

ホームページの開設により月 30 件の宿泊予約を獲得

事業内容

ホテル、日帰り温泉、温泉中心リゾート施設

■ I T 導入の目的、ねらい

観光施設にとって多くの人に知られることは重要な課題であるが、予算が限られており、少ない予算で効果的に P R することが必要であった。

ホームページは日本中に P R することが可能で、少ない予算でも開設、維持できる。また、どんな時間でも宿泊予約を受け付けることができる。そうしたメリットに着目してホームページを開設することとした。

■ I T 導入の経緯

平成 9 年 8 月に、飛騨倶楽部（ヒダウェブ）という飛騨地域のポータルサイトから勧誘を受け、リンクする形で参加することにした。平成 10 年 3 月にヒダウェブが立ち上がりとともに会員登録して、当社のホームページを開設した。ホームページはサイトの開設者が作成した。

しかしながら、ヒダウェブは平成 13 年 12 月末日をもって終了することとなったため、当社は副支配人が担当者となり、平成 13 年 7 月 1 日より単独のドメイン名及びメールアドレスを取得し、自社のホームページを継続することとした。

また、従来のホームページに比べ、「お風呂の案内」、「今月の献立」等のメニューを追

加し、内容を充実させた。

■ I T の導入状況と費用

ハードは、ノートパソコン 1 台、デジタルカメラ、プリンタで費用は計 25 万円である。これらの機器は当社の他の業務にも使用している。

ソフトは、当初委託作成したホームページがドリームウィーバー（ホームページ用ソフト）で作成されていたので、それを引き継ぐためドリームウィーバーを購入した。購入代金は 3 万円である。

メンテナンスコストとしては、ホームページの保守管理を外部に委託しており、費用は月額 1 万円である。



馬瀬総合観光(株)のホームページ

■ I T 導入時の問題とその対応策

導入時は、担当職員にパソコンの知識がなかったため、ホームページの写真が出なかったり、あるいは消してはいけないファイルを消してしまったりという初歩的なミスがあった。また、操作が不慣れなことから、ホームページの更新もしておらず、PR手段としての活用が不十分であった。

このため、担当者が基本操作の研修（3時間）を受けて、操作方法をマスターした。

■ I T 活用の具体的効果

ホームページを開設したことにより様々な効果を得ることができた。

最も大きな効果はPR効果で、平成10年6月以降、12万8,000件のアクセスを獲得した。これだけ多くのアクセスがある理由は、ヤフーの登録サイトとなったことと、温泉等の人気ランキングのサイトで当社が上位に選ばれており、そこからリンクでアクセスが来るためと考えている。また、馬瀬村のホームページとリンクしていることも影響している。

ホームページからの宿泊予約は、月に30件程の予約がある。予約全体に占める割合は5%程度であるが、ホームページをみて電話で予約する客もあわせると、それ以上の顧客を獲得している。

また、ホームページ上でアンケートを実施しており、月に90件程回答がある。このアンケート結果をもとに顧客のニーズを分析し、サービス等の改善に繋げている。

■ 今後のI T 関連計画

現在は写真を掲載しているが、将来はデジタル周辺機器を強化し、動画、音声を取り入れていきたい。特に、当施設の周辺は季節毎

に美しい風景を見せており、その美しさをリアルタイムに発信していきたい。

また、当社のオリジナル商品（入浴剤等）や、馬瀬村の特産品もホームページで紹介し、販売したり、ホームページに仕入先等の広告を掲載し、広告料をとることも検討している。

i モードについては、平成13年7月にホームページを開設したが、携帯電話の利用者が増えているため、コンテンツを充実させたいと考えている。具体的には、道路情報（降雪、通行止め等）、釣り情報、紅葉情報等をリアルタイムで発信することを検討している。

■ 今後I Tを導入する企業へのアドバイス

- ✓ ホームページで多くのアクセスを獲得できれば、大きなPR効果を得ることができる。コストが安く、手軽に利用できるPR手段である。
- ✓ パソコンに精通した職員がいない場合は、研修に参加させることが重要である。基本操作をマスターすれば色々なアイデアが浮かび、職員の能力アップに繋がる。

会 社 名	馬瀬総合観光株式会社
	美輝の里
業 種	宿泊業
設立年月	平成7年6月
資 本 金	7,300 万円
従業員数	60 人
所 在 地	益田郡馬瀬村大字西村 1695
U R L	http://www.mikinosato.co.jp