

Trippyが繋ぐ『インバウンド×現地 ガイドのマッチングサービス』による オーダーメイドの旅体験

株式会社C-ONE

メンバーの紹介



丸山善弘 CEO

マルヤマ ヨシヒロ

慶應義塾大学大学院理工学研究科 修士課程卒業
株式会社東芝(原子力プラント設計)を経て、
株式会社C-ONEを設立



竹谷隆雅 CFO

タケヤ リュウヤ

宮城県仙台第二高等学校 卒業
東京大学経済学部経営学科 在学中
大学では産業組織論を専攻



王 航洋 COO

オウ コウヨウ

私立開成高校 卒業
東京大学法学部 在学中(現在4年生) 北京大学に留学(2018年)
日中学生会議 2017年度 代表



高 東 CTO

コウ トウ

中国西安郵電大学 通信工学部 卒業
株式会社ソフトロードを経て、
Klab株式会社にてゲームアプリ等の開発に従事

Trippyは

「日本をより深く体験したい訪日外国人」と「地元の魅力を届けたい現地の観光ガイド」をつなげます



オーダーメイドな現地観光オプションをCtoCで多言語により提供できる日本初のサービスです。

※国内日本人観光客にも対応しています。

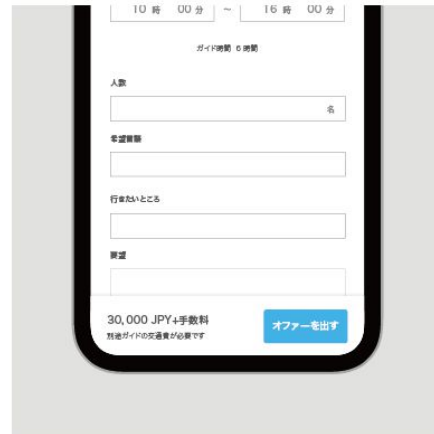
Trippyで旅を楽しむ方法



STEP 1

ガイド検索

旅行の日程、行きたい場所、ガイド言語から条件を絞って、ガイドを絞り込みましょう。絞り込んだガイドから、ガイドのプロフィールページ（自己紹介、おすすめスポット、記事等）を見て、あなたにピッタリ合ったガイドを探しましょう。



STEP 2

ガイドへオファー

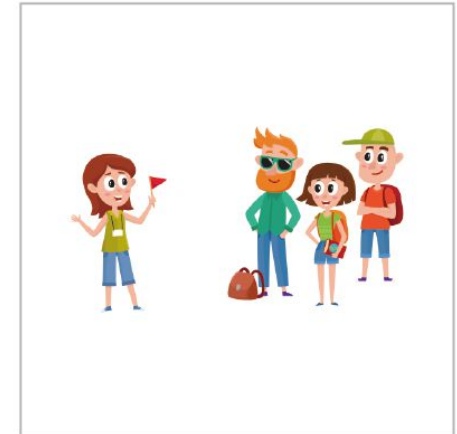
あなたに合ったガイドを見つけたら、ガイドへオファーしましょう。その際、人数、行きたい場所、要望をガイドへつたえましょう。



STEP 3

ガイドとのマッチング

あなたの要望に対して、ガイドからの返信があります。待ち合わせ場所、交通費等の追加料金、要望に対する回答を確認して内容が良ければ、承認しましょう。決済完了後、マッチングが成立し、ガイドとチャットが可能となります。



