

九州観光ビジネスプランコンテスト 2023

事業計画書

提出日 2023 年 10 月 15 日

学 校 名	宮崎公立大学		
学部・学科名	人文学部・国際文化学科		
チ ャーム 名 (個人参加の場合は任意)	AI Travel	エントリーNo.	6

チームの紹介(任意項目)

サービス提案者の図師は、今年から旅行が趣味になり今年は大分(別府・湯布院)・熊本・東京(外苑前・中目黒・新宿)・横浜(子安)・オーストラリア(パース)に行ったことがある。温泉にもいきサウナや岩盤浴を目的に市内だけでなく市外にドライブがてら行くようになった。資格としては、現在受講している宮崎県次世代地域 IT 人材育成・確保事業ひなたデジタルアカデミア 2023 においてネットワーク・サーバの基礎を学んでおり IT パスポート試験の合格を目指している。現在は、宮崎市上下水道局ウォーターアンバサダーを務めている。

共同提案者の森山はこれまで上場企業の CVC でのリサーチャー、モンスターストライクを運営する株式会社 MIXI で新規事業の UI・UX ディレクターや人材スタートアップでマーケティングのプロジェクトマネージャーの経験を有している。人材スタートアップではシードの資金調達前にジョインをしてボードメンバーに近い形でサービス運営に参画。PM として 0 からデジタルマーケティング部門の立ち上げを行いユーザー数 1.5 万人の獲得をリード。シード、シリーズ A の資金調達に大きく経験した。そのためこのサービスを To C 向けで拡大するためのマーケティング活動やそれに伴う VC・エンジェルからの資金調達や資本政策に大きく貢献できる。また東京大学のエンジニアリング研究会に入っており Python・SQL を用いた Web アプリケーション開発・データ分析の経験があり、このサービスの MVP 開発をリード。加えて大の旅行好きであり今年だけでも、台湾・大分(別府)・与論島・徳之島・鹿児島(霧島・指宿)・福岡(天神・博多・太宰府・糸島)・山梨・大阪・京都を訪れている。

1. 取り組みテーマについて(なぜこのテーマに取り組んだのか)

・現状および課題認識

現状の訪日外国人の課題は 2 点ある。

1 点目は、旅行計画の立てかたについて。訪日外国人観光客の 20~25%は個人手配で旅行の計画を立てている(添付資料 1)。個人手配で旅行計画(例:一人当たりにかかる金額の算出・目的地までのルート・所要時間・観光地・体験)を立てるときには複数の Web サイトを行き来する必要がある、日本の予約システムに慣れていない外国人観光客にとっては難しい作業であると考え。

2 点目は、九州を訪れる外国人の数が少ない点について。訪日外国人の中で旅行会社を使用している外国人もいるが、多くの会社が提案している旅行プランは有名な観光地やテーマパークが多い。訪日外国人が訪れる理由として、独自の文化体験・伝統料理などの伝統に関することが約 4 割を占めている(添付資料 2)。訪日外国人が求めているものと、旅行会社が提案しているプランは訪日外国人のニーズとマッチしていると言えない。九州・沖縄地方に 4 つの世界文化遺産をはじめ、文化財や遺跡が多く存在する。日本の文化財の 15%が九州・沖縄地方に存在しており、世界遺産の数は九州・沖縄地方が一番多い(添付資料 3、添付資料 4)。また、九州・沖縄地方は各県にブランド牛があり、日本の肉用牛の他にも豚や鶏の農業産出額は複数の県が上位を占めている(添付資料 5)。しかし、九州・沖縄地方の訪日外国人の割合は全体の 14%であり、他地方と比べると割合が低い(添付資料 6)。また、訪日外国人はアジアにつづき、北米、ヨーロッパの割合が多いが、九州・沖縄地方のインバウンド客の認知度は他の地方と比べると低く欧米豪は 6%しかなく、北米・ヨーロッパからの入国者は全体の 2%である(添付資料 7)。

先ほど挙げた九州・沖縄地方の魅力は訪日外国人の求めているものとマッチできると考え、外国人を九州・沖縄

地方へのインバウンド観光客の増加につなげられる。

添付資料

- 1 [旅行会社 | 市場調査データ | J-Net21\[中小企業ビジネス支援サイト\]\(smri.go.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 2 [外国人が訪日旅行したい理由 3 位「観光名所」、2 位「料理」、1 位は？ - ITmedia ビジネスオンライン](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 3 [392581401_11.pdf\(bunka.go.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 4 [都道府県別指定等文化財件数\(都道府県分\) | 文化庁\(bunka.go.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 5 [topics202302.pdf\(boj.or.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 6 [スライド 0\(mlit.go.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧
- 7 [tourists_2022df.pdf\(jnto.go.jp\)](#) 2023 年 8 月 19 日閲覧

