目指す事を決定

個客データベースの整備、ネット予約、情報発信、会計処理、共同仕入れのIT化などを推進する

# 6. 今後の進め方： 観光宿再興実施計画

## 6.2 具体的推進方策と 大日程

第1フェーズ --- 直ぐ出来ることの試行フェーズ： H15年度 秋-冬； ネット予約のパイロット・プロジェクト実施

- 5-10個所のパイロット宿泊施設が、複数の既存商用ネット予約サイトの共同で試行する
- ITCの支援を得て、該当予約サイトの選別(技術的、契約的)；顧客DBへの展開；他の宿への展開；等の方式作りを行う
- IT推進アドバイザー派遣制度(中小企業総合事業団)に期待する ---ITC等派遣費用の2/3を国が負担
- 全体方向付けに関し、H15年度一杯かけて、関係者の合意形成を図る

第2フェーズ --- 直ぐ出来ることの展開フェーズ： H16年度； ネット予約のパイロット・プロジェクト実施

- パイロット・プロジェクトの結果を受け、対象を全旅館・民宿へ展開する； 導入教育を含む
- IT推進アドバイザー派遣制度(中小企業総合事業団)に期待する

第3フェーズ --- 全体計画のRFP策定フェーズ： H16年度

- 要求仕様（機能、性能、操作方法、必要技能、必要設備、適用範囲など）
- ベンダ選定基準
- 費用枠組み（実現方式、開発費、データ移行、コンテンツ作成費、教育トレーニング費、ハード・インフラ費、運用費、システム改造費など）
- 開発期間概算、開発モニタリング
- システム導入手順（ITリテラシーの向上、導入教育を含む）
- 計画書策定コンサルサレーション(ITSSP事業)に期待する

第4フェーズ --- システム開発フェーズ： H17年度； 全体計画に沿ったシステム建設（ASPなど既成のシステムの利用を含む）

- 6.4項で定めたRFPに基づきベンダ(含む既存サービス)を選定し、システム建設する
- ITCに開発のモニタリングのコンサルサレーションを依頼する
- IT活用型経営革新モデル事業(中小企業庁)に期待する --- 開発費の1/2を国が負担
- IT化投資コンサルサレーション (ITSSP事業)に期待する

## 7. まとめ

### ◆ 成果

1. 湯沢町が再興のために取り組む核が、顧客DBの整備であることが理解された。
2. 「問題は整理できた」だけでは、解決に繋がらないと、参加者の合意を得た。
3. 理事長の参加を得、最難関の今後の進め方(4つのフェーズ)が決定出来た。
4. **第一フェーズは、出来るだけ金を掛けず、具体的な成果を出す方法を決定。**  
IT推進アドバイザー派遣制度を使って、複数の既存商用ネット予約サイトの共同試行が**決まった。(本交流会最大の成果)**
5. 第1フェーズを試行する中で、より大きなテーマへの合意形成を図る。

### ◆ 反省

1. 引続き、参加者は16宿中4軒。1軒の宿からは2名以上の参加があるところや、複数の商店店主の参加はある。上述の理解は参加者に限られる。
2. 会社組織と異なり「組合」にはトップの指揮権がなく参加を強制できない。
3. 「本来進むべき道」に参加者の合意が出来ても、部分参加者や不参加者の「納得」を得るための醸成期間のようなものが必要。



## 參考資料

# プロジェクトの完遂に向けた体制

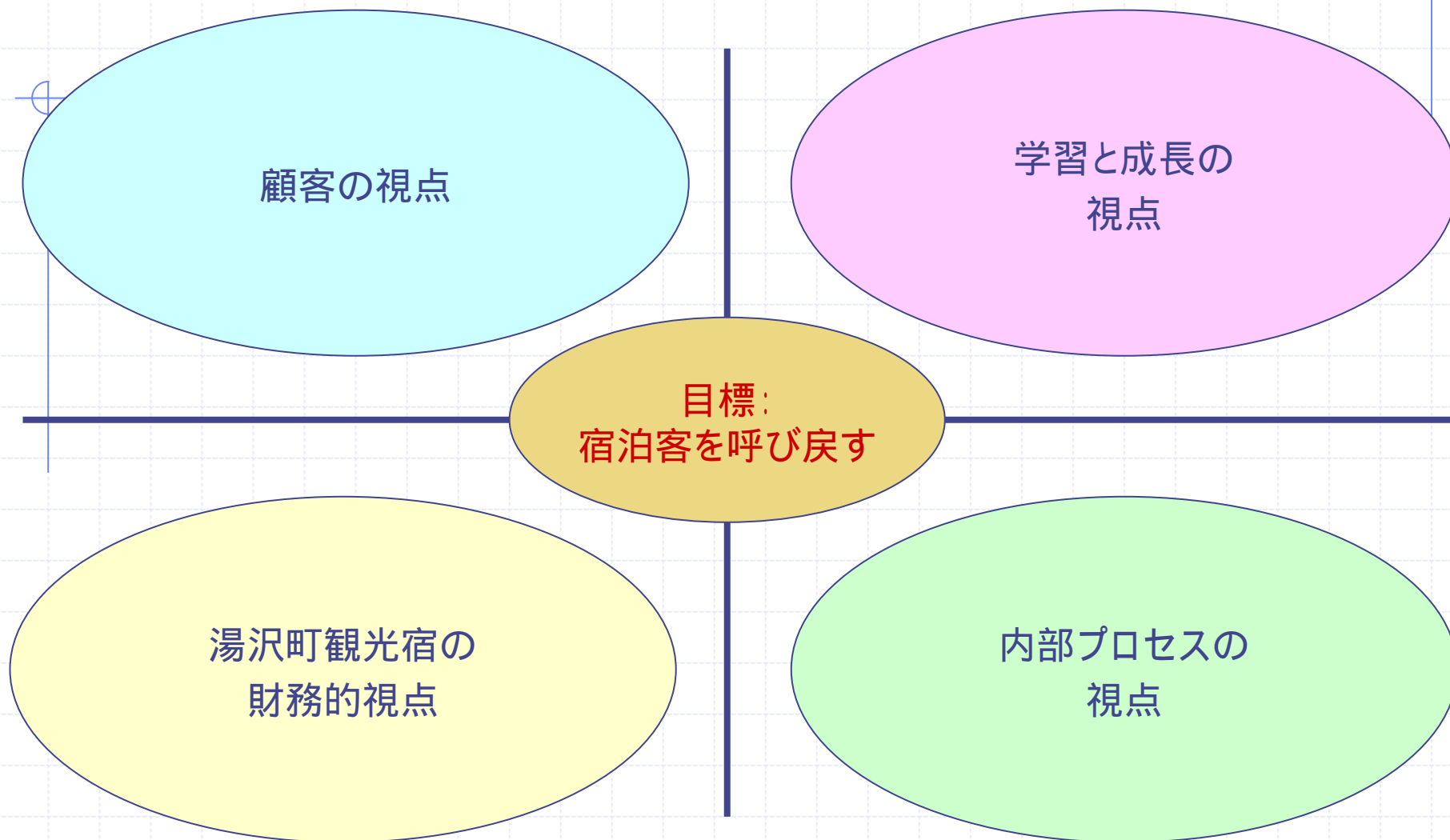
## プロジェクト当初から全面関与する組織

- ◆ 雪国青年会議所
- ◆ 南魚沼郡商工会議所
- ◆ 湯沢町温泉旅館商業組合
- ◆ eResort
- ◆ ITコーディネータ実務研究会

## 責任を持って開発フェーズを任せられる パートナーの一例

- ◆ 日立ソフトウェアエンジニアリング(株)
- ◆ 富士通プライムソフトテクノロジー(株)
- ◆ 野田公認会計士事務所
- ◆ 日立ソフトサービス(株)

