

## 学生ベンチャー「高知ナビ」の創業を通じた実践教育 2

1 T-4

## ービジネスモデルー\*

高村 禎二<sup>\*1</sup> 松原英樹<sup>\*2</sup> 森澤 満<sup>\*2</sup> 青木祐典<sup>\*2</sup> 奈良裕介<sup>\*2</sup> 畠中兼司<sup>\*3</sup><sup>\*1</sup> ㈱コンピュータ・イメージ研究所 <sup>\*2</sup> 高知工科大学 3 回生 兼 ㈱高知ナビ<sup>\*3</sup> 高知工科大学工学部

## 1.はじめに

高知工科大学の学生が設立した「株式会社高知ナビ」は、独自に取材した高知県の観光情報を紹介するサイト<sup>[1]</sup>を運営するベンチャー企業である。今までも地域情報を発信するインターネットサイトは色々と作られているが、掲載料を払った企業だけを紹介しているケースが殆どで、ユーザー（観光客）から見た時に魅力あるサイトは少なかった。

高知ナビでは掲載料は一切取らずに、口コミで知った高知の「おいしい店」等の情報を元に独自に取材した情報を掲載している。まだ掲載量は少ないものの、毎日更新を続けているので観光客の本当に求める情報が掲載されているサイトに成長しつつある。

ただ、このような形のサイト運営はボランティアベースでしか成立しづらく、企業として収益を得るのが難しいと思われていた。この形式で運営されている観光サイトとしてはソウルナビ<sup>[2]</sup>がある。ソウルナビは 1 日に 21 万ページビューを誇

るサイトに成長しているが、広告収入、予約手数料等の収入により黒字化を達成している。本論文では、ソウルナビのビジネスモデルを紹介しつつ、高知ナビで考えているビジター型事業を中心に、どのようなビジネス展開を考えているか述べたい。

## 2.ビジター型事業

総理府広報室の資料によると、日本の国民は「レジャー・余暇生活」へ力点が推移している<sup>[3]</sup>。また、ハッピーマンデー休暇が増えることも旅行が増えることを予感させる。このような旅行者を対処とする事業をビジター型事業と呼んでいるが、今後ビジター型事業が伸びることが予想される。

高知ナビでは、このような観光志向の人の中で自然や坂本竜馬などに惹かれ、特別に高知県に思いを寄せている人を会員化してデータベース化していく計画である。それらの人に対して、高知のローカルで頑張っている企業、例えば、無農薬の野菜を使っておいしい食事を出しているレストランなどを紹介することにより、地場産業を活性化していく効果も持つ。

それに加えて、高知のおいしい物産をリーズナブルな価格で販売する物流ネットワークを構築し、これを会員に紹介する事で観光客・地場産品購入顧客・モノ・物流・文化が複合するビジネスを展開することが可能になる。

## 3.他の事業展開

既に紹介した 2000 年 6 月にサイトをオープンしたソウルナビは、ソウル周辺の観光に必要な

*\*Practical Education Through Foundation of a Student Venture Company "Kochi Navi Co.Ltd." -Business Model-*

Teiji Takamura<sup>\*1</sup>, Hideki Matsubara<sup>\*2</sup>, Mitsuru Morisawa<sup>\*2</sup>, Yusuke Aoki<sup>\*2</sup>, Yusuke Nara<sup>\*2</sup>, Kenji Hatakenaka<sup>\*3</sup>

<sup>\*1</sup> Computer Image Lab. Co.Ltd.

<sup>\*2</sup> Kochi University of Technology && Kochi Navi Co. Ltd.

<sup>\*3</sup> Kochi University of Technology

ショッピング、宿泊、食事、美容などすべての情報を収録した5000ページ近いサイトであり、日々新しい情報が追加されている。そして、ビジター型事業を基盤として次のように沢山の事業に展開している(図1)。

- On-Line
  - 予約(宿泊、エステ、食堂)
  - 商取引(インターネット免税店 ショッピングモール)
  - 旅行業(インターネット旅行社)
  - 広告(特定顧客に絞って)
- Off-Line
  - 出版(旅行関連本の出版)
  - レストラン経営
  - ホテル経営

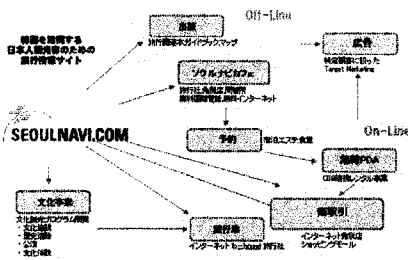


図1. ソウルナビの事業領域

高知ナビもある程度のページビューを確保できるようになれば、次のフェーズとして予約、商取引、旅行業、広告などの事業に乗り出して収益を確保していく計画である。

これによって事業面で収益が確保できただけでなく、高知県の観光に関する最新の情報を得たり、宿泊などの予約も全部を一ヶ所で行うことができるようにする予定である。

結果として、高知県に観光に行く場合の利便性が良くなるので観光客の増加が見込めるし、また、紹介した小さな企業の売上増も期待できるので、結果として地域全体の活性化につながっていく(図2)。

1. 若い世代に自然に触れる機会を作る
2. IT時代と高知の自然を上手く融合化
3. 高知県やその他の県のどこにいても詳しい情報を携帯電話・端末などから取り出す事ができる
4. 海外や他県への観光客の流れを食い止め観光目的を高知県に向ける



## 地場産業の活性化

図2. 高知ナビの狙い

### 4.おわりに

高知工科大の学生が立ち上げたベンチャー企業「株式会社高知ナビ」の事業モデルについて説明した。今までの日本の産業構造は、巨大資本が地方の弱小資本を飲み込んでいくという構図であったが、この高知ナビが取っている事業の構造は地方の中小企業そのものを活性化させる事業モデルである事に注目して欲しい。これから我々は他の地方の「ナビ」の創業も支援し、各地方の中小企業それぞれが元気を取り戻すような施策を支援していきたいと考えている。

また、言うまでもないことであるが、実際に創業してこのようなビジネスモデルを考えていくことが現役の学生にとって机上の教育では得難い教育になっていることは間違いないことである。

### 参考文献

- [1] 高知ナビホームページ  
<http://www.kochinavi.com/>
- [2] ソウルナビホームページ  
<http://www.seoulnavi.com/>
- [3] 総理府広報室「国民生活に関する世論調査」(1999)