



# 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）

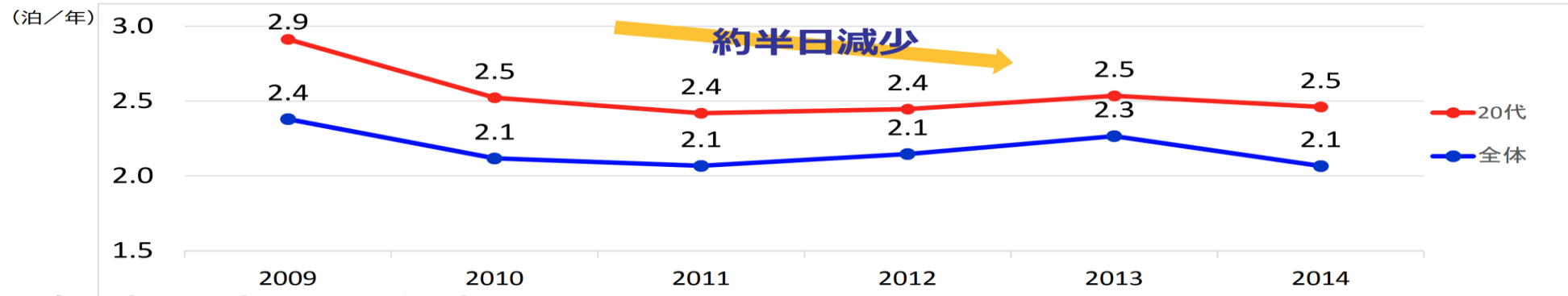
国内旅行の衰退

# 国内旅行の現状

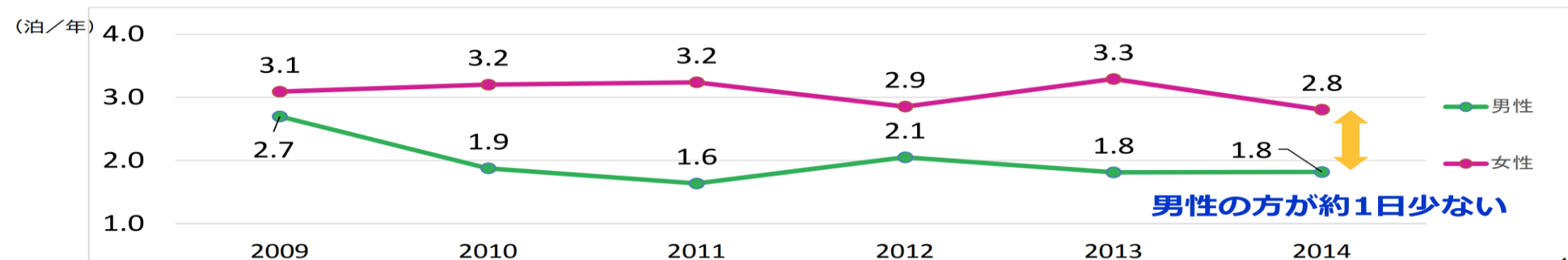
## 年間宿泊数の推移(国内観光旅行)

