

株式会社 たびふん

事業計画書

2021年06月

VISION

次世代の旅を創造する。

未だ発信されていない地域や宿。
発信されているけど届いていない地域や宿。
これらを発信することで旅行に選択肢を増やす。





VALUE

らしさから旅を創る。

私たちは、ヒト・モノが溢れていることが価値ではなく、その地域や宿のらしさこそ、大きな価値だと考えています。

この事業は、そんな想いの中
「宿」にフォーカスした事業です。

事業Mission

宿のファン創りと応援を。

大学入学前

- 祖母の色々なところを知る事は大事。世界を広げることは大事という方針で日本の色々なところに旅行へ行く。
- 私立高校でアルバイト禁止のため、旅行にはあまりいけなかった。

大学生 (18歳)

- 大学入学当初からアルバイトに励み、旅行へよく行く。
- 旅行では、ヒト・モノが溢れているところに価値があると思ってそんなところばかり行き、他は田舎で何もないと考える。



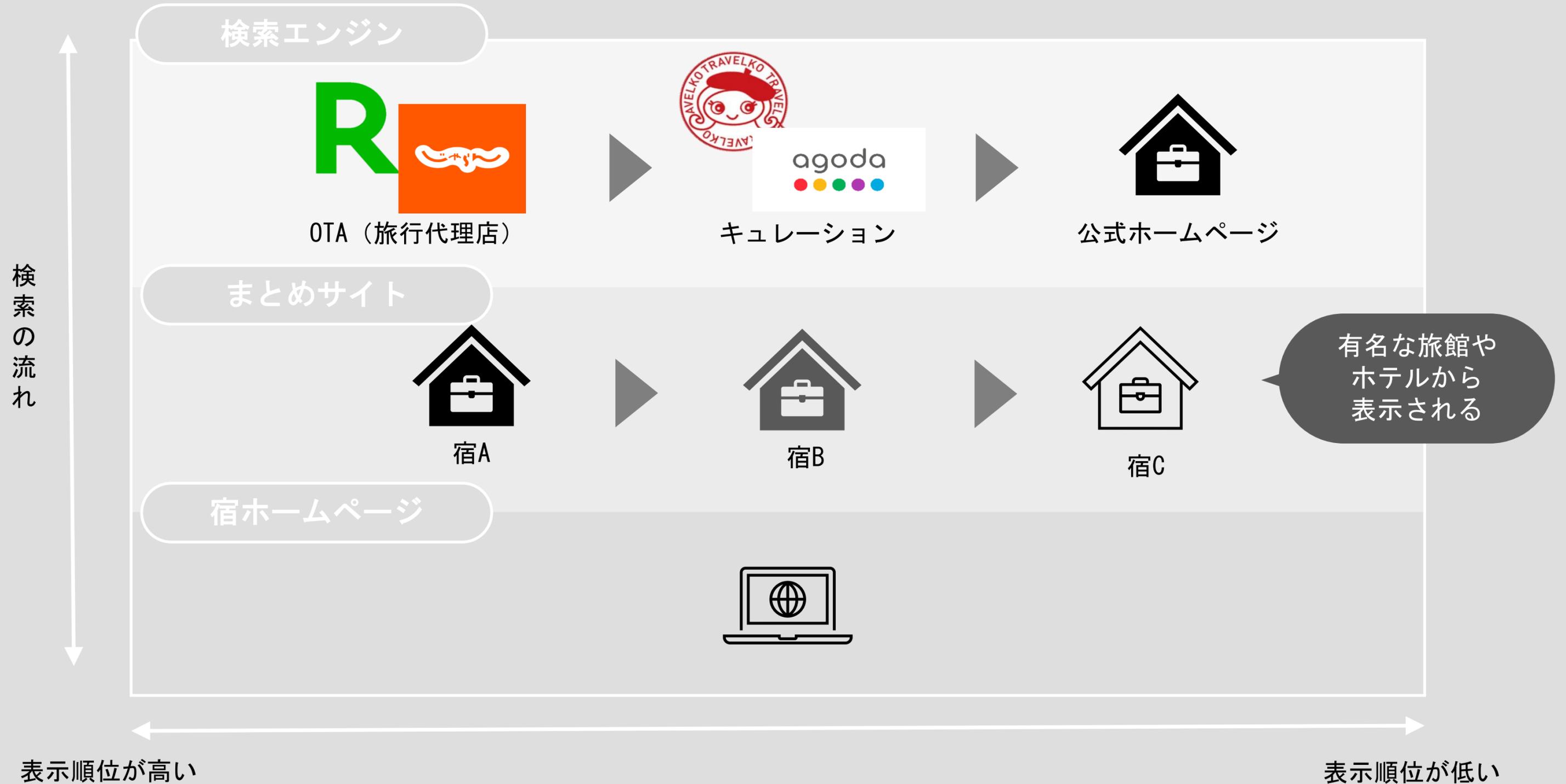
大学生 (19歳～現在)

- 東北1人旅をきっかけに、何もないとこ事こその価値や、そこにいる人の価値に気づき、モノ・ヒトだけが価値ではないと考える。
- 現在、これらの地域や宿などの魅力を発信をするため株式会社たびふぁんを創業。

