

- ①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。
 ③「ビジネスのイメージ図」以外は手描き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にすること。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
	テーマ部門	○	○		
○	自由応募部門	○	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称(フェースシートと同じプラン名称を記載してください。)

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

みんなで栄養gotcha(ガッチャ)だぜ! ~学生の健康を考えた 大学生協学食ガチャ~

2. ビジネスプランの概要

1) 概要: あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。(400字程度)

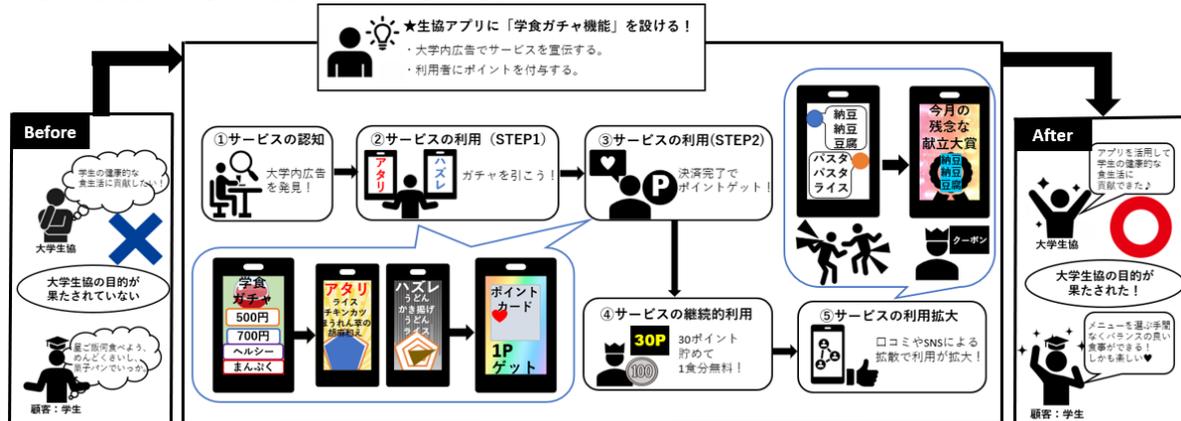
皆さんは、「サイゼリヤ1000円ガチャ」をご存じだろうか。サイゼリヤの豊富な料理の中から、ピッタリ1000円になるようランダムに生成されたオモシロメニューは、Twitterで若者に楽しまれている。そんな若者たちは、近頃手軽さや時短を理由に簡単な食事で済ませることが多く、栄養バランスを蔑ろにしている。この現状に対して大学生協食堂は、学生の健康を考えた料理を提供し、学食でのスムーズな決済を可能にする生協電子マネーを搭載したアプリを展開しているが、学生の関心を集めることはできていない。そこで本施策は、大学生協アプリに学食の献立を提案するガチャ機能を導入し、学生たちがガチャを楽しむことを通じて、食生活を改善するプランである。アプリでガチャを引くと、栄養バランスの取れた献立や、ヘンテコな組み合わせの献立が、予算内でランダムに表示される。栄養バランスの取れた献立を注文するとポイントがたまり、生協マネーと交換できる。学生たちをガチャで楽しませながら、栄養バランスの取れた食事を促進する。

2) 類似ビジネス: 類似するビジネスにはどのようなものがありますか。(200字程度)

類似ビジネスは2つある。まず、献立をガチャで生成できる点で、「サイゼリヤ1000円ガチャ」と類似している。しかし、本施策は生協が公式で運営するため、メニューの変更に対応でき、顧客にバランスの良い食事を促す点で異なる。そして、栄養バランスの整った献立を自動で提案するという点で、生協が運営する「学食どっとコープ」のメニュー組み合わせ検索と類似している。しかし、ガチャの面白さを利用して健康を気にしていない学生も取り込むことができる点で異なる。

3. ビジネスのイメージ図: どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手描き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。



【詳細説明】
 ①サービスの認知→学生が目にしやすいトレー広告や学内ポスターを用いて宣伝し、食堂の利用者にガチャ機能を認知してもらおう。
 ②利用(STEP1)→学生はガチャのコース(500円ガチャ、700円ガチャ、ヘルシーガチャ、まんぷくガチャの4種類がある。)を選択し、ガチャを引くと、ハズレのオモシロ献立(例:うどん、かき揚げうどん、ライス)又は当たりのバランス献立(例:ライス、チキンカツ、ほうれん草の胡麻え)が表示される。当たりが出ても、その献立が気に入らなければ何回もガチャに挑戦できる。また、4回(1回は当たりが出るものとする)。
 ③利用(STEP2)→表示されたメニューを取り揃えて、レジでバーコードを提示して決済する。支払い時に、オモシロ献立を選択したら1ポイント、バランス献立を選択したら2ポイント獲得できる。
 ④継続的利用→アプリ内のポイントカード1枚分(30ポイント)貯まると、学食を、1食無料で食べられる。
 ⑤利用拡大→ガチャの原価は蓄積される。アプリ内に、学生がオモシロ献立を投票して共有できる機能を設け、毎月最も「いいね」を集めたメニューを「残念な献立大賞」に選び、そのメニューを献立した学生には特別クーポンを付与する。アプリで献立を決めてくれる手軽さや、オモシロ献立が持つエンタメ性が学生にウケ、「学食ガチャ機能」が口コミやSNSで拡散される。このようにして、利用者がどんどん増えていく。

