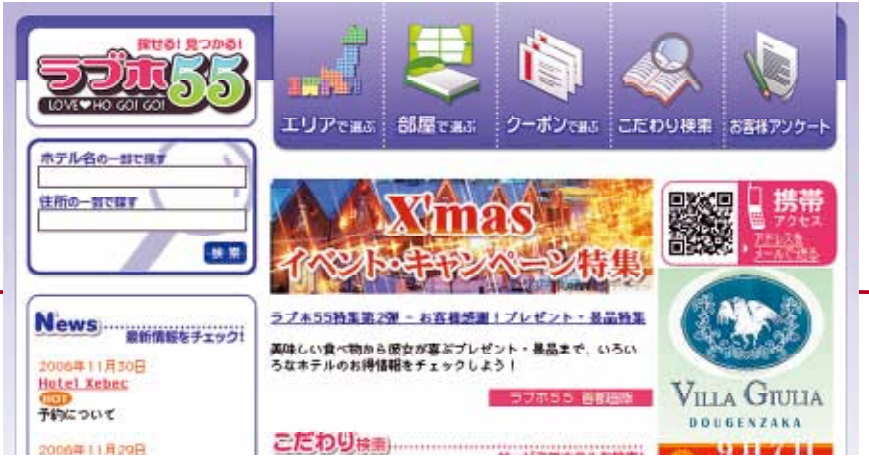


# お客様を呼べる ホテルプロモーションを考える

チェーン店化、大型店化など、ホテル業界の経営環境が劇的に変化中、お客様争奪戦も年々激しくなっています。

ここでは集客のためのツールや、効果的なサービスのアイデアをご紹介します。ちょっとした差別化が、集客アップの第一歩です。

東京、神奈川、千葉、埼玉、山梨などのラブホテル情報をお知らせする「ラブホ55」のホームページ。



この「V パラダイス」は、アクション&エロス盛りだくさんのビデオ映画（Vシネ）を中心に、定番となった韓国ドラマなどを放送し、男女幅広い層から支持を得ているチャンネルです。劇場公開作品を放送している映画チャンネルとは違い、地上波で放送する機会の少ない作品ばかりですので、ホテル利用時にお客様が「見たことないけど、面白い」と視聴される機会が多いようです。多チャンネルでの放送をお考えなら、ぜひこのチャンネル導入を



©「ガンクレイジー3」

## Part 2 大人向けエンタテインメント・CSチャンネル「V パラダイス」とは?



www.vpara.com/ お問い合わせ: 株式会社ASK tel 042-523-4649

**前回、アダルトチャンネルの話題が出ましたが、そういったものは、よく利用しますか?**  
マイコ DVDも見るけど、アダルトも見よわ。  
**あつこ** 見る見る。絶対見る。(笑)。マイコ 私は彼氏が見ないでいて、強引に見させる。(笑)。一緒に見ようよ。話のネタになるし、いやだーと言っつくり見る。(笑)。  
**あつこ** 女の子同士でもDVDとか借りて見るからね。(部屋に置いてある)アダルトの番組表も、絶対にチェックする。アダルトチャンネルもたくさんあるから、研究します。  
**エミ** 結構年配のおばちゃんが出てくるヤツ。あれはイヤだな。彼氏も見ないし、それだったら普通にかわいい女の子が出てきて、ハードなことするのがい、メイクアップののとか、インテリジェントとかいらぬなあ。DVDとかビデオみたいに早送りとか出来ないから、チャンネル替えたくなる。



