

1.企業概要

【法人名】株式会社テトラッド

【業種】宿泊業

【代表者名】和所健司 菅原源一郎

【設立年月日】2016年8月19日

【所在地】東京都千代田区神田岩本町1番地 岩本町ビル107

【従業員数】3名（アルバイト10名）

【事業内容】

株式会社テトラッドは、2020年の新型コロナウイルスの影響を受けて、事業の中心を店舗内装設計からグランピング施設の計画・運営へシフトしました。2021年5月に土地を借り受け、2023年11月にはグランピング施設「fabula glamping」を開業しました。施設では、高級感あふれる宿泊体験と食事サービスを提供し、自然との調和と持続可能な観光を目指しています。

【施設特徴】

- ・立地：千葉県の山間部に位置し、都心から70分というアクセスの良さと自然に囲まれた静寂を提供。
- ・施設：14区画のグランピングブースと管理棟（フロント兼カフェBAR）を有し、全ブースにジャグジー、シャワールーム、自動洗浄式トイレ、エアコン、WiFi環境等を完備。
- ・食事：専属シェフによるフルコース料理を各ブースで提供し、エンターテインメント性の高い食事体験を実現。



【経営状況】

店舗設計・施工事業は、新型コロナウイルスの影響を受けるまで順調に成長を続けていました。しかし、パンデミックの影響で受注が減少し、売上も大きく落ち込みました。この受注減少により、協力会社との関係が悪化し、コロナ終息後も受けた依頼に全て対応することができない状況が続いています。

2023年度には、これらの協力会社との関係が徐々に修復され、施工数の増加につながりました。2024年7月決算時点では約500万円の利益を記録し、事業はコロナ禍以前の水準に戻りつつある状態です。

(単位：円)

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
内装売上高	53,396,820	56,637,339	35,412,365	35,796,141	38,389,190
売上総利益	56,637,339	-3,642,964	-4,518,804	-5,575,787	4,966,807

グランピング事業は、2023年8月の開業を目指して計画されましたが、資材の高騰や工事会社の倒産、さらにはオープン直前に発生した台風災害による復旧作業の影響で、開業が11月という厳しい時期にずれ込みました。当初は予算の制約もあり、利用客が限られ、施設の認知度向上に苦労しました。しかし、2024年5月後半から6月にかけて実施したインフルエンサーマーケティングの効果が表れ始め、認知度が徐々に上昇しました。これにより、併設するカフェの売上が安定し、宿泊予約も増加傾向にあります。グランピング施設は夏季の売上で年間を通じての運営を支えるビジネスモデルを採用しているため、夏期には更なる売上の安定を期待しています。それに伴い、次の秋冬シーズンに向けた追加の施策も検討する必要がある状況です。

(単位：円)

	11月	12月	1月	2月	3月
売上（宿泊）	281,644	846,212	0	142,680	1,284,600
売上（カフェ）	13,500	10,370	8,290	74,450	200,000
営業損失	-3,323,764	-3,820,186	-3,021,700	-2,110,974	-1,515,400

	11月	12月	1月	2月	3月
売上（宿泊）	281,644	846,212	0	142,680	1,284,600
売上（カフェ）	13,500	10,370	8,290	74,450	200,000
営業損失	-3,323,764	-3,820,186	-3,021,700	-2,110,974	-1,515,400

【業務状況】

現在の人員構成では、本部スタッフ1名、接客担当10名、厨房スタッフ2名となっており、設計業務も本部スタッフが兼務しています。この人員配置では、グランピング施設の収容能力に対して明らかにスタッフが不足している状況です。このスタッフ不足が原因で、施設の全ブースの中から稼働できるのはわずか6ブースのみとなっており、シフトの状況に応じて宿泊の受け入れができない日も出ています。これにより、業務効率が大幅に低下し、さらには食材の仕入れや仕込みにおいてもロス率が深刻化して

いる状態です。この問題を解決するためには、スタッフの増員や業務プロセスの見直しが急務となっています。

【経営課題】

・スタッフ不足と労働力の最適化

現在のスタッフ数では、グランピング施設のポテンシャルを最大限に活かすことができません。特に、収容人数に対してスタッフが不足しているため、全ブースの稼働が不可能になっている状況です。このスタッフ不足が、サービスの質の低下や宿泊受け入れの制限に直結しています。

