

# 楽しんで儲かるビジネスなんてない。 風俗は経済の原点であり、終着駅。

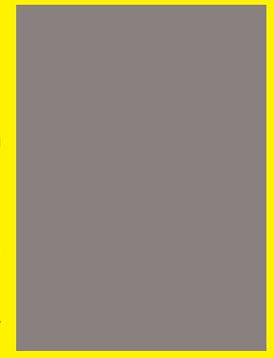
風俗はいいかわいモノ、と切り捨てるのも、一気持ちよくて楽しいもの、で片付けるのもあまりにもったいない。実は風俗こそ「日本のビジネスモデル」の典型なんです。



いわゆる「脱サラ」を目指すにも、完全自己資金では難しい？ 初期投資はいくらかかるのか。

## 起業理念

実践の場に身を置く先人の証言。  
まさに「商売に近道なし」



新宿・歌舞伎町にて革新的なビジネスを仕掛ける「ふらっとグループ」代表・稲本さん。

「ビジネスの原点」とも言える射精産業も、今や安易に稼げる業種ではない。広告宣伝・人材確保に労務管理、顧客対策とまさに「企業化」が求められる時代になっている。

そうした現状を、ビジネスの最前線に立つ起業家にインタビュー。グループ経営代表・デリヘル女性オーナー・性感店現役店長3氏に直撃、現在の風俗業のリアルな状況をズバリ訊いてみた。

## 業種解説



一口に射精産業と言っても、そこへ至るプロセスは業種によって大きく違う。そのシステムの違い、市場ニーズの違いを徹底検証。ソープ・ヘルス・ピンクサロンといったいわゆる「御三家」からイメクラ・性感といった新風営法以降の「新興風俗」、新風営法改正以降のデリヘルまでを歴史とともに詳細解説。今後の市場の方向性や参入の可能性はいつどこにあるのか。「射精産業は決して廃れない」伝説は本当なのか、を改めて考える。

## 資本調達

ビジネスの出発点は「資本」。  
風俗業の“マネー事情”を初公開！

「開業」にもっとも重要なのは「資金」。いくらあっても足りない、というのが本音だが、では逆にいくらあれば足りるのか。人件費・地代家賃などの固定費から設備費・消耗品・広告費などの流動費は？ 借入金はどこから借りる？ 風俗業ならではの出費とは？ これまで決して語られなかった、「グレーゾーン」を徹底公開。狙うべきはハイリスク・ハイリターンか、ローリスク・ローリターンか？

## 行政許認可



改正風俗営業適正化法でどう変わった？

風俗業は誰でも自由に開業できる職種ではなく、警察の許認可を受ける業種。しかし99年の風適法の改正案施行以降、業界の仕組みは大きく変わった。規制緩和された部分と規制が厳しくなった部分を的確に把握しておかないと、今後のビジネスの行方を見定めることは不可能だ。

「知らなかった」では済まされない、合法と非合法のボーダーラインを知ってこそ、これからのビジネスチャンスが見えてくる。

## 経理・財務



「井勘定」では絶対儲からない！ ビジネスの基本は帳簿

いかなる商売であれ、売上げがあり、支払があり、利益が確定する。そうした「経理の原則」は小規模商店であれ、一部上場企業であれ、根本は同じこと。明確な帳簿は節税対策にもなり、利益の増加に確実に繋がる。経営者たるもの、常に現在資金、手持ちの現金、借入金、買掛金ぐらいいは頭に入っていないとやっていけないのだ。

経費がどこまで認められるか、その案配もすべて帳簿にかかっていると看做すのは間違いではない。

## 商品開発

初公開！ 実技講習マニュアルから接客のノウハウを学べ！



いわゆる「普通（素人）の女の子」を、風俗業における「商品」へと仕立て上げるまでに欠かせない実技講習マニュアルを写真付きで公開。基本から応用まで、接客技術の向上のため、淡々と進められる疑似プレイの数々を詳細かつわかりやすく解説する。さらに「売れ線」への決め手となる「サービス内容」「接客態度」「容姿」のポイントを現役風俗店・店長が鋭く指摘。これらの三拍子がバランス良く兼ねそなわってこそ初めて人気商品が生まれるのだ。

人気女子タレント「ゆかり」撮影された風俗店での激増するその際のマネーでも教育の場

## 資本調達

ビジネスの出発点は「資本」。  
風俗業の“マネー事情”を初公開！

「開業」にもっとも重要なのは「資金」。いくらあっても足りない、というのが本音だが、では逆にいくらあれば足りるのか。人件費・地代家賃などの固定費から設備費・消耗品・広告費などの流動費は？ 借入金はどこから借りる？ 風俗業ならではの出費とは？ これまで決して語られなかった、「グレーゾーン」を徹底公開。狙うべきはハイリスク・ハイリターンか、ローリスク・ローリターンか？

