

2021年度研究調査実施報告書

レッドホース株式会社様

桜美林大学 ビジネスマネジメント学群

坂田ゼミ

蔵野棕介 磯和徳 金志恵 山崎麻由 濱崎帆乃佳

<目次>

既存事業改良案(民宿オーナーへのアプローチ)

提案概要	p-3
市場規模	p-3
民宿オーナー(アナログ)へのアプローチ	p-5
現状	p-6
デジタル化提案	p-8
社会背景	p-9
段階的なリーチ方法	p-12
ビジネスモデル	p-13

新規事業案(ワークマンハウスの閑散期における新たな活用方法)

提案の背景	p-16
ターゲット	p-16
市場規模	p-19
ワークマンハウスの新たな活用方法について	p-22
事例紹介	p-22
ターゲットへのアプローチ方法	p-24
料金プラン	p-25
まとめ	p-26

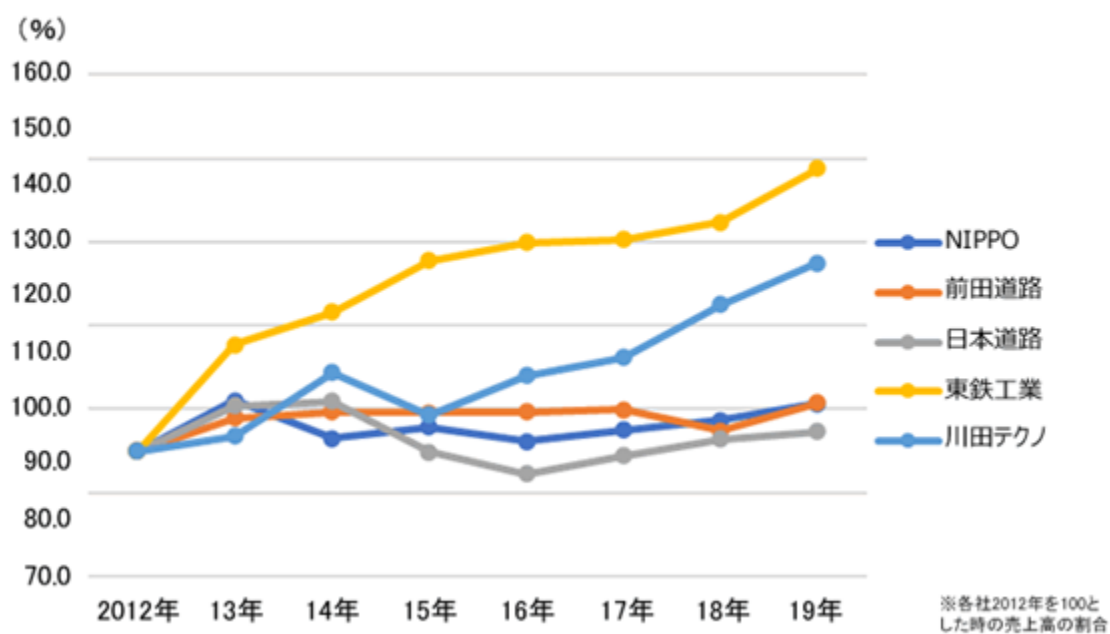
既存事業改良案
～民宿のデジタル化～

提案概要

- ・ 土木業界の市場規模
- ・ 民宿のオーナーへのアプローチ（アナログ環境）
- ・ デジタル化の提案

市場規模

土木会社大手5社の売上高の推移



上記のグラフは、土木会社大手3社の売上高の推移を示したものである。2016年から2019年にかけて「NIPPO」、「前田道路」の売上高が増加していることが分かる。他の会社は下がっている年度もあるが2019年には売上高が増加している。

