

観光DX事例紹介②
デジタル化からDX化へ

箱根湯本温泉ホテルおかだ

2025.08.01

自己紹介

2001年 株式会社アイネット入社→NEC出向
2003年 フリーエンジニアに転身
2009年 ホテルおかだ入社ー現在常務取締役
2019年 トリップラボ合同会社 起業
2025年 株式会社トリップエックス 起業

現職

株式会社ホテルおかだ 常務取締役
箱根DMO マーケティング・DX担当
日本旅館協会 EC/DX委員会 委員長
株式会社トリップエックス COO

ホテルおかだ



TRIPX



**旅館経営に
必要なものを
必要なだけ。**

本日本お伝えしたいこと

自己紹介・会社紹介	01
当時の経営・運営課題とデジタル化の遅れ	02
経営改善・デジタル化の全体像	03
実際の取り組み一例	04
DX化に向けて大事だと思ったこと	05
DX化へのステップと全体像	06

ホテルおかだのご紹介



観光客数

入込観光客数
約2000万人

宿泊客数
約400万人

外国人比率（宿泊）
12%



ホテルおかだ概要

- 創業 昭和28年に4室で創業
- 社員数 約130名
- 部屋数 122部屋
- 収容 667名
- 年間宿泊人員 約10万人

グループ施設

- ーふるさと（宿泊施設）
- ー箱根の森（宿泊施設）
- ー湯の里（日帰り温泉施設）
- ー箱根の湯（日帰り温泉施設）



3本の源泉を所有しており、豊富な温泉の湯量を活用した温浴施設が魅力
温泉は大浴場・露天風呂施設「湯の里」・足湯の3か所を利用可能





一般客室から、露天風呂付（現在40室）まで多彩な客室タイプ

宿泊目的に合わせた、バリエーション豊かな客室





食事場所は3か所（宴会場・ビュッフェ・ダイニング）

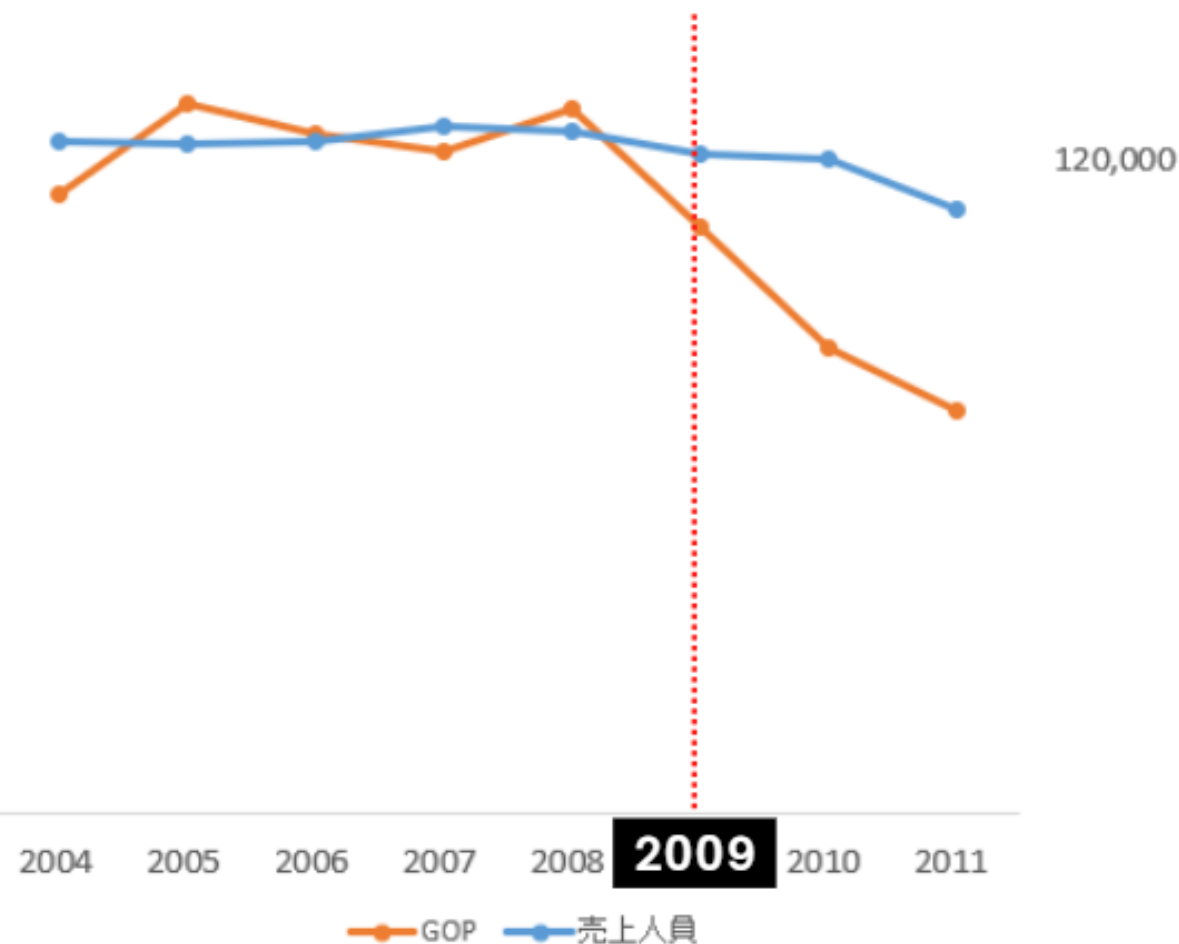
食事も旅行の気分に合わせて多彩な食事場所



団体向けの小～大宴会場、会議室、二次会場も充実



「経営課題」とデジタル化の遅れ



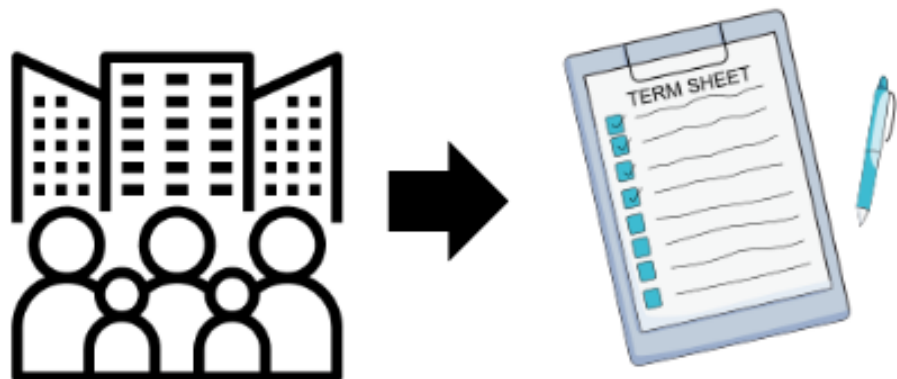
客数は一定なのに利益が出ない理由は？

- 客数横ばい／GOP急落
- 団体依存で単価を削り”量”で補填
→かえって利益圧迫
- 利益ドライバー分解する基礎データ欠如
※同期オンライン個人化シフト(OTA台頭)

選択/強化の「判断軸」
を作る必要がある

「運営課題」とデジタル化の遅れ

団体旅行



個人旅行



個別対応急増で
オペレーションが追いつかない

- 団体客は1件の予約に対してカスタマイズをした対応→**対応漏れ**
- 個人客は件数増でシステムが追い付かない→**正確・高速な処理が困難**
- 結果として、手作業の繰り返しが大量に発生→**転記反復・エラー・遅延**

