

株式会社 京王プラザホテル

佐久間 秀彰様 (人事部人事・スーパーバイザー)

傳賣 貴子様 (人事部・人事副支配人)

柳澤 仁様 (人事部)

■企業プロフィール

本社所在地	東京都新宿区西新宿 2-2-1
代表取締役	志村康洋
設立	1969 年
社員数	911 名 (正社員)
事業内容	<input checked="" type="checkbox"/> ホテル事業等

■インタビュアー

東京富士大学 小川 達也ゼミナール(経営学科)

李 權宇 (4年)、李 梓源 (4年)、

秦 臻 (4年)、Enkhbat Batbilegt (2年)

■訪問日・2014年11月12日(水)



～貴社の社名や行動指針には「プラザ」という言葉が出てきます。この考え方について詳しく教えてください。

当社は、従来のシティホテルの概念に捉われることなく、多様な人が多様な目的で集い、憩うことのできる「広場=生き生きとしたヒューマンスペース」をつくりたいと考え、1971年にオープン致しました。社名にも含まれている「プラザ」ですが、これはスペイン語で「広場」という意味を持っています。

現在客室は全1,437室ありますが、38室の宴会場、16店舗のレストラン、9つのバー・ラウンジの他、フードブティック、スカイプール、フィットネスジム、エステサロン、ショッピングアーケード、ビジネスセンター、コンビニエンスストア、アートギャラリー、クリニック、ビューティスタジオ、写真館、お茶室、託児室、授乳室など、さまざまな施設があります。これまで延べ1億4,000万人の方々に、宿泊以外でも幅広い目的でご利用いただいております。まさに都市空間における〈広場〉の役割を果たしてきました。

このプラザ思想は「プラザの演出=商品・サービス」「プラザの創出=取引のあり方」「プラザの育成=社会との関わり方」「一人一人がプラザである=スタッフの行動」という形で、行動指針にも反映されております。

～競合が多い中で、貴社ならではのサービスの特徴は何ですか？

全国には約8万を超えるホテル、旅館があります。当社では「広場」のようなホテルになろうという考え方にに基づき、他の高級ホテルとは異なる戦略をとっています。

例えば他のホテルでは、入口がわかりにくく、お客様がチェックインする際、フロントにたどり着くまでひと苦労する例もあるようですが、京王プラザの場合は真逆です。東西南北に入り口を設けているのも特徴のひとつです。

当社には過去の常識や伝統に縛られず、新たなことにチャレンジする社風があります。これまでもレディスプランの開発、館内のバリアフリー化、常設チャペルの開設、全客室への超高速ネットサービスの整備、利き酒師が接客する日本酒バーの開業などを、他社に先駆けて行なってきました。

これらはすべて「いつでも、だれでも提案していい」という自由な社風が生んだ新サービスですが、こうした絶え間ない取り組みが独自性を生み出し、リピーターを増やすことにつながっていると思います。

～海外からのお客様が大変多いと伺っております。2020年の東京オリンピックに向けたサービスなどは検討されていますか？

日本は観光立国としての方針を打ち出しましたが、当社ではかなり前からアジア各地から日本に来られるお客様を意識し、マーケットの開拓に努めてきました。ちなみに、東京ディズニーリゾート・グッドネイバーホテルの一つにもなっています。

ただ場所柄、一般の観光客だけでなく、ビジネスで日本に来られる方も重視していま

す。世界各国からの商用客のご宿泊、近隣企業との会食、国際会議、セミナー、展示会、パーティ、医療関係をはじめとした各種学会でのご利用などです。「MICE」とは、Meeting（会議）、Incentive（企業等の研修・報奨旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の頭文字のことですが、当社ではMICE専門のセールsteamを設け、あらゆるニーズに柔軟に対応し、おもてなしする体制を整えています。

ただし、東京オリンピックだけのためのサービスは、今のところ検討しておりません。

～最近行われた施設の開設などがありましたら、ご教示ください。

新宿4号線沿いにある大変ポピュラーなコーヒーハウス「樹林」を改装し、10月にオールデイダイニング・樹林としてリニューアルオープンいたしました。緑のパノラマを生かした、スタイリッシュな内装となっています。オープンキッチンでは、パンケーキやフレンチトーストなども味わうことができますし、午後の時間帯にはスイーツブッフェなどを楽しむことができます。

