

Masterpiece

IT リアルビジネスのマスターピース

TKPが設立された2005年8月。

当時32歳だった河野氏は、少し変わった視点から

“あたらしい仕事”を生んだと言ってもいい。

IT・金融業界で培ったノウハウを活かし、

リアルビジネス（貸会議室事業）との融合を果たしたからだ。

ITとリアルビジネスの融合とは一。

まさにマスターピースと言えるビジネスモデルを作り上げた

経営者・河野貴輝の今に迫った。

Internet Business × Real Business

株式会社ティーケーピー 代表取締役社長 河野 貴輝

【企業向け総合アウトソーシング事業】



経営者になるまでの 仕事環境と時代背景

TKP代表・河野貴輝氏を知っているだろうか。大手企業をはじめとする75000社に及ぶ会員企業からリスバクトを受け、直営の会議室数は全国に約1200室、月間利用社数は8000社を超える。企業向け総合アウトソーシングを軸に貸会議室事業で手腕を発揮し、会社の業績を伸ばし続けてきた勢いのある経営者だ。

1972年、大分県大分市に生まれた河野氏。祖父はスポーツ用品店やジーンズセンターの運営に従事していた実業家で、店番の手伝いなどを通して幼い頃から商売の面白みを肌で感じる。それが商いを志す原点であったという。1996年に慶応義塾大学商学部を卒業し、同年に伊藤忠商事株式会社為替証券部に就職。主な業務は為替と債券と株式のリーディング。その後、社内ベンチャーではじめた日本オンライン証券株式会社（現カブドットコム証券株式会社）設立に参画、イーバンク銀行株式会社（現楽天銀行株式会社）取締役営業本部長などを歴任した。起業に至る2005年までの9年間で得た金融業のノウハウや貴重な経験は、IT・金融ツールを活かしたインターネット証券ビジネスに焦点を当てたもの。当時はまだインターネットが定着して間もない頃で、ADSLから光回線へ移行する動きが高まるなど、ITイン

フラが整備されている変換期と言えた。その中でさまざまな葛藤もあったというが、実力は折り紙付きであった。

空きビルを見て “もったいない”と思った それが起業のきっかけ

2005年1月。この日本ではPopやブログ、SNSといったブームがさまざまなに吹き荒れていた、まさにITカルチャークラッシュとも言える年。その中で新たな会社が出現した。それが株式会社ティーケーピーである。取り壊しの決まっているビルを貸会議室にし、コインパーキングの空間版のようなビジネスをスタートさせたのだ。起業に至った動機を河野氏はこう供懐する。

「当時32歳、次に何をしようかと考えていた時期でもありました。その時に、ある空きビルを目にしたんです。ちょうど六本木界隈のミッドタウンが建設中だった再開発地域でした。そのすぐ近くには六本木ヒルズがあります。僕は“もったいない”と思ったんです。当時は都心部を中心に空いているビルや取り壊しの決まっているビルが山のようにあって、そのままにされていました。同じ六本木でも、建設中だったミッドタウンの周辺地域は暗々としていて、ヒルズの周辺は明々と街が活気づいて見えました。ビルが活用されている地域とそうでない地域には大きな隔たりがあったんです。立退きや



取り壊しが決まった空きビルが使われな
いままという状況は、当然もったいない
ですよね。それを何とか上手く利用でき
ないかと考えて、貸会議室にしようと思
い立ったんです。オフィスとして永続的
に貸すことはできなくても、一時的にオ
フィスや会議室として活用してもらっ
とができる。それが起業のきっかけです”。

**誰も目にとめなかった
不稼働な空間を有効活用する**

当時の日本は会社の組織体系は年功序
列が一般的と言えたが、ITバブルを機
に若者も経済の世界に進出していく場が
増えている。河野氏もその一人であった。
「私も起業する上でインターネットは欠か
せないものと考えていました。前職では
ITツールを活用しながらネット証券や
ネット銀行の設立に携わってきましたが、
インターネット完結型のビジネスは見当
たらなかった。強いて言えばオンライン
ゲームやSNS、デジタルコンテンツな
どになりますが、僕は空きスペースがあ
る不動産に、インターネットを通してス
ポットを当てるという考えに行きつい
たんです”。

”もったいない”から発想した貸会議室
事業は、いわば典型的な”リアルビジネ
ス”と言える。ビルオーナーからサブリ
ー、建物の稼働率を高めて収益を出し、
誰も目にとめなかった不稼働な空間を有
効活用するもの。その市場を拡大できた

要因の一つに挙げられるのが、ITツ
ールの活用だ。

「創業当時は自分で新たにサイトを構築
して集客を募りました。初期投資は10万
円程度でした。自分で電話を取って入金
を確認してお客様が来る前に鍵を開ける。
そんな単純作業を毎日繰り返ししていま
した。そうしたら注文が毎日のように入っ
てくるようになった。当時はインターネッ
トで集客する貸会議室業はなかったので、
独占状態だったんです。これはいけるな
と思いましたね”。

同社は貸会議室ユーザーのための専
門サイトを事業化・運営している。これ
が現在の「貸会議室ネット」の存在であ
る。ITツールをフルに活用すること
で集客を増やし、すぐに各業界からの注
目を集めることとなったのだ。売上は
2億、7億、10億と年々増。事業を全国
に拡大し、スピード感のある展開をして
いった。しかし2008年、起業から3
期目を迎えた同社にリーマンショックの
波が襲った。

