

We have a dream.

「外国人旅行者にもっと楽しい日本に気付いて欲しい」



早稲田大学設立125周年記念 商学学術院イベント
～次世代への先見～

『E-Style』

早稲田大学商学部4年 三浦洋祐
広川順一

プログラム

1. 発案の原点
2. 外国人旅行者の現状とニーズ
3. 基本コンセプトと
新規サービスの提案
4. サービス説明
5. 成長戦略
6. 収益性
0. 我々のMission



Concept



Service



Strategy

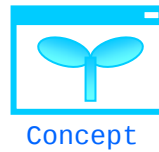


Finance



Our Mission





1. 発案の原点



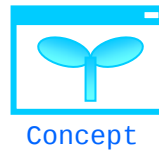
外国人旅行者に もっと楽しい日本に気づいてほしい!

いまや**日本**にいる人の100人に1人は外国人。

—彼らに、本物の**日本**を伝えたい。

—もっとトコトン**日本**を楽しんでもらいたい！



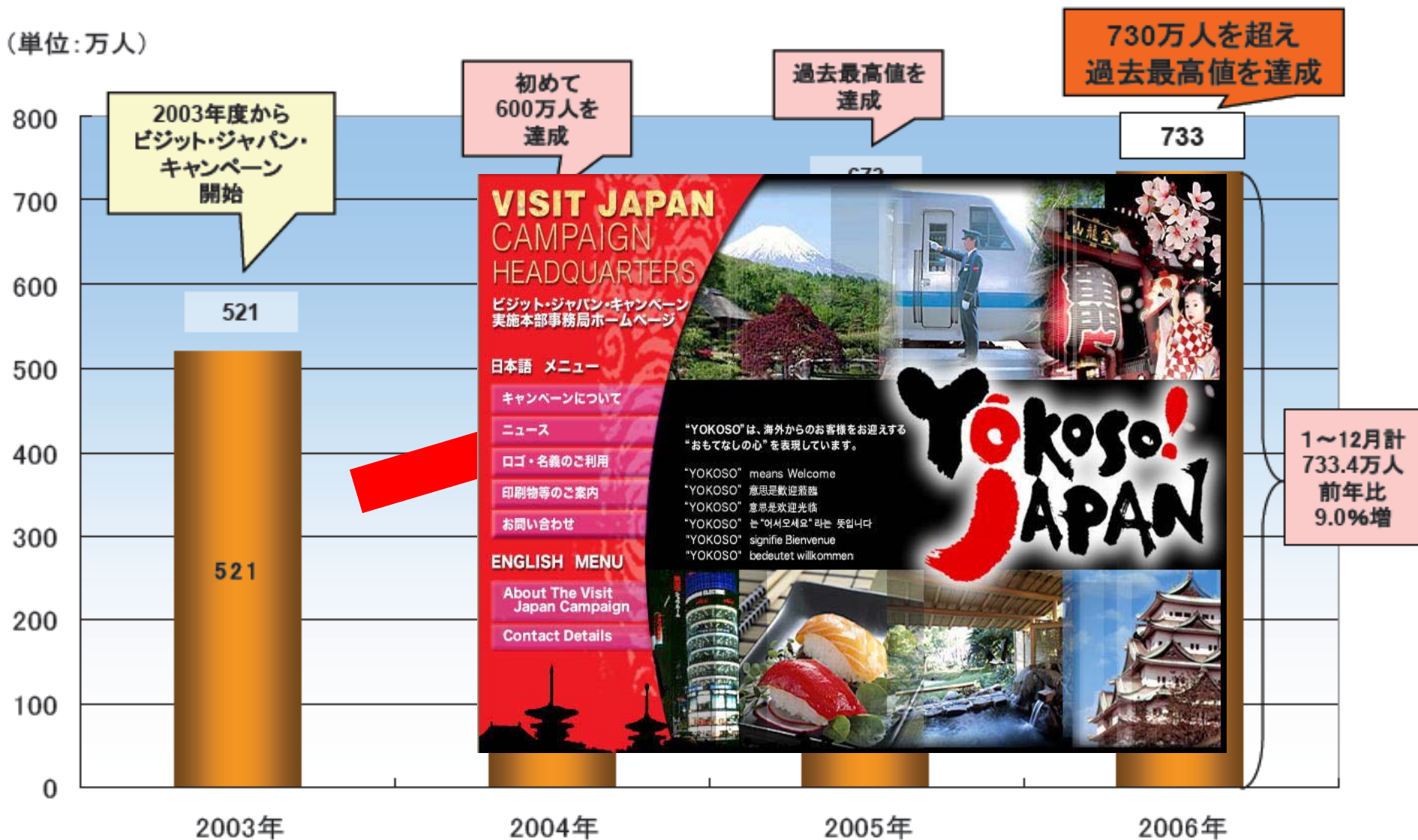


2. 外国人旅行者の 現状とニーズ



外国人旅行者数の推移(日本国内)

(単位:万人)



外国人旅行者の内訳

都内長期滞在の外国人

82万人
(約10%)

外国人旅行者 総数

730万人

英語を使用する外国人旅行者
300万人(40%以上)



外国人旅行者 受け入れの現状

- JR切符への英文表示は、未だ成されていない。
- 個人旅行が増加しており、外国人向け案内所はあまり活用されていない。
- 現在の観光パンフレットでは、写真が少なくわかりにくい。

日本の旅行業者はインバウンド
(訪日外国人旅行)に対しては、
消極的であった。





外国人50人による街頭インタビュー

「“英語メニュー”のあるレストランしか入れない」
「ふとした時に疎外感を感じる」
「他の国に比べて旅行者用の専門サイトが不足してる」
「街の中に英語が少ない」
「道を歩いてても、ビラ配りにシカトされる」
「日本人はオープンマインドじゃない人が多くて話しかけにくい」
「エンターテインメントの情報が少ない」
「雨の日でも自分の子供のために「遊び」の選択肢があればいいのに。」
「クラブにも行ってみたいけれど情報が少なすぎる。」
「有名情報誌でも載ってる情報はイマイチ」
「旅行会社に電話してもテレアポの英語が全然ダメで本当に面倒くさかった。」
「日本は何でもオプション(選択肢)が少なすぎる！」
「毎回毎回、同じトコロにしか行けない。」
「タワレコでいい情報誌があるらしいが、行ったら完売してた。」 etc.....

