

事業計画書

【現在の企業の事業、強み・弱み、機会・脅威、事業環境、事業再構築の必要性】

現在の企業の事業について

1. 当社事業の概況

申請者である十勝シティデザイン株式会社(以下「当社」)は、2013年から始まった十勝短編映画「マイ・リトル・ガイドブック」の自主制作プロジェクトが契機となり2014年8月に設立。経済産業省の平成26年度中心市街地再生事業費補助金を活用し、2016年3月、街なかコミュニティ・ホテル「HOTEL NUPKA(ホテルヌプカ)」(以下「既存宿泊等施設」)を帯広駅前に開業した。

北海道・十勝/帯広を訪れる旅行者と地元住民が交流する滞在拠点となるべく、以後、北海道産大麦芽100%を材料とする自社企画のクラフトビール「旅のはじまりのビール」の販売事業(2016年)、十勝産品の都市圏向け販売を促進する地域商社事業(2018年)、夜の中心市街地を回遊する「馬車BAR」ツアー事業(2019年)などを相次ぎ開始し、2020年10月にはふるさと企業大賞(総務大臣賞)をふるさと財団から受賞している。



2019年からは、観光事業を軸に関係人口の創出・拡大に向けた取組みを本格化し、①帯広市・第一生命とのワーケーション推進連携協定の締結(2020年11月)、②内閣府の「令和3年度中間支援組織の提案型モデル事業」への採択(2021年4月)など当該領域において大きな進展を得ている。



出典：十勝毎日新聞



出典：内閣官房・内閣府総合サイト

2. 当社事業の特徴

- ①【施設】既存宿泊等施設は5階建建物で、上階部は、ドミトリー型客室(2F)とコンパクト個室型客室(3-5階)が宿泊利用に供され、1階部は、ホテルフロント/飲食施設/イベント施設として、旅行者と地元住民が交流する滞在拠点となっている。
- ②【売上比率】コロナ前の2019年度は、ホテル売上が■割、飲食売上■割、その他が■割、■り、ホテルの客室販売が売上の主軸となっている。

- ③【利用者属性】ホテル売上は、大部分が観光・ビジネス等を滞在目的とする個人利用者による単発の宿泊契約による。流入経路はじゃらん・楽天トラベルなどの OTA や自社サイトからの集客が主となっている。
- ④【従業員数】2016 年開業時の従業員数 [] 名から、本申請時の従業員数は [] まで増え地域での雇用貢献を果たしている。
- ⑤【コロナ禍による打撃】ホテル・飲食を軸とする当社事業は新型コロナウイルスの感染拡大(以下「コロナ禍」)により大きな打撃を受けている。

強み・弱み
について

1. 当社事業の強み

- ①【立地・利便性】帯広駅前から徒歩 3 分の立地の良さ / 中心市街地内の飲食店、商業施設や公共施設が徒歩圏内にある
- ②【付加価値サービスの提供】築 40 年以上の建物をデザインリノベーションし内部には上質かつ快適な居住空間を有する / 1F の飲食施設にてクラフトビールやローカルフードを楽しめる複合型施設 / 定期的なイベント等の開催を通じ旅人と地元生活者の交流を促進
- ③【周辺地域資源の活用】「まちやど」の考え方(街全体を一つの宿と見立てる)に基づき建物周辺の中心市街地全体の滞在体験を楽しむ先進的コンセプト / 十勝由来の轆馬文化に根ざす「馬車 BAR」ツアーを実施するなど固有の地域資源を活かしたオンリーワン展開
- ④【自治体等との連携】地元自治体等や中央政府との連携関係(帯広市とのワーケーション連携協定、内閣府から中間支援組織の提案型モデル事業の採択など)
- ⑤【東京での活動拠点】創業者 2 名が東京にも活動拠点をもち、東京や札幌など大都市圏でのイベントや商談などを機動的に展開できる(第一生命を含めたワーケーション三者協定にも繋がる)

上記の強みを活かし、後発/小規模/地域事業の開業の 2016 年からコロナ禍前の 2019 年までの 4 事業年度において、当社は順調に売上を拡大してきた(コロナ禍による売上低下については後述)。



またホテル予約サイトにおける利用者の口コミ評価も高い。

楽天トラベル	じゃらん	Booking.com
4.3 (最高 5)	4.5 (最高 5)	8.0 (最高 10)

2. 当社事業の弱み

- ①【コンパクトな客室サイズ】本宿泊等施設内の客室(個室)のサイズは 8 m²弱とコンパクトなため、シングルユース利用は支障ないが、ビジネス滞在やファミリー層の宿泊ニーズに訴求することが難しかった。
- ②【客室数の少なさ】本宿泊等施設内は、客室数が全 26 室(シングル 11 室、ダブル 12 室、ドミトリー 3 室(各 8 ベッド配置)で、近隣の全国チェーン系ホテルなどと比べると少ない客室構成と

