

REVAMP

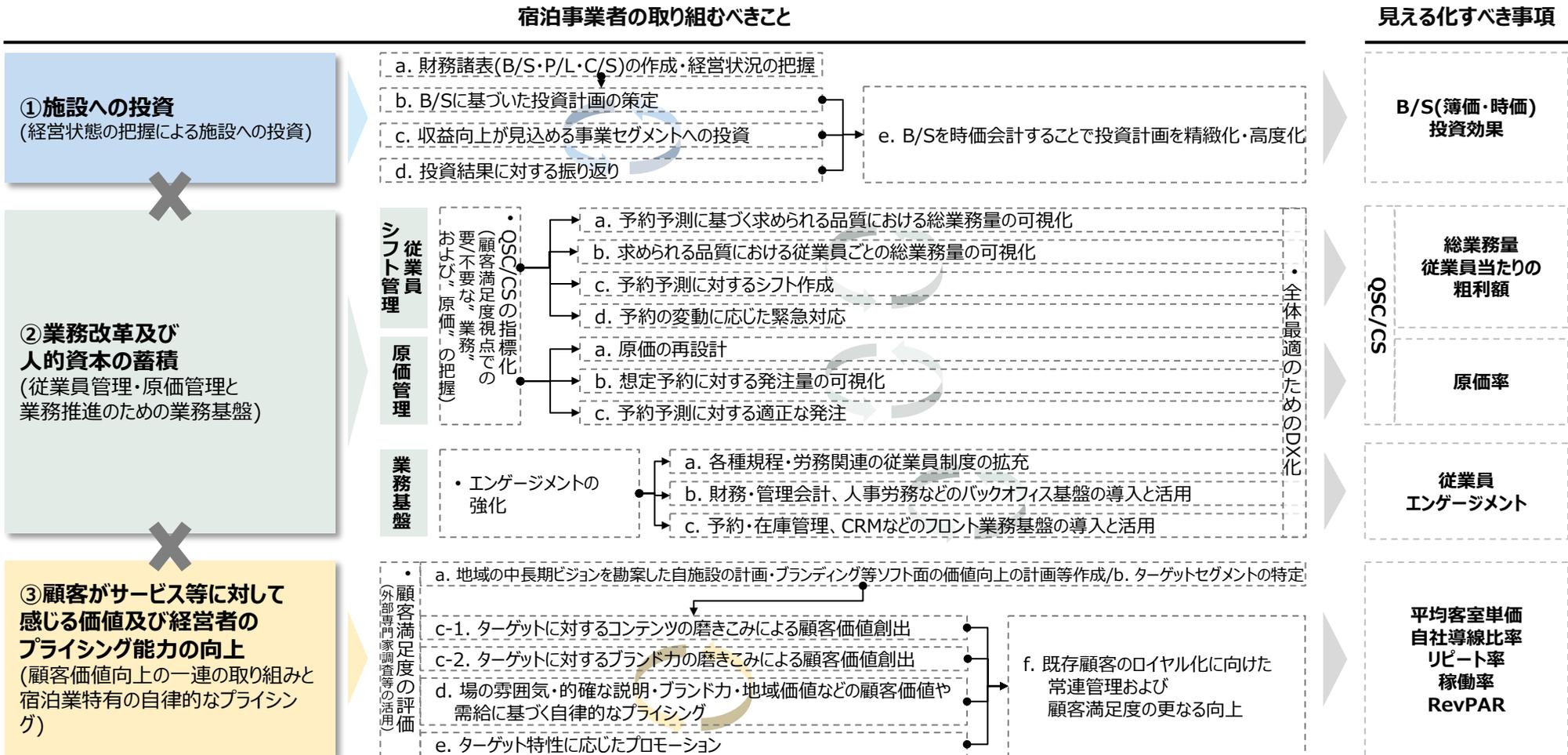
宿泊産業の生産性向上についての手引き <補足資料>

2025年6月20日

株式会社 リヴァンプ

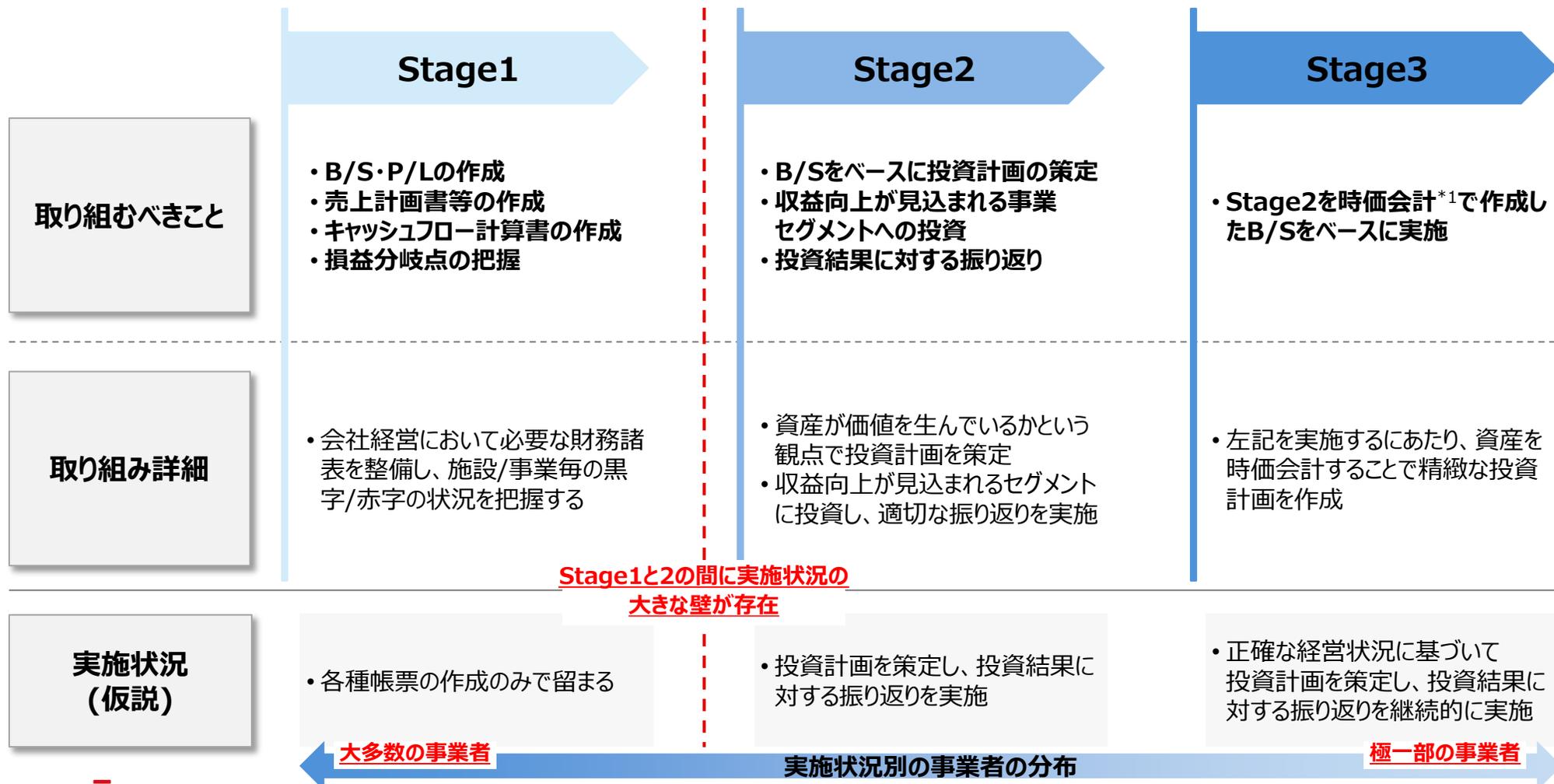
宿泊事業者の見える化フレームの全体像

宿泊事業者の生産性向上のための見える化フレーム全体像



①施設への投資における取り組みStage詳細

各種帳票の整備に留まらず、時価会計でB/Sを作成し、それに基づく投資計画を策定することで、投資による施設・資産がキャッシュを生み出す＝“①施設への投資”が実現できる



