

FC 3 店舗目も売上改善効果が顕著



FC 加盟後客室売上は 4 カ月間で 39.5% アップ

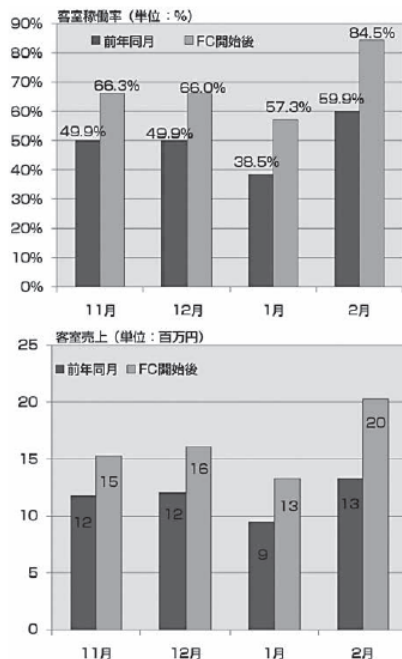
スマイルホテルチェーン (株)ホスピタリティオペレーションズ

2012年9月のフランチャイズ事業の展開を発表し、同年11月にFC1号店及び2号店をスタートした(株)ホスピタリティオペレーションズは、昨年11月にもFC3号店目の開業を発表した。本編では、これまで毎年紹介してきた1、2号店の加盟後の推移を示すと共に、早速大きな成果の出ている3号店の業績変化も紹介する。

**一目瞭然！ FC加盟後すぐに業績が向上
大都市だけでなく、地方都市でも順調な
スタートを切る**

図表1をご覧ください。2014年11月よりスマイルホテルのFC第3号店となったスマイルホテル小樽のリブランド後4カ月間の業績の変化である。冬の厳しい時期でありながら稼働率は大幅に向上。客室売り上げも39.5%向上している。しかし、この理由は当然ホテル名が変わっただけではない。2014年11月からのリブランドと共に、1カ月前

図表1. スマイルホテル小樽の業績の変化



の10月から(株)ホスピタリティオペレーションズによる運営改善指導を実施したためである。10月からわずか1カ月の取り組みで、閑散期の業績を大幅に改善している。

これまでスマイルホテルのFCは日本橋三越前と巣鴨のみであったため、地方都市でどこまで実力を発揮できるのかは未知数であった。今回が、その実力を証明する一つの実績となった。

この実績について、(株)ホスピタリティオペレーションズの内藤氏は、「今回短期間で成果を出せたのは、運営改善指導のサービスをお使いいただいたことが大きいと考えています。小樽ではホテルの実績や地域性

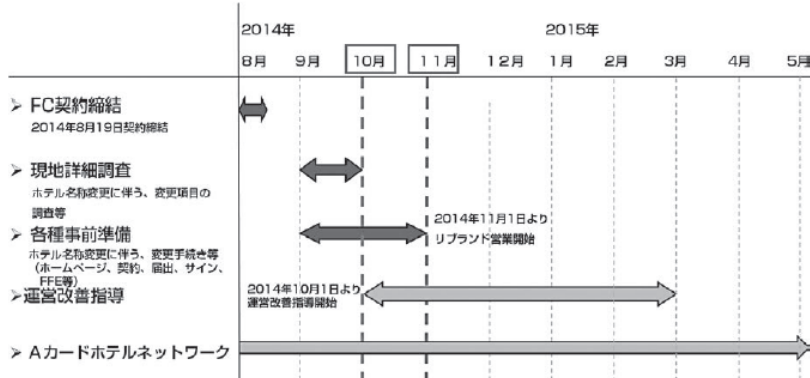


スマイルホテル小樽でのマニュアル授与式における(右) 小樽グリーンホテル代表取締役社長 柴野安仁氏と(左) (株)ホスピタリティオペレーションズ代表取締役 田中章生氏

に合わせ、その期間を3カ月間ではなく6カ月間の期間で設定しましたが、結果1カ月目から稼働率3割アップと、FC1、2号店同様大幅な業績向上を実現できました。

弊社ではこれまでスマイルホテルを直営で29店舗運営する中で、収益が低下したホテルを賃貸借や購入で、スマイルホテルにリブランドして運営を改善するというを行

図表2. スマイルホテル小樽のリブランドに至る流れ



- ① 運営状況調査 (現在のホテル状況を診断し、運営改善策を策定)
- ② 売上向上支援 (営業戦略策定・販売経路見直し・レベニューマネジメント指導)
- ③ 労務管理改善支援 (勤務シフトや業務分担のチェックと改善策の提案・実施)
- ④ 経費管理改善支援 (各種業者契約や備品購入の見直し及び消耗品の適定チェック)
- ⑤ 上記①から④までの業務の実施状況及び改善結果の報告