- 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



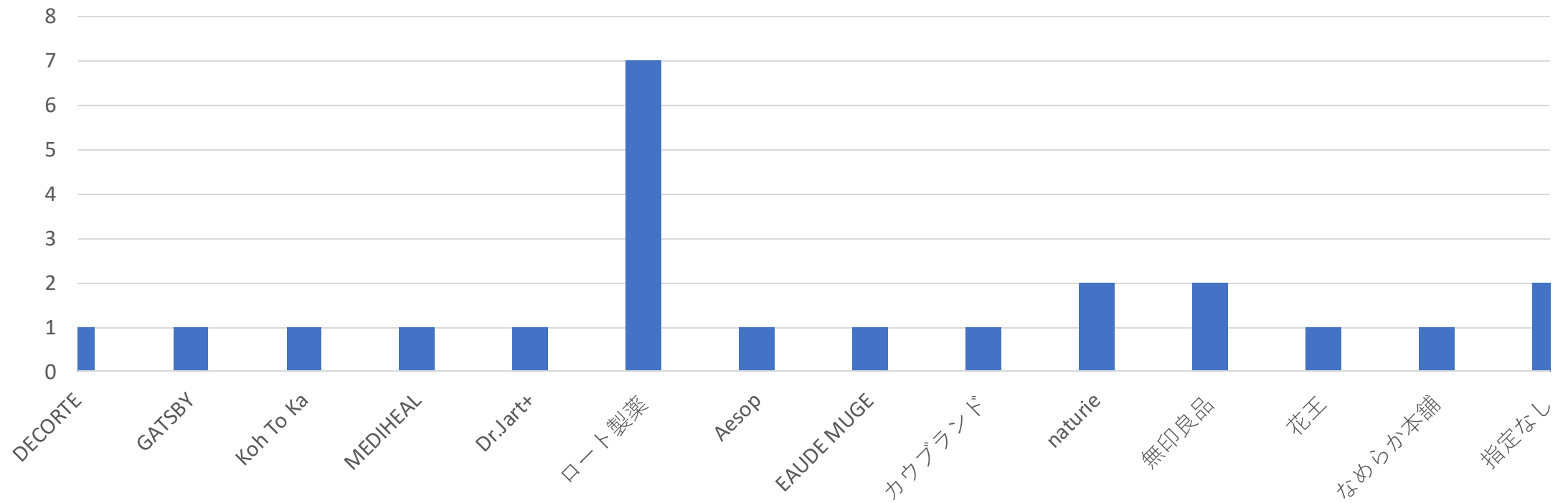
# 提携する美容品会社



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

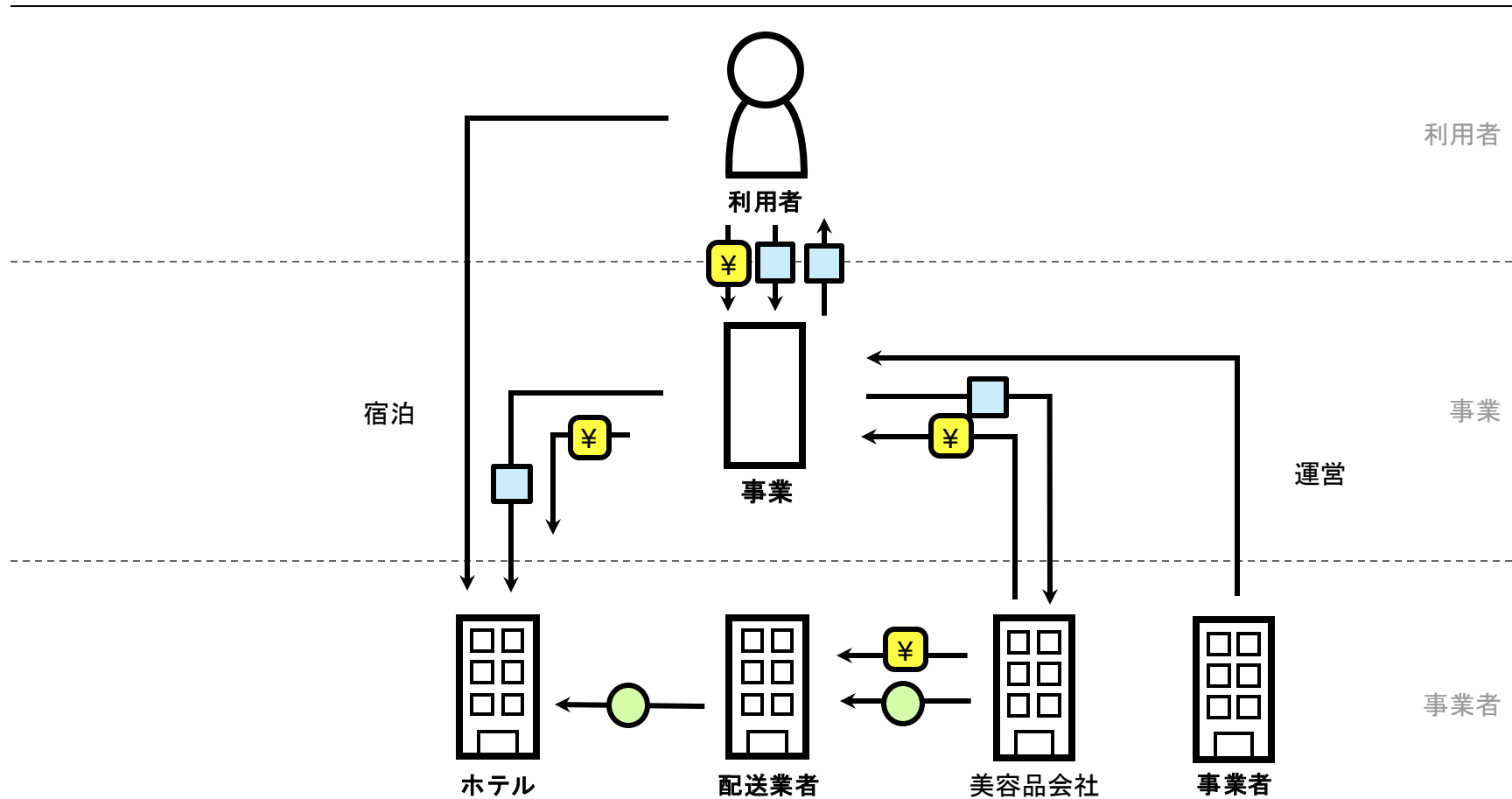
利用者からの試供品に対する  
意見・感想を次の商品や  
既製品の改善に活かせる