宿泊業界は全てSEOで決まっている



宿がSEOで勝つのは難しく人が来ない

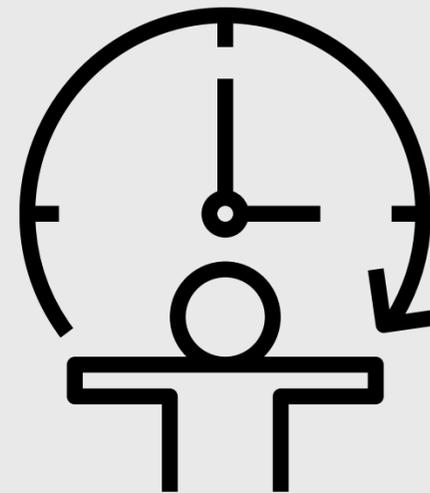


中小規模の宿泊施設



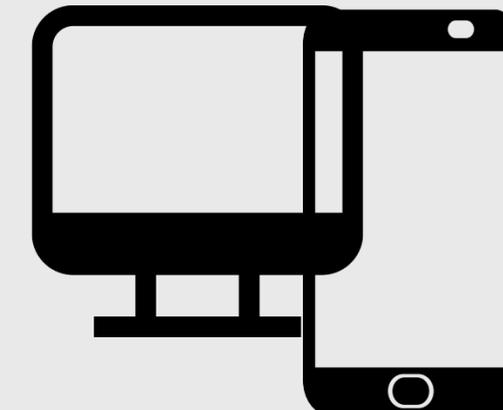
予算

予算が少ない



少人数

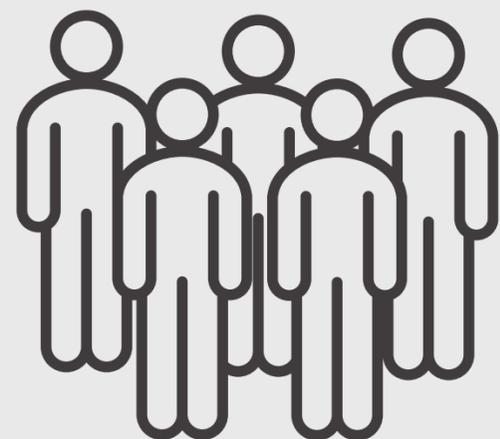
ルーティン業務が
ほとんどのため時間をさけない



ITリテラシーはない

SEO対策
SNS発信はできない

様々な条件が必要



フォロワー1万人
フォロワー1万人いないと
URLを貼り付ける事ができない



伸びにくい
SNSのフォロワー増加は
なかなか難しい



手間がかかる
いいね返しや
コメント返しなど
手間がかかります

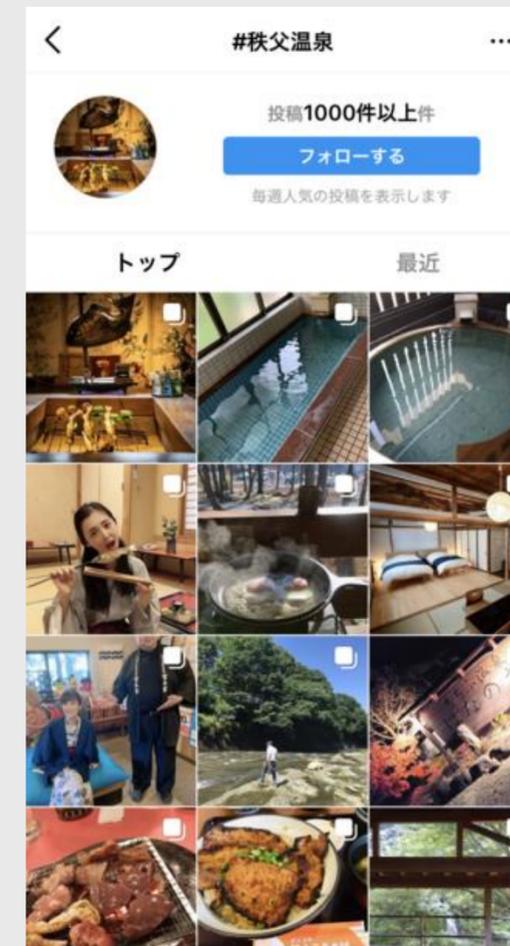
ユーザが評価する、それがSNSの強み。

検索エンジン (SEO)



Googleなどへの広告費
SEO対策費で表示順が決まる

SNS



ユーザの
いいねやコメント数で表示順が決まる

マイクロインフルエンサー×宿泊施設

ユーザも宿も両者がWIN-WINのモデル

ユーザ側 (マイクロインフルエンサー)



宿泊施設へ無料もしくは格安で泊まれる！

宿泊施設側



空き部屋を有効活用！

空き部屋（サunkコスト）こそ最大の資産である

✓ 現金を支出せずに、PRが可能！

固定資産が資産のほとんど

宿泊施設の多くは
固定資産（部屋など）が多く占めています。
一方、現金などの流動資産の割合は少ないです。



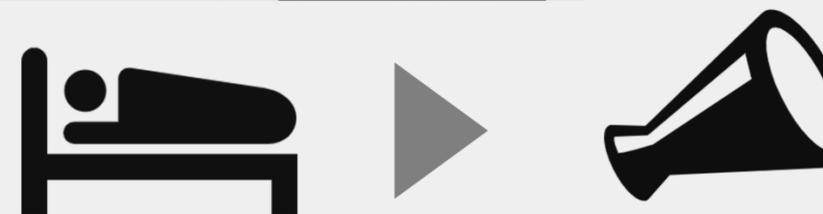
固定資産が資産のほとんど

現金支出せずに、PRすることができます。
余剰部分の現金を設備投資などに回しましょう。

現金を支払って広告宣伝をする
(空き部屋は変化なし、現金は減少)



現金を支払わずに宣伝ができる
(空き部屋は解消、現金は変化なし)



tabifun



やどふあん
OMOTENASHI

日本の宿を応援して
お得に泊まろう！

無料で泊まれるチャンスも!?

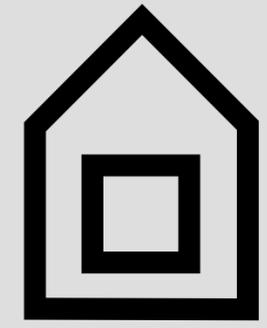


手厚いサポートも！

やどふあん
OMOTENASHI

空き部屋を宣伝へ！

空き部屋にインフルエンサーを
泊めてPR！



やどふあん
OMOTENASHI by tabifun

応援してお得に泊まる！ × 泊めてPR！

マイクロインフルエンサー × 宿泊施設



日本の宿を応援して お得に泊まろう！

無料で泊まれるチャンスも!?



手厚いサポートも！

tabifun



空き部屋を宣伝へ！

空き部屋にインフルエンサーを泊めてPR！



ユーザ利用イメージ



日本の宿を応援して お得に泊まろう！

無料で泊まれるチャンスも!?



STEP1

やることは5STEPのみ



WEBへアクセス！

アプリではないので
ダウンロードは不要！



STEP2

やることは5STEPのみ



応援したい宿を探す！

たくさんの宿がみなさんの
応援を待っています！



STEP3

やることは5STEPのみ



当選を待つ！

当選したらあとは
宿に“泊まるだけ”