・食材ロスの問題

スタッフのシフト管理の不備や業務プロセスの非効率性が、食材の仕入れや仕込みにおけるロス率を高めています。この問題は、コストの増加だけでなく、持続可能性の観点からも改善が必要です。

・マーケティング戦略の再構築

インフルエンサーマーケティングなどの取り組みが一定の成果を上げているものの、持続的な認知度向上とブランド価値の構築には、より戦略的なマーケティングアプローチが求められます。

2.顧客ニーズと市場の動向

【グランピングの市場動向】

新型コロナウイルスの感染拡大期には、グランピング施設の需要が急速に増加しました。多くの人々が海外旅行に代わる安全で快適な国内旅行オプションを求めたこと、そして事業再構築補助金を利用して既存のキャンプ場がグランピング施設へと業態変更を図ったことが、このトレンドを加速させました。しかし、パンデミックが一段落し、生活が徐々に正常化する中で市場は新たなフェーズに入り、より競争が激しく、淘汰が進む時代に突入しています。

【顧客ニーズ】

円安の影響で海外旅行が難しくなった現在、国内旅行への関心が高まっています。特に家族連れや若年層からの需要が顕著で、自然を体験しながらも快適さを求める「コト消費」のトレンドがグランピング市場の成長を後押ししています。親たちは、子供たちに安全かつ快適な環境で自然を感じさせたいと考えており、このニーズがグランピングへの関心を高めています。また、デジタルデトックスや心身のリフレッシュを目的とした若年層や働く世代の需要も増加しています。

【競合について】



千葉県は都心からのアクセスが良好で自然豊かな地域では、多様なグランピング施設が存在しています。多くの施設が基本的なテントスタイルの提供から始め、一部はハイクラスのサービスを提供することで差別化を図っています。しかし、高品質なサービスを提供する施設はまだ少なく、この点で「fabula glamping」は市場内で独自の位置づけを確立できる可能性があります。

3.自社や自社の提供する商品・サービスの強み

【施設の強み】

・便利なロケーションと自然環境の融合

都心からわずか 70 分という便利なアクセスでありながら、近辻 600m 範囲内には民家などの建物がなく、自然に囲まれた環境を提供しています。この独特的の立地条件は、快適なアクセスと自然の静寂を同時に楽しむことができるという大きな魅力となっています。

・高品質な施設設備

各グランピングブースには、ジャグジー、シャワールーム、自動洗浄式トイレ、エアコン、WiFi 環境といった贅沢な設備が整備されています。これらの設備は、自然の中での快適さを求める顧客のニーズに応えるものであり、高い評価を受けています。

・食育、ワークショッププログラムの豊富さ

ピザやソーセージ作りなどの食育プログラムや地元のワークショップを通じて、子供たちに成功体験を提供しています。これにより、教育的な要素を取り入れながら楽しみ学べるプログラムが豊富であり、顧客により良い体験を提供しています。

・エンターテインメント性が高い食事

一般的にグランピング施設で提供される食事は BBQ が主流ですが、当施設は各ブース専属シェフがフルコース料理をお客様と一緒に仕上げるスタイルで提供しています。この独自の食事提供スタイルは、顧客に特別な体験を提供し、他のグランピング施設との差別化を図っています。

4.経営方針・目標と今後のプラン

既存の客層だけでなく幅広い客層を受け入れつつ、現状の人員で対処できるよう業務効率の向上を図

り、同時に利益のアップを目指すよう努めます。人員確保にも取り組む一方で、現有するスタッフにより効果的に業務を遂行し、コストの最適化を図ります。これにより、サービスの質を維持しつつ、収益性を向上させ、持続的な発展と安定した利益を実現します。

【今後のプラン】

・気軽に宿泊が出来るプランの新設

近隣のご家族やゴルフ愛好者層をターゲットに、周辺に多数存在するゴルフ場との連携を強化し、少ない宿泊施設かつ高額な価格の課題に対応するため、リーズナブルな価格の宿泊プランを新設します。これにより、地域の住民やゴルファー層を積極的に取り込み、手頃な価格で快適な宿泊を提供することで、施設の利用拡大と地域の需要に応えた収益増加を目指します。

