

<経営計画>【必須記入】

<経営計画>および<補助事業計画>(Ⅱ.経費明細表、Ⅲ.資金調達方法を除く)は最大8枚程度までとしてください。

1. 企業概要

【事業内容】

創業1年のビジネスホテル。〇〇県を代表する△△温泉にて、老舗の温泉旅館が立ち並ぶ中、比較的リーズナブルな価格帯で宿泊できるビジネスホテルとして設立。△△温泉には、美肌効果があるとされる三大泉質「炭酸水素塩泉」「硫酸塩泉」「硫黄泉」が含まれており、遠方からも温泉目当てで訪れる方も多し。また、△△温泉の近くには砂浜が美しい□□海岸が広がっており、夏は海水浴やマリンスポーツ、冬は名物「□□ガニ」を目当てに通年で来訪者がある。その中でも、1人客や若者などリーズナブルな価格で宿泊したい人々をターゲットとしてきた。

【当ホテルの特徴】

地域の魅力を満喫できるビジネスホテルとして、〇〇県を代表する△△温泉をはじめ、食事付きプランでは炭火料理を提供している。□□ガニを始めとした地産食材の炭火焼きは、旨味を引き立たせるだけでなく、炭火特有の温かみによって宿泊客に寛いでいただける時間を提供している。

また、全部屋洋室ではあるものの、共有スペースは随所に地域の雰囲気を感じさせる空間づくりに趣向を凝らし、宿泊客からもひと時の安らぎを提供できるビジネスホテルと支持されており、リピーター客も増えてきた。

【経営状況】

通年で温泉や炭火料理、夏場には海水浴やマリンスポーツを目的に利用する客も多いが、まだまだホテルの認知度が低く、稼働率が50%を下回ることも少なくない。現状、平均稼働率40%程度である。

他の宿泊施設との差別化戦略が十分でなく、安定稼働に至らず、1期目は赤字となった。早急に赤字経営から脱却するための認知度向上対策が急務である。

(単位:千円)

	2024年度(現時点)
売上金額	21,600
売上総利益	2,400

繁忙期が売上全体の8割程を占め、もともと県内外問わず旅行好きの方々の利用がメインだったため、閑散期にはほとんど売上を上げることができない状況であり、従業員の稼働日数を減らすなどで調整している。

【当館の宿泊客数】

	2024年度
宿泊客数	1,800人

客室の稼働率は年平均4割程度である(12室のうち5室程度の稼働)。本補助金の活用によりホ

ホームページの整備、看板設置、雑誌への広告掲載を実施することで、旅行好きの方々だけではなく、普段と違うリモート環境で仕事したいというビジネスパーソンの方々も利用できるビジネスホテルとして認知度を高め、1年中コンスタントに集客し売上増加に繋げることが課題と認識している。

【業務状況】

現在、接客スタッフ6名(うち2名厨房兼務)の従業員を雇用しており、もともと閑散期にはシフト制限をしている。また、繁忙期には、一定の利用があるためシフト制限はしていないものの、急遽予約のキャンセルなどもあるため、非効率な運営状況の改善が課題である。通年で一定の売上を維持するための施策を早々に打つことで、従業員が安定的に稼働できる運営状況への改善が急務である。

※会社の経営状況、売上げの状況、顧客の状況、製品やサービスの提供内容など、詳しくお書きください。また 売上げが多い商品・サービス、利益を上げている商品・サービスなどをそれぞれ具体的にお書きください。

2. 顧客ニーズと市場の動向

【宿泊市場】

最近では民泊、グランピングといった新たな宿泊業態が登場し、地域間競争が激しくなっている。さらに近隣にリゾート商業施設や日帰り温泉施設が増えて日帰り客が増加する一方、宿泊客は最盛期にあたる夏季でも減少傾向が続いている。

【顧客ニーズ】

リーズナブルな価格で△△温泉を満喫したいというニーズを持った人が多い。また、オンライン化の進展により普段と違うリラックスしたりリモート環境で仕事したいというビジネスパーソンのニーズが増加している。

【競合について】

〇〇市の総合宿泊施設:〇施設

近隣の宿泊施設で通年営業している施設は少なく、夏や冬だけの季節営業が、ほとんどである。〇施設は通年営業の競合宿泊施設である。また民宿などは経営者が高齢化しており、廃業する施設も少なくない。

※お客様(消費者、取引先双方)が求めている商品・サービスがどのようなものか、また自社の提供する商品・サービスについて、競合他社の存在や対象とする顧客層の増減など売上げを左右する環境について、過去から将来の見通しを含めお書きください。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強みや弱み

【強み】

<名物温泉>

〇〇県を代表する△△温泉は、三大泉質が含まれていることが有名で、美容への効能が広く知られている。。

<〇〇市随一の眺望>

小高い丘に立地し、各部屋からの海岸の眺めが壮観であると宿泊客から好評である。

<地産食材の炭火料理>

地産食材の炭火焼を提供しているが、近隣旅館と比べてリーズナブルな価格で季節ごとの地産食材を堪能できると喜ばれている。

※自社や自社の商品・サービスが他社に比べて優れていると思われる点、顧客に評価されている点をお書きください。

4. 経営方針・目標と今後のプラン

旅行好きの方々への認知度向上を図るとともに、ワーケーションでも利用できるプランを導入することで、客室の稼働率向上を図りたいと考えている。

ビジネス利用も魅力的なホテルとして認知されるよう努めることで、夏季だけではなく、季節に関係なく宿泊客を獲得できると見込んでいる。

【今後のプラン】

<ワーケーションプランを新設>

ビジネスをされている方が仕事できるように全室高速 Wi-Fi を完備。手軽に温泉と料理を楽しんでいただけるプランを設ける。

<看板を設置>

△△温泉を訪れた方にホテルのサービスを認知してもらうために巨大看板を設置する。家族連れで訪れたビジネスパーソンにワーケーションで利用できることを認知してもらうことが大きな目的である。

<旅行雑誌とビジネス雑誌への広告掲載>

比較的リーズナブルに旅行したい人たちへのアプローチに加えて、ワーケーションをしたい人たちにアプローチすることで、通年の稼働率の向上を図る。

<ホテルの魅力を PR するための公式ホームページ制作と予約管理(決済)システムの導入>

既存のホームページの内容を大幅更新することで、ホテルからの眺望写真や通常プランに加えて、ワーケーションプランを打ち出し、幅広い訴求力のあるサイトに更新し、集客力の強化に取り組む。

また、予約管理(決済)システムを導入することで、予約管理(決済)の業務効率化を図る。

【目標】

売上金額、宿泊客数、稼働率の目標は以下の通り。

(単位:円・人)

	2025 年度	2026 年度	2027 年度
売上金額	25,920,000	30,240,000	38,880,000
宿泊客数	2,160	2,520	3,240
(単価)	12,000	12,000	12,000
稼働率(%)	50 (6室/12室)	58 (7室/12室)	75 (9室/12室)

2025年度は、補助事業の実施が年度後半からになるものの、広告宣伝効果を見込み、現状の稼働率40%から50%へのアップを見込む。