	<p>なっている。そのため高稼働時のスケールメリットが限定され、収益を圧迫する要因となっている。</p> <p>③【繁閑期の格差】北海道での観光事業は、夏滞在の需要集中/冬期間の滞在数減少という繁閑差の課題を長年抱え、夏に稼いで冬の赤字をカバーする収益構造となっている。</p> <p>④【通過型観光地の課題】札幌圏と阿寒・知床圏の間にある十勝・帯広エリアは「通過型観光地」と認識され、滞在時間や地域内での消費も限定的となる課題を抱えている。</p> <p>⑤【対面型事業の割合が高い】当社は、宿泊予約サイトでの集客や SNS を活用した情報発信を早期より積極的に展開していたが、主軸であるホテル売上や飲食売上は対面型事業としての性格が強く、コロナ禍による大きな打撃を受ける原因となっている。</p>
<p>機会・脅威について</p>	<p>1. 当事業の機会</p> <p>「当事業の強み」で見たとおり、当事業は、従来型の宿泊特化型ホテルなどにみられる単なる設備貸し事業ではなく、①飲食・イベント等のサービス機能をもち、②中心市街地に立地し近隣の商業施設等と連携した体験価値の提供機能を有し、③十勝・帯広の地域資源を編集し発信するメディア機能/クリエイティブ機能や馬車 BAR 事業など新規事業のインキュベーション機能を持ち、④東京側の活動拠点と複合展開できる地域商社機能を有し、かつ、それらの特徴から、⑤帯広市・第一生命との三者ワーケーション推進連携協定や、内閣府の関係人口関連事業の受託などに見られる、公的団体との取り組み連携できる関係性を有しうるところに、大きな特徴がある。</p> <p>それ故、従来の主軸であるホテル事業にとどまらず、以下に例示する様々な事業機会に進出して今後取り組みを行うことが可能と考える。</p> <p>① 飲食・イベント等のサービス機能は、後述する法人向けワーケーション需要を獲得し事業化するベースとなりうる。</p> <p>② 中心市街地を拠点とした体験価値提供機能は、ホテル以外の不動産事業分野(シェアハウスや居住用賃貸事業など)へ進出するベースとなりうる。後述する IT 企業やエレクトロニクス企業などとの連携を通じスマートシティ分野や MaaS (Mobility As A Service) 分野への進出する可能性をもたらす。</p> <p>③ メディア機能/クリエイティブ機能は、現在はホテル事業に対する付加価値要素であるが、今後は独自に収益事業化できる可能性を有する。</p> <p>④ 新規事業のインキュベーション機能は、金融機能や地域商社事業などと結合し、投資事業として自立する可能性を有する。</p> <p>⑤ 東京側の活動拠点との複合展開できる地域商社機能は、今後大都市圏側での大規模な事業展開や中央官庁との連携などの機会をもたらさう。</p> <p>2. 当事業に対する脅威</p> <p>① 【コロナ禍により移動制限】現在も継続しているコロナ禍による移動制限状況は、観光・飲食事業者の事業基盤に打撃を与える最大の脅威である。現在のコロナ禍が収束した後も、新種のウイルス発生により同様の状況が生じる想定が必要である。</p> <p>② 【中心市街地全体の衰退】自動車普及に伴う生活・経済圏の郊外化の流れで帯広中心市街地の空洞化現象が進んでいる。現在飲食店を中心とした夜の賑わいにより街の求心力が確保されているところ、コロナ禍による打撃が長期化すれば夜の賑わい自体も回復不能となる脅威がある。</p> <p>③ 【新規事業者の参入】他方、コロナ収束により観光需要や中心市街地内での宿泊・飲食需要が回復した後は、ホテル事業分野への新規参入や既存事業者が増床することで供給過剰の状況が生じる脅威がある。</p>