STEP4

やることは5STEPのみ



宿でQRコードを読み込む

宿の人にQRコードを
到着合図として読み込んでもらう！



STEP5

やることは5STEPのみ



最後に宿のPRを投稿！

宿の応援として、PRをしよう！



宿泊施設側イメージ

手厚いサポートも！

tabifun



空き部屋を宣伝へ！

空き部屋にインフルエンサーを
泊めてPR！



STEP1

宿泊前



インフルエンサーの一覧

個別にお願いするのもOK



STEP2

宿泊前



プロフィールを確認

趣味や、コメント
紐づけされたSNSなども確認できる！



STEP3

宿泊前



募集内容を投稿

特にどこをPRしてほしいかなどを
記入する。
テンプレートからの選択もできる！



STEP4

宿泊前



辞退者を選ぶ

お断りは右スライド



STEP5

宿泊前



お願いする人を選ぶ

お願いする人は左スライド



STEP6

宿泊前



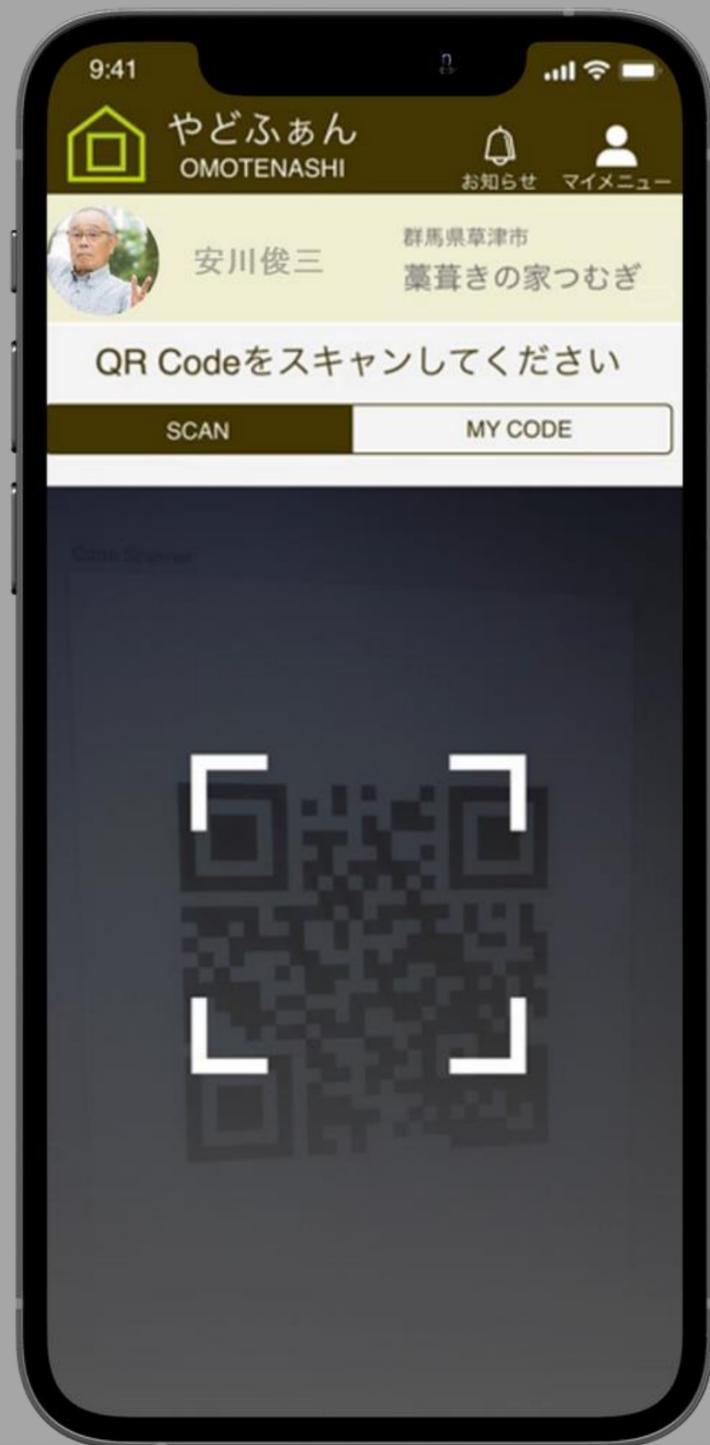
返答を待つ！

承諾の返答を待つ！



STEP7

当日



QRコードを読む

到着したらQRコードを読む！



STEP8

当日



投稿内容の確認

投稿の内容に問題がなければ
完了ボタンを押す！



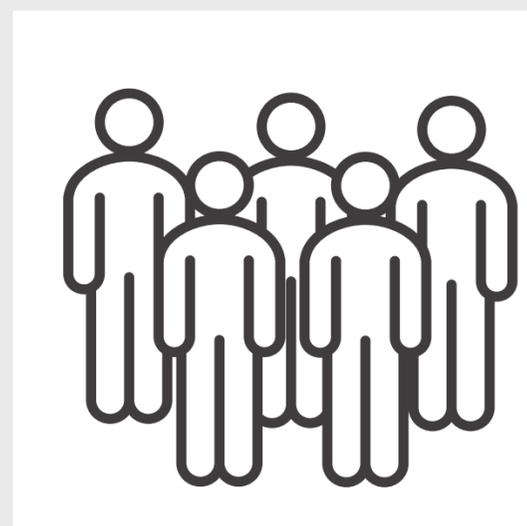
掛け合わせで誕生した圧倒的な効果（エンゲージメント）

● 弊社業務委託インフルエンサー



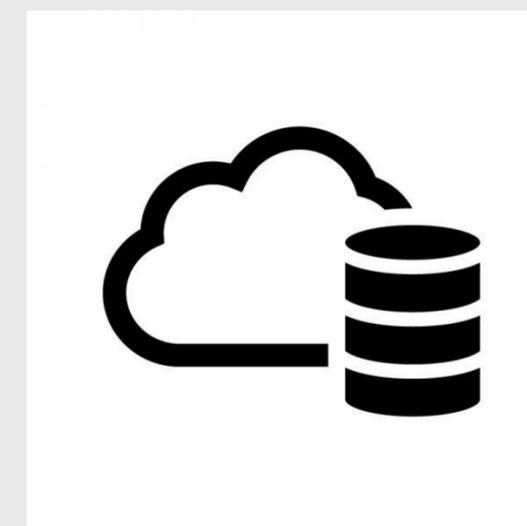
instagram

×



マイクロインフルエンサー

×



独自スクリーニング

有名インフルエンサー

1%~2%

弊社インフルエンサー

7%~8%

エンゲージメントの違い

なぜinstagramなのか？

写真との相性がよい

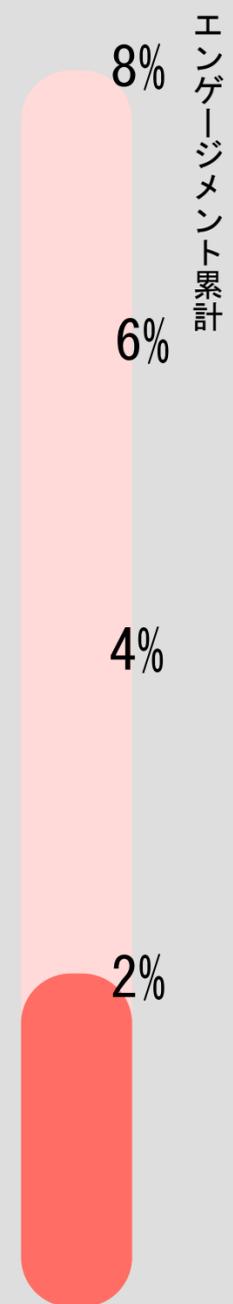
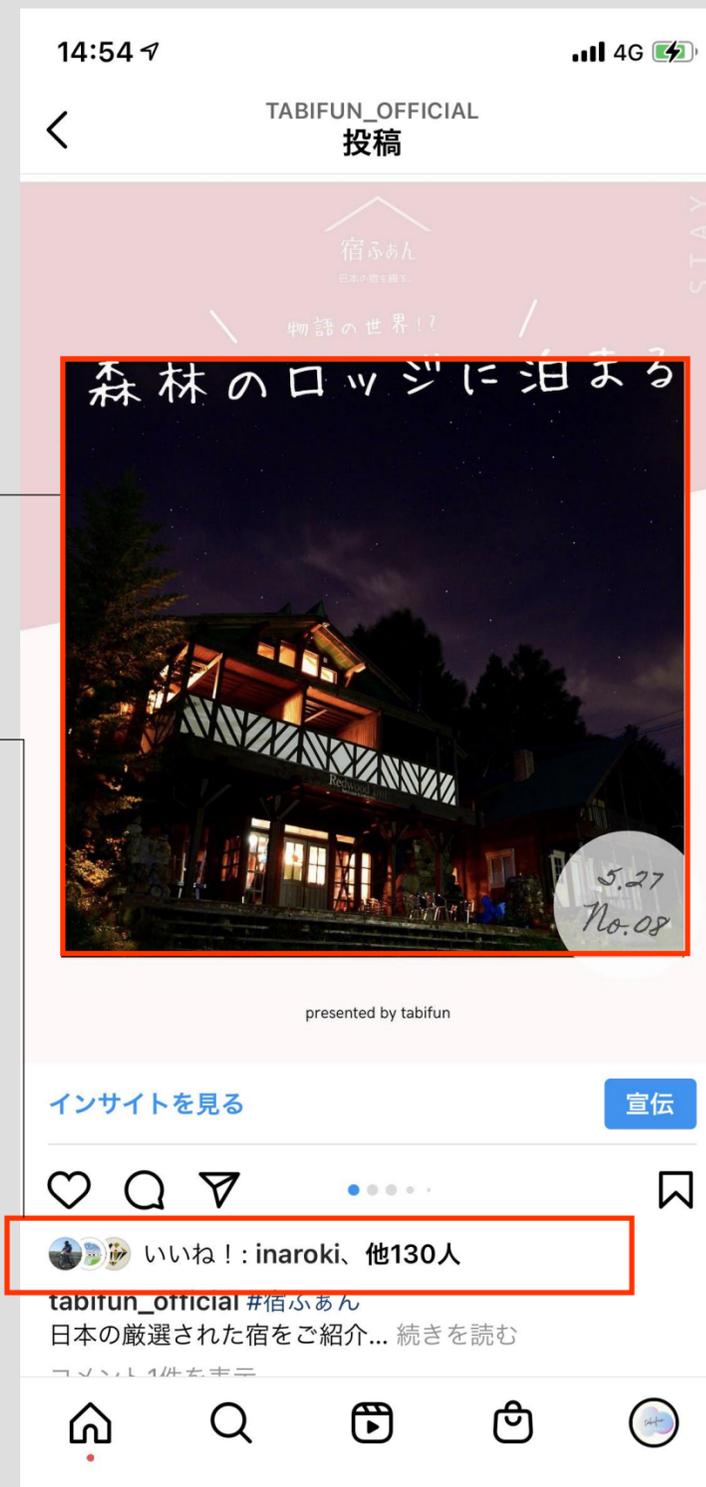
Instagramは写真がメイン。
旅行は風景や写真などを見て行く人がほとんどのため、相性がよい。

