

Together

経営に関する難題解決の事例や手法、働く人々の思いや業界最新情報を共有する月刊紙



株式会社 KBS 創研

2018.2 No.160

知識 [Knowledge] と行動 [Behavior] で問題解決 [Solution] を支援

KBS は「HANDS ON 型」で、観光・サービス業界を支援します。http://www.kbsbiz.com E-Mail : info@kbsbiz.com

今年は韓国・平昌で2月9日より冬季オリンピック、3月9日より冬季パラリンピックが開催されます。フィギュアスケートやジャンプ競技など日本選手の活躍に期待したいですね。2月4日は二十四節季の「立春」です。1年で一番寒いこの時期ですが暦の上では早くも春到来です。旅行商品に限らず多くの消費財が春にちなんだプロモーションを開始します。オリ・パラの熱い戦いから目が離せませんが、春商戦に向けての準備も今から着実に進めましょう。

代表取締役 小泉壽宏



特集 サービス価値を考える

ナンバーワンホストから学ぶ、接客の極意とは？

～京都大学経営管理大学院 佐野光さん 寄稿～

ホストクラブと聞くと、女性をターゲットとして若いイケメン達が客を巧みな話術や派手なもてなしで気分を盛り上げる高額な社交飲食店(*)というイメージがあり、様々なサービス業を見てきた私でもその営業実態はわかりません。京都大学経営管理大学院の2回生でかつては自らもホストだった佐野光さんは、ご自身の経験とホストクラブ業界とのネットワークを活かし東京・歌舞伎町で働くホスト102名からアンケートを取り貴重な研究結果を発表されました。その内容はホストの世界に限らず多くのサービス業に示唆を与える素晴らしいものでした。今月の Together では佐野さんにお願ひし研究内容の一部を特

別にレポートにまとめていただきました。どの世界でもハイパフォーマンスは努力と知恵で顧客を魅了します。あなたもホストからその極意を学びませんか。

(*) 社交飲食店：風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（風俗営業法）における接待飲食等の2号営業「待合、料理店、カフェーその他設備を設けて客の接待をして客に遊興又は飲食をさせる営業（前号<キャバレー>に該当する営業を除く。）」と定義されています（風適法2条1項2号参照）。

■佐野光さんの寄稿

●はじめに

日本のサービス産業の労働生産性は対米比で50%以下であるというデータがあります。その原因の1つとして、無形サービス価値が価格に十分に反映されていないことがあげられています。そこで着目していただきたいのが「ホストクラブ」です。ホストクラブでは料金の内訳のほとんどがサービス料であるにもかかわらず、1度の来店につき数万円から数十万円の高額の料金を顧客が支払っています。しかし疑問が浮かびます。ホストはなぜ高額の対価を支払わせることができるのでしょうか。そこで私は歌舞伎町ホスト102名からアンケートをとり、その示唆を得ようと試みました。

●長期顧客の重要性

アンケートの結果わかったことは「1年以上定期的に来店する長期顧客の重要性」でした。アンケートによれば、売上の高いホストと売上の低いホストの間で、抱えている長期顧客の数に20倍以上もの差がありました。さらに、長期顧客の方が、

1年未満の顧客に比べて単価が上昇しやすいということがアンケートを通じてわかりました。

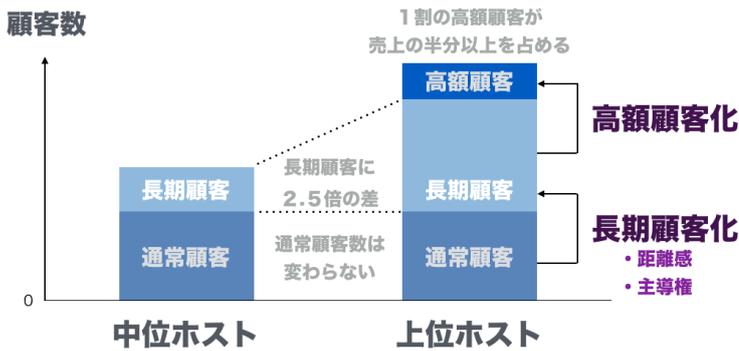
●長期顧客の獲得の極意とは？

では、どのようにして長期顧客を獲得すればよいのでしょうか。売上の高いホスト群(n=34)のアンケート結果によると、長期顧客は「顧客の距離感に合わせ接客する」「顧客に対し主導権を持つ」ことにより創造されるそうです。反対に、「外見の良さ」「トーク力」「自信」「連絡のママさ」は売上成績の決定的要因とはならないという、意外な結果となりました。

