

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	北九州市立大学		
学部・学科名	経済学部 経営情報学科		
チー ム 名 (個人参加の場合は任意)	ヲタリズム	エントリーNo.	28 番
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 九州には素晴らしい自然やたくさんの有名なアニメや漫画の原作者がいて、アニメの聖地も存在しているが知られていないという事があげられます。もっと、興味をそそるような付加価値を付けて宣伝を行い、人々の関心を引き、九州の観光資源やアニメを知るきっかけに繋がってほしいと思い、このテーマに取り組みました。また、アニメツーリズム協会が公開している、国内外のアニメのファンを対象とした投票結果をもとに作られた「訪れてみたい日本のアニメ聖地 88 選」というサイトに、今回例としてあげる「夏目友人帳」は掲載されていませんでした。選定基準の中で、作品の舞台・モデルとして、ファンから一定の認知を得ているかどうか、また、自治体、作品権利相互の理解を前提に、観光による振興が可能な地域・作品を選定するといったものが、基準としてあります(公式サイトより一部抜粋)。どの部分で選ばれなかったのかは、わかりませんでしたが、理由の一つとして認知度の低さが挙げられるのではないかと考えました。 2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて 九州に既にあるアニメの聖地で AR(拡張現実)グラスを使うことで、そのアニメと現実を直接結びつけて、アニメの世界をよりリアルに感じてもらい、記憶に残り楽しむことができる、ここでしか体験できない付加価値をつけて提供します。例えば九州には、夏目友人帳、すずめの戸締り、ワンピースなどといったアニメに実際に出てきた風景や、作者さんの出身地が多くあります。しかし、1でも述べたように 88 選に選ばれるような作品は少ないです。そのため、AR を使った特別体験を提供できるということを SNS を使用しファンの方の目に留まるようにします。 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。 アニメの聖地巡礼をしていく中で、そのアニメに関する場所だけではなく、その他その地域の景色や食べ物等といった観光資源になるような魅力的なスポットを知ってもらう事ができます。例えば漫画夏目友人帳の聖地である熊本県人吉市には雑料理を提供している「きじや」というお店があります。雑料理は全国で提供されている場所が少なく珍しいです。こうした観光資源を知ってもらう事にも繋がります。 また、物珍しい AR を導入した聖地巡礼を行うことで聖地巡礼の基となったアニメの知名度を大きく上げることができます。そして、あまりアニメを知らない人でも目新しさのある話題性に惹かれ、訪れるきっかけとなり、その地域やアニメを知ってもらうことができます。こうして、アニメをきっかけとして町おこしが活性化されていくと考えています。 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。 【主な事業内容】イベントの提案と運営 【事業収入】一般消費者からの参加費 【費用の出所】クラウドファンディング・借入			

【提供内容】AR グラスを使った聖地巡礼の運営（アニメ夏目友人帳の聖地巡礼）

【移動手段】タクシー

【提供金額】20000 円/1 組（タクシー代込／二人目以降プラス 1000 円ずつ:AR グラス代）

→1 人 2 万円よりも 1 人増えるたびに+1000 円のほうが顧客の負担が少なく、集客が見込めるから。

【ツアー時間】3 時間

【ターゲット層】30 代以上の支払意欲の高い当該アニメのファン

【告知手法】SNS、公式ウェブサイト

利用方法:事前予約 当日の 2 週間前まで

→枠を決めておくことで、AR グラスとタクシーの必要台数を制限することができるため

【費用】推測 1000 万円プラス α ※AR モデルやボイスは憶測です。

※費用は大幅にずれる可能性があります。

<内訳>AR アプリ開発費: 750 万(システムエンジニア 1 人、プログラマー 3 人/三ヶ月であった場合)

AR モデル キャラ: 50 万

その他: 40 万 (10 万×4 体)

AR グラス導入費: 40 万(4 万×10 コ)

キャラクターボイス: 50 万 (5 万×10 か所)