# 湯沢町観光宿再興計画 バランススコアカード的分析



## BSC分析(顧客の視点)

- ◆ きれいにスキーをしたい
- ◆ 色々なスキー場に行きたい
- ◆ 家族で出かけたい
- ◆ 子供も楽しめる場所でありたい
- ◆ 手軽に出かけたい
- ◆ 仲間で話しが纏まったら直ぐ手配したい
- ◆ スキーと温泉の他にも「カッコ良さ」が欲しい
- ◆ 使い易い・判り易いホームページが欲しい
- ◆ スキー場に居ても友達とネットしたい
- ◆ ヒトとの出会いの場でありたい
- ◆ 知ってるヒトの再発見の場でありたい
- ◆ 宿の人の人情に触れたい
- ◆ 怪我をしても対応してくれるよね
- ◆ 廉価であって欲しい
- ◆ ネットでスキー場/宿選びをしたい
- ◆ 宿・ウェア・スキー板・交通手段まで纏めて手配したい
- ◆ 仲間とワイワイやりたい
- ◆ 住んでるところから直ぐいける場所がいい
- ◆ 日常生活を忘れたい
- ◆ 新潟県人の同窓会をしたい
- ◆ 山菜、きのこ取りをしたい
- ◆ 子供とゆっくり過したい

- ◆ 出費の限度があらかじめ知りたい
- ◆ 出来たら4-5日行っていたい
- ◆ スキー以外にも楽しみが欲しい
- ◆ 雨でも楽しみが欲しい
- ◆ 温泉と旨い酒
- ◆ スキー場に入ったら現金を持ち歩きたくない
- ◆ 現状のホームページへの不満
  - 掲載情報にムラがある
  - 宿泊料など情報が古い・間違っている
  - スキー場の全体像を網羅してない
  - ダサい
  - 他のスキー場との比較が出来ない
  - ネットで予約が出来ない
  - 予約が出来る場合も面倒
    - ◆ その都度名前・メールアドレス・電話番号など入力要
  - 支払いまで済ませられない
  - 本当に予約できるか心配
  - 部屋の空き室情報がない
  - 必要なサイトに辿り着かない
  - 似て非なサイトがある
  - ダウンしてることもある
  - 繋がらない事がある
  - 統一的な表示慣習がなく何がどこにあるか判らない



# BSC分析(財務的視点)

- ◆ もっと多くのスキー客にきて欲しい
- ◆ ウィークデーの利用客を増やしたい
- ◆ グリーンシーズンの利用客が欲しい
- ◆ 長期滞在型の利用に持ってゆきたい
- ◆ 繰返し利用者(リピータ)を増やしたい
- ◆ 無駄な出費の削減
- ◆ 何が有効な集客手段かの判断基準欲しい
- ◆ 何が無駄な出費かの判断基準欲しい
- ◆ 事務の簡素化
- ◆ 自主集客力の確保
- ◆ 大手旅行業者(大口販路)の確保
- ◆ 個々の宿の採算性向上
- ◆ ターゲット市場の選定
  - 地域(首都圏、関西、中部、台湾、中国、韓国)
  - 団体(修学旅行、外国人団体、学生サークル)
  - 特定ホームページ閲覧者; 特定雑誌読者
  - 個人、家族
- ◆ 新潟県人同窓会での利用
- ◆ コンベンション需要の開拓
- ◆ 町全体の総合的採算性向上
  - 訪問客が町の他の場所にも訪れる
  - 特定の宿が満員でも他の宿を紹介する

- ◆ 現状のホームページへの不満
  - 空き室状況など最新に保つには手間が掛かる
  - ネットで受付けるには専門の人が要る
  - 町、商工会議所、観光協会、スキー宿専門サイトなどから色んな働きかけがある
  - 情報が古い
  - ネットから客がこない
  - それなりにホームページは作ったが見てもらえない
  - 客のマーケティング情報に使えてない
  - 情報を使いこなすには専門の人が要る
  - ハッカーにイタズラされぬか心配
  - ネット予約では本当に客が来るか心配
  - いくら金を掛けたらどれだけの集客に繋がるか見えない
  - 以前にもパンフレットを作ったが効果なし

## BSC分析(学習と成長の視点)

- ◆ 町のイメージの共同構築(宿同士の連携)
- ◆ 一元客をリピータにする工夫
- ◆ ターゲット客層からの宿泊客獲得
- ◆ 客の意識の掌握
- ◆ 来客データの収集
- ◆ 来町・宿泊者データの共有
- ◆ こまめな情報発信
  - メールマガジン配信
  - メール挨拶
  - はがき作戦
  - 電話作戦
- ◆ ITリテラシの向上
- ◆ PR活動の効果測定
- ◆ 顧客満足度の継続的掌握
- ◆ 改良提案の掌握

## BSC分析(内部プロセスの視点)

- ◆ 共同集客
- ◆ 共同仕入れ
- ◆ 共同改築
- ◆ 主要関係者の積極関与
- ◆ スケールメリットの発揮
- ◆ 長時間労働の回避
- ◆ 共同問合せセンタ(空き室・トラブルなど)
- ◆ データ入力代行サービスの提供
- ◆ 湯沢町内の他の施設・店・宿の紹介
- ◆ 町内共通買い物カードの発行・運営
- ◆ 設備刷新に向けた共同設計・共同施工
- ◆ 他のスキー場との情報交流・顧客の相互紹介
- ◆ グリーンシーズンの情報提供
- ◆ タイムリなDM/eDMの発送

