



旅美のおとも

202201867 佐伯隼人

202202223 大谷陸人

202202233 北川貴惟

202202029 寺瀬歩未

202202024 高橋理子

202202212 吉田晴香

目次

- 1. 社会課題、現状
- 2. 提案する事業
- 3. 事業理念
- 4. 利用方法
- 5. 事業によるメリット
- 6. 収益構造
- 7. フェルミ推定や費用計算
- 8. ビジネスモデル図解
- 9. 競合との差別化
- 10. 今後の展望

社会課題

旅行先で荷物がかさばる（美容品）

ホテルのアメニティ廃止の現状（プラスチック資源循環法）

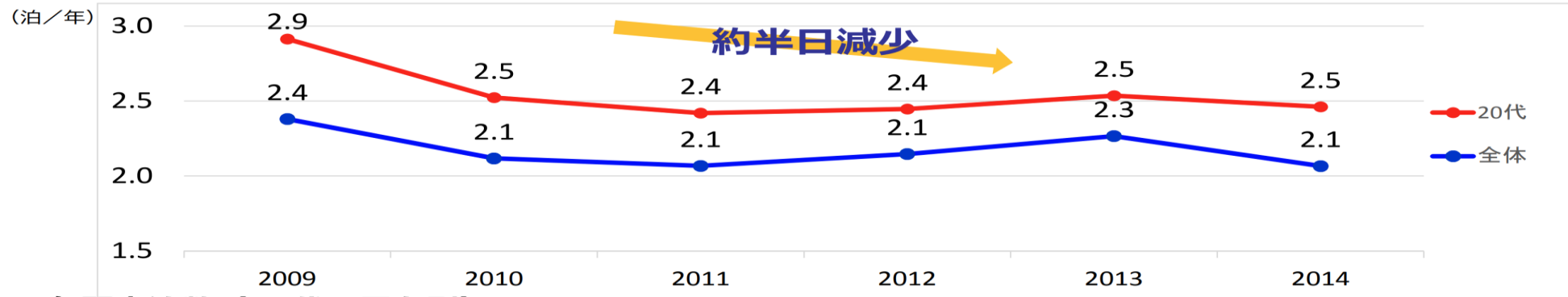
国内旅行の衰退

国内旅行の現状

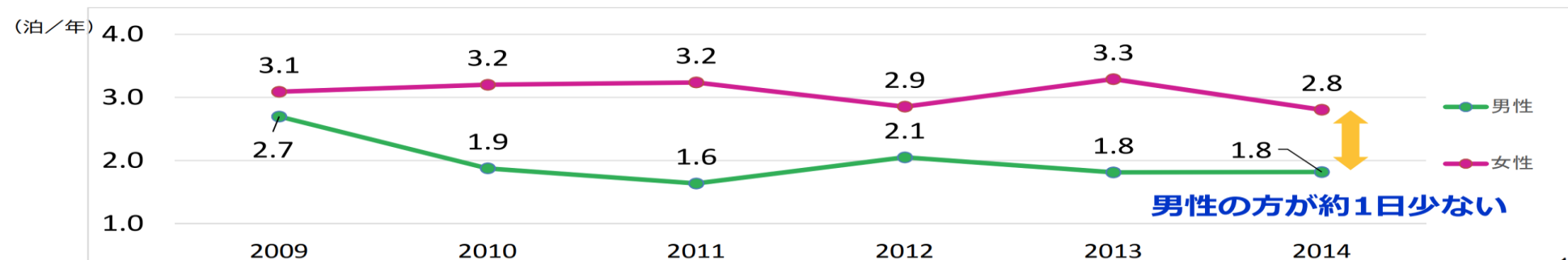
年間宿泊数の推移(国内観光旅行)

- 全体として減少傾向にあるが、20代の宿泊数は堅調に推移。
- 20代男女別では、男性の宿泊数が低い。

○年間宿泊数(全体・20代)



○年間宿泊数(20代・男女別)



