



最先端の機能を体験できるASKのショールーム。

ASK ショールーム OPEN! 人気チャンネルをすべてご視聴いただけます。

ホテルご利用のお客さまに人気のある視聴率の高いチャンネルを厳選!! アダルト、映画、音楽、ドラマはもちろん、特に人気の高い「旅チャンネル」。「パチンコチャンネル」もご用意!! 費用のご相談などは画面、機器を見ながら、**アドバイザーが、わかりやすくご説明します。**



4画面マルチスクリーンをはじめ、数々の機器と機能を満載したASKのシステムアップ例。

視聴できるチャンネル

映画・ドラマ	音楽	アダルト
カミングスーンTV(映画予告編ch) チャンネルNECO(邦画・ドラマほか) ANIMAX(アニメほか) 東映チャンネル(邦画、Vシネマほか)	スペースシャワーTV(邦楽中心) VMC(邦楽中心) MTV(洋楽中心) Music Japan TV(邦楽)	デジペロチャンネル(ホテル専用ch) フレッシュギャルズ いよかん通信 レインボーチャンネル
	エンターテインメント 全パチ(パチンコ・パチスロ) グリーンch(競馬) 旅チャンネル(旅・グルメ) MONDO 21(バラエティ)	その他にもたくさんのチャンネルをご用意しています。

ショールームでは、こんなメリットが!!

アダルト、音楽、映画、スポーツ...ジャンルごとに視聴率の高いチャンネルを視聴できます。視聴率がとれる、集客ができる最強のチャンネルの組み合わせなど、ASKが人気ホテルを調査し、編み出したノウハウをアドバイザーがお教えします。気になる月額料金、また使用方法、補償など商談。さらに衛星放送コンテンツ以外にも、テレビなどのハード機器など、様々なご相談に応じます。お気軽にお問い合わせください。



CLOSE UP!
ホテル経営の必須アイテムをフィーチャー!!

CS放送をご契約されたホテル様には、「館内放送局装置一式(TV変調器+CSチューナー+アンテナ)」を無料レンタル。さらに取り付け工事費も無料!!

いまやアダルトチャンネルは多種多様に乱立し、お客さまもチャンネルを選ばず時代。そんな中で家庭では見れない、ホテル専用アダルトチャンネルがあります。ASKが中心となって発足したDAN(デジタルオールネットワーク)の「デジペロチャンネル」。全国で3000以上のホテルに導入され、多くのファンを獲得しています。

喜ばれる最大の理由はオリジナル編集。デジペロは「天才倫理許可後にも自由に編集でき、お客さまの見たいところだけを分刻みで編集、放送しています。内容もお客さまのニーズに添って様々なジャンルから厳選。テレビをつけただけ、すぐ楽しめる!をウリに業界最大ブランドとしてますます拡大しています。



最大の魅力は他チャンネルにできない分刻み編集。DAN事務局が徹底的にチェックして良質の場面だけを放送!

EYES
お客様を満足させる。ASKの視点

ホテル専用アダルトチャンネルが望まれる理由は「編集」にあり!

いまや20数チャンネルもあるアダルトチャンネルですが、その中で業界唯一のホテル専用チャンネルがあるのをご存知ですか?
全国3000ホテル、20万ルームに導入され、熱烈なファンも数多く存在する「デジペロチャンネル」。
ホテルオーナーから指示される理由とは?

“つなぐ”シリーズ 「ASK変調器」新登場!!

変調器は館内放送の心臓部。楽しい番組をお部屋につなぐ多チャンネル時代の必需品!!

ASKはホテルのことを考えて、変調器を独自に開発。従来の半値を実現いたしました!!
低価格、高品質のASK変調器1,2,3,6,7,8チャンネル用の6機種をご用意しています。



変調器(3波用)
型式: AMD-300/全チャンネルテレビ変調器
特長: 1U筐体に3波内蔵したVHF~UHF迄のオールチャンネル方式のPLL型。90~770MHz間の任意のスイッチを、3波それぞれパネル面のキースイッチで自由に設定可能。
利点: スプリアスが60dB以上と高性能のため隣接チャンネルでの使用も可能。多チャンネル化に対応でき、中央集中システムに最適。

一般家庭の平均で、なんと1日、3時間19分もテレビは視聴されています。ホテルでの視聴時間もかなりのもの。いまやホテルもCS、BSを使った映画、音楽、娯楽等、たくさんのチャンネルを用意しなければ、お客さまは満足しない状況です。もちろんアダルトチャンネルも、お客さまの好みで選べる4チャンネルが主流となっています。ASKは、そんな多チャンネル時代を早くから見据えて館内放送装置の心臓部となる、高画質、低価格のTV変調器を開発。20年もの間、変調器の最大ブランドとして実績を上げています。現在1,2,3チャンネル用はもちろん、6,7,8チャンネル用も加えた新型6機種をご用意。他メーカーの変調器と比べ、使い勝手がよく、低価格の変調器をぜひお求めください。

ホテル経営のヒントを探す。 第1回 セブンイレブン強者のしくみ

2004年度、コンビニ三店舗総数は約4万2千店。その中で大手3社の日販は、セブンイレブン66万1千円、ローソン48万9千円、ファミリーマート47万1千円で、セブンイレブンとローソンの差は、日販で17万2千円、ファミリーマートとの差は日販19万円になりました。「なぜ、セブンイレブンにその強さがあるのか」、ホテル経営に何か役に立つヒントが隠されていると思われるので、それを皆さんと一緒に検証してみたいと思います。



アメリカのコンビニを日本流に翻訳して成功したセブンイレブン。

1. 商売の基準は、常に「お客さま」にある
「Yグループの創業者・伊藤雅俊名誉会長の著書『商いの道』で、会長は、お客様は来てくれないもの、商売とはね、お客様を大事にすること、そして信用を大事にすること、それに尽きるんだよ」と母親から絶えずいわれたと語っています。
信用……文字で表せばたった2文字ですが、それを獲得するために流した汗水はどれほどのものだったか想像に難くありません。それによって生まれた「Yグループ精神」が、「お客さまあっての商い」という感謝の心「とお客さまという謙虚な心」だったのではないのでしょうか。そのDNAが現鈴木会長の「商売の基準はお客さまにある」と言う姿勢から、セブンイレブンの隅々まで引き継がれていることが容易に理解できます。

2. 経営の基準は、徹底した「論理性」
見方を変えると、日本の大半の企業が情緒によって運営されているのに対し、セブンイレブンの経営は、すべてが徹底した論理性によって成り立っているということでした。したがって、論理の対極にある「どりあえず」と言うような曖昧な考え方はセブンイレブンには存在しません。
鈴木会長のビジネスの発想は、なぜなんだ? 「そんなの、おかしいじゃないか?」という会長の癖から生まれるようです。皆が肯定することについては、なぜ? と疑問を持つこと、皆が否定することについては、なぜ否定しなくちゃいけないんだ? と思うことが大切なのではないかと述べています。

次号VOL.2(2006年3月発行予定)に続きます。