どのような人が見ているのかがわかる

Instagramでは、どのような人がいいね！したのかを見ることができる。そのため、ターゲット策定に使える。

#検索

#(タグ)というので
#熱海温泉のような検索で旅行を検索する人は多い。

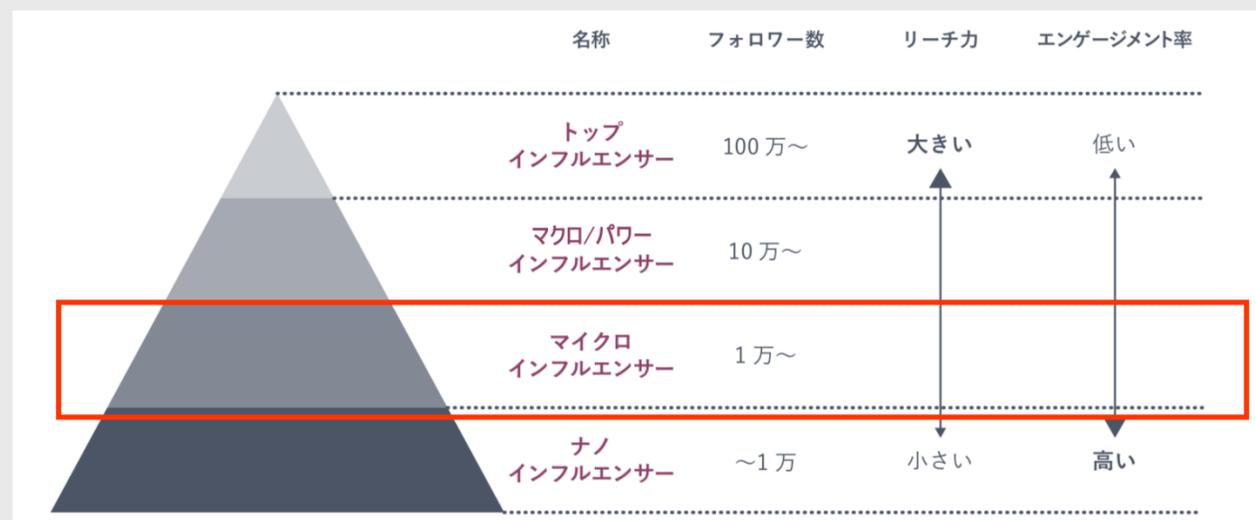


エンゲージメントの内訳/なぜマイクロインフルエンサーなのか？

反応が一番でやすいインフルエンサー層

バランスがよい

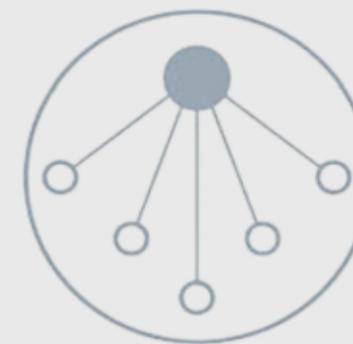
有名なインフルエンサーの方が拡散力はある。しかし、エンゲージメント（反応率）が低いのが特徴的である。対照的に、一般人となると影響力が皆無なのが特徴的である。マイクロインフルエンサーは、バランスがよいのが特徴的である。



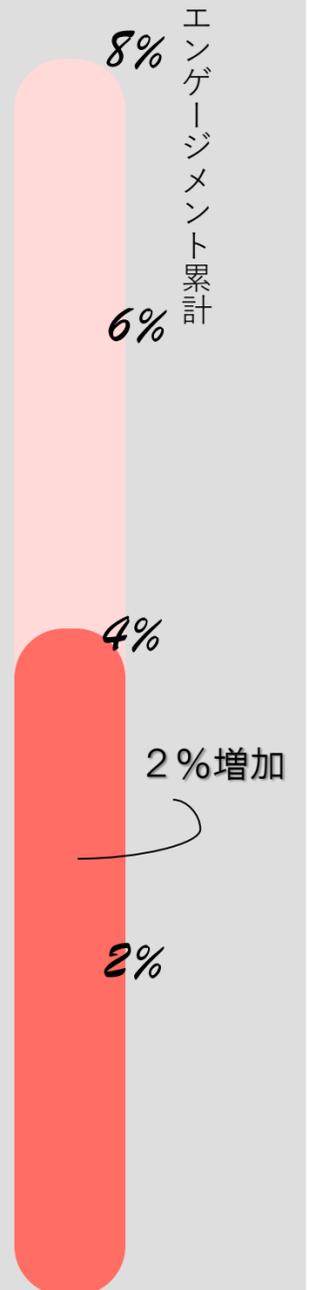
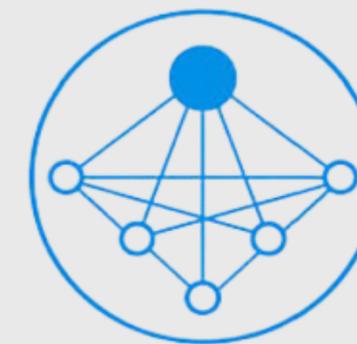
コミュニティの強さ

マイクロインフルエンサーは、有名インフルエンサーがひ弱いつながり1対nの関係であるのに対して、コミュニティが既に形成されているのが特徴的である。そのため、2次的な拡散が強いのが特徴的である。

