

# 民泊から旅館業への転換による、 ビジネス・ファミリー層に向けた新規プランの開設

会社名：ゲストハウスますきち

## 1. 補助事業の具体的取組内容

### (1) 事業再構築要件について

事業再構築の類型	必要となる条件
「事業転換」	<p>①製品等の新規性要件</p> <p>①-1 過去に製造等した実績がないこと →これまで住宅宿泊事業法（民泊新法）に則り営業していたため、旅館業法に即した営業は初めてである。</p> <p>①-2 製造等に用いる主要な設備を変更すること →旅館業許可取得に伴い、建築基準法および消防法に適合するよう、建物の改修を行う。</p> <p>①-3 定量的に性能又は効能が異なること →住宅宿泊事業では年間 180 日の営業日数制限があったが、旅館業の許可を得ることで日数の制限なく営業が可能となる。</p> <p>②市場の新規性要件 既存製品と新製品等の代替性が低いこと →これまでは最大3連泊までとしていたが、営業日数の制限がなくなることから、新たに1週間から2週間の中期滞在プランを計画している。 さらに客室構成を、相部屋中心から、個室中心へと変更する。</p> <p>③売上高構成比要件 新たな製品等の属する事業（又は業種）が売上高構成比の最も高い事業（又は業種）となること →これまで届出を出していた住宅宿泊事業を取り下げてから、旅館業法の許可を得るため、新規事業の旅館業法に即した営業の売上が、売上高構成比の最も高い事業となる。</p>

### (2) 具体的な取組の内容

#### ①現在の事業の状況

##### 1-1 会社概要

ゲストハウスますきは、「瀬戸市を面白がる」を理念とした、住宅宿泊事業(営業許可番号:M230004641)である。「せともの」の町・愛知県瀬戸市で、かつて陶芸家が暮らしていた築140年の古民家を改装して、2018年11月24日にオープンした。ドミトリー(相部屋)2部屋、個室2部屋の合計4室で、15名まで宿泊可能。営業日は、金土日および祝祭日。



外観



専従者の南未来(左)、代表の南慎太郎(右)

宿泊以外にも、週末のカフェ営業やイベントスペースとして場所貸しも行っている。また、自主企画として、宿泊者だけでなく地元の人も参加できるイベント(陶芸体験・町歩き・料理教室・トークイベントなど)を定期的に行っている。



カフェ



町歩き



地元陶芸家のトークショー

もともと、人の交流を主軸においた宿泊施設のため、新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。2020年は民泊部門、イベント部門ともに大きく売上げが減少した。助成金等の制度により、経常利益は上がったが、今後を考えて、事業の転換を決意した。

	2019年売上	2020年
住宅宿泊事業部門	■	■
イベント・場所貸し	■	■
その他(助成金、講演業等)	■	■
合計	■	■

※2019年、2020年の売上内訳

## 1-2 弊社の強み、弱み、機会、脅威 (SWOT分析)

### ▼強み

(i) 認知度及び広報力。

立ち上げにあたり、クラウドファンディングの活用や(約128万円を調達)、300名超の改装協力により、瀬戸市内外から注目が集まった。現在は、SNSに加え、ウェブメディアでの宿と街の情報発信、地域ラジオ局での情報発信も行っている。

Facebook フォロワー	Instagram フォロワー	Twitter フォロワー
2,239 人	1,944 人	473 人
2021 年 4 月 9 日調べ		

(ii) 市内事業者との関わりも強さ。

陶芸体験の紹介や町案内もおこなっている。2020年には、陶芸体験の紹介を23回、約1時間の町案内を30回行った。2020年9月には、地域の26事業者と協力して、「せとひとめぐり」という町巡りを企画・実行して、サントリー地域文化賞特別賞を受賞した。 ([https://www.suntory.co.jp/sfnd/prize\\_cca/](https://www.suntory.co.jp/sfnd/prize_cca/))



「せとひとめぐり」の様子



サントリー地域文化特別賞贈呈式

#### ▼弱み

(i) 民泊（住宅宿泊業）であるため、年間180日の営業制限。

現在当宿は、住宅宿泊事業法に基づき営業を行っている。そのため、年間の営業日数180日という制限から、金土日および長期休暇のみしか営業していない。そのため、中長期滞在の顧客の取り込みができていない。

(ii) 旅館業でないため、大手予約仲介サイトが利用不可。

“楽天トラベル”、“じゃらん”といった大手予約仲介サイトを利用するためには、旅館業営業許可が必要となっており、現状の住宅宿泊業では利用することができない。そのため、自社サイトを中心に予約受付をせざるをえない。結果として、もともと当宿を知っているか、ゲストハウスに強い興味がある人が大部分の顧客層であり、新規顧客の取り込みが弱い。

(iii) 宿泊室の半数が相部屋なことによる、感染対策の限界。

現在、ドミトリー（相部屋）2部屋、個室2部屋の合計4室で営業している。入館時の消毒・検温のお願い、空気清浄機の設置、定期的な換気等を行うことで感染対策を行なっているものの、個室に比べてドミトリーは回避される傾向にある。



