

九州観光ビジネスプランコンテスト 2023

事業計画書

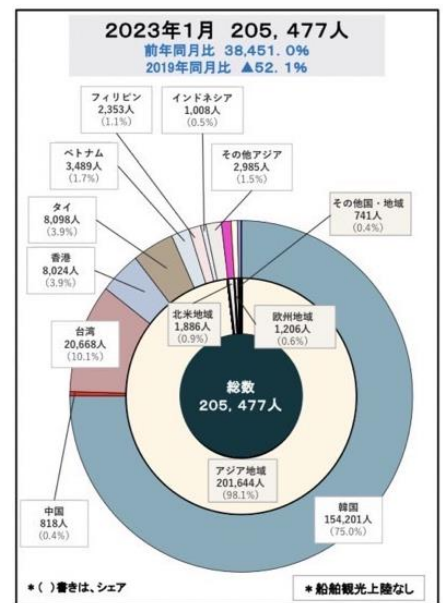
提出日 2023 年 10 月 31 日

学 校 名	九州産業大学		
学部・学科名	地域共創学部観光学科		
チー ム 名 (個人参加の場合は任意)	九州夢旅人	エントリーNo.	26

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

当ビジネスプランでは、九州の観光業における現状問題として、欧米の観光客の少なさを認識しています。九州は魅力的な観光地ですが、アジア圏の韓国や中国などの観光客が多く欧米の観光客が他の地域と比べて少ないことが課題として浮き彫りになっています。この課題に取り組む理由は、九州を活性化させるために、欧米市場のポテンシャルを引き出す必要があるからです。この問題を解決するために、交換留学と異文化交流の観光を掛け合わせたアプリの開発に取り組むことにしました。多くの人は留学や海外旅行に行きたいけど躊躇してしまう要因の例として、言語・文化の違い、現地情報の少なさ(治安や危険な場所等)の2つ挙げられます。日本に来る外国人の中で、東京や大阪を観光した後に九州を観光するのではなく、最初に九州を訪れる、「九州ファースト」をこのアプリでは目指しています。実現の可能性が高い方法として、現地の友人とつながることで九州を訪れやすくなります。ターゲット層は年齢問わず、海外の友人を作りたい人、九州に行きたい外国人です。



出典: 国土交通省 九州運輸局

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

「ユメタビ ～友と共に飛ぶ世界と7県の九州～」

このアイデアは、九州在住の海外に行きたい人と海外在住の九州に行きたい人をつなげるマッチングアプリです。新たなアイデアとして、交換留学という国際交流を通じて欧米の観光客が九州を訪れる機会を提供するとともに、九州人が欧米に訪れる機会を提供するアプリを開発します。ここでの留学は、期間や場所は当事者同士での話し合いで決定し、文化や言語を学ぶことを留学の定義とします。また、マッチングアプリは恋愛や結婚を目的とするのではなく、国際交流を目的とするものと定義します。従来のアプリは宿の提供といった観光の一部分を手伝うものもありましたが、このアプリでは、宿の提供ではなく、観光全体の提供を行うことで従来のアプリとの差別化を行っていきたいと考えます。具体的な例として、問題要因である現地情報の少なさに関して、アプリを通して事前に現地の人と情報交換をすることで、不安要素を軽減することができると考えました。それだけでなく、友人として現地を案内してくれるため、効率的に観光できることに加えて常に語学の勉強ができると考えました。観光に行く前に現地の人と会話することで、言語の違いに関する不安も軽減できると考えました。

またこのアプリを使って海外に行く場合には、(短期・長期に関わらず)交換留学の実施として行っていきたいと考えています。

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。

このアイデアが九州や地域社会に与える効果はあると思います。まず、マッチングアプリを通じて欧米の観光客が増えることで、九州への誘客効果が期待できます。彼らは九州を訪れ、観光地や地元の文化に触れることで、地域の魅力を感じ、発信してくれる存在となるでしょう。また、交流の促進により、国際的な視野を持った人たちが九州で学び、地域社会に新たな刺激やアイデアをもたらすことができます。

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。

まず初めにアプリをダウンロードして、会員登録を行います。会員登録の内容は、自分の名前や住んでいる国(県)、留学したい国といった個人情報になります。その登録内容を基に、アプリ内でAさんの留学したい国に住んでおり、Aさんの住んでいる国に留学に行きたいBさんを探し、いた場合マッチングとなります。図では例として、福岡県に住んでおりドイツに留学に行きたい人と、ドイツに住んでおり福岡県に留学に行きたい人のマッチングを挙げています。マッチング後はDM(ダイレクトメッセージ)や個人チャットで、留学に行く日や滞在中の行き先などを二人で話し合えるようにします。相手が自分の国や県に来てもらう際には、自分がガイドとなり観光を行います。ガイドといっても、淡々と自分の国について説明するのではなく、あくまで友人として相手の観光を有意義なものにする手伝いします。

告知方法として、情報となる広告をアプリ内で出します。広告対象となる国内の企業は県または地域ごとの観光協会になります。観光協会のHPに飛べるようにリンクも記載することで、留学に行く前から事前にイメージをすることができます。観光協会の広告にすることで、地域に根付いた宿泊施設や観光施設を探すことができるのではないかと考えました。国外からの広告は、九州各地の姉妹都市の観光情報の広告から始め、日本の旅行会社の海外支店など順次広告形態を増やしていく予定です。

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

事業化後の目標は、九州の観光業を活性化させることです。交換留学をテーマとしたアプリを通じて、欧米の観光客を増やし、地域経済に貢献します。また、九州の人々も海外に行く機会を増やすことで、地域の人材育成にも寄与します。継続可能性については、定期的なマーケティングや宣伝活動、パートナーシップの強化などを通じて、アプリの成長と発展を図ります。また、大学などとの連携もできるようになることで大学の留学プログラムも充実するとともに、将来的には、他の地域や国にも展開し、国際的な交流の拠点となることを目指します。