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

本サービスは、地方独自の伝統文化や伝統体験をレコメンド対象としているため、外国人が求めている旅行プランを提供することが出来る。

3. 九州や地域社会への影響について

・新たなアイデアが九州や地域に及ぼす効果(誘客、活性化等)はどうか。

本サービスは、独自の生成 AI を活用してユーザーの入力に基づいたパーソナライズされた旅行計画をレコメンドする点で、他の旅行会社や IT サービスとは一線を画している。また、旅行会社がこれまで取り上げてこなかった地方の独自の伝統文化や伝統体験をレコメンド対象とすることで、地方の経済活性化を促進する新しい取り組みを実現している。

4. 事業化に向けたビジネスモデルについての具体的な紹介

・商品・サービス・ノウハウなどを分かりやすくご説明ください。

・「事業収入(提供金額)」「費用(事業コスト)」「告知手法」等を可能な限り記述してください。

本サービスは旅行計画を簡単に、効率的にするための革新的な Web アプリケーションおよびネイティブアプリケーションである。ユーザーが旅行の目的地、人数、日数といった基本的な情報、さらに旅行の目的や個人の好みを入力すると、独自の生成 AI がその情報をもとにパーソナライズされた旅行計画を自動で提案する。また 1 人分ごとの支払いを URL で共有できるようにすることで、1 人の幹事が多額のお金を建て替える必要がなくなる。これにより、ユーザーは煩雑な旅行計画の作成や予約の手間を大幅に削減できる。

個人手配で日本の予約システムに慣れていない外国人観光客に特に便益をもたらす。外国人観光客の場合、日本の予約システムに慣れていないため、自力での個人手配が難しいことがある。私たちのサービスは、ユーザーの入力に基づいて適切なホテルやアクティビティをレコメンドすることで、これらの困難を解消していく。また、私たちのサービスは地方の独自の伝統文化や伝統体験もレコメンドの対象としている。九州の観光地が従来の旅行会社のプランではあまり取り上げられないことがあるため、私たちのサービスがこれらの地域を取り上げることで、地域の経済活性化にも寄与していく。これは近年の訪日外国人のニーズにも上手くマッチしている。ユーザーは、これまで知られていなかった地方の魅力を発見し、新しい体験を楽しむことができる。

具体的なサービスの UI・UX

Step1 アプリをダウンロード



step2 ログイン



step3 場所を選択



step4 人数を選択



step5 日数を選択



step6 好みや目的を選択



Step7 レコメンドされた旅プラン選択



step8 旅プランの詳細・URLのコピーを選択



5. 事業化後の目標、継続可能性や将来のイメージなどについて

本サービスは既に MVP となるプロトタイプは完成しており、2024 年 1 月(今年度)に Web 版・App Store・Google play 上でベータ版を公開していく予定。2〜3 ヶ月の検証後ユーザーからのフィードバックを基にサービスを改善していく。その後 2024 年 5 月〜6 月を目途にサービスを日本語・英語版で正式リリースする。リリースのタイミングに合わせて採用・マーケティング費用を目的にエンジェル投資家を中心にエクイティでの資金調達を実施していく予定。本サービスは To C 向けの旅行サービスであるが、サービス運営上で顧客データ(過去の旅行記録・好み・予算など)に紐づく購買データを蓄積できる。従って、To C 向けに留まらず、購買データを活用して、観光客にプロモーションを打ち出したい広告代理店や広告主、旅行代理店向けに月額サブスクリプションモデルの SaaS としての展開も見込める。現段階では To C 向けのサービスの MVP のみが完成しており、TO B 向けの展開はサービスローンチから 2〜3 年後を想定している。

＜記入上の注意＞

- ・各項目の文字数の制限はありませんが、計画書全体で最大A4用紙片面3枚以内に収めてください。
- ・各項目の詳細説明のため概要図・グラフ・画像などの挿入や添付も可と致します。

なお、解像度に画像が荒くなる場合がありますので、使用するフォントや写真等には留意下さい。