余力捻出のため、まずは
入力時間大幅短縮を狙う

当時の状態：経験と人手に依存した運営

経営・営業戦略

当時の実態

週次遅延/集計粒度粗い
Excel手製

依存状態

判断＝経験と勘

欠如：速度/粒度/連続性

オペレーション

当時の実態

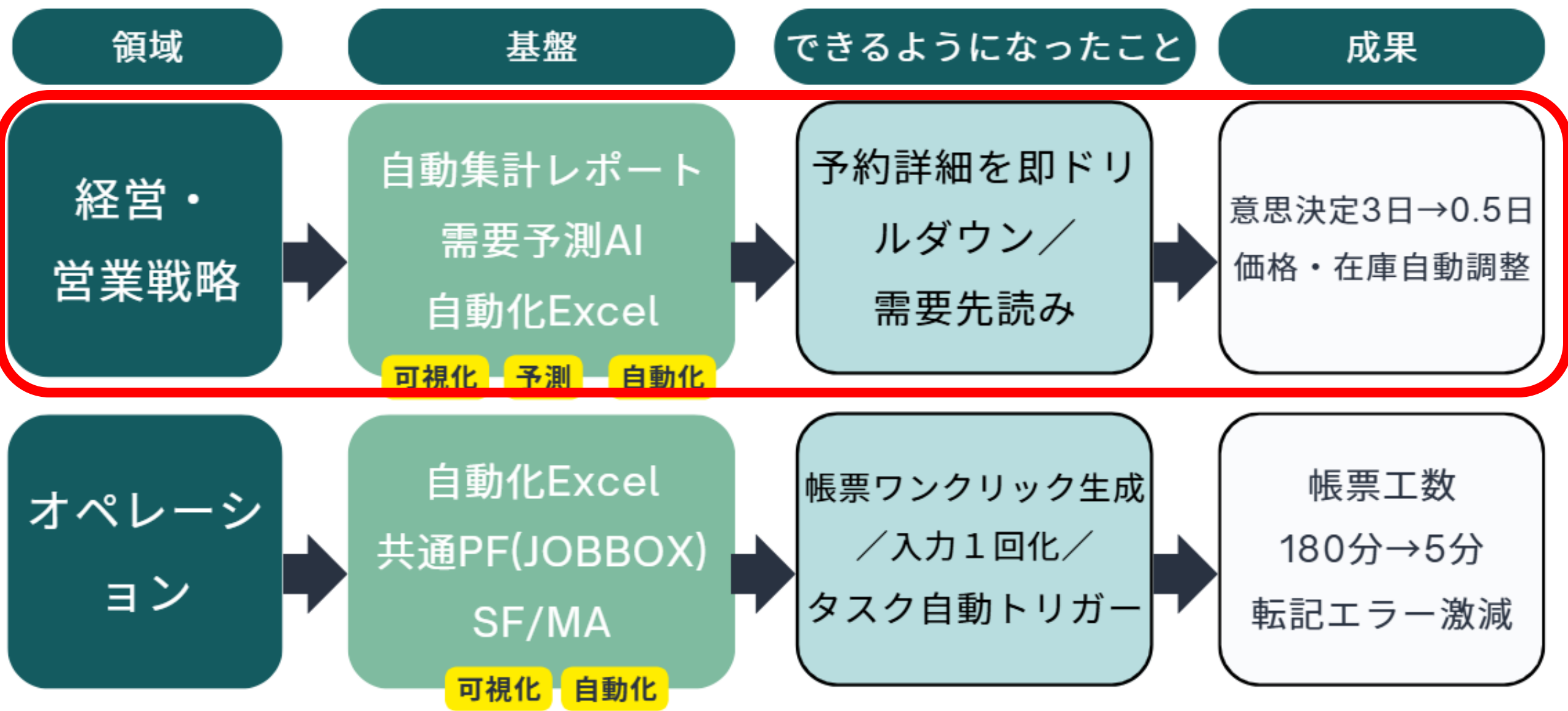
PMS＋紙＋PHS＋対面
分散データ

依存状態

**多重転記
＝繰り返し作業**

欠如：統合/正確性/自動化

現在の基盤：リアルタイム化と自動化で“判断速度×精度”を両立

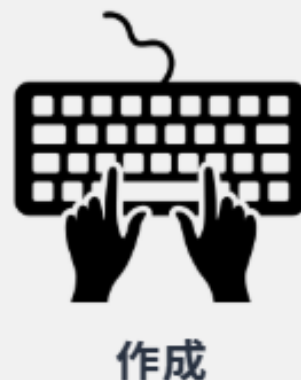


データ蓄積・活用でやったこと～当初の作業～

エクセルなどで手入力してグラフや表作成



PMSからデータを出力してピボットテーブルなど駆使して表やレポートを作成



時間かかる・間違える・データが粗い

データ蓄積・活用でやったこと～現在の作業～

エクセルマクロが自動でデータ収集・レポート作成



PMS



クリック



帳票

自動でPMSからデータを取得して毎日レポートが更新



PMS



BIレポート



帳票作成時間はほぼゼロ
担当者はデータから分析・検討のみ行う

データ分析の出発点 ～透過性を高める～

食事場所・チャネル・国籍など、
様々な切り口で細かく見れるように

細かく

傾向値だけでなく、特定期間
でも期間設定ができるように

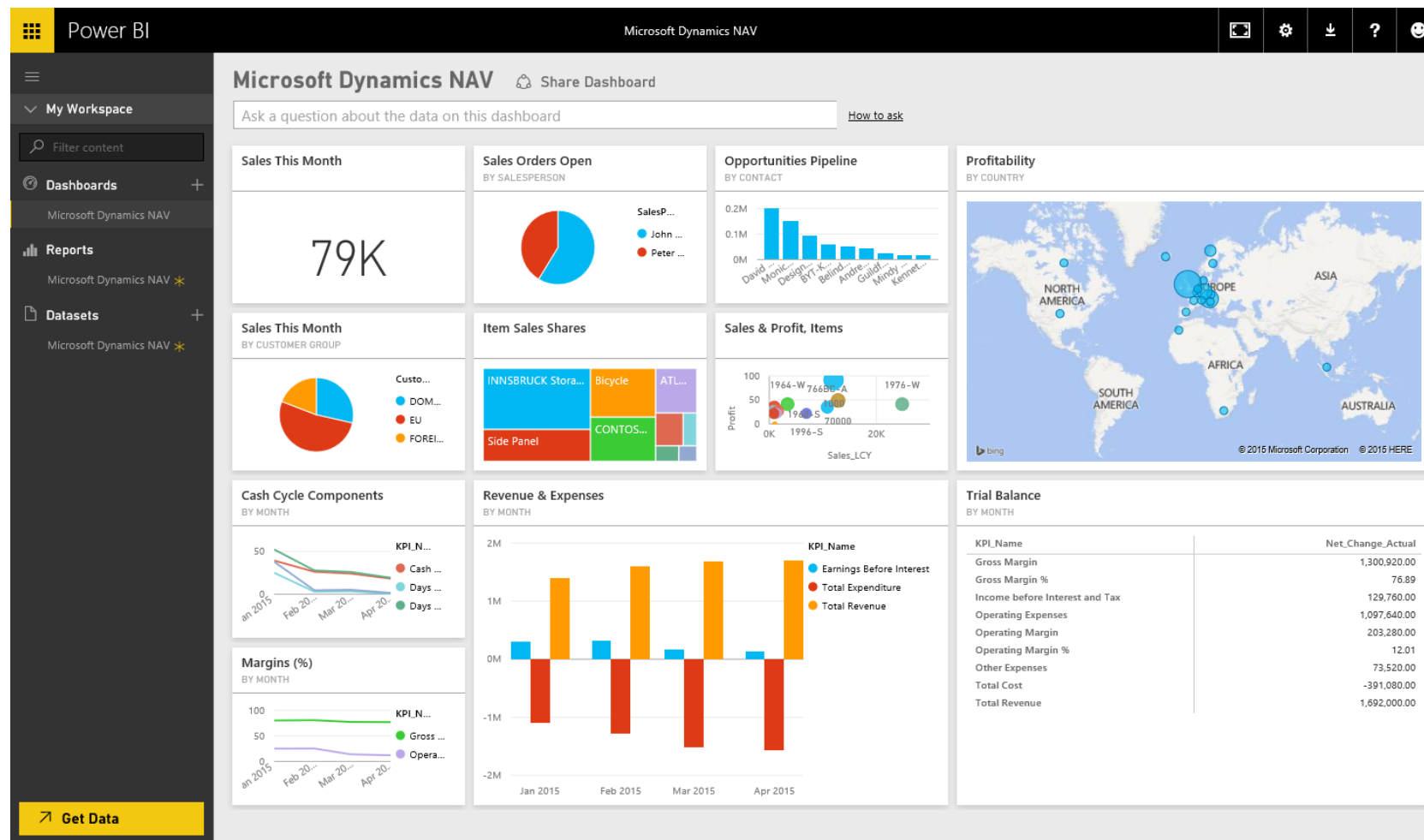
柔軟な
期間設定

すぐに作って、どんなに悪く
てもしっかり情報共有

早く
簡単に

そんなときに出会ったテクノロジー

セルフサービスBI



セルフサービスBI デモ

E19 : X ✓ 파트너

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	日にち	国籍	年齢	人数	同行者	日本滞在	訪日回数	何日前から	利用空港	箱根滞在	何日前に予	予約方法	ID					
2	4月21日	アメリカ	40代	4	友達	10	1	4	羽田	1	数か月前	HP	1					
3	4月23日	フィリピン	20代	3	友達	4	3	1	成田	1	知らない	JTB	2					
4	4月23日	アメリカ	30代	6	友達	14	2	5	成田	1	数か月前	なし	3					
5	4月23日	アメリカ	30代	6	友達	13	1	5	成田	1	数週間前	なし	4					
6	4月23日	不明	不明	6	友達	7	4	3	成田	1	1日前	HP	5					
7	4月23日	シンガポール	60代以上	2	パートナー	11	9	8	成田	4	3ヶ月前	Agoda	6					
