

事業計画書

作成日：令和2年2月21日

1. 会社情報

社名	株式会社 胎内リゾート		
設立	平成21年12月3日	従業員数	60人
代表者名	代表取締役 高橋 晃		
資本金	2,500万円	発行株式数	2,500株
住所	〒959-2822 新潟県胎内市夏井1191番地3		
電話 / FAX	TEL 0254 - 48 - 3484 FAX 0254 - 48 - 2000		
URL	(ロイヤル胎内パークホテル) http://www.royal-tainai.jp/		
メールアドレス	info@royal-tainai.jp		

2. 会社概要

1) 会社の沿革		
平成21年12月3日	設立	
年 月 日		
年 月 日		
2) 資本金の推移		
平成21年12月3日	2,500万円	
年 月 日		
年 月 日		
3) 株主構成		
株主名	所有株数	備考
胎内市	1,500株	
株式会社小野組	500株	
株式会社ケイハウ商事	500株	

3. 経営の理念

経営理念
胎内の自然と訪れる人との交流・リゾートの観光資源を活かし、心からのおもてなしでお客様に感動と夢を与える。

4. 事業活動方針

1) 販売活動計画 (令和2年度)			
事業展開の基本方針	新潟市内を重点商圈とし福島・山形等の近隣県・首都圏・関西圏の定期営業を継続。同時に広域連携でのインバウンド誘致を促進。		
ターゲット層	活動的な団塊世代及び団塊ジュニア世代のご夫婦ご友人グループ。また合宿や研修で利用頂く学校や団体、法人企業等。		
マーケティング戦略	施設毎・シーズン毎のターゲットとする顧客に対して胎内リゾート独自の価値を適切な販促手法で適時に最適な商品を提案する。		
2) 販売計画(令和2年度)			
施設名	客数		売上〔税抜〕 (単位：千円)
	宿泊	来客数	
ロイヤル胎内パークホテル	13,940人	71,840人	322,000
そば処みゆき庵		24,880人	32,300
胎内スキー場		52,000人	108,600
奥胎内ヒュッテ	1,660人	9,940人	21,380
胎内フィッシングパーク		25,990人	22,900
合計	15,600人	184,650人	507,180

3) 収支予算書〔税抜〕 (単位: 千円)				
収 入		支 出		備考
項 目	予算額	項 目	予算額	
売 上	507,180	人件費	234,076	
指定管理委託料	58,000	食材・飲料費	74,250	
		売店材料	20,840	
		広告宣伝費	9,457	
		燃料費	20,920	
		水道光熱費	60,620	
		消耗品費	10,850	
		施設修繕費	5,585	
		賃借料	10,875	
		通信費	2,943	
		旅費交通費	2,324	
		支払手数料	559	
		業務委託料	21,313	
		その他	90,568	
計	565,180	計	565,180	

5. 営業展開

1) ロイヤル胎内パークホテル

<宿泊部門>

県内外からの誘客を主とし季節毎の胎内の魅力を発信し、**繁忙期の客単価アップ策**と**閑散期の稼働率アップ策**を意識して収益を確保しお客様満足度の最大化を図る。

<レストラン部門>

ホテルが本来提供すべき手作りを中心とした料理に原点回帰し顧客満足度を上げる。

<宴会部門>

ホテル本来の価格帯での提供で収益を確保。宴会婚礼分野では新たな提案で差別化を図る。

<その他>

新たに改装した展望露天風呂や四季折々の提案を来館動機とする商品提案を強化する。

部門別売上〔税抜〕

(単位：千円)

1 宿泊部門	79,905
2 レストラン部門 (ベーカリー・喫茶含)	125,702
3 宴会部門	75,000
4 売店部門	26,720
5 入浴その他	14,673
合 計	322,000

2) そば処みゆき庵

創業 40 周年を迎え“本格的自家製粉手打ちそば”の基本を堅持しながら新たにロイヤル胎内パークホテルとの宿泊客限定企画等を提案し販路の拡大と付加価値の向上を図る。

3) 胎内スキー場

今年度は胎内スキー場のオープンまでは販管費の抑制に、稼働時は営業効率の改善に取り組みながら事業を精査して行く。一方で将来を見据え、天候リスクや恒常的な人手不足の解消、且つロイヤル胎内パークホテルとの相乗効果が期待出来る新たな可能性を探る。

4) 奥胎内ヒュッテ

初夏の新緑・秋の紅葉の切り口に加え、巨樹巡礼・奥胎内ダム見学等の新たな観光コンテンツをロイヤル胎内パークホテルと連動したプランの充実を図るとともに新たに4階フロア等を登山客・合宿(研修)用として販売し、新たな需要の掘り起こしで拡販を図る。

5) 胎内フィッシングパーク

魚釣りとお水の楽しさ・ルアー池のバリエーション等をPRし、客単価アップを意識した軽食販売や、ロイヤル胎内パークホテル・胎内高原ビール園との連動プランで誘客を促進する。