②業務改革及び人的資本の蓄積における取り組み詳細と見える化するべき事項

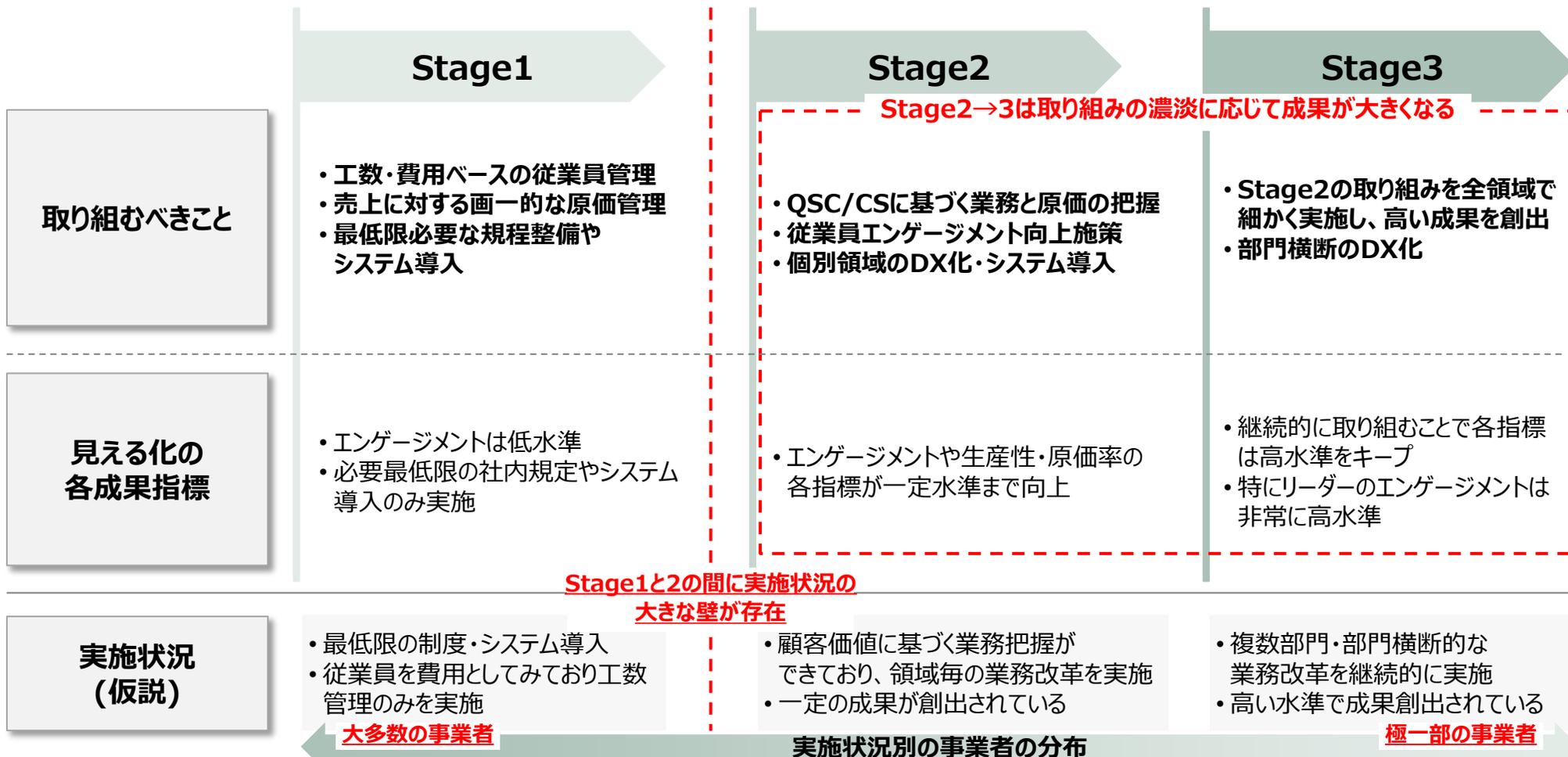
業務改革及び人的資本の蓄積における取り組むべきこと

見える化するべき事項



②業務改革及び人的資本の蓄積における取り組みStage詳細

QSC/CSおよび生産性に基づく業務管理の一連の取り組みを実施し、従業員のエンゲージメントに向き合うことで各指標が高水準となる



②業務改革及び人的資本の蓄積におけるエンゲージメントサーベイの概要

業務改革力を診断するためには宿泊事業に特化したサーベイ調査が最も効果的
