

参考

別記様式第2号（第5条関係）

事業計画書

令和8年4月1日

住所 和歌山市七番丁23番地
氏名 株式会社観光課 和歌山 太郎
(法人の場合は、法人名及び代表者名)

事業名	友ヶ島コンテンツ造成事業		
事業期間	令和8年 7月 1日 ~ 令和9年 2月28日		
補助対象経費	3,296,000 円	補助申請額	1,000,000 円
消費税の課税区分	本則課税事業者 ・ それ以外 (該当するものに、○をしてください。)		
概算払いの希望の有無	本事業の初期投資の費用について、資金力乏しく自己資金による立て替えが困難であり、安定した事業運営を行うために概算払いを希望する。		
事業の目的と効果	地域課題を踏まえた事業の目的		
	<p>和歌山市の加太沖に浮かぶ友ヶ島は、戦前の砲台跡が点在する一方で、瀬戸内海国立公園の一部に指定されており、豊かな自然の中でのハイキングやキャンプなどが楽しめる場所となっているが、海洋ごみ問題も抱えており、海岸付近に漂着物が散見される。</p> <p>和歌山市 HP 掲載の令和6年版統計資料では、令和5年は友ヶ島の来訪者数 50,253 人、加太エリアの観光入込客数 1,007,111 人（そのうち宿泊客数 106,527 人）であり、月別の動向からハイシーズンは夏場で、夏季休暇を利用して観光客が多く訪れていると考えられるが、宿泊客数の割合は1割程度で推移しており、京阪神の大都市圏から比較的近いこともあり、日帰りでの来訪が多く、滞在型の観光エリアと比べて地域への経済効果は限定的であると考えられる。</p> <p>こうした状況を踏まえ、島内での新たな観光コンテンツを造成することで、加太エリア内での滞在時間を増やし、当該地域での宿泊客数の増加に寄与するために本事業を計画した。</p>		

	事業が地域にもたらす効果		
	<p>①域内消費額の増大・宿泊客数の底上げ 島内での滞在時間を増やすことで、当該エリアでの散策も含めて1日2泊で楽しめるプランを提案することで、将来的に宿泊率を現状の10%から15%へ引き上げることを目指す。</p> <p>②歴史的資産の維持継承 本事業で得られた収益の一部を、友ヶ島の砲台跡等の文化財保存や島内の環境整備に再投資する仕組みを構築することで、再生型観光の好循環を目指す。</p> <p>③平準化の実現 まずはハイシーズン（夏）で体験可能なコンテンツを造成して事業運営の基盤を作り、将来的に春・秋に特化した歴史学習や自然体験プログラムを提供することで、年間を通じた事業を展開することで、当該エリアの宿泊施設や飲食店の稼働率を年間で平準化させることに寄与することを目指す。</p> <p>④地域雇用の創出と活性化 事業運営にあたり、地域住民をガイド・スタッフとして起用。地域のプロ（専門家）としての雇用を生み出し、地元住民が地域の魅力を再認識する「シビックプライド」の向上に寄与する。</p>		
目標値	売上高	宿泊客数	N P S
	1,860,000 円	300 人	20%

事業内容

友ヶ島コンテンツ造成事業
 ビーチクリーンを有料コンテンツ化するサステナブル・ツーリズム事業

1 実施内容

本事業は、友ヶ島に漂着する海洋ごみ問題を「地域課題」から「参加型エンターテインメント（体験コンテンツ）」へと転換する試みです。利用者は、デザイン性の高いオリジナルキットをレンタルし、散策を楽しみながらビーチクリーンを実施。活動後には「記念品（バッグ）」か「返金（デポジット）」を選択できる仕組みを構築し、楽しみながら環境保全に寄与する新しい旅の形を提案します。

2 コンテンツの詳細・料金体系（収益モデル）

「手ぶらで、スマートに社会貢献」をコンセプトに、以下のパッケージを提供します。

(1) クリーン・キット（レンタル）

区分	料金（税込み）	備考
大人	600 円	キット（バッグ・軍手・マップ）
子ども （中学生以下）	400 円	同上（軍手はこども用サイズ）
預かり金 （デポジット）	3,000 円	返却時に清算（後述）

