

## 第四期 第五回 np.広告学校 講義録

### 米村クラス【ユースホステル】②

#### ◆日時

2011年6月20日(月)

#### ◆出席者

鶏肉、ベトナム、まばたき、ミミミ、魔法少女、まる、キャサリン、

ちゃい、たこやき、りんご園、生郎、えいじ 生徒12人(女性7名男性5名)

+米村 だっち ポッキー さくらい

米村:では、まだ発表していない人からいこう。

#### 〈鶏肉のストラテジー〉A案

ユースホステル <ストラテジー①>

##### 【優位性・差別点】

ユースホステルごとにスタイル、個性が様々である。

季節に合わせたイベントを開催しているところも多い。

##### 【ターゲット】

シニア世代(50~70代)

国内の個人観光旅行に占める割合が最も多い世代である。国内旅行をしたいという意向も高く、夫婦や家族で行く人が多い。

##### 【インサイト】

いろんなことを体験、挑戦したい。

##### 【時代背景】

元気のあるアクティブシニア、団塊世代が増えている。

活動的で、消費意欲がある。国内旅行はリーズナブルに、という人も多い。

##### 【結論】

お気に入りのユースホステルを見つけて、季節ごとに通う。

鶏肉: ストラテジーAから発表します。

今のユースのイメージは、若い人が少ない、海外にある安宿、たいしてよくないイメージ。

で、さらに規則が厳しい、強制的に集まる場所だと思われるようです。

ただ、お料理がおいしい、宿の人が優しい、などそれぞれのユースホステルの特色、個性が強いということに目をつけてみました。

旅行人口を調べてみたら、シニアがダントツトップで、パックツアーをネットで調べて行くシニアが結構多いようです。

そこで、ターゲットは活発なシニア世代に設定します。

毎回お金をかける訳ではないが、国内旅行に年に2~3回行くような人です。

ターゲットインサイトは、いろいろなことをやってみたい。

旅行の目的って温泉や癒しになりがちですけど、アクティブシニアと呼ばれる人には物足りないかもしれない。

特色、個性があるユースの中でお気に入りを見つけてもらい足しげく通ってほしい。

米村: インサイトの「いろいろやりたい」は広すぎる。ユースホステルならではのインサイトは？

アクティブシニアね。

インサイトの『いろいろやりたい』ちょっと広すぎるかな。ブラジャーの『きれいになりたい』と同じだね。

もっと掘り下げると、仕事ではなく、また奥さん以外の人と出会いたい、とかになるかもよ。

ユースホステルならではのインサイトはなんだろう。

鶏肉: シニア世代は経験豊富なので、予想外の何かを求めている気がする。

ここの宿にいったら、どんなことをしてくれるのかな。とか。

米村: 確かにそうだけど、ユースホステルのイメージが弱い、インサイトとどう絡めるか。

ひとまず次の案いってみようか。

## 〈鶏肉のストラテジー〉 B案

ユースホステル <ストラテジー②>

### 【優位性・差別点】

地域に根付いた特色。

ペアレントや常連の宿泊客と情報交換して、その地域ならではの旅が出来る。

### 【ターゲット】

外国人の観光客（特にアジア圏）

アジア圏は日本より物価が低いところも多いので、宿泊費を抑えたい人に。

### 【インサイト】

日本らしいことがしたい。

いわゆる日本文化だけでなく、その地域の特色を味わいたい。

### 【結論】

その地域の情報が得られるだけでなく、日本の生活も体験出来る。

お気に入りのユースホステルを見つけて、季節ごとに通う。

鶏肉: B案です。

ユースホステルは地元に基づいたイベントや特色が優位点です。

そこで、ターゲットを外国人の観光客にします。

社会状況として、3.11以降、観光客は減っているけど、最近は個人客はちょっとずつ増えてきている。

ターゲットインサイトは、海外に行くならその国らしい事がしたい。

ユースホステルは、身近な日本の生活らしさが体験できる場所。

日本全体を体験って言うよりは、地域を体験できるんじゃないかなって思いました。

例えば、アメリカといってもサンフランシスコとか、ニューヨークとか、都市ごとに見ていきたい感じ。

米村: インサイトで日本を体験したいのであれば、他のところの方がよいのでは？

でも、日本を体験するならひなびた温泉とかの方がよかったりしない？

鶏肉: それは…笑

米村: 例) 温泉旅館とかの方が日本らしいのでは？

前に海外の友達が日本の熱海の温泉に来てて、夜、電話がかかってきたんだよね。

『今旅館に着いたんだけど…部屋にお風呂が無いんだー！助けてくれ』と、

だから、お風呂は公共の大浴場で、男風呂と女風呂で別れているって説明したよ。

そういうところの方が日本らしかったりしないのかな。

鶏肉: うーん例えば布団を敷いたり、生活するように泊まることができることかな。

米村:他にインサイトはないか?  
他にインサイトはないかな?