ドミトリーの様子



2021年3月全宿泊室に空気清浄機を設置

## ▼機会

### (i) 1～2週間の中期滞在利用者の取り込み

ウィークリーマンションは市内に複数存在するが、リモートワーク対応プランや地域資源である陶芸などの伝統産業とあわせた体験プランを行っているところは存在しない。瀬戸市は愛知県内でも有数の産業の町であり、陶芸体験などを目的におとずれる人は多い。けれども、一度の体験ではできることに限りがあり、中期滞在型の体験を求める声を耳にしている。こちらも、旅館業を取得することで可能となる。

検討している具体的なプランは以下である。

#### (a) 市内工房と連携した職人弟子入りプラン。

陶芸・木工・染め布などの工房・作家と連携した体験宿泊プラン。

#### (b) 行政・商工会議所と連携したお試し移住プラン。

町案内や空き家活用講座を合わせたお試し移住プラン。

#### (c) リモートワークをしながらの中期滞在プラン。

昨年設備を整えたリモートワークスペースを利用した、リモートワーカー向けプラン。

#### (d) 陶芸・クリエイターのレジデンス事業。

市内工房や公共施設と合わせた滞在型制作プラン。

### (ii) 予約仲介サイトを利用した、個室利用者の取り込み強化。

下の表は、2019年と2020年のドミトリーと個室の利用社数の推移である。感染リスクのあるドミトリーに比べ、個室の利用率が大幅にあがっている。そのため、個室の数を増やすことで需要に応えたい。さらに、予約仲介サイトを利用することで、ファミリー層やビジネス層といった、個室利用と相性が良く、これまでターゲットとならなかった層への取り込みが可能である。そのためには、上記の通り旅館業の取得が必要となる。

	2019年	2020年
ドミトリー宿泊者数	445人 (69.2%)	107人 (41.4%)
個室宿泊者数	198人 (30.8%)	151人 (58.6%)
のべ宿泊者数	643人	258人

2019年と2020年のドミトリーと個室の利用社数の推移

## ▼脅威

### (i) 感染防止対策と交流の両立

もともと、交流を軸とした宿泊施設なため、三密を防ぐなどの感染防止対策をすることで、従来の強みが消えてしまう。また、宿泊室の一部が相部屋なため、宿泊者の方から忌避されてしまう。

### (ii) 旅行者の減少

コロナウイルスの影響により、全国的に旅行者の減少が続くため、これまで通り観光客のみがターゲットだと売上の減少が見込まれる。

### (iii) 競合施設の登場

2022年に近隣に大手ビジネスホテルがオープンすることが予定されており、当宿の独自性が求められる。

## 1-3 事業環境（既存事業の市場について・新型コロナウイルス感染症の影響）

瀬戸市周辺の観光需要に比べ、周辺地域の宿泊施設の数が少ないため、旅行者や若年層の取り込みには成功していた。窯元や陶芸体験施設など陶磁器に関する施設に加え、定光寺や岩屋堂公園という自然観光名所がありながら、宿泊施設の数が十分ではないと考えられる。

瀬戸市の観光施設年間利用者数	瀬戸市内の宿泊施設
<b>217万人</b>	<b>7施設</b>
瀬戸市役所(平成29年度)	瀬戸市観光情報公式サイト

しかし、2020年からは新型コロナウイルスの影響により、旅行客が激減。売上も大きく減少した。2020年は、本来は600万円ほどの売上を見込んでいたが、コロナの影響で観光客需要がなくなり、大打撃を受けた。

売上	2019年（円）	2020年（円）	前年比（％）
1月	████████	████████	90.2
2月	████████	████████	106.6
3月	████████	████████	30.6
4月	████████	██	0
5月	████████	██	0
6月	████████	████████	11.2
7月	████████	████████	14.7
8月	████████	████████	32.0
9月	████████	████████	18.2
10月	████████	████████	138.7
11月	████████	████████	38.8
12月	████████	████████	143.7
合計	████████	████████	46.1

図 2019年と2020年の売上比較

空調設備の充実、消毒液の設置など現状できる限りの対策をしたものの、短期滞在の旅行客のみを対象としたサービスに限界を感じている。けれども、民泊業であるため、営業日数の制限や大手予約仲介サイトが使えないなどの問題から、中長期滞在のプランを始めることができない。

#### 1-4 事業再構築の必要性

上記の図を参考にすると、2020年において、新型コロナウイルスの影響がまだ小さかった1～2月と、GoToトラベルに参画した10～12月を除いた、3～9月の月の平均売り上げは████████となり、このままでは事業の継続は不可能である。そして、GoToトラベルが終了した後の事業展開を考えるにあたってこの度、事業再構築を検討している。