8	4月24日	不明	30代	4	家族	10	11	8	羽田	2	1日前	じゃらん	7					
9	4月24日	イギリス	20代	2	パートナー	13	1	2	成田	1	2ヶ月前	HP	8					
10	4月25日	タイ	20代	4	家族	7	2	5	成田	1	1ヶ月前	Japanican	9					
11	4月25日	中国	30代	1	一人旅	7	2	3	成田	1	1ヶ月前	Ctrip	10					
12	4月25日	不明	40代	4	家族	8	11	3	不明	1	不明	不明	11					
13	4月26日	オーストラ	60代以上	2	家族	14	1	8	成田	2	3ヶ月前	Booking.co	12					
14	4月26日	不明	50代	2	家族	6	11	1	成田	1	1週間前	HP	13					
15	4月26日	不明	30代	2	家族	14	2	8	関西	1	1ヶ月前	Agoda	14					
16	4月27日	シンガポール	50代	2	家族	11	3	5	不明	3	2日前	Agoda	15					
17	4月27日	台湾	60代以上	2	家族	3	3	1	成田	1	1日前	不明	16					
18	4月27日	アメリカ	50代	2	家族	7	2	3	成田	3	1週間前	HP	17					
19	4月29日	タイ	30代	2	パートナー	14	11	8	羽田	1	2週間前	楽天	18					
20	4月29日	オーストラ	20代	2	パートナー	14	1	4	成田	1	3ヶ月前	Expedia	19					
21	4月29日	オーストラ	40代	3	家族	8	1	5	羽田	3	2ヶ月前	Expedia	20					
22	4月29日	台湾	30代	5	家族	6	5	0	成田	2	3ヶ月前	なし	21					
23	5月1日	アメリカ	20代	3	友達/パー	14	1	4	羽田	1	不明	Japanican	22					
24	5月1日	オーストラ	60代以上	6	友達/パー	14	1	5	東京(クル	1	4ヶ月前	flight centr	23					
25	5月1日	オーストラ	60代以上	6	友達	12	1	5	東京(クル	2	4ヶ月前	Adventure	24					
26	5月2日	イギリス	20代	2	パートナー	10	1	2	成田	1	不明	Ctrip	25					
27	5月3日	マレーシア	50代	4	家族	7	9	5	羽田	2	1日前	小田急	26					
28	5月3日	不明	50代	3	家族	7	10	1	不明	2	3ヶ月前	Japanican	27					
29	5月5日	フランス	30代	2	家族	12	1	4	成田	2	4ヶ月前	EVANEOS	28					
30	5月5日	韓国	40代	3	家族	4	4	4	不明	1	不明	不明	29					