提案する事業内容

旅行先にもっていきたい美容品をホテルに届くようにするサービス

美容品会社と提携して商品のサンプルや試供品を提供してもらい、それを利用者の宿泊先に届ける

利用者から、サービスの利用後に使用した美容品に対する評価や意見をアンケート等で集め、その情報を美容品会社に提供する

提携するホテル会社

- アパホテル



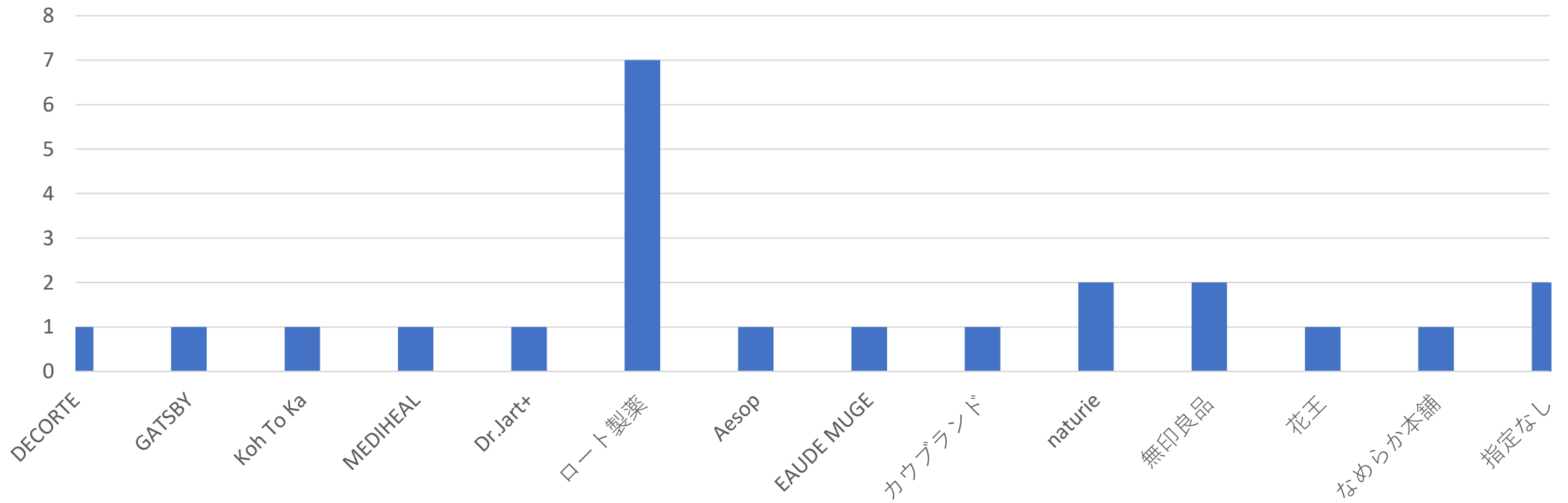
提携する美容品会社



ORBIS

SHISEIDO

どこの化粧品メーカーを使っているか



事業理念

旅行の困りごとを減らして
国内旅行の活性化を図る

利用方法

1

ECサイトを通じて美容品会社・宿泊
日数・泊まるホテルを入力

(1セット550円・まとめて購入で安
くなる) 1セットで5個まで選べる

3セットで1500円

2

美容品を使用した後に商品
に関するアンケートに答え
てもらう

○8種類の中から5種類選ぶ

試供品セット

シャン
プー

トリート
メント

ヘア
オイル

化粧水

乳液

クレン
ジング

洗顔

フェイス
パック

利用者

1セットあたり550円

3セット同時に購入で**1500円**
と安くなる

提携している企業の試供品を
試すことができる

旅行の荷物に美容品を
もっていかずに済む

ホテルのアメニティーではなく、
自分の好きな美容品が使える

ホテル

他のホテルとのサービス
の差別化が図れる

美容品会社

自社の製品を試してもらい、
