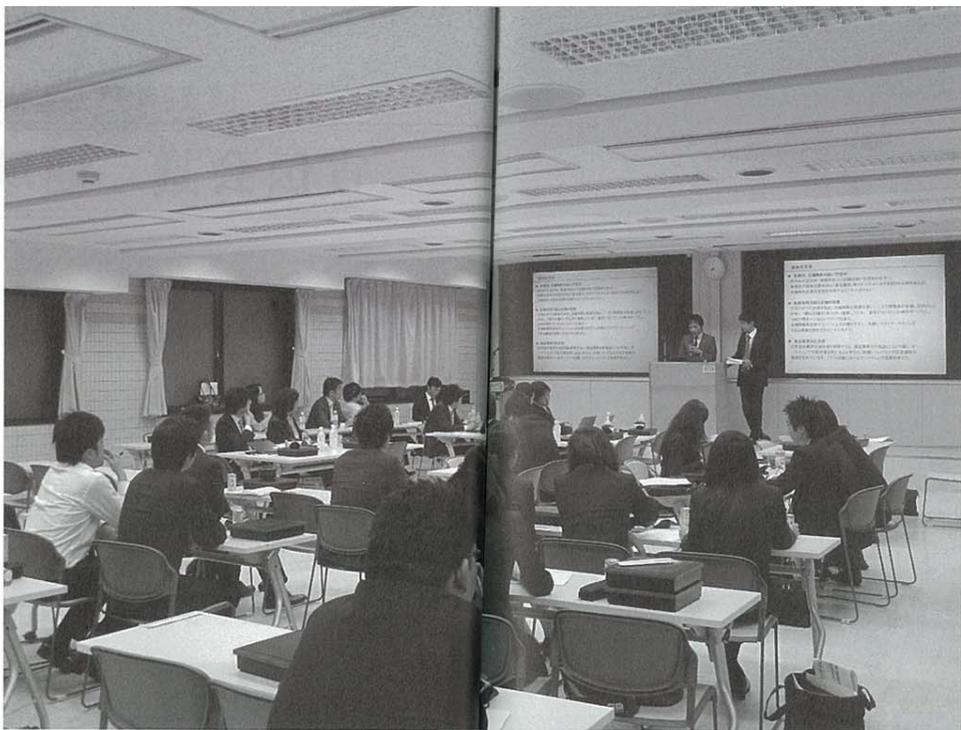


# 創業社長は最強マーケター ③2

取り壊しが決まり、数カ月間、空いてしまっただけの二室を会議室に。土日しか使われない結婚式場を、平日は記者会見会場に。「貸会議室」を核に、企業のアウトソーシング業務を手掛ける。

## 空きスペースの有効活用が原点 ビジネスの効率化を支援する

ティーケーピー 代表取締役社長 河野貴輝氏



ティーケーピーの貸会議室の利用風景。全国に560室を持ち、総席数は3万3000席以上。これまで約7万5000社が利用している。利用シーンは企業研修、採用説明会や株主総会、記者会見などさまざま。机の上に昼食と思われる重箱が置かれているが、企業のニーズに応じて昼食の宅配や懇親会用のケータリング、出張時の宿泊手配代など多トータルに手掛けている。

最近では都内で、交通広告・OOHなどを展開。会議室近くの最寄り駅での電飾看板、駅ホーム広告のほか、写真はJR新橋駅・横間車広場前のビジョンに出張しているもの。



が不在の状況だった。もちろん企業向けにスペースを提供するホテルや、研修事業を請け負う企業も競合にあたる。そこで同社はコストパフォーマンスの良さと、企業のニーズに応えるサービスの質で差別化を図っている。「当社の貸会議室にはホテルで使われているものと同等の什器、テーブルクロスなどの備品を使っている。スペースとして高いクオリティを保ちながら、1人あたりにかかるコストは1時間あたり平均200〜300円。ホテルの宴会場を使うよりも、大幅なコストダウンが可能」という。事業領域はスペース貸しだけには留まらない。会議や研修の場が必要とされるケータリングや宿泊場所の手配代行まで対応。会議の場に必要なパソコンやマイクなどの機材も完備している。さらにコールセンターや研修・採用活動や与信・経理の代行など、総務・人事関連業務のアウトソーシングも請け負う。貸店舗・ブライダル事業やオーナー向けの紹介事業にも進出している。河野氏の持論は「企業や人が持つ資産を有効活用して社会を効率化で

海外にも商機あり。  
社会を効率化できれば、  
必ず付加価値が生まれる。



profile かわの・たかてる/1996年慶応義塾大学商学部卒業後、伊藤忠商事為替証券部を経て、日本オンライン証券(現カブドットコム証券)設立に参加、イーバンク銀行(現・楽天銀行)取締役営業本部部長に就任。インターネットにおける金融業を経験した後、2005年8月ティーケーピー設立、代表取締役就任。

2010年4月、政府による「事業仕分け」第2弾・前半戦の会場となった東京・日本橋の「TKP東京駅日本橋ビジネスセンター」。入札の結果、民間からこの会議室が会場として選ばれた。運営するティーケーピー(東京・中央)は05年に創業、貸会議室やレンタルオフィスをはじめとするB to Bのアウトソーシング事業を広く手掛けている。その規模は全国に560室、3万3000席以上。利用企業数は約7万5000社にも上る。

その核となるプラットフォームが、同社が持つ全国の会議室を検索できるサイト「貸会議室ネット」だ。代表取締役社長の河野貴輝氏はインターネット証券・銀行などの立ち上げに参画した経歴を持ち、「ITとリアルビジネスの融合」を企業理念に掲げる。「起業するならインターネット事業」という選択肢しかなかった。ただ広告収入に頼るビジネスモデルには限界がある。ITをツールとして使いつながる事業ならチャンスがあるので「はと考えた」。その目論見どおり、B to B分野のネットビジネスは競合

「できれば、必ず付加価値が生まれる」というもの。「当初から今のようなビジネスモデルを描いていたわけではなく、顧客のニーズに応じていくうちに事業領域が広がっていった。将来的には企業の事業再生まで手掛ける予定」と語る。

08年からは試験的に、駅周辺メディアを中心に広告の出稿を始めた。以前は「貸会議室ネット」のリスティング広告だけでも十分に集客できたが、アクセス数は頭打ちの状況と判断。「TKP」という企業ブランドの認知を高めるため、屋外ビジョン、さらには書店で配布されるブックカバー広告などビジネスマンの動線に合わせたメディアで露出を増やしていきたいと考えた。

事業再生を請け負う総合アウトソーシング企業を目指す一方、いま狙っているのは稼働率に悩むホテルの宴会場の有効活用だ。ホテルは従来、踏み込むことが難しい業界だったが、少しずつ門戸が開き始めたのを感じている。海外進出にも意欲を見せており、上海に事務所を置くほか、ニューヨークに現地法人を設立し拠点開設に向け準備を進めている。