

九州観光ビジネスプランコンテスト 2023

事業計画書

提出日 2023年10月31日

学 校 名	佐賀大学														
学部・学科名	経済学部・経営学科														
チ ャーム 名 (個人参加の場合は任意)	セカンドペンギン	エントリーNo.	10												
●●●●●●●●●● ●●●●●●●●●●															
携帯電話番号	●●●●●●●●●●	E-mail	●●●●●●●●●●												
チームの紹介(任意項目) 私たちセカンドペンギンは、ゼミメンバー4人が集まったチームである。マーケティングについて勉強しながら、企業訪問やケーススタディを通して実践的に議論している。今回の九州観光ビジネスプランコンテストについて、地域資源を利用して、宿泊観光客数を増やすプランを考えることとなった。一つひとつのキーワードについてチーム内で意見を出し、少しずつ形にしてきた。一度考えたプランを見直し、利用者の目線になって、プラン内容が複雑にならないように工夫を重ねた。															
1. 取り組みテーマについて(なぜこのテーマに取り組んだのか)・現状および課題認識 〈イメージ〉: 私たちの学び舎のある佐賀市と隣の大川市についてのイメージ調査において、佐賀市については、県の主要な施設が点在しており、県の中では最も存在感があると思われるが、認知度状況は、唐津市、鳥栖市に次いで 3 位となっている。また、大川市については、周辺地域(柳川市、筑後市、八女市、みやま市)と比較すると、アンケートにおいて、複数の項目がある中で「その他」や「どれにも当てはまらない」という項目の回答が約半数を占めていて、イメージの薄さが目立っている。(さが統計情報館, 令和 3 年度) (みやま市シティプロモーション戦略, 平成 28 年) 〈集客〉 令和3年佐賀県観光動態調査結果(単位:千人) <table><thead><tr><th></th><th>宿泊</th><th>日帰り</th></tr></thead><tbody><tr><td>日本人</td><td>1,168</td><td>13,574</td></tr><tr><td>訪日外国人</td><td>5</td><td>66</td></tr><tr><td>合計</td><td>1,173</td><td>13,640</td></tr></tbody></table> ⇒入り込み客数のうち日帰り観光の割合が圧倒的に大きく、滞在時間が短いことが明らかである。宿泊観光は、日帰り観光と比べ、宿泊施設や滞在時間などからその観光地での経済効果に大きく影響する。日帰り観光の割合が大きい佐賀市や大川市において、宿泊観光を増加させるためにどんなプランが必要かを考察する。					宿泊	日帰り	日本人	1,168	13,574	訪日外国人	5	66	合計	1,173	13,640
	宿泊	日帰り													
日本人	1,168	13,574													
訪日外国人	5	66													
合計	1,173	13,640													
2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて 今回ターゲットとしている佐賀市、大川市は歴史的に家具で有名である。<u>今回のアイデアの核は、家具という佐賀、大川地域ならではの資源を集客に結びつけ、プロモーションするために、使用体験という過程で、他の要素(食、ゲストハウス)と融合させるというものである。</u> まず、メイン要素としている大川家具、諸富家具について紹介する。大川市は九州一大きい筑後川が流れており、水運が整っていて、船の行き来が活発であったことから造船業が活発に営まれていた。その名高い造船技術を用いて作られるようになったのが家具である。佐賀市の諸富町では古くから土木業が営まれており、大川橋の開通で大川市との交流が活発になり、新たな土木技術が伝わったことから家具産地としてさらに大きくなった。 大川家具、諸富家具の魅力は品質、デザイン性が高く、耐久性に優れているというところにある。実際に、															

家具展示場を訪れ、テーブル、いす、ソファ、ベッドといった各家庭で使用する家具を見て触れてみた。木目を活かしたゴージャスなテーブル(300 万円)、滑らかな質感のあるシンプルな食卓テーブル(40 万円)など、商品の色(雰囲気)は様々で、価格も数万円～数百万円というように幅広い。家具の種類ごとにブースで区切られ、似た商品を比較しながら見て回ることができる。比較的高価な商品が多く、気軽に購買を決定できるものではない。ユーザーが家具の使用体験を通して、商品に対して理解、納得し、購買意欲を掻き立てるプランを設計する。