1対nの関係



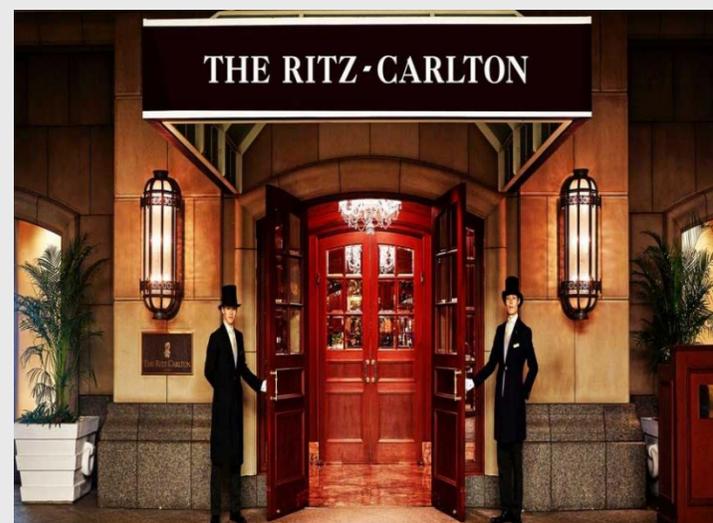
コミュニティ化





アパレルメーカー

アディダスなどで導入



ホテル

リッツカールトンなどで導入



地方創生

和歌山市などで導入

最低条件は、おおよそ旅行を投稿していること

“300件をリスト化し、全てに目を通してスクリーニング”

投稿のおおよそは旅行の投稿

投稿の7~8割は旅行系にすることで高いエンゲージメントを担保しています。

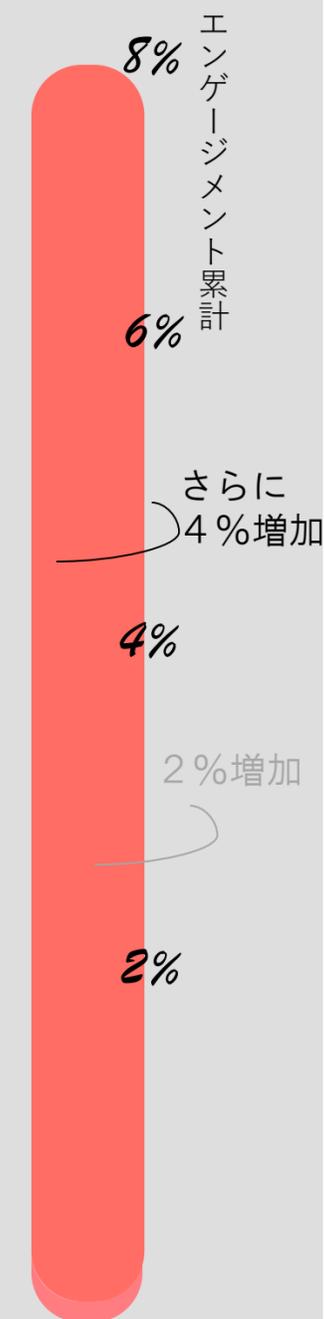
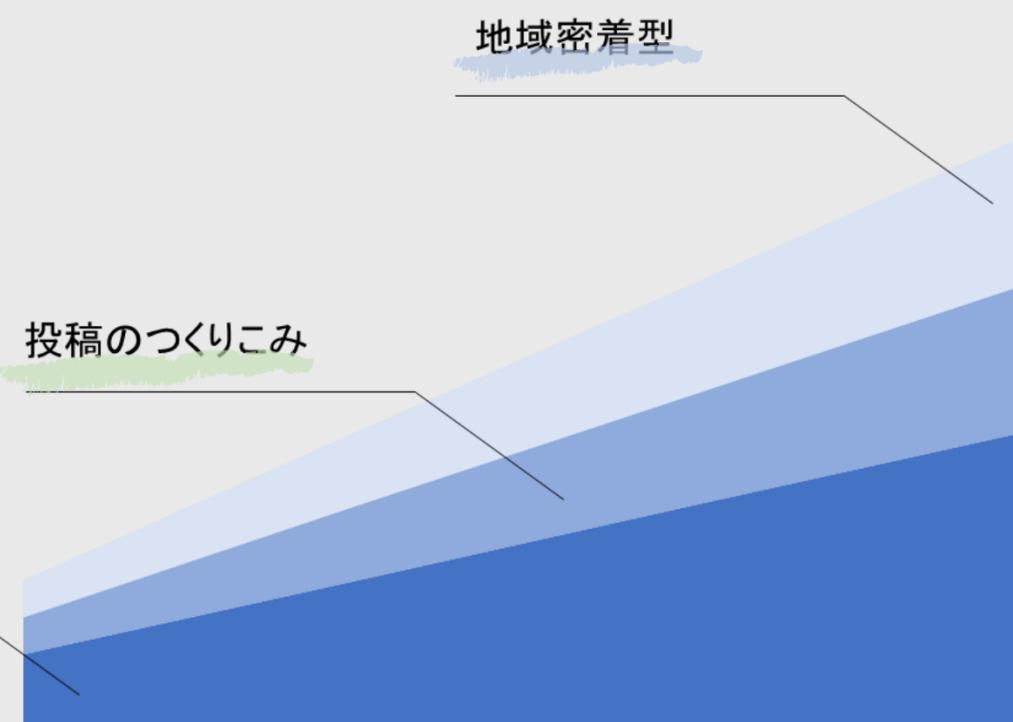
投稿のつくりこみ