STEP 4

観光開始

当日、待ち合わせ場所でガイドと合流し、観光を楽しみましょう。

Trippyでガイドになる方法

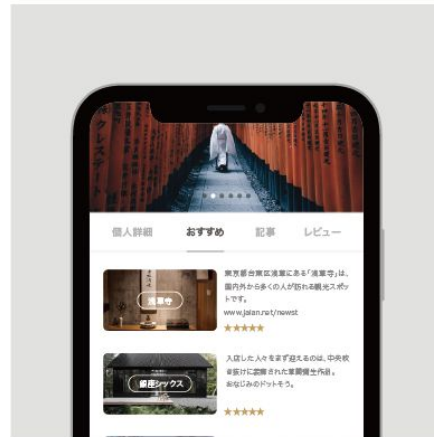


STEP 1

プロフィールの登録

自己紹介、プロフィール写真、ガイド可能エリア、言語、通訳案内士の資格、一時間当たりの料金等を登録しましょう。

また、カレンダーからガイド可能な日程を登録しましょう。



STEP 2

おすすめスポット登録

あなたが案内できるおすすめスポットの画像、エリア、カテゴリー、説明文を登録しましょう。

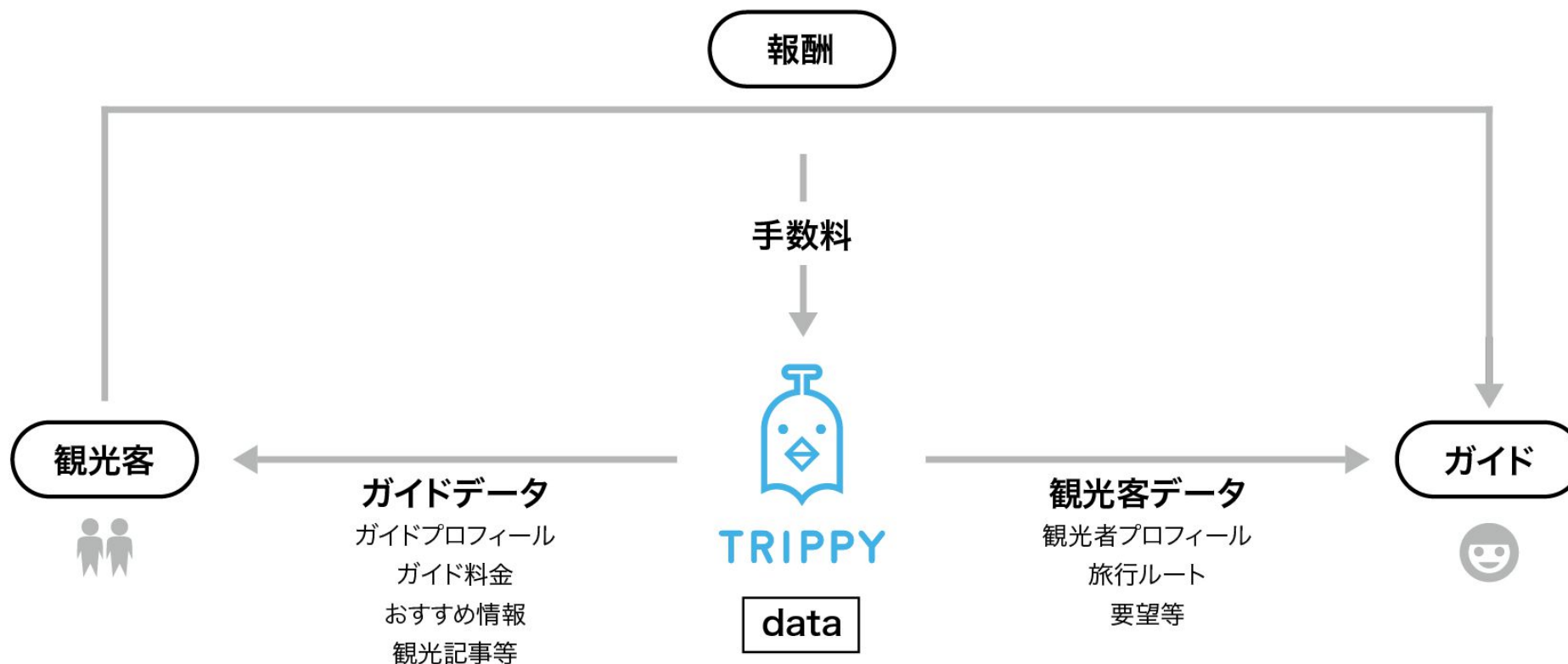


STEP 3

記事の投稿

あなたが登録したおすすめスポットに関する記事を投稿しましょう。あなたオリジナルの面白い記事を書くことで観光客へあなた自身や地元をアピールできます。

訪日外国人と現地ガイドのCtoCマッチングプラットフォーム



訪日外国人はスマホアプリ上でお気に入りの現地ガイドを見つけ、観光素材・交通費・料金等をすり合わせることで、オーダーメイド旅を実現することができる新しいビジネスモデルです

日本における観光業界の現状

(コロナ前)

東京オリンピックに向けて、訪日外国人観光客が毎年増えており、インバウンド事業がますます活発化すると思われます。

観光庁においても、観光先進国を目指し、「3つの視点」と「10の改革」を提言し、2020年までに、訪日外国人観光客を4000万人、2030年までに6000万人まで増やす目標を掲げています。