たこやき:おじいちゃんは、人と話したいのでは?  
主観ですが、おじいちゃんとか人と話したいんじゃないかなと思います。  
ユースホステルって単純に人と話せる場所かもしれない。

鶏肉:確かにアットホームで、宿の人とのコミュニケーションが楽しかった、というのがあるかも。

米村:そもそもシニアは日常で話す事が少ないのかな。

たこやき:夫婦だけとかだと少なくなるんじゃないですかね。

米村:博報堂の僕らの先輩の方々が退職して数年で亡くなるケースが一般に人たちに比べてものすごく多いんだよね。

一同:え…!?(驚)

米村:仕事人は退職したら燃え尽きてしまうのかもしれない。人と話したい人ってどんな人?  
会社が全ての仕事人って、仕事がなくなった瞬間に、  
お父さんやおじいちゃん、または旦那って肩書きだけになって、人とのつながりがなくなると、  
燃えつけるというか、そういう感じがあるのかもしれない…。  
ちなみに人と話したい人って、どんな人なのかな。

たこやき:ちょっと心配な事があって、どうしてもおじいちゃんって話長くなるじゃないですか。  
そういうのがあって若者がこなくなっちゃうんじゃないか…。

米村:ちがう世代と話したいというのは、インサイトとしてあるかもしれない。  
俺、野球チームやってるんだけど、第一期の卒業生がつくった上智大のチームといっしょに合宿いくんだよね。  
そこでは、大学生や30代40代いりまじってるんだけど、皆世代を超えていろいろしゃべる。  
一見、世代の壁があるようだけど、合宿すると、野球という共通言語があるからフランクに話せるんだよね。  
だけど、こういうことって日常生活じゃなかなか無い。  
だから、違う世代と話したいってのはインサイトとしてあるかも。

折り返し地点:僕、背の伸びしてバーとか行っていましたよ。  
そこで年上のおじさんと話して、かなり癒されていました。

米村:違う世代と話せる場所は多いので、Uspが変わってくる。  
それは、結構特殊かも…笑  
そうすると、違う世代と話せる場所って多いから、ユースホステルの優位点って変わってこない?

鶏肉:でも少なくとも家主とは話せます。

キャサリン:住み込みのアルバイトもいるかも。

米村:提案部分はどう変わるか?

じゃあ、プロポジション。

提案の部分、ユースホステルを使ってこういうことをいう。それはどうなるかな?

鶏肉:何度も行きたくなる?

米村:ユースホステルで世代の違う人とコミュニケーションをとりませんか?

とかになるかな。

では次。

### 〈生郎のストラテジー〉A案

宿泊場所こそ「旅」になる

ユースホステルでの予測不能な交流が、豊かな旅を導く

#### 目的

ユースホステルに、新たな客層を呼び込む

#### 競合優位点

普段出会わない人と密に交流ができるなど、思いがけない様々な出会いがある

#### 社会状況

自分探しの風潮が高まっており、「ひとり旅に関する調査」(JTB, 2008)によると10・20代は「ひとり旅=自分発見の旅」と捉えている。

#### ターゲット

20代前後の一人旅をする人(主に大学生)

※主にユースホステルを利用したことがない人

#### ターゲットインサイト

その場所でしか得られない体験をしたい

旅に求めるもの(じゃらん国内旅行意向調査, 2007): 特有の体験

↓

新たな機会創出

ユースホステルは単なる宿泊場所ではなく、その場所特有の体験ができる”旅の一つ”である。

生郎:タイトルとしては宿泊場所が旅になる。

米村:ん、タイトルってなに?