・増員と食材ロス率の低減

採用は引き続き継続しながら、スタッフのトレーニングと業務フローの最適化、効率的な仕入れを行い、無駄を減少させます。

・リーフレットの作成と設置

普段ネットを利用しない層にもアプローチするため、魅力的なパンフレットを制作し近隣施設に設置します。地域協力を得て広範な場所に設置し、口コミや紹介を促進することで、施設の知名度向上を目指します。

・スタッフの賃金向上

ハイクラスグランピングの実現には、スタッフの意識向上が不可欠です。そのため、売上向上と従業員モチベーション向上のため、賃金アップを実施します。

【目標】

補助事業の内容

- 顧客層の拡大と食品ロス防止策の拡充
- 販路開拓等（生産性向上）の取組内容

「経営方針・目標と今後のプラン」に基づき、本補助事業の目的は現状の顧客層に限らず、サービスレベルを維持したまま広範な顧客層を取り込むことです。この目標達成のため、以下の取り組みを実施します。

・気軽に宿泊が出来るプランの新設

広範な顧客層を拡大するため、お客様ご自身で調理してもらう BBQ プランを用意する。

現行のフルコースディナー販売価格が 2 万円である中、新たな安価なディナープランを約 5000 円程

度で提供することで、顧客層の拡大とリピーターの増加を促進します。この取り組みにより、アクティビティの利用促進や最適な稼働時間帯の実現を通じ、収益の増加と施設の魅力向上を目指します。

- ・リーフレットの作成

近隣のゴルフ場など 10箇所に施設紹介パンフレットを設置し、各場所に対応した招待コードを掲載します。これにより、設置場所からの紹介や予約情報を自動で記録するシステムを構築し、送客数に応じて紹介料を還元します。この仕組みを通じて、送客促進を図り、設置場所の拡大を目指します。

パンフレットデザイン費（両面）	100,000 円
印刷 5000 部	96,260 円
システム構築費	250,000 円
パンフレットホルダー	213,000 円

3. 業務効率化（生産性向上）の取組内容

- ・スタッフの増員

スタッフを増員することで、各スタッフの作業負担を軽減し、顧客サービスの質を向上させます。また、スタッフが複数の業務を兼務する必要性を減らし、それぞれが得意とする業務に専念できるようになります。これにより、作業の効率化とエラーの減少が期待できます。

- ・食材ロス率の低減

大量仕入れによる食材コストの削減と、プラストチラーを使用した効率的な仕込み作業により、食材ロス率を大幅に低減します。一度に大量の食材を仕入れることで単価を抑えることができ、スタッフのシフトに余裕があるときに集中的に仕込み作業を行います。仕込んだ食材はプラストチラーで迅速に冷却し、長期保存します。これにより、食材の鮮度を保つつつ、無駄な廃棄を減らし、必要な時に迅速に料理を提供できる体制を整えます。

プラストチラー本体 1 台 150 万円

付帯工事

4. 補助事業の効果

定性的効果として期待される事項は以下の通り

- ・顧客基盤の拡大

新たな価格設定やリーフレットを通じた情報提供により、異なる顧客層にリーチし、広範囲にわたる顧客基盤を構築します。

- ・ブランド認知度の向上
地域連携とコラボレーションによるマーケティング活動は、ブランドの認知度を向上させ、口コミによる自然な宣伝効果も期待できます。
- ・地域社会との関係強化
地域のビジネスや情報提供ポイントとの協力関係を築くことで、地域社会との結びつきを強化し、相互の利益に貢献します。
- ・コスト効率の向上
食材の大量仕入れによる単価低減と、食材ロスの削減により、運営コストを大幅に削減します。
- ・作業の効率化
スタッフの増員とブラストチラーを用いた効率的な食材管理により、作業プロセスの効率化を実現し、スタッフの負担を軽減します。
- ・サービス品質の向上
スタッフの適切な配置と作業の効率化により、顧客への迅速かつ高品質なサービス提供が可能になります。

販路開拓と業務効率化の取り組みを通じて、事業は顧客満足度の向上、コスト削減、ブランド価値の強化という複数の面でポジティブな影響を受け、長期的な成長と安定した経営基盤の構築に寄与することが期待されます。