

# 学生プランシート

団体名	金沢工業大学
所属学校 <small>※複数校にまたがる場合は 代表者の所属する学校</small>	金沢工業大学

## 1 提案プランのタイトル・概要

タイトル	プレゼント配送サービス
プランの概要	特定の未来の日程に合わせて、顧客が事前に預けた商品やメッセージ、プレゼントを届けるサービス。誕生日、記念日、特別なイベントなど、顧客の大切な瞬間に合わせて配達する。顧客はプレゼントや手紙、商品などを事前に預けたものでサービスが利用できる（ネット購入した商品をそのまま営業所を送り先にしてそのまま預かってもらうこともできる）。顧客の要望に応じたラッピングやメッセージ、配達の方法・演出などを行う。主に記念日やイベント、サプライズでの利用を目的としているので詳細なスケジュール管理が可能で再配達削減につながる。

## 2 プランを思いついたきっかけ・背景

《記入のポイント》

- ・思いついたきっかけ、企業または金沢市としての課題、問題意識など

記念日での利用にフォーカスすることで、EC 需要と宅配ニーズの拡大に伴う再配達を増加を削減すること。

## 3 プランの目的・ねらい

《記入のポイント》

- ・このプランで実現したい想いや夢は

宅配業はただ届けるだけで顧客との関係が薄いとを感じるから、顧客に寄り添った新しいサービスを提供する。

競争が激しくなる宅配業に付与価値の高いユニークなサービスを付けることで差別化を行う。

## 4 企業の特徴の活用方法

《記入のポイント》

- ・企業の特徴や、長所を考え、この企業だからこそできること、又は、この企業が抱える課題を解決する方法

**特徴・長所：感動的な体験。顧客との距離感**

**抱える課題：顧客によって配送の仕方をカスタマイズするにはコストがかかること。管理が大変であること。一発勝負なので失敗できない。普通の配達員には必要ないスキルまで要求される（エンタメ性やコミュカなど）。**

## 5 プランの対象や顧客（＝商品・サービスを販売する場合のターゲット）

《顧客について記入のポイント》

- ・ターゲットはできる限り絞り込み、具体的なイメージ（年代、性別、地域など）が持てるように
- ・考えた商品・サービスの内容に合ったターゲットか  
（可能であれば、想定するターゲットの市場規模も計算してみましょう。）

《個人》

記念日を祝いたい人：誕生日、卒業式など

サプライズしたい人：子供や、遠くに住んでいる家族や友人へのプレゼントなど

《法人》

企業プロモーションやイベント

顧客層：ファミリー層（子供がいる）、若年層（サプライズなどに関心がありそう）、イベント主催者

## 6 プランの実現化に向けて

<p>必要な経営資源（ヒト、モノ、技術・ノウハウ）</p>	<p>《記入のポイント》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プランを実現化するためには、どのようなヒト、モノ、技術・ノウハウが必要か</li> <li>・具体的に企業からどのような協力が必要か</li> </ul> <p><b>人材</b>：マーケティングチーム（ブランディングやプロモーション）          物流管理者（在庫管理や配達スケジュール管理）          デザイナー（顧客の要望に合わせてデザイン）          配達員（当日にサービスを行う人）          営業（顧客の要望を聞く、相談・提案など）</p> <p><b>モノ</b>：配送用車両、デザイン用の素材、倉庫</p> <p><b>技術・ノウハウ</b>：顧客の要望やスケジュールを管理するプラットフォーム。</p> <p>マーケティングノウハウ          創造性やエンタメの能力のある人材。</p>
<p>実現に向けて考えられる課題（ハードル（障害）やリスク）と対処方法</p>	<p>《記入のポイント》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実現するための課題（ハードル（障害）やリスク）はないか（それらに対処する方法は、自分たちの力を伸ばして解決する方法でも良いですし、他の人の力を利用する方法でもかまいません。）</li> </ul> <p>ハードル：人材の確保が難しい。システム開発。          リスク：顧客の期待に応えられなかった場合の不満          対処法：サービス内容に関する制約を明確に説明。顧客の要望を聞き、丁寧に相談や提案を行う。</p> <p>ハードル：配送ルート最適化に関する問題          リスク：当日の配達遅延の可能性          対処法：事前に配送ルートを選定。</p>
<p>情報発信の方法</p>	<p>《記入のポイント》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実現化する場合には、どのような広報活動を実施するか</li> </ul> <p>Web 広告、SNS 広告、インフルエンサーに案件をお願いする。企業やイベント主催と連携して体験してもらう。</p>
<p>スケジュール、今後の発展性</p>	<p>《記入のポイント》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実現化するためのスケジュールやプラン実施後のビジョンはあるか（何月何日に何するなどもかまいません。）</li> </ul> <p>初期段階：市場分析、技術開発（プラットフォーム）、小規模なテスト運用など</p> <p>サービス開始：小規模な運用から、首都を中心にサービス開始。          顧客のフィードバックを基に改善。          顧客との関係を作っていく</p> <p>成長性：パートナーシップの拡大。ロイヤル顧客の獲得や企業・イベント主催との提携など。          国外への展開。          顧客の要望に合わせてより細かくカスタマイズオプションを追加。</p>

## 7 調査、ヒアリング結果

《記入のポイント》

- ・実施した場合のみ記入