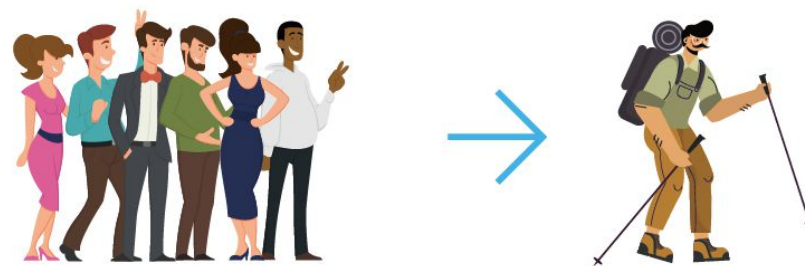
(コロナ期間)

コロナウイルスによって、観光業界は壊滅的な影響を受けており、特にインバウンドについては9割減まで落ち込み、倒産する企業も出てきている状況である。しかし、コロナは必ず終息し、インバウンドもコロナ以前よりもより一層活性化すると思われる。中国で行われた意識調査では、約80%が旅行に対して積極的であり、終息後に行きたい国として日本と答えた人は44%と2位のタイ(12%)を大きく引き伸ばしてトップになっている。

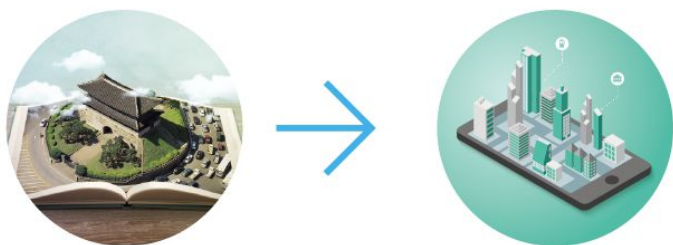
旅行動態の変化



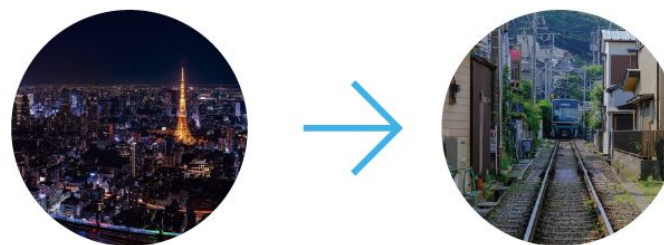
1. モノ消費からコト消費へ(娯楽サービスへの需要増)



2. 団体旅行(パッケージツアー)から個人旅行(FIT)へ



3. スマホを活用した旅行スタイルへ



4. 都市部から地方部へ

観光業界やインバウンドにおける課題 (1/2)

① 訪日外国人の増加に伴うガイド不足

国家資格である通訳案内士は高難易度の試験を通過する必要があるため、合格率が低く、その数は圧倒的に不足しています(現状では対訪日観光客で1000人あたり通訳案内士1人にも満たない)。さらに、言語別に見ても英語に偏っており、特にアジアの言語が少なくなっています。

② 訪日外国人向けの全国的な統一されたガイドのプラットフォームがない

ガイド不足の問題から平成29年度の法改正により資格を持たない方でも有償で通訳案内業務を実施できるようになりましたが、統一されたガイドプラットフォームがなく、訪日外国人が自身に合ったガイドと出会うことが困難な状況です。

また、ガイド側にとっても自身の強みやおすすめを場所を訪日外国人へアピールする場が少なく、旅行代理店を通さず訪日外国人へ自ら営業をかけるのは難しくなっています。

観光業界やインバウンドにおける課題 (2/2)

③多様化する「コト消費」にガイドの手配が追いついていない

従来のガイドは、観光客側がガイドを選ぶことができなく、プランに予め決められたガイドがついてくるということが多いため、観光客一人一人の様々なニーズに応えることができていません。

④コロナウイルスによるガイドの仕事減

現在コロナウイルスにより観光業界が打撃を受けており、ガイドの需要が大幅に減少しています。

コロナ終息後、観光需要は必ず復活すると考えており、上記の①～③を解決するためにTrippyはこれまでの活動を維持し続ける必要があります。一方で、コロナの影響が続く限り、④の解決に向けて、リモートガイド等の工夫により観光を少しでも盛り上げていきたいと考えています。