Stage1の壁を突破するためには従業員のエンゲージメントが非常に重要

エンゲージメントサーベイ概要

「①経営陣への信頼」「②社内コミュニケーション」「③業務改革基盤」「④報奨・報酬」の4変数に集約

①経営陣への信頼

- 経営理念や方針の共有やブランドサービスに対する誇りなどの設問

②社内コミュニケーション

- 情報共有の機会や懇親会など関係構築の機会に関する設問

③業務改革基盤

- 業務負荷や業務推進における基盤整備に関する設問

④報奨・報酬

- 給料や福利厚生、昇進/昇格基準など報酬に関する設問

Stage1

- ✓ 全ての項目が低スコアで、業務改革が進まない/着手できない
- ✓ 大多数の事業者が低スコアの初期状態に留まる



Stage2以降

類型1：万能型

- ✓ すべての項目がバランスよく高く、業務改革を継続的に推進



類型2：戦略後発型

- ✓ 社員の一体感が醸成されており、褒賞によるインセンティブ設計がされており、業務改革が推進



類型3：大手資本金型

- ✓ 経営戦略が浸透し、報酬も高く設計されており業務改革が推進



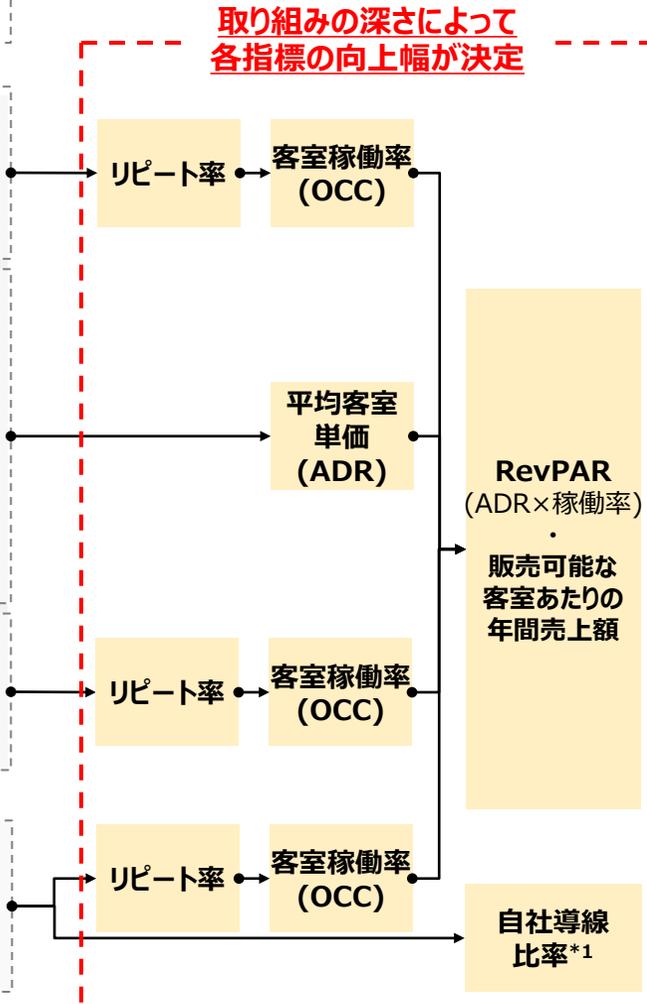
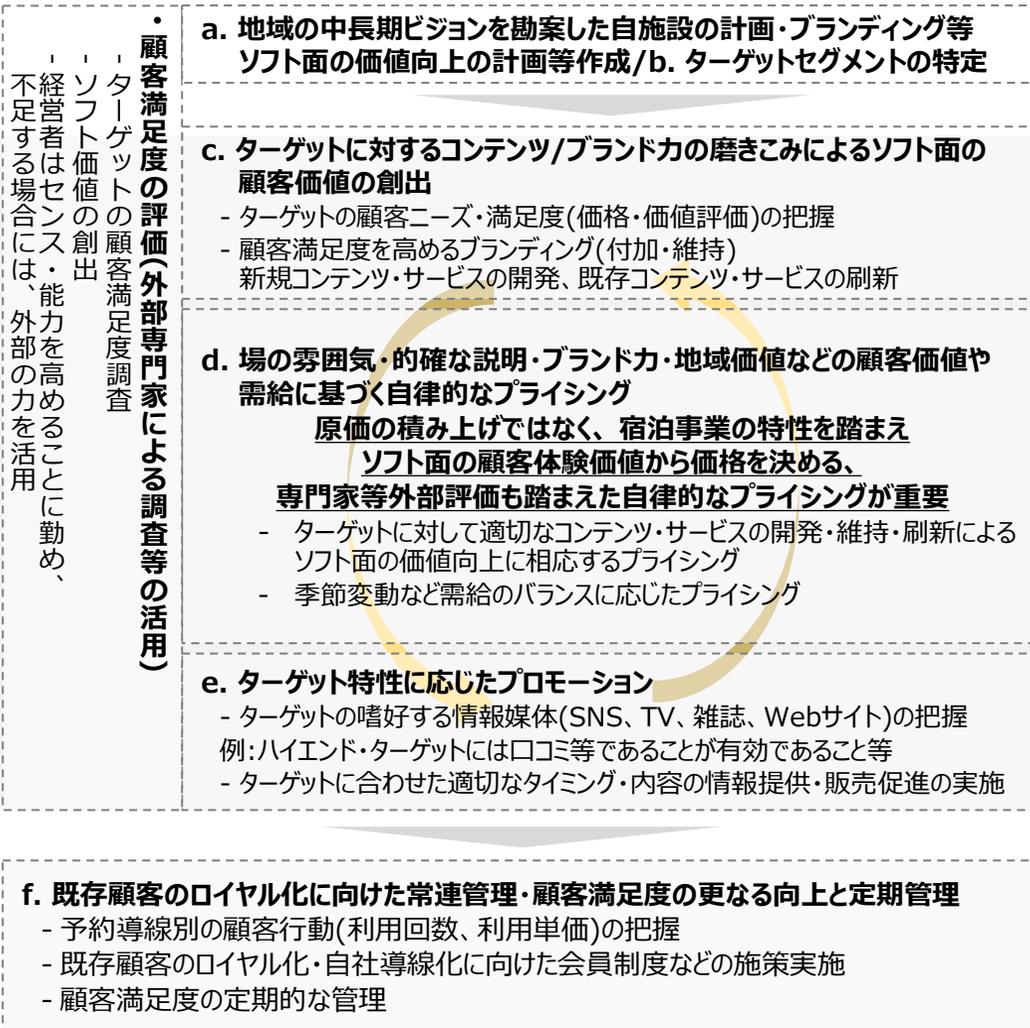
③顧客がサービスに対して感じる価値及び