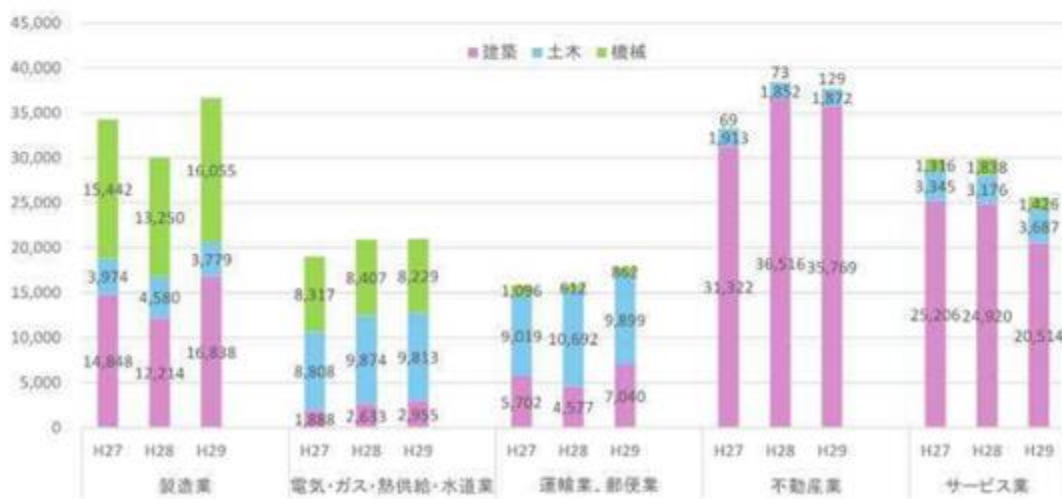
公共機関からの受注工事 発注機関別・工事種類別請負契約額

※ 公共機関からの受注工事については、1件の請負契約額が500万円以上の工事を調査対象としています



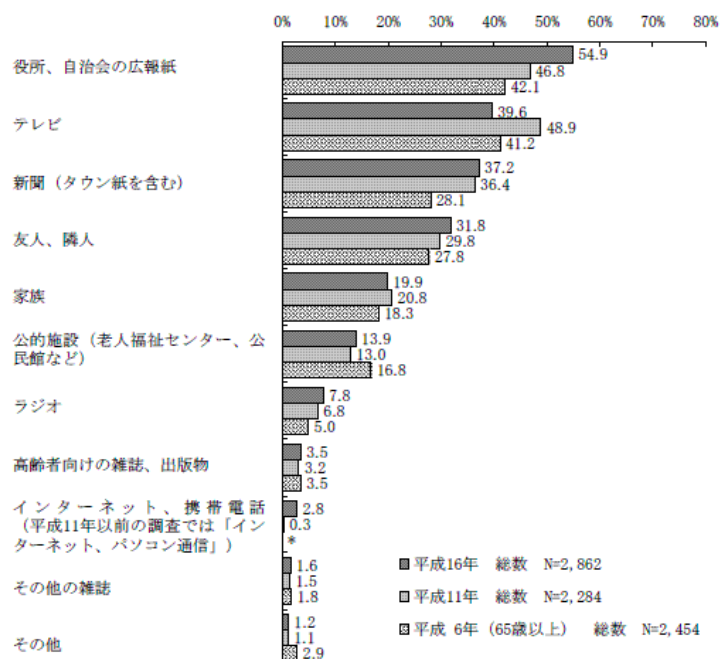
民間等からの受注工事 発注者別・工事種類別請負契約額

※ 民間等からの受注工事については、建築・建築設備工事は1件の請負契約額が5億円以上の工事、土木工事及び機械装置等工事は1件の請負契約額が500万円以上の工事を調査対象としています



上記のグラフは、公共機関からの受注工事・民間等からの受注工事を受注先別で示したものである。公共機関からの受注は、国、独立行政法人、政府関連企業、都道府県、市区町村ともに土木が最も多く増加していることがわかる。民間等からの受注工事も減っているが大幅に減っている業種はなく、サービス業、電気・ガス・熱供給・水道業は増加していることがわかる。そのため、土木工事の受注は増えていて、土木業は需要があることがわかる。以上のことから日本全体で土木業界への需要は増幅していくと考えられる。それに伴い、ワークマンハウスなどの「工事者用の宿舎」の利用者数も増加が見込まれ今回の事業を拡大させる必要があると考える。

民宿のオーナーへのアプローチ（アナログ主体）



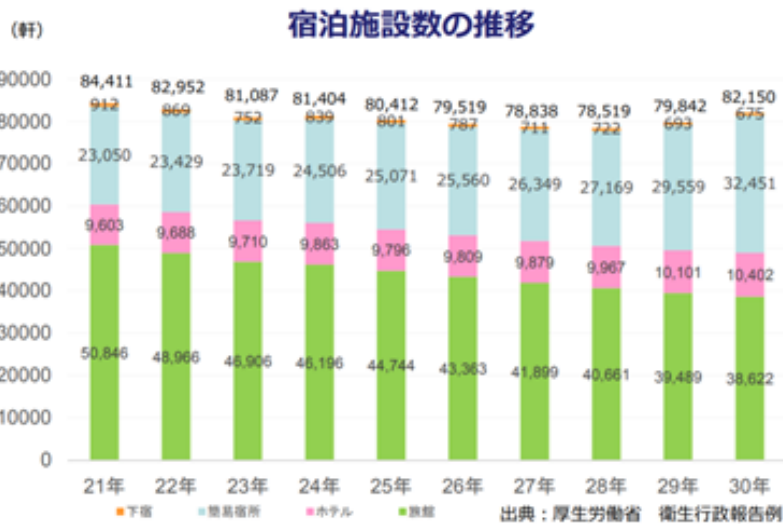
上記のグラフは内閣府が行なった、高齢者向け情報の情報源のアンケートの結果である。最も多くの割合を占めたのは、「役所や自治体の広報紙」で、次いで「テレビ」「新聞」となっている。これらの結果から、アナログ主体の環境下では、情報の流入が限られたコンテンツからしか得られず、ワークマンハウスの宿泊情報サイトを利用してもらうには信頼性のある市役所や地元新聞に記載する方法しか残されていない。しかし、ネット環境が整っていない地域へ赴き紙媒体の広告を1万件にリーチすることは効率的でなく、コストも多くかかってしまう。

現状

レットホースのサイトは現在3件のワークマンハウスの施設の掲載がある。しかし、ワークマンハウスのような土木業者（工事を行う人たち）の宿泊施設を掲載しているサイトが他にもある。例として、日本コスパ・宿リザーブジャパン・コセキエンタープライズの3つをあげ、比較してみると表1のような特徴があげられる。ワークマンハウスのサイトは工事事業者専門の予約サイトであるのに対し、他のサイトは、グループ団体・合宿所（体育館、サッカー場付きなど）・格安の工事者向けの宿泊施設など工事出張者向けだけに絞らず掲載しているサイトが多かった。

表1

会社・サイト	特徴
ワークマンハウス	工事出張者に特化した工事事業者専門の宿泊予約サイト
日本コスパ	長期滞在者に向けて、格安宿を簡単予約する事業を行っている。ビジネス出張・工事関係・グループ団体宿泊など
宿リザーブジャパン	工業社の様々な要望に応えながら、希望通りの宿泊施設を紹介。合宿所（体育館、武道館、グラウンド、サッカー場、音楽ホール付きなど）
コセキエンタープライズ	工事出張者向けの宿泊施設を紹介している。主に東北地域の宿泊施設。格安の工事者向け施設（相部屋・独占利用など）



上記のグラフは、宿泊施設の推移を示したものである。平成28年までは、減少していたものの、平成29年、30年では増加していることが分かる。その中でも、上記に比較したサイトに掲載があるような簡易宿所（低額で宿泊できる民間施設）が最も増加していることがわかる。

1万件リーチは可能であるか？（提案の背景）

ネット環境が整備されていない状況の宿泊施設にどのように情報を届け、アプローチしていくのが重要になってくる。厚生労働省の調べによると、平成27年3月末の旅館業の営業許可施設数は、7万8,898施設と莫大な規模であることが分かる。また、宿泊施設が増加している中で、1万件を選定することも簡単ではない。デジタル化をしてない宿泊施設となると、情報を届ける方法がハガキやFAXなどに限られてしまい手間やコストがかかる。

→「デジタル化」を必要とする民宿事業者へ届けたい

提案内容

「デジタル化」を必要とする民宿事業者へデジタル整備の方法を伝える
→デジタル化を伝えた民宿の情報をワークマンハウスに掲載する

(1)なぜレッドホースが行うのか

まず、レッドホースの他事業である地域活性化事業のノウハウを活かせることが挙げられる。特に注目したのは、地域活性化事業からふるさと納税の生産者さんに向けた施策が有効的であると考えます。