●長期顧客が高単価顧客に化ける？！

長期顧客の獲得の重要性は、あらゆるサービス業従事者が理解しているところです。しかし長期顧客が高単価顧客に化けやすいというのは、新しい発見であるように思います。労働生産性を向上させるうえで、ホストの方々の働き方を参考にしてみてはいかがでしょうか。

<アンケート結果>



	上位ホスト (n=34)	中位ホスト (n=34)	下位ホスト (n=34)
平均月間売上	237.2 万円	71.1 万円	13.1 万円
平均年齢	27.3 歳	26.4 歳	23.1 歳
平均勤続年数	5.1 年	4.9 年	2.1 年
平均客数	9.1 人	5.7 人	1.2 人
平均長期顧客数	4.3 人	1.7 人	0.2 人

■小泉の所感 ～長期顧客の心理を考える～

顧客の女性にとって高額な飲食代をホストクラブに支払い続けることは容易なことではありません。ホストの中にはその顧客に高額報酬が得られる接客業を紹介することでその源泉を得ようとする人もいますが、長いつきあいにはならないようです。

佐野さんのレポートにあるナンバーワンホストのキーワードに「顧客に対し主導権を持つ」がありました。顧客側からすれば「信頼できる」「安心できる」「私の理解者」「応援したい」あるいは「私がいなければ」「他の客に負けたくない」という思いが包含されているように感じました。顧客を満足させるというよりも顧客を巻き込むことが重要であることに気づかされます。

ではなぜ顧客をそのような心理にさせることができるのでしょうか。「顧客の距離感に合わせ接客する」というコメントにその秘密があるようです。但し顧客の様々な思いを瞬時に感じ取りその姿を演じるには相当な洞察力とそれを実現する自己コントロール

力が必要ではないかと受け止めました。

売上を安定させるために長期顧客を育て高額顧客に転換する、その考えは正に経営戦略そのものです。ナンバーワンホストは有能な経営者の素質も兼ね備えていると思いました。



佐野光さんの自己紹介

店舗経営等の事業家として活躍後、京都大学経営管理大学院生となる。元ナンバー2ホスト。現在は特に何もしていない。

新メンバー紹介



長濱佳子 (ながはまよしこ) 本社 (尼崎) 勤務 アシスタントコンサルタント

2年ぶりにKBS創研に戻ってまいりました長濱佳子です。改めまして宜しくお願い致します。KBS創研は、観光・サービス業に携わる事業者様や様々な分野のスペシャリストとの繋がりの中で今日まで歩んで参りました。

厳しい社会情勢の中だからこそ生きてくるお客様の個性やポテンシャルを探り、試行錯誤を重ねて時には新しい事業にもチャレンジしていく、そんなKBS流の支援の中でお客様やパートナー企業様の円滑な連携を全力でサポートさせていただき、よりよいソリューションを皆様と一緒に目指していきたいと思っております。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

■プロフィール… 建設・出版・派遣業界にて主に秘書業務、経営部門のサポート業務に従事。趣味は旅行、フラワーアレンジメント、料理等。

編集
後記

今月号の特集は、「ナンバーワンホストから学ぶ、接客の極意とは?」。京都大学経営管理大学院で学ぶ佐野光さんの研究からのご寄稿です。佐野さんは無形サービス価値を価格に十分に反映するための方法として「ホストと顧客」の関係に注目。東京・歌舞伎町で働くホスト102名からのアンケートという貴重なデータをもとに導き出された「長期顧客の獲得の極意」は、意外にも外見やトーク力ではなく…。勉強になりますね。(増田)

株式会社 KBS 創研

本社：〒661-0003 兵庫県尼崎市富松町3丁目1-5-203 TEL:06-6423-5561/FAX:06-6423-5571
 東京本部：〒151-0053 東京都渋谷区代々木2丁目23-1 ニューステートメナー 7階 766号 TEL:050-3452-2488
 沖縄本部：〒900-0012 沖縄県那覇市泊2丁目1-18 T&C泊ビル4階 TEL:098-917-0117/FAX:098-943-1501
 <関連会社>株式会社KBSエンタープライズ (2018年4月開業予定)

- 代表取締役：小泉壽宏
- 事業内容：観光・サービス業の経営支援
- 設立：2004年4月
- 地域オフィス：関西・東京・沖縄