Trippyにより期待される効果とは？

① スマホ1つでストレスフリーに日本の隅々に触れる旅

東京オリンピックや国が掲げる観光大国に向けて**ガイド不足解消！！**

旅先の現地の人と**国際交流**ができて、旅がより一層楽しくなる！

これまでのパッケージツアーでは知ることができなかった**現地の人のおすすめスポット**を堪能できる！

② 地方創生～地元の生まれ育った町の魅力を発信し観光資源の魅力を向上～

自身の生まれ育った街の良さを外国人観光客へアピールできる！

地元民で街を盛り上げよう！！

大都市の観光に飽きた**観光客の目を地方へ**向ける！

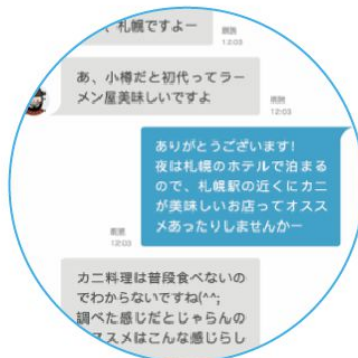
③ リモートガイドを活用したコロナと観光の共存

日本に旅行したくてもできない外国人や国内観光客に対してガイドが**リモートで現地案内をリアルタイムで実施**できる！！

Trippyの強み～訪日外国人に使いやすい設計～



多言語対応



チャットによるコミュニケーション



「口コミ」と「通訳案内士の有無」
がガイド品質を保証



キーワード検索による目的地の選択



おすすめスポットと記事の閲覧



カレンダーによるスケジュール管理

訪日外国人とのオンライン上での接点

～検索・観光記事機能が力を発揮～

検索エンジン(BaiduやGoogle)でヒットしたTrippy内の観光記事機能からガイドを手配できる日本初のオリジナルの設計
～インターネットに繋がっていれば、いつでも・どこからでもTrippy内の観光記事を読むことが可能です～



検索エンジンによる
キーワード検索
(例) TOKYO TRIP
TSUKIJI fish market

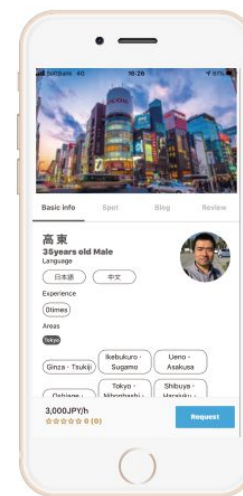


Trippyの観光記事の閲覧

気に入った記事を見つけたら、記事を投稿したガイドへ1クリックでオファーできます



Trippyのダウンロード



ガイドへオファー

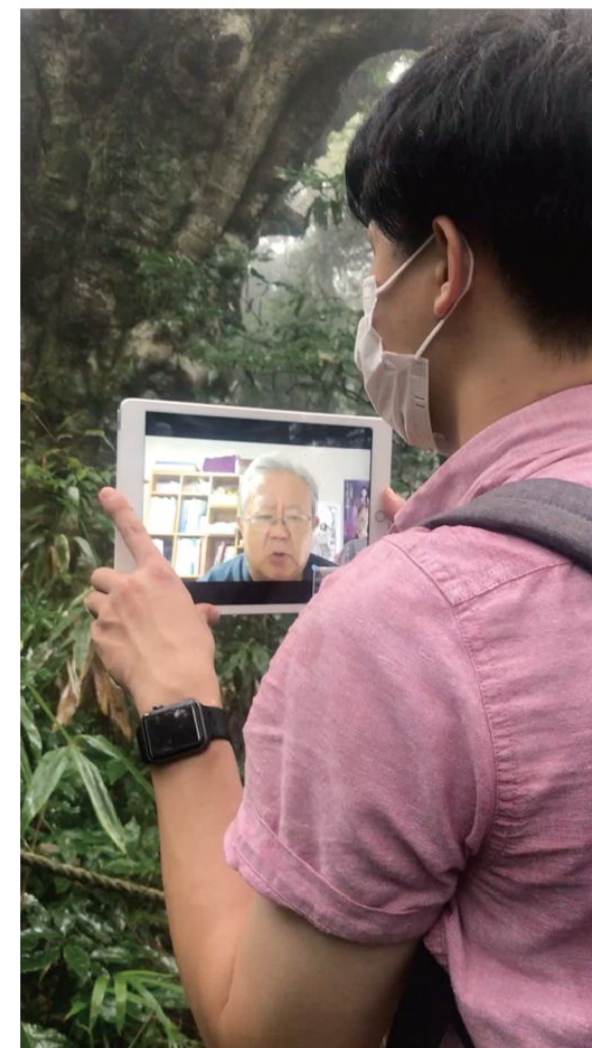
Ctrip等のOTA (Online Travel Agent)が増える中でも、現地観光やSIM等のサービスは来日後となっています。
Trippyがあれば事前に検索(Baidu等)段階でアプローチが可能になります!!