アプリ内 BGM: プラス α

描きおろしイラスト: プラス α

宣伝・告知: 作成料 0 円

キャラクター・アニメライセンス費用: 収益の 8 から 10%

タクシー代: 13 万 (1.3 万×10 台)

記念グッズ: アクリルグッズ 300 個 10 万前後+ライセンス料

【AR グラスでの提供内容】

・AR グラスには、その場所の景色と、アニメのキャラが映し出されます。

・キャラによるその土地の歴史などの説明が行われ、聖地巡礼を楽しむだけでなく、その土地のことも知ることができます。

【アプリの機能】

・Bluetooth で AR グラスと繋ぐことによって、該当スポットに AR でキャラクターを出現させます。

・聖地の書かれたマップが表示できます。

・アプリを開いている間は BGM が流れます。(BGM は夏目友人帳のアニメ内で流れるものを使用)

・マップに書かれた聖地に行くとスタンプがもらえる(スタンプラリーのようなもの)を作ります。

→スタンプがすべてたまると記念グッズプレゼント(記念グッズは解散地点の人吉駅でもらえる)

→これを行うことにより、宿泊、または何度も訪れてもらう可能性を高めます。

(例)A さんの一日(30 代 女性 支払意欲の高い当該アニメのファン)

※1 人で参加/10:00~13:00 のコース

10:00 ①人吉駅 集合

↓(タクシー/約 10 分)

10:10 ②毘沙門堂 到着

(20 分ほど滞在)

10:30 毘沙門堂 出発

↓(タクシー/約 5 分)

10:35 ③天狗橋 到着

(20 分ほど滞在)

10:55 天狗橋 出発

↓(タクシー/約 20 分)

11:15 ④松谷棚田展望所 到着

(20 分ほど滞在)

11:35 松谷棚田展望所 出発

↓(タクシー／約 30 分)

12:05 ⑤田町菅原天満宮・人吉城跡 到着

(30 分ほど滞在)

12:35 田町菅原天満宮・人吉城跡 出発

↓(タクシー／約 5 分)

12:40 ⑥鍛冶屋町通り 到着

(15 分ほど滞在)

12:55 鍛冶屋町通り 出発

↓(タクシー／約 5 分)

13:00 ⑦人吉駅 到着



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】

事業化後の 1 番の目標としては事業計画書の 3 番にも明記してあるとおり、聖地巡礼を通じて周辺スポットの特色を知ってもらうことです。それに準じて、AR グラスを利用した珍しい聖地巡礼を売りにすることでアニメの知名度を向上させより多くの顧客を集めます。そして聖地周辺スポットの魅力を掘り下げることでアニメ聖地以外の地域の特色にも目を向けてもらうという考えです。また、AR グラスを利用した聖地巡礼という話題性で聖地へ訪れてくれた顧客に対してはそのアニメを知るきっかけになるため再びアニメ聖地へ訪れてくれる可能性を高めることにも繋がります。

【継続可能性、将来イメージについて】

新規顧客を増やすにあたってターゲット層をヲタクだけでなく家族連れや外国人に広げていく事を考えています。その理由として夏目友人帳のアニメ開始時の視聴者層の多くは現在 20～30 代になっているため家庭を築いている人が多いと考えられるからです。さらに、英語などの言語を増やしていく事が出来れば、日本のアニメに関心がある外国人に対して来日旅行の一環として利用してもらえることが期待できる事が理由として挙げられます。その為に、まず現状の提供金額で継続し続けることはコンテンツ上新規顧客の取り込みが困難であることから第一として次第に提供金額を減らして事業を行っていくことが新規顧客の獲得＝継続可能性に大きく影響すると考えられます。例としてユニバーサルスタジオジャパンやディズニーランドなどのテーマパークは入場料が1万円以内で提供されていることを考えるとこの料金設定は比較的高額になっている面があります。そのため価格を徐々に引き下げて手頃な価格で参加しやすい環境をつくり新規顧客を増やしていく狙いです。