

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

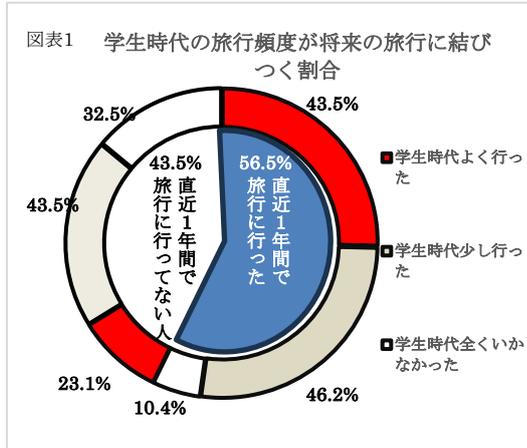
学 校 名	九州産業大学		
学部・学科名	地域共創学部 観光学科		
チー ム 名 (個人参加の場合は任意)		エントリーNo.	15

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)

取り組むテーマは「九州の学生限定の宿泊を軸としたサブスク事業」である。

現状の日本の観光業界はコロナ禍が収束して徐々に回復傾向にある。ただ、コロナ禍で人々の生活や考え方が大きく変化した。そのため、これから観光業界の市場拡大に向けて、時代に合った観光の形を模索していく必要がある。現在の政府の考えは少子高齢化で年々人口が減少する国内ではなく、市場規模が大きいインバウンド対策に力を入れている。ただ、現代はネットワークが発達し、簡単に多くの情報を手に入れることができるため、旅行サイトや SNS では人気の観光地の情報で大半を占め、人気観光地に観光客が集中して「オーバーツーリズム」と呼ばれる観光公害がひとつの問題となっている。今後はコロナ化が収束して行動範囲が広がったことで国内観光客だけではなく、インバウンドの増加も見込めるため、さらにオーバーツーリズムの問題が深刻化していくと推測する。そのため、これからの観光業界で重要なのが観光客の地方への分散である。地方に観光客を分散させることでオーバーツーリズムの解消だけではなく、地域の活性化につながると考えられる。

そこで、私は学生に注目した。学生は SNS の発信力もあり、流行を創っていく年代である。



出典: 将来的な商品化に向けた観光資源磨きのモデル調査業務(平成 26 年、観光庁)

また、左図によると、学生時代の旅行頻度は将来の観光行動の頻度に大きく影響するため、今後の観光市場の土台でもある。現代の学生の観光行動の特徴として目的が先行して観光地を選択していくため、目的に対しての消費行動は積極的だが、交通や宿泊の面は節約傾向にある。そのため、現代の若者は情報発信の工夫次第で地域への観光客の分散が可能だと考えられる。つまり、九州の観光資源を活かして観光客を分散させつつ、日本の観光市場の拡大を目指す土台をつくる、それがビジネスプランのテーマである。

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

課題解決に向けた新しいアイデアは「九州地域(沖縄県を除く)の宿泊施設限定で学生に向けたサブスク事業」を提案する。

当事業のプロセスは①九州の学生がサブスクに登録→②趣味(目的)を入力→③趣味(目的)を達成できる観光地を選出→④観光地を選択→⑤観光地付近の宿泊施設が自動的に決まる→⑥趣味(目的)・観光行動を実行→⑦情報発信→⑧アンケート調査である。

まず、当事業のメインは九州地域の宿泊施設のサブスクである。宿泊施設を軸とした理由は 2 つある。1 つ目は滞在時間を延ばすのに最適だからである。なぜなら、宿泊することによって滞在時間を延ばすことで地域への経済効果が大きくなるうえ、多くの魅力を旅行者に知ってもらうことができるからである。2 つ目は稼働率である。宿泊施設は繁忙期と閑散期があり、稼働率が一年間を通じて安定しない。特に、コロナ禍の影響でテレワークが浸透し、出張需要が見込めなくなる中、観光需要の増加が重要になっていく。そのため、当サブスクは時間に余

裕のある学生をターゲットにすることで稼働率が低い閑散期に素泊まりという条件と、学年によって値段と制限を設けることで宿泊施設に対して安定した収益を確保できるうえ、学生向けの安価な価格帯のサブスクが実現できる。また、当事業の宿泊施設は各地域の DMO に誘致してもらおう。観光庁によると、2027 年度末までに地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能を提供するサイトをすべての登録 DMO が構築することを掲げている。つまり、地域全体の情報源を DMO が担うことになるため、DMO と連携することで迅速に宿泊施設や観光地とつながることができる考えた。