With コロナ時代に対応したリモートガイド

現在、周知のようにインバウンド事業は壊滅と言っているほどの打撃を受けている。訪日外国人旅行客は9割減となり、倒産する事業も数多く見られています。しかし、コロナは必ず終息し、**インバウンド事業を復興させていく努力が必要**になってくる。

Trippyでは外国人観光客および国内旅行客をターゲットに**リモートガイドによる新しい観光スタイルも提案**していく。

つくば市とつくば観光ボランティアガイド298と連携し、筑波山にてTrippyによるリモートガイドを実施しました。



※筑波山でのリモートによる筑波山ガイドの様子

Trippyの特徴と他のサービスとの比較

- 1) **スマホアプリで多言語対応した**外国人観光客に使いやすいUIUX設計です
- 2) 自分のピッタリなガイドを探ことができ、**オーダーメイド旅が実現**します
- 3) **1時間あたりから利用できる**ので、気軽に様々な旅行者のニーズに応えられます
- 4) 誰でも簡単にスマホでガイド登録が可能であり、ガイドは**自分の強みを存分に旅行者へアピール**できます
- 5) 大学生や留学生を中心とした**若いガイド登録者が多い**ので、新しく面白い現地観光オプションの提案ができます
- 6) 中国人旅行者をターゲットとしているので、**中国人に使いやすい設計**としています。(Wechatログインや百度搜索)

	Trippy	Airbnb	Huber	Otomo	Travee
ガイド登録の容易さ	○	○	×	×	×
利用方法の幅の広さ	○	△	×	×	×
スマホアプリの有無	○	○	△	×	×
旅行者が選ぶベース	人	ツアー	ツアー	ツアー	ツアー
中国語対応	○	△	×	○	×

※Traveeサービス終了

パッケージツアーではなく、人ベースでオーダーメイドな現地観光オプションを多言語で提供できるスマホアプリとしては日本初のCtoCサービスです。

訪日外国人向け観光ガイドの市場

○市場規模

2019年	訪日外国人数: 3000万人超/年	想定される市場規模: 約400~600億円超 <small>※データは観光庁の訪日外国人消費動向調査より</small>
↓		
2030年	訪日外国人数: 6000万人超/年	想定される市場規模: 約800~1200億円超

「訪日外国人の増加」と「モノ消費からコト消費への変化」で2030年には娯楽サービス費が2倍以上に増加すると思われる

更にTrippyは新たな市場の開拓し市場規模を拡大させていく。

- ①国内旅行の観光ガイドの需要創出
- ②リモートでのガイドの需要創出
- ③日本国内に留まらずボーダーレスなプラットフォーム構築による海外での需要創出

3ヶ年の計画(2020-2023年)

日本でのガイド登録者数:10,000~20,000人

訪日外国人観光客登録者数:20,000~500,000人

マッチング数:300~1000件/日

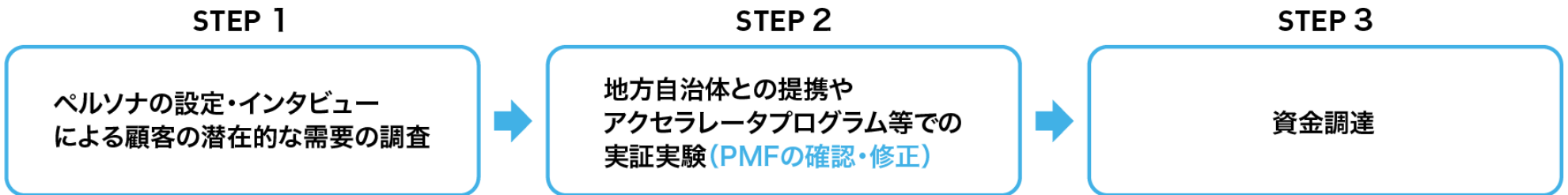
ガイド取引高:6億4800万~21億6000万円(年間)

売上:1億3000万円~4億3200万円

今後の資金調達予定

弊社では**PMF(Product Market Fit)**を達成後に大きな資金調達を企図している。

なぜなら、消費者にとっての真の需要を把握しないまま、コアな顧客もいない段階で無理にサービスを拡大しても世に受け入れられるサービスとはならないと考えている。まず、ごく小さな市場で独占できるようなサービスとなることを目指す。