投稿に世界観やインフルエンサー独自の視点での投稿が強いエンゲージメントをつくりこみます。

地域密着型

地域密着は親近感や共感力を高めます。

投稿のおおよそは旅行の投稿であること



スクリーニング検証



膨大の数の投稿

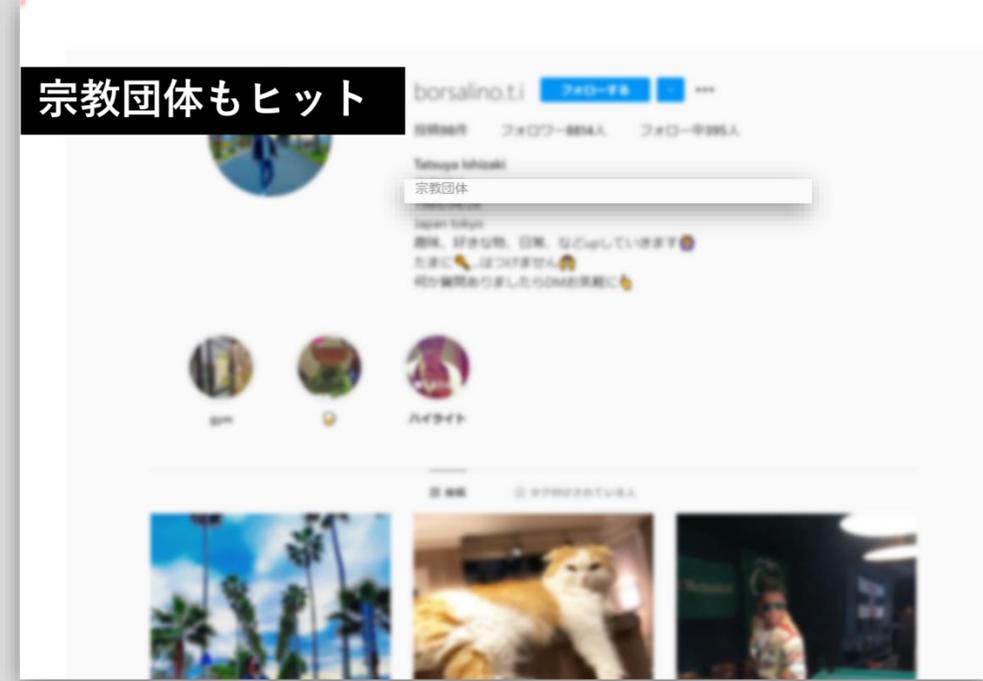


スクリーニングを
ココナラで行ってもらう

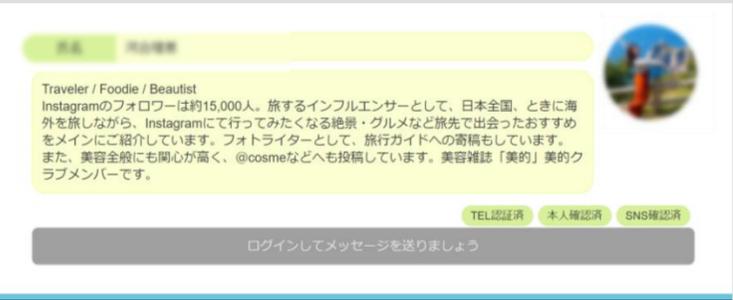
他者のスクリーニング (AI系)

スクリーニング検証結果

#タグでのスクリーニングは質が悪いのが特徴



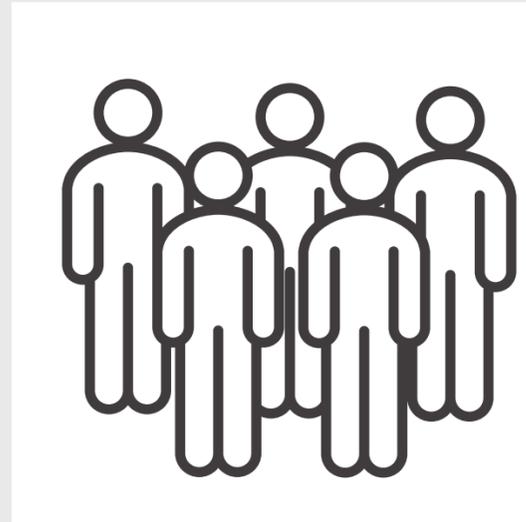
旅行もコスメも、グルメもなんでもPRする人がほとんど





instagram

×



マイクロインフルエンサー

×



独自スクリーニング

2%

+

2%

+

1~3%

合計 7%~MAX 8%

旅行に特化×手軽に発信できる

- ・ 最低料金10,000円～提供
- ・ ITの知識は不要

競合サービスとの比較

	価格	手軽	ITの知識	旅行に特化
自社 (たびふぁんinc)	○	◎	◎	◎
SNS プロモーションサービス	△	△	◎	○
OTA	×	○	○	◎
SEOサービス	×	○	◎	△
広告 (旅行雑誌広告など)	×	×	◎	◎
自分で発信	◎	◎	×	◎