・具体的に何を行うのか

→サイトページの作成

→管理画面の提供

→マルチチャネル化

→オムニチャネル化につなげる

(2)ターゲット

私たちは、ターゲットを『アナログ主体の地方民宿』と設定した。アナログ主体の地方民宿にデジタル化・改良してもらうことにより、レッドホースはサイトに掲載できる民宿を増やすことが可能になる。また、地方民宿にとっても、デジタル化することで予約がスムーズにできたり、顧客管理が簡単になったりと新たな顧客やリピーターが見込める。

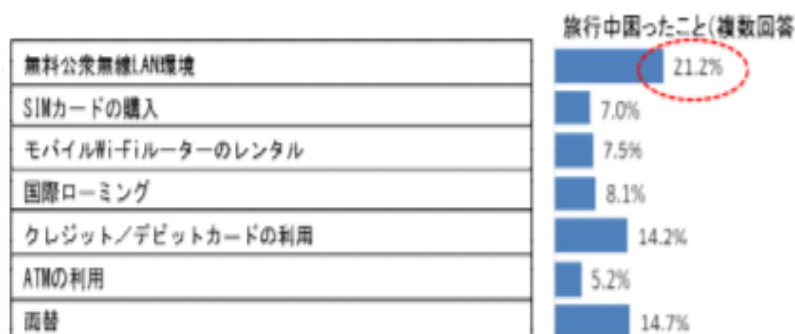
デジタル化における社会背景

(1)アナログ状況におけるデメリット

アナログ状況のネックな部分としては、Wi-Fiによるネット環境が整っていないため、情報共有が難しいということである。また、情報の伝達性も低いため情報を共有する際、時間と手間がかかることも問題点としてあげられる。さらにデータをうまく整理したまま残すことが困難であるとも言える。何かの情報を残そうとした場合、アナログ状況における媒体ではその材質の特徴により劣化を避けることができない。さらにその情報が仮に破壊してしまった場合、再現・復元できない点においては1番のデメリットとも言えるのではないかと考えられる。他にも、情報管理が難しいなどといったことが主に挙げられる。

これらのことからサービスリリースから1年以内に施設運営の決裁権者に全国1万件の施設へのリーチをかけることは、アナログ主体の状況下において非常に難しいのではないかと考えられる。

【平成29年度調査】



上記のグラフは、旅行中に困ったことを示したグラフである。

宿泊施設だけでなく、旅行や、宿泊施設を訪れた人も無線LAN環境やWi-Fiのレンタルなどがあげられている。Wi-Fiの設備が整っていることにより宿泊施設にもメリットがあるが、宿泊する顧客のメリットにもつながるといえる。

(2)DXしたい割合 実績

図表6 「ICT/IoTを活用した地域活性化・地域課題の解決」への取り組み状況（左）、取り組みを阻む壁（右）



注) 全地方公共団体を対象に、総務省「地域IoT実装推進ロードマップ」の「分野別モデル」の実装状況に関するアンケート調査を実施。773地方公共団体が回答。
出所) 総務省「地域IoT実装状況調査」(2017年)よりグラフ作成

上記のグラフは、「ICT/IoTを活用した地域活性化・地域課題解決」への取り組み状況（左）、取り組みを阻む壁（右）を示したものである。取り組み状況は、「関心はあるが、特段の取組は行っていない」がもっとも多く、過半数を超えていることがわかる。「関心があり情報収集段階」が2番目に多く、ICT/IoTを活用したいと思っている地域が多いといえる。取組を阻む壁のグラフでは、「財政が厳しい」、「人材的に厳しい」、「具体的な利用イメージ・用途が明確でない」、「効果・メリットが明確でない」など会社自身に目で見て分かる利益が分からないことや、イメージが明確でないなど導入する前から明らかに分かるようなメリットがあまり知られていない。

(3) ホテル業界のデジタル化成功例1

場所：神奈川県鶴巻温泉「陣屋」

この旅館では、一時は年間6000万円の赤字が続き、経営危機に陥っていた。そんな中、独自のDX技術「陣屋コネクト」を開発した。独自のDX技術の例としては、自動車のナンバープレートや利用客の入退場を感知するIoTを導入することで、待機ロスのないスムーズな出迎えやお見送りを可能にさせ、また、宿泊客の情報や履歴のデータをもとに、1人1人の好みに合わせた料理を提供することで、廃棄コストをおさえ、宿泊客の好みに合わせたサービスの提供を可能にした。このようなDX技術の活用をすることで、数年で経営を立て直し、今や全国の旅館再生・地方創生の最先端モデルを築くことができた。

(4) ホテル業界のデジタル化成功例2

場所：岩手県湯川温泉「山人-yamado-」

様々なデジタルシステムを導入し、あらゆる業務に活用することを目的としたアジャイル開発によって複雑な宿泊業の情報管理において効率化を図った結果、顧客情報や過去の対応記録などの情報を簡易的に整理できるようになった。お客様に渡す館内パンフレットには、他のサー

ビスと連携させて日の出、日の入りの時刻を印字。食事の時間、チェックアウト時刻といった、お客様ごとに異なる情報も自動で出力して、お客様ごとにカスタマイズされたものを提供することで、業務時間を減らすことができている。

デジタル化について

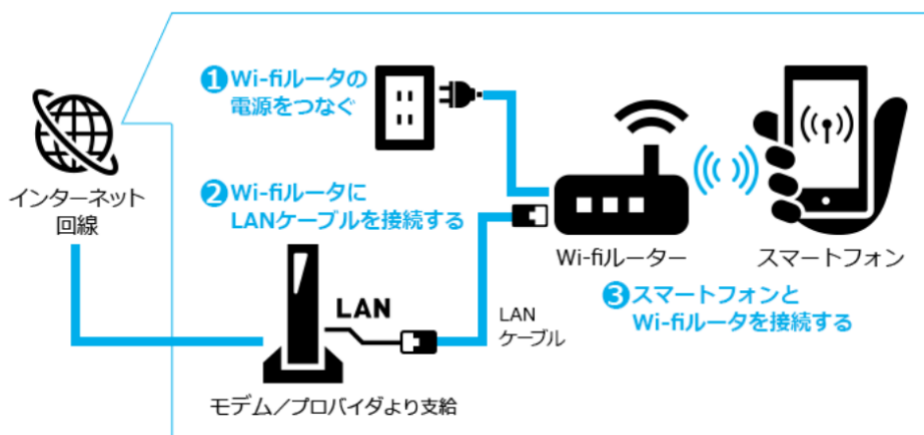
(1) メリット

デジタル化に伴って業務を効率化し生産性を高め、データの管理・検索が容易になる。また、アナログ状況において問題とされていた人手不足の解消にもつながる。ペーパーレスやIT化においても、情報共有がしやすくなる点においてメリットである。