次に当事業のターゲットは九州の学生限定の九州各地の宿泊施設サブスクである。当社は現代の若者の観光行動の「目的から観光地を選定する」特徴をもとに、独自のアプリを開発して観光客を分散させる仕組みを構築する。つまり、独自のアプリは趣味で目的地を選んでいくため、情報量ではなく地域の資源で勝負することができる。また、アプリ内では九州各県の学生をターゲットに興味でつながれるイベントを開催し、大学内だけではなく九州全体でコミュニティの輪を広げながら新しい観光の形となると考えている。そして、地域は学生が訪れることで地域の新たな魅力の発見や発掘したことを SNS やロコミで発信することで認知度向上につながり、地域へのリピーターの獲得や学生以外の観光人口の増加が期待でき、将来の観光市場の拡大になると考えられる。

最後に当事業のデジタルマーケティングである。地域の観光後に学生に対して訪問目的・情報収集手段・地域での実地内容・旅行予算・満足度・再訪意欲・交通手段・などのアンケートに協力してもらい、それらのデータを収集して地域の観光関連事業者や旅行会社、DMO、若者向けの事業を行っている企業に販売を予定している。当事業は利活用しやすい観光客情報のプラットフォームを構築して可視化することで、今後一般化されていく DX 化や CRM のようにデータとして地域の課題解決や需要を把握ができる仕組みを構築できるようにしていく。

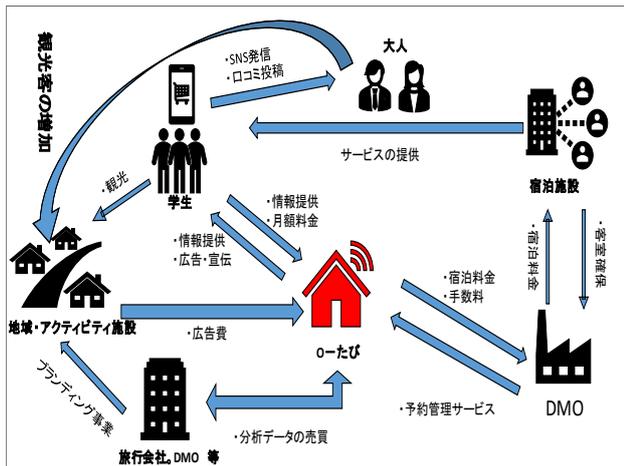
3. 九州や地域社会への影響について

まず、若い時の旅行経験は将来の旅行市場を維持・拡大する上で重要だと推測する。なぜなら、図表 1 から直近 1 年間で旅行に行ったことのある人と、行っていない人を比較した場合、学生時代の旅行頻度が高かった人の方が将来も旅行に訪れている割合が高いことが分かった。そこで、当社のサブスクは学生と地域を趣味・観光目的を通じてつなげる役割を担うことで、多くの学生に旅行経験を積んでもらうことで将来の観光人口の増加が期待できると考えられる。また、当サブスクは趣味を目的とした旅行なので同じ趣味の学生同士を集めて大会や交流会といったイベントを 3 カ月に 1 回実施し、コミュニティの輪を広げながら「旅行＝楽しい時間」という感覚を持たせることで、学生ならではの旅行の新たな楽しみ方を実現していく。

また、九州には知られていない魅力の高い観光地や、観光に力を入れている地域がある中、情報旅の影響で世に知られていない地域が多い。そこで、当サブスクは独自のアプリで個人の趣味趣向に特化した地域を厳選して情報を提供する仕組みを構築し、情報量関係なく地域の魅力が学生に伝わる仕組みにする。つまり、当サブスクは目的から観光地を選択させることで、人気観光地に集中することなく分散させる。そして、当サブスクは地域に訪れた際に、発信力のある学生に SNS などでの情報発信を条件とすることで、新たな魅力の発見や開拓につながり、多くの地域に学生だけではなく様々な年齢層の認知の獲得や観光客の増加が期待できると考えられる。