## 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

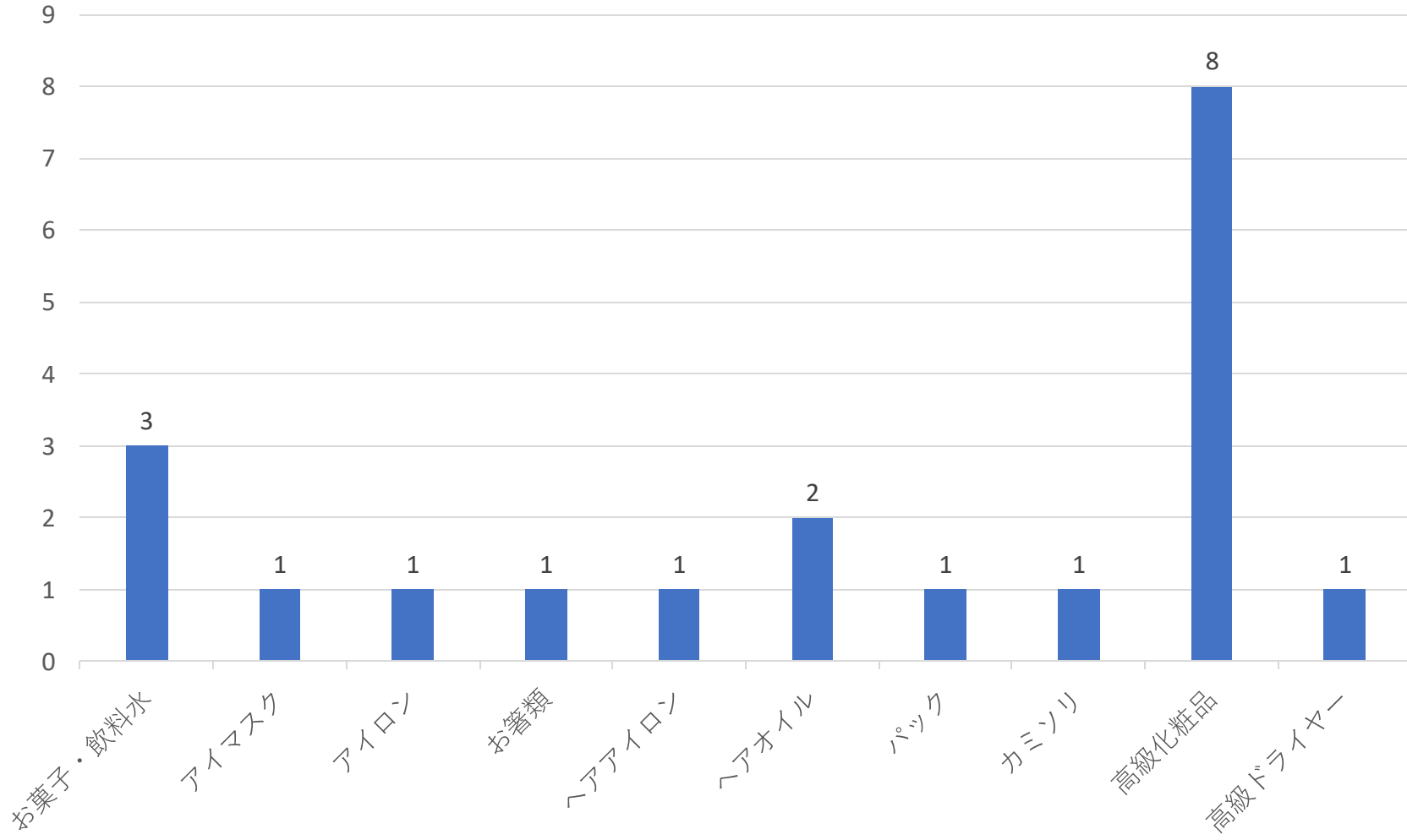
---

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](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/siryoushou/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