生郎:コピーではないですが、分かりやすいと思って書いてみました。

米村:コンセプトの段階で表現はするべきではない。

うーん、分かりにくい、小霜も言っていたけど、コンセプトの段階で表現めいた事はしない方が良い。

生郎:はい。

続けます。競合優位点は…

米村:競合優位点を考える時、何と競合か？

それちょっとみんなに聞きたいんだけど競合ってなにかな？何と比べて？

生郎:ビジネスホテルや安い宿とか…

米村:戦略は行ったり来たり考えるもの。必ずしも競合が宿泊施設とは限らない。

例えばさっきの『違う世代と話したい』ってなると、野球チームとかカルチャースクールとかそういうのが競合になる。

積み上げて考えていくんじゃないで、インサイトに対する優位点考えたり、行ったり来たりするもの。

必ずしも競合が宿泊施設であるとは限らない。

その辺はさらっと流さないで、他には体験できない要素など、色んな角度から考えてほしい。

生郎:宿泊というのがひとつのキーポイントになるから。

野球チームの場合は野球で、

ユースホステルでは旅人としてみんな集まって話すから意味合いが変わってくると思う。

旅をキーワードに集まるから『次どこいく？』みたいな話題になるんじゃないかな。

米村:でも単なる趣味やモチーフの違いだから、やってることは野球チームもユースホステルも同じになるんじゃないかな。

生郎:全然違う訳ではないけど…

野球と旅は完全なる違いは出せないかも

ターゲットは時間がある学生など、20代に設定しました。

一人旅に関する調査を見たところ、自分探しの旅、自己発見の旅が多いようです。

ターゲットインサイトはその場所でしか出来ない体験がしたい。

調査によると特有の体験とリラックスが旅をする場所で求められている。

米村:特有の体験って？

生郎:特有の体験とは、その土地でしか出来ない文化や歴史、自然にふれあいたい、建築物などのことです。

ユースホステルはチェーン店ではないので、ある場所独特の文化が集まっている。

そこで、宿泊場所自体がひとつの旅の体験になるというプロポジションにしました。

米村:優位点とインサイトの方向がちょっと違うかも。

生郎:ユースホステルは、その土地に集まっている人達だからこそその情報がある。

ユースホステルを起点に活動すると、その土地に集まっている人だからこそその情報が沢山ある。

それはとても意味がある気がして。

米村:そこが、優位性なのでは？

それはわかる。

そこに飛び込む事で、その町を楽しむ良い情報が貰えるっていうのは、旅をする人にとってはとても効率がよいよね。

それが優位性なんじゃないかな。

生郎:そうですね、優位性を曖昧に書きすぎたかもしれません。

米村:なぜ、大学生の一人旅に特定したのか？

どうして主に大学生の一人旅に特定したの？

旅が好きな人なら誰でも良いんじゃないかな？

生郎:ユース選ぶ人って一人旅が多いし、普通の人だとユースに抵抗があるかな？って思って。

大学生の一人旅に特定した方がいいかなと思いました。

ひとまず、B案いきます。

〈生郎のストラテジー〉 B案

オリジナルの旅をしよう

ユースホステルでの情報交換が、新しい観光ルートをつくる

#### 目的

ユースホステルの訪問人数を増やす

#### 競合優位点

旅に関して意識の高い人が集まってきており、近隣の土地に関する魅力的な情報を交換し合える

※宿泊場所に安さ(のみ)を求める人の多くは、安価なホテルを選ぶと考えます

#### 社会状況

昨今、マスコミが流す情報の価値が下がり、経験者(友人, Web etc)の口コミが重視されている

#### ターゲット

有名観光地を重視しない旅人

※性別、年代を問わない

#### ターゲットインサイト

独自の旅を楽しみたい

旅に求めるもの(じゃらん国内旅行意向調査, 2007): 特有の体験

↓

新たな機会創出

ユースホステルは、自分独自の旅をしたいと思っている旅人に、周辺の土地に関する濃密な情報交換の場を提供する

生郎：こちらはハイリスクハイリターンです。

競争優位性として、旅に関して意識の高い人が集まっているので情報交換が濃密にできる。  
社会状況としては、TVやじゃらんよりは、口コミ、友人を頼りにする人が多くなっている。  
ターゲットは、有名観光地をあまり重視していない旅人です。  
インサイトは、均一的でありがちな旅ではなく、独自の旅を組み立てたい。  
プロポジションは、濃密な情報交換ができるので、有名観光地以外の自分独自の旅を組み立てて楽しめませう。

米村：ありきたりな観光地メニューって？

まあ旅をするならって話だね。  
インサイトって本当はもう少し日常的に感じている事まで踏み込めるといいけどね。  
ありきたりな観光地メニュー？

生郎：有名観光地にいけばいい。と思っている人がユースに行くとき世界が広がるかも。

とりあえず有名観光地にいけばいいやって思ってる人っていると思うんです。  
そういう人がユースに行くとき世界広がるかも。

鶏肉：確かに、友達と旅行して、プランA、B、Cがあつて、でもホテルの支配人と出会ってDを知って、A、B、Dに急遽変更して行くことにする。  
そういう感じ、良いよねってのは分かります。

米村：ユースって有名な観光地にはないのかな。

鶏肉：あります、例えば白馬とか。

生郎：草の根的な場所を求めてるのでは？

観光地の中の有名じゃないけど良い場所に興味があるんじゃないかな。  
ユースに行かないとそういう草の根的な場所に出会えない。

キャサリン：まず、有名でもそれって、たぶん旅に行き慣れている人だけかも。

例えば、私がはじめて東京行ったら、まずは六本木行って『ここ東京だよ』みたいなのはしたい。ありきたりだけど大切な場所。  
とりあえず絶対行って写真に収めなきゃ気が済まない場所ってあると思う。

だっち：わかる。『現地の人しか行かない良いバーあったんだよ』『え？ピラミッド見てないの？』みたいな、エジプトなのに。

鶏肉：ピラミッドがあつてプラスαならいいけど。

キャサリン：有名観光地を重視しない人は、旅に行き慣れている人ではないか？

うん、ピラミッドの下に実はバーがあるんだよーとかならありかも。  
だから、有名じゃ無い場所に興味がわくのは、旅に行き慣れて経験があるひとだけのインサイトだと思います。



米村:旅慣れている人と旅慣れていない人と、どっちがターゲットか？

どっちがターゲットだろ？ちょっとねじれてるね。

でも旅行き慣れている人はきっともうユース知ってるよね。

生郎:知らない情報が聞けて助かったので、旅慣れてない人の方がターゲットなのでは？

実は僕、ユースに2,3回泊まったんですよ。その時、知らない情報を沢山頂いて役に立ったので、やっぱり旅慣れている人より初めての人の方がユースに向いているのかなと思った。