経営者のプライシング能力の向上における取り組み詳細と見える化するべき事項

顧客価値向上および的確なプライシングにおける取り組むべきこと

見える化するべき事項

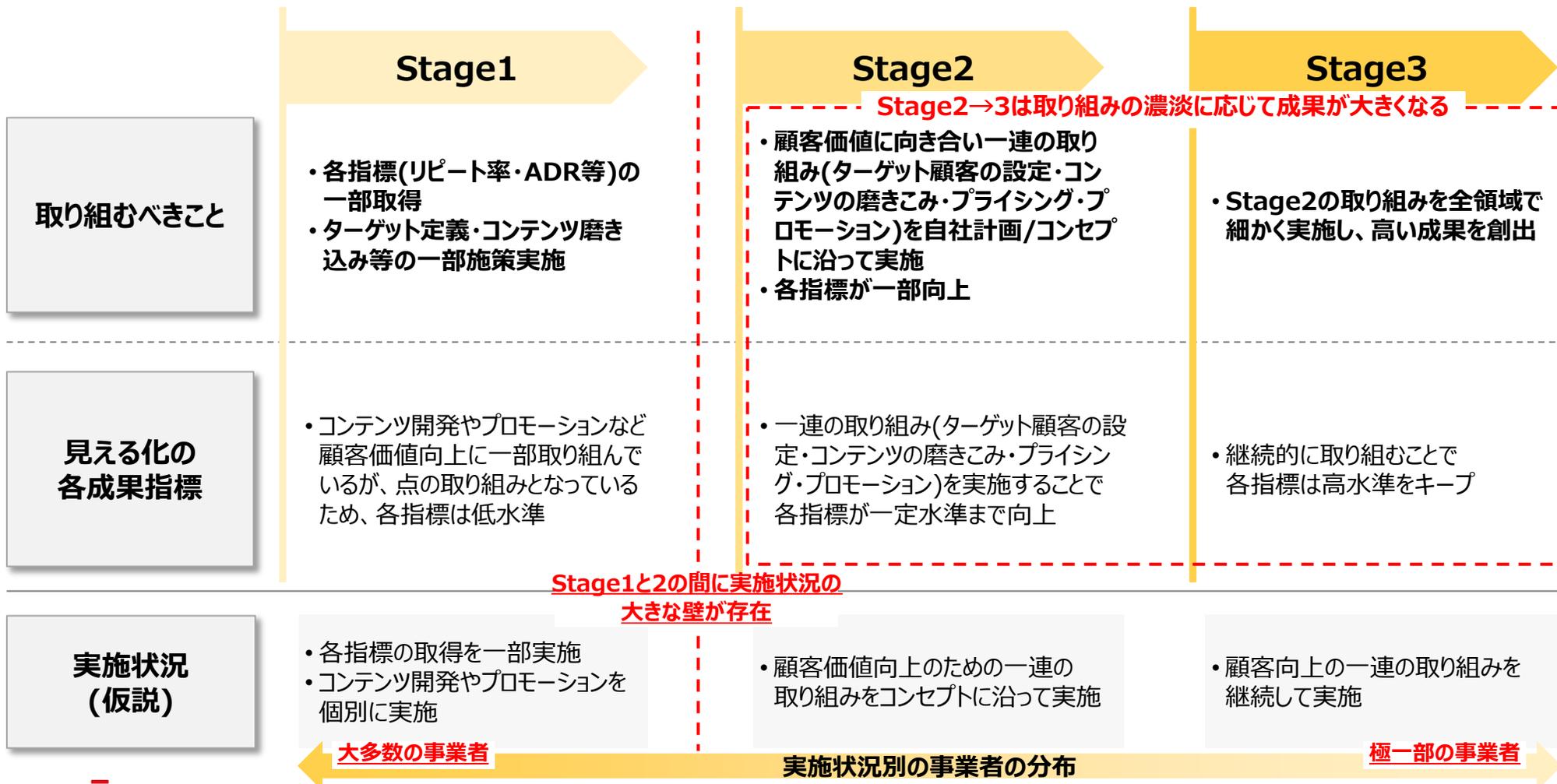
③顧客がサービス等に対して感じる価値及び経営者のプライシング能力の向上
(顧客価値向上の一連の取り組みと宿泊業特有の自律的なプライシング)



③顧客がサービス等に対して感じる価値及び

経営者のプライシング能力の向上における取り組みStage詳細

顧客に向き合ったコンテンツの磨きこみ・プライシング・プロモーションの一連の顧客価値向上の取り組みを実施し、さらに常連にも向き合うことで各指標が高水準となる



調査から見てきた宿泊事業者の実態

Stage1と2の間には大きな壁が存在し、ほとんどの事業者がStage1に留まっている状況