新たな顧客を獲得できる

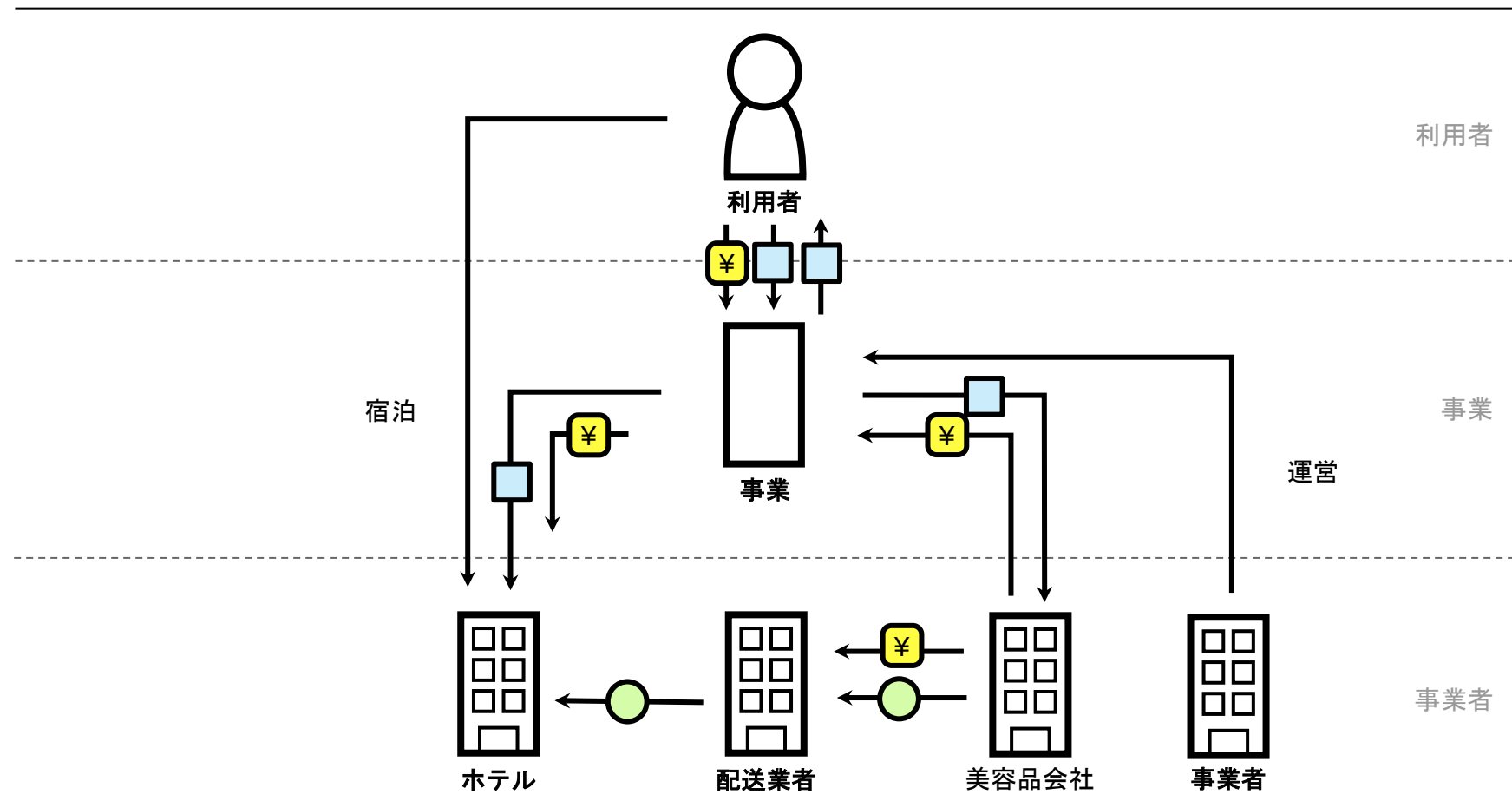
利用者からの試供品に対する
意見・感想を次の商品や
既製品の改善に活かせる

社会全体

この事業に興味を持つ人が
増えれば国内旅行の
活性化につながる



ビジネスモデル図解



収益構造

支出

固定費 163万円 内部留保 30万

自社の広告宣伝費用 30万円

損益分岐点 193万円 + 広告宣伝費用 (30万円) = 223万円

収益

サービス利用料金 550円 × 利用回数

(10～20代人口 2000万人 × アメニティー使用率 40% × 提携企業の国内シェア 30% × ホテルの利用割合 44%) 最大 126万人ほど

一か月 4054人利用で黒字

美容品会社からの広告宣伝費 平均 110万円

企業当初にかかる費用

ウェブサイトの設立費

→ 100万円

ECサイトの設立費

→ 100万円

広告宣伝費（Instagram）【SNSに掲載（Instagram）】

→最大 30万円/月

3PLに支払う費用 506円×利用回数 初期費用5万円

→（10～20代人口 2400万人×アメニティー使用率

40%×提携企業の国内シェア30%×44%）最大126万人ほど）

フェルミ推定

一年間で宿泊旅行に行く10代～20代
約2400万人（平均1,2回）

アメニティーを使用する割合 40%

提携する企業の国内シェア率 30%

アパホテルの20代の使用割合の合計 44%