メインは見たいけど、そこに時間取られるのもったいないと思う人。

米村:旅慣れていない人のインサイトは何だろう？

どんなインサイトがあるのかな、旅慣れてない人は独自の旅を楽しみたいとかより。

もう少しプリミティブなインサイトがあるんじゃないかな。

生郎:自慢したい、ですかね。こんな旅をしてきたーっていう。

米村:旅慣れない人がこんなに一気に上手な旅をしたということかな。

鶏肉:ユースホステルは旅のプランを一緒に考えてくれそうですね

まる:ユースの方ってそこにずっと住んでいますよね。

だから、友達の意見よりも、口コミより、ずっと濃密で貴重な情報を持っていそう。

生郎:僕はそっちで考えていました。

例えば、天気とかによつての過ごし方も知ってたりする訳だし。

〈魔法少女のストラテジー〉 A案

#### ユースホステル ストラテジー 1

##### ■長所

旅先での人とのふれあいを提供する。

##### ■ターゲット

青春 18 きっぷを使って旅行をする人々。

##### ■ターゲット・インサイト

旅の過程を楽しみたい。「なんかおもしろいことないかな」

##### ■結論

YH は旅先での人とのふれあいを提供し、旅の途中の楽しみを増やします。

魔法少女: ストラテジーAから発表します。

ユースホステルの長所として旅先での人とのふれあいを提供する場所。

ターゲットは青春18切符を使って旅する人。

インサイトは旅の過程も楽しみたい。

例えば電車に乗っていて、ちょっと降りてみようかなって下車を楽しんだりする。

結論はユースホステルは旅の楽しみを増やしていきます。

キャサリン: 青春18切符ってどんな人が使ってるんですか？

米村: どういう切符だったけ？

魔法少女: 5枚綴りで誰でも使えて、春休み夏休みに発行されます。一日2300円で乗り放題の乗車券です。

鶏肉: 18切符で移動する人はわざわざ特急券は使わないよね。せっかく安くすましてるのに凄く高くなっちゃう。

米村: 旅の過程って？ 文学的だけど…。

魔法少女: 目的地に行くまでの過程が旅の目的。

京都の金閣寺に行くとしたら、金閣寺が目的ではなく、そこに行くまでの過程が目的。

鶏肉: 伊豆に行く時に踊り子に乗る気分？ ロマンスカーとか？ そう言う気分ですかね。

魔法少女: 18切符は途中下車が何度もできるので、ぶらりと降りる事ができる。

途中下車が何度もできるので、あー、あそこの駅おりたいな、って思ってぶらりと降りる。

米村: ユースホステルとのつながりは？

そのこととユースホステルがどうつながるんだろう？

鶏肉: 人との触れ合い？

ベトナム: チイ散歩みたいな？ 過程を楽しむ感じ？

米村: ユースって予約いるの？

鶏肉: しなくても空いてたらたぶん泊まれると思います。

米村: 青春18切符で旅する人の目的は？

過程を楽しむってところがちょっとぼんやりだなあ。

青春18切符で旅する人は何を目的に旅しているんだろうな。

ベトナム: 旅を楽しむ。

観光っていうよりは、旅を楽しむ。

キャサリン: 先輩で散歩が好きな人がいて、目的地への道のりが楽しいんですけど。道のりにあるものに関心を持つらしいです。

たこやき : 散歩と電車はまた違うんじゃないかな…

ベトナム : 途中下車してぶらぶらした。

違うけど視点は同じなんじゃないかな、私も18切符で東京から京都までいったとき、東海道線で始発から乗っていると、方言が変わっていったり、途中下車したりブラブラしました。

米村 : それってどういう気持ちだろ？

ベトナム : うーん、私は写真取ったり日記を書いたりが好きで、記録が残したい気持ちがあるのかも…

ミミミ : ちょっと質問なんですけど、この18切符のひとは鉄道オタクとかではなく、ちょっと使ってみようというテンションの人ですか？

だっち : ポジティブに使う人と、仕方なく使う人がいますよね。

僕、福岡が実感なんですけど、学生の時お金がなくて気合いで2日かけて帰ってたんですけど、本当辛かった。

牧歌的に使っている人ってあまりイメージが無い。

米村 : でも最近では、値段だけだったら深夜バスが安いよね。

鶏肉 : 買える時期も制限されますしね。

米村 : 実際鈍行で行った人のインサイトは？

ポッキー、前に鈍行で大垣まで行った時のインサイトは何なの？

ポッキー : いやなんか…遠くまで行きたかった…

米村 : ターゲットとユースホステルの接点がなかなか合わない。

非効率が好きの人、というのはあるか？

インサイトは本人も分かっていない場合が多い…

ガチで行く人はユースに泊まらないで、延々と乗り継いでいったりするしね。

ターゲットとユースホステルの接点合いそうで合わないな。ズレてはいないんだけど、フォーカスが合わないかんじ。

…あ、非効率が好きの人とか、あるかもしれない。

たこやき : 苦労を旅の味付けだと思ってる人はいる。

僕の友人で、旅って言うのはナルシズムの固まりと言っている人がいる。

苦労している時に、アー俺旅しているなー。って実感するらしいです。

苦労もひとつの味付けだと思っている人もいますね。

米村：自分の場合、安宿やバスで寝泊まりしていた時のインサイトは、お金がなかっただけだった。

俺は初めて、ニューヨークに行った時に、沈む夕日を見て、あーこの夕日は日本だと朝日なんだなと思うと涙が出そうになったよ。

だけど、それから5年後に仕事でニューヨーク行った時は、オフィスから携帯に電話がきて、あの時感じていた距離感と今の差って何だろうと思った。

初めて行った時は、ホテルに泊まるとお金が無いという事で、夜はホテル代わりにバスに乗っていた。3日すると足がむくんで靴が入らなくなるから、そのときは安宿に泊まって横になってたなあ…でも…その時のインサイトは苦労したかったんじゃない…お金が無かったただけだなあ。

キャサリン：韓国で勉強してた時、毎週のように高速バスでどっかにいってたんですよ。

ソウルから釜山まで5時間とかかるけど、まあ値段安いし、一回乗ると慣れちゃって、我慢できるからいいってなっちゃった。

米村：青春18切符ならではのインサイトは何だろう。

青春18切符ユーザーならではのインサイトってあるよね。

さっき京都いった時何時間かかったって行ってたっけ

ベトナム：始発で行って8時間くらいでした。帰りは沢山寄り道して、だけど滋賀で雪が降って、停まってしまい、そのときはあーって思ったけど、後から振り返るといい思い出だったりします。