具体的には、当宿の強みである交流体験と感染対策の両立を実現するためにドミトリー中心から、個室中心の部屋構成への転換が必要である。個室中心になることによって、これまで中心顧客であった旅行客が今後減少する流れであっても、そのほかのファミリー層やビジネス層を新たな顧客層として取り込むことができる。さらに、これまで培った地域で市内事業者との連携を生かすには、体験や町案内をあわせた中期滞在プランが適しているのではないかと考えられる。

そのために、現在の住宅宿泊業から旅館業の簡易宿所への事業転換が必要である。

### ②事業再構築の具体的内容 (████████)

#### 2-1 計画のねらい

民泊（住宅宿泊業）から旅館業（簡易宿所）に転換して、個室を増やすことで、プライベート性の高く感染リスクの低い客室を求めるファミリー層やビジネス層といった新たな顧客を取り込む。さらに、これまで培った地域の市内事業者との連携を生かして、体験や町案内をあわせた中期滞在プランを立ち上げる。それにより、工芸に関心のある若者や移動しながら働くフリーランス等に対して、地域資源を使った独自性のある滞在を提案する。

当初の計画では、新たに増設する3室を中長期滞在専用の客室とする予定であったが、短期宿泊者の個室需要の観点から、短期と中期どちらにも対応した客室とすることにした。今後も新型コロナウイルスの影響で揺れ動く宿泊業界の波の中で柔軟に対応していく。

**2-2 新たに提供する製品・サービス等**  
**住宅宿泊業（民泊）から旅館業の簡易宿所に転換**

(i) 1～2週間の中期滞在プラン

(a) 市内工房と連携した職人弟子入りプラン。

陶芸・木工・染め布などの工房・作家と連携した体験宿泊プラン。

(b) 行政・商工会議所と連携したお試し移住プラン。

町案内や空き家活用講座を合わせたお試し移住プラン。

(c) リモートワークをしながらの中期滞在プラン。

昨年設備を整えたリモートワークスペースを利用した、リモートワーカー向けプラン。

(d) 陶芸・クリエイターのレジデンス事業。

市内工房や公共施設と合わせた滞在型制作プラン。

(ii) 予約仲介サイトを利用した、短期個室利用プラン

ドミトリー（相部屋）を減らし、個室中心の部屋構成にする。個室を増やすとともに、既存の宿泊室も旅館業の規定にあうように改装する。さらに、予約仲介サイトを利用することで、顧客ターゲットを増やす。

	これまで	再構築の計画
ドミトリー数（合計宿泊可能人数）	2室（9人）	1室（6人）
個室（合計宿泊人数）	2室（6人）	6室（13人）

これまでと再構築後の部屋構成

—想定価格—

i) 中期プラン（短期プランの70%の価格・）		ii) 短期プラン	
・ドミトリー	17,600円／週・人～	・ドミトリー（相部屋）	3,600円／日・人～
・1人個室	29,400円／週・人～	・1人個室	6,000円／日・人～
・2人個室	24,500円／週・人～	・2人個室	5,000円／日・人～
・3人個室	19,600円／週・人～	・3人個室	4,000円／日・人～
・4人個室	19,600円／週・人～	・4人個室	4,000円／日・人～

iii) オプション



**2-3 導入する設備・工事等 \*建設・改修の予定、型番や技術導入、研修の時期なども記載**  
 旅館業転換のためには、以下が必要となる。

- ①保健所による旅館業営業許可証
- ②消防法に適合した使用に改修 約1,300,000円
  - ・自動火災報知設備の設置
  - ・誘導等の設置
  - ・消防署の許可証
- ③建築基準法の適合した使用に改修 合計約4,857,600円
  - ・用途変更に伴う内装改修 約10万円
  - ・用途変更に伴う建具改修 約24万円
  - ・用途変更に伴う壁新設改修 約24万円
  - ・用途変更に伴う客室改装 約230万円
  - ・付帯電気設備工事 約80万円
  - ・用途変更設計費 約73万6千円

## 2-4 資金調達計画について

## 2-5 ITの利活用について

すでに導入している下記のソフトウェアやサービスを利用することで、生産性の向上及び広報の充実を図る。

- ①「Beds24」…予約管理ソフト。ダブルブッキングの回避、顧客情報の一元管理を行う。
- ②「Airレジ」…レジソフト。幅広い電子決済、売上管理を行う。
- ③「弥生会計オンライン」…Airレジと同期することで、会計、経理を一元化。
- ④「YOUTUBE」…週6回の配信技術を身につけたので、積極的に広報に利用。

## 2-6 経営資源の活用と既存事業とのシナジーについて

これまで培ってきた市内事業者とのつながりを生かすことで、充実した滞在プランを提供する。陶芸体験でも複数箇所から選択して案内できるようにし、他の木工や染め布といった体験メニューも用意する。また、カフェやイベントといった交流の強みも生かし、交流とプライベート性の両立した滞在を提案する。

## 2-7 実施体制

氏名	所属・役職	担当業務	役割
①南慎太郎	ゲストハウスますきち・代表	予約管理、顧客対応	本補助事業の主担当者
②南未来	ゲストハウスますきち・専従者	広報、カフェ	本補助事業の副担当者
			アドバイザー（体験事業）
			アドバイザー（設備工事担当）
			アドバイザー（消防設備）