(六本木・代々木での街頭にて、50名の外国人の方への調査の結果より)



代表的な外国人旅行者の声

インターネットには、料金の高い店ばかりで探したい店は載っていません。日本のサイトにはもっと沢山載っているのだろうけど、日本語がわからず検索できません。（40代男性 不動産勤務）

ブログやパンフレットに載ってたお店に行ったら、既に潰れていました。もっと最新の情報が欲しい。（40代女性 洋書店勤務）

泊まったホテルの近くに、食べたい日本食のお店はありませんでした。地下鉄が複雑なので、できれば乗り換えはしたくない。同じ沿線でお店を探せたら便利。（50代男性 コンサル勤務）

調査結果とニーズ

英語メニュー
掲載店舗数など

情報の量

利用者の生の声
更新頻度など

情報の質

乗り換え案内の
認知度低さ
と
使いにくさ

アクセス方法

現在提供されている英語によるサービスは
外国人旅行者のニーズを十分に満たしていない



3 基本コンセプト 新規サービスの提案



ターゲット

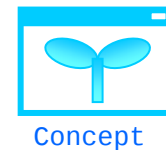


英語を使用言語とする外国人旅行者

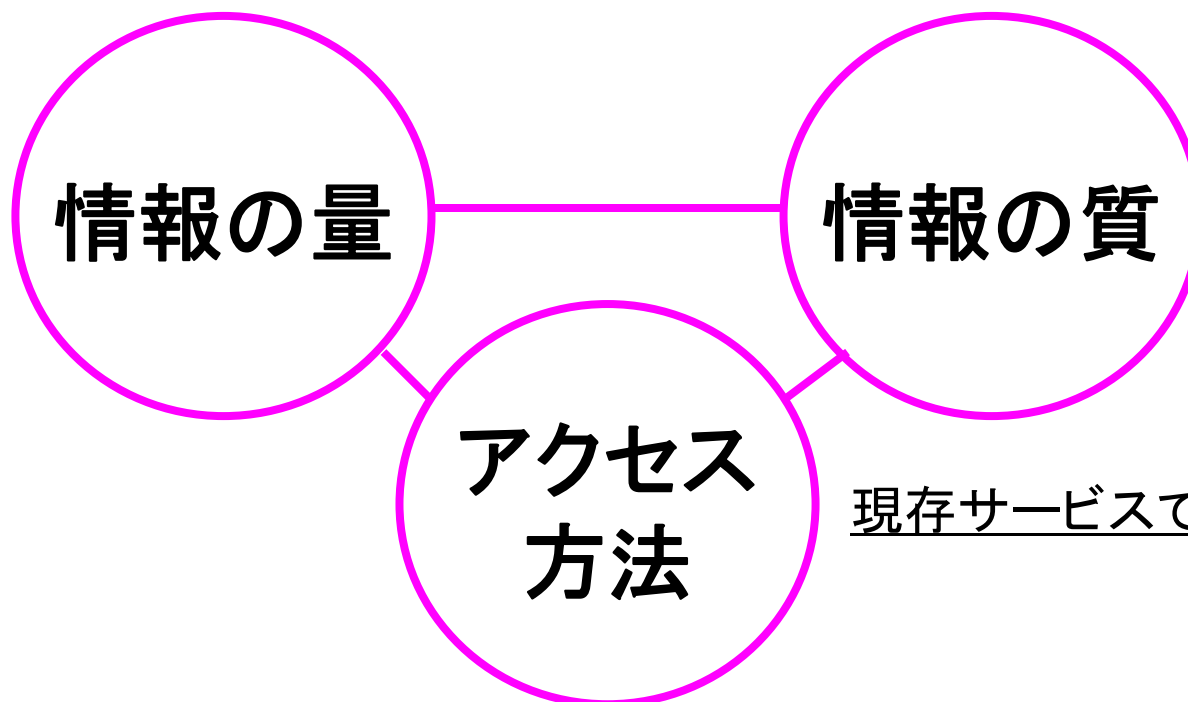
※ **英語使用者** = 全体の**40%以上**
都内 = 全体の**10%** ⇒ 第一優先ターゲットエリア