米村：帰り道まで旅という事にしておきたい。というのはインサイトとしてよいかも。

新幹線で行くと帰りの電車に載っちゃった時点で旅が終わっちゃう感じがするよね。

でも鈍行だと帰りも旅って感じがするかも。

ギリギリまで旅という事にしておきたい、ってとこいいかもね。

ベトナム：予想通りいかない楽しみはあります。効率を求めるなら良くないけど…

ユースも行ってみないと誰と一緒に分らないから非効率。けど思い出にはなる。

米村：ユースにおける不確定要素ってなんだろう。

ベトナム：誰と泊まるか分からないところです。

キャサリン：もし、誰と泊まるかわからない。ってのが長所ならキャンプとかでもよくないですか？

一同：それは～…

鶏肉：不確定要素に期待する感じはある。

安い宿も安い切符も外れるかもしれないけど、それ以上になにかあるかもと期待しちゃう感じはありますよね。

米村：福袋みたいなね。

鶏肉：旅にいったらイタズラしかしない友達とかいますよ。

米村：旅の恥はかき捨て？

鶏肉:笑

米村:とりあえず次行こう。

〈魔法少女のストラテジー〉B案

#### ユースホステル ストラテジー2

##### ■差別点

それぞれの YH にそれぞれの特色がある。(日本中にある。個性) → 宿泊 + 体験

##### ■ターゲット

小学生、中学生、高校生及びその保護者、教育関係者

##### ■ターゲット・インサイト

子ども: 夏休みには旅行に行きたい

保護者: 夏休みには普段できないことをさせてやりたい

##### ■結論

YH をひとつの教育の場とし、夏休みの課外活動として YH の利用を促す。それぞれの YH の特色を活かしたアクティビティを打ち出していく。

魔法少女:B案行きます。

長所は、それぞれのユースホステルにそれぞれの特色がある。

ターゲットは小学生、中学生、およびその保護者。

インサイトは夏休みには子供に特別な体験をさせたい。

結論として、夏休みの課外活動としての学習の場に、そこでしか出来ない体験をアクティビティとして打ち出していく。

米村:そこででしかできないというのがちょっと難しいかな。

魔法少女:ユースを起点した学習の場ユースホステルならではのアクティビティという事業方針を、ユースホステルが打ち出しているんですよ。

米村:ボーイスカウト的な?でもどこにもあるけどなあ。

鶏肉:山に登ろう、朝日をみにいこうとか?

米村:カブトムシ取りにいこうとかね。

ベトナム:臨海学校的な?

魔法少女:ユースのアクティビティは、宇宙飛行士体験ができるとか、キャンプをしよう、忍者修行体験をしようとか…

米村:アミューズメントパークみたいだな。

鶏肉:最初から最後まで決められているわけじゃなくて、旅の中での体験ならいいかも。わざとらしいけど、わざとらしくない感じ。

魔法少女:旅行にあってユースに泊まるっていうより、その近所で何かを体験するっていうのがいいかなと思って

米村:昔は町内会の旅行とかあったけど、今は無いし、家族旅行だと何か物足りない感じはあるよね。

### 〈りんご園のストラテジー〉 A案

課題：ユースホステルのストラテジー

<①王道プラン>

- USP  
見ず知らずの人との交流があること
  
- ターゲット  
一人旅をしたいと思っている大学生
  
- インサイト  
一人旅をするからには、何か得るものがほしい
  
- 結論  
ユースホステルでは、新しい出会いと刺激を得ることができる。

りんご園:A案始めます。

優位性は見ず知らずの人との交流が有る事。

ターゲットはひとり旅をする大学生。

インサイトは一人旅をするからには何かえるものが欲しい。

結論はユースには新しい出会いがある。

米村:もうひとつの案もいってみようか。

## 〈りんご園のストラテジー〉 B案

### <②アナザープラン>

#### ■ USP

YH 内のイベントなどを通じて共通の趣味を持った人と出会えること

#### ■ ターゲット

定年後の 65 才以上の年配者

→全体の人数が多い。定年後で時間がある。社会とつながる機会が少ない

#### ■ インサイト

意外と長い残りの人生を、社会とつながらず過ごすのは寂しい

#### ■ 結論

ユースホステルでは、第二の人生を楽しむための新しいつながりを見つけることができる

**りんご園:** B案の競合優位性はユースのイベントを通じて趣味が会う人と出会える。

ターゲット60代。

インサイトは意外と長い残りの人生を社会と関わらずいるのは寂しい。

結論はユースホステルで第二の人生を。

**米村:** A案について、何か得るものが欲しいっていうインサイトは都合がよい。

何か得るものが欲しいってのは何か都合がいいインサイトなんだよね。

なんで一人旅の大学生なの？

**りんご園:** 就職活動のために、とかなのかな。

**米村:** そういう人が多いのかな。

**りんご園:** 自分はそうだったらよかったなと。

**まる:** 学生の時にしか行けないからって、わざわざネタ探しだけで行く人は少ないんじゃないかな。

**りんご園:** ただ旅をしてカッコつけたいだけじゃない人とか…。

**米村:** ひとり旅で何が困るって。

一人でご飯食べる事かな？って思うんだ。

**ベトナム:** 私は逆に、旅先で会う人としゃべって楽しみ、友達と行く旅行とは全く別の楽しみ方って言う考えです。

米村:違った自分になれる?

ベトナム:そうかもしれない、今後の付き合いとか考えなくていいところが大胆にさせるのかも。

米村:ミーティングってあるの?

鶏肉:最近は強制的ではなくなったみたいですね。

### 〈ミミミのストラテジー〉A案

ユースホステル ストラテジーA	
■ USP	一期一会の出会いがある。
■ ターゲット	旅行が好きな社会人の女性
■ ターゲット・インサイト	学生時代の友達とは休みが合わせられなくなったが、一人旅はすこしわびしい。
■ 結論	一人で旅をしても何かしら交流が約束されている、

ミミミ:優位性は一期一会の出会いがある  
ターゲットは旅行が好きな社会人の女性  
インサイトは友達と休みが合わなくなって、旅はしたいが一人旅はわびしい。  
結論は出会いが必ず約束されている。

米村:インサイトは状況ではない。  
ちょっと都合が良すぎる。インサイトは状況じゃないんだよ。

ミミミ:じゃあ、ひとりでご飯するときの恐怖とか、周りが仲いいときの孤独感とかですかね…。

米村:確かに学生時代の友達に会って、周りの友達がみんな彼氏いたりしたら寂しくなりそうだけど。

鶏肉:楽しそうな人を見かけた時とか。

米村:旅行をなぜいきたいのか?  
それ旅行に限らず、遊びとかもそうだよな、そういう人のインサイトってなんだろう。  
新しい友達を開拓したいとか?  
旅行はなんで行きたいんだろ?