	<p>④ 【施設の陳腐化・老朽化】本宿泊等施設は、2016年開業でまだ比較的新しくはあるものの、今後施設・設備の老朽化・陳腐化による競争優位性が減殺される脅威がある。</p> <p>⑤ 【サービス人材の確保】当社の事業は、単なる宿泊特化型の設備事業ではなく、飲食やイベント開催など付加価値サービスと連携した事業モデルであるところ、サービス提供を担う人材を惹きつけられなければ事業基盤を損なう脅威がある。</p>
<p>事業環境について</p>	<p>コロナ禍による移動制限等により、宿泊・飲食業は大きな打撃を受けているが、前例にない状況であるが故に生まれる事業機会もある。他方、歴史的にみてウイルスの脅威は必ずある段階で収束するものであり、その後の回復過程でも大きな事業機会が開けている。当社は当面の事業環境について、以下の5点を軸に今後の展開を見据えている。</p> <p>① 【脱東京一極集中需要の増加】 コロナ禍によるテレワーク普及により、従来の東京一極集中から、通勤負担や生活費負担の低い地域・地方を拠点とした「暮らし」「働き方」への需要が高まると見込まれる。当社が先進的な取り組みを行う「ワーケーション推進」事業この流れを受け止める役割を担う。</p> <p>② 【近場の旅行需要の増加】 コロナ禍において海外旅行/インバウンド客は低下する一方、国内(十勝・帯広においては、同地域内もしくは北海道内)における近場の旅行需要が拡大すると見込まれる。この場合、従来型の「団体旅行」「汎用定番型」から「個人旅行」「こだわり／個性型」への流れがより鮮明となり、当社の事業モデルに対する追い風となる。</p> <p>③ 【巣ごもり/家庭内需要の増大】 コロナ禍が続く中、在宅時間が長期化する傾向(＝オフィス需要から家庭需要へのシフト)にあり、それに伴う巣ごもり需要が高まっている。当社が推進する地域商社事業に対する追い風要素であり、十勝・帯広の地域資源を活かした製品・サービスを拡大し、電子商取引(EC)を活かした取引手法を活発化することで、当該需要の高まりを取り込むことが期待できる。</p> <p>④ 【ホテル機能と住宅機能の近接化】 「オフィス需要から家庭需要へのシフト」は、付加価値サービスに対する家庭需要の増大が進むと考えられる。その流れは、ホテル体験と住宅での居住体験の近接化をもたらし、中心市街地でホテル事業を当社が家庭向けサービスの提供主体となりうる事業機会をもたらす。</p> <p>⑤ 【移動型の旅行需要の回復】 コロナ収束後の社会活動・経済活動の正常化が果たされた後は、インバウンド観光を含む移動型の旅行需要が再度回復し、当社が当初より想定する事業機会が戻るものと見込まれる。現在の状況の生き残ることができれば従前よりも有利な状況となるものと期待する。</p>
<p>事業再構築の必要性</p>	<p>当社は、コロナ禍に伴うワーケーション市場拡大の流れ(詳細は後述)を踏まえ、既存宿泊等施設に近接(徒歩1分)する別館施設として、首都圏企業等によるワーケーション滞在の新規獲得に特化したコワーキング機能付宿泊施設「NUPKA Hanare (ヌプカハナレ)」(以下「本ワーケーション施設」という)を開業し、新分野展開を行う。</p> <p>当該新施設では、既存宿泊等施設になかったオンライン会議対応型コワーキング設備と客室内のワーケーション関連設備を新たに設け、首都圏企業等によるワーケーション利用(短期のビジネス出張とは異なる)を目的する定額利用型(サブスクリプション型)の法人契約の獲得を目指し、収益構造の改善と安定化を図る。</p> <p>上記の事業再構築が必要と考えるに至った理由は以下の通りである。</p>

1. コロナ禍による打撃

コロナ禍による移動制限等により、宿泊・飲食業は大きな打撃を受けている。当社においても、2019年時の売上高に比べ、以下の通り大幅な売上の落ち込みが生じている。

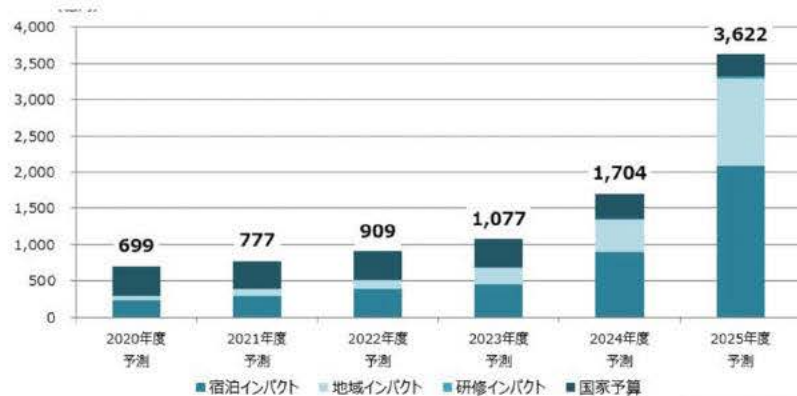


2. ワークेशन市場の拡大

他方、前例のないコロナ禍ゆえに生まれる新しい事業機会があることは前述の通りである。その中で当社が一番重視するのは「ワークेशन関連事業」である。

「ワークेशन」は「ワーク(仕事)」と「バケーション(休暇)」を組み合わせた造語であるところ、2020年7月に開催された政府の観光戦略実行推進会議で、菅義偉官房長官(当時)が、テレワークで仕事をする『ワークेशन』や、そうした地域に企業の拠点を設置する『サテライトオフィス』を普及させるため、ホテルなどで仕事ができるようWi-Fiの整備の支援に取り組む考えを示す発言を行ったことを契機に一気に全国的な注目を集めることとなった。

