

- ①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。
 ③「ビジネスのイメージ図」以外は手描き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にすること。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
○	テーマ部門	○	○	SK2	センコーグループホールディングス株式会社
	自由応募部門	○	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称(フェースシートと同じプラン名称を記載してください。)

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

47都道府県総合アンテナホテル

2. ビジネスプランの概要

1) 概要: あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。(400字程度)

本施策は、各都道府県が競い合いながらそれぞれの魅力を宿泊客に伝えることで地域活性化に貢献するコンセプトホテルである。

各都道府県にはまだまだ隠れた魅力があるが、それらの魅力は人々に気づかれていない。さらに、コロナ禍で自粛生活を余儀なくされ、県外在住者たちが旅行を通じて地域の魅力に気づく機会は一層減っている。そこで、気軽に旅行気分を体験でき、かつ地域の魅力にも触れる機会を創出する本施策を提案する。

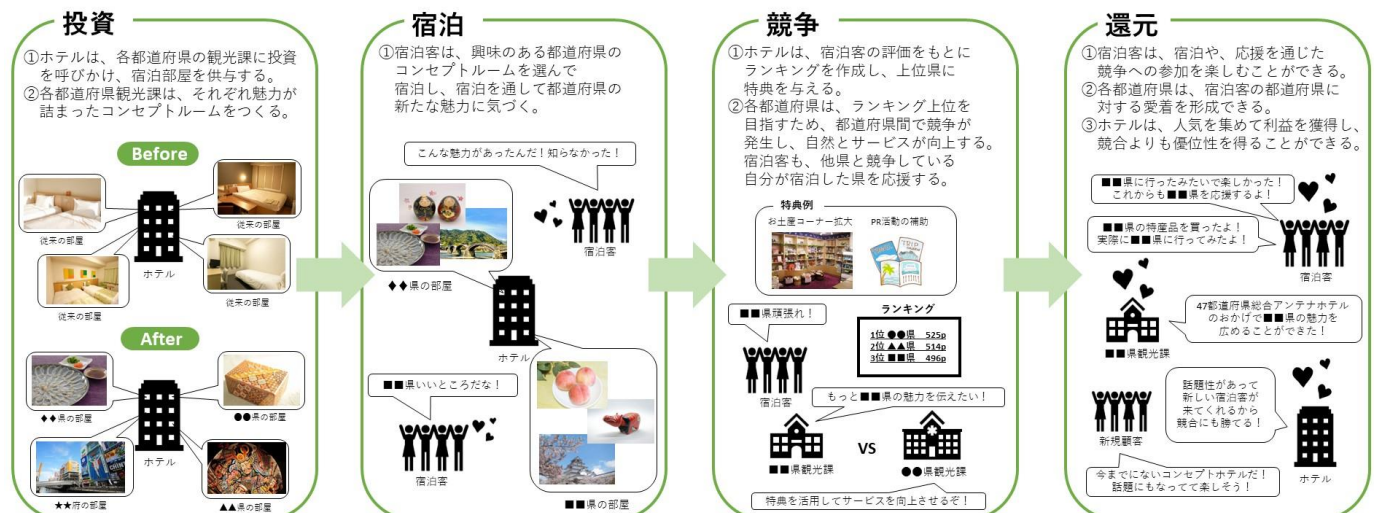
(1) まず、ホテルが宿泊部屋を各都道府県の観光課に供与する。次に、各県の観光課がそれぞれ県の魅力が詰まったコンセプトルームを自由につくる。(2) 顧客は、興味のある都道府県の部屋を選んで宿泊する。(3) ホテルは、宿泊した顧客の評価をもとにランキングを発表し、ランキング上位県に特典を付与する。それを受けて、都道府県間に競争が発生し、サービスが向上していく。(4) どの県の部屋を選んだ宿泊客についても、各県は宿泊客の県に対する愛着を形成することができる。

2) 類似ビジネス: 類似するビジネスにはどのようなものがありますか。(200字程度)

類似ビジネスは2つある。まず、47都道府県の良さを一カ所で味わえるという点で、渋谷ヒカリエにあるd47食堂が類似している(d47食堂HP参照)。しかし、これは食のみに焦点をあてた施設であり、都道府県がもつ魅力全体に焦点をあてた本施策とは異なる。次に、明確なテーマをもって作られた宿泊施設という点で、既存のコンセプトホテルも類似している。しかし、既存ホテルのなかに47都道府県をコンセプトにしたホテルは存在しないため、本施策とは異なる。

3. ビジネスのイメージ図: どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手描き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。