ミミミ:一通り、名所には教養として行っておきたいとか?



鶏肉:リフレッシュじゃない?

米村:人と時間を合わせるのが面倒くさい。とか

ミミミ:ドタキャンが怖いとか?

米村:割と全部、消極的な理由だよね。新しい友達が欲しいとかじゃないの?

ミミミ:欲しいけど、そこまでガツガツしたくないな~とか、微妙過ぎですかね。

米村:微妙だね!

### 〈ミミミのストラテジー〉B案

ユースホステル ストラテジーA
■USP 話しかけることが推奨されている空間。
■ターゲット 出会いを求める、出会いが苦手な独身の男女。
■ターゲット・インサイト 出会いが苦手だけど、出会いたい! (しかも、できるなら仕事や婚活以外でできるだけ自然に会いたい。)
■結論 旅行を楽しみつつ、自分のペースで出会いを探せる。 合言葉は「どちらからですか」 福袋や宝くじのような、気楽に気軽にあわよくば、ちゃっかり感。

ミミミ:B案行きます。

優位性は話しかける事が推奨されている空間。

出会いたい独身の男女

出会いたいけど、出会いが苦手な男女。

旅をするふりして、出会いを探せる。

婚活行って何もなかったら、モテなかったってなるけど、旅行なら旅に行っただけでできて、

もしであったら旅行に行っただけという素敵なストーリーで人に話せる。

福袋とか宝くじのちゃっかり感を出していきたい。

米村:ターゲットは旅を隠れ蓑に婚活したい男女?

旅を隠れ蓑に婚活をしたい男女っているんじゃないかな?

ミミミ: それいいですね。

米村: 作戦にして流行るとあとで恥ずかしい。

あるか、無いかと言えば、あるんだけど、それを作戦としていくかというのと、微妙だね。  
流行っちゃったりするとあとで恥ずかしくなるかも。

### 〈だっちのストラテジー〉A案

ユースホステル ストラテジー

■ターゲット  
引退後の団塊の世代

■インサイト  
「新しい出会いを楽しみたい」

■USP  
ターゲットが若い頃に全盛だったため、すでに好意層が多い。  
「青春の記憶」と「若々しい出会い」がそこにはある。

■プロポジション  
「あの頃のユースホステルで、  
新たな出会いを楽しみませんか？」

※作戦  
70年代の音楽やファッションで、当時のユースホステルを再現。  
青春時代に帰れる場所にして、シニア層の新たな社交場にしてもいいかもしれません。

だっち: ターゲットは引退後の団塊世代。

インサイトは、新しい出会いを楽しみたい。

競合優位性は、出会いがある。

プロポジションはユースホステルで新しい出会いを楽しみませんか？

シニアの新たな社交場としてアピールしたい。

米村: 楽しみたいというインサイトは曖昧。

『楽しみたい』ってインサイト。

微妙だよな。どんな出会いを楽しみたいんだろね。

だっち: 打算も損得関係も無い、仕事関係以外の出会いを作りたいってことなんじゃないかな。

米村: 友達…？

だっち: 友達がほしいっていうか…  
普通にしてたら友達できないんじゃない。

米村: インサイトを考えるにあたって、深層心理をちゃんと考えること。  
インサイトを考えるとき、どういう深層心理があるのか考えないと。  
新しい出会いを楽しみたいってインサイトはなんだか偽善的な感じ。  
恐怖心が本当のインサイトだったりするから、友達がなくなるのが怖い、とか社会が相手になってくれなくなる恐怖とかの方がリアルだよな。

キャサリン: 一緒に時間をつぶす人が欲しいとか。

米村: 囲碁教室じゃダメなの？

だっち: 囲碁教室にはいない人がユースにいると思う。

米村: 昔ユースホステル使ってたって言う人が、ユースホステルに沢山いるイメージ無いな。

ベトナム: 若々しい出会いってあったんですけど、その世代って自分の世代に誇りをもっている印象があります。  
母親とかもこれ流行ってたのよ、ってよく言うんですよ。  
ユースも俺らが最初に流行らせた、俺らの頃はーっていう話をするんじゃないでしょうか。