4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

本施策の標的顧客は、大学生である。彼らは、栄養バランスを考えることに手間を感じ、乱れた食生活を送っていることが多いが、この施策を利用することで、自ら食事のメニューを考える手間なく栄養バランスの良い食事ができる。そのため、彼らは本施策を積極的に用いると考えられる。さらに、本施策を利用した学生は、栄養バランスを意識した食事を摂る習慣が付き、健康を意識した生活に目を向けるようになるだろう。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうですか。(200字程度)

独自に行ったアンケートによると、93%の学生が、「栄養バランスの良い食事をしたい」と思っていることが分かった。本施策により、学生は楽しみながら、栄養バランスの良い食事ができるため、多くの学生が本施策を利用することが見込まれる。また、前述の「サイゼリヤ1000円ガチャ」がTwitterで話題となり、今もなお多くの人に楽しまれているように、本施策も、インターネット上での情報の発信や共有を日常的に楽しむ若者に、長く親しまれるだろう。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

学生の健康的な食生活を提供する上で競争相手となるのは、大学近隣の飲食店である。そのような飲食店では、栄養バランスに気を遣っていることは少なく、学生は健康的な食事を摂ることができない。その点、生協食堂は、安価で栄養バランスの良い食事を提供している上、ガチャ機能やシェア機能は学生を楽しませ、ポイント還元機能はお得感を感じさせる。よって本施策は、競争相手よりも多くの支持を集められると考えられる。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

変動費として、食堂利用者の増加に伴う食堂の費用と、配布ポイントが必要になる。また、固定費として、ガチャ機能、ポイント管理機能、シェア機能を、既存の大学生協アプリに追加機能として導入するための開発費と維持費、広告チラシの印刷費が必要になる。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	509	509	509	1,592	1,592
変動費	▲407	▲407	▲407	▲1,274	▲1,274
固定費	▲72	▲9	▲9	▲9	▲9
利益	30	123	216	525	834

単位:万円

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

本施策では、1大学におけるアプリ導入時の採算計画を想定した。売上高は、本施策の導入によって利用が増加する生協食堂の売上である。施策開始から1~3年目はイノベーター、アーリーアダプターへの普及期間、4~5年目はアーリーマジョリティへの普及期間とする。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

【「学食ガチャ」に関する大学生の意識調査】

大学生協に加盟している86人の慶應義塾大学の学生に対し、独自のアンケート調査を実施した。

【大学生協アプリの現状に関する調査】

- ・大学生協の組合員は半ば強制的に生協アプリをダウンロードすることになり、学生の間では「ICカードで支払いができるほうが楽だった」「電子マネーの初回ログインができずに困っている」などの戸惑いの声が聞かれる。(リアルサウンド HP 参照)
- ・大学生協食堂を利用する学生は、アプリの導入によって「食堂の待ち時間が今までの3倍以上になっている」と嘆いている。(J-CAST ニュース HP 参照)
- ・大学生に関する独自アンケート調査における、「普段、生協アプリの電子マネー機能を利用しているか」という質問に対して、「利用している」と回答した学生の割合は29.4%であった。

【固定費の算出について】

本施策を行う上で発生する変動費は、ポイントを貯めた学生に無料で1食分の食事を提供するための費用と、アプリ導入により増加した生協食堂利用者分の変動費である。全国大学生協連の会員組合員数は、2022年9月30日時点で1,538,258人である(全国大学生協連 HP 参照)。大学生に関する独自調査における「学食ガチャ機能があったら利用してみたいと思うか」という質問に対して、「非常にそう思う」あるいは「そう思う」と回答した学生の割合は55.2%であった。この結果から、本施策では、合計849,120人に「学食ガチャ機能」を普及させることにし、1大学の4,245人を対象とする。1~3年目はアーリーアダプターとなる16%の学生(679人)に、4~5年目はアーリーマジョリティとなる50%の学生(2,123人)に普及させると仮定した(イノベーター理論に基づく)。独自のアンケートによると、現在の生協食堂平均利用回数は1週間に0.9回であった。この施策を導入することで平均利用回数は1週間に1.5回になると仮定した。そのため、ポイント付与制度によって、1人当たりにかかる費用は750円とした。増加した食堂利用者分の変動費は、1人当たりの単価を500円、原価率は70%として算出した。また、学生は、1年間で長期休みを除く7か月、学食を利用することとした。

【売上高の算出について】

売上高は、アプリ導入により増加した生協食堂利用者分の売上である。1人当たりの単価500円1週間当たりの追加的な利用回数である0.5回(1.5-0.9=0.5)をかけて1週間当たりの売り上げを算出し、その値に学生は7か月間学食を利用することから、30(週)を掛けることで売上高を算出した。

【参考資料】

学食どっとこ HP (<https://gakushoku.coop/>) / グランド HP 酒ガチャ (<https://kurand.jp/pages/sakegacha-autumn/>) / 発注ラウンジ HP (<https://hnavi.co.jp/knowledge/>) / 比較 biz HP (<https://www.biz.ne.jp/>) / J-CAST ニュース 大学生協アプリ導入で「食堂の待ち時間が3倍以上」複数大で混雑騒ぎ、学生から不満続出…運営元「改善続ける」 (<https://www.j-cast.com/2023/01/16454247.html?p=all>) / ラクスル HP A2 サイズ光沢紙ポスター印刷料金表 (<https://rakusul.com/print/poster/indoor/offset/prices?size=A>) / リアルサウンド 大学生協のアプリ化に賛否「大学キャッシュレス化」は本当に浸透するのか (<https://realsound.jp/tech/2023/03/post-1281256.html>) / サイゼリヤ 1000円ガチャ HP (<https://saizeriya-1000yen.marusho.io/>) / 総務省令和4年版情報通信白書データ集 (<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r04/html/nf308000.html>) / 全国大学生協連 HP (<https://www.univcoop.or.jp/>)