

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 ャーム 名 (個人参加の場合は任意)	あ行	エントリーNo.	36

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

- 一部の地域に絞らず、九州全体を巻き込んだ観光ビジネスを企画したいと考えた際に九州に属する離島が複数浮かんだため
- 長崎の壱岐島対馬、鹿児島島の奄美大島を筆頭に今、観光の活性化に力を入れている離島が増え始めている
- 島の観光客数がコロナの影響で大きく減少し、なんとか少しずつ活気を取り戻しつつある一方で、島の労働力人口が減少傾向にある。

→例として、奄美大島の労働力人口(15～64 歳)と非労働力人口(15 歳未満, 65 歳以上)で比較すると、平成 22 年の労働力人口は 66,366 非労働力人口は 52,377

令和2年の労働力人口は 53,031 非労働力人口は 51,657 となる。

上記のことから10年間で25%労働力人口が減少し、非労働力人口も 0.1%減少していることがわかる。

課題

- 離島は交通手段が限られており心理的距離が遠いため、旅行先の候補に選ばれにくい
- 都会に出ていく若者が多く、島の人口の過疎化が進んでいる
- 離島へ行って何が出来るのかイメージがわからない
- 各離島が活性化を進めているが、それをうまく発信できていない

観光入込客数減少の例として下記の3つの離島の入込客数を比較すると、令和元年までは年々SNS 等が発達してきたこともあり客数は増加傾向にあった。しかし、令和元年以降コロナの影響で一気に落ち込み、未だコロナ前の数値に戻せていないのが現状であることが分かる。

	平成28年 入込観光客数	令和元年 入込観光客数	令和 3 年 入込観光客数	令和 4 年 入込観光客数
奄美大島	431,740	530,349	331,412	414,798
壱岐島	350,742	367,015	190,280	247,295
対馬	497,983	516,076	141,069	180,678

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

各離島の観光課から情報を得て顧客に離島を提案するサイトを運営していくビジネスプランである。サイト運営を始めとするこのビジネスプラン全体をコンソーシアム(共同企業体)で行う。コンソーシアムにするメリットとしては、

一つのビジネスを複数の企業で行うことで、色々な方面からの情報共有や品質向上、コスト削減が挙げられる。また、ホテルの空室や交通機関の座席の状況管理を一社で行うよりも柔軟に対応できる。

各離島の観光課がコンソーシアムのサイト運営者に対して島の情報等を伝え、サイト運営者はそれをもとに顧客にお勧めの離島を提案、提案するプランの作成、加えて各離島の飲食店や観光スポット、体験型施設等から協賛を得て、スタンプラリーを実施。このAI診断と並行して、旅行先が決まっていない顧客に向けたこの離島が出るか分からない行き先ガチャガチャも実施。離島を旅行先とすると少々お金がかかることが離島のデメリットの一因でもあるため、割引等を行うことでお得に旅行をしてもらう。

このビジネスプランでは離島に行く前からわくわく感を味わってもらい、そこに実際にした島体験、現地の人とのふれあいなど現地で味わった離島の魅力が上書きされることで、離島に関心を持ってもらうことが出来るのではないかと考えた。

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。

- ・外国人も利用できるようにすることで、九州へ訪れてもらうきっかけになる
- ウェルカムメッセージから始まる、島民と旅行者をつなぐ新しいコミュニティのきっかけになる
- サイト利用から旅行を通して九州の離島に関心を持ってもらうことで、離島での経験が気に入ってもらえれば離島へ移住を考える人が増える見込みもある

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

ターゲット: 20~30代 国籍問わず

【内 容】

サイト内でAI診断または旅行先の島を決めるガチャガチャをサイト利用者に行ってもらう。

AI診断: サイト利用者に最初にメールアドレスを登録してもらい、10~15問ほど質問をし、回答結果に基づいてその人の要望に沿ったお勧めの離島を提案する。さらに、診断結果から「アクティビティコース」や「チルコース」、「体験型コース」などいくつかのコースからお勧めのものを提案。

実際に離島を訪れてくれたサイト利用者にスタンプラリーを配布し、指定されたお勧めの各スポットでスタンプを全て集めた利用者に、何かしらのクーポンを贈呈。

ガチャガチャ: 航空会社が行っている「旅ガチャ」を参考にし、一人旅や二人での旅行を条件に行き先を決めていない人に向けたもの(離島限定)。サイト内でまず5000円程でガチャガチャを回してもらい、そこに書いてある離島が行き先となる。5000円でガチャガチャを回してもらった代わりにガチャガチャで出た離島へ行く際に使える割引クーポンを発行。