$$2400万人 \times 40\% \times 30\% \times 44\% = 126万人$$

情報の活用法

提携する化粧品会社は無償提供する

→製品改善と開発

マーケティング戦略の構築

カスタマーエンゲージメントの向上

戦略的な意思決定

新規顧客獲得とリテンション

B2Bビジネスにおける信頼構築

差別化

競合

→Amazonや美容品会社

差別化できる点

→提携している企業の美容品の試供品を1泊分から利用できる

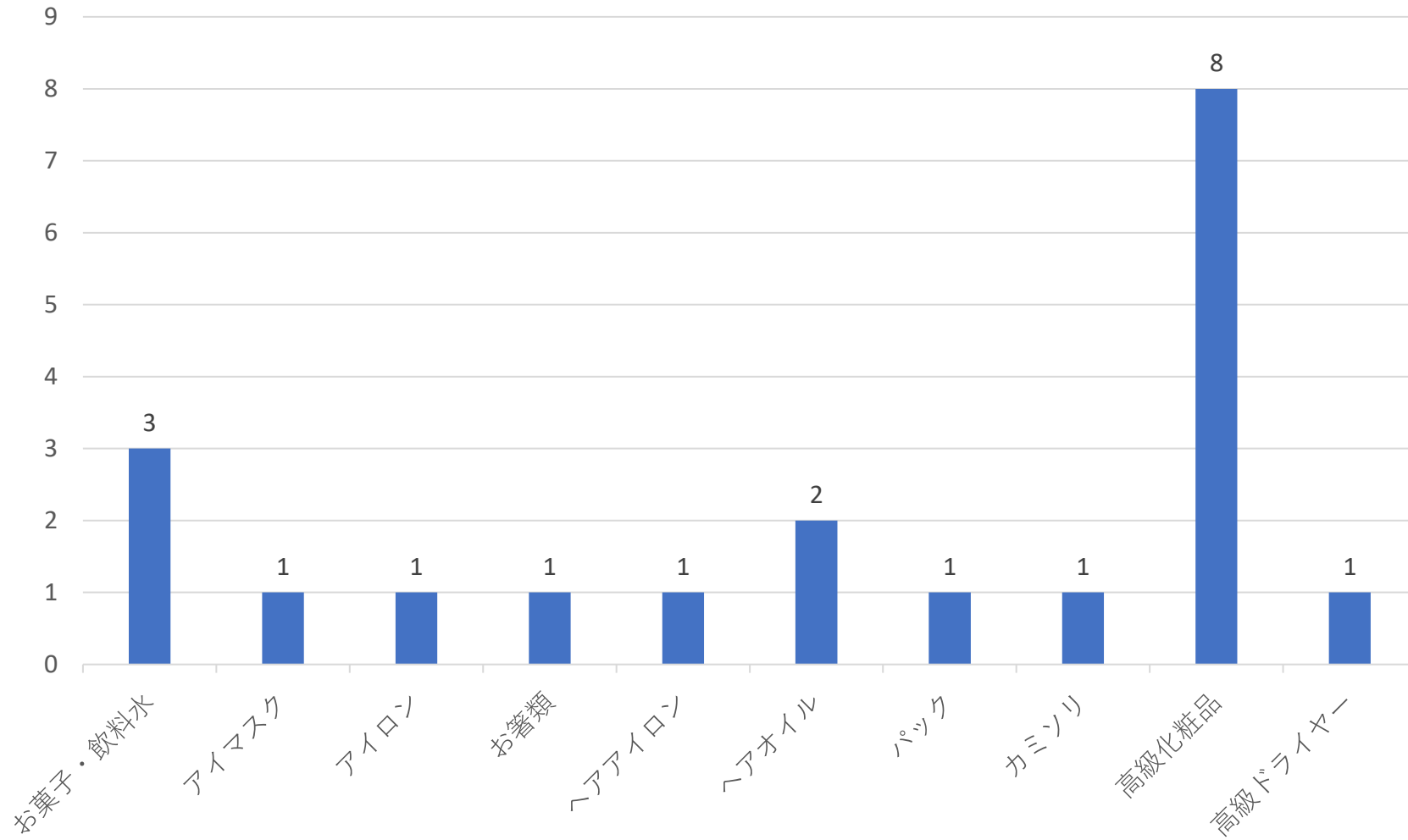
今後の展望

提携する美容品会社とホテルを増やす

国内旅行がもっと活性化していくように
事業の幅を広げる

ホテル以外のエアビーやグランピングなど
他の宿泊施設にも送れるようにする

あったら嬉しいアメニティ



参考文献

- http://www.hattori-tax.jp/keiei/post_27.html 費用
- <https://moltsinc.co.jp/media/knowledge/7241/> SNS費用
- <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoku/index.html> 観光庁
- [楽天スーパーロジスティクス（RSL）のメリットから料金体系まで徹底解説 | EC Tips | ネットショップの受注処理、顧客対応、運営に役立つノウハウ・ニュースを発信！ \(fancas.co.jp\)3PL](#)