## 2-8 補助事業スケジュール

項目	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
①壁新設改修		→	→	→	→				
②客室改修			→	→	→				
③付帯電気工事			→	→	→				
④消防設備工事						→	→	→	
⑤旅館業許認可							→	→	
⑥広報物作成						→	→	→	→

- ①建築基準法に適合となるよう、壁を新設する。さらに、建具も追加して避難経路を明確にする。
- ②天井を防火上の基準を満たすように改装する。新規客室の内装を整える。
- ③新規客室のコンセント、照明設備、エアコンの設置。また、それに伴うブレイカーの増設工事。
- ④自動火災報知設備、誘導等の設置。消防署への許認可の届出。
- ⑤市役所の都市計画課に確認を取った後、愛知県保健所にて旅館業許認可の取得。
- ⑥事業転換に伴う、新規パンフレットの作成。また、それに伴う写真撮影。

## 2：将来の展望（事業化に向けて想定している市場及び期待される効果）

### (1) 本事業の成果が寄与すると想定している具体的なユーザーと市場調査

#### (i) 1～2週間の中期滞在プラン

##### (a) 市内工房と連携した職人弟子入りプラン。（以下、職人プラン）

瀬戸市は愛知県内でも有数の産業の町であり、陶芸体験などを目的におとずれる人は多い。けれども、一度の体験ではできることに限りがあり、中期滞在で複数回の体験を求める声を耳にしている。すでに、複数の窯元・陶芸体験施設・木工作家と連携の話が進んでいる。



陶芸ショップ「CONERU nendo shop & space」



江戸時代から続く窯元「瀬戸本業窯」

##### (b) 行政・商工会議所と連携したお試し移住プラン。（以下、移住プラン）

昨年瀬戸市では大規模な小中一貫校ができたこと、宅地造成の推進に伴い、移住者が増加しており、お試し移住の需要が見込める。さらに瀬戸市では、空き家活用を推進しているが、当宿も空き家を改装して開業しているため、空き家活用講座や町案内を含めて、市と連携したお試し移住プランを検討している。



2020年2月 町案内の様子



2020年7月 愛知県よろず支援拠点での講演

##### (c) リモートワークをしながらの中期滞在プラン。（以下、ワークプラン）

新型コロナウイルスの影響により、リモートワークをしながら休暇を楽しむワーケーションが浸透している。瀬戸市は、名古屋市や豊田市からも近いことから、近隣市町のサラリーマンによる中期滞在の需要があるのではないかと考えている。すでに、市内の企業2社から、町案内・紹介を入れた新人研修プランの依頼もいただいている。



2021年2月に設置した屋外ワークスペース



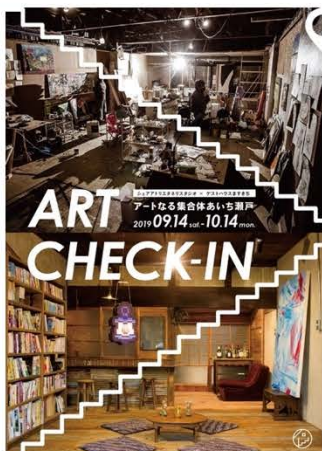
施設内共有スペース



(d) 陶芸・クリエイターのレジデンス事業。(以下、レジデンスプラン)

クリエイターやアーティストが中長期間滞在して、作品制作をするプラン。

また、愛知県には「あいちトリエンナーレ」もあるため、合わせてアートイベントも開催できたらと考えている。2019年の「あいちトリエンナーレ」では、市内の現代美術家13名とコラボしたアート展「Art Check in」を企画・運営した。



2019年開催のアート企画



瀬戸市新世紀工芸館

◆各プランのターゲット等まとめ

プラン内容	A. 職人プラン	B. 移住プラン	C. ワークプラン	D. レジデンスプラン
ターゲット	工芸に興味のある若者。 転職中の方。	フリーランス。 30代～40代の家族。	県内のサラリーマン。 フリーランス	クリエイター。 アーティスト。
PR方法	連携工房から。	市広報、新聞。	WEB記事。SNS。	SNS。ホームページ。
当宿の強み	費用の安さ。 体験先の候補の多さ。	初期費用がかからない。 相談可能。	Wi-Fi、電源使用可能。 町案内・紹介付き。	滞在後作品展示可能。
連携予定事業者	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

(ii) 予約仲介サイトを利用した、短期宿泊プラン

この度の事業転換で、ドミトリー（相部屋）中心から、1人部屋2室、2人部屋2室、3人部屋1室、4人部屋1室の合計6室となることで、プライベート性の向上と感染リスクの低下を図る。さらにこれまで利用できなかった予約仲介サイトを利用することで、幅広いターゲットに向けて情報発信を行う。