2021年3月には、矢野経済研究所が、2020年度から2025年度までの年平均成長率は約40%、2025年度の国内ワークेशन市場規模は3,622億円になるとの市場予測を発表している。



出典: 財野総合研究所 HP より

3. ワークेशन分野で先行する当社の取組

当社は、上記菅義偉官房長官(当時)の発言に先立つ2019年夏から、翌年の東京オリンピック開催(当初予定)に向け、「ワークेशन型地域滞在」による関係人口作りの取組を本格化した。札幌及び東京で開催した複数回の先行イベントを経て、2019年11月と2020年2月、温泉施設(丸美ヶ丘温泉)内に併設されたリモートワークラウンジを利用して、NPO団体「恵比寿わたくしみん組合」と提携した「湯・リモート実証実験ツアー」(東京・恵比寿で仕事をするワーカーを対象)を2回実施するなどの取組を行った(その模様はNHKニュースウオッチ9で先進的取組として全国に紹介された)。



出典: NHK ニュースウォッチ 9

そのような先行した取組みの成果により、① 2020 年 5 月には全国規模の大企業等と協働で「十勝・帯広リゾート協成会」を結成(詳細は後述)、②同年 11 月には、帯広市・第一生命と当社の 3 者間でワーケーション推進連携協定を締結し、2021 年春にワーケーション滞在に特化する本ワーケーション施設を開業する基本合意がなされることになった。



出典: 十勝毎日新聞

4. ワーケーション関連事業の新分野性

上記の流れを受け、当社は、2021 年 4 月 15 日に、ワーケーション市場への進出するための本ワーケーション施設「NUPKA Hanare」を新規開業した。本ワーケーション施設を活用して開始する事業(以下「本ワーケーション関連事業」)は、既存宿泊等施設に基づく従来の事業との相違は以下の通り。本ワーケーション関連事業は、市場の新規性及び求められる施設・サービスも本質的に従来の事業とは異なり、当社にとって新分野での展開となる。

新分野展開の該当要件	既存宿泊等施設に基づく事業	本ワーケーション関連事業
<p>【商品・サービスの新規性】</p> <p>事業を行う中小企業等にとって、事業により製造する製品又は提供する商品若しくはサービスが、新規性を有するものであること。</p>	<p>① 客室仕様は宿泊体験に特化した観光体験型</p> <p>② 各宿泊毎に締結される個人との宿泊契約のみ</p>	<p>① オンライン会議用個室ブースを設けるなどテレワーク対応型の施設仕様</p> <p>② ワーケーション施設利用とホテル宿泊が一体となるサブスクリプション型法人向けサービス契約の獲得を目指す</p> <p>③ 企業従業員等の継続滞在を対象とするツアー事業や滞在コンシェルジュ事業など付加価値サービス</p>

<p>【商品若しくはサービスの属する市場の新規性】</p> <p>事業を行う中小企業等にとって、事業により製造する製品又は提供する商品若しくはサービスの属する市場が、新規性を有するものであること。</p>	<p>① 観光及びビジネス出張を目的とする個人の宿泊滞在需要を主対象とする市場</p>	<p>① 法人及び個人事業主による地域での事業拠点作りの滞在需要を主対象とする市場</p> <p>② 「ワーケーション市場は、これまでテレワークに場所の裁量が認められる人や、いわゆるノマドワーカーと呼ばれる人たちが形成されていたごく一部の市場であった。しかし2020年のコロナ禍を契機に、一気にテレワークが普及し、ニーズが拡大した市場といえる。」(矢野経済研究所のプレスリリース文より抜粋)</p>
<p>【新商品・サービスの売上高】</p> <p>事業計画期間終了後、新たに製造する製品又は新たに提供する商品若しくはサービスの売上高が、総売上高の十分の一以上を占めることが見込まれるものであること。</p>	<p>事業計画期間終了後における総売上高は ████████ 円と計画する。</p>	<p>事業計画期間終了後における本ワーケーション関連事業に基づく売上高は ████████ 円、総売上高の █████% を占める計画である。</p>