(2) デジタル整備の方法

Wi-Fiの整備：無線接続できるようになり、これまでケーブルが届かなかった場所でもインターネット利用が可能になる。

Wi-Fi等の操作マニュアル作成



顧客情報の管理：顧客データはクラウド上などに保管するため、物理的なデータを紛失することがない。

タブレット端末などの使い方：

スマートロックの導入

チェックインの無人化

・ホテルや旅館の事例

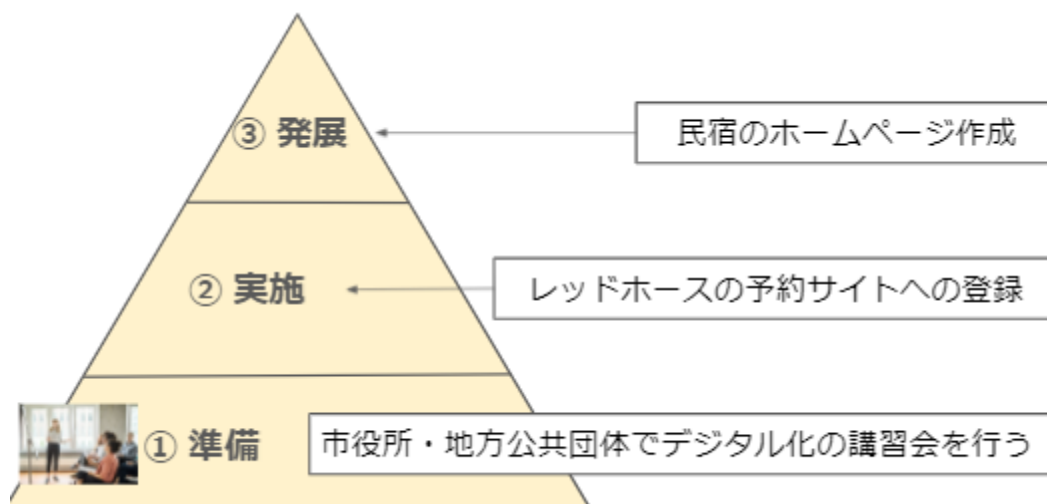
①リピーターかどうかを判断し、リピーターであれば、社内SNSで全員に通知

→名前を把握し、顧客情報や過去の履歴をもとに好みにあったサービスを提供可能にした

②客の入退場を感知するIoTテクノロジーを導入

→大浴場を使用した人数が一定数以上になると、スタッフに清掃やメンテナンスを促す通知し効率的に清掃が可能になった

段階的なリーチ方法



(1)段階的なリーチ方法

市役所・地方公共団体などでデジタル化の講習会（セミナー）を行う

①Wi-Fi操作方法

②顧客情報の管理 など

セミナーの目的『民宿のデジタル化』

セミナー開催までの手順

1. 計画を立てる（日時・会場・内容など）

呼び込む客層を考えて、日時を平日または週末にした方が良いのか、会場の規模はどれくらいにするか

2. 会場を押さえる

3. 告知をする

4. 直前準備（会場・備品・リマインドなど）

日時・時間の選び方

場所の決め方

セミナー開催に必要な費用

①会場費用

②広告費用

③機材やコンテンツ制作の実費

(2)段階的なリーチ方法

レッドホースへの予約サイトへの登録

Wi-Fiの整備

(3)段階的なリーチ方法

民宿のホームページ作成

ビジネスモデル



上記のようなデジタル化の施策を全国の民宿へ導入していく。デジタル化をすることによって課題であった1万件の民宿オーナーへのアプローチも容易になるだけでなく、その際の導入費や保守・運用費などで安定した利益を民宿側から得ることが可能になる。また、全国へ工事や土木出張をする利用者の利便性も向上されることが期待されワークマンハウスの宿泊情報サイトの利用客も向上することが期待される。工事用の宿泊は繁忙期と閑散期の波が激しいが、デジタル化で安定した収入源を作ることができる本プロジェクトは大きな役割となると考える。

参考文献

- ・土木業界 企業動向

<https://gyokai-search.com/3-doboku.htm>

- ・建設工事受注動態統計調査 国土交通省

<https://www.mlit.go.jp/common/001294427.pdf>

- ・内閣府 高齢者向け情報の情報源のアンケート

https://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h16_nitizyou/19html/10.html

- ・ワークマンハウス

<https://workman-house.com/>

- ・日本コスパ

<https://www.j-cospa.jp/>

- ・宿リザーブジャパン

<http://www.yadorereserve.co.jp/>

- ・コセキエンタープライズ

<https://www.koseki-hotel.com/>

- ・農泊推進の現状と課題について 農林水産省

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-1.pdf>

- ・ITの力で老舗旅館が再生！売上2倍を実現した、Salesforceの活用と働き方改革

<https://seleck.cc/1114>

- ・地域IoT実装計画策定ポイント 総務省

https://www.soumu.go.jp/main_content/000615447.pdf

- ・第1回デジタル化による地域課題解決と産業創発への期待

https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/publication/region/2018/09/2--_vol182.pdf?la=ja-JP&hash=B9BCD484805D48A4419CDF7D1827C48C371F9A13

- ・旅館業の概要 厚生労働省

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/kenkou/seikatsu-eisei/seikatsu-eisei03/03.html

ワークマンハウスの新たな活用方法

提案の背景

現在、北海道にあるワークマンハウスは現場工事関係者をターゲットとして事業を展開している。しかし常に工事が行われているわけではないため今回、私たちは年間を通じてワークマンハウスの利用を増やすために、特に閑散期におけるワークマンハウスの活用方法を新たに提案する。