さらに、当事業はサブスク登録者のアンケートを基にデータを収集して、企業に販売する。今後はより効率的に迅速な需要の把握や課題解決が求められる中、学生という流行の中心にいる世代のデータには価値があり、それらをデータ取引して販売することで当社とともに地域全体の相乗効果が期待できると考えられる。

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



今回の事業は学生と地域をつなげる役割として宿泊施設を軸としたサブスクを行う。

私の会社はサブスク全体の運営、管理、広報、DMOとの連携、データ収集・分析に加えて、地域の観光関連事業者や旅行会社、DMO、若者向けの事業を行っている企業に対してデータマーケティングを行っていく。

まず、当事業のメインの宿泊施設は登録観光地域づくり法人(DMO)に誘致してもらいながら、予約管理サービスを運営してもらい連携を図る。

誘致する宿泊施設には客室稼働率が高い繁忙期ではなく、閑散期のみ素泊まりで客室を提供してもらうこと

で、固定収入が確保できるだけでなく、観光客が増えることで地域全体の宣伝としての効果も高く、地域全体の観光人口の増加が期待でき、新たな宿泊客が増加するメリットが大きいと考えている。また、当社のサブスクは安定した収益を獲得するため料金によって制限を設ける。具体的には、学生をターゲットとしているため学業に専念してもらうことを優先としながら旅行経験を積んでもらいたいため、授業数などを考慮して【1年生 1980円(1回)2年生 3980円(2回)3年生 6980円(3回)4年生 9800円(4回)】と設定する。そして、学生は旅行における宿泊施設に対して強いこだわりがないため、当社が自動的に目的地周辺の宿泊施設を決めるようにすることで、一つの宿泊施設に集中しないようにする。

当社の収入は【サブスク登録者が支払う月額料金—宿泊施設の提供料(素泊まり価格:50%—宣伝費)】を差し引いた額(1000円程度)と、各々の自治体や企業に対して行うデータマーケティング(モニター100名:5~10万円×取引先)で考えている。また、地域の観光施設やアクティビティ施設をアプリ内で宣伝する広告費(月額1000円)。さらに、当社はサブスクの登録者に簡易的に情報提供やアンケート調査を行ってもらうため、自社独自のアプリを業者に依頼して開発する。アプリ開発コストは相場から100万から500万円だと推測している。また、サブスクは初期投資が大きく、利益が出る時間もおかかるため補助金の利用を考えている。その点で当社の年間利益は初年度1000万と推定する。

しかしながら、当社のサブスクは登録者数によって月額利益やデータの価値も変わってくるため、予想できない特徴がある。ただ、当サブスクの登録者が年々増加していくことで利益も上昇していくため、多くの学生に宣伝して認知してもらうことが必要になっていく。そこで、告知方法は九州各々の大学・短大・専門学校に協力をしてもらい、登録者の急速な増加を目指している。

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

当サブスクの事業化後の目標は登録者数1万人、宿泊施設数3000件(ホテル1000、旅館1500、その他、500)である。また、当サブスクは登録車のデータを収集して宿泊施設だけではなく、地域の観光関連事業者や旅行会社、DMO、若者向けの事業を行っている企業に販売するため、多くのモニターがいることでより価値あるデータになる。そうすることで、九州の観光産業や地域の課題が解決してより良い観光地と成長していくことで、将来の観光人口の増加につながっていくと考えられる。

将来的には当サブスクを全国(北海道、東北、関東、近畿、四国・中国)の地方を導入し、日本全体が活性化しながら、観光人口の増加を図り、更なる市場拡大を目指していく。そして、当サブスクは宿泊施設に繁忙期、閑散期に限らず安定した収益を確保でき、宿泊施設だけではなく地域のリピート率につながる取り組みであるため、将来的に宿泊施設のマーケティング戦略として一般化していくことを目指す。つまり、当サブスクは日本の少子高齢化、地方の過疎化が深刻化して観光人口の増加及び分散が求められる現代社会において、観光人口を飛躍的に伸ばす施策であり、九州・日本全体の地域の活性化につながる新たな観光の形ではないかと考える。

<記入上の注意>

- ・各項目の文字数の制限はありませんが、計画書全体で最大A4用紙片面3枚以内に収めてください。
 - ・各項目の詳細説明のため概要図・グラフ・画像などの挿入や添付も可と致します。
- なお、解像度に画像が荒くなる場合がありますので、使用するフォントや写真等には留意下さい。