

## 連載 ● 運営改革のススメ⑤

# 「高齢化社会」への対応

(株)トラスター 代表取締役 嶋野宏見



しまの・ひろみ  
レジャー・ラブホテル  
歴30余年。2008年に  
トラスターを設立し、  
現在、30店舗を運営管  
理。「お客様が喜び、  
経営者が儲かる」ホテ  
ル運営に邁進中。

高齢化社会です。昨今、どの業界でも高齢者への対応を重視し、さまざまな取り組みをはじめています。

この1、2年、私自身も、TV・雑誌等から、高齢者のラブホテル利用をテーマにした取材をいくつも受けています。若者の人口減少とセックスレス化が進んでいますが、その一方で、元気で消費も活発な高齢者が増え、性の高齢化も進んでいます。高齢者の不倫も増えています。これを取り込まないのはもったいない。これまでもラブホテルは時代を先取りした空間づくりとサービスを提供して、集客力としてきました。高齢者への対応も、まさに時代

を先取りする取り組みの1つだと思っています。



近年、当社では、高齢者に向けたさまざまなサービスを実施してきました。

主な企画を列举すると、まず、偶数月の15日、つまり年給支給日に合わせた割引やイチゴ大福のサービス。さらに「55割（ゴーゴー割）」とネーミングした55歳以上の割引。免許返納者を考慮した「タクシー割引」など。ほかにも、客室玄関へのイス設置や客室への老眼鏡設置、入浴剤も高齢者に人気の草津や別府などの温泉バージョンを提供する等々、細部での気配りも実施してきました。

高齢者対策という、バリアフリーなど大掛かりな取り組み方を考えてしまいがちですが、このような大きなコ

ストを伴わない運営企画の施策でも、確実に高齢層の利用者が増加し、売上に貢献しています。

いま、弱電メーカーに要望したいのが、文字が大きく操作が簡単なりモコンを作ってほしいということ。さらには、キャッシュレス化やAI対応の機器が増えてくると思いますが、それらも高齢者の利用を念頭において、簡単かつ分かりやすい操作性を重視して作ってほしいのです。

高齢者に優しい宿泊施設。それをシティ・ビジネスホテルではなく、ラブホテルから発信していく。これは、新しい客層の開拓にもつながっていくと思っています。



12月は、ラブホテルも高稼動月です。しかし、昨年の12月は、集客・売上が良くなかったというホテルが多く見られました。暦や寒波などの天候が要因と分析する声も聞かれました。

しかし、同じエリアに立地しながら好調な売上を示したホテルもあるので、大きな改装は行なっていないけれども、お客様目線で、時代性を取り込みながら、さまざまなサービスを実施するなど、攻めの営業をしているホテルです。常に新鮮さを感じさせるための各種の企画やサービスに取り組む運営力が、売上を左右する要素としてますます大きくなってきているように思います。

確かに、現在の業界の状況を見ると、若者人口の減少やセックスレス化、車離れ、単価低下で大きな追加投資ができない等々、利用者減少・売上低下の要因は数多くあります。しかも説得力のある要因です。しかし、経営者にとっては、それらは「言い訳」です。これに納得して諦めてしまっただけではありません。何故、組数が減少し売上が低下したのか、理由を考え、対策を施さなければなりません。

そこで、もう1つ問題が生じます。何らかの対策を講じるにはコストがかかる。有効かどうか慎重に検討しなければならない。その結果、何もできない……。そのようなホテルが増えていくように思えてなりません。

まずは、失敗を恐れずに実行することが重要です。当社の高齢者に訴求する企画でも、当然ながら失敗もあります。以前、「敬老の日サービス」とダイレクトに打ち出した和菓子プレゼント企画を実施して、ほとんど反応がなかったこともありました。「シルバー」など高齢を意識させる文言は使わないことが基本とは思っていましたが、高齢者もラブホテルを使うのは当たり前というイメージをアピールしたいという意図からのネーミングでした。でも、失敗によって、何がどこまで受け入れられるのか、境界線が見えます。しかも各種企画を継続的に実行すれば、失敗企画があっても、常に何か面白いことをやっているホテルという印象につながります。もちろん、経営者1人で考えても限界があります。自分と異なる価値観や感性を有する自社スタッフの意見を引き出し、自身の考えと融合させながら取り組めば、従来にはない発想の企画がつけられるはずで