ターゲット

北海道でバイクツーリングやサイクリングを行う人

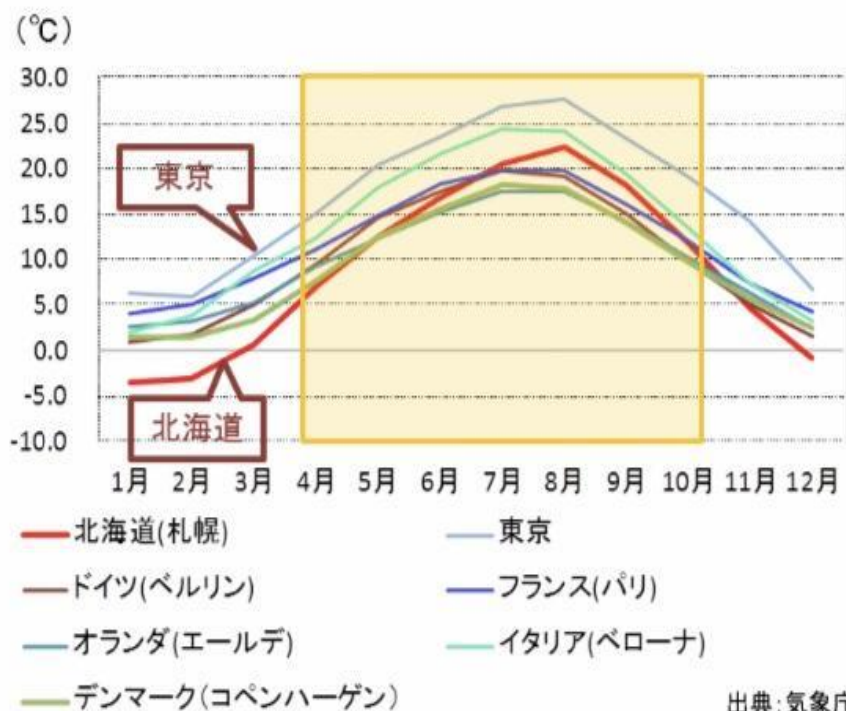
・ターゲット選定理由

工場業界の繁忙期は一般的に決算前の9月末、3月末と言われているのに対して、北海道のツーリングは5月から9月にかけて繁忙期となる。このように、工場業界の閑散期とツーリングの始まる時期が重なるため上記のターゲットと選定した。

また、月別気温の比較した結果から(以下図1参照)ツーリングやサイクリングが始まる6月～9月における北海道の平均気温が東京と比べて約10℃低いことが分かる。こうした夏季においても

冷涼であるという北海道特有の気候から、ライダーやサイクリストが北海道には多く集まる。

月別平均気温の比較



社会的背景

バイク販売台数が上昇している。原付二種は減っているにもかかわらずバイクツーリングに使用される小型二輪・軽二輪の二種とも増加している。

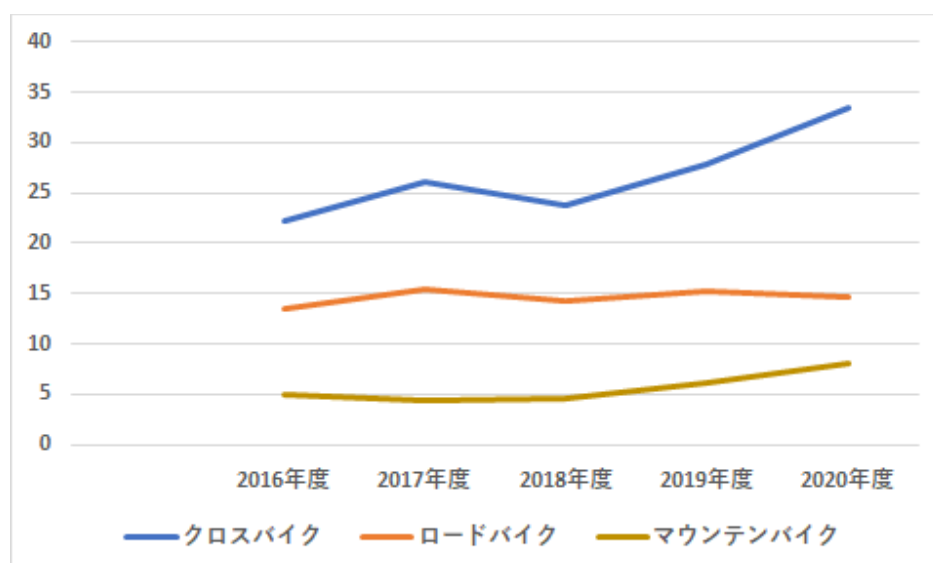
●自動二輪車販売推移（各年1～11月）



※原付一種、原付二種は出荷台数（日本自動車工業会調べ）

※軽二輪は届出台数、小型二輪は新規検査台数（全国軽自動車協会連合会調べ）

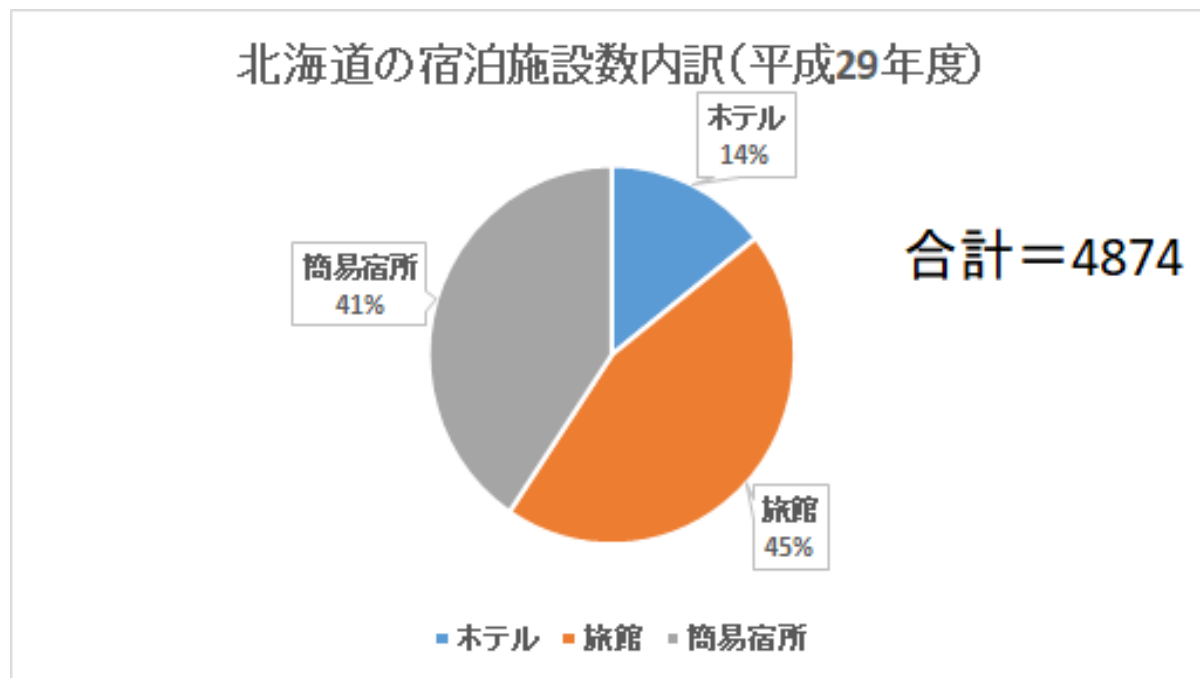
コロナ禍で「密」を避ける中、1人でも楽しむことのできるバイクの需要が増加。初心者でも簡単に乗れる、そして他のロードバイク、マウンテンバイクに比べて価格が安いクロスバイクの販売台数が大きく増えている。