スマイルホテル小樽本館



㈱ホスピタリティオペレーションズ
フランチャイズ事業部長 内藤 信也氏

なってきました。そういった中でホテル運営改善のために取り組むべきポイントというものが明確になっているのです（※取り組み項目に関しては図表2参照）」

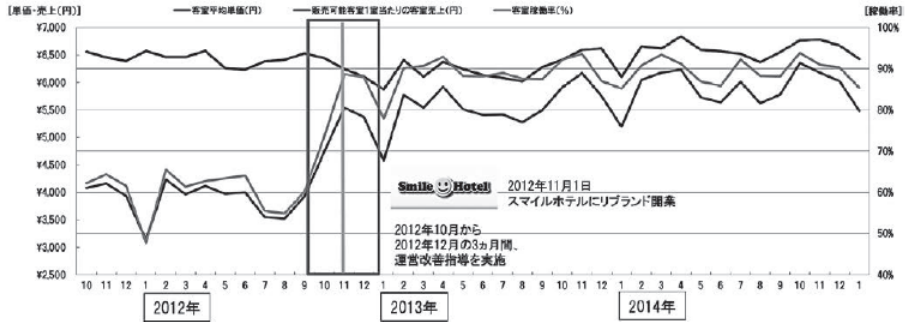
今回のFC契約の背景や、業績の向上に関して、㈱小樽グリーンホテルの代表取締役社長 柴野安仁氏は「契約に関しては打合せの中でいろいろな契約形態を持っていて、柔軟に対応をしてくれそうだったのが大きかったです。」

実際にスマイルホテル小樽として運営を開始してから、閑散期であるにもかかわらず稼働率と共に売り上げが大きく伸びました。特に外国人集客に成功した点が大きかったと思います。また、当初は閑散期の穴埋めだ

図表 3. スマイルホテル日本橋三越前、巣鴨合算の業績変化

客室売上はリブランド後の1年間で41.1%アップ。その後も業績は継続

【2ホテル合算の客室稼働率の変化】 スマイルホテル日本橋三越前 旧：鴨川イン日本橋 客室数： 164室
スマイルホテル巣鴨 旧：鴨川イン巣鴨 客室数： 126室



けでもできればと考えていましたが、繁忙期を見据えた単価向上の取り組みなども考えていて、繁忙期も売り上げは伸びそうだと感じています。

今回のフランチャイズ加盟に初期コストもそれなりにかかり、売り上げが1割伸びれば1~2年の間に回収できるだろうと考えていましたが、売り上げが3割以上も伸びていますから、予想以上に早く回収もできそうだと思います。結果としては良かったですね。

一方で、これまでアナログなホテル運営でしたので、しばらくは新しい運営方法への変化は大変ではありましたね。勤務シフトなど含めた会社の体制から変わっていくわけですから、大変と言えば大変なのですが、一方で、新しいことにいろいろと取り組んで前に進んでいこうと考えているわけですから、ホテル全体のエネルギー感とは以前と比べてあるかなと感じていますね。

**FC1、2号店は大幅に向上した
初年度の業績を維持**

また、昨年、一昨年も紹介をしたFC1、2号店の業績を見てみると、FC加盟後一年間で客室売上 41.1%アップをした業績を次の一年も維持

していることが分かる。

これに対し㈱ホスピタリティオペレーションズの代表取締役田中氏は、「運営改善指導のサポートが一過性のもに終わらずアフターフォローも含めて継続した成果が出ているのを見て、私たちは一時的な改善を実現して終わるコンサルタントではなく、スマイルホテルというブランドをお貸しする側として、オーナー様のご期待に沿っているのではないかと感じていますし、私たちが築いてきたブランドの確かな手応えを感じています。」

リブランドに際してはオーナー様に、リブランド費用（およそ1000万円前後）をご負担はいただきますが、柴野社長におっしゃっていただいた通り売り上げが3~4割向上しますので、早期に回収も可能だと思います。また、弊社ではリブランドにかかる費用の1年間無利子貸し付けを行っており、こちらとあわせてご活用いただければ回収後はさらに競争力の維持・向上のための投資という選択肢も生まれてくるのではないのでしょうか。私たちは、初期投資のリスクを最大限抑えた持続的な売り上げの維持・向上の仕組みをご提供したいと考えています。」