

「HOTEL YELLOW」の改装内容と考え方



(株)マッシュアップ
代表取締役
藍元 望氏



(株)トラスター
代表取締役
嶋野宏見氏



(株)Hale Design
代表取締役
関口達也氏

——ラブホテル事業への新規参入の経緯からお聞かせください。

藍元 当社の母体は不動産賃貸業。近年の不動産は物件価格の高騰で利回りが低下しています。そのなかで、以前からラブホテル事業の高利回りに注目していました。ただ、知識もノウハウもなく参入するのはリスクが大きいです。的確かつ信頼できる意見を聞くことができる業界関係者を探し、トラスターの嶋野社長と出会ったのです。そのアドバイスを参考に一昨年にこのホテルを取得。また、運営に関してもプロの取り組みが必要と判断し、同社に委託したのです。

——今回の改装については。

藍元 約1年間、既存状態で営業を続け、売上・収益ともに順調に推移。しかし、休憩利用の高回転に依存した売上だったので、今後、価格競争が進めば収益は低下してしまうのは明らか。中長期的な収益確保には改装が必要、さらに、将来的に複数店舗の展開を目指しているの、改装への取り組み方とその効果を学びたいという背景もあり、今回の改装に至りました。

嶋野 当初はコストを抑えた表層変更の計画だったのですが、中長期的な収益を重視した改装をすべく、経営者、運営者、設計デザイナーの3つの視点から、投資額、改装内容、改装効果、収益の変化の相関関係を検討していったのです。異業種からの参入の場合、

投資的意味合いから短期的な収益だけを見るケースも多い。マッシュアップさんは複数店舗展開を念頭に置いているだけに、自ら競合店を視察し商圈の状況把握を図るなど、改装計画に前向きに取り組まれたので、過剰投資を避けながら本来の意味での費用対効果の高い改装ができたと言えます。

関口 宿泊稼動を促進させるために、まず、客室内の機能性や居心地感の総合的な見直しを図り、内装は、周辺店舗にはない「和モダン」をメインに、ラグジュアリー、リゾートのテイストの客室を配する構成。ただし、純粋な「和」では旅館になってしまうので、外国人がイメージする「和」をデザインしました。

藍元 LEDで光る畳や和風の大胆な柄のクロスなど、想像を超えた、インパクトの強い「和」の空間ですね。

嶋野 また、藍元社長の女性の感性もさまざまな部分に反映されています。

藍元 近年、若者層のラブホテル離れが進んでいると聞きます。しかし、デートのときに「あのホテルに行きたい」と思われる内容を提供すれば、離れた若者層も引き戻せるはず。そのためには、女性の支持が必要。ドライバーや各種アメニティなど、女性に訴求する細部にもこだわりました。

嶋野 経営会社として、収益に対してはシビアな視点で臨まれています。経費を抑えて収益を確保するという考

え方ではなく、コストをかけて売上を伸ばし収益を向上させるという取り組み方です。人件費に関しても従業員重視の姿勢で判断されています。

藍元 サービス業ではES（従業員満足）なくしてCS（顧客満足）はありえません。充実した雇用・就労環境の整備は不可欠です。

——今後の取り組み方は。

藍元 メンテナンスで劣化を抑えるとともに部分的な変更で新鮮さのアップデートを継続していくことを重視しています。そのためコストは集客力を維持するうえで不可欠と考えています。

嶋野 改装直後は新しいオペレーションとなり従業員の負担が増えますから、イベントやキャンペーンは抑えて臨みましたが、2月頃から積極的に取り組み、改装との相乗効果で集客力強化につなげていきます。

藍元 トラスターさんの得意分野でもあり、どのような効果が出るのか、とても楽しみです。

ラブホテル事業は、従来に比べて収益性が低下していると言われていますが、一般的な不動産賃貸業よりも確実に高収益です。しかも、大手企業にとっては参入障壁が高い業態。当社にとっては、将来に向けて魅力的な分野ですので、今後、前向きに複数店舗の展開に取り組んでいきます。