

成果報酬型コンサルティングで 経営者負担を最小限に抑えて売上を向上

(株)J-needz

(株)J-needz
代表取締役
大福地元仁氏



(株)J-needz (ジェイニーズ)は、レジャー・ラブホテルの運営管理・コンサルティングを主業務として、2011年に設立された企業だ。新規参入企業ながら、業界の既存概念に捉われない運営手法で、所有者の資金負担を最小限に抑えながら売上を確実に向上させる取組みが評価され、設立3年弱で、運営管理・コンサルティングに関わるホテル数は16店舗(2014年7月時点)にのぼる。どのような運営手法で売上を向上させているのか、同社代表取締役・大福地元仁氏に聞いた。

成果報酬型のコンサルで 経営者はリスクなく収益を増額

——業界参入の経緯とは。
大福地 以前は、通販業界で商品の企画・製造・卸の仕事に携わっていたのですが、転職した会社がラブホテルの運営管理も行っており、その運営を任されることになった。2009年のことです。この業界を業界外からの視点でみると、売上は低下傾向だが改善点がたくさんあった。つまり将来の可能性は大きい。そう感じて、2011年に現在の会社を設立し、本格的に取り組むことになったのです。
——改善点とは。
大福地 ひと言でいえば、既存概念のなかで営業されているケースが非常に多いということ。10～20年前の1か月1室60万～70万円の売上があげられた時代の営業方法を、1室30万円になっても継続されている。この数年の急激な売上低下から「何をすればよいかかわからない」「従来のような大きな追加投資ができない」という状況も理解

できます。しかし、大きな追加投資をしなくても、既存概念を払拭して、現在の物販・サービス業の販売・集客のノウハウを用いた運営に変更すれば、売上・収益を増加させることは可能なのです。
——貴社の運営管理への関わり方は。
大福地 基本は、成果報酬型のコンサルティングです。ホテルの状況や関わり方で異なりますが、売上増加分の18～40%を当社の報酬としていただく。また、経営者の要望によっては、運営受託や賃貸契約にも対応します。

コンサルティングの場合、運営方法を変更し、その後は、当社社員が週に1、2回、ホテルの現場を訪れ、状況をチェックし指導を続けるという手法です。運営受託で当社から人員を常駐で派遣すれば、経営者の費用負担が大きくなってしまいます。運営方法を変更し、定期的にチェックし指導するだけで売上が向上するホテルはたくさんあります。このような方法なら、売上増加分のパーセンテージでの契約が可能になり、経営者にとってはリスクなしで収

益額を増加できることになります。
料金設定、サービス、広告宣伝で新規客を取込み固定客化

——売上を伸ばす運営方法とは。
大福地 大きな追加投資をせずに、ホテルの印象を変えます。それで、お客様に「一度行ってみようか」と思わせることがスタートです。

まず、料金設定の見直しです。安くすればいいのではなく、見せ方が重要。「宿泊5,000円ポッキリ」といった打ち出し方をしているホテルが多いのですが、なぜ4,980円にしないのか。通販業界では1万円という価格設定はありえません。9,980円です。わずか20円の差で売行きが2倍違うこともあるのです。「見せる価格設定」が必要なのです。

次にサービス内容の見直し。現在、さまざまな無料サービスや割引が実施されています。しかし「10回の来店で半額」といった割引は有効なのでしょう。3回来店すれば固定客化できるなら「3回で半額」にすべきです。

また、例えば、実際に利用頻度の高い“電マ”の貸出を1本ではなく2本にする。楽しみ方のバリエーションが増えます。延長コードも付けてやれば“気配りのあるホテル”とも思ってもらえる。わずかなコストでお客様の楽しさを増強できるのです。

アイデアを絞り出すのに掛かるコストは『0円』。その具現化にかかるコストはラミネート代込みで5万～10万円程度でしょう。あとは、利用者の動線を考慮してPRするだけ。その積重ねが売上につながる確実な方法です。「格好いい」「オシャレ」は、お金持ちに任せて、エロに対して「直球勝負」で挑みたいですね。

サービス内容に満足すれば、お客様の“値頃感”は確実に高まります。あの手この手で“値頃感”を印象付けていくのです。

そして、看板等やWeb戦略に代表される広告宣伝も重要です。看板の謳い文句をみると、もったいないと思うケースが少なくありません。「お客様満足度120%！」と表記するなら、なぜ「お客様満足度300%！」にしないのか。“大盤振る舞い”感が重要。とにかく1回行ってみようと思わせること。そこから始まります。

——契約時のホテル側の費用負担は。
大福地 看板やインフォメーション、サービスの変更等にかかる費用については、事前の打合せで了解を得てから臨みます。これまでの事例では、1ホテルあたり100万円から、多くても数百万円のレベルです。さらにリースや割賦を最大限に活用してホテル側の資金負担をできるかぎり軽減しています。

■アピール力の高い各種POP例



内装や設備は基本的に既存の状態を継続し、売上が向上してから、導入したくてもできなかった設備追加等を行なうという取組み方です。老朽化が進んだ状態でも、大きなコストをかけずにできる売上向上対策は数多くあるのです。——市場縮小が進んでいます。

大福地 少子高齢化を嘆く経営者もおられますが、そんなものは体裁のよい言い訳です。目の前を通る潜在需要は、手の届く範囲にしっかりと存在するのです。私たちは、大きな投資や格好いい謳い文句などは必要ないと断言します、そして経営者の可能性に対し、前向きにアプローチするだけです。私自

身は、ラブホテル運営の未来に素晴らしい「光」しか見えていません。しかし、周囲の関係者から聞く話はどちらかというところネガティブなことばかり。そのギャップに、このビジネス最大の可能性があります。そして、誰でもその恩恵を受ける権利がある。今後も私たちは、日々、売上向上を目指して邁進していきます。

【問合せ】
(株)J-needz
兵庫県神戸市中央区南本町通2-3-11
TEL.078-242-6333
FAX.078-242-5757
http://j-needz.com

■J-needzの売上向上手法

- 1. 単価設定 (利用しやすさの演出)**
 - ・端数表示を活用した“見せる価格設定”
 - ・利用可能な料金設定を細分化
 - ・低価格～高付加価値のメリハリ
- 2. サービス内容 (お客様を飽きさせない演出)**
 - ・無料サービスを強化
 - ・定期イベント開催
 - ・日替わりイベント開催
 - ・ロビーサービス開催
 - ・スタンプカード/来店クーポン導入
 - ・VOD導入
- 3. 広告宣伝 (店舗の個性を広く知らしめる)**
 - ・外壁面広告看板の設置
 - ・LED装飾
 - ・駐車場看板設置
 - ・のぼり設置 (50本)
 - ・店舗内POP/ポスター設置
 - ・客室内インフォメーション/POP類一新
 - ・インターネット広告の多様化
- 4. 取引業者の選定**
 - ・価格調整
 - ・スケールメリットを活かせる取引先の選定