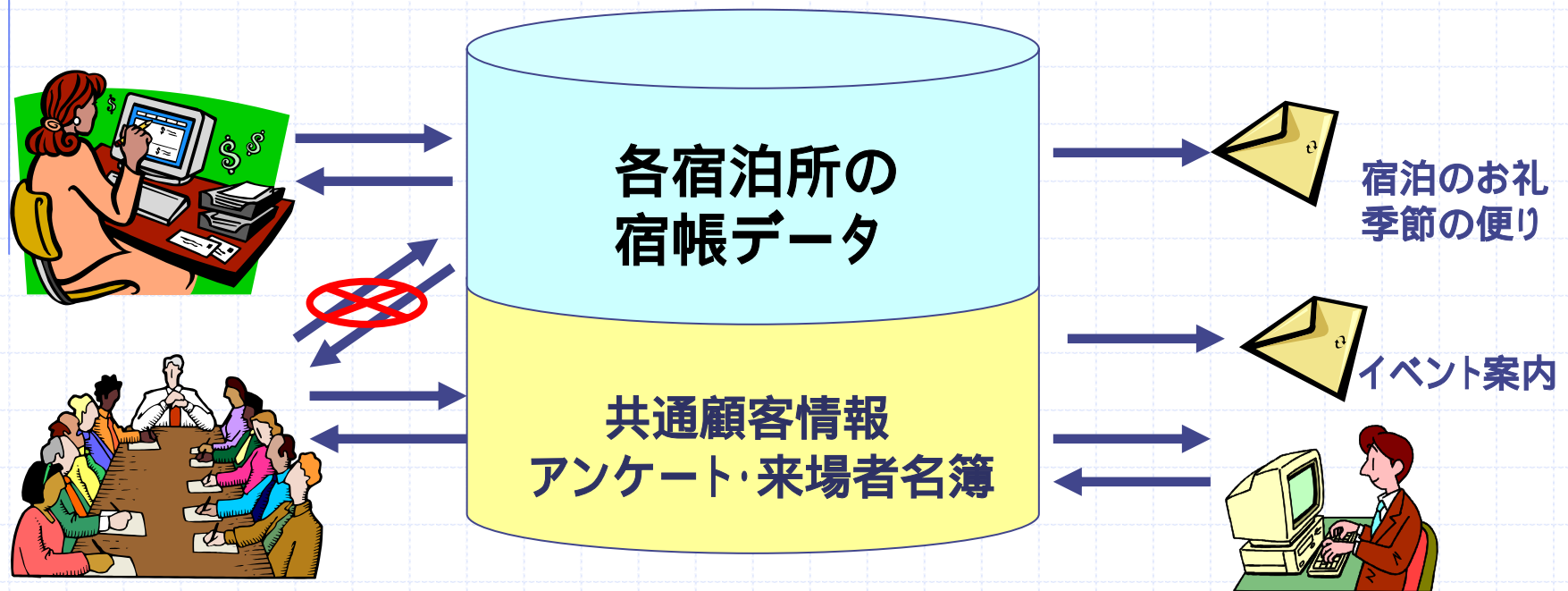
## 湯沢町で使えるようなIT化のベストプラクティス

- ◆ 個客DBの整備(宿帳のインプット)
- ◆ 共同集客(ネット集客-- RoomDataBank --)
- ◆ 情報提供(町らしさ;イベント)
- ◆ ザルツブルグ・カード
- ◆ 子供向けPR---アメリカ・スキー業者協会
- ◆ 共同仕入れ
- ◆ 会計処理のIT化



## 顧客DBの整備 ~プライバシーについて~

- ・各宿泊所の宿帳データは、当該宿泊所しか入力・参照できません
- ・観光協会で収集したアンケート情報や来場者名簿については、共有情報としてメンバー全員が参照可能



[戻る](#)

## 宿泊客の共同集客 ～整理～

### ◆ ねらい

- ・まち全体の集客力アップ
- ・インターネットの検索出現機会を増やす

### ◆ 期待できる効果(何がうれしいの)

- ・お客様の選択肢が増える(用途に応じて行きたい宿が探せる)
- ・数が多いので、必ず探せる(どこか泊まれるところないかな?)

### ◆ 湯沢として考えると・・・

- ・ホームページを開設している宿は多いが活用できてない
- ・契約している代理店は、各社バラバラ
- ・PC入力できない宿もある



## 宿泊客の共同集客 ～ ネット宿泊予約の成熟段階～

レベル0:何もない

レベル1:独自のHPに宿泊受付フォームを置く

そのHPに行かなきゃ見れない(偶然の出会い)