ご清聴ありがとうございました

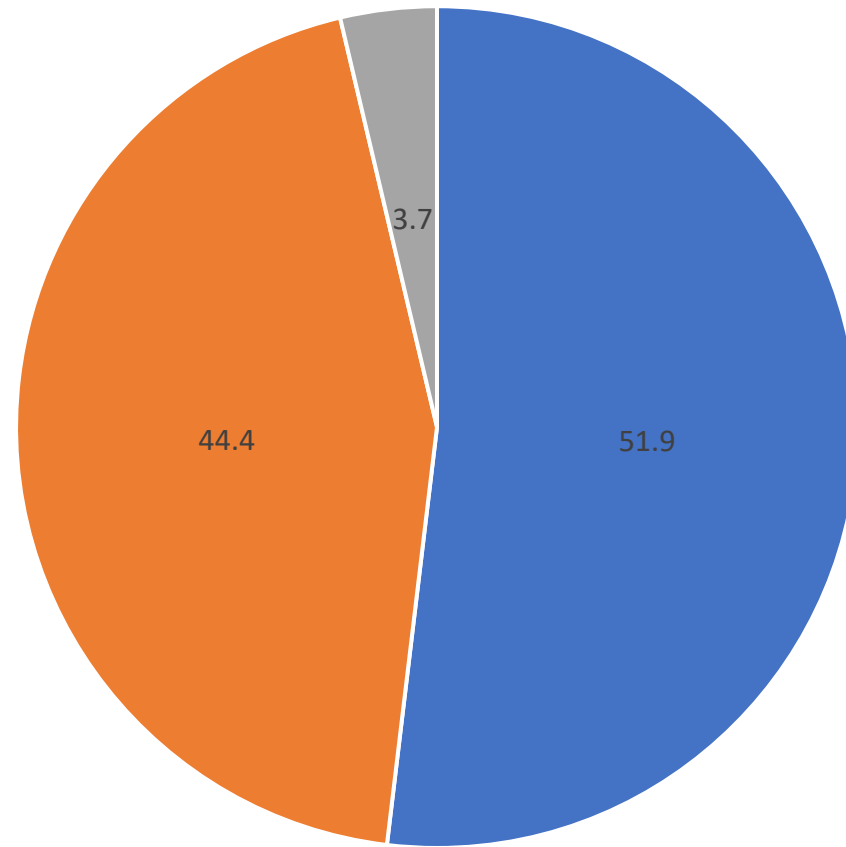


分かっている範囲でかかる費用

- ウェブサイト 100万円 固定費 2万円
- ECサイト 100万円 固定費 10万円
- ホテル 1万円

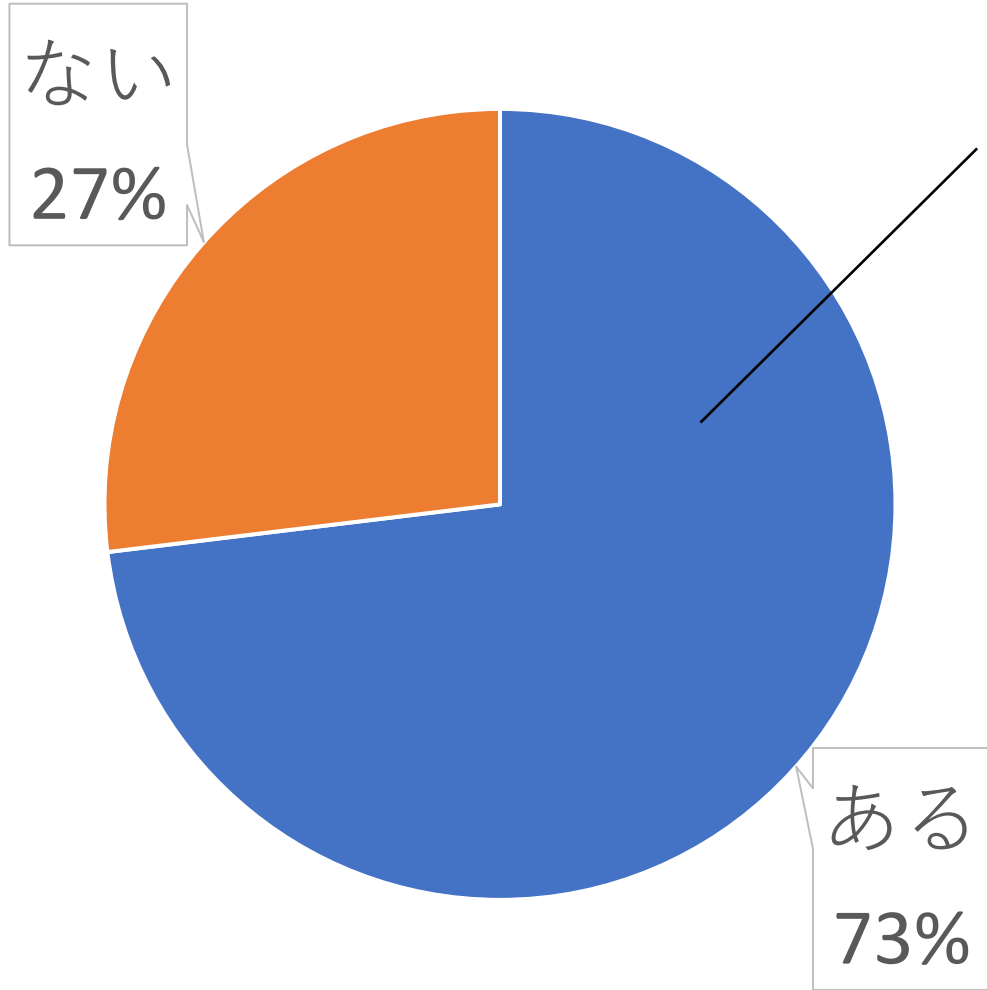
- 変動費 3PLに支払う費用 注文数に応じて変わる
- 人件費 150万円
- 自己資本金として 300万円
- ホテル側に対して支払う費用 一回につき100円
- 広告宣伝費 売上の10パーセント 増加の余地あり
- 広告代理店に依頼の場合 広告宣伝費の20% 初期費用5万