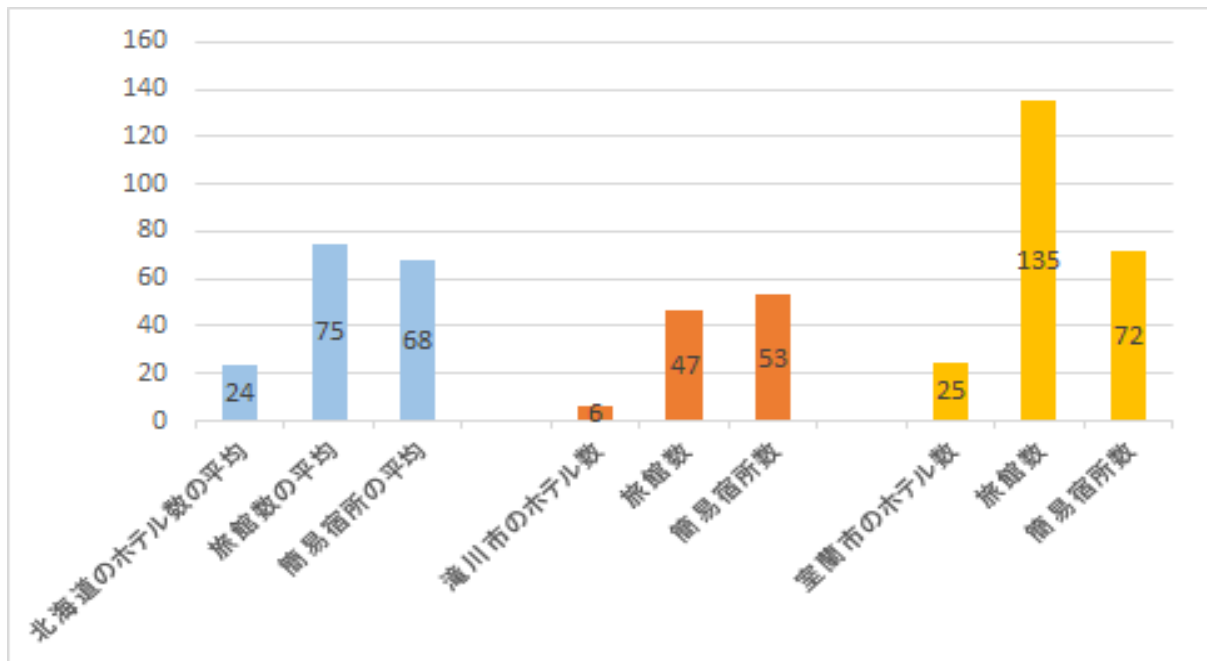
また、その他の社会的背景としては、コロナ禍でインバウンドが見込めないため、国内旅行の活性化が期待でき、中でも北海道は有名なツーリングスポットが多くあるなど北海道旅行の需要の増加が見込める。

市場規模

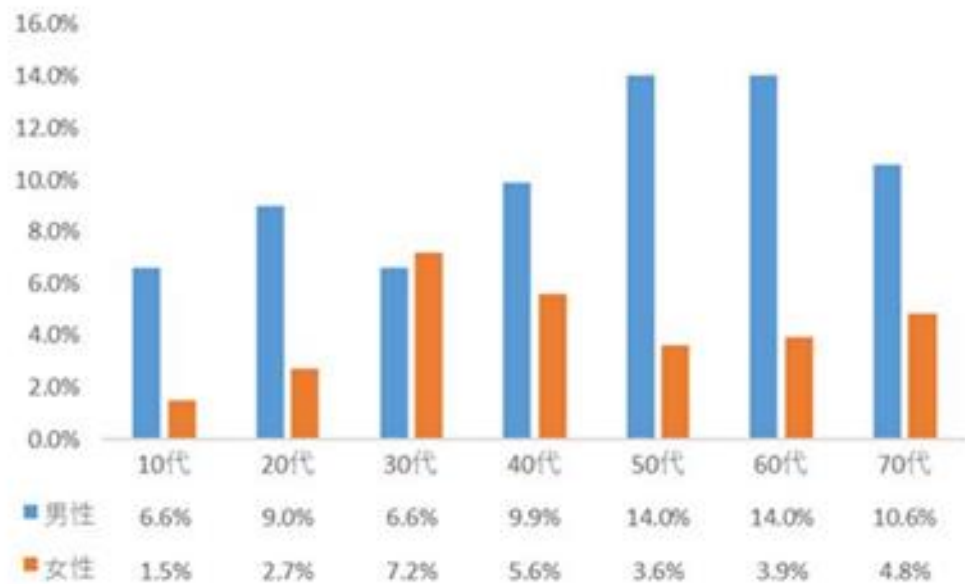
現在北海道にある宿泊施設数はホテルが14%、旅館が45%、簡易宿泊所が41%である。全体の八割を旅館と簡易宿泊所が占めている。（以下の図2参照）



宿泊施設数の比較からはワークマンハウスがある滝川市と室蘭市のホテル数はほかの宿泊施設より少ない。一方、旅館と簡易宿泊所で比較すると滝川市が同数程度、室蘭市は旅館のほうが多い。（以下の図3参照）



日本のバイクツーリングの人口は男性が九割以上を占めている。またサイクリングの競技人口は7500人以上である。その中でサイクリングを楽しむという人口は約350人。年代別男女比で見ると、30代以外は男性が多い。