米村: 端的にいうと？

ベトナム: まだまだ現役だけ、というのを改めて確認できる場。

米村: それインサイトだな。  
プロポジションは若者に喧嘩をしかける？笑  
俺たちの世代をアピールしませんか？

## 〈だっちのストラテジー〉B案

### ユースホステル ストラテジー①

#### 【オーソドックス方向】

##### ■ターゲット

高校生以下の子供がいる親

##### ■インサイト

「うちの子に（ネットやケータイだけじゃなくて）知らない人とのリアルなコミュニケーションもできるようになってほしい」

##### ■USP

日常では体験できないような「世界が広がる出会い」がある上に、安全性も保証されている。

##### ■プロポジション

「ユースホステルでの一人旅で、お子様を大成長させてみませんか？」

**だっち:** B案は親に子供に一人旅をさせませんか？

ターゲットは、ネットやゲームのコミュニケーションばかりで不安に思っている親です。

優位性はユースホステルならコミュニケーションも取れるし、安全性も保証されている。

プロポジションはお子さんを一人旅で成長させてみませんか？

**米村:** 安全性はどうか…

**たこやき:** 僕もそこ心配です。

**鶏肉:** 泊まるのは良いとしても、行くまでが心配じゃないですか？

**米村:** ユースホステル自体、子供を預かるってことにはなっていないじゃ。

**鶏肉:** そうなると男の子限定になりそう。

**たこやき:** 子供扱いをしないで自立させる旅と言いつつ、

親の深層心理の本音としては、丁寧に子供扱いして、よく見てて欲しいんじゃないだろうか。

**米村:** もし一人旅にしないなら可能性はありそうだけど。

今、子供会とか町内会とかが無くなっていつているからね。

でも部活とかがあるから大丈夫な気もするけど。

キャサリン:親の世代が高校生だった頃より、今の高校生は過保護というか、甘やかされて育ってる気がする。

鶏肉:一人旅って、親がやらせるんじゃないかと、  
子供が勝手に離れてやるものなんじゃないかな。

米村:見方を変えると、子供よりも大人でケータイやネットのコミュニケーションのみに依存している人はとても多い。  
会社でもすぐ近くにいるのにわざわざメールしたりね。

### 〈ベトナムのストラテジー〉 A案

#### ストラテジーA案(平凡)

##### 【競合優位性】

世代、国籍を超えて、その場で初めて出会った人達と交流する「ミーティング」の時間

##### 【ターゲット】

一般より旅に慣れてる、旅行好きの20代~30代社会人男女

##### 【インサイト】

自分と同じような旅好きの友達がほしい。

##### 【結論】

会社勤めになり、一週間毎日同じコミュニティの中で付き合うようになってしまっただけで退屈を感じている社会人に、自分と同じように旅を趣味とする人たちとの「新しい出会い」を提供する。

##### 【時代との関わり】

最近Mixiの「コミュニティ」など、同じ趣味を持つ人とネット上で知り合い、現実でも集まって交流する場を求める人が増えていて、初めて会う人の中に飛び込むことに対して、特別ではなくなってきているのではないか。

##### 【戦略】

- ・旅の特集をしている雑誌が増えているため、そこに広告を載せる。
- ・社会人の通勤経路となる電車両内に広告を貼り、接触機会を増やす。

ベトナム:まずA案です。

対抗する相手として、他の宿泊施設全般にしました。

競合優位性は、世代、国籍を超えてその場でコミュニケーション、ミーティングの時間です。

ターゲットは、一般的な人より旅に慣れていて、旅行好きの20-30代の社会人。

ユースホステルをまだ使っていない人です。

インサイトは自分と同じような旅が好きで友達に欲しい。

結論としては、社会人は1週間同じコミュニティと過ごしているから。退屈を感じている。

社会状況として、mixiコミュニティなど、初めての人のなかに飛び込むというのが当たり前になってきている。

広告を出す時期として、1月とか4月の新しい事始めたくなる区切りの時期。

広告を出す場所を通勤経路にして社会人に訴えようと思います。

米村:インサイトをもう一度。

ベトナム:自分と同じような旅が好きで友達に欲しい、というよりは同じ趣味を持つ人がほしいですかね。

米村:mixiコミュニティとユースホステルの違いは？

ベトナム:立ち位置的には同じかもしれない、でもmixiを億劫に思う人がいると思う。

米村:でも旅行に行ってユースホステルに泊まるほうが億劫じゃない？

キャサリン:友達作るならmixiの方が良い気がする。始めから絞られているし。

ベトナム:入り方が違うだけで結果は一緒かな？って思っているんですけど。

キャサリン:ユースホステルで会いたいのは旅慣れている人だけど、実際にいる人は違うかもしれない。

だったらmixiの方が早くない？

福袋的な期待感だったら、mixiよりは楽しいかもしれないけど。

米村:友達が欲しいってインサイトは少し緩いかもしれない。

キャサリン:旅慣れていたら友達は日常でもすぐできそう。

米村:俺も草野球やってるけど、草野球友達がもっと欲しいとは日頃から思っていないもん。

生郎:ユースでは話を共有しやすいところが多いかも。

米村:作戦に向かったの延長戦でインサイトを考えていくと、

旅仲間より、旅の話、『あそこ、まだ行った事無いのー？』とか話すのかな。

ミミミ:旅好きの友達が『旅っていうのはなー』って熱い話をよくしてくる、けどイマイチ物足りなさそう。

そういう人がユースに行くと楽しめるんじゃないかな。

米村:インサイトを出口から逆算して考えないこと。

あるかもしれないけど、出口から逆算したらだめだよ、そうしたら都合の良いインサイトしか出てこない。

確かに思っているかもしれないけど、一言でいった時にきれいごとっぽくなっちゃう。

もしかしたら、友達が欲しいんじゃないじゃなくて自分の価値を買ってくれる人と話したい。

微妙な違いだけど、結構違う。

ベトナム:旅のクオリティを上げたいとか。

米村:クオリティとは？

効率の悪さがむしろ旅だとかあるけど、人によって違うしね。

## 〈ベトナムのストラテジー〉 B案

### ストラテジーB案(奇抜)

#### 【競合優位性】

1970年～1980年代にブームだったという実績

#### 【ターゲット】

若い頃ユースホステルを利用していた、定年退職した60代後半男性

#### 【インサイト】

定年退職して、毎日が暇になってしまった。趣味をつくっておけばよかった。

#### 【結論】

定年退職して、忙しい日常から一変して何もすることのない毎日を過ごしていて、時間もお金も持て余している男性に、若い頃流行ってよく利用していたYHを懐かしんでもらって、もう一度泊まって、「旅」を趣味にしてもらおう。（「旅行」ではなく、俺もまだまだイケる！ということを確認してもらおうための提案）