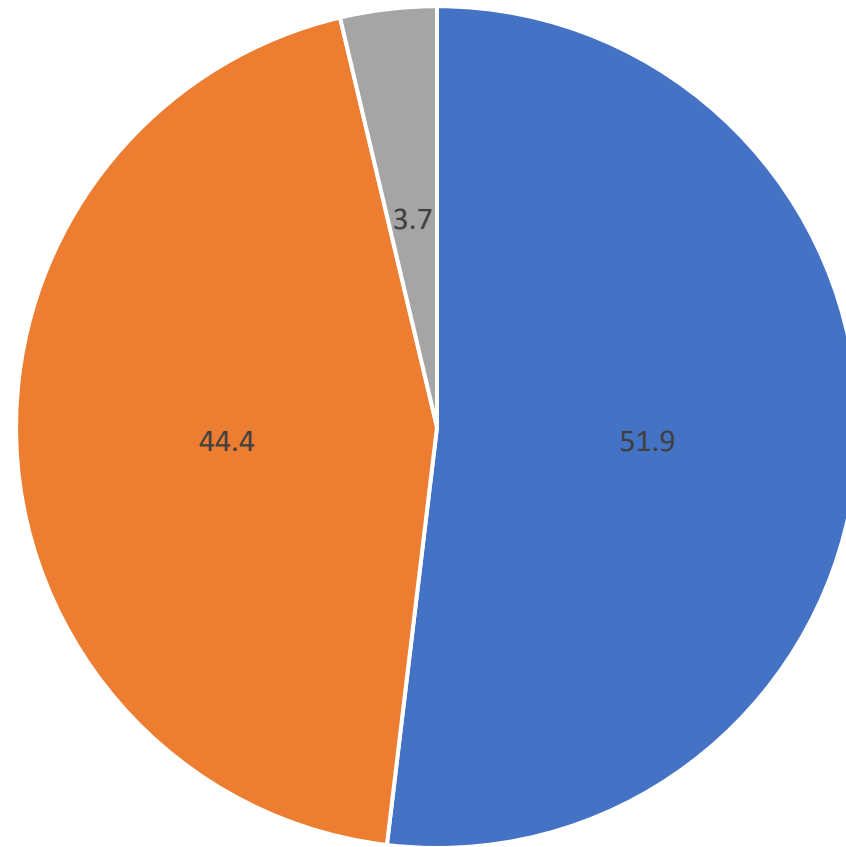
# 分かっている範囲でかかる費用

---

- 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

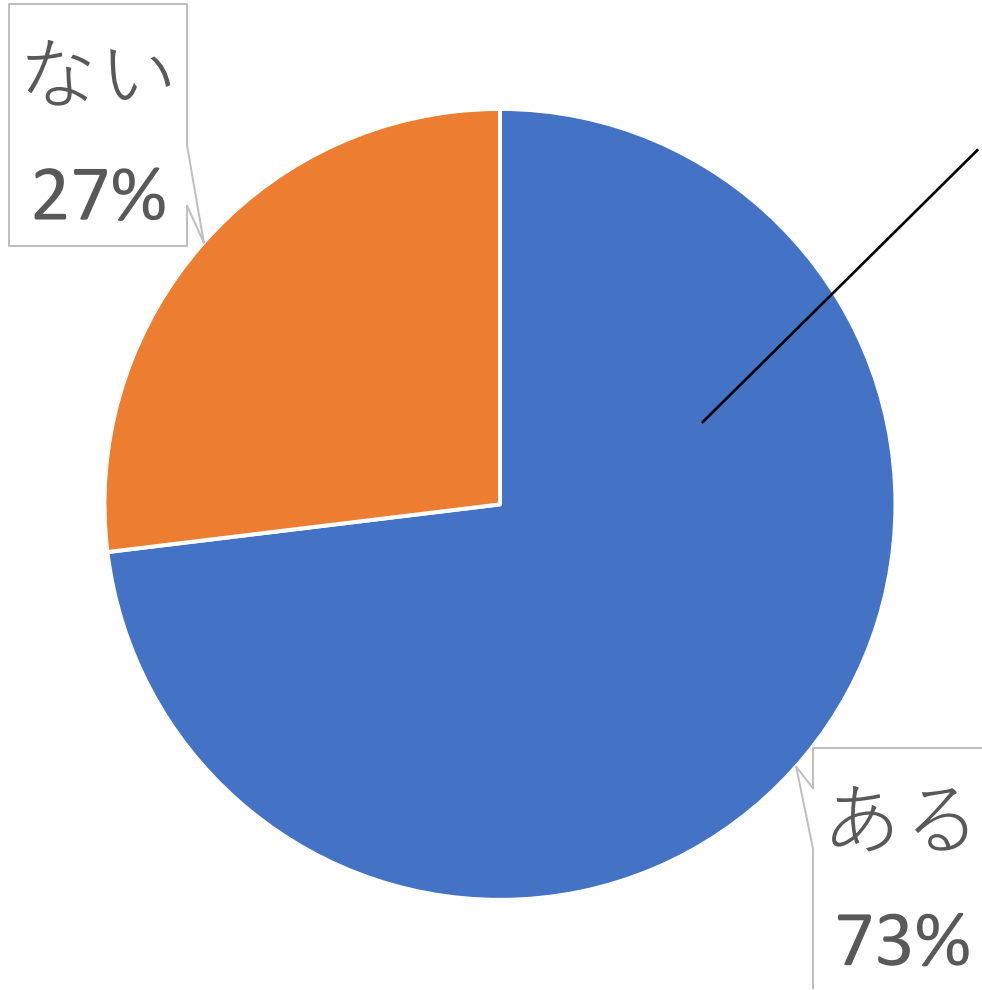