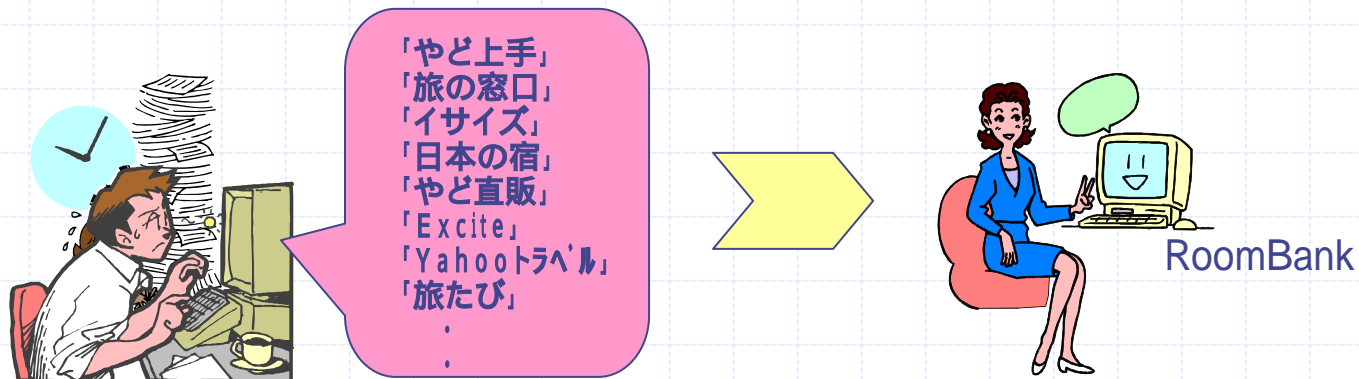
レベル2:宿泊予約サイトと契約する

宿泊を目的として顧客から検索してもらえる

レベル3:多くの宿泊予約サイトと契約する

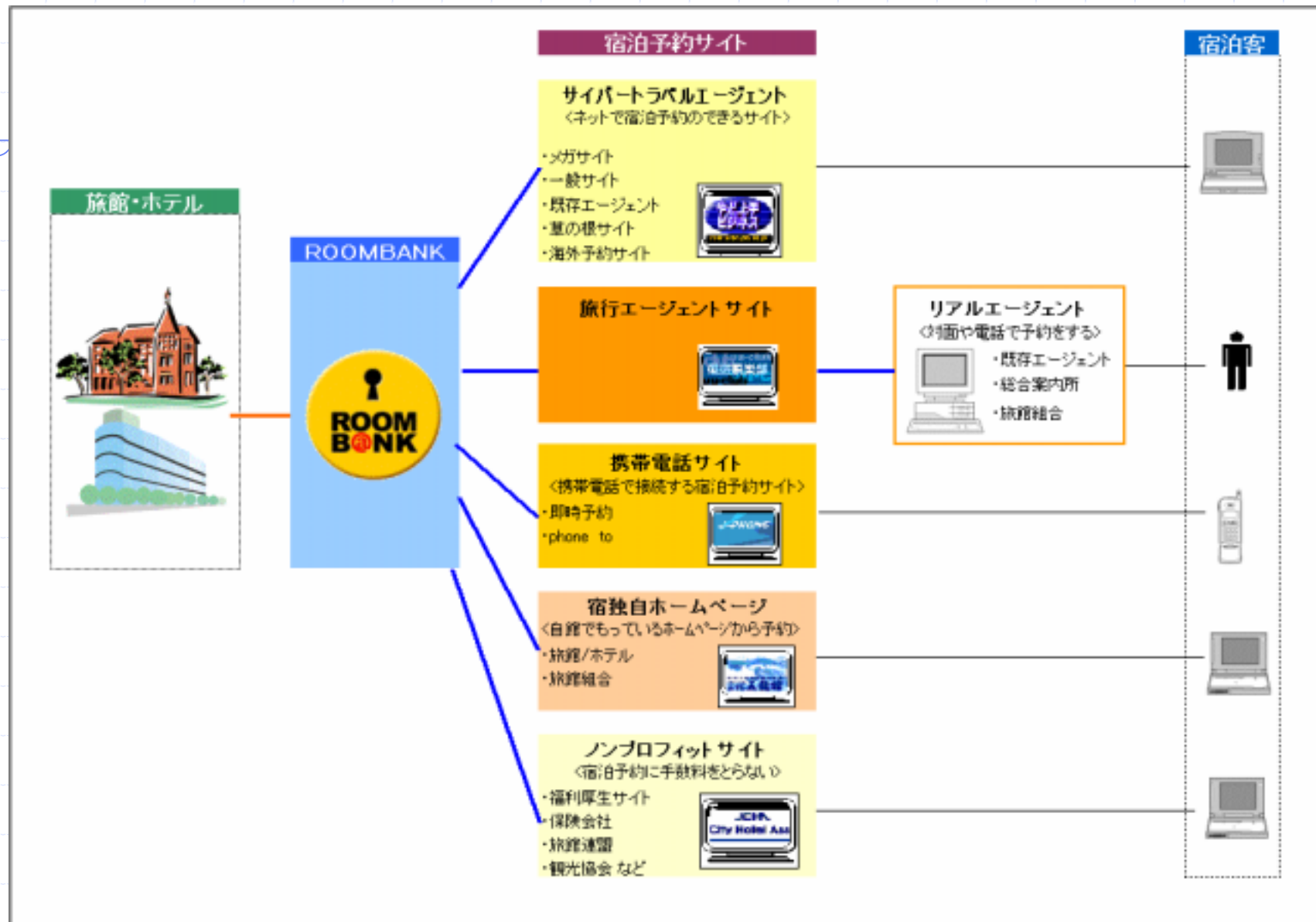
在庫情報の管理が予約サイト毎に必要

- ・在庫情報を一元管理して在庫入力を1ヶ所だけで済ませる
- ・観光協同組合で在庫の代行入力を行う

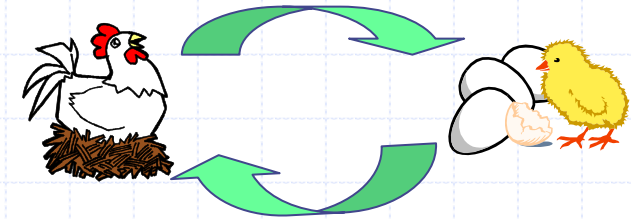




# 宿泊客の共同集客 ~ RoomBank ~



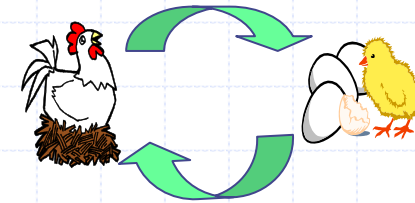
直ぐに手をつけられそうな事はないか??



ベストプラクティス  
に学ぼう!!

- ◆ 個客DBの整備(宿帳のインプット)
- ◆ 共同集客(ネット集客-- ROOMBANK --)
- ◆ 情報提供(町らしさ; イベント)
- ◆ ザルツブルグ・カード
- ◆ 子供向けPR---アメリカ・スキー業者協会
- ◆ 共同仕入れ
- ◆ 会計処理のIT化

## 共同ネット集客の復習



### ◆ ねらい

- ・ **まち全体の集客力アップ**
- ・ インターネットの検索出現機会を増やす (湯沢の出現率アップ)

### ◆ 期待できる効果 (何がうれしいの)

- ・ お客様の選択肢が増える (用途に応じて行きたい宿が探せる)
- ・ 数が多いので、必ず探せる (どこか泊まれるところないかな?)

### ◆ 湯沢として考えると...

- ・ HPを開設している宿は、全体のXX%
- ・ 契約している代理店は、各者バラバラ
- ・ PC入力できない宿もある

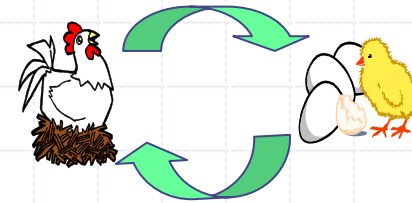


湯沢温泉旅館組合

?? / 71  
越後湯沢民宿組合

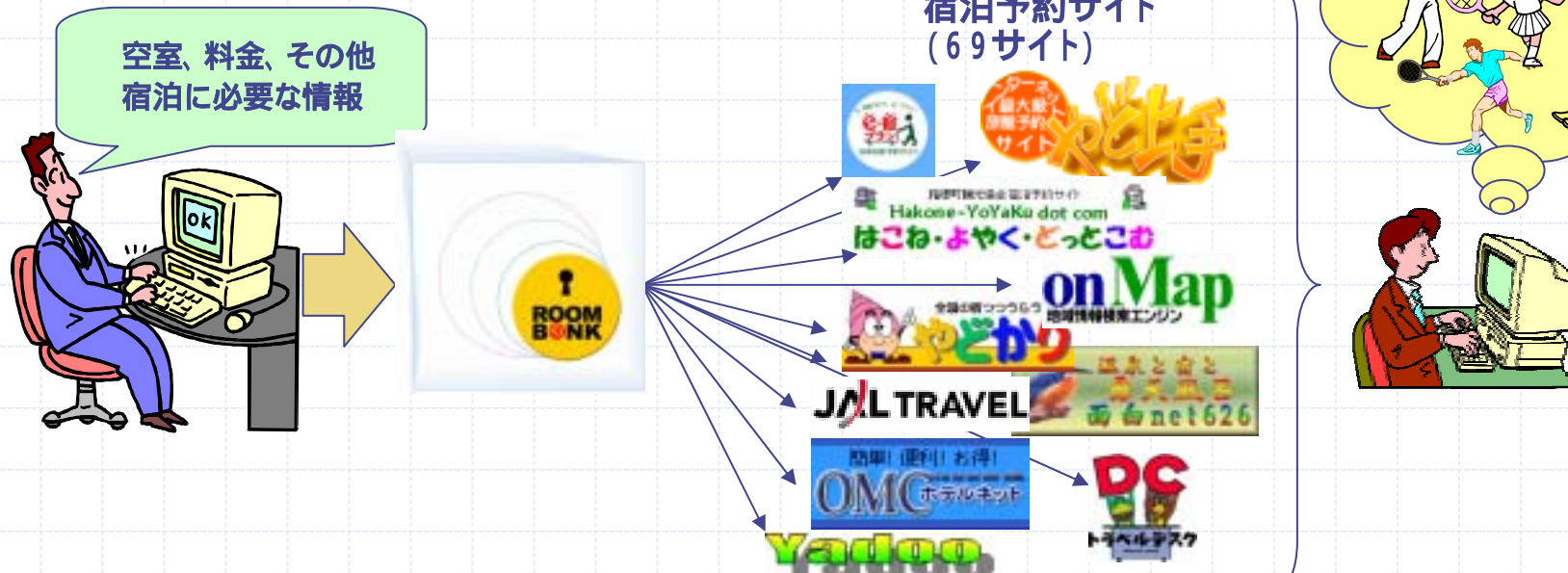
# ROOMBANKって何？

JRグループの情報システム会社が行っている  
宿泊ネット予約のためのサービスです



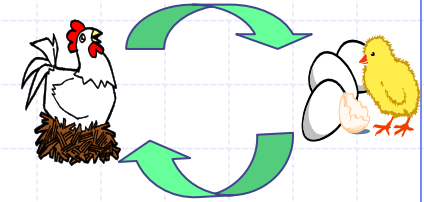
インターネット宿泊予約サイトが乱立する今日、旅館・ホテルとしてはその販売ルートへの拡張は歓迎できる一方、管理・処理の煩雑さゆえに、限られた予約サイトとのみ契約せざるを得ない状況にあります。このような現状を打破し、より多くの宿泊予約サイトと契約し、販売ルートを拡張しながら、在庫管理は一箇所だけで済ますことができるようにしたものが、ROOMBANKです。

新たな宿泊予約サイトではありません。



# ROOMBANKって何？

整理すると・・・

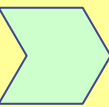


## < ROOMBANK >

客室の管理(空室情報)を一元  
管理するサービス



「やど上手」  
「旅の窓口」  
「イサイズ」  
「日本の宿」  
「やど直販」  
「Excite」  
「Yahoo!トラベル」  
「旅たび」  
...



全部入力しなくても  
一つだけ入力すれば  
いいのに・・・



## < 個別のHP >

それぞれの特徴をPR  
する場

名物おやじ?  
リラックスできる部屋  
アットホームな接待  
最高の温泉  
自慢の料理  
絵のような景色  
馴染み客との  
コミュニケーション

## < 組合で運営しているHP >

湯沢を目指してくるお客様に対して宿泊  
予約をはじめ各種サービスを提供する  
目的地の決まってないお客様を  
どのように引き込もうか???

一方、宿泊予約は  
管理(手間)がたいへん!