出所) レジャー白書 2019

以下の図から分かるように近年のサイクリングイベントの参加者は増加しており、平成21年から28年にかけては4.3倍も増えている。

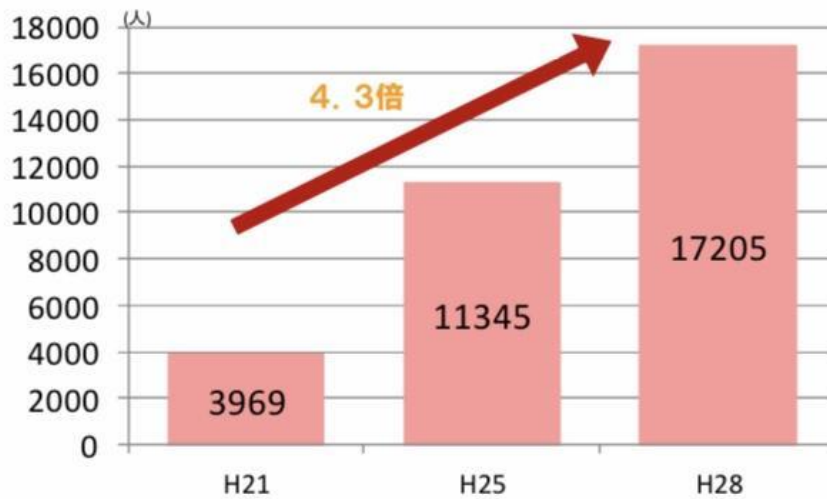
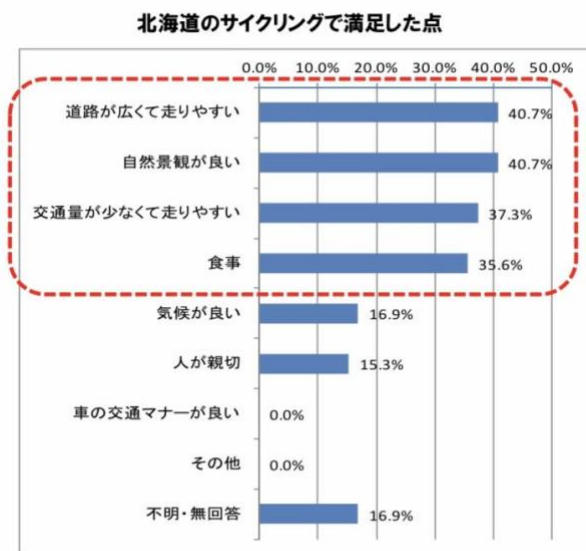


図-4 北海道のサイクルイベント参加者 北海道開発局調べ

出典：国土交通省「サイクルツーリズムを取り巻く環境・委員会の検討範囲」

北海道におけるサイクリング観光のアンケートにおいては道路が広くて走りやすいなど、自然景観が良い、交通量が少なくて走りやすいなどの点が満足した点として挙げられている。首都圏に比べるとツーリングやサイクリングを行う需要があるのが分かる。

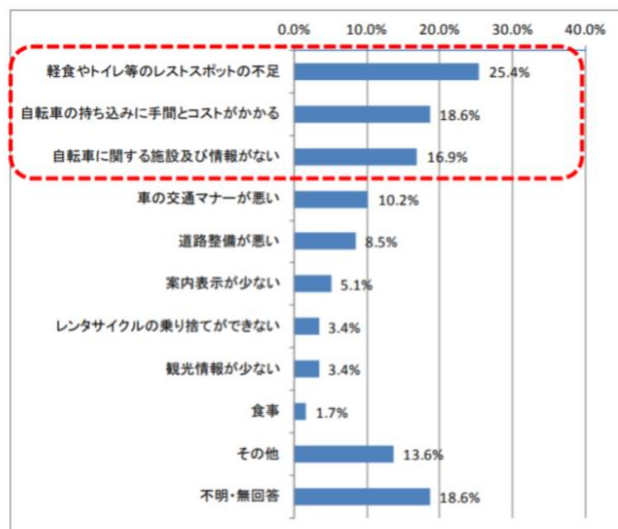


資料：H24来道外国人観光客によるサイクリング観光の振興に向けた基礎調査報告書(北海道開発局)
北海道へサイクリング旅行に来た国内客(関東)を対象としたアンケート調査結果

出典：国土交通省「サイクルツーリズムを取り巻く環境・委員会の検討範囲」

しかし北海道は面積が広く、広域分散社会であるためサイクリングやツーリングを行う人たちが休憩や宿泊をする施設がほとんどないエリアがある。具体的には軽食やトイレ等のレストスポットの不足や、自転車の持ち込みに手間とコストがかかる点が不満として挙げられる。

このことからサイクリングやツーリングを行う人たちに向けた施設としての利用できると考える。



出典：国土交通省「サイクルツーリズムを取り巻く環境・委員会の検討範囲」

ワークマンハウスの新たな活用方法

(1)ライダーハウスについて

ライダーハウスとはライダー向けの**簡易宿泊所**のことを指す。

バイクだけでなく、自転車、車、徒歩などでも受け入れるライダーハウスがほとんどで、その宿泊料金は**500~1000円**程度が相場と言われている。

ホテルではなく、原則としてライダーハウスは「**寝る場所**」を提供してくれているだけであるためベッドや洗濯機が置いてあるところもあれば無いライダーハウスもあり施設によってバラつきがある。

また寝袋持参で雑魚寝が基本のため個室のあるライダーハウスは少なく、女性専用個室がある所も少ないため、特に女性にとってライダーハウスは敷居が高いのも現状である。

・ワークマンハウスの事例紹介

北海道の小樽市にあるライダーハウス小樽は、1泊1500円で宿泊が可能。施設内は相部屋のため約14人が入れる部屋が1つあるだけ。マットは無料で借りることができ、追加料金で寝袋を借りることも出来る。その他施設内にある調理器具を使って自炊も可能となっている。

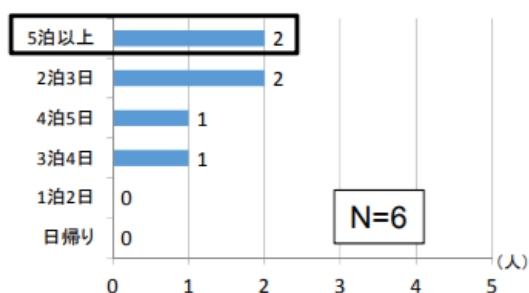
また+500円でお酒が飲み放題を提供しており、お酒好きなライダーから人気を得ている。

