



TKPは旧ホテルパシフィック東京の1F宴会場の賃貸借契約を終結し、2011年春に「ガーデンシティ品川」としてオープンする

私の持論は「挑戦と撤退の決断」です。ビジネスを始めるとき、いかに撤退を見据えてエントリーするかが大事だということです。一番最悪なパターンは「辞めるに辞められない」という状態。これはあつてはいけません。だから弊社

キーワード2 挑戦と撤退の決断

現在の市況の中で経営者がとるべきスタンスとは。

宴会場のサービスについてですが、これまでの日本のホテル業界というのは、個人のお客さまに向いてきたのではないのでしょうか。しかし、すでにアメリカのホテルでは法人需要にシフトしている。それはマンハッタンのような大都市部ではもちろんだし、郊外でもアウトサイドミーティングのようなマーケットを積極的に取り込んでいます。この流れを日本のホテル業界も受け入れ、またマーケットの創出に取り組みべきではないでしょうか。もし、われわれに宴会場を直営で運営させてもらえれば、そのノウハウを提供できるし、これによつて新たな宿泊客がホテルを利用するので、宿泊部門にも好影響がでると思います。

「アクティブインテリジェントビル」はJR広島駅直結の新築ビル。オフィス棟7階に入居しました。雑居ビルからスタートした弊

③ 派生ビジネス

今とはかく利便性と品質の向上を考えています。品質についてはホテルの中の宴会場を仕入れていくことでホテルクオリティを手に入れていく。利便性については駅中の会場を展開することで実現します。昨年12月13日に開業した「TKP 広島シティセンター」はJR広島駅直結の新築ビル

② 海外展開

展望として語れることは三つです。① 駅中・ホテル中へ展開

2011年、貴社の展望をお聞かせください。

私には常にリスクとリターンのシーソーの中で仕事をしています。このバランスを見誤らないことを大事にしているのです。

逆にする、利益が出ればその分で新しいチャレンジをすることが出来る。チャレンジをするためだけに利益を出すわけです。仮に失敗しても、前に出した利益が相殺されるだけ。そうなたら、損切りしてやり直すのみです。

これは常にリスクとリターンのシーソーの中で仕事をしています。このバランスを見誤らないことを大事にしているのです。

「それは、ホテルが自身で運営している宴会場ではできないサービスなのでしょうか。」

キーワード1 B to Bのホスピタリティー

旧ホテルパシフィック東京の宴会場は「ガーデンシティ品川」という名称での春開業します。企業のセミナーや研修会場、各種イベントホールとして利用していただける施設になります。B to Bに特化した宴会場サービスを提供します。弊社には6万社という顧客があり、会議、研修、セミナーなど、各企業のニーズに応じてさまざまな会場を提供してきました。非常に多いニーズとして、集合研修などで宿泊を伴う案件がたくさんありました。これまでは弊社の会議室を利用していたが、近くのホテルにお泊りいただき、ホテル内の宴会場をおさえることでお客さまの移動を最小限にし、利便性をさらに高めることができるようになります。

「昨年9月末に閉館した旧ホテルパシフィック東京の宴会場を買収した戦略とは。」

「それは、ホテルが自身で運営している宴会場ではできないサービスなのでしょうか。」

撤退なき挑戦はない。

貸会議室から、研修、旅行手配、人事・総務まであらゆる業務を一手に

(株)ティーケーピー 代表取締役社長 河野貴輝氏



Takateru Kawano 1972年大分県生まれ。慶応義塾大学商学部卒業後、伊藤忠商事株式会社為替証券部を経て、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。2000年にイーバンク銀行(現楽天銀行株式会社)に移り、営業部長など歴任。05年ティーケーピー設立

全国主要都市に500室を超える貸会議室や貸オフィス直営するティーケーピー。同社はホテルの宴会場も賃貸契約し、ビジネスを展開している。プライダール企業や研修会社も傘下に収め、その勢いは増す。厳しい市況を逆手にとって伸びている同社の河野貴輝社長をインタビューした。

聞き手・本誌 久保亮吾

不況下でも成長するキーワード by 河野社長

- (1) 「BtoBのホスピタリティー」に徹する
(2) 「挑戦と撤退の決断」を素早く行なう

目線で見るとコスト増になるでしょう。ホテルのホスピタリティーというのは基本的にB to Cのサービス、つまりコンシューマー向けホスピタリティーを基準に作られていると感じます。例えば、宴会場にも常にコーピーのサービスを提供してくれる人が立つていたり、「ありがとうございました」と頭を下げてくれる人がいたり。B to Bの利用としては余分なサービスも含まれてしまう。

われわれが提供しているのはB to Bのホスピタリティーです。会場を安く仕入れ、効率を求め、安価に企業さまに提供することがベースにあり、そしてその上で研修やセミナーが成功するように、さまざまな派生サービスを持っています。弊社の傘下には研修会社、採用支援会社、ケータリング、コールセンターなどがあります。このB to Bのホスピタリティーを提供できることがホテルにはない弊社の強みです。

この強みを生かして、今後もホテルの宴会場は積極的に仕入れ、「ガーデンシティ」というブランドで展開していくつもりです。河野社長から見て、ホテルがこの時代を脱するベストアンサーはどこにありますか。

社ですが、いよいよ駅とホテルの中という最高の立地でビジネスを行なうことができるのです。

②の海外展開ですが、すでにニューヨークに支社も作りましたし、シンガポール、香港、上海への進出も決まっています。不動産市場の成熟した場所であれば、このビジネスは水平展開できると考えて準備を進めています。また、海外展開は、そこを営業拠点として日本へお客さまを連れてくることも運動します。現在、中国語や英語のできるスタッフも積極的に採用しています。最近では同時通訳を必要とするセミナーも多いためです。

③についてはハードだけでなくソフトのサービスを提供するということです。インフラは整いつつあるので、それを利用した研修プログラムやコンベンションの仕組みなど、ソフトを提供できる企業になるという事です。ウエディングやケータリングもその一環だと考えています。また、交通の手配をするために旅行業の免許も取得しましたし、人事・総務のアウトソーシングも請け負うつもりです。お客さまが業務に専念できるように、すべての周辺サービスを揃えるべく、あらゆるリソースを社内