個室に変更予定の現ドミトリー



新しい個室となる空間（全三室）

◆ターゲット層

ターゲット	旅行者層	学生	ビジネス層	ファミリー層
部屋内容	全て	ドミトリー、4人部屋	1人部屋	3人部屋、4人部屋
想定予約経路	自社サイト Booking.com Airbnb	自社サイト じゃらん	楽天トラベル	じゃらん 楽天トラベル
当宿の強み	町案内・紹介 旅人どうしの交流	価格の安さ	ワークスペースの充実 カフェ空間での息抜き	キッチン使用可能 価格の安さ
想定年間宿泊者数	650人	100人	200人	300人
備考	既存のターゲット層	既存のターゲット層	新規顧客層	広報次第で期待大

(3) 自社の優位性 (価格的・性能的な優位性・収益性)

▼価格の優位性

・短期プラン

こちらは、現在の住宅宿泊事業での価格を基準に算出している。個室については、近隣宿泊施設の価格相場から判断し、現在の住宅宿泊事業での価格とほとんど同一とした。2020年は、全体の宿泊者数は減少したものの、緊急事態宣言により約3ヶ月休業したにもかかわらず、個室利用客には大きな減少は見られなかった。この度の事業再構築により、防火や防犯の観点で客室の質の向上が見込まれるため、現在の価格のまま固定した場合、個室宿泊者数が増加することを見込んでいる。

◆2019年と2020年におけるドミトリー、個室の宿泊増減率

	2019年	2020年	2019年/2020年
ドミトリー宿泊者数			24.0%
個室宿泊者数			76.2%
のべ宿泊者数			40.0%

・中期プラン

下記の競合調査にあるように、近隣施設で1週間泊まった際の長期割引を行なっているビジネスホテルはない。さらに、競合するであろうウィークリーマンションは滞在期間にかかわらず、別途清掃料16,500円が必要となる。これらのことから、1週間～2週間の中期滞在については、他宿泊施設の70%ほどの価格となり、大いに優位性があると考えている。

▼競合調査

	当宿 (1人個室)	ビジネスホテルA	ビジネスホテルB (2022年建設予定)	ウィークリー マンションB
短期 (/日)	6,000円～	6,200円～	6,100円～	
中期 (/週)	29,400円～ (4,200円/日)	43,400円～	42,700円～	25,000円～ 清掃料16,500円が必要
強み	近隣情報・町案内 旅気分を味わう PC作業室あり	歴史 朝食付き	駅から徒歩数分 建物が新しい 知名度	バス・トイレ付き プライベート性高い
弱み	防音環境の低さ プライベート性の低さ	老朽化 中期滞在だと費用が高い。	地域性の低さ。 中期滞在だと費用が高い。	観光スポット、市内中心部 からのアクセスの悪さ。
想定顧客	観光客 ファミリー層 ビジネス層	短期滞在者 市内企業の社員	短期滞在者 ビジネス層 カップル	大手企業の研修利用

ドミトリーは今後、新型コロナウイルスの影響から需要は減ると思われる。一方、個室は、ドミトリーと比べ幅広い層がターゲットとして期待できる。観光目的のファミリーや友人の団体客はもちろん、中期滞在では価格優位性と強みの地域密着性を生かして、移住を検討しているファミリーや地元企業の研修などでの利用が見込まれる。

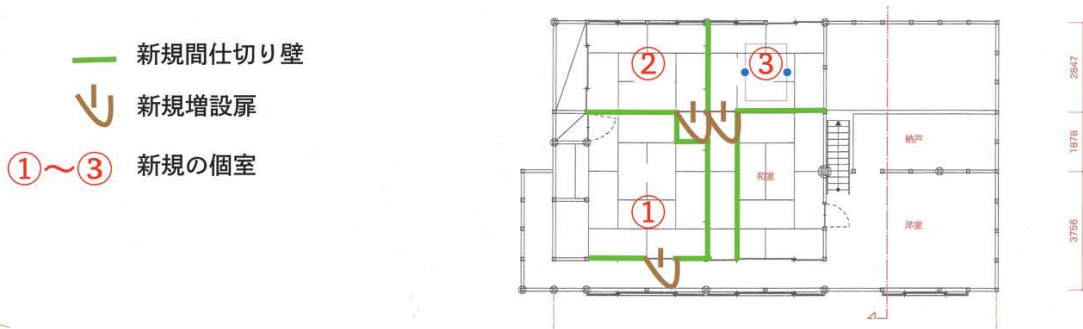
**(4) 課題と解決方法**

①旅館業を取得するためには、複数の法適合が必要となる。

i) 建築基準法の不適合

解決策 【準耐火構造の間仕切り壁設置】

建築基準法の施工令第114条二項に基づき、準耐火構造等の居室の間仕切り壁を設置する。間柱及び下地を木材で作成し、かつその両側に12.5mmの石膏ボードを2枚貼ることによって、準耐火構造の基準を満たす。設計士とともに、瀬戸市の都市計画課および保健所と相談を重ねて施工を行う。