4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

本施策の主な標的顧客は、コロナ禍の自粛ムードで気軽に旅行することができなくなった都市圏に住む人々である。ホテルに宿泊し都道府県の魅力を疑似体験することで、楽しい感情とともにコロナ収束後の旅行のイメージを膨らませ、体験した都道府県を旅先の候補として選んでもらうことができる。また、本施策には各都道府県の観光課が競争するという新しさがあるので、話題性のあるものに敏感なインフルエンサーが本施策を利用し、周囲に発信してくれることも期待できる。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうですか。(200字程度)

近年、欧米において、近場のホテルに滞在してゆっくり楽しむ、ステイケーションが注目されている。最近では、コロナの影響による移動制限をきっかけとして、日本においても近場で楽しむという旅行の形態が急速に普及した。今後たとえコロナが収束したとしても、近場で楽しむことの良さに気づいた人々が引き続きステイケーションを満喫するため、この傾向は持続するだろうという調査結果もある(J.D.POWER, 2021)。そのため、長期的な需要が見込まれる。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

競争相手は、都市圏にある宿泊すること自体が目的のホテルである。このようなホテルは、おしゃれな内装や得別な食事など、非日常感を味わうために利用されている。しかし、本施策は47都道府県がホテルを舞台に自分たちの魅力を競い合いながらアピールし、顧客側も競争に参加しながらその魅力にふれることができるという点で差別化を図っている。さらに、本施策は地域活性化のきっかけを提供するという社会性があるという点においても、競争相手に対して優位性を獲得できる。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

既存のホテルの買収費、買収後のホテルの改修費、開業後のホテルの維持費が必要となる。維持費には、固定費として減価償却費が、また、変動費として広告宣伝費、人件費、水道光熱費、サービス提供費、消耗品費などが含まれる。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	2,218	28,394	28,394	88,732	88,732
変動費	▲5,000	▲10,000	▲10,000	▲10,000	▲10,000
固定費	▲115,000	▲5,000	▲5,000	▲5,000	▲5,000
利益	▲117,782	▲104,388	▲90,994	▲17,262	56,470

単位:万円

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

1年目前期はホテルを改修するため、1年目後期から事業を開始する。1年目後期はイノベーターへの普及期間、2~3年目はアーリーアダプターへの普及期間、4~5年目はアーリーマジョリティへの普及期間である。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

(地域創生の現状についての調査)

・個人旅行が重視される新しい観光の潮流の中で、地域資源を再発掘し観光客のニーズを掴んでいる地域もあれば、その流れに追いついていない地域も多く存在する(日本総合研究所HP参照)。

(旅行に対する近年の傾向についての調査)

・コロナ流行を契機とした新たな旅行需要として、①人の密を避けた旅行が増加、②居住地と同じエリア内の移動が増加しており、長距離移動を避ける旅行が増加の2つがある(日本総合研究所HP参照)。

・海外では以前から知られていたが日本ではあまり知られていなかった「ステイケーション」が、コロナ禍をきっかけとして関心が高まっている(エクスペディアHP参照)。

(採算計画について)

当該ホテルの客室数は、大阪府内のホテルの平均客室数である143部屋とした(おもてなしHRHP参照)。また、各部屋における最大宿泊人数は4人とした。よって、当該ホテルを1年間運営した場合の最大利用者数は、143室×4人×365日=208,780人である。また、当該ホテルの宿泊料金は、通常期間は7000円、繁忙期(1年間のうち1/4)は、13,000円とした(ホテル予約サイトよりコンセプトホテルの宿泊料金を参考に算出)。よって、売上計算における宿泊料金は、各料金の平均価格である8,500円とした。1年目後期は、上記最大利用者数のうち、イノベーターとなる2.5%の利用者への普及期間とする。その後、2年目から3年目までは、アーリーアダプターとなる13.5%の利用者(累計16%)への普及期間に、4年目から5年目までは、アーリーマジョリティとなる34%(累計50%)への普及期間とする。各普及期間における売上は、以下のとおりである。

1年目:(208,780人×0.025)×8,500×6ヵ月/12ヵ月=44,370,000(円) / 2~3年目:(208,780人×0.16)×8,500=283,940,800(円) / 4~5年目:(208,780人×0.5)×8,500=887,315,000(円)

固定費は、ホテルの買収費(10億円)、改修費(1億円)、減価償却費(5,000万円/年、定額法、残存価格0円、償却期間20年)とし、買収費と改修費は1年目のみ計上する。変動費は、水道光熱費等の維持費(1億円/年)とする。なお、変動費については、1年目は半年のみの営業となるので、5,000万円とした。

【参考資料(以下最終アクセス6月7日)】

d47HP(<https://www.hikarie8.com/d47shokudo/about.shtml>) / 日本総合研究所HP(<https://www.jri.co.jp/>) / おもてなしHR HP(<https://omotenashi.work/>) / J.D. POWER HP(<https://japan.jppower.com/ja>)