新規サービスの基本コンセプト



外国旅行者が、必要な情報を何時でも
英語で容易に検索できるシステム



現存サービスでは3点が不足



新サービス提案



Information  Navigation
Real-Relation
E-Style

WebとMobileを媒体とした外国人旅行者向け
「参加型情報提供 & 乗り換え案内サービス」



2つのコアサービス



無料コンテンツメディアサービス

無料ナビゲーションサービス

▶ 旅行者向け参加型情報サイト

▶ 食事・ショッピング・ホテル
エンタメスポット・他サービス
などの検索紹介

▶ CGM

▶ 旅行者視点の情報提供

▶ 旅行者向け乗換案内サイト

▶ 地下鉄 バス等の乗換案内
駅から目的地までのルート表示

▶ E-Log と連動したコンテンツ

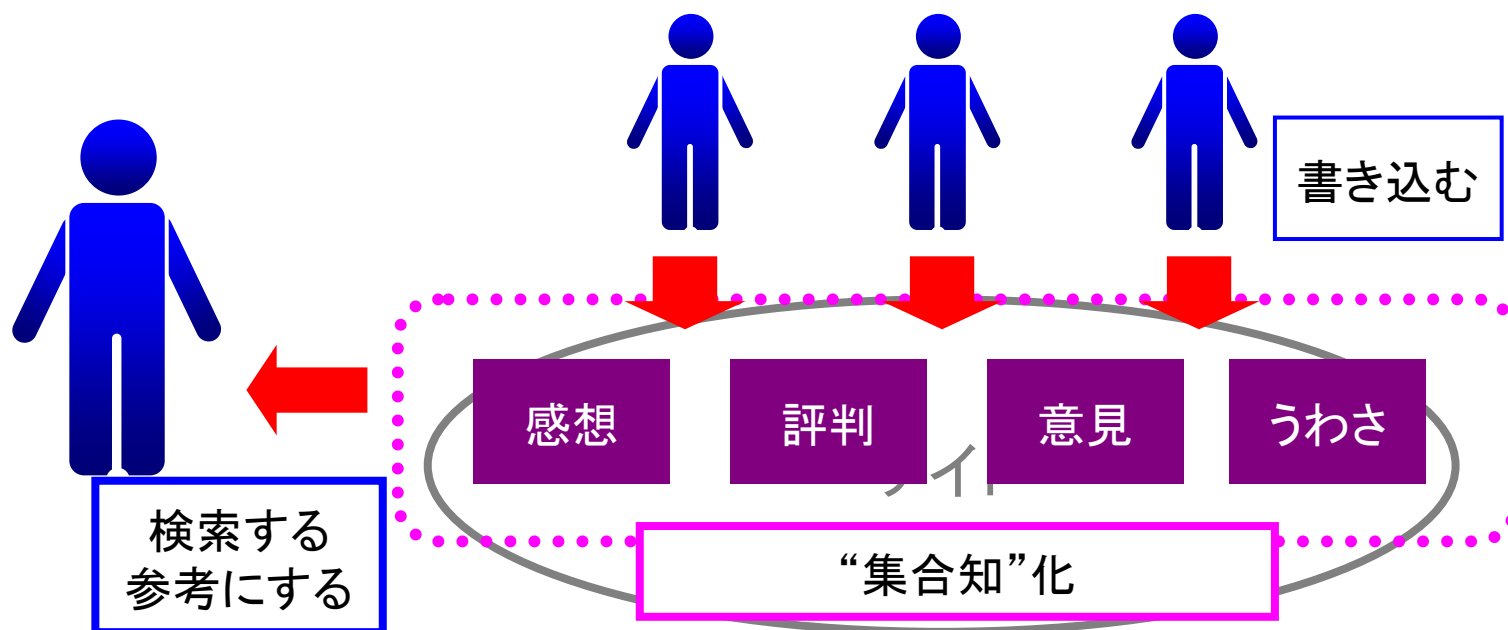
▶ “分かりやすさ”を追求



CGMとは



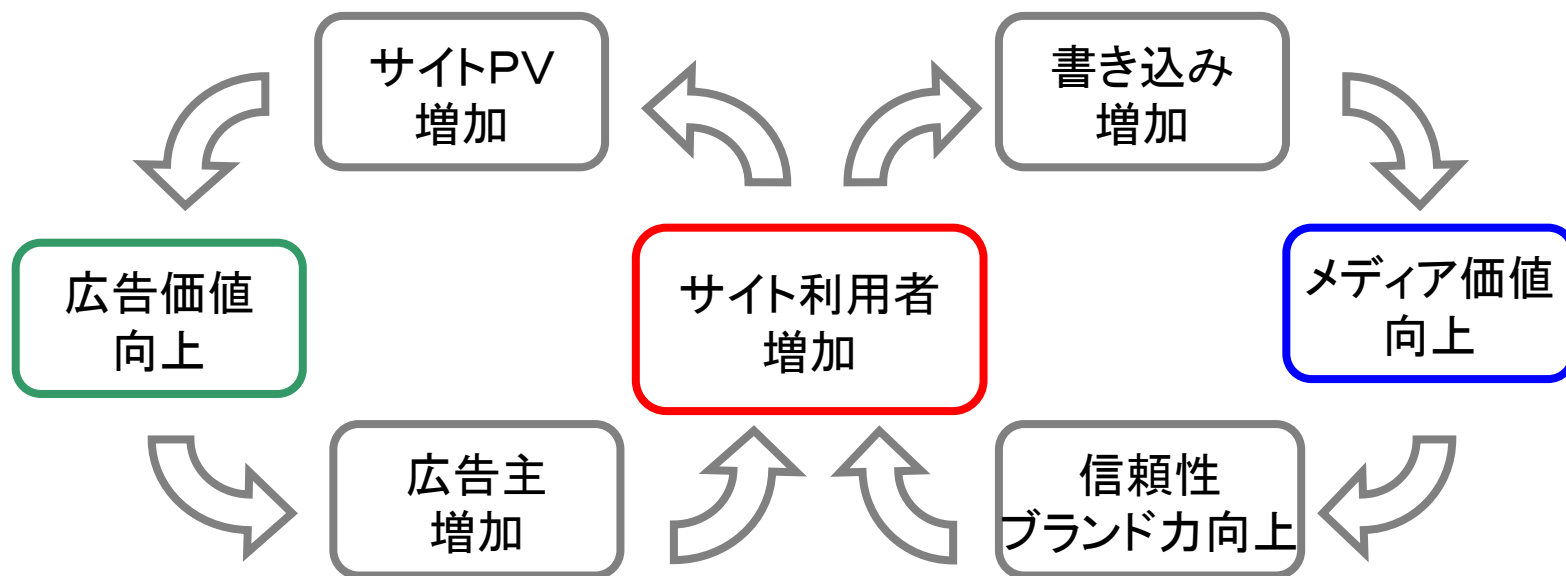
- ▶ Consumer Generated Media “消費者口コミ情報メディア”
- ▶ Amazon 価格.com mixi など、ユーザー参加型のサービス



CGMとは



- ▶ 利用が増えるほど **メディア(としての)価値**が上がる
- ▶ 利用が増えるほど **広告(としての)価値**が上がる





4. サービス説明



E-Log



STYLE

search

☐ Culture

☐ shops

☐ restaurant

☐ entertainment

☐ museums

☐ people

☐ his

☐ park

☐ Any other

A restaurant [French]

Total point ★★☆☆ / ranking 3rd place

Address	E bldg. 1-2-3, Waseda Shinjyuku, Tokyo.	Average budget	3,000~5,000
Business	17:00~06:00	Card	PISA JBC
Phone	012-345-6789	Language availability	English is O.K.

Customer's Review

NEW ARRIVAL!! 1/12 13:40

★★★ name: Mary [Good!]

The inside of a store is moody. It satisfied it with this shop where it was not only fashionable but also high-level the taste. However, be not good when the clerk was Frank more.

E-Log



ユーザー評価の
総合点数・ランキング表示

主要項目の
レーダーチャート評価

ユーザーによる
レビュー機能

英語対応情報を掲載

e-route
モバイルとの連動

A restaurant [French]

Total point ★★☆☆ / ranking・3rd place



Address	E bldg. 1-2-3, waseda Shinjyuku, tokyo.	Average budget	3,000~5,000
Business	17:00~06:00	Card	PISA JBC
Phone	012-345-6789	Language availability	English is O.K.

Customer's Review

NEW ARRIVAL!! 1/12 13:40
★★★ name:Mary [Good!]
The inside of a store is moody. It satisfied it with this shop where it was not only fashionable but also high-level the taste. However, be not good when the clerk was Frank more.