#### 【時代との関わり】

定年退職してそのまま、外とのつながりを持たず、最後には孤独死してしまう老人も増えている。その原因として、ネット社会がこの世代に対して壁を作っていると考えられる。どの世代でも接触しやすい「旅行」という形で出会いの場を設けてあげれば、初老の方も入っていきやすいのではないかな。

#### 【戦略】

この世代は、高度成長期(1954年～1954年)の次世代を担い、自分たちが今の日本を築いたんだという仕事に対するプライドを持っている世代でもある。よって、「年寄り」扱いされるよりも、「まだまだ若いヤツラと肩並べてやってけるんだぜ」という気持ちがあるのではないかな。普通、この世代には「温泉」や「リゾート」など癒しをテーマにした旅行提案をすることが多いが、逆にそこを狙って、アグレッシブな旅を提案したらどうか。



ベトナム: B案行きます。

競合優位性は昔ブームだったということ。

ターゲットは昔よくユースホステルを使っていた60代。

毎日暇になってしまって趣味を作っておけばよかったという男性。

結論手持ち無沙汰の今より旅を趣味にしてもらう。

まだまだいけるぜというのを実感してもらう。

社会状況として年配の孤独死が多い。

旅行施設、どの世代も接しやすい。

戦略高度成長期の世代なので、俺たちが日本を気づいたというプライド

シニアを対象とした旅は、癒しをテーマに温泉とかが多い。

けどそこを逆手にとってアグレッシブな旅を提案してみたい。

米村: うん、あるね。

米村: じゃあ、ポッキーさくっと、エレベータープレゼン（早く）で。

#### 〈ポッキーのストラテジー〉 A案

##### ストラテジーA案

###### 【競合優位性】

相部屋、食堂等で、一人旅同市の交流カルチャーがある。

###### 【ターゲット】

50～60代の男性

###### 【インサイト】

若いころのように自由気ままに一人旅したいが、全くの一人ではつまらない。

###### 【プロポジション】

ユースホステルで出会いを楽しむ、大人の一人旅をしよう。

ポッキー: ターゲット50.60代の男性。

インサイトは若い頃の自由気ままひとりではつまらない、けど一人旅をしたい。

優位性は交流するカルチャーがある。

プロポジションはユースホステルで大人の一人旅を楽しもう。

米村: うーん、カモがネギしょってる状態だね、これはインサイトではない。

ポッキー:大人の一人旅ってのはあるかなって思ったんですけど。

米村:なんで?

ポッキー:若返りたいみたいな感じなのかな。

米村:奥さんと一緒にいたらダメなの?

ポッキー:なんか若い頃に戻りたいというか、

米村:だとしたら、なにか新しいことをチャレンジしたいとかが多いんじゃないかな。  
引退した人が何か挑戦したくなるのはちょっとあると思う、間寛平とかね。  
でも一人旅は新しい挑戦になるのかな?  
なんかもう既に凄い事沢山していそう。

### 〈ポッキーのストラテジー〉 B案

#### ストラテジーB案

##### 【競合優位性】

相部屋で周囲との交流があり、困った時も助けてくれる。

##### 【ターゲット】

小中学生の親

##### 【インサイト】

子どもには一人旅をして成長してほしいが、少し心配もある。

##### 【プロポジション】

安心なユースホステルで、かわいい子に旅をさせよう。

ポッキー:B案行きます。ターゲットは小中学生の親。  
インサイトは子供に一人旅してほしいけど少し心配、親が自立させたい。  
優位性は子供一人で行っても誰か助けてくれる。  
結論は安心なユースホステルでかわいい子に旅をさせよう。

米村:さっきと一緒にだね。一人旅させるくらいなら、家族でいくわな。

ポッキー:でも家族で行くと結構面倒だったり…

米村:家族の部屋と一緒に泊まるなら普通のことになるけど、  
お母さんと娘は女部屋、お父さんと息子は男部屋とかはいいかもね。  
目の届く範囲で、男として、女として過ごすっていう。

//////////  
ご飯タイム、  
//////////

まとめ（全員のストラテジーを皆で考えたところでのまとめ）

米村:じゃあ、何処のインサイトを狙っていこうか。  
インサイトでここは凄い納得ーっていうものはどれだろう。

一同:うーん…

米村:まずシニアはあるよね。

鶏肉:世の中の動きとしては、見れば見るほど外せない印象がありますよね。

米村:若いものにはまだまだ負けん。

鶏肉:アクティブな人とそうじゃない人と2極化しているイメージがあるかもです。

米村:インサイトのなかで確かにそう思ってる、腑に落ちるものはどれだろう。都合がいいインサイトじゃなくて。

キャサリン:安く旅行したい？

米村:それはインサイトとはちょっと違うなあ、何故そう思う？って掘り下げた本音の部分がインサイト。  
因数分解をしていって素数をまとめていく感覚かな。

ちやい:子供の親の他の人と絡んでほしいとか

米村:もっと掘り下げると？

ちやい:子供に自立してほしいとか

米村:うーん、あっ、『旅自慢したい』とか結構良いインサイトだと思うなあ。  
あと、『若いものにはまだまだ負けん』とか。

鶏肉: アクティブなシニア世代ですね

旅自慢したいはなんかおもしろいことになりそうですね、  
ユースホステルの意味合いがかなり変わっていくかも、  
話をするために出かけていく場所みたいに。

米村: そこにいるだけで、いろんなところ旅した気分になるんじゃないかな、

旅慣れた人の『旅自慢したい』

シニア世代の『若いものにはまだまだ負けん』

この2つを共通のテーマにしてみよう。

で、今あるのはただのインサイトだから。

こっからもういちどユニークセールスポイントとプロポジションを立て直して整理して。

その文脈の中で考えた表現を考えてきてもらおうかな。

では来週。