キット内容

①オリジナルバッグ

友ヶ島のロゴ入り（ブルー）で、「ごみ袋」に見えないスタイリッシュなデザインで、海洋プラスチックごみを使用したバッグ。

②オリジナル軍手

ブルー（大人・子どもの2サイズ）。追加購入（100 円）も可能。

③布製マップ

海岸の位置や漂着物の種類、歴史を記した「布製転写マップ」。使い捨てせず繰り返し使用する。

(2) 返却時の選択肢（マネタイズの仕掛け）

【A プラン：返金】

デポジット 3,000 円を全額返却。利用者は実質数百円で体験完了。

【B プラン：お持ち帰り】

新品の「同じロゴ入りバッグ」と交換してデポジットを充当。（＝実質 3,000 円でオリジナルバッグを販売したことになり、収益性が向上）

(3) オプション（単価アップの施策）

歴史ガイド案内（30分）：1,000円

フェリー乗り場から第2砲台跡までを案内。環境問題はじめ友ヶ島の歴史を解説することで、体験の質（旅育効果）を高めます。

3 この事業の「稼げる」ポイント

①記念品（お土産）による収益向上

デポジット制を導入することで、返却の手間を「新品との交換」という購入体験に変え、物販の収益を自然に発生させます。

②低コスト・高回転

主な経費は初期のキット制作費のみ。運営は島内のフェリー乗り場周辺の既存施設と連携することで、追加コストを抑えつつ高い利益率を確保します。

③SNSによる「貢献の可視化」

ブルーのバッグと軍手という統一感のあるビジュアルにより、SNSでの発信を誘発。認知度向上と、さらなる顧客の獲得に繋がります。

4 実施スケジュール（初年度）

本事業は、観光客が最も増加する夏季シーズンに合わせ、交付決定日（6月中旬）の事業着手から8月のサービス開始が滞りなく実施できるように進めます。

①事前準備（6月中旬～7月）

最優先事項である海洋プラスチック再生バッグの製作発注と並行し、現地受付のオペレーション構築やスタッフの研修を早急に実施します。また、SNS広告やプレスリリース等の広報準備を完了させ、予約システムの導入準備も進めます。

②運営（8月～10月）

8月1日の事業ローンチとともに、夏休みやお盆休みの宿泊客・ファミリー層をターゲットに集客を最大化させます。この初期段階でアンケート調査やNPSによる満足度、バッグ購入率のデータを収集・分析し、運営フローの改善に繋がります。蓄積したデータを活用したターゲティング広告を継続し、シルバーウィーク等の連休利用者に向けた参加率の向上と、物販・オプション利用による収益の安定化を図ります。

③振り返り（11月）

10月末をもって初年度の現地運営を一旦終了し、11月中に事業成果の分析と実績報告を行います。この短期間での集中運用により、次年度以降の販売期間の延長やBtoB展開に向けた「稼げる仕組み」の有効性を検証します。

<p>事業実施に必要な許認可の取得状況</p>	<p>友ヶ島の沖ノ島で事業を実施にあたり、管理者である和歌山市（観光課）に当該事業内容は説明済みで、実施場所の詳細は調整中。</p>
<p>ターゲット</p>	<p>ターゲット 京阪神に居住する「タイパ重視の都市型ファミリー層」 コアターゲットのペルソナ 氏名 山田 花子 年齢 41 歳 性別 女性 居住 大阪府大阪市北区 仕事 大手メーカー勤務 年収 600 万円 家族 夫（久志、41 歳）同メーカー勤務と子ども（哲人、10 歳） 性格 仕事柄、環境保護への意識が高い 悩み 平日は夫婦ともに多忙で、こどもとゆっくり会話する時間が取れていない。週末はスマホを置き、自然の中で家族の絆を深める『デジタルデトックス』の時間を求めている。 願い 子どもには、自然のなかでの経験を通じて学びを得てほしい。</p>
<p>ターゲットの選定理由</p>	<p>1 高い購買力と価値への共感 大手メーカー勤務等の共働き世帯は、単なる安価なレジャーではなく「社会貢献」や「良質なストーリー」に価値を見出す傾向がある。そのため、海洋プラ再利用バッグ（デポジット 3,000 円）という高単価設定であっても、支援を兼ねた購入が十分に期待できる。</p> <p>2 「旅育」ニーズとマイクロツーリズムの合致 京阪神から 1 時間強という「タイパ（時間対効果）」の良さを活かし、週末に「自然の中での実体験を通じた学び」をこどもに与えたいという親の強い教育ニーズに応えることで、確実な集客を図る。</p> <p>3 宿泊・回遊へのポテンシャル 多忙な都市部居住者にとって、ビーチクリーンという深い体験の後は「加太での休息（温泉・食事）」への親和性が高い。日帰り可能な距離だからこそ、あえて「滞在の質」を重視するこの層を狙うことで、加太エリアでの宿泊・消費単価の向上に直結させる。</p>

