SnowPORTS

「課題」一事業考案のきっかけ

老舗のスキー場レンタルショップが外資メーカー系の参入で顧客が減少し、経営難で閉店が相次いでいる。

外資の強みを生かした方法で老舗を駆逐すると、競争原理が効かなくなりサービスの質が落ちる懸念がある。そのため、既存の事業者を存続させる必要があり、売り上げを確保する新しい市場の開拓が求められていた。



「解決策」ー新規市場の開拓

解決策として、レンタル客は皆初心者という固定観念から外れ、性能が高い板をラインナップに加えることで、上達した人向けのレシェアリング市場を開拓する。今までのレンタルショップにはない板のバラエティさと、自ら板を選べるという付加価値により競合のない新たな客層を呼び込める。

板は、ショップによる一括購入ではなく使われず押入 で眠らせている個人から貸出日数の歩合制で借りるこ とで、資金力に関係なくどのショップでも導入できる ものとした。



「SnowPORTSの役割 |

当サービスは、

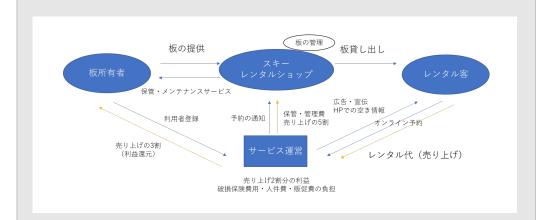
- ①板の所有者は預けておくだけで収入が得られる
- ②ショップは初期投資・赤字リスクのない事業が欲しい
- ③レンタル客は好みの板を確実に借りたい
- という需要の上に成り立っている。

それらの需要を実現し、業務の追加やITに弱い老舗ショップでもより多くの顧客を獲得し、効率的に回すためのシステムを提供する



それがSnowPORTSの 「シェアリング仲介サービス |

ビジネスモデル



ビジネスモデルは上の図のようになり、それぞれが行う 仕事を青線、お金の動きを黄線で示している。

貸出までの仕事の手順は、

- ①板所有者はまずサービス運営に板の情報を登録し、提携ショップの中から預けるショップを選択し板を送る。
- ②ショップに到着した板を貸し出せるようメンテナンス
- ③運営のHPから板の情報を見たレンタル客がオンライン予約し、その情報がショップに転送される
- ④ショップが板を貸し出す となる

お金の流れは、レンタル客からの売り上げを板所有者3割、レンタルショップ5割、サービス運営2割の配分で分け、それぞれの経費を差し引いた額が、それぞれの利益となる。

経費としては

①板所有者:ショップまでの送料

②ショップ:保管メンテナンス、人件費等 ③サービス運営:HP運用費、販促費等

を事前に負担している

「採算性」一財務計画



採算性は、4年間で黒字化することを目指した計画とした。

サービスの維持費(広告費・サービス運営人件費等)が 年間1500万円掛かり続け、板の稼働率が50%で回ると、 損益分岐点が417セットの在庫を持つときになる。

宣伝効果で毎年板の提供が倍増すると4年目には黒字化できる計算となり、意を供給する人が増え続けることで安定した黒字化につながる。