

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 令和5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)	天然水	エントリーNo.	29

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)

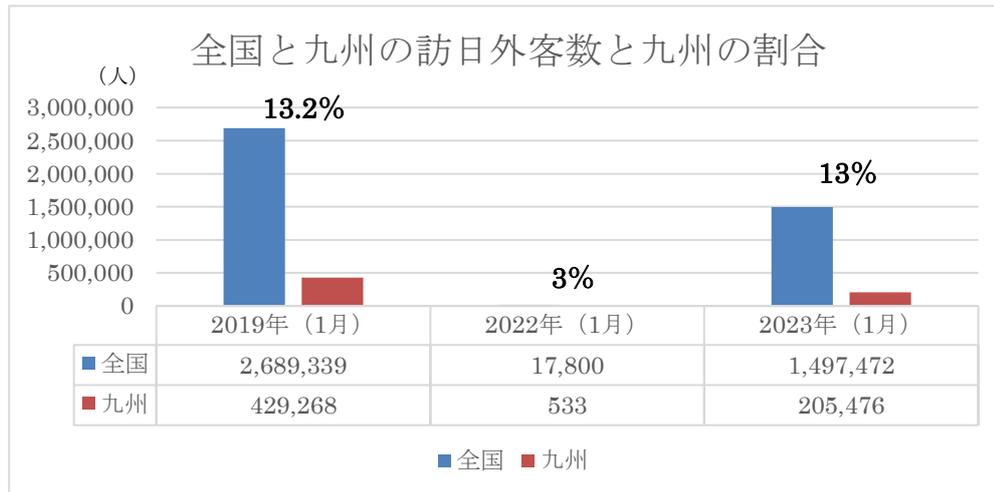
【現状および課題認識】

まず海外における九州のブランドイメージが定着しておらず、認知度が低いことが挙げられる。これは 2023 年度の DBJ・JTBF アジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査<参考資料①>より分かる。海外全体の九州の認知度は 24%である。東京 60%、北海道 43%、沖縄 39%と比べると低いことが分かる。

次に九州の人口が 2015 年から減少しており、今後も減少傾向になっている(下図)。これは 2018 年に推計された国立社会保障・人口問題研究所、都道府県将来推計人口<参考資料②>より分かる。

年	九州の人口
2015 年	1,302 万人
2020 年	1,275 万人
2025 年(推計)	1,240 万人
2030 年(推計)	1,200 万人

そして全国に対する九州の訪日外客数の割合がコロナ前に戻りつつあることが挙げられる。<参考資料③・④>



さらにスマートフォンで情報を得ることが主流になってきている今、旅行の予約や交通機関の時間検索もアプリを使って行う人が増えている。そんな中で月に最低 2 個、多い月で 10 個のお祭りがある(オマツリジャパンのサイトより)ということに着目し、お祭りを通じて九州のリピーター増加、九州の認知度向上を図れないかと考えた。

<参考資料>

①DBJ・JTBF,「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版」,<https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/a92e0b5a67bfac8b2fd7e140f0014376.pdf>

②国立社会保障・人口問題研究所、都道府県将来推計人口

③JNTO,「訪日外客統計」,https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/

④国土交通省 九州運輸局,「九州への外国人入国者数の推移について」,2023 年 10 月 24 日 https://www.tbit.go.jp/kyushu/content/000290471.pdf

2. 課題解決に向けた新たなアイデアについて

○概要:アプリ『Festival tour in 九州』でお祭りの情報・お祭り開催地までのアクセス情報の提供、クチコミの記載をする

※九州八十八湯巡りとオマツリジャパンを参考

→オマツリジャパンは全国のお祭りの情報を提供しているが、『Festival tour in 九州』では九州のお祭りに限定し、九州のお祭りを選定することで観光客に訪れてもらうことをねらいとする

○ターゲット層:初めて九州を訪れる外国人観光客、別の視点で日本を体験したい外国人観光客のリピーター、都会から田舎へとライフスタイルの変化を求めている人(家族連れや若者)