個室を新規増設する二階部分

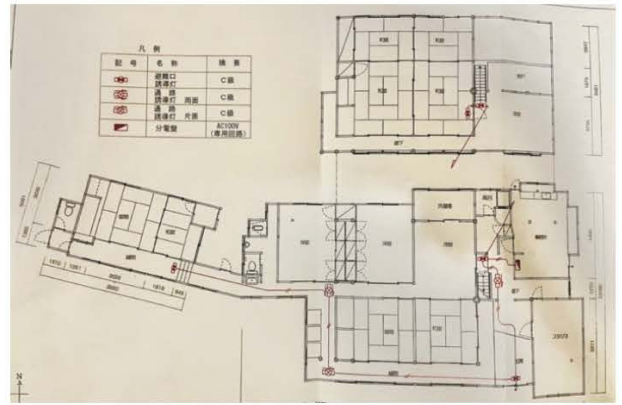
ii) 消防法の不適合

解決策 【自動火災報知器、誘導等の設置】

消防法第17条に基づき、各居室および廊下等に自動火災報知器の設置。さらに、廊下等に誘導等の設置。防災会社とともに瀬戸市消防署と相談を重ねて施工を行う。



自動火災報知器等の設備系統図



誘導等の設備系統図

②新規プラン開設に伴うプロモーション

これまでのSNS、自社HPでの広報に加えて、パンフレットを制作する。連携先の体験工房や行政施設においてもらうことで、施設とプランの認知度を高める。また、新たに宣伝写真を撮影することで、自社HPや予約仲介サイト、パンフレット等で幅広く魅力を伝えていく。

## (5) リスクと対策

### ①新型コロナウイルスの影響による観光客の激減

解決策 【ビジネス層、ファミリー層に向けた新たな宿泊プランの開設】

今後、旅行客の激減が起こる可能性があるが、この度事業転換を行い、ビジネス層やファミリー層へ向けた個室短期宿泊と中期滞在プランを用意することで対策する。

### ②スタッフ及び宿泊者の新型コロナウイルス感染リスク

解決策 【ガイドラインに遵守した感染対策】

宿泊施設におけるガイドライン（全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会作成）に則り、感染対策を行う。さらに、ドミトリーを減らして個室とする事で感染リスクを低くする。

### ③人員不足

解決策 【学生アルバイトの採用】

旅館業取得により、業務内容が増加した場合、人員の増加が必要となる。関わりのある大学ゼミに相談して、学生アルバイトの依頼をする。

## (6) 地域経済への貢献について

当宿は基本的に素泊まりで食事はつかない。そのため、食事は近隣の飲食店を紹介している。さらに、陶芸をはじめとする体験の紹介や町案内も行うため、地域経済への貢献は大きい。

一名が宿泊前後の朝昼夜の食事で使用する金額を5,000円と仮定する。さらに、4,000円の陶芸体験を利用する顧客が約30%であると仮定すると、一名が滞在中に地域で使用する金額の期待値は6,200円となる。

P.14の収益計画の稼働率に基づくと、基準年度（2021年）から2024年までの予想宿泊者数と地域での経済効果予測は以下となる。

	予想年間宿泊者数	地域への経済効果予測
基準年度（2021年）	■	3,162,000円
2022年	■	6,007,800円
2023年	■	8,035,200円
2024年	■	16,070,400円

## 3. 本事業で取得する主な資産

本事業により取得する主な資産（単価50万円以上の建物、機械装置・システム等）の名称、分類、取得予定価格等を記載してください。（補助事業実施期間中に、別途、取得財産管理台帳を整備していただきます。）

建物の事業用途 又は 機械装置等の名称・型番	建物又は製品等分類 (日本標準商品分類、中分類)	取得予定価格	建設又は設置等を行う事業実施場所 (1. 申請者の概要で記載された事業実施場所に限ります。)
消防設備（自動火災報知器、誘導等）	41 保安・環境保全施設	1,300,000円	本社
建築基準法に適合した建物改修	99 分類不能の商品	4,857,600円	本社

4. 収益計画

(単位：円)

	直近の 決算年度 [ 2020 年 12 月 ]	補助事業終了年度 (基準年度) [ 2021 年 12 月 ]	1 年後 [ 2022 年 12 月 ]	2 年後 [ 2023 年 12 月 ]	3 年後 [ 2024 年 12 月 ]
① 売上高	■	2,500,000	6,600,000	9,100,000	16,500,000
(うち既存事業)	■	2,500,000	555,000	720,000	800,000
(うち新事業)	■	0	6,045,000	8,380,000	15,700,000
(新事業の比率)	—	—	91.6%	92.0%	95.2%
② 営業利益	■	800,000	4,500,000	6,200,000	12,500,000
③ 経常利益	■	6,500,000	9,500,000	6,200,000	12,500,000
④ 人件費	0	0	0	850,000	1,700,000
⑤ 減価償却費	■	820,000	820,000	820,000	820,000
付加価値額(②+④+⑤)	■	1,620,000	5,320,000	7,870,000	15,020,000
伸び率 (%)	■	■	■	■	■
従業員数 (任意)	1	1	1	2	3
従業員一人あたりの付加価値額 (任意)	■	1,620,000	5,320,000	3,935,000	5,006,667
従業員一人あたりの付加価値額 伸び率 (%)	■	■	■	■	■