## 労務管理

繊細でわがままな商品Ⅱ女性スタッフは、こう扱うべし！

風俗店にとつての「商品」である女性スタッフの扱いは、過ぎることのないくらいデリケートさを要する。その実際の管理・教育法を出勤シフトや、店長・店員の女性スタッフに対する接し方から解説。同時に影の功労者である男性従業員の風俗業における資質についても考察。

女性スタッフの親/し、彼氏/レを防ぐアリバイ会社の社員から、その実態をインタビュ。

## 販売促進

ソフトの品質向上がもっとも効果的な営業活動！

いくら立派な店舗を構え、宣伝広告に莫大な金額を費やしても女性スタッフの充実がなければ売上アップはありえない。風俗業では「女の子」という商品は唯一無二のソフト。言い方を変えれば、その商品の品質向上こそがもっとも有効な販売促進なのだ。そのような「売れ筋商品」の開発法を、「フールドル」を例にとつてシミュレーションしていく。彼女たちはどのようなにして一般ユーザーへ認知されていくのか？

## 人材確保

商品供給は風俗求人誌とスカウトに託される！

雑誌スカウトマンにインタビュー。女性スタッフ調達の裏面が詳細に明かされる。

女性スタッフの入れ替わりの激しさゆえ、常に供給確保を義務づけられている風俗業。その内情を風俗専門求人情報誌編集部とスカウトマンの声をまじえて解説。素人の女の子が手に取りやすい風俗求人誌の編集方法は？ 女性スタッフが集まりやすい募集広告とは？ スカウトマンは店に女の子を一人紹介することはいくらのマージンをもらっているのか？ 他興味深い裏事情が次々と暴露される。「顧客は店にはなく、女性スタッフにつく」ゆえ、切実なアドバイスと言えよう。

## 店舗設計

行列ができる風俗店の作り方をプロが伝授！

歌舞伎町の真ん中に「土掘橋」(株)「シズメスアー」には風俗業者の相違が大きい。

風俗店の顧客を多く抱える不動産業者・風俗コーディネーターのインタビューを元に、地図付きで場所探しのコツを披露。また、立地条件など街並から見た店舗の選び方や、風俗業に適した商圏分析も解説。さらに内外装等については、接客業全般の鉄則に加え、風俗業特有のノウハウを折りこみつつ、いくつかの実例を挙げながらのアドバイス。「行列のできる店」を作るための第一歩が凝縮されている。

有料広告の安定供給は、風俗店の存続・繁盛の鍵を握る生命線！

広告宣伝

過当競争の真つただ中にある大都市圏の場合、生き残りを賭けて店をアピールする手段は広告宣伝にかかっている。中でも店の存続の生命線とも言えるのが有料広告。「店の存在を認知させるまでが勝負」かつ「決して絶やしてはいけない」現状にあっては、粗利の40〜50%を広告費につぎ込んでいるという店舗もあるほど。それくらい欠かせない有料広告、風俗情報誌他への出稿から価格帯、さらには販促効果の高い広告の作り方を流れに沿って解説。

店名から色味、レイアウト、さらには出向する媒体の選択まで……、有料広告には店側のアイデアとリサーチの結果が詰まっている！

## マスコミ対策

顔出しOKの女性スタッフは  
大量のタブ記事を生み出す広告塔！



有料広告以上に莫大な効果を望めるのが雑誌、テレビなどの企画の一貫で掲載される店紹介コーナー、いわゆるタイアップ（パブリシティ）記事である。当然、店側は常に「取材される側」に回るための労力を日夜惜しまない。

中でも特に明確な効果を生むのが広告塔、すなわち「マスコミ顔出しOK」の女性スタッフ。こうした人材を一人でも増やすことは知名度アップの王道でもある。しかし、そこに到るまではいくつもの障壁をクリアしなければならぬ……。



顔出しOKの女性スタッフは、マスコミ側から手が出しにくいもの。

## 顧客管理



もちろんフリー客は潜在常連客だが、固定収入に繋がる「常連客」をいかに多く捕まえるかが重要。過当競争の現在、値下げ合戦をする体力のある業者はごくわずか。女性スタッフの充実以外には、精一杯の知恵と誠意こそが風俗店にできる企業努力だ。風俗店を訪れるのは「特別な客」ではない。ごく普通の、一般人だ。しかしそうした顧客にも、風俗店を訪れる場合ならではの、独特な心理が生きている。繁盛店はいかにして「顧客心理」を掴むのか。

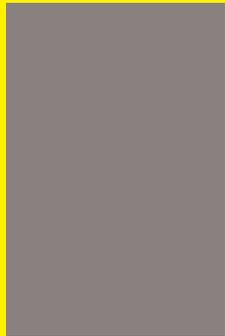
リピーターなくして繁盛なし！

## 接客・販売



店側の創意工夫を  
あらゆる角度から  
徹底分析してみる！

広告以外にも新規客を獲得するための創意工夫は欠かすことができない。店外広告の設置から割引チケットの活用、さらには商売の基本中の基本である接客態度まで、あらゆる「努力」を紹介する。このような地道な作業の数々が店の存続・繁盛につながっていくのである。



店舗のエントランスに設置されている看板にも割引チケットが。