# 性別



■ 男性 ■ 女性 ■ その他

# 荷物で困ったこと

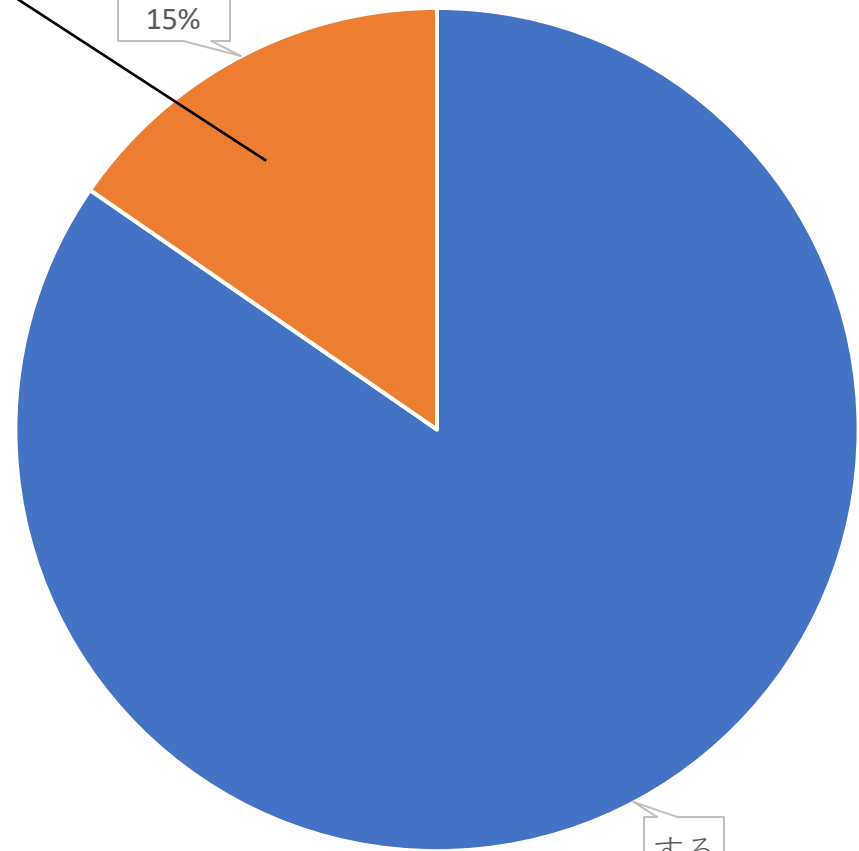


- ・手荷物が増える
- ・スキンケア用品がかさばる
- ・帰る際に荷物が増えスーツケースに入らない