プロモーション（販路開拓・情報発信）の具体的な取り組み内容

<p>オウンドメディア</p>	<p>Instagram、公式サイト プロモーション動画や実際の体験の様子をショート動画で発信。</p> <p>公式 LINE 参加者に登録を促し、次回の和歌山市再訪に向けたクーポンを送付し、リピーター化を図る。</p>
<p>旅行会社 (国内・国外)</p>	<p>国内（教育・CSR 部門） 京阪神の私立小学校やインターナショナルスクールの「校外学習プラン」、大手企業の「親子参加型ボランティア研修」としてパッケージ販売を提案。</p>
<p>オンライン販売 プラットフォーム (OTA)</p>	<p>体験型 OTA (アソビュー!・じゃらん遊び体験) 「友ヶ島：手ぶらでビーチクリーン&歴史探索」として掲載。事前決済を必須とし、当日窓口の混雑回避とキャンセル防止（収益安定化）を図る。</p>
<p>地図検索サービス</p>	<p>Google マップ 「友ヶ島 観光」「和歌山市 子連れ お出かけ」等の検索ワードに対し、ビーチクリーンの受付場所（フェリー乗り場周辺）を地点登録。</p>
<p>宿泊施設等 との連携</p>	<p>加太エリア宿泊者特典 宿泊証明提示による「布製マップ」プレゼント。</p> <p>宿泊プランへの組み込み（検討） 提携旅館の宿泊予約サイトにて「友ヶ島クリーン体験付き宿泊プラン」として販売し、宿泊客の島内流入を促進できるように調整する。</p> <p>飲食店との連携 加太エリアの飲食店やカフェにチラシを設置。バッグを持参したお客に特典を依頼し、地域全体で歓迎ムードを醸成する。</p>
<p>その他</p>	<p>プレスリリース配信 8 月のローンチに合わせてプレスリリースを行い、TV や新聞等の取材を誘致する。</p>

事業の収益見込

1 前提条件

①対象期間

8月1日～10月31日（計92日間のうち、運行日60日想定）

②想定来訪者数

約15,000人（年間5万人のうち、ハイシーズンを含むため高めの想定）

③目標参加率

10%（3ヶ月合計1,500人（宿泊300人）、1日平均約16人）

④客層内訳

大人1,050人(70%)、こども450人(30%)

⑤バッグ購入率（デポジット充当）

20%（300人が新品バッグと交換）

⑥ガイド利用率

10%（150人）

⑦

2 予想収益

項目	単価	数量（3ヶ月）	合計
基本体験料 （大人）	600円	1,050人	630,000円
基本体験料 （こども）	400円	450人	180,000円
バッグ販売 （デポジット）	3,000円	300人	900,000円
ガイド料	1,000円	150人	150,000円
売上合計			1,860,000円

3 予想支出

項目	単価	数量	合計
海洋プラスチック 再利用バッグ制作費	1,200円	1,500個	1,800,000円
既製品軍手代	80円	1,500双	120,000円
布製マップ制作費	200円	1,500枚	300,000円
運営人件費 （受付スタッフ）	1,200円	2名×4h×60日	576,000円
広報費	一式		400,000円
その他一般諸経費	一式		100,000円
支出合計			3,296,000円

自走化に向けた 次年度以降の 事業展開	※補助金受給終了後の事業展開や資金確保等、次年度以降の取組について記載すること。	
	<p>1 初期投資の回収と利益率の向上</p> <p>初年度の成果に応じて、バッグの大量発注をすることによって、売上原価を抑制し、営業利益率を引き上げる。この利益を次なる商品開発や、島内の清掃・保全活動の維持費に充てることで、外部資金に頼らない『循環型ビジネスモデル』を確立させる</p> <p>2 販路の拡大 (BtoC から BtoB)</p> <p>企業の CSR 研修や修学旅行等の団体受け入れ (BtoB) を本格化させ、平日の稼働率を向上させることで、年間を通じて安定的なキャッシュフローを確保する。</p> <p>3 リピーターの獲得</p> <p>次年度以降、バッグを持参して再来訪した参加者には、限定のオリジナルグッズを提供するなど、何度も来たくなる仕組みを構築する。</p>	
事業を実施するために保有している強み	<p>当社はこれまで、地域資源を活用した体験型観光プログラムの企画運営に携わっており、特に環境保全と観光を両立させるコンテンツ造成に強みを持つ。単なる清掃活動を、参加者が「自分事化」できるストーリー性の高いコンテンツへと昇華させる編集力を有しており、高い顧客満足度 (NPS) を実現する運営体制が整っている。</p>	
連絡先	※本市担当者との窓口となる者	
	氏名 和歌山 太郎	役職等 代表取締役
	電話番号 (携帯電話) ○○○-○○○○-○○○○	
	メールアドレス ○○○○@○○○.com	