# 湯沢での利用イメージ

旅館・ホテルが、空室、料金、その他宿泊に必要な情報をROOMBANKに登録します  
(代行入力を依頼しても良い)



ROOMBANKは、その登録された情報を宿泊予約サイトに提供します



宿泊予約サイトは、その提供された情報をもとに、宿泊客の選択幅を広げ、利便性を高めていきます

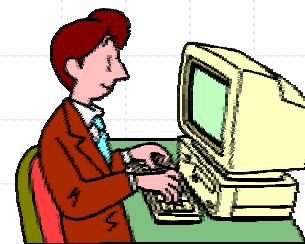


ROOMBANKは、宿泊予約サイトからの予約情報を処理し、旅館・ホテルに通知します

予約サイト:	
電話番号:	
予約者: 名前	連絡先: 電話番号
電話番号	メール
予約日	住所
部屋タイプ	生年月日
人数	
食事	
交通手段	



宿泊客は、その画面を見て、好みにあった旅館・ホテルの予約を行います



# ROOMBANK料金表(ご参考)

アドレス http://www.roombank.ne.jp/yado/yadoryouku.html

○ 宿泊予約サイトからの予約			
項目		料金	備考
1 現地払い	ルームチャージ型	予約成立額の2%	旅館・ホテル負担
	大人一人単価型	予約成立額の3%	
2 宿泊クーポン券	ルームチャージ型	予約成立額の2%	エージェント負担
	大人一人単価型	予約成立額の3%	
3 ノンプロフィットサイト		個別に対応	
※ 上記の料金の他に予約サイトの予約手数料が必要となります			
○ 通信料			
eメールで受信する場合		無料	
FAXで受信する場合		1通につき25円	
○ 新規加入料			
加入料		20000円	
● オプション ●			
○ 自館ホームページからの予約			
項目		料金	備考
直予約サイト		宿泊利用実績1人泊につき 100円 注)1	旅館・ホテル負担
○ データ入力代行料			
基本情報		無料	注)2
室タイプ情報		1回につき 1000円	
空室数・料金メンテナンス		1回につき 500円	
プラン情報		1プランにつき 5000円	
注)1 月額10,000円を超える利用料は頂きません。			
注)2 自館パソコンから入力を行う場合は無料です。 その他、アピール情報等はその都度お見積もりします。			

ページが表示されました

HPより直接掲載

## 情報提供 ～まちらしさ、イベント～

### ◆ ねらい

- ・観光地としての基本的な情報提供 「まちらしさ」
- ・まち全体の集客力アップ 「イベント」

(アルプの森イベント、絵画コンクール、写真コンクール、魚釣り、山菜きのこ狩、花街道(アジサイ、サツキ、サクラ、モミジなど))

### ◆ 期待できる効果(何がうれしいの)

- ・お客様に来る前・来た時・来た後にPRできる
- ・当たり前前の情報の中に「らしさ」をさりげなくPRできる  
(SWOTで分析した「強み」の強化、「弱み」の対策)

### ◆ 湯沢として考えると・・・

- ・基本的なPRは既に整備されている
- ・「強み」の強化



湯沢温泉総合案内所、湯沢町施設検索データベース



ゆびとま 同窓会サイト(幹事さん支援機能)



# 情報提供 ~まちらしさ、イベント~



ラベンダーとトンボ



清津峡



エーデルワイス



タカネナデシコ



## ICカードの観光への利用 ～ザルツブルグカード(通称シティカード)～

### ◆ ねらい

- ・ホスピタリティの向上(まち全体でお客様を迎える)

### ◆ 期待できる効果(何がうれしいの)

- ・ICカードの購入情報により、どのようなお客様が来場したのか把握できる(マーケティング情報の確保が容易)
- ・ICカードが使える店 = 地元が認める安心できる店(場所)  
(ICカードが使える = 間違いのない = ブランドステータス)
- ・話題性があるので、宣伝効果が期待できる

### ◆ 湯沢として考えると・・・

- ・e-YUZAWAカード導入の実績から・・・どう比較する？
- ・行政もまき込んだまち全体のシステム作りができるか？

## ICカードの観光への利用 ～ザルツブルグカード(通称シティカード)～

- ◆ 観光施設にInternet接続環境が整えば、その観光地を訪れたお客様に、より多く安心して楽しんで貰うプログラムも実行可能
- ◆ 例えば ICカードを利用した「観光地周遊バス・システム」。お客様は、数千円で購入した1枚のカードで24時間～48時間、地域を走るバスを無制限に利用でき、スキー場や美術館なども利用可能なシステムが構築可能

- オーストリア、ザルツブルグで 実際に使用されているICカード
- 導入後観光客の数と滞在時間が飛躍的に向上した



## 子供向けPR ~ アメリカ・スキー業者協会 ~

### ◆ ねらい

- ・子供(8歳から12歳)をターゲットにしたスキー場の集客力アップ

- ・雪に親しんだ生活を提供する

子供のコミュニティ(Postcard、メール、Game、Movie)、  
親や教育者(コーチ)へのノウハウ情報提供

### ◆ 期待できる効果(何がうれしいの)

- ・子供 + 大人の集客が期待できる

- ・子供が成長に伴い、若者としての潜在需要を確保できる

### ◆ 湯沢として考えると・・・

- ・もちろん「雪」をメインにした子供向け情報発信は行うべき

- ・「雪」以外でも集客に関与するものはないか？

「温泉」「ロック」「トレッキング」 etc

# 子供向けPR ~ アメリカ・スキー業者協会 ~

The screenshot shows the Snow Monsters website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Kids Club, NEXT X SNOW, MY mountain, RESPECT NATURE, and Snow Monsters. Below this is a navigation menu with links for Kids Club, Games, My Mountain, Respect Nature, Order Stuff, Parents & Educators, Contact, and Privacy. The main content area is divided into several sections: 'Fun Stuff' featuring a 'MONSTER TIPS' article about catching air, a 'LOGIN' section for Kids Club members, 'MINI MOVIES' with a link to 'Slope Style with Una & Per Olav', 'SEND A POSTCARD' with a 'Click Here' link, and 'MONSTER QUIZ' with a 'Test your skiing know-how' link. The website uses a colorful, cartoonish style with a blue background and various icons.

型くずれしたフォント

ゲーム

親、コーチへ

目を引く色づかい

Movieの提供

友達に面白い手紙を送ろう!

クイズ

# 協同仕入

## ◆ ねらい

- ・ まち全体の特徴をさらに強化する
- ・ 共通のアイテムを使い、まち全体のイメージを統一する

## ◆ 期待できる効果(何がうれしいの)

- ・ まちとしての宣伝効果
- ・ 仕入れコストダウン(購入金額ダウン、在庫圧縮)