(1) 売上高の根拠

【前提条件】

・ゲストハウスますきち

ゲストハウスますきちは、2018年11月24日にオープンした。

実質初年度の2019年は、宿泊室は3室で最大宿泊者数は13名。年間稼働率は約35%で売上高は、■であった。客室を増加し、予約体制を整えた2020年に新型コロナウイルスが流行して、稼働率は約13%となり、売上高は■にまで減少した。

・簡易宿所の稼働率

2019年の愛知県の簡易宿所の稼働率は39.3%、2020年は18.6%であった。

一都道府県別宿泊施設タイプ別客室稼働率(平成31年1月～令和元年12月(確定値))

	全体						
	前年差	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所	
全国	62.7	-1.5	39.6	58.5	75.8	79.5	33.4
北海道	65.3	+2.1	39.2	53.2	75.8	78.0	39.5
青森県	56.6	-2.6	35.8	47.5	69.5	61.8	33.6
岩手県	55.7	+2.0	39.9	50.6	73.7	73.1	23.6
宮城県	57.5	+0.1	41.4	50.0	65.5	62.3	45
秋田県	52.5	+2.3	36.8	42.3	69.2	71.9	27
山形県	51.2	-0.2	38.4	42.7	70.6	68.5	32
福島県	51.8	+5.1	42.7	52.6	66.6	66.7	37
茨城県	59.5	+3.4	34.7	39.9	72.0	65.7	39
栃木県	50.7	-3.6	41.7	61.2	69.6	63.3	41
群馬県	54.1	+2.3	46.3	47.2	75.2	63.0	43
埼玉県	70.2	+4.8	49.9	41.4	74.8	75.9	15
千葉県	70.6	+2.0	39.9	84.1	73.8	81.3	5
東京都	79.5	-0.5	44.7	64.3	84.0	84.2	4
神奈川県	70.4	+4.8	51.2	66.9	84.0	84.5	3
新潟県	44.3	+2.6	26.2	35.9	67.0	68.4	33
富山県	52.4	+2.0	30.7	43.4	63.0	67.2	35
石川県	59.8	-3.5	47.3	61.4	79.3	71.7	28
福井県	50.9	+2.0	38.0	47.6	76.5	61.6	47
山梨県	47.5	+2.8	40.8	57.8	75.4	65.2	42
長野県	39.2	+2.1	28.7	42.2	71.4	75.5	18
岐阜県	58.0	+5.7	43.5	49.4	79.6	75.6	17
静岡県	59.1	+2.1	48.2	54.7	73.6	74.8	19
愛知県	68.8	-1.3	30.9	40.0	75.6	76.8	12
三重県	55.0	-2.7	41.8	50.2	72.1	72.6	25

一都道府県別宿泊施設タイプ別客室稼働率(令和2年1月～12月(速報値))

	全体						
	前年差	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所	
全国	34.6	-28.1	25.0	30.9	43.5	34.7	15.2
北海道	35.3	-30.0	28.5	26.9	43.7	36.9	33
青森県	37.0	-18.7	23.5	28.5	47.9	34.1	40
岩手県	40.3	-15.4	31.3	31.3	51.1	49.6	23
宮城県	39.0	-18.5	29.0	28.7	47.9	36.2	34
秋田県	36.4	-16.1	25.2	30.7	48.1	25	48.6
山形県	32.5	-18.7	24.9	24.1	43	41.4	22
福島県	42.6	-9.2	34.1	28.5	31	56.5	1
茨城県	42.7	-16.8	20.7	36	36.2	10	51.6
栃木県	34.8	-15.9	28.6	13	32.6	18	48.5
群馬県	34.9	-19.2	29.7	9	25.6	40	51.8
埼玉県	43.8	-26.4	24.5	26	27.5	35	50.2
千葉県	37.0	-33.6	27.9	16	38.2	6	43.1
東京都	32.4	-47.1	19.2	38	25.4	41	36.7
神奈川県	42.6	-27.8	28.7	12	43.0	4	49.5
新潟県	29.8	-14.5	18.3	42	17.9	46	47.5
富山県	29.7	-22.7	19.1	39	17.7	47	37.5
石川県	33.7	-26.1	33.3	2	29.7	27	38.9
福井県	35.2	-15.7	25.2	21	35.9	11	52.1
山梨県	23.4	-24.1	15.7	47	24.6	42	48.4
長野県	24.3	-14.9	16.0	46	25.8	39	49.6
岐阜県	33.7	-24.3	24.6	25	27.8	33	55.1
静岡県	37.6	-21.5	31.6	4	29.6	28	51.3
愛知県	36.6	-32.2	19.1	39	29.0	29	40.2
三重県	36.0	-19.0	27.0	17	32.8	17	48.5

左図は2019年、右図は2020年の都道府県別宿泊施設タイプ別客室稼働率(観光庁HP)