Easy to find

English

Repeat

Hospitality

Cost performance



E-route



「外国人向け乗り換え案内
モバイルサービス(無料)」

—英語版乗り換え案内—
外国人が知りたい情報に注力

各利用駅周辺の店舗情報を
ランキング形式で提供！

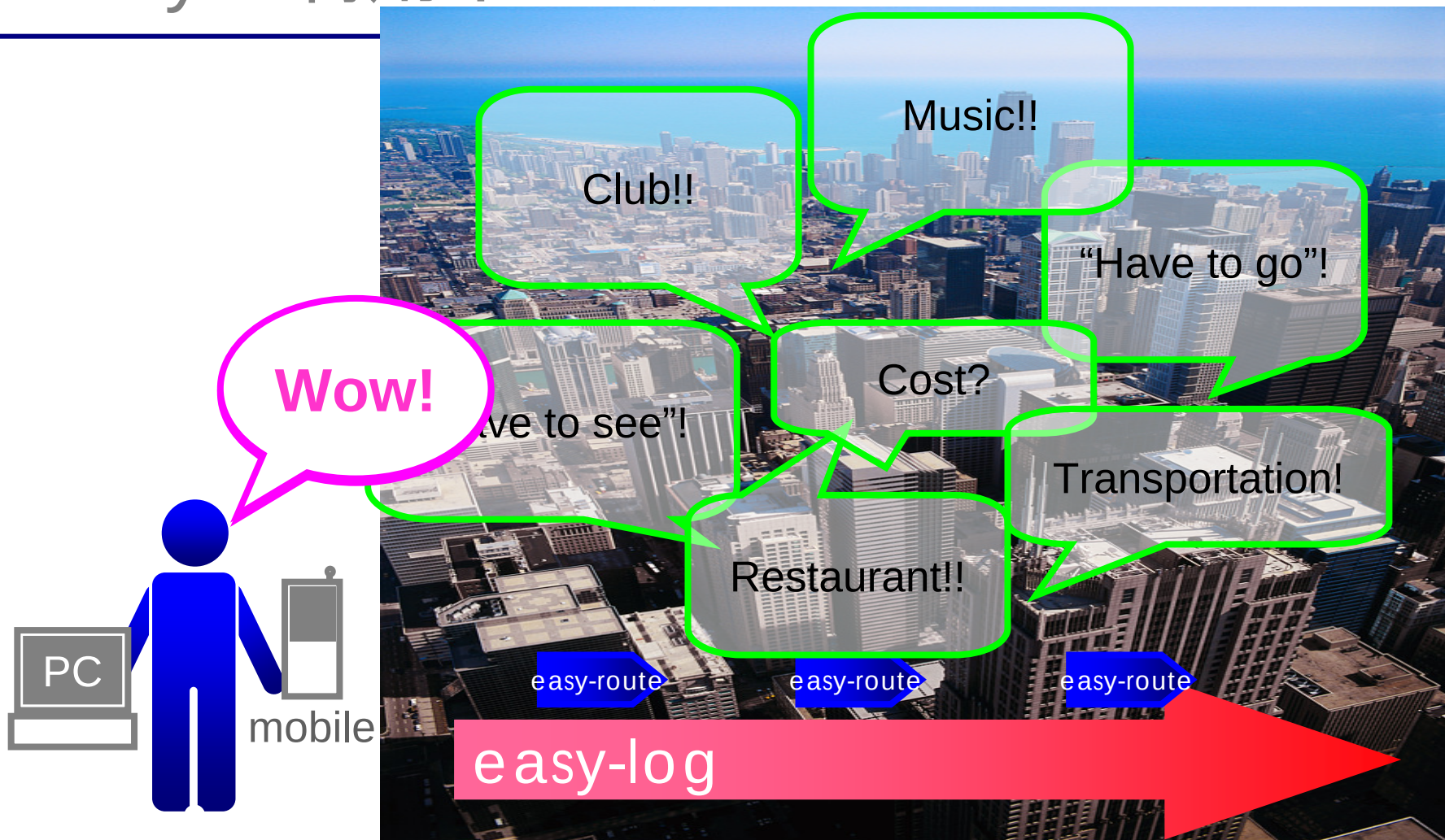
e-logとの連動!