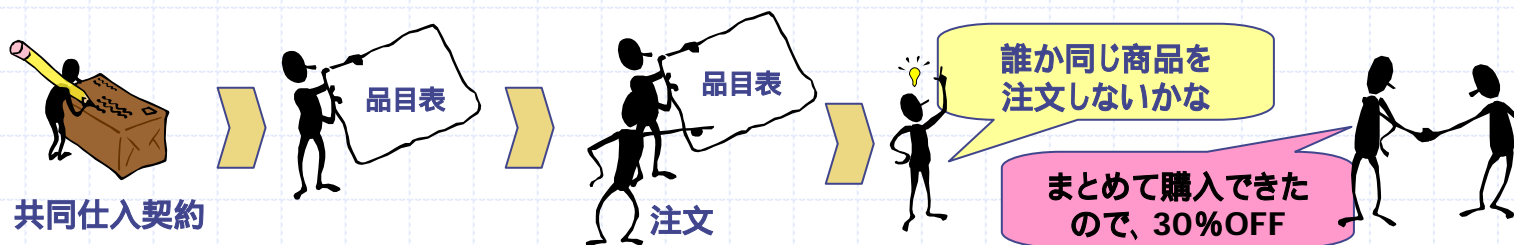
## ◆ 湯沢として考えると・・・

- ・ 過去、共同のかさをまちに設置した経験がある
- ・ 地元の産物を使用したいが仕入が安定しない

## 協同仕入のパターン

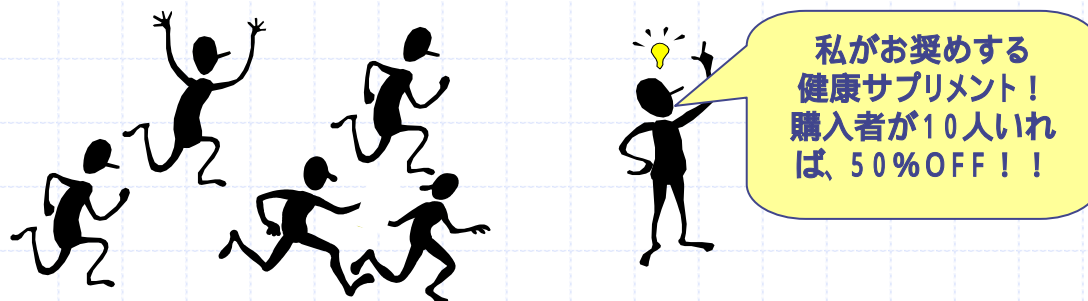
### ◆ 業者契約型

- ・あらかじめ、仕入れ品目や基本価格を組合と契約して、共同仕入品目表(メニュー)により必要な品目を会員から注文を受ける。
- ・購入受付期間を設け、一定期間内に会員からの共同購入者を募る
- ・期間満期や共同購入による値引き条件が良くなったところで発注



### ◆ 業者からのセールス型

- ・業者(サプライヤ)から売りたい商品を紹介してもらう。
- ・会員内で注文数が定めた数より多くなれば、値引きがうけられる。



# 協同仕入品目表(参考)

分類1	分類2	品目	ランク	サイズ	Memo	購入受付期間(開始 終了)	価格	サプライヤー	
食品	米	米	S、A、B	-	Sは、南魚沼産最高品質		500Kで-10%	魚沼最高米組合	
		日常品	野菜	A、B		別途メニュー表あり	}		契約農家直送
	きのこ	S、A、B		別途メニュー表あり	契約農家直送				
	山菜	A、B		別途メニュー表あり	契約農家直送				
	漬物	A、B		別途メニュー表あり	契約農家直送				
	コーヒー・茶	茶菓子	S、A、B		別途メニュー表あり				契約農家直送
		茶	A、B		Aは、静岡茶、Bはその他産				契約農家直送
		コーヒー豆	A、B		Aは、ブルーM Bはブレンド				スターコーヒー
		インスタントコーヒー	A、B						スターコーヒー
		フレッシュ(ミルク)	A、B						スターコーヒー
スティックシュガー		A、B	8g、6g、4g				1000本で-15%	スターコーヒー	
消耗品	食堂関連	割り箸	A、B、C		A、Bは、オリジナル袋付、Cはなし	H15.7.1~H15.7.30	10000本で-30%	三栄社	
		紙ナプキン	A、B					三栄社	
	小物	マッチ	A、B					三栄社	
		ライター	A、B					三栄社	
		ボールペン	A、B					湯沢文具	
	衛生品	タオル	A、B、N		Nは、日本手ぬぐい	H15.7.1~H15.8.15			日本タオル
		歯ブラシ	A、B			H15.7.1~H15.7.30			墨の家
		石鹸	A、B						墨の家
		シャンプー	A、B						墨の家
		櫛	-						日本タオル
シェーバー	-						日本タオル		
衣料	衣類	浴衣	S、A、B	L、M、S、小	湯沢オリジナル	H15.6.15~H15.7.10		すがたや	
		丹前	S、A、B	L、M、S、小	湯沢オリジナル			すがたや	
		帯	A、B	L、M、S、小	湯沢オリジナル			すがたや	
	はきもの	スリッパ	A、B	L、M、S、小	湯沢オリジナル			はしもと	
		下駄	A、B	L、M、S、小	湯沢オリジナル			はしもと	
日用品	風呂関連	桶	A、B		湯沢オリジナル	H15.7.1~	100個で-10%	華呂鈴桶店	
		風呂椅子	A、B		湯沢オリジナル			華呂鈴桶店	
	その他	灰皿	A、B		湯沢オリジナル			三栄社	

新鮮野菜は、毎日チェックしよう

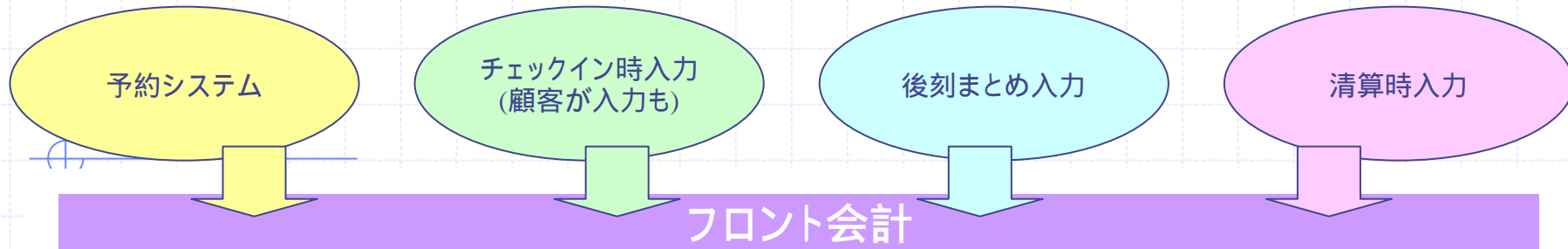
割り箸買う人集まれ(期間1ヶ月)

注文が100個になったらよろしく

戻る



# 会計処理のIT化 ~小規模宿泊業向けフロント会計~



部屋番号 101 たにがわ

会社名  
御芳名 湯沢一郎 御一行

様

ご利用日	泊数
2003/07/30 から	1泊
2003/07/31 まで	

大人	子供
6人	0人

整理番号
3890

内訳	科目	数量	単価	金額	サービス	消費税
1 1泊2食宿泊(大人)	宿泊	6	15,000	90,000	別	別
2 ビール	飲食	5	500	2,500	別	別
3 お茶	飲食	10	300	3,000	別	別
4 クーポン	入金		50,000	50,000	対象外	対象外
5						
6						
7						
8						
9						
10						

売上	
本体価格	95,500
別サービス料	9,550
売上合計	105,050

税金等	
別消費税対象額	105,050
別消費税額	5,253
別入湯税	6,000
利用合計額	116,303

入金	
クーポン券	50,000
前受金等	0
精算現金	0
入金合計額	50,000

御請求金額
66,303

印刷

# 会計処理のIT化 ~小規模宿泊業向けフロント会計~

## フロント会計

部屋番号 101 たにがわ

会社名  
御芳名 湯沢一郎 御一行

様

ご利用日	泊数	大人	子供	整理番号
2003/07/30 から	1泊	6人	0人	3890
2003/07/31 まで				

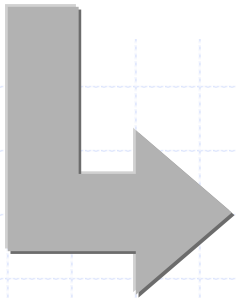
内訳	科目	数量	単価	金額	サービス	消費税
1 1泊2食宿泊(大人)	宿泊	6	15,000	90,000	別	別
2 ビール	飲食	5	500	2,500	別	別
3 お茶	飲食	10	300	3,000	別	別
4 クーポン	入金		50,000	50,000	対象外	対象外
5						
6						
7						
8						
9						
10						