メイン

目的

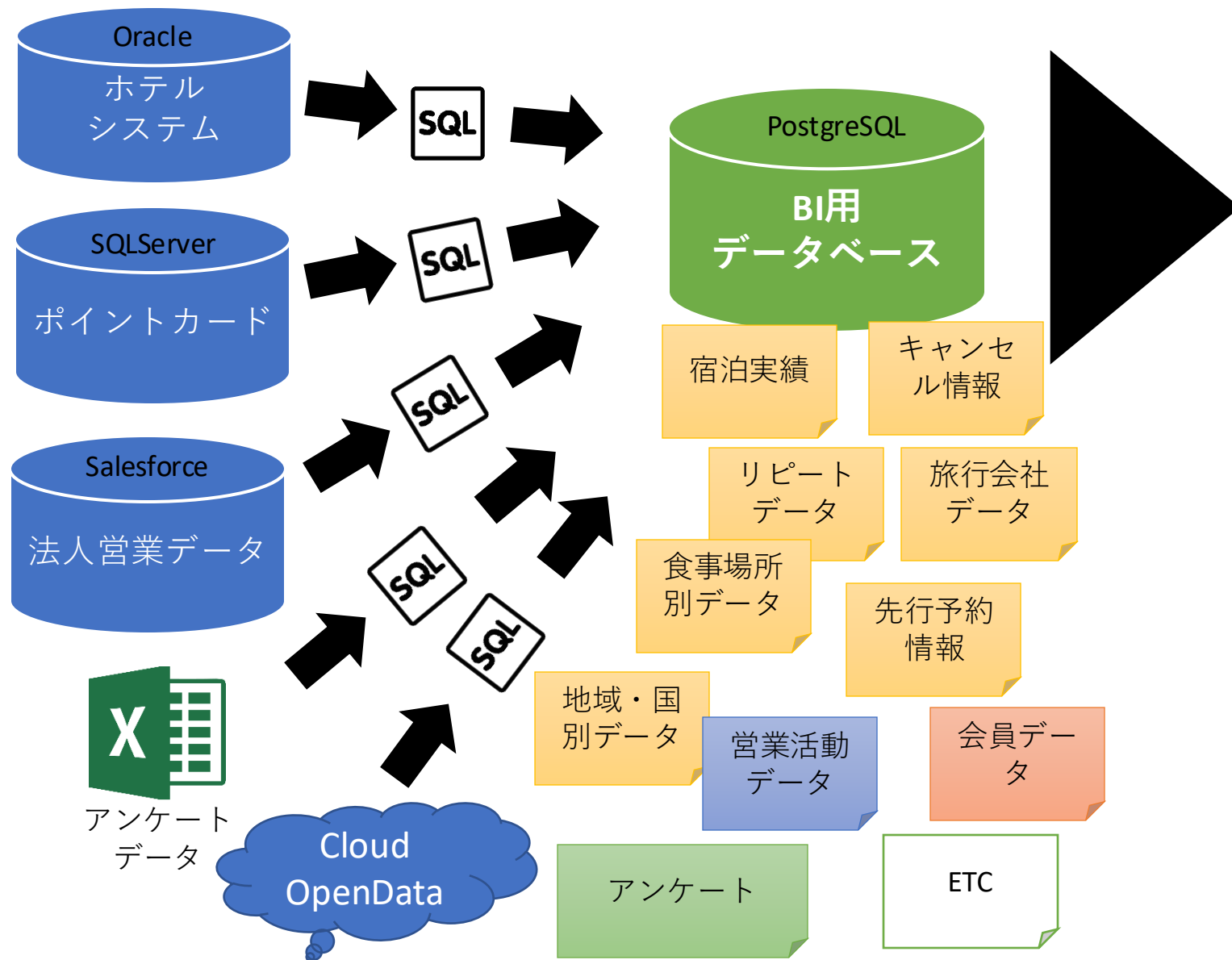
前泊場所

次の旅行先



100%

セルフサービスBIの活用



関連付ける・分析する！



レベニューダッシュボード

稼働率 77%

人数 8,168

売上 160,817

人単価 19,689

部屋単価 59,430

RevPAR 45,723

1日変化 売上 761,666

7日変化 7,609,137



■ 1日の変化



■ 7日間の変化



宿泊日

	稼働率	部屋	人数	売上	単価	単価-部屋	revPar
2025年7月1日							
2025年7月2日							
2025年7月3日							
2025年7月4日							
2025年7月5日							
2025年7月6日							
2025年7月7日							