本プランでは、佐賀、大川地域の特徴の一つとして、家具というイメージの定着を図り、大川市、佐賀市はどんなところかという問いに対して、迷わず形容詞を付けてもらえるようにしたい。また、集客において、滞在時間が短い原因は、魅力的な宿泊施設が少ないからだと考えた。日帰り旅行の人々に宿泊旅行を選択してもらい、滞在時間を延ばして、地域の経済効果を高めるプランを考える。

3. 九州や地域社会への影響について

・新たなアイデアが九州や地域に及ぼす効果(誘客、活性化等)はどうか。

食 ・これまで廃棄されてきた農作物を消費できる仕組みを作ることで農家の負担を抑えることができる。
・佐賀市で活発に取り組まれている「SAGA タベスケ」のようなサービスを周知できる。タベスケは全国に1万人以上のユーザーがいるが、プランにおいて本サービスを知って理解してもらえれば、更に登録者数を増やすことができる。

住 ・宿泊時に家具を使用することで、商品に対する関心や理解が深まり、購買につながられる。
・国内における家具の消費量が減少し、海外へ販路を開拓しようとしている中、国内の需要の増加が見込める。国内需要が伸びれば、家具産地としての佐賀、大川というイメージ強化になる。

4. 事業化に向けたビジネスモデルについての具体的な紹介

・商品・サービス・ノウハウなどを分かりやすくご説明ください。

・「事業収入(提供金額)」「費用(事業コスト)」「告知手法」等を可能な限り記述してください。

本プラン名は、おうちデコ～いい食住のエクスペリエンスタイム～である。いい食と家具で装飾された住で特別なおうち時間を楽しんでもらえるビジネスモデルを提案する。家具メーカー、農家、ゲストハウス、そしてこの三者統合の役割を担う事業者、更にユーザーを加えた関係図【図1】(添付資料)について簡単に説明する。【図1】は四者間の関係をまとめた図である。それぞれの相関関係を説明すると、ゲストハウスは家具メーカーから家具を提供してもらう代わりに宿泊時に観光客が直接家具を購入できる仕組みを設定し購入までの導線作成を行う。また、我々事業主は SNS を用いた宣伝、集客に加え、プラットフォームとなるホームページを作成し宿泊施設の検索、予約、フィードバックの回収を一括して行える仕組みを作成し、宿泊までの導線作成とフィードバックの提供をゲストハウス側に対して行う。また、ホームページ上では家具の紹介や家具メーカーのオンラインストアへの導線を作成することで家具の購買を促進させる狙いもある。加えて、我々事業者の働きとして前述で紹介があった「SAGA タベスケ」というサービスを用いて地元農家から食材を調達し宿泊客に提供するというものがある。その対価として売上の一部を地元農家に還元する。

ここから、それぞれの要素について詳細に説明する。

〈家具について〉:このビジネスは、地域ブランド家具という関与度の高い商品を実際使用してもらうことで家具購買のきっかけを提供する。買ってもらうための仕組みが重要となる。私たち事業主がホームページを運営し、本プランの予約、気になった家具の情報閲覧、購入手続き、宿泊旅行の感想(口コミ)の投稿までホームページ内で行えるものにする。私たち事業主と、このホームページが本プランのプラットフォームとして、中心的な役割を担い、家具、食、ゲストハウスの三者を統合しようと考えている。家具体験はリアルで、購買は web 上(オンラインストア)でいうように体験の場と購買の場を分離させる。使用体験できる家具は人気のあるタイプや高級で手の届かないものなど複数設置することで様々な場面で体験できるようにする。また、それぞれの客層に関心を持ってもらえる家具を揃えることで、幅広い顧客にマッチする空間にする。客層としては、富裕層を中心として、家族連れ(新婚夫婦と幼い子供)、老夫婦、親子、姉妹など具体的なユーザーをイメージして、家具の設置に取り組む。設置する家具については、家具メーカーとゲストハウス、事業者で決定し、季節ごとに入れ替えを行う。また、複数の家具を設置し、総額いくらの部屋に仕上げるかについて検討する。定期的な入れ替えによって他の家具も使用してみたいというニーズを満たし、リピートを導く

る。気に入った家具を見つけた利用者は購買につながれると考えられる。

〈食について〉:このプランの利用者は、食事付とし、家具を使用しながら食事を楽しめるものにする。「SAGA タベスケ」という生産者と消費者を結ぶサービスを用いて、タベスケに登録されている規格外野菜を中心に、BBQ で地域野菜そのものを楽しめるものにする。ゲストハウスの特徴として、安いことが挙げられ、できるだけ安くかつ食事を充実させるために、複雑な調理を必要としない BBQ で利用者自らが手軽に準備できるものとして考えている。