**企業を存続させていくために
積み重ねてきた
リノベーション**

「リーマンショックを皮切りに、1カ
月で5億円のキャンセルを受けました。
赤字額はおよそ1億円。普通であれば
即倒産してもおかしくないような額です。
当時はビルやテナントのオーナーへの支

出だけで2億円ほどありましたから、ど
うにかして下げられないかと考えました。
売上げを補填するための策が不可欠だっ
た”。

経営者として大きな逆境に立たされた
河野氏だったが、すぐに打開策を見出し、
実行に移した。「業界を見渡してみると、
賃貸マーケットもリーマンショックの影
響で相場が半分くらいまで落ち込んでい
ました。同業界に身を置く会社として賃
料の値下げ交渉は必須だと感じました。
支出を少しでも下げるため、自らオーナ
ーさんを1件1件回り、それが結果として
約8千万円のコストダウンにつながった
んです。もちろんそれだけでは充分な売
上げの補填にはなりません。とにかく受
注をいただけるよう、時間貸会議室の1
時間当たりの単価をさらに3割下げて提
供しようかと決断したんです”。

そして利用社数は2倍に膨れ上がる。
ピンチをチャンスに変えた。既存のリア
ルビジネスはあくまでも、積み重ねてき
たリノベーションがあってこそ維持でき
るものなのだ。

**3つの成長キーワードと
そのために必要なこと**

これまで、マーケットの需要に柔軟に
応えてきた同社。現在のマーケットシエ
アは60%、リビーター率は80%に達する。
より充実したサービスを提供し続けるた
めの企業努力は必然のことである。付加



この日のロケーションとなったのはTKPのフラッグシップ「TKP ガーデンシティ品川」。頻りに視察に訪れるという会場内に足を踏み入れると、河野氏の目は変わる。

Takateru Kawano

1972年、大分県生まれ。慶應義塾大学商学部卒業後、伊藤忠商事株式会社為替証券部入社。日本オンライン証券（現・カブドットコム証券）、イーバンク銀行（現・楽天銀行）の立ち上げプロジェクトに参画し、ITと金融の融合事業を手がける。イーバンク銀行で取締役営業本部長等を歴任した後、2005年8月、株式会社ティーケービーを設立、代表取締役就任、現在に至る。

価値を高めるため、お弁当やケータリング手配、さらには旅行業免許を取得して利用社に出張から宿泊までの手配を一括で承るなど、業務の改善は日々徹底した管理体制の中で行ってきた。河野氏は言う。「ただ会議室を作っていくだけでは、もう2次曲線の成長しかない」と。では、そこから更に成長を加速させていくためには、どういった方向性を示していくことが必要なのか。

「成長キーワードは3つ。一つは垂直統合です。私たちが取り組んできた事業では、川上から川下まで一環して内製化するということに注力してきました。たとえばホテルの宴会場を最大限に活用するため、平日は会議室、夜は企業のパーティや懇親会、土日は展示場や結婚式の披露宴会場など、それらに関わるさまざまな業務が生まれます。配膳や接客、電話応対など、従業員もマルチに能力を発揮する必要があります。人材をマルチタスクにしていくことで、効率が上がリ、内製化を果たすことができるんです。」

2つ目は多角化ということです。多角化というのは何も関係ない事業をただ多角化するのではなく、現事業に付随・派生していける事業を多角化することです。これも重要な成長要因です。そして3つ目は国際化。マーケットは日本国内だけではないですから、アジアや欧米があつて世界のマーケットがある。日本発のビジネスモデルをどこでも利用していただけるように、一気にマーケッ

トを広げていくことも大事だと思っております」。

新しい分野に挑戦し クリエイティブすること

確立されたビジネスモデルを世に投げ、安定した経営を続けてきた株式会社ティーケービーは、さまざまなことにリスクテイキングできる企業へと成長した。近年では日本国内の事業展開に留まらず、上海・香港・シンガポール・ニューヨークと海外への進出も目覚ましい。「取れるリスクは取る」と語っていた河野氏に、その真意を尋ねた。

「リスクを取らないとリターンはないんです。グローバルな時代ですから、常にアグレッシブさを持っていかないといけないですし、守りに入ってはいけないと思っています。常に新しい分野に挑戦してクリエイティブしていかないと事業を起す意味がないですからね。そこにはこだわりを持っていきます。だからこそ、取れるリスクが少しでもあるなら取るべきだと思っんです」。

社員の成長が 会社の成長に つながっていく

これまで河野氏が語ってきたことは、若い時分から一貫してきたことが多い。2013年の10月に41歳を迎える同氏に

とつて、今の若い世代に対する思いとはどういったものなのだろうか。「若い世代の人は安定志向な方が多いように思いますが、もっとチャレンジ精神を持ってもらいたいと思いますね。最初から大きくなるうとは思わなくてもいいんです。小さなリスクが小さなリターンにつながって、それが雪だるま式にいずれ大きくなっていきますから」。続けて、社員にも言及した。「社員の成長が会社の成長につながっていく。だから入社から間もない社員でも、情熱や探究心を持った者であればどんどん重用し、チャンスを与えたいと思っています。能力を発揮する社員には、なるべく高い景色を見せてあげたいんですよ」。



直営ホールを利用して開かれた合同会議の様子。