5. 当社が本ワーケーション関連事業に新分野展開することの意義

当社によるワーケーション関連事業へ新分野展開は、単に新たな収益機会を求めるものではなく、①既存事業(コミュニティホテル事業)の強みを活かせ、②既存事業の弱みを緩和する効果を有し、かつ、③事業の成果を地域課題(人口減少)の解決に活かす意義を有するものとする。

【① 既存事業の強みを活かす】

既存宿泊等施設での飲食提供やイベント開催を通じて培われた付加価値サービス提供基盤は、企業従業員等による継続的なワーケーション滞在を飲食面で支え、また地元生活者や地元企業との交流機会を作り出す上でも重要な役割を担う。

【② 既存事業の弱みの緩和】

- イ) 本ワーケーション施設による宿泊数の増加(かつ既存宿泊等施設のインフラを活かした無人運営)によるスケールメリット(高稼働時の収益性向上が期待できる)
 - ロ) 客室の大型化・高機能化・居住性向上により客室単価の上昇
 - ハ) ワケーション法人需要を取り込むことによる施設利用・稼働の通期平準化(従来の冬季間の稼働落ち込みをカバー)
- などが期待できる。

【③ 地域課題の解決】

- イ) ワケーション滞在を通じて都市圏と地域との交流機会の頻度と密度を高める
- ロ) 地域資源を活かした新規事業やプロジェクトの創出効果
- ハ) 大都市圏企業による地域を拠点とした事業所設置による地元消費及び税収の増加

	<p>二) 多様な雇用機会の創出(都市圏企業が地域側労働者をリモート雇用、地域企業が都市圏労働者に副業型の仕事機会を提供)</p> <p>ホ) ワークेशन滞在に関する関係人口の創出、移住者の増加などが期待される。</p>
<p>【事業再構築の具体的内容(提供する製品・サービス、導入する設備、工事等)】</p>	
<p>提供する製品・サービス</p>	<p>1. 事業再構築の概要</p> <p>当社は、コロナ禍に伴うワークेशन市場拡大の流れを踏まえ、既存宿泊等施設に近接(徒歩1分)する別館施設として、首都圏企業等によるワークेशन滞在の新規獲得に特化した本ワークेशन施設を開業し、新分野展開による事業再構築行う。</p> <p>2. 本ワークेशन施設「NUPKA Hanare」の特徴 (詳細は別紙1参照)</p> <p>① テレワーク需要に最適化したコワーキングオフィスも兼ねるエントランスラウンジ</p> <p>② 地域交流機能とテレワーク/ワークेशनに最適化したスマートTVシステム</p> <p>③ 長期ワークेशन滞在に適した居住性かつ文化度の高い室内仕様(カフェ機能/アート鑑賞/読書体験/音楽視聴)</p> <p>④ 既存宿泊等施設「HOTEL NUPKA」の CAFE/BAR のフロント機能/飲食機能、馬車 BAR ツアーなどと連動した付加価値の高い滞在体験の提供</p> <p>⑤ 「ホテル x テレビ x アプリ x まち」の連携により中心市街地や地域全体の事業者・施設・イベント等と連動する新しい滞在体験価値の提供</p> <p>3. 提供する製品・サービス</p> <p>上記本ワークेशन施設を活用し、以下の製品・サービスを提供する。</p> <p>① ワークेशन施設利用とホテル宿泊が一体となるサブスクリプション型法人向けサービスの提供</p> <p>② 企業従業員等の継続滞在を対象とするツアー事業や滞在コンシェルジュ事業など付加価値サービスの提供</p> <p>③ 「ホテル + TV + スマホ + まち」を融合・連携したスマートシティ型電子商取引(EC)サービスによる飲食提供/製品・サービスの販売</p> <p>④ 地元関連事業者(アートギャラリーや移動書店など)と連携した共同販売スキームによる本ワークेशन施設内での製品・サービスの販売</p> <p>⑤ 最先端のワークेशन施設の構築・運営を行うことに伴う講演・コンサルテーションや国や自治体からの授業受託</p>
<p>導入する設備、工事等</p>	<p>本ワークेशन施設は、第一生命株式会社が保有する帯広支社ビルを全面改修し、建物1F～3F部(ホテル仕様の基礎部分は第一生命側で施工)を弊社が賃借する方法で設置する。当社は、本ワークेशन関連事業に係る法人需要(首都圏企業等が自社の従業員等を遠隔地に滞在しか</p>

