

## 令和5年度 高等教育研究コンソーシアム信州 学生生活活動支援事業活動報告書

団体等名	浅間温泉 BAR プロジェクト	
代表学生	所属大学名・学部・学年	信州大学・経法学部・4年
	ふりがな氏名	佐々木琢馬（ささきたくま）
教職員責任者	所属大学名・職名・ふりがな氏名	信州大学・特任教授・武者忠彦（むしゃただひこ）

活動名	浅間温泉 BAR プロジェクト
実施時期	2023年7月～2024年3月
実施場所	〒390-0303 長野県松本市浅間温泉 2-4-19 そば処つけもの喫茶
活動内容	<p>営業コンセプト 「地域住民・旅行者に愛され、浅間温泉に賑わいをもたらす BAR を運営する」</p>    <p>活動内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎週土曜日のバー営業「BAR ASAM」</li> <li>・メニュー考案</li> <li>・営業に際しての浅間温泉の旅館・ホテルへのあいさつ回り</li> <li>・ワイナリー・酒蔵等の地元企業とコラボメニュー開発</li> <li>・回覧板や SNS、ポスター等を用いた広報活動</li> <li>・青年会議所等の地域団体との交流</li> </ul>

活動の成果 と今後の課題	<p>開業前・当初（5月～8月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客を獲得するための認知の獲得はもちろんのこと、資金確保や道具の購入、仕入経路の開拓など、多くの課題があった。新たなコミュニティへアプローチし続けたこの時期に、地道に足を運ぶことが信頼の獲得や関係性の構築に有効であることを学んだ。</li> </ul> <p>開業後（8月～11月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>浅間温泉が観光繁忙期であることや、地元客から一定の認知が得られたことから安定した営業を行うことができた。この時期に常連客を獲得できたことが経営の安定化につながったと考えている。</li> </ul> <p>開業後（12月～2月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>浅間温泉が観光閑散期であることや、気温の低下に伴う地元客の減少がみられた。特に降雪時や低温時は顕著に客足が減少する傾向がみられたことから、飲食店経営の難しさを痛感した。</li> </ul> <p>総括</p> <p>飲食店を実際に営業することの難しさを痛感することも多々あったが、顧客に喜んでいただけたとき、地域住民との信頼関係が構築されたとき、他にも様々な場面で苦労を上回る「営業してきてよかった」と思える喜びがあった。経営に関しては、日々入れ替わる観光客の集客は飲食店の経営において重要ではあるが、観光客比率の高騰は「観光客向けの限定施設という地元からの別格扱い」を招く危険性があり、地元客の支持を得て安定化を図ることこそが飲食店の経営において重要であると考えた。</p> <p>「私たちの力で浅間温泉の夜に賑わいをもたらせた」といえるほど、地方都市におけるナイトライフの普及は容易いものではないと思うが、次の日の観光案内をできたことや当店からはしご先として浅間温泉内の飲食店を紹介できたこと、地元客と観光客の会話の場になれたことなど、浅間温泉のナイトライフに少しの灯はともせたのではないかと考えている。なにより、浅間温泉の住民と良好な関係を構築できたこと、営業を喜んでいただけたことが住民達に浅間温泉の魅力を再発見していただくきっかけになり、今後の浅間温泉の可能性を信じていただける布石になったのではないかと感じている。</p> <p>成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>475名の顧客が来店（2023/07/01-2024/02/24）</li> <li>常連客の獲得</li> <li>山辺ワイナリー・亀田屋酒造とのコラボメニュー開発</li> <li>Instagramにて315名のフォロワーを獲得</li> <li>浅間温泉に立地する全宿泊施設への訪問</li> <li>各メディアからの取材（市民タイムス・MGプレス・テレビ松本・他）</li> <li>その他飲食店の経営に伴う業務諸々</li> </ul> <p>今後の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大学生が事業を始める難しさ</li> </ul> <p>→機材や場所など大学生の財力だけでは、開業にあたって多くの障壁があると感じた。私たちは、既存の関係性があった地元企業に協力していただき（場所・仕入経路の提供）開業にこぎつけることができたため、そのようなコミュニティをうまく活用することが、大学生が地域で飲食店等を経営するにあたって有効であると考えた。</p> <p>また、大学や自治体が実践的なチャレンジに投資してくれる制度があれば、もっと自分で経営に携わってみたい、起業してみたいと考える学生は増えるとも思う。現在は、営利目的のチャレンジが利用できる制度が少ない。たとえば、飲食店等の営利目的の企業であったとしてもその店舗の存在や話題性が地域に活気をもたらし、地域貢献につながる可能性は十分にあると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング</li> </ul> <p>→顧客需要の把握、購買意欲をそそる金額設定、認知の獲得、天気や時期に合わせた経営適正化など、マーケティング戦略に弱さを感じる機会が多くあった。経験を積むことはもちろんのことケーススタディを通じてさらにマーケティングを学ぶ必要があると感じた。</p>
-----------------	---