請求書・領収書の印刷が  
出来ます。

売上		税金等		入金		御請求金額
本体価格	95,500	別消費税対象額	105,050	クーポン券	50,000	<b>66,303</b>
別サービス料	9,550	別消費税額	5,253	前受金等	0	
		別入湯税	6,000	精算現金	0	
売上合計	105,050	利用合計額	116,303	入金合計額	50,000	

印刷

フロント会計で入力された売上情報は、  
財務会計に自動仕訳されます。



財務会計

# 会計処理のIT化 ~小規模宿泊業向けフロント会計~

## 宿泊業向けに特化した勘定科目体系

[ 100~399 : 貸借勘定 ] [ 400~ ~ 899 : 損益勘定 ] [ 900~ : システム利用 ]

コード	勘定科目名	勘定科目の要約先
100	現金	現預金
110	当座預金	現預金
114	普通預金	現預金
120	通知預金	現預金
121	積立預金	現預金
125	定期預金	現預金
130	受取手形	現預金以外の当座資産
131	売掛金	現預金以外の当座資産
132	有価証券	現預金以外の当座資産
140	商品	棚卸資産
145	貯蔵品	棚卸資産
150	前渡金	その他流動資産
151	短期貸付金	その他流動資産
152	立替金	その他流動資産
153	未収入金	その他流動資産
154	仮払金	その他流動資産
155	前払費用	その他流動資産
156	仮払消費税	その他流動資産
159	貸倒引当金	その他流動資産
160	建物	有形固定資産
161	建物付属設備	有形固定資産
162	構築物	有形固定資産
163	機械装置	有形固定資産
164	車両運搬具	有形固定資産
165	工具器具備品	有形固定資産
166	土地	有形固定資産
167	建設仮勘定	有形固定資産
169	減価償却累計額	有形固定資産
170	電話加入権	無形固定資産
180	投資有価証券	投資等
181	出資金	投資等
182	長期貸付金	投資等
183	長期前払費用	投資等
184	保証金	投資等
185	保険積立金	投資等

コード	勘定科目名	勘定科目の要約先
200	支払手形	流動負債
201	買掛金	流動負債
202	短期借入金	流動負債
203	1年内返済長期借入金	流動負債
204	未払金	流動負債
205	未払費用	流動負債
206	前受金	流動負債
207	仮受金	流動負債
208	預り金	流動負債
210	割引手形	流動負債
211	法人税等充当金	流動負債
212	賞与引当金	流動負債
213	未払配当金	流動負債
214	未払役員賞与	流動負債
219	仮受消費税	流動負債
220	長期借入金	固定負債
221	退職給与引当金	固定負債
222	預り保証金	固定負債
300	資本金	資本金
310	資本準備金	資本準備金
311	利益準備金	利益準備金
320	別途積立金	任意積立金
321	退職積立金	任意積立金
330	前期繰越利益	未処分利益増

コード	勘定科目名	勘定科目の要約先
460	期首材料棚卸高	期首棚卸高
461	材料仕入高	仕入高
465	仕入値引・戻し高	仕入高
466	期末材料棚卸高	期末棚卸高

コード	勘定科目名	勘定科目の要約先
500	役員報酬	販売費及び一般管理費
501	給与手当	販売費及び一般管理費
502	法定福利費	販売費及び一般管理費
503	福利厚生費	販売費及び一般管理費
504	退職金	販売費及び一般管理費
505	賞与引当金繰入	販売費及び一般管理費
506	退職給与引当金繰入	販売費及び一般管理費
510	広告宣伝費	販売費及び一般管理費
511	運賃	販売費及び一般管理費
512	支払手数料	販売費及び一般管理費
513	容器包装費	販売費及び一般管理費
520	諸会費	販売費及び一般管理費
521	接待交際費	販売費及び一般管理費
522	旅費・交通費	販売費及び一般管理費
523	通信費	販売費及び一般管理費
524	事務消耗品費	販売費及び一般管理費
525	消耗品費	販売費及び一般管理費
526	租税公課	販売費及び一般管理費
527	減価償却費	販売費及び一般管理費
528	地代・家賃	販売費及び一般管理費
529	修繕費	販売費及び一般管理費
530	水道光熱費	販売費及び一般管理費
531	保険料	販売費及び一般管理費
532	貸倒引当金繰入	販売費及び一般管理費
538	雑費	販売費及び一般管理費

コード	勘定科目名	勘定科目の要約先
600	受取利息	営業外収益
604	雑収入	営業外収益
610	支払利息・割引料	営業外費用
614	雑損失	営業外費用
700	固定資産売却益	特別利益
702	貸倒引当金戻入	特別利益
710	固定資産売却損	特別損失
800	法人税等充当額	法人税等
802	積立金目的取崩額	未処分利益増
803	中間配当金	未処分利益減
804	利益準備金積立額	未処分利益減
810	売上高	売上高
810001	飲食売上	売上高
810002	宿泊売上	売上高
814	売上値引・戻り高	売上高
990	前期未処分利益	未処分利益増
991	科目未決	その他流動資産
992	本支店	その他流動資産

共通の科目を使用することにより、  
 ・比較や会計士への相談が可能  
 ・情報のオープン化 資金確保に繋げる

# 出力帳票(サンプル) 領収書

[戻る](#)

<b>越後</b>		<b>ホテル</b>		新潟県小千谷市 1-2-3 TEL 0258 (83) 1234																									
<b>領 収 書</b>																													
お部屋番号 ROOM No.		12345																											
お名前 NAME		山田 太郎		人 数 PERSON(S) 1																									
ご到着 ARRIVAL		ご出発 DEPARTURE		支払 PA 発行日																									
03-01-01		03-01-02		03-01-02																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">日付 DATA</th> <th style="width: 10%;">室番号 ROOM</th> <th style="width: 30%;">摘 要 DESCRIPTION</th> <th style="width: 10%;">料 金 CHARGE</th> <th style="width: 10%;">支 払 CREDIT</th> <th style="width: 10%;">残 高 BALANCE DUE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>ご宿泊料 (内消費税 465) ホテル クーポン 電話 (国内) 冷蔵庫 消費税</td> <td style="text-align: right;">9,765 10 600 30</td> <td style="text-align: right;">9,300</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: right;">10,405</td> <td style="text-align: right;">9,300</td> <td style="text-align: right;">1,105</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">ご請求金額 TOTAL BALANCE DUE</td> <td style="text-align: right;">1,105</td> <td colspan="2" style="text-align: right;">ご返金 REFUND ¥</td> </tr> </tbody> </table>						日付 DATA	室番号 ROOM	摘 要 DESCRIPTION	料 金 CHARGE	支 払 CREDIT	残 高 BALANCE DUE			ご宿泊料 (内消費税 465) ホテル クーポン 電話 (国内) 冷蔵庫 消費税	9,765 10 600 30	9,300					10,405	9,300	1,105	ご請求金額 TOTAL BALANCE DUE			1,105	ご返金 REFUND ¥	
日付 DATA	室番号 ROOM	摘 要 DESCRIPTION	料 金 CHARGE	支 払 CREDIT	残 高 BALANCE DUE																								
		ご宿泊料 (内消費税 465) ホテル クーポン 電話 (国内) 冷蔵庫 消費税	9,765 10 600 30	9,300																									
			10,405	9,300	1,105																								
ご請求金額 TOTAL BALANCE DUE			1,105	ご返金 REFUND ¥																									
ご署名 SIGNATURE																													
会社名 FIRM																													
ご住所 ADDRESS																													
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>上記返金金額正に受取りました。 I hereby acknowledge the receipt of a refund of above amount. ご署名 SIGNATURE</p> </div>																													
担当者				[ PAGE: ]																									