	<p>つ業務効率を損なうことなく業務を行える施設仕様)を充足するため、以下の設備、工事等を導入・実施する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 業務用スマートTVシステム(業務用ディスプレイ + コンテンツ管理システム) ② ワークेशन仕様ホテルに向けたインテリアデザインの委託 ③ ワークेशन仕様ホテルに向けた室内造作工事の実施・業務用家具類の購入 ④ スマートフォン用電子商取引サービスの導入 ⑤ WEBサイトの構築・グラフィックデザイン委託費・コンテンツ制作費
【事業再構築の市場の状況、自社の優位性、価格設定、課題やリスクとその解決法】	
事業再構築の市場の状況	<p>2021年3月、矢野経済研究所は、2020年度から2025年度までの年平均成長率は約40%、2025年度の国内ワークेशन市場規模は3,622億円になるとの市場予測を発表している。以下は同研究所のプレスリリースからの抜粋。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ワークेशन市場は、これまでテレワークに場所の裁量が認められる人や、いわゆるノマドワーカーと呼ばれる人たちで形成されていたごく一部の市場であった。しかし2020年のコロナ禍を契機に、一気にテレワークが普及し、ニーズが拡大した市場といえる。 ● コロナ禍を契機にテレワークを採用した多くの企業では、コロナ禍が収束した後も、在宅勤務とオフィス勤務のハイブリッド型の働き方を続けていくと推測する。 ● そして在宅勤務かオフィス勤務かを続けているうちに、自ずと「オフィスで働くことを選んでいく」フェーズに、つまり、働く場所を選ぶ自由に至る。このフェーズにおいて、企業がオフィスか自宅かの二択ではなく、第三、第四の選択肢を認めるかどうか、ワークेशन市場にとっての岐路となる。 ● ある程度まで企業理解が進むことを前提とすると、2020年度から2025年度までの年平均成長率は約40%で推移し、2025年度の国内ワークेशन市場規模は3,622億円になると予測する。
自社の優位性	<p>当社は、ワークेशन市場における事業展開において以下の優位性を有する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 既存宿泊等施設を保有し、5年以上の運営実績を有すること ② 飲食やイベント等の付加価値サービス及び地元との交流機能を提供しうること ③ 馬車BARツアーなどオンリーワンの自社コンテンツを有する ④ メディア機能/クリエイティブ機能を有すること ⑤ 十勝・帯広リノベーション協議会を設立し、首都圏の企業群との協働体制を構築済みであること。 ⑥ エレクトロニクス企業/IT企業との連携を通じて客室テレビ x スマホアプリ x ホテル・街なか体験を連動させる技術ソリューションを実装する準備が整っていること ⑦ 地元自治体(帯広市)とのワークेशन連携協定や内閣府から関係人口事業の受託などの実績を既に蓄積していること
価格設定	<p>本ワークेशन関連事業の軸は、ワークेशन施設利用とホテル宿泊が一体となるサブスクリプション型法人向けサービスの提供であるところ、当該サービスの価格設定は以下の考え方で行う方針である。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① XX

②

課題やリスクとその解決法

① 【課題・リスク】 法人によるワーケーション需要が定着しないリスク

【解決法】 大企業等が都市圏内のオフィスへの出勤比率を下げる動きは明確となっており、その流れを在宅勤務から地域へのワーケーション滞在に誘導することが鍵となる。現在、内閣府が「関係人口の創出・拡大」に向けた政策推進を行っており、当社はワーケーションによる首都圏企業の地域滞在と関係人口創設を促す「中間支援組織の提案型モデル事業」を提案し、同事業は2021年4月内閣府により採択され、本年度中に実施される。

② 【課題・リスク】 十勝・帯広がワーケーション拠点として選ばれないリスク

【解決法】 十勝・帯広がワーケーション拠点の適地であることを、地域資源の編集・発信するプロモーション活動を継続することが鍵となる。当社とKPMGコンサルティング(株)は、2020年5月、十勝・帯広リゾベーション協議会を結成され、全国規模の大企業等と協働で「十勝・帯広」を拠点とした企業等による「リゾベーション滞在」「リゾベーション」は「ワーケーション」と「イノベーション」を組み合わせた造語を普及する取組みを開始。当社と同協議会は、2021年4月27日、帯広市から「帯広市まちなかワーケーション等推進事業」に係る事業受託契約を締結した。

十勝・帯広リゾベーション協議会の参加事業者 (本申請時時点、50音順)

① ANAホールディングス(株)、② KPMGモビリティ研究所/ KPMGコンサルティング(株)、③ ジョルダン(株)、④ (株)ジョルテ、⑤ (一社)大丸有環境共生型まちづくり推進協会、⑥ (株)電通、⑦ 十勝シテイデザイン(株)、⑧ 十勝バス(株)。なお、帯広市は本協議会にオブザーバーとして参加している。

