

以下、具体論。

- 差別化キーワードは「飲食OK」「魅力的な教室」「新築でキレイ」
- キャッチコピーは「つくし野ラウンジ」「つくし野フードコート」(本年1月代谷案参照)

イ つくし野センター利用客以外の「新たな利用客」を呼び込む。

- ふれあいおしゃべりの場、自由なお茶会の場を提供＝無料コーナーにドリンクサーバー
- 魅力的な教室の常設、参加意欲者増へ＝高ヶ坂、さくらんぼ等の業者開拓が必須
- 私のプランでは、ドリンクサーバー収入(無料コーナー利用者は必須、会議室利用者は推奨)でかなり稼げるのではないかと。
- 以上、絵物語かもしれませんが、やらないで悩むより実行検討をしてみたらどうか。もちろん、そのためには下記ハードルも考えられる。
- 鍵の問題:無料コーナーを活かすには、空いているのがわかったら入れる形が必要。日中は常に開いている状態が望ましい。極論すると、暗号キーで最初の人が開けて、最後の人が閉める形？
- 空満表示:通りがかりでも空きがあるかどうかわかる必要あり
- ドリンクコーナーのサーバーセッティング・コーヒー豆交換と掃除をどうするか、誰がやってどれだけ頻度があるのか(私は、習慣付ければ利用者にやってもらえるのでは、と思っています)、うまいコーヒーの選定はどうする、金銭管理も重用(誰がどういうタイミングで、どう集めてどう保管するか)、そもそも免許資格はなくていいのか
- 予約方式:女子会、老人会など計画的設定のものは会議室予約、ふらっと来て無料コーナー利用者は予約不要に

※これらの「新事業」には、我々素人には荷が重い面もある。そこでリクルート等の展開ノウハウを持ち、教室事業者を見つけてくる、更には開館後の運用も相談できる「運用コンサル」を当たってみることも考えられる。

委員意見

- 無料の場所を大きくしてコーヒーなどをやると手間もかかるし収入がないので赤字になってしまう。部屋を定期的に貸して教室を開くという方がいい。実際に使いたいという人がいる。
- 友井氏の案はセンターにとらわれすぎている。新しいところを営業と言えば営業になるが、開発することが必要だ。高齢者支援センターは認知症カフェなどを会館ができればやりたいといっている。
- 友井案は高齢者支援センターとセンターを利用していない団体も100回利用するのもいれてある。
- 新たな需要を開拓することは重要。しかし建設委員会がそれをやるのは難しい。やりたい人にやってもらうことになる。

(3)損益分岐計算について—鵜養委員長検討(案)-提出文章あり

会議室使用料収入試算								
利用率(%)	モデル①		モデル②		モデル③		モデル④	
	金額	回数	金額	回数	金額	回数	金額	回数
10	219,000	329	240,900	329	299,300	438	321,200	438
15	328,500	493	361,350	493	448,950	657	481,800	657
20	438,000	657	481,800	657	598,600	876	642,400	876
30	657,000	986	722,700	986	897,900	1,314	963,600	1,314
40	876,000	1,314	963,600	1,314	1,197,200	1,752	1,284,800	1,752
50	1,095,000	1,643	1,204,500	1,643	1,496,500	2,190	1,606,000	2,190