ステータス	チャンネル	グループサイズ	エリア	泊数	宿泊タイプ
予約	すべて	すべて	すべて	すべて	すべて

ブッキングカーブ 売上

年 ● 2018 ● 2019 ● 2023 ● 2024 ● 2025



チャンネル	グループサイズ	地域	都道府県	複数選択
-------	---------	----	------	------

チャンネル-部屋数

チャンネルグループ 2018 2019 2023 2024 2025



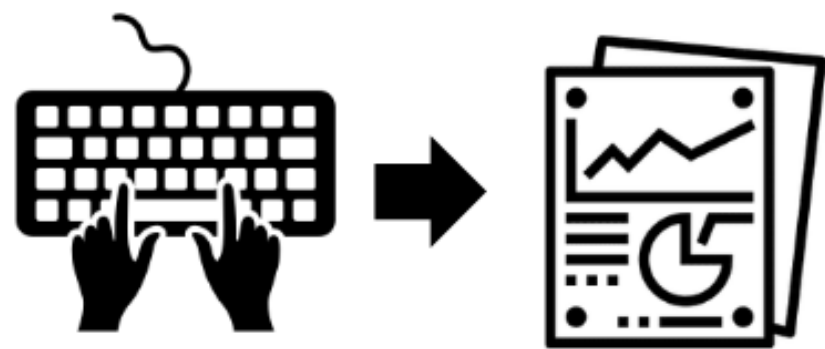
チャンネル-単価

チャンネルグループ 2018 2019 2023 2024 2025



デジタル化からDX化に大事だと思ったこと ～まずはデータ化・蓄積～

過去) 毎回直接エクセルに入力して帳票作成



現在) 入力はデータベースに登録。帳票はBIを利用



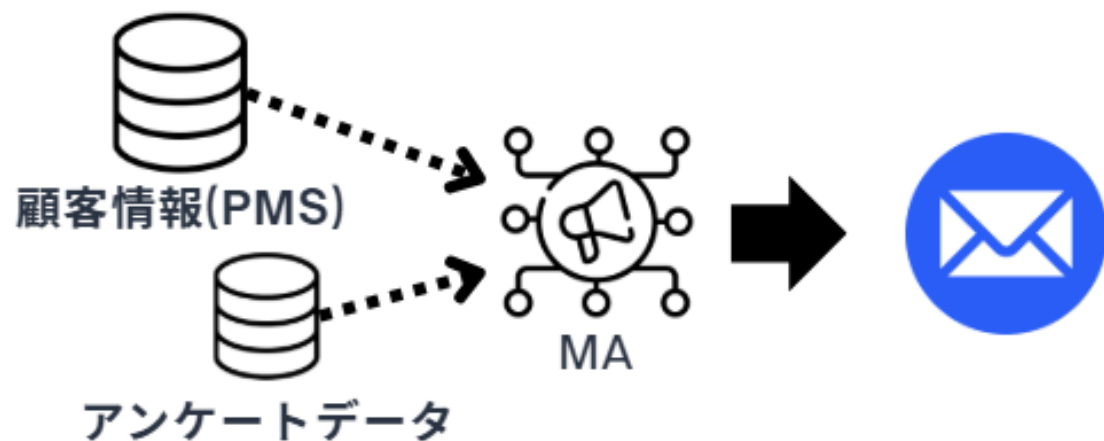
データ化することで

- ・ 分析期間を変えられない→任意期間で即比較
- ・ 過去再集計に数時間→過去5年も数秒
