

神戸大学経営学部

内田ゼミ

濱野、岡田、竹田、中野

[MUSIC x OYSTER SHELL]

~~~音楽業界に牡蠣で革命を起こす！！~~~





米津玄師「Lemon」  
演奏の様子

海陽町×カキの殻で注目浴びる  
新たな観光資源を作る

# アジェンダ

1. キーメッセージ
2. 課題
3. 解決策・提案
4. ターゲット
5. リブルの強み
6. 外部要因分析
7. 成長ロードマップ
8. ステークホルダーマップ
9. 集客計画
10. 外部要因分析

# 課題

## 1. 牡蠣の殻の処理について

- リブルで死んだカキの殻はそのまま廃棄されている
- 牡蠣の殻は先方(消費者やお店)でゴミとして廃棄されている

## 2. リブルの広告について

- リブルの魅力が十分に伝わっていない
- PRができていない、知名度がない



# 解決策

## 牡蠣の殻を使った観光スポットの制作

牡蠣の殻を砕いて敷き詰めることで映えるスポットを作る



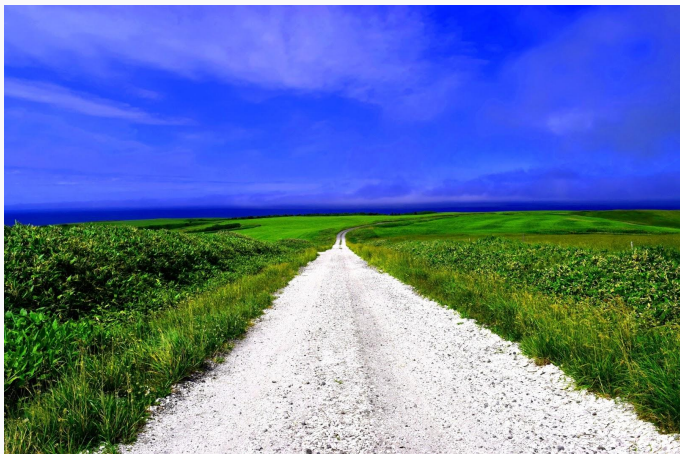
牡蠣殻の処理

PR



観光

## ～ 参考 ～ 北海道宗谷丘陵「白い道」



- ❑ 全長約3km
- ❑ ホタテの貝殻を砕いて敷き詰められている
- ❑ SNSで話題の観光スポット
- ❑ 散策する人の足への負担軽減・雑草の抑制

**リブルでもこのように牡蠣の殻で道を作る！！！！**





# イメージ図



# ターゲット

スケールアップ

- バイクや自転車のツーリングをしている人
  - 白い道の観光客の多くはツーリング(海陽町周辺にも多くいる)
- 関西圏に住む大学生グループ
  - 友達と全国の話題のスポットに出かけるのが好き
  - (環境問題に興味があり、日頃から意識的に情報に触れている)
- SDGsへの取り組みをアピールしたい企業

# リブルの強み


- リブルの牡蠣の殻はきれい
- 徳島県(行政)との繋がりがある
- 年間通じて養殖が可能である
- 海がキレイ
- 牡蠣の殻の廃棄が出る
  - 弱みが逆に強みになるのでは
- DMVが通るのを見にくる人がいる
  - <https://www.awanavi.jp/topics/dmv.html>



# 外部要因分析

- 新たな観光資源として行政や地元企業を巻き込むことも可能
- SDGsの取り組みをしている企業からの出資・協力も得られる可能性がある
- コロナによる規制が徐々に緩和され、観光マーケットが回復している

# 成長ロードマップ

- 
- 牡蠣の殻を砕いて地面に敷き詰め始める
    - a. 制作ストーリーをSNS等で発信(アンバサダーとの連携)
    - b. あまべ牡蠣を扱っている事業者と連携
  - 観光スポットが完成→リブルの知名度の向上及び地方活性化
  - 竹灯りなどとコラボしたイベントによる更なる知名度の向上
  - リブル×事業者×大手企業で地方創生とSDGsを絡めた協業
    - a. リブルの牡蠣を使用したイベント → 牡蠣殻の発生
    - b. SDGsをアピールしたい企業とマッチング

消費者 観光客

地元住民

購入

観光スポット

観光

行政

協力

リブル

広告

アンバサダー

出資協力

SDGs企業

小売店

穀の回収

# 集客計画

1. プロセス自体を販売・PRする
2. 写真映えするスポットとしてSNSやメディア露出
3. 牡蠣の殻を撒くことのできる体験型にする
4. 恋愛・仕事成就等と結び付けて打ち出す
5. 体験×SDGsという枠組みで牡蠣を食べるところからスポットを作るところまでできるようにする

# 懸念点

- リブルの牡蠣殻にこだわるか
- 貝殻特有の磯臭さを好まない人がいる
- 道路の使用許可等の法律的な問題