サービスの強み

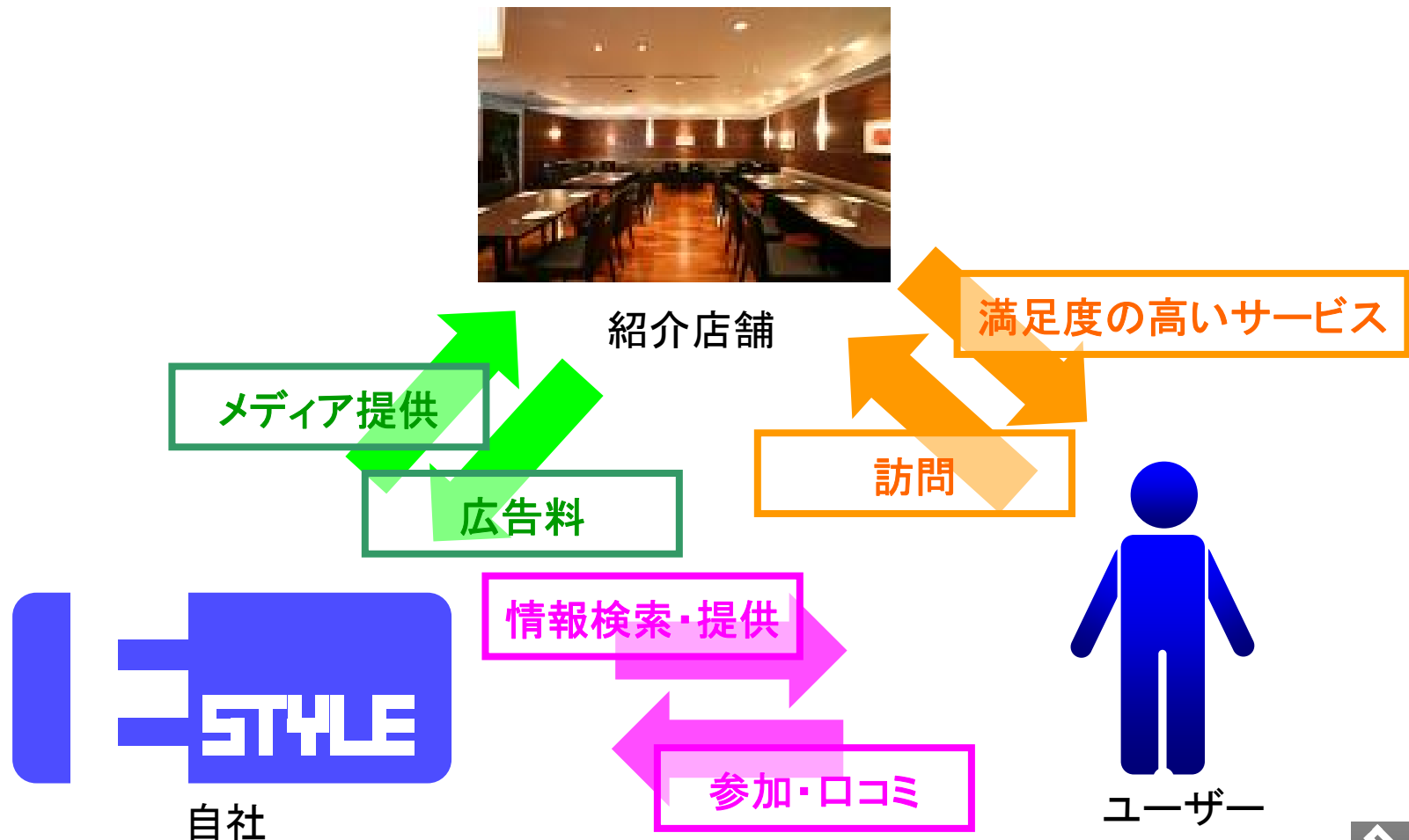


- ▶ インターネットサービス
- ▶ 外国人視点を基にした
インターフェースとコンテンツ
- ▶ 外国人向けサービス初の「CGM」
- ▶ 乗換案内との連動

E-Style 利用イメージ



ビジネスモデル



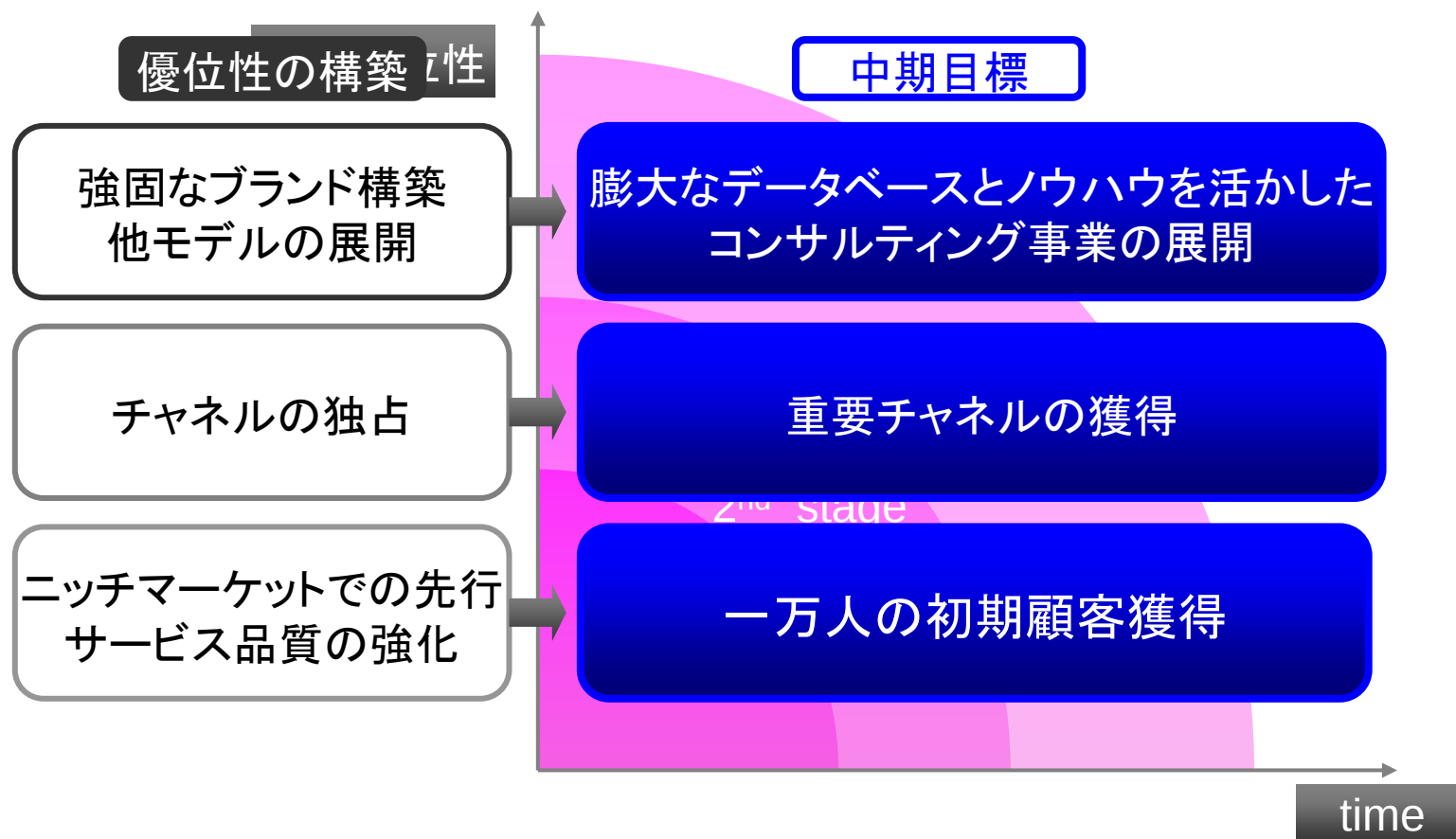


Strategy

5. 成長戦略



ステージごとのコア戦略



1st ステージ



一万人の初期顧客獲得

ターゲット

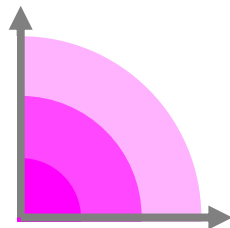
- ▶ 外国人ネットワークへのプロモーション
- ▶ 顧客獲得キャンペーンの実施