自社のポジショニング

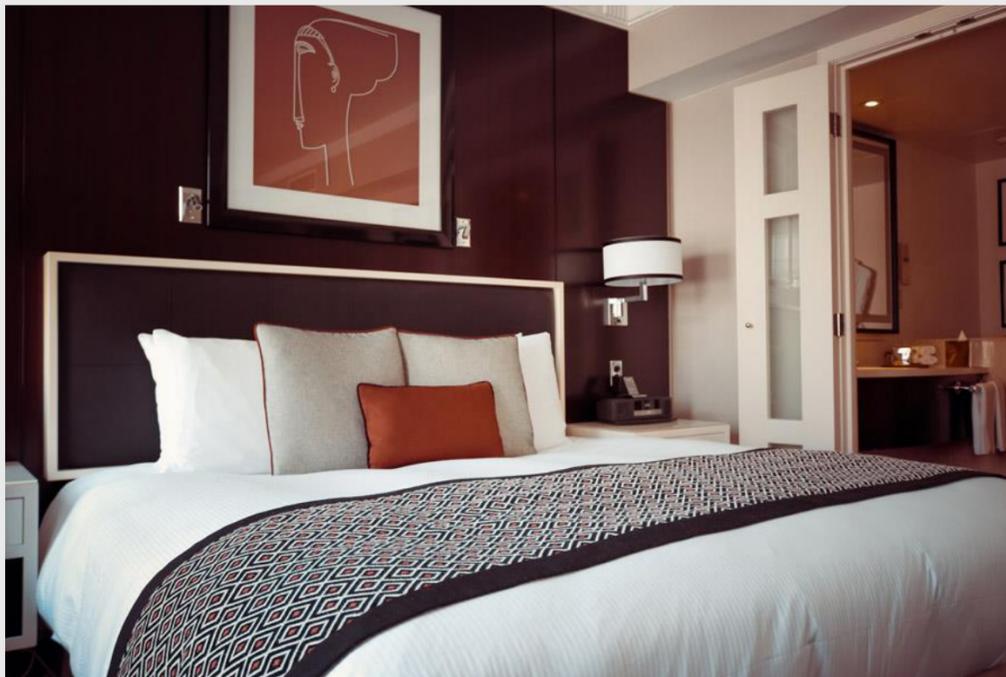


宿泊施設のメリット

空き部屋の活用

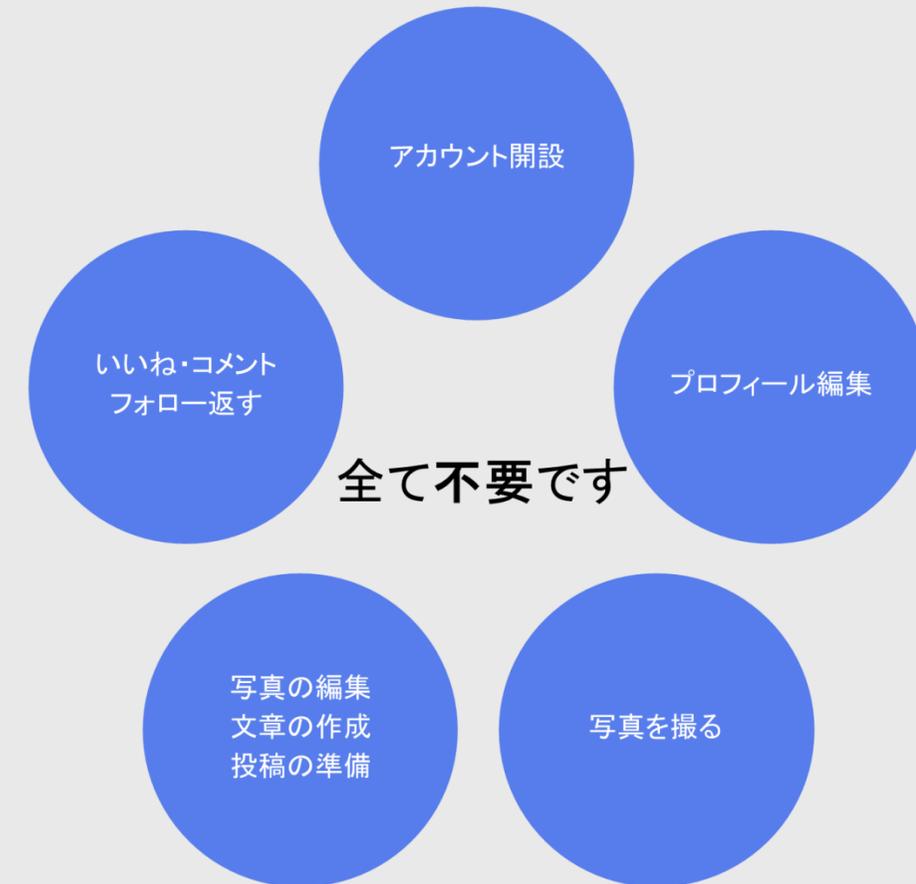
例：稼働率の低い、平日の空き部屋を活用

空き部屋を有効活用することで、
 広告費を削減することができます。
 忙しい日常業務の中、SNSの発信も不要です。



ITの知識は不要

SNSやったことなくてもOK！
 やることが多いSNSですが、全て不要なのがポイントです。



手数料以外の必要なことは **部屋の提供のみ**

タダor格安で泊まれる

宿泊施設様の平日の稼働率が低い
 空き部屋を利用しております。
 そのため、無料もしくは格安で宿泊できます。
 案件の中では、高単価案件です。



実績作りになる

宿泊施設でのPRは大きな実績です。
 他のサービスでPRする時の
 アピールにもなります！



エンゲージメント率 **7%**を測定

秩父市（埼玉県）にある中小規模の宿泊施設

2020年12月08日～2020年12月09日
1泊2食の宿泊、夕朝食付き



フォロワー：2.6万人

いいね・コメント/1回

いいね数

1756 (8782)

平均対比

3.5 (倍)

コメント数

35 (175)

平均対比

7 (倍)

送客目安（LP流入数）

PV合計

426

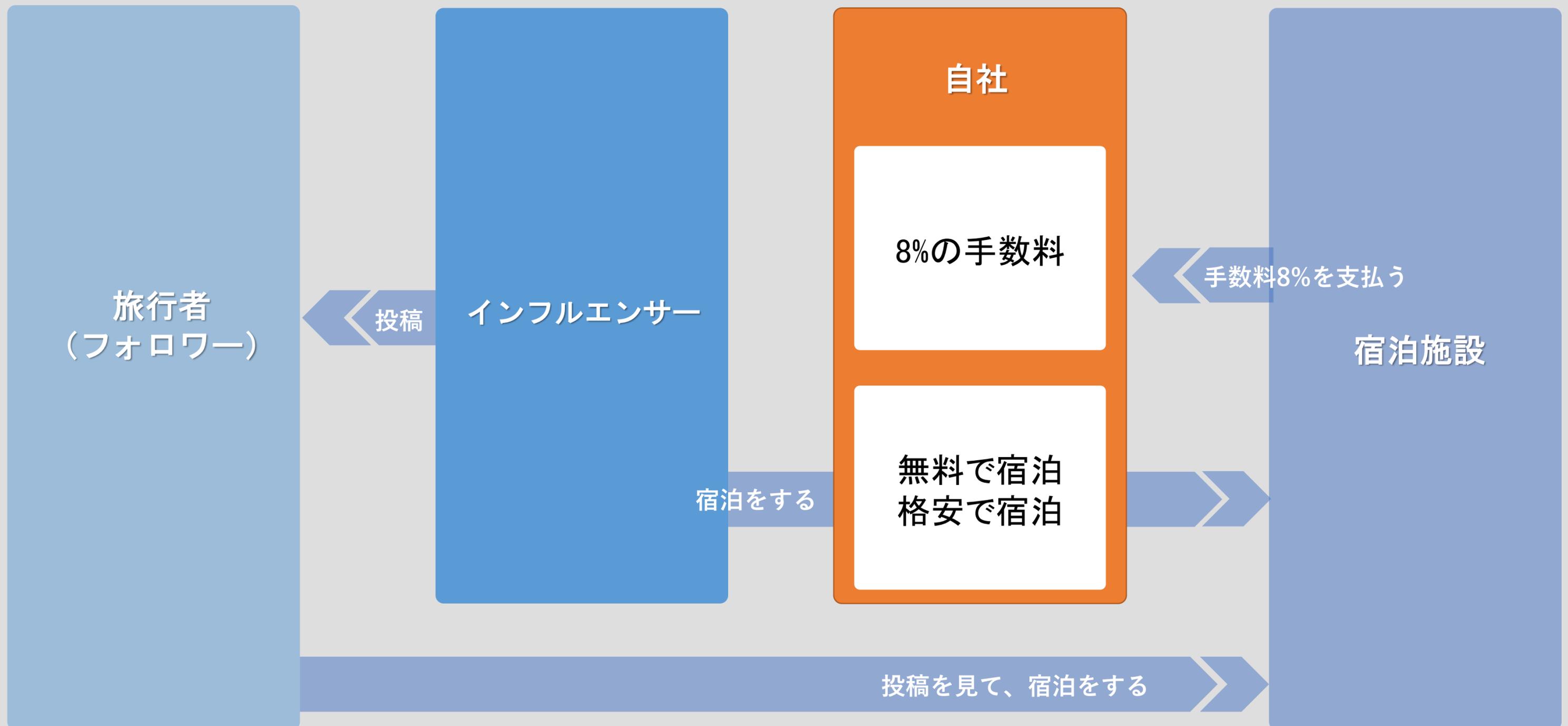
UU合計

414

有名人を起用した場合との比較

	 価格	 連絡・アポ	 効果
自社（たびふぁんinc）	安価	簡単	5～7%
有名インフルエンサー 有名人	高い	難しい (事務所通す可能性)	1.7%

インフルエンサーは無料で宿泊。8%の手数料で収益化



中小宿の市場規模はとて大きい

旅行の送客市場(TAM)

5280億円

中小宿の広告宣伝費・送客費等(SAM)

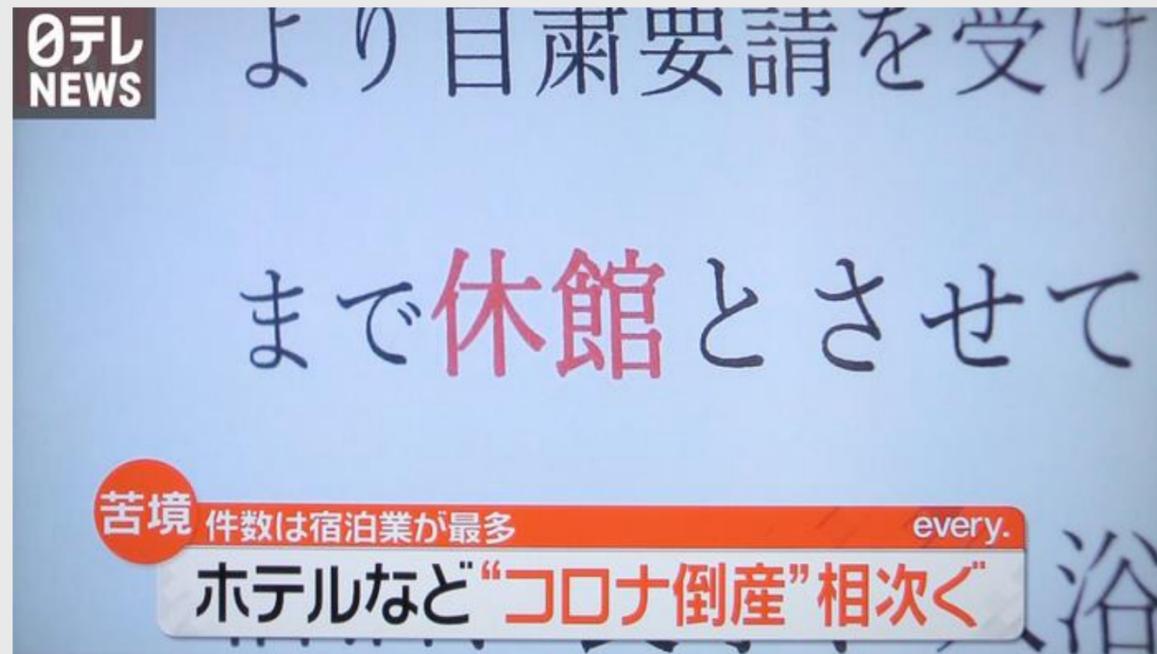
156億円

対象の中小宿(SOM)

