合併新会社の営業戦略、旅館・ホテルへの取り組みを聞く

カラオケ機器メーカーのエクシングとＢＭＢは今年７月１日に合併し、新生「エクシング」として新たなスタートを切った。スナック、バーなどのナイト市場、カラオケボックス市場とともに業務用カラオケの一大市場である旅館・ホテルに対して、新会社はどのような体制で商品とサービスを提供していくのか。新会社の経営戦略を吉田篤司社長に聞いた。（聞き手は本社・森田淳）

統合のシナジー効果を発揮してカラオケ業界ナンバーワンを目指す

エクシング

エクシング代表取締役社長
吉田　篤司氏

――エクシングとＢＭＢが合併し、新生「エクシング」が誕生した。新会社の概要を、業界の現状と変遷を踏まえて説明してほしい。

吉田　カラオケの歴史を振り返ると、８トラのテープからスタートして、ＣＤ、レーザーディスクと媒体が変化していき、その過程の中で、いろいろなメーカーがこの事業に参入してきた。

一番大きな革新は、１９９２年に通信カラオケがリリースされたこと。この通信カラオケを開発し、いち早く世に発表したのがエクシング。親会社であるブラザー工業が、ネットワークを介して何かコンテンツを配信するビジネスができないかと模索していたところ、このカラオケに市場性を見いだした。

通信カラオケの時代になると、10数社ものメーカーが乱立し、各々がそれぞれの強みを生かしたカラオケ機器を打ち出し、厳しい競争となった。

その一方で、それまで一直線で伸びてきたカラオケ市場は、97年ぐらいから縮小を始める。同時に、旅館・ホテルの宴会場においても、カラオケ機器への投資サイクルが鈍化していった。

このような状況で、10数社ものメーカーが、この業界の中でビジネスをしていくのは難しくなってきた。

この状況を受け、先鞭を切ってＭ＆Ａに取り組んだのがＢＭＢだった。クラリオンやタイカン等と統合を行い、稼働台数を増加させながら、カラオケ事業を安定的に収益を上げられる体制にしてきた。

また、エクシングもそれより少し遅れてＭ＆Ａを行い、２００６年には、タイトー、ビクターから業務用カラオケ事業を譲り受けた。その後、３社一体となって、それぞれの強みを生かしながら、ブランド強化と販路拡大を図ってきた。

――そして今回、ＢＭＢとエクシングが合併したわけだが、一番の狙いは。

吉田　業界が再編を繰り返してきたことによって、カラオケ機器を供給するメーカーは、エクシングとＢＭＢが合併する前には３社となっていた。

現在、国内のカラオケの稼働台数は40万台弱と言われているが、残念ながら市場は伸びていない。このため、その３社で商品とサービスを提供し続けることは、今後より厳しさを強いられるという考えが再編のベースにあった。

また、それとは別に、ＢＭＢとエクシング、それぞれの親会社の狙いもあった。ＢＭＢの親会社であるＵＳＥＮは、有線放送事業を中心に展開する中で、集中と選択を行い、ノンコア事業である業務用カラオケの店舗事業を切り離し、経営効率の向上を図りたいという意向があった。

一方、エクシングの親会社のブラザー工業は、売上比率の８割が海外で占められており、国内需要の喚起を目指していた。事業の主軸は、ファクスや複合機の事業となっているが、ブラザーの持つ技術力と先進性を国内に向けて強く打ち出していくために新規事業を成長させたいというミッションがあった。そこで、どの事業領域を拡大させようかと考えた時に、我々エクシングが18年間培ってきた、ネットワークを介してコンテンツを提供するこのビジネスを中心に大きく育てていこうという戦略を描いた。

ＵＳＥＮの集中と選択という考え方と、ブラザー工業のエクシングを核に新規分野を拡大したいという考えがうまくマッチして、両社の統合が成立することとなった。

両社の特徴として、ＢＭＢはスナックやパブといったナイト市場の強みを持ち、エクシングはカラオケボックスを中心とした市場に強みを持っていた。今回のアライアンスでは、これまでの両社の強みを生かすとともに、弱みを補完する効果が期待でき、競合他社に対抗する商品とサービスの提供体制がさらに整ったと言える。

――今後の事業展開について。

吉田　今回、両社が一緒になるに当たり、相当な知恵を絞り、試行錯誤の上、議論を重ねてきた。

私の名刺にも印刷されているが、合併後は「ＪＯＹＳＯＵＮＤ×ＵＧＡ」というブランドを前面に押し出している。エクシングのＪＯＹＳＯＵＮＤ、ＢＭＢのＵＧＡというブランドをまず、がっちりと固め、両ブランドの強みを活かした市場展開を行う、という意識を鮮明に打ち出していきたい。

旅館・ホテルの宴会場に向けた商品で言えば、ＪＯＹＳＯＵＮＤからは「Ｅｎｊｏｙ」、ＵＧＡからは「楽宴」を提供している。ともに息の長い商品であり、今後もしっかりとしたサポート体制の下、サービスを継続していく。

現在は２つのブランドでサービスを展開しているが、今後発表する後継機については、ブランディングも含めて一本化することになるだろう。ただ、それは１年後、２年後の話ではなく、もう少し中期的にとらえて頂ければと思う。

２つのブランドで商品を継続展開

旅館・ホテル市場へ営業を強化

――旅館・ホテル市場に今後どういう営業展開するか。

吉田　旅館・ホテルに関して言えば、これまでエクシングは大きな営業網を持っておらず、また、ＢＭＢは全国に拠点を構えている利点を活かし、旅館・ホテルの宴会場に特化した営業体制を強化する必要があると認識していた。