また、ハローキティとのコラボしたお部屋も提供させて頂いています。部屋は、バラが散りばめられたカーテンやカーペット、リボンモチーフのソファなどが装備されており、ハローキティの世界観が満喫できます。宿泊されたお客様には、京王プラザオリジナルのマスコットをプレゼントしています。その際は「キティちゃんを持って行って下さい」ではなく、「キティちゃんを連れて行って下さい」とお伝えし、提供いたしております。

～ネットやスマホなどでの予約利用者が増えていると思います。Facebookなどを通じた口コミが、ホテルの評価に大きなインパクトをもたらしているという話もあります。こうしたネット利用は、売上に影響はありますか？

皆さんが予想するより大きな影響が出ているとは思えません。ただ最近、海外からの観光客による当日予約が増えています。新宿単体の売上は年間216億円ほどですが、その内訳を見ると宿泊は83億円あまりで、むしろ料飲や宴会といった宿泊以外の売上が6割以上を占めています。ですから当社の場合、ネットでの宿泊予約が全体の売上に強く影響する構造にはなっていないのです。

～新入社員は、どのくらいの研修・教育期間を経て現場に出るのでしょうか？

新卒募集は「管理」「セールス」「マーケティング」「サービス」「その他」の職種で行なわれています。新入社員は4月に入社し、2週間の研修期間があります。その後、ルーキーローテーションを1年半の間に行いますが、これはホテルの主要業務（ベル、客室清掃、レストラン・宴会のウェイターなど）を3ヶ所、それぞれ半年ずつ経験するプログラムです。技能取得だけでなく、社内での人脈を広げるためにも重要な経験の場となっています。

現在当社には、正社員が約900人、サポーターが約800人おりますが、各部署に100名ほどのトレーニングマネージャーがついています。ちなみに当社では「パート・アルバ

イト」という呼称を使わず、「京王プラザホテルを支える・応援する」という意味を込めて「サポーター」という呼称を使っています。

～人材育成・教育プログラムにおいて特徴的な点や、力をいれている点は何ですか？

お客様が当社のサービスに触れ、リピーターになって頂くためには、何よりもまず、スタッフ自身が生き生きと働いていることが大事です。従業員満足度 (Employee Satisfaction) は、顧客満足度 (Customer Satisfaction) につながるというのが、当社の基本的な考えです。

人材育成の方針としては「オープン (公開)」「シンプル (わかりやすい)」「フェア (公平・機会均等)」を謳っており、トータル人材育成システムのもとに、さまざまな制度や委員会組織が機能しています。

社員のチャレンジ精神を引き出すために、資格取得を奨励する制度や、成果・役割により挽回・逆転できる賃金制度なども設けています。また、社員の多様性を認め、キャリア開発に複数の選択肢を持たせようということで、複線型コース選択制を導入しています。さらにホテルマンならではの専門性を奨励し、支援するためのエキスパート認定や、社員自身を講師とする「京王プロフェッショナルセミナー」なども行なっています。

一方、現場のスタッフに経営参画意識を持ってもらうための取り組みとしては、新サービス開発に向けたプロジェクトチーム NAP (New wave Action Program) や、CS 委員会・ES 委員会などもあります。

これらは、多様なお客様に対応するためのスタッフの多様性や、進取の気性を発揮するためのチャレンジ精神、そして自主・自律性を育くむためのプログラムといえるでしょう。

■インタビュー所感

京王プラザホテルは日本を代表する超高層ホテルで、サービスの質と利便性の高さで、国内外を問わず根強い人気を誇ります。一方、本学の卒業記念パーティでも毎年利用させていただいている、身近な GMT 企業のひとつでもあります。

今回のインタビューで感じたことは、同じホテル業界にあっても、企業の考え方・理念により提供されるサービスは大きく異なるということでした。もちろんホテルにはランクのようなものがあって、サービスの質は異なります。しかし京王プラザホテル様では、「広場をつくる」という理想に基づいて、他のホテルとは全く異なるサービスを次々に打ち出してこられました。そして今回のインタビューを通じて、客室やレストランの設備、管理方法、改修の仕方から「本当のおもてなしはこれだ!」ということがわかりました。わざわざバリアフリーのため、レストランの入り口などを改修したのが非常に印象的でした。

このたびはお忙しい中、貴重なお時間を頂戴した京王プラザホテル様、人事部の皆さまには本当に心から感謝申し上げます。業界で初めて設置した常設チャペルなども拝見させて頂き、誠にありがとうございました。(経営学部4年・李権宇)