クライアント

- ▶ 観光地区のショップ向け営業
- ▶ 外国人サービス向け営業

ウェブサイト

- ▶ オンライン上での提携



2nd ステージ



重要チャネルの獲得

政府

▶ 『Visit Japan Campaign』の
対象サービスとして認可

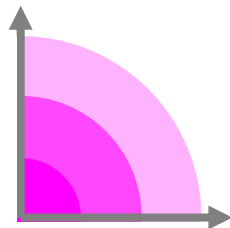
ポータルサイト
大使館
空港
外資ホテル
宿泊施設

▶ 公式情報サイトとして売り込み 提携

▶ ターゲット層への積極的なサービスの紹介

他メディア

▶ ブランディングの強化



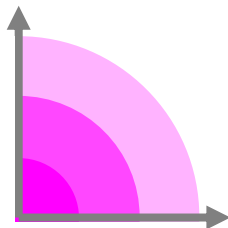
3rd ステージ



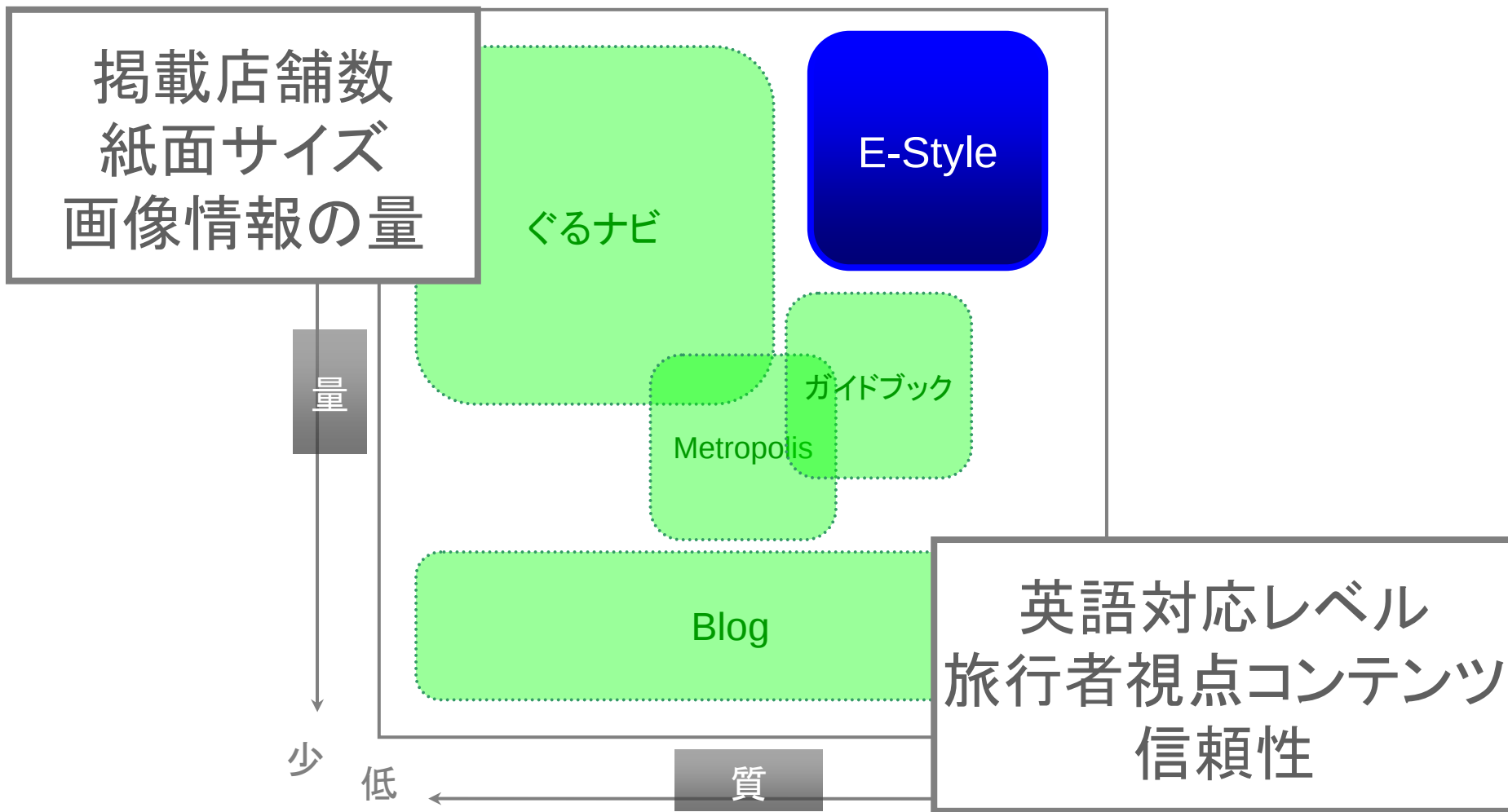
膨大なデータベースとノウハウの活用

多事業展開

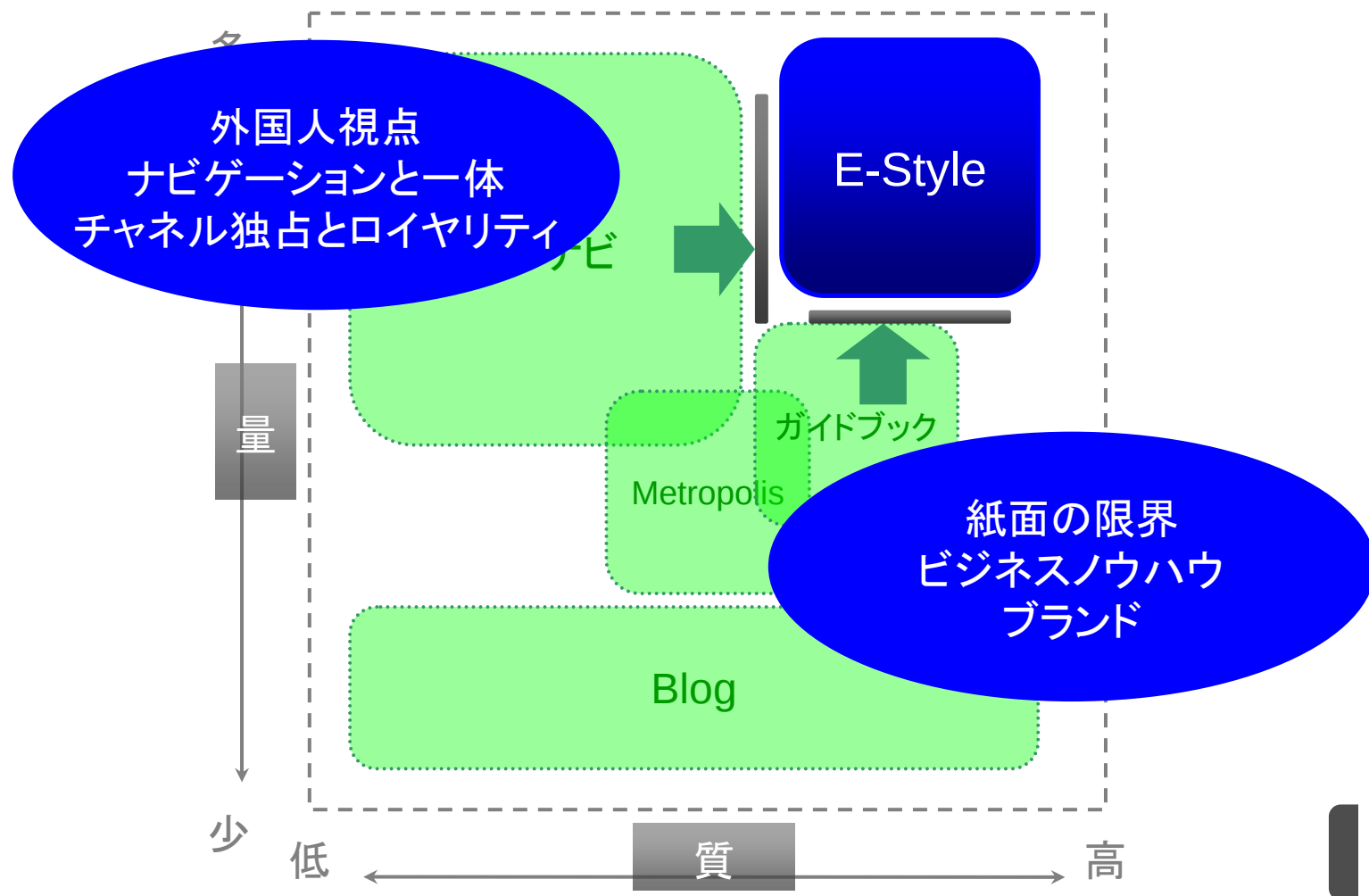
- ▶ コンサルティング事業
- ▶ マーケティングアドバイザー事業
- ▶ ツアー企画運営事業
- ▶ 広告代理事業
- ▶ サービスの地域拡大