※アプリ自体は収益を生まないが地域に利益をもたらす

3. 九州や地域社会への影響について

有名なお祭りのようで若者や訪日外国人観光客が知らないお祭りは多い。このアプリを通じて様々なお祭りを知るきっかけとなり、日本人観光客、外国人観光客問わず足を運んでもらえるきっかけになるだろう。そしてお祭りに訪れることで交通費や屋台、体験料などでお金を落としてもらえるため、地域の特色を知ってもらうだけでなく地域の利益にもつながる。

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

お祭りリストおよびアプリのサービスの一部は、九州八十八湯巡りの仕組みとサイトを参考にした。(お祭りリストは別途資料を参照)。リストは数多くのお祭りから九州 7 県のお祭りを 36 カ所に選定して作成した。お祭りは様々な場所で行われるため、移動費を考慮しても月に多くて 2~3 つのお祭りをまわるのが妥当な数と考え、12 ヶ月 × 3 ヶ所 = 36 ヶ所とした。またアプリでお祭りを検索する際には、「エリアで探す」、「体験型で探す」、「開催月で探す」の 3 つのパターンから探すことができるようにする。そしてアプリを知って入れてもらうために各県の日本人・外国人観光客に有名なお祭りをピックアップし、アプリの QR コードと認証コードを設置する。(有名なお祭りであれば日本人観光客、外国人観光客ともに訪れる人が多いため、そこからアプリ存在を知ってもらうことができる。)そしてアプリ『Festival tour in 九州』を入れてもらい、お祭りリストを中心に祭りを巡ってもらう。

(例)体験型で探す

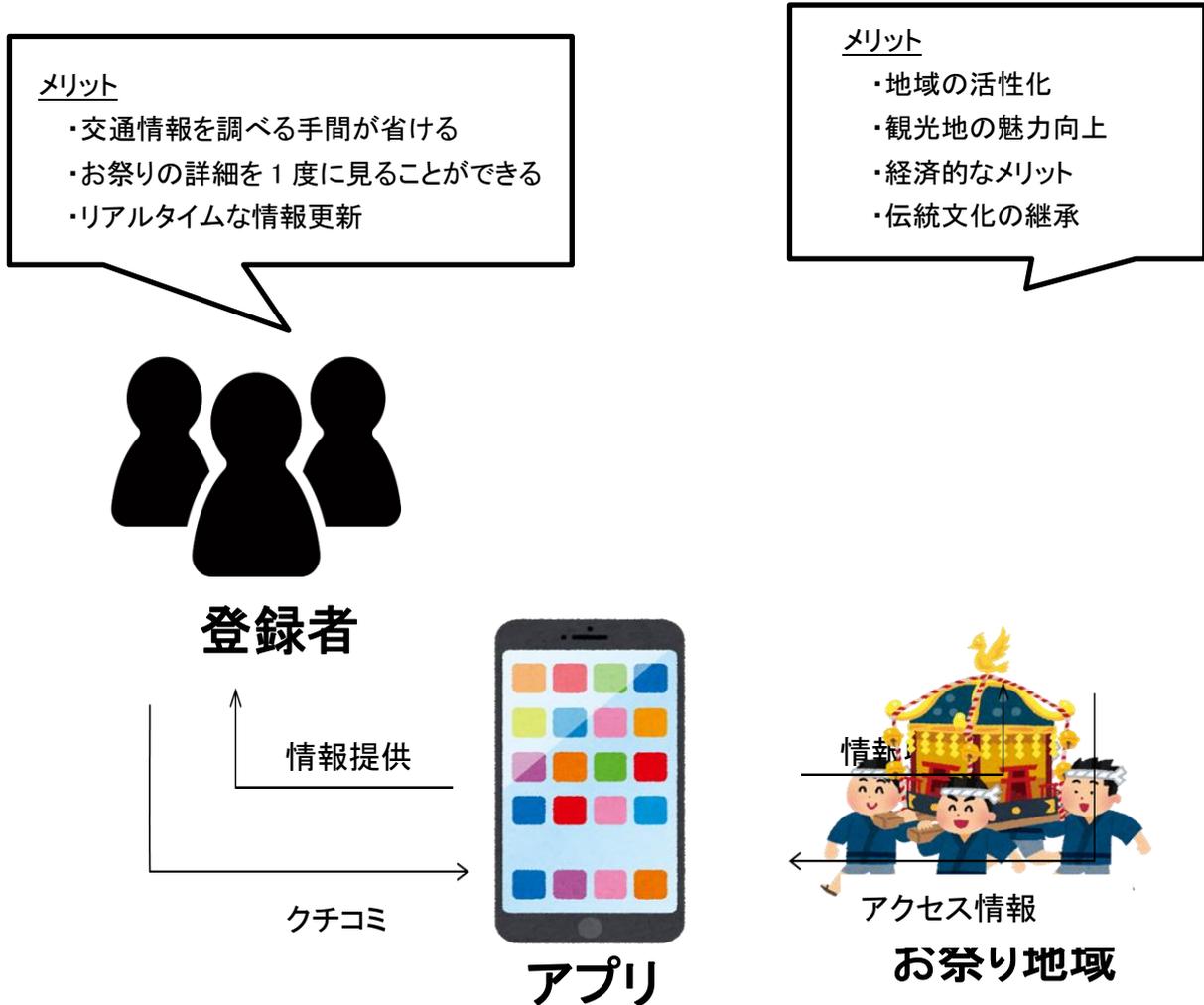
体験内容	開催月	祭り	エリア
みんなで手作りランタン、ロウソク祈願四堂巡り!	2 月	長崎ランタンフェスティバル	長崎県長崎市
神輿に温泉をかけながら温泉に行こう!	4 月	別府八湯温泉まつり	大分県別府市
子供も大人も喜ぶ! エノハのつかみどり、 長生湯の無料開放!	7 月	日本一炭酸泉祭り	大分県竹田市