25億円

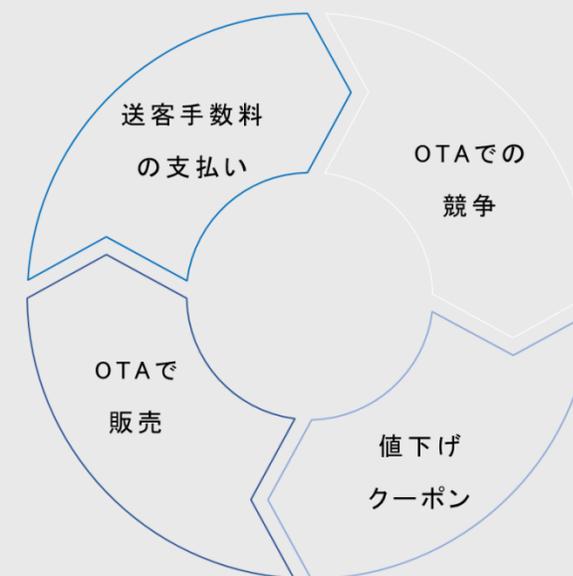
コロナウイルスで困っている観光を支援

新型コロナウイルスで観光業界・旅行業界は大きな打撃を受けました。私たちは、宿のPRから観光業界へ貢献します。



OTA依存モデルを脱却（業界課題）

現在、OTA（オンライン・トラベルエージェンシ）はリピーターの定着を付けることが難しく、OTAへ送客手数料を都度支払、繋ぎとめるため依存をしなければならないという課題があります。私たちは、OTA脱却のため宿自らPRを行うお手伝いをします。



OTAのサイトには多くの宿が掲載されている。リピーター定着は難しい。

MEDIA



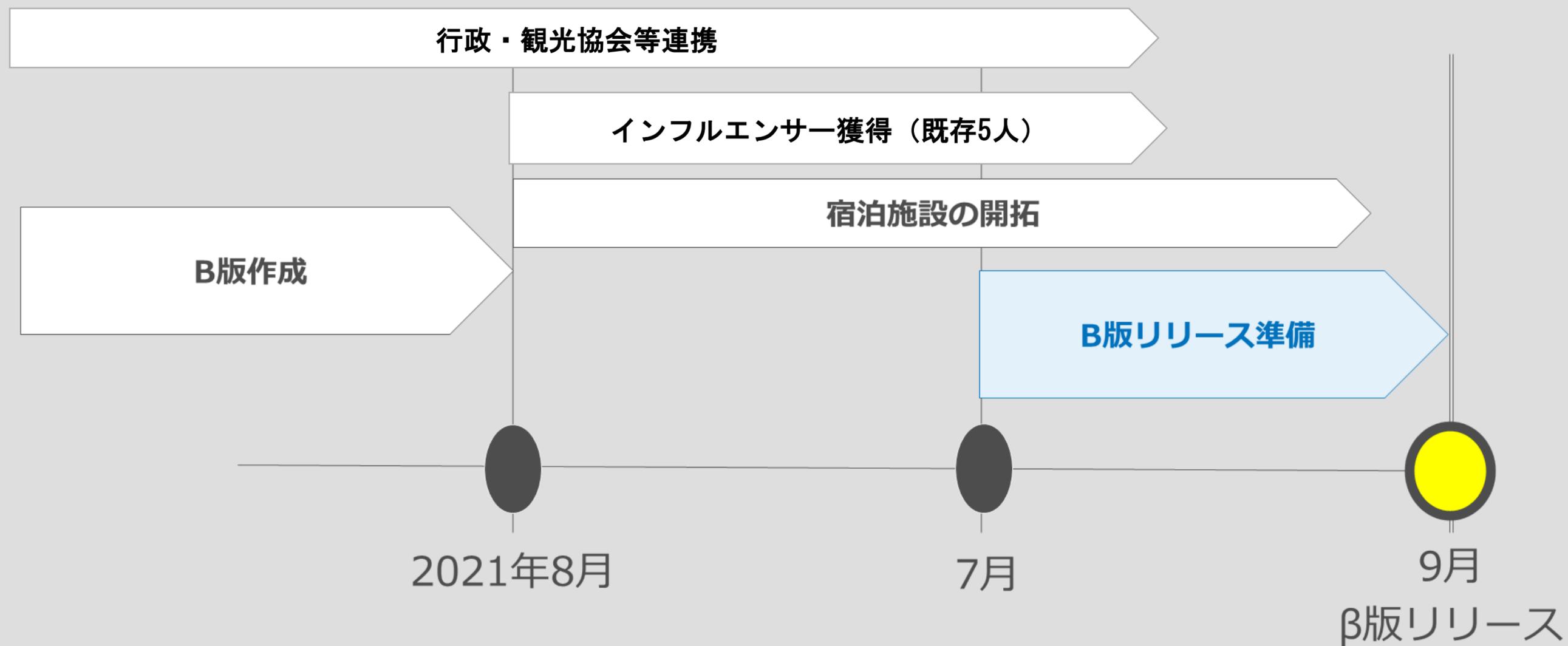
ほか多数

PROGRAM&CONTEST



ほか多数

B版を9月にリリース予定



COMPANY



代表取締役

西岡 貴史

温泉ソムリエ、国内旅行業務取扱管理者。
株式会社リゾートワークスに立ち上げから参加。
2021年02月に株式会社たびふぁんを創業。
NEXs tokyo会員採択
ローカルベンチャーラボU35特別枠採択



メンバー

飯塚友也

大学のゼミで大磯町の地方創生に携わる。大学自体は、1人旅をし日本の魅力をinstagramで発信。趣味は、国内旅行で将来の夢は島暮らし。

ADVISER



Omoiieru

オモイエル株式会社 CEO

近田 侑吾

東京大学 大学院工学系研究科 修了。
技術者として外資系の大手半導体製造装置メーカー。
その後、コンサルティングファームに転職。
オモイエル株式会社を設立し、これまでに60社・200
テーマ以上で企業の製品・サービス開発を支援。現
在、株式会社たびふぁんでアドバイザーを務める。

FIN

 **たびふぁんinc**

会社名：株式会社たびふぁん

所在地：東京都港区南青山2-2-15

設立：2021年02月

連絡先：info@tabifun.jp

ホームページ：<https://tabifun.jp>

NEXs tokyo会員採択



tabifun_official

lovr ip_fun