・現状

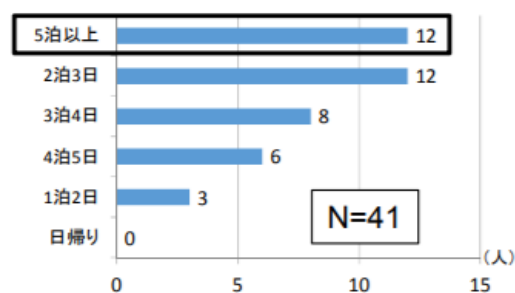
北海道に多くあるライダーハウスの現状は大きく4つあげられる。1つ目は、先に述べた通り寝袋持参で雑魚寝が基本であるため個室のあるライダーハウスが少ない点。2つ目は、倉庫のような簡易的な建物をライダーハウスとして提供しているのが大半のため建物の老朽化や不衛生な点。3つ目は、ライダーハウスによっては連泊禁止、宿泊は2泊以内といった独自のルールも存在する点。

しかし、サイクリングやツーリングで訪れる人の北海道での旅行日数の調査結果によると(以下図参照)道内・道外どちらも日帰りは0人、道内・道外合わせて9割以上が2泊以上の旅行日程を組んでいることが読み取れる。

▼【道内】旅行日程



▼【道外】旅行日程



出典：国土交通省 「経済波及効果・サイクリング客数等の基礎的なデータ収集」

・ワークマンハウス×ツーリング・サイクリング

現場工事関係者向けに作られたワークマンハウスを、ツーリングやサイクリングを行う人の宿泊施設として提供した場合に考えられる顧客メリットは4つある。1つ目は、個室があるためプライバシーが守られ女性でも利用しやすい点。2つ目は食事が提供されることにより宿泊者自身で食べ物を調達する手間が省ける点。3つ目は、連泊が可能な仕様になっている点。最後に4つ目は、ベッド完備のため寝具を用意する必要が無い点。

これによりツーリングやサイクリング初心者、また従来のライダーハウスへ宿泊することに対して敷居の高さを感じていた人にとっても気軽に宿泊できると考える。

アプローチ方法

ターゲットへのアプローチ方法は三つある。

一つ目の方法は、バイク雑誌へ広告を出す方法だ。ライダーはバイク雑誌で情報を得る場合が多いため、バイク雑誌に広告を出すことでターゲットへのアプローチができる。販売部数の高いバイク雑誌にはデイトナ、モーターサイクリスト、バイクジン、モトツーリングなどがある。雑誌広告の相場は50～250万(制作費別)に形成されている。また、バイクやサイクリング用品を扱っているお店に直接広告を出すことを提案する。ポスターなどを利用してバイク用品店に目に見えるように広告を出すことでターゲットへ直接的にアプローチすることができる。

二つ目の方法は、WEBサイト（ブログ）に情報を掲載する方法だ。バイク関連ブログを運営している有名なライダーをワークマンハウスに招待し、ワークマンハウスの紹介を個人ブログなどに掲載してもらう方法を提案する。バイクツーリングのルートや宿泊情報をWEBで検索する人も多くいるため、実際に泊まった人の声を有名なバイクブログに載せてもらうとライダーたちへのアプローチができるはずである。また、紹介したライダーに一定の広告料を支給して口コミの評判を高めることも一つの方法だと考える。

三つ目の方法は、ワークマンハウスの自体コンテンツを作る方法だ。バイクツーリングのコースやそのコースの周辺にある観光スポットの紹介など、バイクツーリング関連コンテンツを自体的に作って、YouTubeやInstagramで提供する方法を提案する。バイクツーリング関連コンテンツを提供することでハッシュタグ（#ツーリング、#ツーリングスポットなど）を有効活用し、北海道での宿泊を希望しているライダーの流入が期待される。

料金プラン

閑散期のワークマンハウスをライダーハウスとして活用する際に私たちが考えた料金プランである。

基本料金	2400円（個室、ベッド完備、Wi-Fi(無料)、冷蔵庫、薄型テレビ、バスルーム、ランドリー設備）
追加料金	朝食付きプラン 2800円
	夕食は別途料金 500円
連泊割引	2泊以上 10%オフ

上記は任意に設定した料金表である。ベーシックプランとスタンダードプランを設けた。ベーシックプランは、素泊まり基本のシンプルなプランであり、料金は2400円とした。さらにスタンダードプランは、朝食付きとし料金は2800円と設定した。また、夕食は別途料金として500円で追加可能とする。

連泊ができない他のライダーハウスと差をつけるため、連泊割引プランを併せて提案する。2泊以上の宿泊で、宿泊料から10%の割引を設けることで連泊を望むライダーたちの集客を狙う。また料金を相場より高く設定した理由は、500円～1500円というライダーハウスの相場はあくまでも素泊まりをする場合の基本料金であり、事例であげた小樽市のライダーハウスのように、寝具など有料での貸し出しをするライダーハウスが多い。対して、ワークマンハウスには個室、ベッドが完備されていることから寝具を宿泊者自身が用意する必要が無いことから、他のライダーハウスより貴社のワークマンハウスには付加価値があると考えたためである。

まとめ

コロナ禍において「密」を避けるための行動が求められる現代社会では、1人でも楽しめるバイクや自転車の販売台数が伸びており、バイクツーリングの需要は確実に増加している。中でも北海道はツーリング、サイクリングをする人に人気のエリアでもある。こうしたライダーの多くはライダーハウスに宿泊している。そこで、貴社のワークマンハウスとライダーハウスを掛け合わせた新たな活用方法を今回ご提案させて頂いた。

参考文献

- ・国土交通省北海道開発局「北海道のサイクルツーリズム推進に向けた取り組み」<https://www.hkd.mlit.go.jp/ky/jg/gijyutu/splaat0000015urz-att/splaat0000015v45.pdf>
- ・北海道庁保健福祉部総務課 [★平成29年 保健統計年報 - 保健福祉部総務課 \(hokkaido.lg.jp\)](https://www.hokkaido.lg.jp/)
- ・国土交通省「経済波及効果・サイクリング客数等の基礎的なデータ収集」https://www.hkd.mlit.go.jp/ky/kn/dou_kei/splaat000001884r-att/splaat0000018899.pdf
- ・国土交通省「サイクルツーリズムを取り巻く環境・委員会の検討範囲」https://www.hkd.mlit.go.jp/ky/kn/dou_kei/splaat000000i6wl-att/splaat000000i6z2.pdf
- ・二輪4社トップに聞く2021年国内市場への展望
<http://www.bikeloveforum.jp/2021/01/07/2013/>