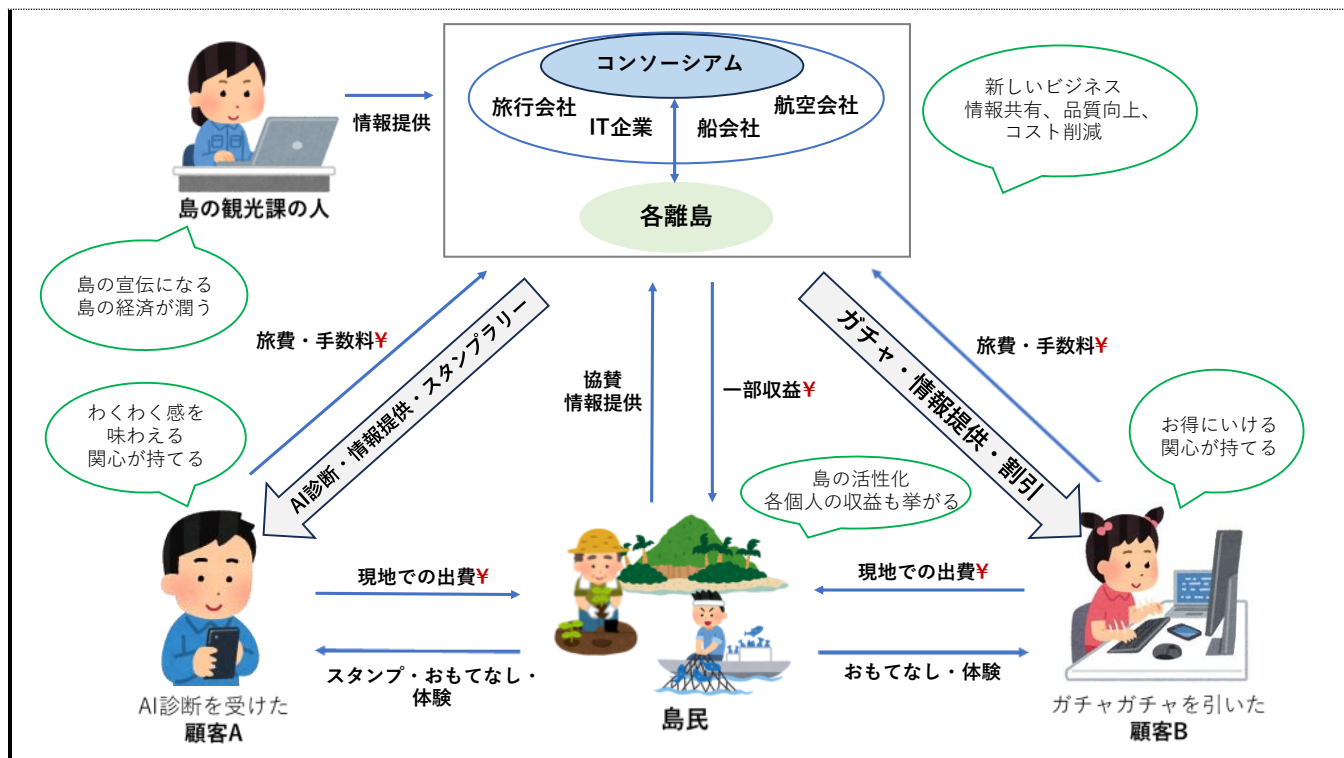
ウェルカムメッセージ: AI診断の場合は事前にメールアドレスを登録してもらい、行き先が決まった後、手書きのウェルカムメッセージが届く。(登録されたメールアドレスがコンソーシアムの企業に送られ、そのメールアドレス宛に島の人から顧客にメールが届く。)ガチャガチャの場合は出たガチャガチャの中に手書きのウェルカムメッセージが入っている。

コース: コースはアウトドアな人、インドアな人どちらでも楽しんでもらえるようなコースを提案。一部のコースの中に島の人々のちょっとしたお手伝い体験も組み込むことで普通の個人で計画した旅行プランでは体験できないことを貴重な体験として経験することができる。

【宣伝方法】

SNSを通して知ってもらう

→各離島でシーズンごとに体験できるアクティビティや新しいお店の宣伝、開催されるお祭りの情報など常時情報を更新



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

離島と顧客を結びつけるサイトを運営し SNS 等で情報発信することで、離島が活性化に力を入れていることを知ってもらいきっかけにもなり、コロナ前よりも離島へ足を運んでくれる人が増える可能性が大きく広がる。また、離島での実際の経験をもとに関心を持ってもらい、将来的に離島への移住者が増加することで島の活性化につながると考える。

参考資料

1. 令和4年度奄美群島の概要 人口・労働力

(https://www.pref.kagoshima.jp/aq01/chiiki/oshima/chiiki/zeniki/gaikyou/documents/105599_20230403201116-1.pdf)

・平成27年度奄美群島の概要 人口・労働力

(https://www.pref.kagoshima.jp/aq01/chiiki/oshima/chiiki/zeniki/gaikyou/documents/51337_20160407155948-1.pdf)

2. 鹿児島県/観光統計

(<https://www.pref.kagoshima.jp/aq01/chiiki/oshima/chiiki/zeniki/oshirase/kankoutoukei.html>)

3. 長崎県観光統計 長崎県—長崎県庁ホームページ

(<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kanko-kyoiku-bunka/kanko-bussan/statistics/kankoutoukei/>)

4. Peach の「旅くじ」

Peach の「旅くじ」 - 行き先を選べない旅してみませんか? | Peach Aviation | ピーチ (flypeach.com)