性別



■ 男性 ■ 女性 ■ その他

荷物で困ったこと

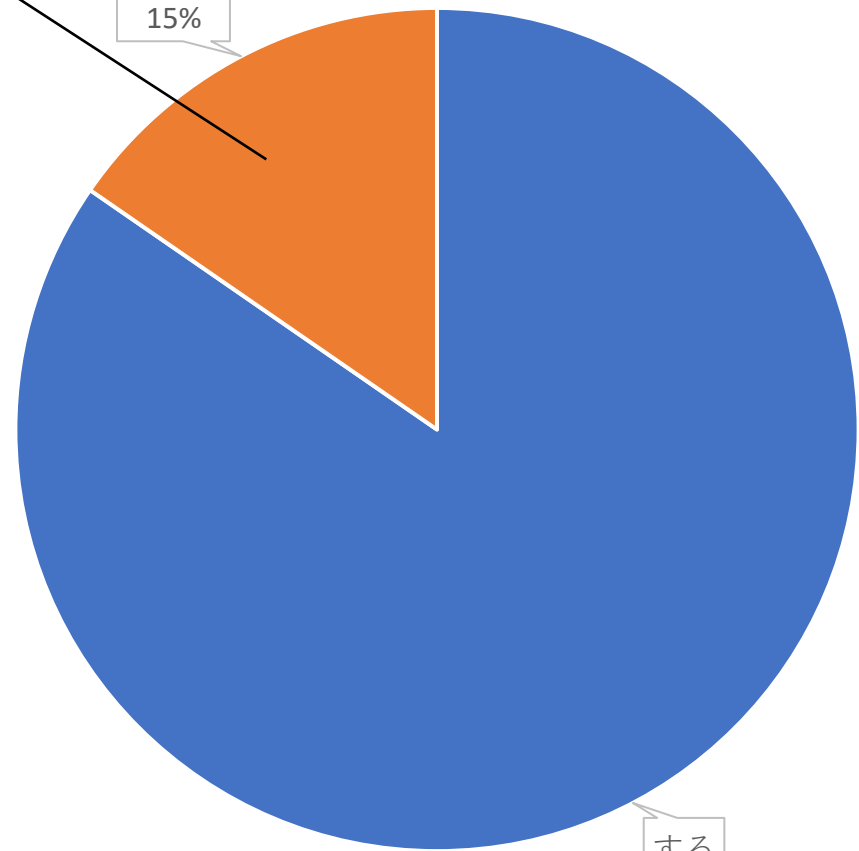


- ・手荷物が増える
- ・スキンケア用品がかさばる
- ・帰る際に荷物が増えスーツケースに入らない

アメニティを利用するか

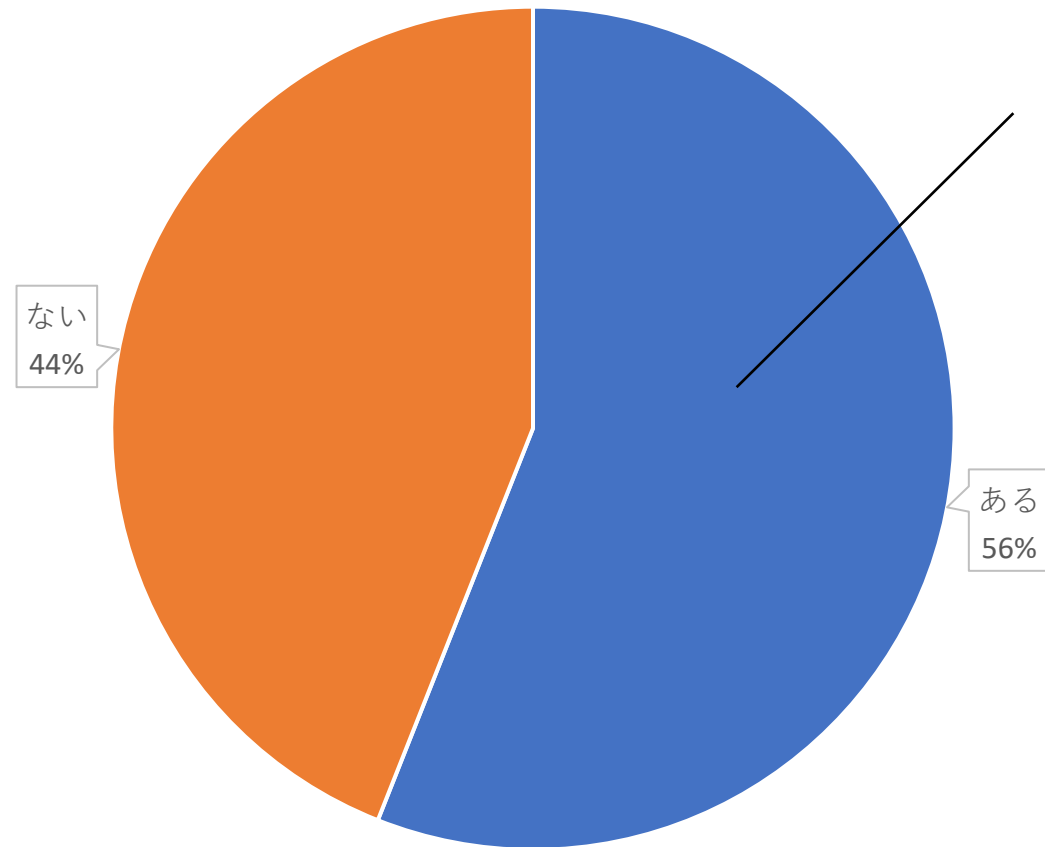
しない
15%

する
85%



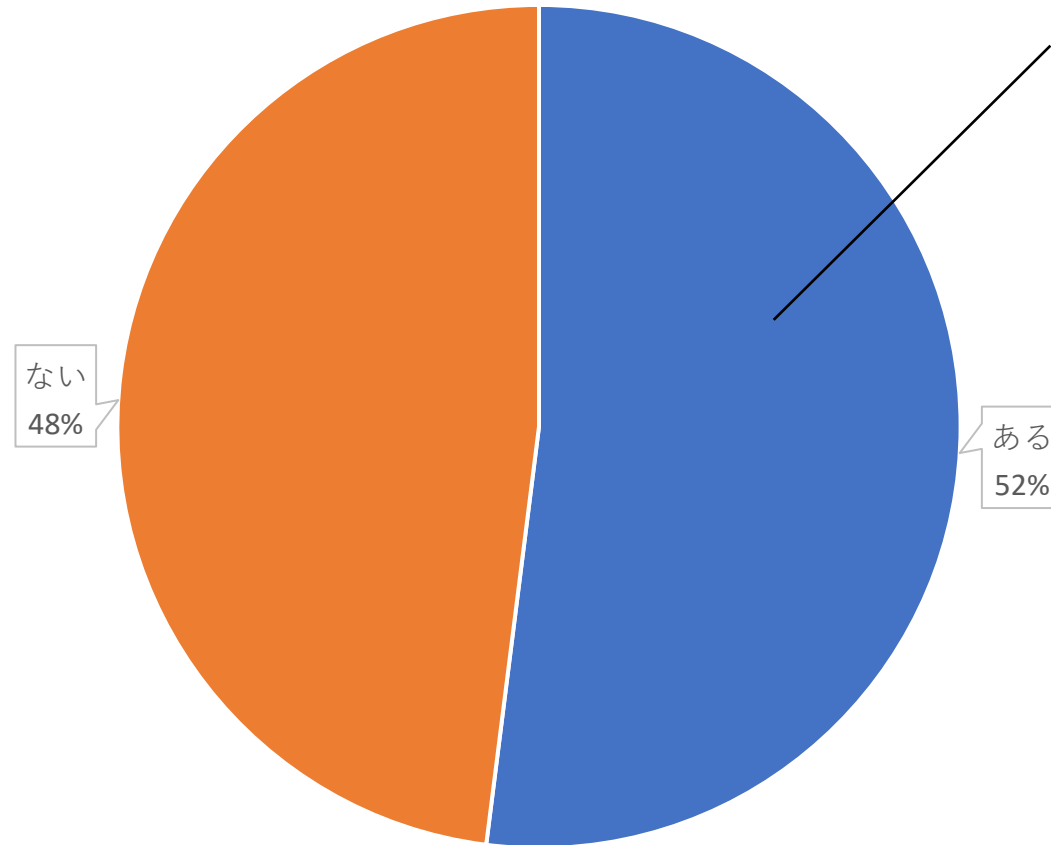
私物を利用する

アメニティで困ったこと



- ・ 髪の毛にあわない
- ・ 肌にあわない
- ・ 人数と量がマッチしない

スキンケアセットを持参すること



自分に合うものを選んで持っていく

企業当初にかかる費用合計

ウェブサイト、ECサイトの設立費用

→合計200万円

広告宣伝費【SNSに掲載（Instagram）】

→最大30万円/月

登記 15万円

配送までの道のり

- 楽天スーパーロジスティクスの場合、**15時30分**までの注文で翌日配送
- **365日**出荷対応 | 土日祝、年末年始、ゴールデンウィーク、お盆も出荷可能

現状シュミレーション

- 月次決算の数字を部門別（商品別）に並べて**限界利益率（粗利益率）**を見る。限界利益とは「売上一変動費（原価）」で粗利益と同義であると考えて結構です。
- 月次決算推移表から**固定費（固定支出）**の内容を科目別にみる。
- **収支分岐点売上**を計算する $\text{収支分岐点売上} = (\text{固定費用} + \text{必要利益}) / \text{限界利益率（粗利益率）}$
- 必要利益として最低限考慮しなければならないものが、借入元金返済額などのBS支出項目とそれにかかる税金です。
ここに、未来費用（内部留保額）を入れるなど・・・それぞれ経営者の方の考えをプラスしてもよいでしょう