(写真) 左より、エミ/仮名(飲食店勤務23歳)、あつこ(OL 24歳)、マイコ(ダンサー27歳) 撮影協力: ラ・ミッシェル

**マイコ** アダルトチャンネルはすごく重要だから、いいものを選んで置いてほしいなあ。いくつチャンネルがあっても、選べるのがベスト。大画面テレビがあったら、もうそれだけでずっと楽しんじゃう。  
**テレビは重要なポイントですが、他にも演出とかで、関心したことは?**  
マイコ うまいことやるなあと思って思ったのが、何もかもがラブホ仕様なところ。座るところも何もかも、いちいち密着させようとする演出は、つきあいの短い彼氏と来たときにすごくいいと思う。  
**あつこ** 電気消したら、すごくムードイな雰囲気させるホテルがあまりない。部屋の天井にプラネタリウムみたいに星が輝いて、ロマンチック。  
**エミ** 話題のシャワーをレンタルできるところがあつて、使ってみたかったから、ちよつとよかつた。また行きたいって思わせてくれた。  
マイコ 置いてあるパジャマが可愛いホテルもポイント高い。  
**エミ** それ、いいなあ。私がいったホテルは、パジャマがあつたんだけど、すごく中途半端なサイズで、彼氏が病院にいたみたいに見える。すごくイヤだ。(笑)。  
**最後にこんなホテルなら、また利用するってポイントは何?**  
**あつこ** ホテルって日常を忘れる空間だから、室内は非日常の空間にして欲しい。部屋にテーマ性が欲しい、パリならパリ、和風なら和風。小物も徹底的にこだわって欲しいな。  
**エミ** マッサージ機が欲しいな。ありそうでない。あと、さっきもいったけど、シャワーとか。ちよつといいもの使ってくると、見返りは大きいよ。  
マイコ 急にホテルに行くことになったとき、ホテルに下着を用意しておいて欲しい。  
**エミ** それ、あるある。  
マイコ 10種類くらい可愛いものが置いてあつて、安っぽくないのがいい。前に行ったホテルで紙パンツみたいのがあつたけど、恥ずかしくて使われへんかった。よければ、絶対に失敗しないね。男はあんまり細かいところ見てないと思うけど、女の子は見るからね。  
**リピーターをつくるポイント**は、ただお金をかけるのではなく、女の子たちの視線でちよつとした気遣いができているかどうか。お店に合うサービス

**ASKホームページリニューアル**  
株式会社ASKは、06年12月よりホームページを新、よりわかりやすく、最新の情報を掲載しています。スカイパーフェクTVのチャンネル導入や、ホテル用設備の購入をお考えなら、ホームページをご覧ください。またBRANDIAのバックナンバーも無料で購読できます。  
<http://www.cs-sask.co.jp/>

**ホテル経営のヒントを探す 第4回**  
話題の書「ブルオーション戦略」より  
**取り除く、付け加える**  
話題の書「ブルオーション(BO)戦略」の4つのアクションを、ホテル業界の戦略に当てはめて考えてみました。  
ホテルにおけるBO戦略とは、  
「ターゲットとするホテル利用者は誰か」という点において業界の常識を問い直し、需要を押し上げ、競争から抜け出すことを狙ったものから従来の常識とは全く違った角度からホテル業界を眺めてみることで新たな発見が出来るかと確信しております。

**戦略的マーケティングとして話題の書『ブルオーション戦略』: 競争のない世界を創造する。これは、ホテル業界にも、もちろん通用します。**

Q1 業界常識として商品やサービスに備わっている要素のうち、取り除くべきものは何か  
Q2 業界標準と比べて思い切り減らすべき要素は何か  
Q3 業界標準と比べて大胆に増やすべき要素は何か  
Q4 業界でこれまで提供されていないサービスで、今後付け加えるべき要素は何か

「Q1」は、業界内の各社が長い間競争のよりどころとしてきた要素について、**取り除くべきか、どうかを判断する時が来ます。**「つじつま」要素といつのはえてして、もはや価値がないにもかかわらず、提供するものが当然」とみなされています。ご利用者の評価のポイントは時として大きく変わるものですが、他者との比較ばかりに躍起になっていると、ご利用者のこうした変化に対応できないだけではなく、気づきもしくくなります。

「Q2」は、競争他社に追いつき追い越そうとするあまり、商品やサービスに余計な要素を盛り込んでいないか、**振り返るきっかけ**となります。このような状態に陥ったホテルは、ご利用者に奉仕しすぎて、利益が増えないのにコストばかりを抱え込んでしまっています。

「Q3」は、業界がこれまでご利用者に強いてきた不都合をあぶり出し、それを解消するための問いです。

そして、「Q4」は、**ご利用者に斬新な価値をもたらして新たな利用者を生み出し、業界の価格水準を改めるのに役立ちます。**

「Q1」と「Q2」を通して取り除くべき要素、減らすべき要素が何かを考えてみると、競合他社よりもコスト面で優位に立つためのアイデアが浮かんでくるはず。 「Q3」と「Q4」は、利用者にとっての価値を高め、新たな利用者を生み出すための知恵を引き出してくれます。

とりわけ重要なのは、「取り除く」「付け加える」というアクションで、既存の競争要因の枠組みにとらわれたまま価値を最大化する発想から逃れられる。取り除く、付け加えるというプロセスによって、競争要因そのものを刷新して、従来の競争ルールを無効にするのである。

**優れたブルオーション戦略には、メリハリ、高い独自性、訴求力のあるキックフレーズと「つじつま」の特徴があります。**御社のマーケティングを見直す際に、ホテル業界の常識に囚われすぎているか、もう一度Q1からQ4を自分のホテルにあてはめて、考えてみてはいかがでしょうか?

ブルオーション戦略: 競争のない世界を創造するより