アプリで認証コードを入力してスタンプを獲得する。※選定した 36 カ所に認証コード、アプリの QR コードを設置する。お祭りに訪れた後、アプリを通してそのお祭りを五段階評価できる。その評価はアプリの情報の欄に掲載されていく。スタンプ獲得とともに称号を得ることができる。スタンプ 7 個で入門、スタンプ 14 個で初級、スタンプ 21 個で中級、スタンプ 28 個で上級、そしてスタンプ 36 個で祭士(さいし)となる。そして 36 個集めた人には、称号だけでなく特典をつける。特典はいくつか種類を設け、その中から選んでもらう。①「お祭りで使用されている神輿に乗ることができる」②「温泉の入場手形プレゼント」(温泉への興味も促せる)③「選定されたお祭りで使える 1,000 円 off クーポン」

<<アプリ作成について(作成後の運営は九州観光機構に委託しようと考えている。)>>

「アプリンク」というアプリ作成サービスを利用する。製作期間は最短で 2 ヶ月となっている。費用は月額 19,800 円 + ストア申請費用 3,000 円(初期費用は要問い合わせ、通知配信回数の制限・機能制限なし)。

手順は次のとおりだ。①申し込み→②制作(アプリ内容を伝え、適切な構成案を提案してもらう)→③ストア登録(ストア申請も行ってもらうことが可能)→④利用開始(審査通過後、各種カスタマイズを最終調整し運用開始)
 【アプリンクを使用するメリット】(1)運営側からのプッシュ通知が可能 (2)スタンプカードの作成可能 (3)独自のカレンダー作成が可能→お祭り開催日を分かりやすく可視化できる (4)最大 60 枚まで写真掲載可能
 【ビジネスモデル図】



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

お祭りは毎年あるためリピーター獲得やブランドイメージを浸透させることにつながると考える。アプリを使って、今までのような観光地や有名な場所に行くといった観光をするのではなく、お祭りを通じて地域の特色を感じるといったこれまでと違った観光をすることができることをねらいとしている。また、各々知らなかったお祭りを知るきっかけとなるだろう。お祭りには見るだけでなく体験型のお祭りもある。そういったお祭りに実際に行って体験してもらうことで地域の良さを感じ、移住者やお祭りの後継者になりたい人を誘致することを考える。