

大商大ビジネスアイデア甲子園 2007応募用紙

提出日 平成 年 月 日

応募者氏名 (グループの場合は代表者名)	フリガナ		年齢
グループ名(注1) <small>(グループの場合は記入してください)</small>			グループ人数
住所(注2)	〒	TEL 番号(注2)	()
携帯 / PHS 番号(注2)	()	E-Mail アドレス(注2)	
応募対象部門	1. ニュービジネス部門 <input type="radio"/> 地域を元気にするビジネス部門 <input checked="" type="radio"/> ※該当部門に○をつけてください。		
高校名		学年	
ビジネスアイデア名	和菓子とともに、あの人のあの場所を廻るプラン		
アイデアの内容 <small>(記入のポイント)</small> ① アイディアの概要 ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図などを織り込んでまとめてください。	<p>①概要 京都といえば和菓子・歴史。私は二つとも絡めた京都活性化案を考えました。 ～企画全体の流れ～ 1. 歴史人物の顔や姿を真似た和菓子(饅頭など)を作り、各寺などに設置するこの企画用のスペースで販売。和菓子の中に紙が入っていて、紙にその人物に縁のある場所の地図、行き方が書いてある。その紙の内容にしたがって寺などを指す。 2. 一番目の和菓子の中に入っていた紙の場所に行き、そこにあるこの企画のスペースにいき、和菓子を買う(このときに前回の紙を見せないと続きの紙がもらえない)。また和菓子の中には紙が入っていて、次に行く、その歴史人物に縁のある場所が書いてある。 これをあと1回ほど繰り返すとゴールで、粗品としてその歴史人物の姿を真似た和菓子のセット(この企画で使ったものと同じもの)をセットでプレゼント。</p> <p>◆わかりにくいので、具体例 例:新撰組 企画のスペースで新撰組をかたどった和菓子を買う。 中の紙に、「次の目的地:壬生寺」とかいてある。(壬生は新撰組結成の地)この紙に従って壬生寺に行く。 壬生寺に到着。 また企画スペースで和菓子を買う。中の指令に「次の目的地:御所」と書かれている。(御所は禁門の変があったところ) 御所(禁門)到着。 また企画スペースで和菓子を買う。これでラスト。中の指令に「次の目的地:池田屋跡」と書かれている。(池田屋は池田屋事件の場所)</p>		

(注1) グループで応募される場合は、メンバーの名前・フリガナ・高校名・学年を別に添付してください。

(注2) 高校単位でご応募の場合、住所などの記入はしていただくなくてもかまいませんが、指導された担当教員名をご連絡ください。

池田屋跡到着。

和菓子から出てくる紙3つを見せると粗品がもらえる。ここで新撰組にまつわるお土産なんかも売ってさらに経済効果を狙う。

ついでに指令の入ったお菓子を提供してくれた店の和菓子もおいで。

企画に参加するには、企画用のスペースで参加者カードを記入し、専用の交通カードを買う。

この参加申し込みはインターネットでもできるようにする。インターネットで申し込んだ場合、申し込んだという紙をプリントしてもらい、見せてもらう。その場合はカード記入はなしで、交通カードの受け渡しと紙の入った和菓子を買ってもらうだけになる。

この企画をやる期間は、9月から11月の行楽シーズンのみ。

夏や冬にやると観光客の足が鈍り、損害が出る恐れがあるので、1年目は観光客が最も多い秋のみとする。

～企画の料金プラン～

目標利用客数	305,900人	(2004～2006年の9月10月11月の観光客数の平均の2%)
交通アクセス切符代	1,000円	(様々な会社の一乗車券を見比べた結果)
和菓子制作費	110円	(理想の大きさの和菓子を見比べた結果)
人件費	12円	(期間の人件費÷目標来客数+損害が出た場合のため余裕を見て ※下記参照)
粗品の和菓子セット	400円	(上記和菓子制作費の和菓子のセットと見込んで)

結果、企画参加費は一人1,550円とできる。

(※二回目以降の指令の入った和菓子は、その場で買ってもらうことになる)

※人件費

設置箇所数	50
一箇所の人数	3人
営業時間	AM10時～PM5時まで 7時間
自給	800円
7時間×800円×3人×50箇所=	84,000円
これを9月～11月の土日祝でやるとしたら	31回
人件費およそ	2,604,000円
これを利用客数で割ると	約9円となる。

(参加費1,550円 - プランの原価1,522円) × 目標利用者数305,900人 = 8,565,200円

よってこのプランでは、期間が終わったとき約8,565,200円の利益が見込まれる。

この企画を思いついたきっかけは、京都を活性化させるときに、交通を活性化するということからでした。交通を活性化させるために、どうしたら利用者を増やせるかと考え、『交通機関を使ってラリーをする』という考えにいたりました。そのための材料として『京都ならではのもの』をかんがえ、この和菓子と歴史になりました。

いままでのサービスとの違いは、宣伝効果です。

1. 和菓子を京都ならではの老舗に協力してもらい、企画で和菓子を使うことによって、その店のPRになります。企画用スペースにての販売も考えられます。

2. また交通機関を使ってもらうことで、各会社が各々実施している、あまり知られていないサービスなどを宣伝することができます。

・追加効果・・・公共の交通機関に親しんでもらうことで、車やタクシーの利用を減らし、交通渋滞の解消や地球温暖化への効果も見込まれます。