③ 【課題・リスク】 首都圏と十勝・帯広との物理的な距離が(約900km)あるなかで効果的なプロモーションが行う課題

【解決法】 十勝・帯広発の取組みとは別に、対象法人等が所在する首都圏を拠点としたプロモーション展開を行うことが鍵となる。当社と十勝・帯広リゾベーション協議会は、上記内閣府及び帯広市から受託した事業を基盤に、東京圏での個別営業(100社を対象)、ワーケーション誘致イベント、十勝・帯広でのワーケーション滞在ツアーなどを2021年度中に実施する。



今後の事業スケジュールなどを確認する出席者

「ワーケーション」を促進
十勝・帯広リゾベーション協議会
十勝・帯広リゾベーション協議会は19日、帯広市内で会合を開いた。ワーケーションを切り口に東京から帯広・十勝に人を呼び込む「リゾベーション」に賛同する首都圏や十勝の企業関係者が出席し、今後のスケジュールなどを確認した。リゾベーションは「リゾート」に「ワーケーション」を合わせた概念。新型コロナウイルスを契機に、地方に滞在する新しい働き方として提唱している。東京と十勝の企業や人が交流し、新たな出会いが生まれる。期待が膨らむ。

「ワーケーション」を促進
十勝・帯広リゾベーション協議会
十勝・帯広リゾベーション協議会は19日、帯広市内で会合を開いた。ワーケーションを切り口に東京から帯広・十勝に人を呼び込む「リゾベーション」に賛同する首都圏や十勝の企業関係者が出席し、今後のスケジュールなどを確認した。リゾベーションは「リゾート」に「ワーケーション」を合わせた概念。新型コロナウイルスを契機に、地方に滞在する新しい働き方として提唱している。東京と十勝の企業や人が交流し、新たな出会いが生まれる。期待が膨らむ。

今後の事業スケジュールなどを確認する出席者

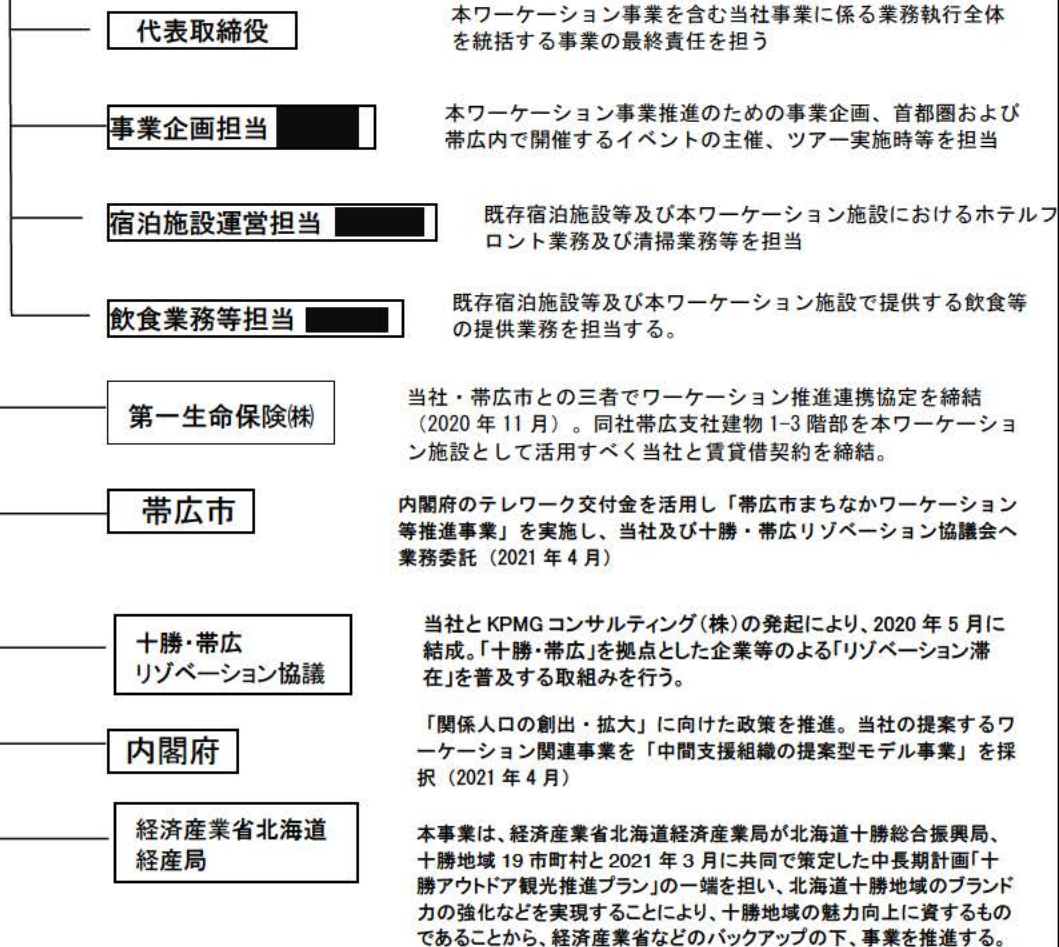
「ワーケーション」を促進
十勝・帯広リゾベーション協議会
十勝・帯広リゾベーション協議会は19日、帯広市内で会合を開いた。ワーケーションを切り口に東京から帯広・十勝に人を呼び込む「リゾベーション」に賛同する首都圏や十勝の企業関係者が出席し、今後のスケジュールなどを確認した。リゾベーションは「リゾート」に「ワーケーション」を合わせた概念。新型コロナウイルスを契機に、地方に滞在する新しい働き方として提唱している。東京と十勝の企業や人が交流し、新たな出会いが生まれる。期待が膨らむ。

