

(株)エスクリ

# 神戸ベイシェラトン ホテル&タワーズと テナント提携、今秋10月よりスタート

駅に近い結婚式場を主力に展開するエスクリ。平成15年創業以来、わずか9年で東京証券取引市場一部上場、施設も全国レストラン含め22カ所、今後も金沢や沖縄への出展や運営受託など計画されている。婚礼にかかわる一連を網羅したビジネス基盤を生かし、このたび神戸ベイシェラトン ホテル&タワーズと提携、今秋10月より衣裳テナントとして入店する。\*関連記事50ページ参照



エスクリ（東京都港区、岩本博社長）は神戸ベイシェラトン ホテル&タワーズ（神戸市東灘区）と衣裳の業務提携を図り、今秋10月より同社が展開する衣裳店「プリマカーラ」の運営を開始する。ホテルのテナント店として運営をするのは初の試みだ。

プリマカーラは仙台、東京、新横浜、名古屋、大阪、福岡で7店舗（東京2店舗）展開しており、主に同社が運営する施設専属の衣裳店として運営してきた。各エリアの客層や相場に合ったデザイン・価格の自社オリジナルドレスなども織り交ぜたラインアップで対応している。

また多数のドレス店からのオフアワーが集まる中、同社との契約にいたった決め手は衣裳店経営に終わらない集客サポートを含めたコンサルティング機能的な要素を打ち出したことにある。従来の

テナントに多く見られる受け身の考えではなく、ともに集客し売り上げを上げていくための協力体制が中長期的な視野に立った経営方針とも合致した。

目先の利益を優先すれば高いマージン率を優先するが、生涯顧客を目指す中で短絡的ではない息の長い経営をするためにも、マージン率に踊らされない視点でジャッジをするべきという判断にいたった。

集客サポートにおいては同社もウエディング媒体などへの出稿をすることで、ホテル一極集中型の広告宣伝費の節減を行なう。また集客ルートの明確化と接客代行によって成約ベースでのマージン収入を得るなど明確なビジネスモデルを描いた。

「お互いに信頼関係を構築し、エスクリが持っている機能、ノウハウを提供して



いきたい」（取締役 上級執行役員 事業本部管掌 安藤正樹氏）。

株エスクリ 東京都港区西新橋2-14-1 興和西新橋ビルB棟 URL : <http://www.escrit.jp>

対談

## 神戸ベイシェラトン ホテル&amp;タワーズ ×

ブライダル支配人 入谷真行氏

## (株)エスクリ

取締役 上級執行役員 事業本部管掌 安藤正樹氏

ウエディング激戦区神戸。その地で1992年の創業以来約22年運営しているのが「神戸ベイシェラトン ホテル&タワーズ」だ。オーナーチェンジし、3年目を迎える中、まずは強固な足腰とするための宿泊関連施設を中心としたテコ入れに着手。そして客室稼働率を上げるとともに、ウエディング部門の見直しが行なわれた。最も重要なポジションを占める衣裳改革を取り掛かり、今般新たにエスクリとスクラムを組むことが決定した。

□ そもそも衣裳テナントの見直しを行なったのはなぜですか。

**入谷** この地に開業して22年が経過し、3年前にオーナーが変わる中で、激戦区神戸の中で実績を上げていくためにウエディングのキーとなる衣裳の見直しを行なうことといたしました。多数の企業様からオファーをいただきましたが、エスクリさんの考え方がほかの企業様にはなかったことから提携を決めました。

□ 具体的にはどのようなことですか。

**入谷** “ともに件数を上げていきましょう!”という発想です。衣裳のクォリティーの高さや接客方法が優れており、衣裳室も集客に尽力するとともにコンサルティング機能の提供により、ともに戦う姿勢だったのです。従来の衣裳店は、これまでの取扱件数などを中心に提示されるところが大半で、ある意味、ホテルにぶら下がりの状態であったと言えます。その状態で高いマージン率をあげるところもありましたが、短期的な利益を挙げることはできても、中長期的には、途中で息切れし、将来の展望を持てなくなります。

**安藤** 当社は自社でウエディングの施

設を運営する中で、集客から顧客分析、営業戦略など一連の流れをすべて網羅したシステムや人材育成、広告宣伝などを行なっています。衣裳も自社オリジナルを加えた衣装店舗を運営しておりましたので、衣裳にかかわるノウハウも蓄積しております。厳しい戦線の中、お互いに売り上げ、利益を上げていくためには根本的な件数を増やすほかありません。ただの衣裳店としてお客様を待つだけではなく、件数アップのために、集客から接客までも支援できるような協力体制の構築が大切です。そのためには衣裳店も広告宣伝費の投資などのリスクを取る必要がありますし、それにより、一極集中しているホテルサイドの広告宣伝費も軽減できるというメリットもあるでしょう。衣裳店が集客した分にかんしてはホテルサイドからマージンをいただくようにしました。お互いに明確なビジネスモデルを構築することで、旧態としたウエディング業界の体質改善にもつながるのではないのでしょうか。

□ それは明確で分かりやすいですね。衣裳+成果報酬型のコンサルティング的な動きをするということですね。それによりどれだけの数字アップを見込んでいますか。



入谷真行氏

安藤正樹氏

**入谷** 急速にということではなく右肩上がりであり続けることです。競争激化の中、ウエディング事業は厳しい局面にあります。これまでと同様、多額な宣伝費を投じ集客するスタイルでは、必ずどこかで息切れしてしまいます。今回を機にホテル内で神戸のウエディング市場を直視し、今後多額な費用を投じるばかりでなく、自力で集客、成約件数を上げていくための努力を積み重ねることにより、本質的なホテルウエディングの基盤を築きあげたいですね。

**安藤** 当社もまずは件数を確実にあげ信頼関係を構築していきたいと考えています。またほかのホテル・レストラン様においても同様に、衣裳+コンサルティングや花+システム導入、建築+運営受託など、エスクリの仕組みを組み合わせ、win-winになるビジネススタイルを提示し、婚礼業界を活性化していきたいですね。

**入谷** 100年先もお客さまから信頼されるホテルであり続けるための顧客のリピート化を大切にしています。目先の利益ももちろん必要ですが、中長期的な視野に立ち、じっくりと市場を作り出し、いつまでも愛されるホテルでありたいと思います。その一歩がエスクリさんとのスクラムだったのです。