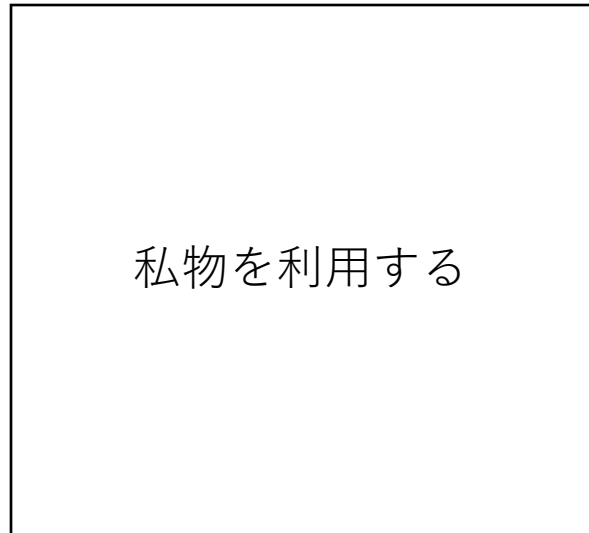
アメニティを利用するか

しない  
15%

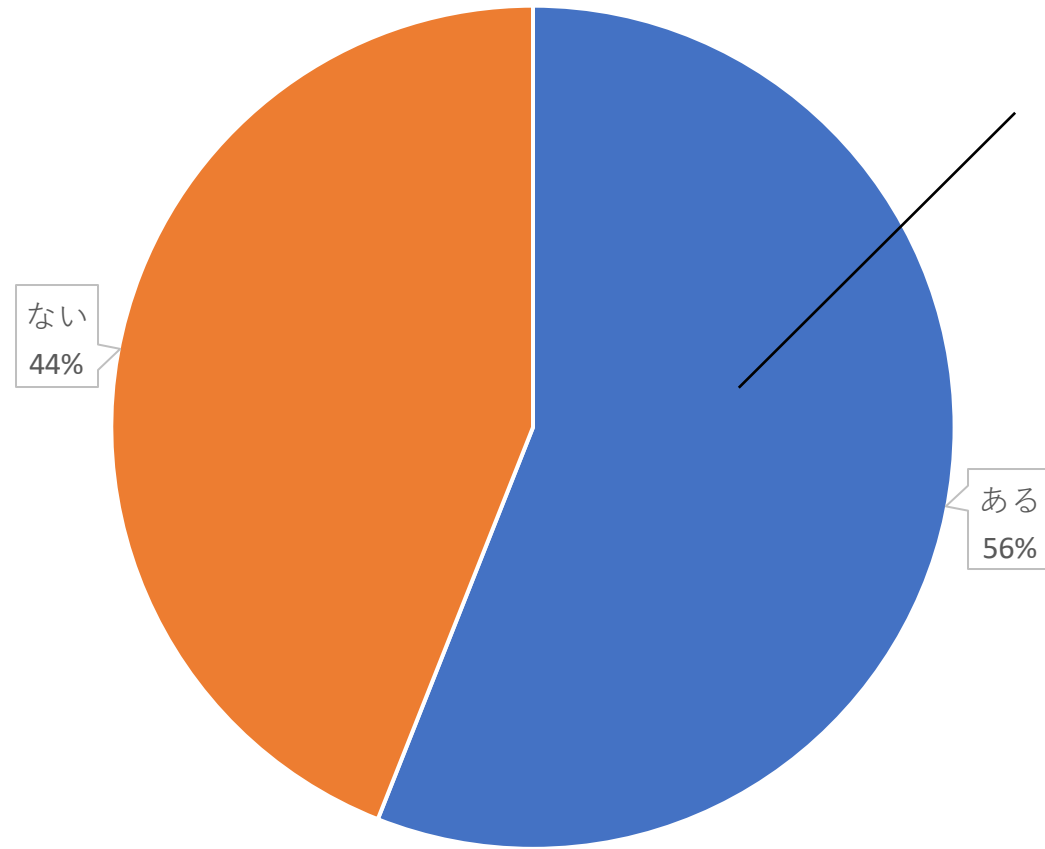
する  
85%



私物を利用する

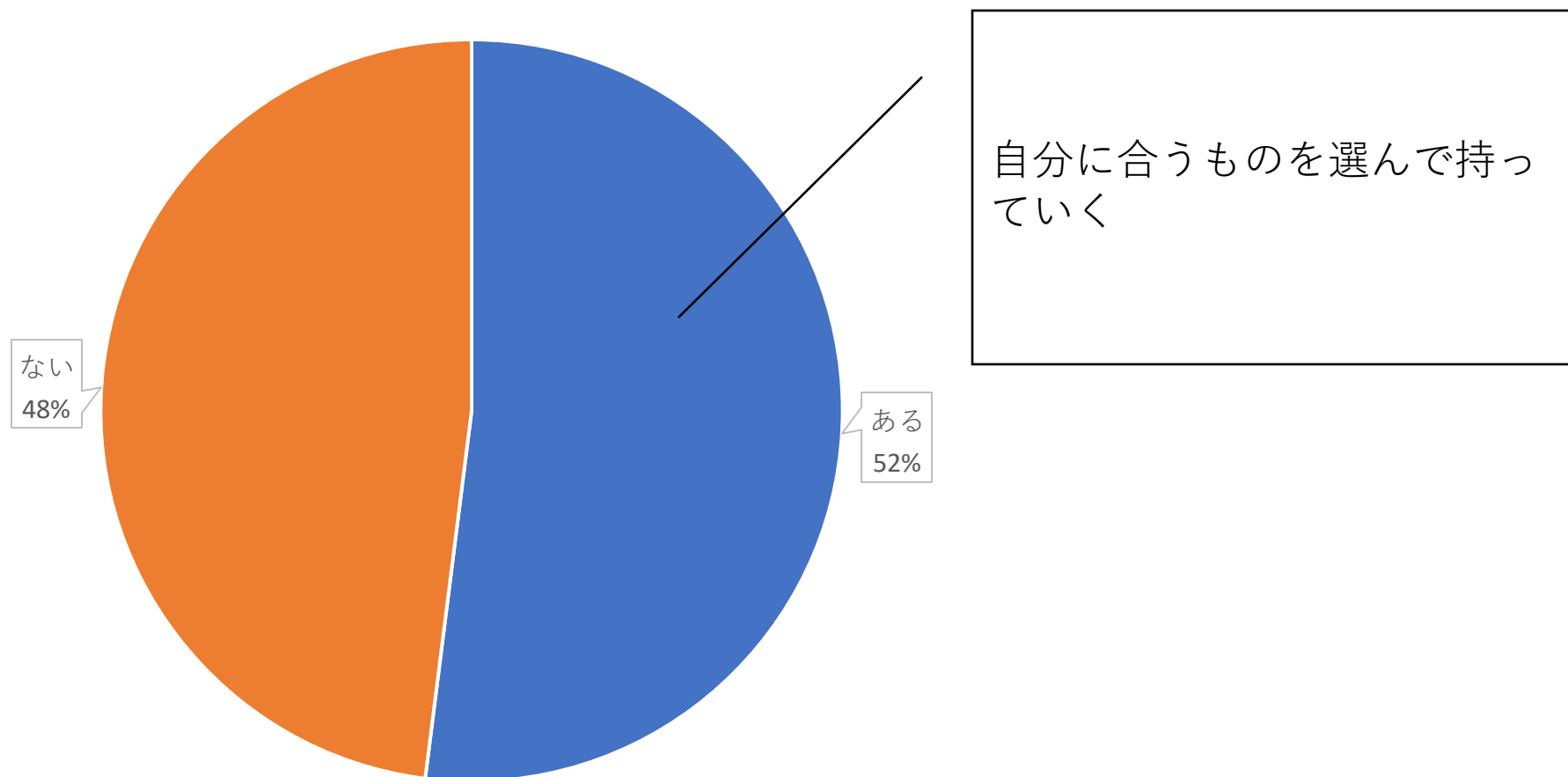


# アメニティで困ったこと



- ・ 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



# 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