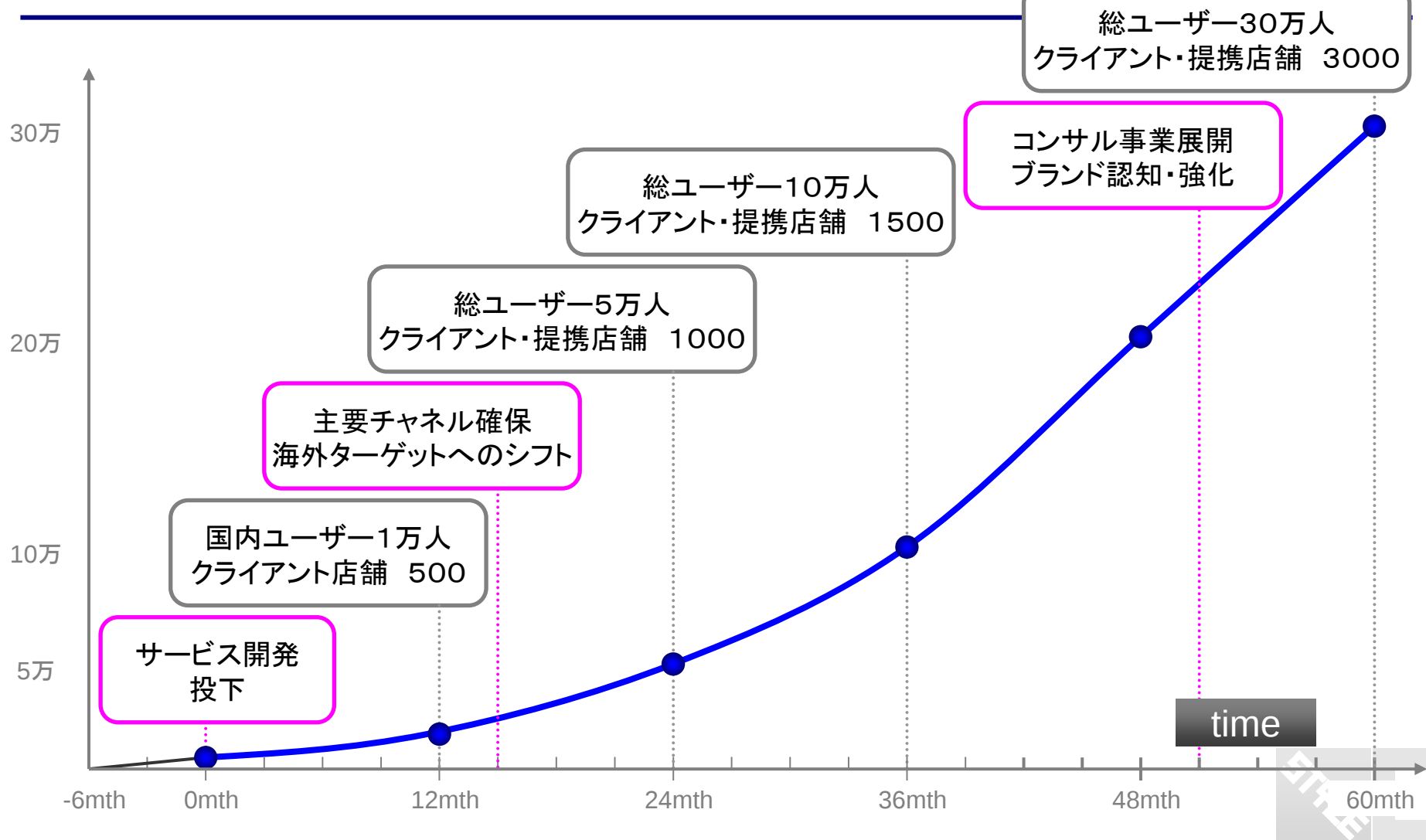
競合優位性



競合優位性



ユーザー数の推移(予測)