- ・ 粗い集計→属性x期間xチャネルなどの多次元分析

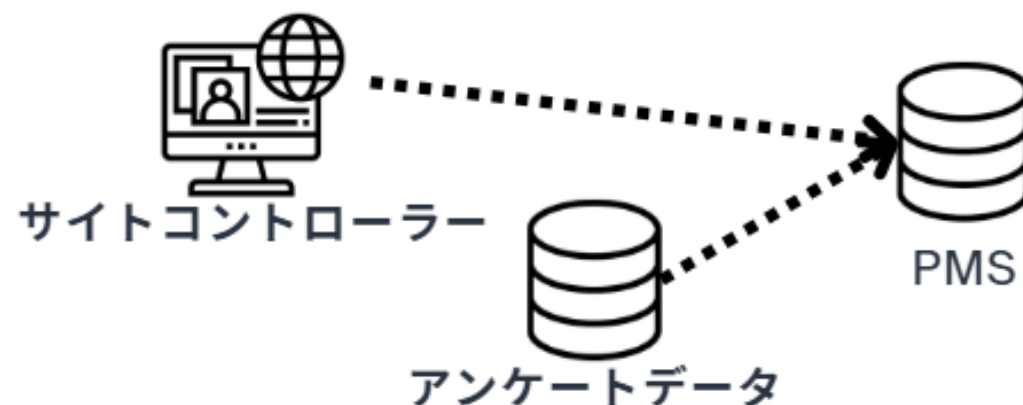
デジタル化からDX化に大事だと思ったこと

～データの連携～

PMS x アンケート
再訪パーソナライズDM



サイトコントローラー x アンケート
顧客履歴から配室最適化

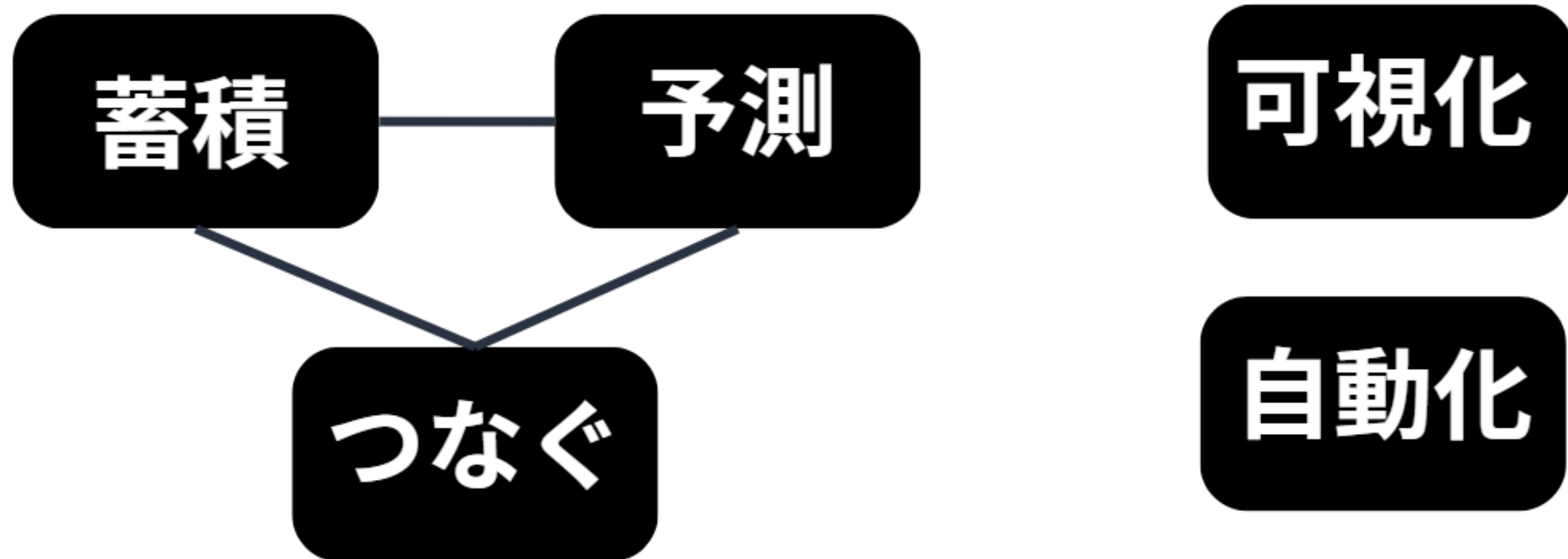


データ連携することで

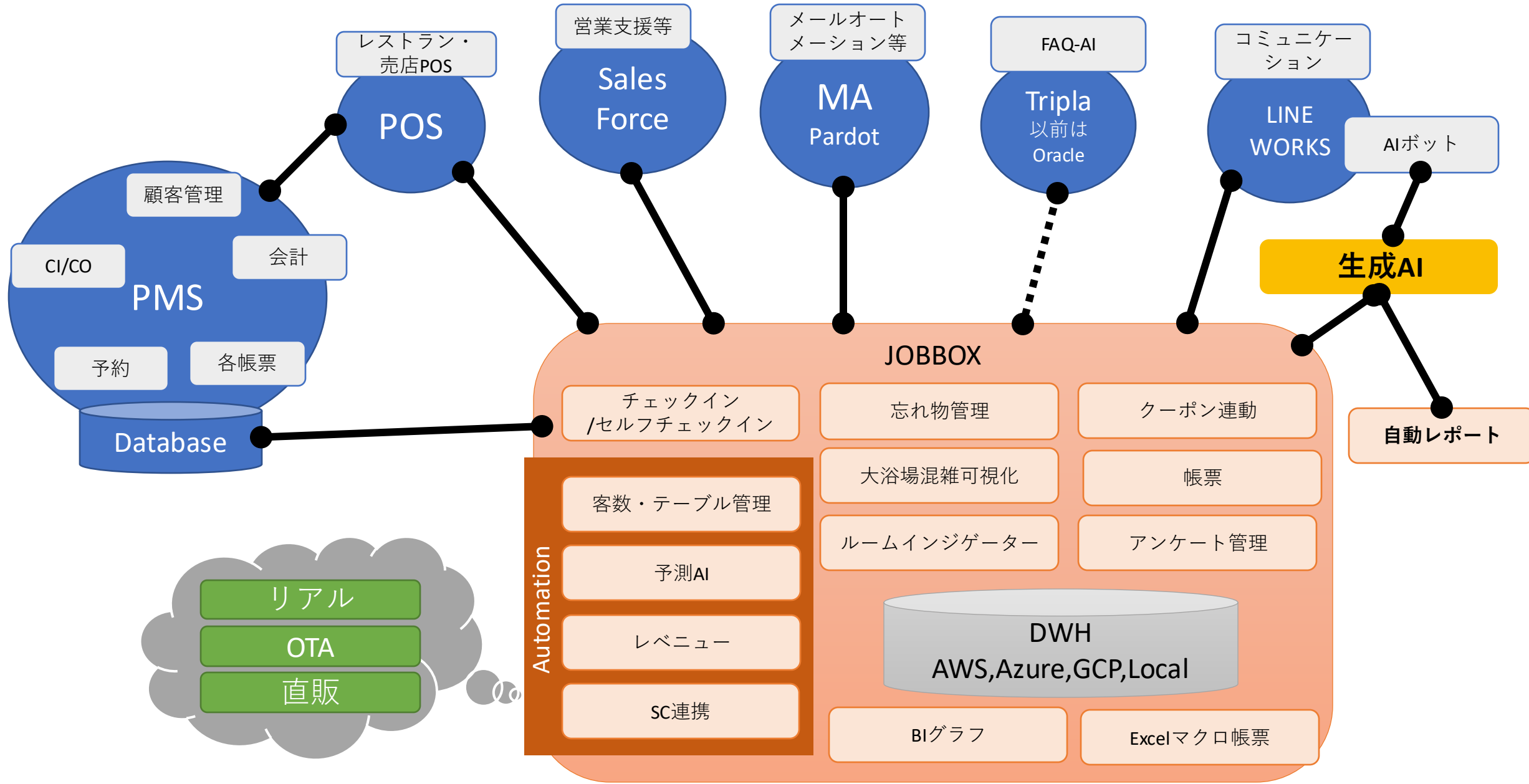
- ・より顧客によりそった仕組みができる
- ・生成AIを使えばさらに色々な事できる！

デジタル化からDX化に大事だと思ったこと

データを作る ➡ どう活用する



当社の取り組んできたDX



DXの2つのタイプ

効率化のアプローチと必要な基盤の違い

A. 単体自動化

個別業務の効率化。
データ連携なしでも成立。

 例：

- ・ 自動電話応答システム
- ・ 定型メール自動返信
- ・ クチコミ返信テンプレート
- ・ 簡易RPA（ルーティン作業）

"すぐ効く"

導入が早く、即効性がある

B. データ駆動DX（統合型）

横断データを**"共通データ"**に整え、
可視化→分析→予測→自動化まで回す。

 例：

- ・ 動的価格最適化
- ・ 再訪DMのパーソナライズ
- ・ 顧客履歴に基づく配室
- ・ 人員配置の最適化

"深く効く"

根本的な改革、長期的効果

両方やるが、Bには土台（**データ化・連携**）が不可欠

AとBを使い分けながら、段階的にDXを推進

旅館業務の具体例

単体自動化 vs データ駆動DX

業務	 単体自動化 (A) すぐ効く	 データ駆動DX (B) 深く効く
 問い合わせ 対応	IVR/自動音声 メール自動返信 即効	予約履歴・滞在で回答・提案を 個別最適 高効果
 クチコミ対 応	返信テンプレ・ 生成補助 即効	滞在履歴・評価で改善点抽出 → 施策自動トリガ 高効果
 料金/在庫	手動更新の リマインド 即効	需要予測・競合状況で 動的価格最適化 高効果
 集客	一括メルマガ 即効	セグメント別・再訪予測で パーソナライズDM 高効果
 ルーミング	ルームインジゲーター 即効	履歴・アンケートで最適配室・ サプライズ提案 高効果