・基準年度の売上高の根拠

新型コロナウイルスの影響から、客室の稼働率は20%ほどになると見込まれる。

現在の平均顧客単価が4,000円であることから、

4,000(平均顧客単価) × 15(最大宿泊者数) × 0.2(平均稼働率) × 170日(営業日数) = 2,040,000円

となると考えられる。そこに、場所貸し及びカフェ等の売上を足すことで、売上高 2,500,000 円とした。  
 ※新型コロナウイルスがなければ、稼働率 40%を見込んでいたため、宿泊での売上高 4,080,000 円に加えて、イベント、カフェ等の売り上げをたすことで約 600 万円の売上高を想定していた。  
 ※また、休業協力金等での雑収入により経常利益は上がっている。

・ 1年後と2年後の売上高の根拠

2023 年までは、金土日曜および長期休暇の営業で行うため、年間の営業日数は約 170 日である。この度の事業転換により、平均顧客単価が 5,000 円となり、最大宿泊者数は 19 人となる。

2019 年の愛知県の簡易宿所の平均稼働率は約 40%であった。徐々に旅行客やビジネス層の移動が再開すると考えて、2022 年・2023 年における平均稼働率をそれぞれ 30%・40%と仮定すると、

「2022 年の短期宿泊売上高」

$$5,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 19 \text{ (最大宿泊者数)} \times 0.3 \text{ (平均稼働率)} \times 170 \text{ 日 (営業日数)} = 4,845,000 \text{ 円}$$

「2023 年の短期宿泊売上高」

$$5,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 19 \text{ (最大宿泊者数)} \times 0.4 \text{ (平均稼働率)} \times 170 \text{ 日 (営業日数)} = 6,460,000 \text{ 円}$$

また、新たに展開する中期滞在プランについては、2022 年は 5 名/月、2023 年は 8 名/月を目標とする。平均顧客単価を 20,000 円と想定すると、

「2022 年の中期宿泊売上高」

$$20,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 5 \text{ (ひと月の利用者数)} \times 12 \text{ ヶ月} = 1,200,000 \text{ 円}$$

「2023 年の中期宿泊売上高」

$$20,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 8 \text{ (ひと月の利用者数)} \times 12 \text{ ヶ月} = 1,920,000 \text{ 円}$$

となり、場所貸し及びカフェ等の売上を足して、2022 年は 6,600,000 円、2023 年は 8,100,000 円と想定。

・ 3年後の売上高の根拠

2024 年から、平日の営業も開始する予定である。年間 15 日を休業日として 350 日営業となる。

年間の平均稼働率を約 40%と仮定する。中期滞在プランのひと月の利用者数は 10 名を目標値とする。

「2024 年の短期宿泊売上高」

$$5,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 19 \text{ (最大宿泊者数)} \times 0.40 \text{ (平均稼働率)} \times 350 \text{ 日 (営業日数)} = 13,300,000 \text{ 円}$$

「2024 年の中期宿泊売上高」

$$20,000 \text{ (平均顧客単価)} \times 10 \text{ (ひと月の利用者数)} \times 12 \text{ ヶ月} = 2,400,000 \text{ 円}$$

場所貸し及びカフェ等の売り上げを足すことで、2024 年は合計売上高 1,650,000 円と想定。

2020 年～2024 年の売上高分類表 (単位: 円)

	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
短期宿泊		2,040,000	4,845,000	6,460,000	13,300,000
中期宿泊			1,200,000	1,920,000	2,400,000
その他売上		460,000	555,000	720,000	800,000
合計		2,500,000	6,600,000	9,100,000	16,500,000

(2) マーケティング計画

多面的なプロモーションをおこなう(下記は一例)。

- (a) SNS の活用による、新規顧客の取り込みと根強いファンの獲得。
- (b) プレスリリースをだして、新聞、WEB 媒体、テレビ業界での宣伝効果を期待する。
- (c) 自社広報メディア (<https://hoyahoya-seto.com/>) を通したリピーターの取り込み。
- (d) 楽天トラベル、じゃらん、といった予約仲介サイトを通した露出の拡大。
- (e) YOUTUBE を通した動画配信による新規顧客の獲得。
- (f) 新規プラン解説に伴う、クラウドファンディングの実施。  
過去に 3 度の成功経験あり。総支援金額 2,454,000 円の実績あり。
- (g) パンフレットを作成し、市内事業者等に置いてもらうことで、紹介してもらう。



(3) 付加価値額増加の根拠

・ 基準年度から 1 年後の間 (付加価値額 3,700,000 円の増加)

この度の事業転換による最大宿泊人数と平均客単価の増加が大きな原因となっている。また、新型コロナウイルスの影響が小さくなり、旅行客が増加することも想定している。

・ 2 年後から 3 年後の間 (付加価値額 7,150,000 円の増加)

年間営業日数を 170 日から 350 日へと増やしたことが大きな原因となっている。また、アルバイトを 2 名雇用する事による人件費の増加から付加価値額が増加している。