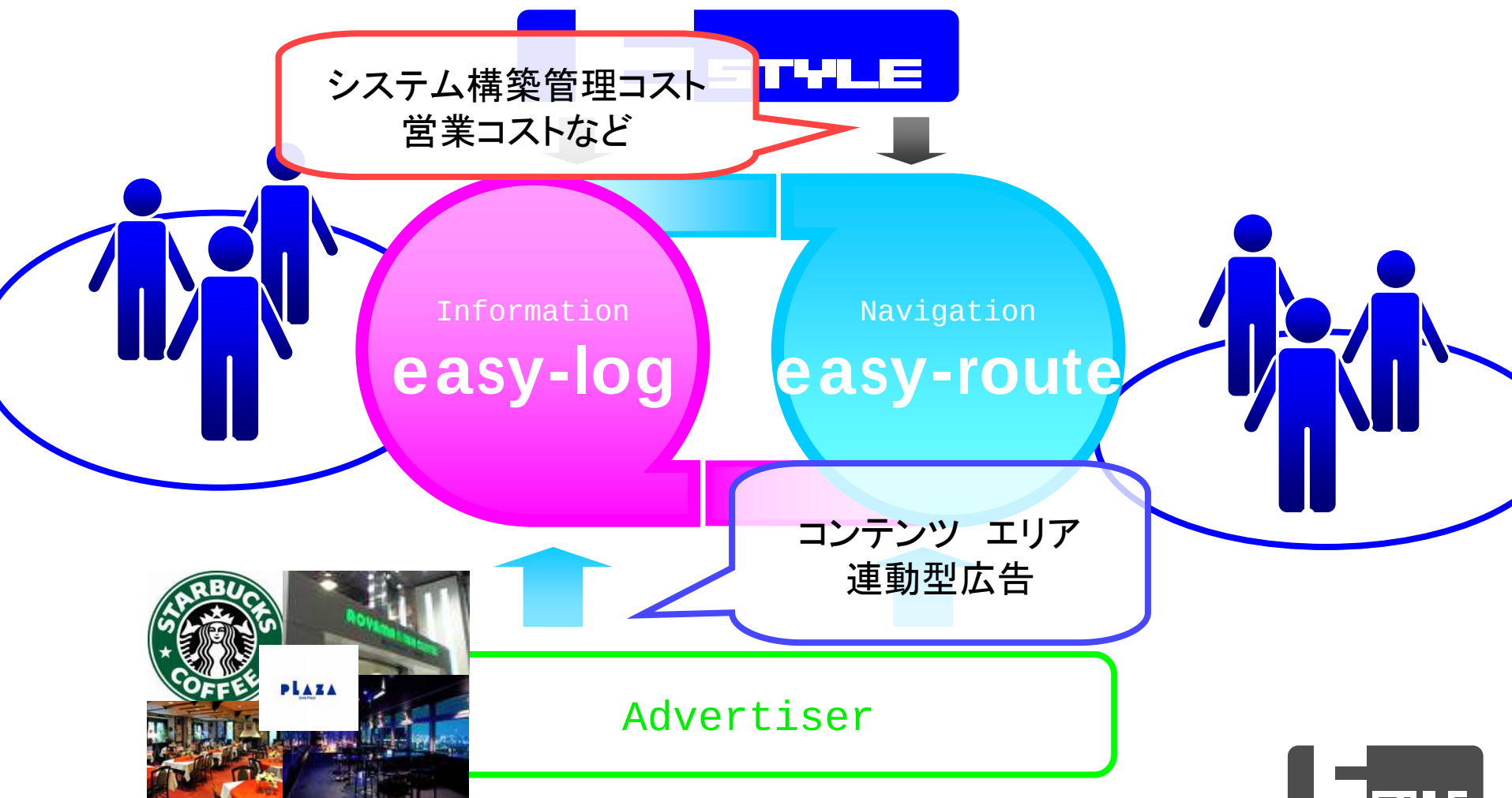


Finance

6. 收益性



収益モデル



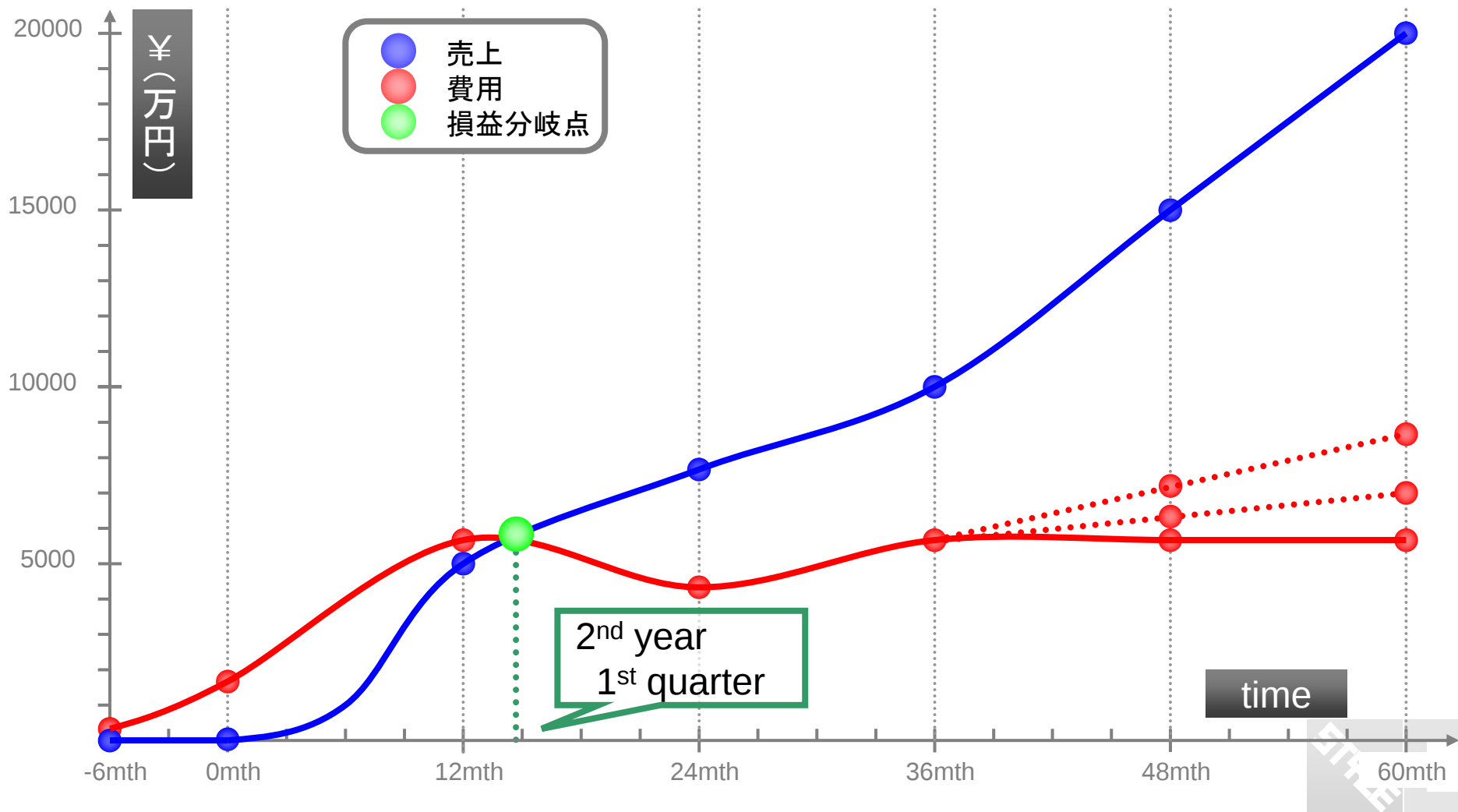
収支予想



※枠内の数値は全て年間で計算

		単位	1st	2nd	3rd	4th	5th
ユーザー数		人	10,000	50,000	100,000	200,000	300,000
広告店舗数		店舗	500	1,000	1,500	2,000	3,000
のべPV	在日	千PV	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	旅行者	千PV	0	500	1,000	2,000	3,000
店舗当たりPV		PV	2000	1500	1333	1500	1333
PV当たり広告料		円	50	50	50	50	50
店舗当たり広告料		万円	10	7.5	6.7	7.5	6.7
総広告料		万円	5,000	7,500	10,000	15,000	20,000
人件費		万円	4,320	2,880	3,840	3,840	3,840
オフィス賃料			270	180	240	240	240
オフィス機器リース			180	120	200	200	200
サーバー管理			180	120	240	240	240
通信雑費			90	60	200	200	200
広告宣伝費			480	960	960	960	960
総費用			5,520	4,320	5,580	5,580	5,580
営業利益		万円	△520	3,180	4,420	9,420	14,420

収支予想グラフ





0. 我々のMission



Mission & Strategy



外国人が自ら「チャレンジ」できる機会の創造！



<E-Styleの開発・導入>

外国人旅行者が、もっと楽しい日本に
気付くことが出来る！

E-STYLE



Thank you.

ご清聴、ありがとうございました





SPECIAL THANKS!!

(敬称略)

Robin Arthur

Leo Yoffe

Jonathan Head

Kim Lee

Elisabeth Heartson

他 40名



SPECIAL THANKS!!

<Café, Bar, Restaurant>

- Ben's Café
- Outback Steakhouse
- The Dubliners Irish Pub
- 英会話喫茶Mickey House

<Travel>

- Gusa TRAVEL
- Tokyo English Life Line
- IMG Travel and Medical Insurance

<BOOKCENTER>

- 嶋田洋書
- GOOD DAY BOOKS
- The Blue Parrot

<OTHER>

- Go Mobile
- Oxfam Japan
- OBJECTIVE TRADING LTD
- 六本木ヒルズ
- 表参道ヒルズ

-その他大勢の方々-



Thank You !!

Last updated. 10.12.2007