単体効率化で時間を作り → データ活用で収益向上へ

これまで取り組んだデジタル化・DX化のステップ

パーソナライズ（生成AI）

目的：顧客満足度の向上（顧客体験最大化 / LTV向上）
施策：履歴×アンケート×MA×生成AI
成果：顧客満足度UP・LTV向上

自動化

目的：料金自動調整、メール自動化等（属人判断と作業忘れの脱却）
施策：料金自動調整 / SF（営業支援DM・帳票自動化）
成果：工数激減、売上向上

予測

目的：価格設定・シフトの改善（先読みで前倒し施策）
施策：需要予測の機械学習モデル
成果：機会損失の削減

分析

目的：戦略精度向上（収益ドライバー分解）
施策：自動集計BI（チャネル・セグメント・日付粒度ドリルダウン）
成果：ADR最適化・精度の高い営業戦略策定

可視化

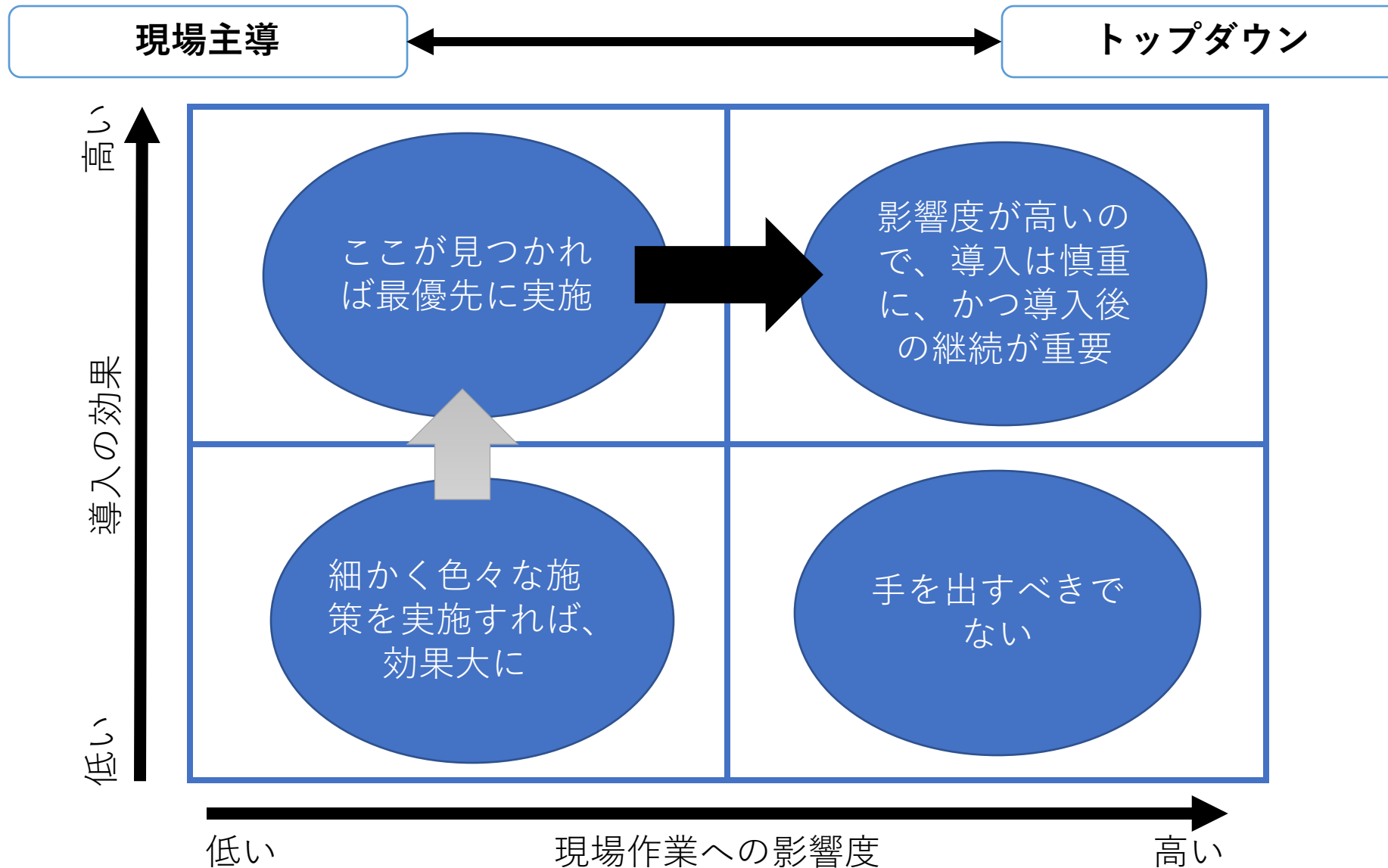
目的：現状把握のスピードアップ（“把握の遅れ”を解消）
施策：セルフBI / 自動帳票マクロExcel
成果：判断スピードアップ

データ化／統合

目的：共通データ基盤を構築
施策：PMS / 営業 / アンケート / 先行予約 ID統合
成果：状況の正確な把握・データの蓄積



デジタル化・DX推進の考え方



ご清聴ありがとうございました