## 付録

### 本資料で紹介したWebサイトのURL

湯沢町観光協会	<a href="http://www.e-yuzawa.gr.jp/">http://www.e-yuzawa.gr.jp/</a>
湯沢温泉総合案内所	<a href="http://www.yuzawaonsen.gr.jp/">http://www.yuzawaonsen.gr.jp/</a>
湯沢町施設検索データベース	<a href="http://www.yuzawa.or.jp/yadosagasi/">http://www.yuzawa.or.jp/yadosagasi/</a>
ROOMBANK	<a href="http://www.roombank.ne.jp/">http://www.roombank.ne.jp/</a>
予約 ガストホフ木馬 ROOMBANK	<a href="http://www.threeweb.ad.jp/~mokuba/">http://www.threeweb.ad.jp/~mokuba/</a>
ゆびとま(この指とまれ)	<a href="http://www.roombank.ne.jp/">http://www.roombank.ne.jp/</a>
子供向けスキーサイト	<a href="http://www.snowmonster.com">http://www.snowmonster.com</a>
楽天	<a href="http://www.rakuten.co.jp/">http://www.rakuten.co.jp/</a>
ムラウチ	<a href="http://www.murauchi.com/">http://www.murauchi.com/</a>

# 地域のITリテラシー向上

## ◆ なぜITリテラシーか

- IT弱者:社会から取り残されかねない
- 近代経営推進の最低限の道具

## ◆ 一般的課題

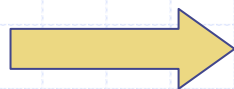
- パソコン利用を習っても身につかない
- 習った事が使える場面がない
- 自分専用のパソコンはない
- 壊してしまわぬかと怖い
- 動かぬときに直ぐ教えて欲しい
- どこが悪いかわからない
- パソコン教室まで出かけるのは面倒

## ◆ 湯沢町なら

- 小規模宿泊施設でもパソコン操作必要
- 講師になれる人多い
- 組織化にはシニアSOHOに支援獲得可

## ◆ 一般的課題は湯沢では問題ではない


- お客さんとメール
- 宿のホームページ刷新
- 宿らしさ、町らしさの発信
- リピータ確保に向け e-DM
- 宿には最低1台のパソコンがある
- 出張教授も頼める
- 教室形式での受講も可
- 教えてもらったら分だけ料金を払う



相互教育の仕組み作りの奨め

# 地域のITリテラシー向上への取組み事例

## --- NPO シニアSOHO三鷹の例

- ◆ 動機
    - シニアパワーの活用 (社会経験、技能)
    - 社会の役に立っていたい
  - ◆ 経済活動とする---対価を払う
    - ボランティアではない
  - ◆ 秀でた一芸をスモールビジネスにする
    - 大江戸ツアー
    - 書道講座
    - パソコン教室
      - ◆ 超初心者講座 (パソコンの使い方)
      - ◆ 初心者講座 (e-メール;ワープロなど)
      - ◆ 中級者講座 (デジカメ;ホームページなど)
      - ◆ 上級講座 (サーバ構築;PC組立てなど)
  - ◆ シニアSOHO三鷹の場合
    - 独自教材(研究期間と共同開発) : 3500 人分提供
    - 三鷹市公募のアシスタント講師を「育成講習」
    - コミュニティ・センタ、学校向け2000人分の主任講師を担当
    - 杉並区で1200人分の講座の講師担当
  - ◆ 類似組織が全国に拡大中 
- ◆ [さらプロジェクト](#)東京都杉並区
  - ◆ [いきいき市民協働ネット](#)東京都国立
  - ◆ [ITネットワーク東京](#)東京都足立区
  - ◆ [鎌倉学塾](#)神奈川県鎌倉市
  - ◆ [これからネット](#)光山口県光市
  - ◆ [つれもてネット](#)南紀熊野和歌山県田辺
  - ◆ [なかなかワーク](#)茨城県ひたちなか市
  - ◆ [早稲田いのちのまちづくり実行委員会](#)東京都新宿区
  - ◆ [葛飾アクティブ.COM](#)東京都葛飾区
  - ◆ [SITA町田会](#)東京都町田市
  - ◆ [彩SITA](#)埼玉県川口市
  - ◆ [さいたネット](#)神奈川県厚木市
  - ◆ [WeCAN!](#) 東京都練馬区
  - ◆ [\(有\)コスモス](#)埼玉県春日部市
  - ◆ [シニアSOHO 小金井](#)東京都小金井市
  - ◆ [シニアSOHO 杉並](#)東京都杉並区
  - ◆ [シニアSOHO 世田谷](#)東京都世田谷
  - ◆ [シニアSOHO 横浜・神奈川](#)神奈川県横浜
  - ◆ [シニアSOHO 武蔵野](#)東京都武蔵野
  - ◆ [シニアSOHO普及サロン・三鷹](#)東京都三鷹市
  - ◆ [富士通ラーニングメディア](#)東京都大田区
  - ◆ [高崎経済大学](#)群馬県高崎市
  - ◆ 「NPO協働リーグ」事務局東京都三鷹市

[戻る](#)



# 期待できそうな 国の施策

## ◆ 観光宿再興計画の実施

- 国などの補助金・助成金などに期待
- 民間企業を使って独自に対処

## ◆ RFP策定フェーズ

- ITSSP事業
  - ◆ H15年度後半(H16.1-3)は、IT化事例発表のみ
  - ◆ H16年度はRFP策定コンサルテーションも募集ある見込み----成功事例構築
- ITアドバイザー制度
  - ◆ H15年度も随時受け付け
- 中小商業ビジネスモデル事業支援事業

## ◆ 開発フェーズ

- IT活用型経営革新モデル事業
- ITSSP事業「IT化投資コンサルテーション」



## 中小商業ビジネスモデル事業支援事業の紹介

- ◆ 中小商業ビジネスモデル支援事業は、中小商業者又は中小商業団体が多様化した消費者ニーズや高齢化・環境対応といった社会的要請に対応した新たなビジネスモデルの開発に必要な調査研究に要する経費の一部を補助することにより、中小商業者等の 経営革新を促進することを目的としています。
- ◆ 新たなビジネスモデルとは、新サービスの開発や提供、商品の新たな販売方法の導入、新たな経営管理方法の導入、その他の新しい事業活動のうち、新規性、独自性のあるものをいいます。
- ◆ 申請に当たっては、開発しようとする新たなビジネスモデルの具体的な活用予定を明記するとともに、そのために必要な調査研究の内容を事業計画として公募申請書に御記入ください。
- ◆ なお、本補助事業の対象となるものは、補助事業終了後に速やかに事業化段階に移行することを目指し、事業化のためのランニングコストの算出、営業利益目標などの定量的な効果予測等を行うものに限られますので、御留意ください。

## 補助事業の概要

- ◆ 対象者: 中小商業者 又は 中小商業団体
- ◆ 事業内容: ビジネスモデル開発に必要な調査研究
- ◆ テーマ: 次のいずれかに該当するもの  
高齡化・環境対応型      業種・業態複合型  
卸小売連携・リテールサポート型      経営革新対応型
- ◆ 補助金額: 100万円～500万円  
(団体の場合は100万円～1,500万円)
- ◆ 補助率    1 / 2以内
- ◆ 公募申請書受付期間: 平成15年7月9日～8月8日
- ◆ 補助事業の実施期間: 平成16年2月27日まで

[戻る](#)

# 観光宿再興実施計画 (交流会最終回の討議資料)

個客データベースの整備、ネット予約、情報発信、会計処理、共同仕入れのIT化などの推進を決定

## RFP作り

- ・ 要求仕様 (機能、性能、操作方法、必要技能、必要設備、適用範囲など)
- ・ ベンダ選定基準
- ・ 費用枠組み (実現方式、開発費、データ移行、コンテンツ作成費、教育トレーニング費、ハード・インフラ費、運用費、システム改造)
- ・ 開発期間概算、開発モニタリング
- ・ システム導入手順 (ITリテラシの向上、導入教育を含む)