登録ガイドの質を高めるための活動

◎自治体及び外国人向け地域イベントとの実証実験



つくば市



※現在、コロナウイルスの影響により、延期となっています。

つくば市 築地場外イベント

◎通訳案内士を講師として招いたガイド講習会

ガイド登録者を増やすための活動

◎SNSによるターゲットを絞った「マス」アプローチ



◎留学生コミュニティー、国際交流学生団体、ボランティア団体等への「個」アプローチ

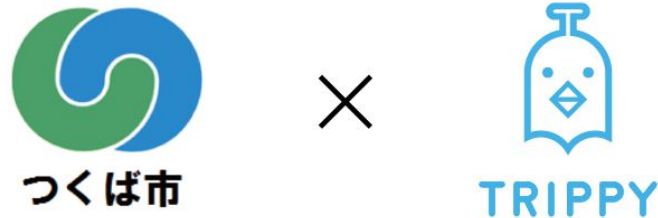


つくば市観光コンベンション協会

つくば市観光ボランティア298

Trippyがつくば市と実証実験 (令和元年未来共創プロジェクト採択決定!!)

Trippyが繋ぐ『インバウンド×現地ガイドのマッチングサービス』によるオーダーメイドの旅体験 (つくば市編)



実証実験概要

•つくば市在住の現地ガイドが深セン市(つくば市の姉妹都市)からの訪日外国人とマッチングし、つくば市内現地観光を実施する。

現在の進捗状況

- つくば観光コンベンション協会及びつくば観光ボランティア298とつくば市内の観光ツアーを企画
- ボランティアガイド団体などTrippyガイド登録者へ対して
訪日外国人が安全で楽しい観光を提供できるよう、魅力的なプロフィールの書き方やガイドの心構え等の講習会を実施

※現在、コロナウイルスの影響により、Trippyガイドツアーは延期となっています。

筑波山登山ツアー

ツアー内容(参考)



筑波山神社



つつじヶ丘レストラン



筑波山ケーブルカー&ロープウェイ



ガイド A

言語:中国語

おすすめスポット:筑波山



ガイド B

言語:英語

おすすめスポット:筑波山



観光客A

言語:中国語

人数:8人



観光客B

言語:英語

人数:2人



検証

- ①半日で一人のガイドが筑波山エリアを案内する
- ②中国人観光客と欧米系観光客の2パターンを検証
- ③少人数と団体の2パターン

科学技術見学ツアー

ツアー内容(参考)



JAXA筑波宇宙センター



つくばエキスポセンター



サイエンス・スクエアつくば
(産総研)



筑波実験植物園



地質標本館

ガイド A

ガイド B

ガイド C

ガイド D

ガイド E



検証

- ①半日で複数のガイドがつくば市の科学技術施設を案内する
- ②中国人観光客と欧米系観光客の2パターンを検証
- ③少人数と団体の2パターン

Trippyが目指す「未来の観光」 IT×国際交流で快適な旅を実現 (1/2)

～サービスの拡張性～



訪日外国人向けのプラットフォームの確立 リモートによる現地観光ガイド



ビッグデータとAIによる快適な旅行



国内プラットフォームへの応用



ボーダレスなプラットフォームの構築



電子決済サービス

Trippyが目指す「未来の観光」 IT×国際交流で快適な旅を実現 (2/2)

～サービスの拡張性～

①訪日外国人向けのプラットフォームの確立

◇訪日外国人と現地ガイドのマッチングによる**対外国人**への現地観光ソリューション

②国内観光プラットフォームへの応用

◇国内旅行者と現地ガイドとマッチングによる**対日本人**への現地観光のソリューション

◇**Maas**における**ラスト1マイル**を構成

③ボーダーレスなプラットフォームの構築

◇**世界中**でTrippyのオーダーメイド旅が楽しめる

④ビッグデータと深層学習等の技術による快適な旅行

◇年齢・性別・訪問地・滞在時間等のデータから**AIが旅行をチャットサポート**

◇各顧客の好みに応じた次の旅行先の提案

⑤Trippyユーザーが利用できる電子決済サービス

◇Trippyポイントによる小売店・レストランでの**決済利用**を可能に

◇ブロックチェーン上のトークンとしての発行も検討

◇現地の宿泊施設や飲食店の観光客向けの割引クーポン

⑥リモートによる現地ガイドサービス

◇外国人は自国にいながら日本の現地ガイドの説明を受けながら日本観光を楽しめる

◇日本人国内観光客は必要な時にいつでもリモートでガイドとコンタクトできる



www.trippy.co.jp



TRIP HAPPY TRIPPY