〈ゲストハウスについて〉:家具の使用体験をする場として、ゲストハウスを予定している。佐賀県には複数のゲストハウスがあり、この事業を進めていくために十分な環境が揃っている。佐賀県全域に点在しており、利用者自らが泊まってみたいゲストハウス、地域を豊富な選択肢から選ぶことができ、利用しやすい施設であると考えている。既存のゲストハウスに高級家具を設置することで観光客が高級家具を直接体験できる機会を提供する。まず、家具使用体験の場として、ゲストハウスを採用した理由は、ほかの宿泊施設に比べて安い料金で宿泊できるため低コストで良質な家具を実際に体験できるからである。ゲストハウスには宿泊スペース、共用スペース、併設のカフェやバーがあるため多様なシチュエーションで様々な家具を体験できる。一般的にゲストハウスに対して「安く泊まればそこまで質は問わない」という認識であるため、ゲストハウスそのものに付加価値を付けるという斬新な試みが集客・誘客につながると考えている。今回、ゲストハウスを利用する最大のメリットとしては、新たなショールームを展開せずに既存の施設を利用して家具を体験してもらえるというところにある。ゲストハウスと提携することでショールームより宣伝効果が増加すると考えられる。他の目的のもと、観光に訪れている人でも、ゲストハウスに滞在することで、家具との接点を持つことができるため、国内だけでなく海外からの観光客にも商品を知ってもらえる。ゲストハウスは価格、敷居の面で誰でも気軽に利用できる施設となっているので、家具をより深くより多くの人に実際に体験してもらうことができる。Stay+αの付加価値がつくことで差別化を図ることができる。

〈事業者〉:本プランは私たち学生が事業主であるという想定で作成したものだ。この事業を行うにあたり、私たちが事業主になる強みとしては、SNS を利用した情報発信である。誰に向けた情報発信なのかによって柔軟に広報媒体を変化させる。また、前にも述べているが事業主の役割は、家具メーカー、農家、ゲストハウスの三者をまとめ、ユーザーを引き付けることである。そのために、意見交換のできる会議の設置や広告の作成、収益の管理・分配を行う。

〈収益モデル〉:ゲストハウスの一般的な宿泊費用は一泊¥5,000 と設定したため、家具と食という価値を付けた本プランの利用額は¥9,000 に設定する。¥9,000 の分配については、¥5,000 をゲストハウス、¥2,000 を食材の提供者(農家など)、¥2,000 を事業主の収益とする。家具メーカーについては、ゲストハウスにおいてのプロモーションが大きな効果を持つと考えており、ゲストハウスがショールームとしての機能を果たすため、家具使用体験についての対価は発生させない。本プランは家具メーカーに対して売り場の提供を行い、ゲストハウスに対して利用促進の効果を持つため、事業者はメーカーとゲストハウスに対して一定の手数料の支払いを求める。

5. 事業化後の目標、継続可能性や将来のイメージなどについて

今回提案した、家具、食、ゲストハウスの融合というプランにおいて、メインとなる家具の清掃は検討課題である。ソファなど清掃が難しい家具の利用について、ユーザーが心からくつろげるように、どのようにきれいに保っていくかを考えなければならない。また、家具が破損した場合の保険についても事業者で管理が必要である。今回のプランでは、家具使用体験の場として、ゲストハウスを採用したが、別の宿泊施設でも代替可能である。例えば、グランピング施設やホテル、旅館、古民家などがある。本プランのように「家具+ゲストハウス」を佐賀、大川地域から九州全体に広く展開していくだけでなく、「家具+カフェ⇒ファニーチャーカフェ」のようにコラボ店舗を増やすことで九州全体の観光産業の活性化を図り、同時に大川家具、諸富家具の認知度を高めていく。また、食事について、規格外の商品は生産の場において、発生せざるを得ず、そのような商品を優先的に活用することで、食品ロス削減に努めたい。規格外商品を使ったということをポジティブにユーザーに見せることで、そのような商品の利用の場が広がっていくことを願う。このプランを通して地域食材に興味を持ってもらったら、その場で食材や加工品の購入ができる仕組みを作りたい。