「ワーケーション」を促進
十勝・帯広リゾベーション協議会
十勝・帯広リゾベーション協議会は19日、帯広市内で会合を開いた。ワーケーションを切り口に東京から帯広・十勝に人を呼び込む「リゾベーション」に賛同する首都圏や十勝の企業関係者が出席し、今後のスケジュールなどを確認した。リゾベーションは「リゾート」に「ワーケーション」を合わせた概念。新型コロナウイルスを契機に、地方に滞在する新しい働き方として提唱している。東京と十勝の企業や人が交流し、新たな出会いが生まれる。期待が膨らむ。

【実施体制、スケジュール、資金調達計画、収益計画(付加価値増加を含む)】

実施体制

十勝シティデザイン株式会社



スケジュール

時期	項目
2020年6月	第一生命保険と本ワーケーション施設の建物(同社帯広支社ビルの2-3階)に係る賃貸借予約契約を締結
2020年11月16日	帯広市・第一生命保険とのワーケーション三者連携協定の締結
2021年2月15日以降	本補助事業の着手(購入契約の締結等)
2020年3月27日	第一生命保険及び第一ビルディングと賃貸借契約の本締結を締結
2021年4月9日	内閣府が本ワーケーション施設に基づく当社の「中間支援組織の提案型モデル事業」を採択
2021年4月15日	本ワーケーション施設「NUPKA Hanare」の開業
2021年4月18日	事前承認申請書を提出済み
2021年4月27日	帯広市が実施する「帯広市まちなかワーケーション等推進事業」に係る事業受託契約を締結
2021年5-6月	「ホテル + TV + スマホ + まち」(第一フェーズ)の実装
2021年6月下旬頃	十勝・帯広ワーケーション体験ツアー(第1回)の実施
2022年4月末	本補助事業の完了

	2026年9月末	事業計画期間の満了
資金調達計画	<p>① 本ワーケーション関連事業の実施に要する経費は、合計 [REDACTED] 円(税込)と見込む。</p> <p>② 上記①のうち(a) [REDACTED] を自己資金で賄い、(b) [REDACTED] 円について本補助金の交付申請を行う。</p> <p>③ 本補助金の交付を受けるまでの資金は、自己資金で賄う(既に金融機関より借入済み)。</p>	
収益計画(付加価値増加を含む)	<p>1. 本ワーケーション関連事業に係る事業計画期間(5年)の収支予定は以下の通りである。</p> <p>[REDACTED]</p> <p>2. 上記収支予定のうち、事業期間最終年度(2026/9期)における売上高予定額 [REDACTED] の計画根拠は、別紙2に記載の通りである。</p> <p>3. 上記1及び2に基づく、当社事業全体としての収支予定は以下の通りである。</p> <p>[REDACTED]</p>	

[別紙 1]



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16

NUPKA Hanareで次世代ホテルを具体化

[ホテル] x [テレビ] x [アプリ]

<ul style="list-style-type: none"> 客室の「オフィス化」と「カフェ化」 ワーケーション用ラウンジ(静音ブースx3) 施設分散化による街やど展開 QRコード/イラストマップライブラリー 自治体/大手事業者との連携協定 	<ul style="list-style-type: none"> 客室TVで地域コンテンツを配信 客室TVを使ったテレワーク(オンライン会議、ミニプレゼンetc) テレビ連動のEC機能 フォトシェア機能 	<ul style="list-style-type: none"> 乗換案内アプリで移動情報の提供 カレンダーアプリで街なか情報を集約 テレビと連動したEC機能 一気通貫型アプリ(旅前、旅中、旅後)
---	---	--

17



18

[別紙 2]