合併を契機に、より強固な営業体制を構築するべく、市場別営業組織の充実を図り、旅館・ホテルの宴会場に向けては、地域に根付いた営業部隊となる市場開拓の組織を立ち上げ、この７月１日から本格的に稼働している。それに加え、これまで十分な営業展開ができなかったエルダー市場など、新たな市場を開拓し、全体の底上げを図りたいと考えている。

併せて、旅館・ホテル市場に強いディーラーとはこれまで以上に強い関係を築き、安定したサポート体制を構築していきたい。自社の中での市場開拓を中心とした動きと、ディーラーを中心とした動きの両面に尽力したい。

また、旅館・ホテル業界には、全旅連さんなど、全国規模の組織がある。これまで、ＢＭＢとして全旅連さんの協定商社に加入していたことから、今回、エクシングとして初めて仲間入りをさせて頂くことになった。これまでも、旅館・ホテルの宴会場市場に対しては、商品の提案を行ってきたが、今後はこの市場に特化した形で合併の効果を発揮した商品展開や、エクシングならではのサービスを強化することで、我々の特性をアピールさせていただき、これまで以上の市場との関係構築ができればと考えている。

――今後の新しい事業展開については。

吉田　趣味が多様化する中で、カラオケの参加人口の減少が顕著となっている。カラオケボックスの登場で、一時約６千万人まで増加した参加人口も、今はピーク時から１千万人近く減少している。

我々はとにかく、カラオケというものの楽しさをもっとアピールして、参加人口を増やすことで市場全体を盛り上げていきたい。

そのような理由から、２年前より展開しているのが、「カラオケＪＯＹＳＯＵＮＤ Ｗｉｉ」という家庭用ゲーム機向けのサービスだ。リビングで手軽にカラオケを楽しめるサービスで、ネットにつなげば５万曲のカラオケが楽しめる。このほか、携帯電話に向けたカラオケサービスも展開しているが、カラオケに触れる機会を増やすことでカラオケ人口の底上げを実現し、カラオケボックスや、旅館・ホテルでカラオケに足を運ぶきっかけ作りができればと思う。お爺ちゃん、お婆ちゃん、息子さん、娘さん、お孫さんが一緒になって楽しめる商品であり、それによって「じゃあカラオケボックスに行こう」とか、「旅館・ホテルで皆でカラオケをやろう」、というふうになると考えている。

もちろん、業務用カラオケも進化を続けている。その１つに、カラオケを歌っている姿を録画しり、また、市況がよくないこともあり、新しい機器の導入が思うほど進んでいないということだ。こんなに新しい曲も入っているし、こんなに新しい楽しみ方もあるのだ、というところを、もっと提案していきたい。

――旅館・ホテル業界も厳しいので、資金がなかなか回らない。

吉田　厳しい市況の中において、新たな投資は非常に難しい状況にあると思うが、その中でカラオケ設備への投資に対する付加価値を高め、カラオケを導入することで集客アップに貢献できるといった企画提案を打ち出していきたいと考えている。

――最後に、旅館・ホテルの経営者にメッセージを。

吉田　カラオケは、日本が世界に誇る文化の１つとして、国内のお客様だけでなく、昨今のビザ発給緩和などを受け、年々増加し続ける海外からのお客様にとっても、大きな魅力となるに違いない。

もちろん、外国の楽曲も豊富に収録しているほか、外国語による楽曲検索にも対応しているなど、海外からのお客様にも不便なくご利用頂ける機能を搭載している。

これまでお話しした通り、カラオケは年々進化しており、新しい楽しみ方がどんどん生まれている。歌って楽しめるだけではないプラスアルファの価値があることを広く知って頂きたい。そして、何より、カラオケが集客のプラスアルファの要素となり、旅館・ホテルの売上に貢献できれば幸いだ。

集客と売上アップへ新しい楽しみ方を提案

私自身、旅館・ホテル等を訪れて感じるのは、カラオケの機器はほとんど導入されているが、我々の提案力がまだ及ばないせいもあって、それをパソコンや携帯電話で見られるサービス「うたスキ動画」がある。また、来店頻度を上げるためのキャンペーンも定期的に実施している。もはや歌うだけではないカラオケの新しい楽しみ方や、付加価値を提供し続けていきたい。

ホテル推進グループの取り組み

旅館・ホテル様が「すきま時間」の活用における集客方法で様々なプランを検討模索されている中、エクシングではカラオケを活用した様々な「集客支援」企画を検討しております。

例えば、次のようなものです。

低稼働率時間帯の宴会場活用策として、弊社の持つ顧客ネットワーク網を利用した集客支援や、カラオケの新機能を活用した「カラオケ＋付加サービス」による稼働率アップ提案など、「温泉＋カラオケ」を満喫できる企画。

また、将来的に収益の柱になるであろう「外国人観光客」の誘導支援も行っていく予定です。

【お問い合わせ先】
カラオケ事業本部市場開拓ホテル推進グループ℡03・6848・5008。

株式会社エクシング　[本社]〒467-0851 名古屋市瑞穂区塩入町18-1 TEL:052-825-1901(代表)　[東京本社]〒105-0011 東京都港区芝公園2-4-1 芝パークビルB館 TEL:03-6848-5001(代表)
■製品のご案内 http://joysoundxuga.com ■コンテンツのご案内 JOYSOUND…http://joysound.com UGA…http://utauga.jp

全旅連協定商社