

「フジサンケイビジネスアイ」に、当社・ティーシーコンサルティング主催のTCセミナー
 アパホテル・元谷拓専務& TC・富田賢のジョイント講演会『提携(コラボレーション)による新事業創造』が記事として、取り上げられました。
 当社 Web にも、開催報告を掲載しております。写真満載です。→ <http://www.tcconsulting.co.jp/archives/3763>

「三方よし」コラボ150件突破

アパホテル サンプルングプロモーション

アパホテルが企業とタイアップして、宿泊客に商品を使ってもらうサンプルングプロモーションが150件を突破した。ホテル部門を統括する元谷拓専務が、ティーシーコンサルティング(東京都港区)主催のTCセミナーで語った。

カード会員数596万人

元谷専務はゲストスピーカーとして「コラボレーションによる事業創造」をテーマに講演。このなかで、外部企業とのコラボが成功する秘訣について「お客さまと取引先、アパホテルの3者ともウイン・ウインで、皆が喜ぶ関係をつくること。近江商人の『(売り手よし、買い手よし、世間よしの)三方よし』がコラボの基本」と強調した。

元谷専務は、大塚製薬との提携による東京ベイ幕張の屋外プールを「ポカリスエットプール」として運営するなど企業と連携した事業を展開。ホテルでのサンプルングは大塚製薬「リポビタミンD」300万本、大塚製薬「オロナミンC」100万本などを配布。こうしたサンプルング実績は今年3月に150件に達し、現在は159件目を展開中だ。

サンプルングプロモーションは、新商品の告知機会を求める企業に対し、アパホテルのフロントで宿泊客(6月末のアパカード会員は596万人)に商品をサンプルとして渡したり、大浴場や客室の冷蔵庫などに置いたりしてキャンペーンを周知させる。元谷専務は「サンプルは確

実に宿泊客に渡るし、もらった商品を気に入れば購入につながる。ホテルには手数料収入が入る」とウイン・ウインの関係を説明。まさに「三方よし」のビジネスモデルだ。

ゴルフ、ラーメンも

企業の悩みに応えるだけでなく、自らコラボを仕掛けることもある。ポカリスエットプールだ。2006年に買収した東京ベイ幕張の屋外プールの赤字解消を狙って大塚製薬にコラボ企画を持ち込み実現した。

元谷専務が当時のポカリスエットの責任者に「プールの底に『POCARI SWEAT』とポイントすれば、宿泊客や近隣住民に商品をPRできる。世界に一つのプールになる」と説明。



「お客さま、取引先、アパホテルの3者とともに喜ぶウイン・ウインの関係づくりがコラボの基本」と語るアパホテルの元谷拓専務

大塚製薬も夏の期間中に宣伝につながることから広告戦略としてコラボ企画を評価した。これにより「広く親しまれるプールに蘇り、黒字化した」と成果を語る。

講演ではコラボの事例として、栃木の森ゴルフコース(栃木県栃木市)の8番ホールで築地銀だこのコラボ「築地銀だ

こ イーグルチャレンジ」、16番ホールで麒麟ビールと「麒麟バンカー チップインチャレンジ」開催を紹介。また人気ラーメン店の麵屋武蔵が味を監修したコラボカップラーメン「アパ社長ラーメン」など、成功事例について話した。「三方よし」のサンプルングプロモーションは今後も継続していく。