



## 株式会社セームページ

---

担当者 代表取締役 高木昭博

Mail [md@samepagenet.com](mailto:md@samepagenet.com)

携帯 080-6349-7993

# 01. Tebura(仮名称)

---



Teburaは、ツアーパッケージを使っていない個人旅行者の観光時間を最大化するため  
Web上で荷物預け場所を見つけて、予約可能なWebアプリです

# 目次

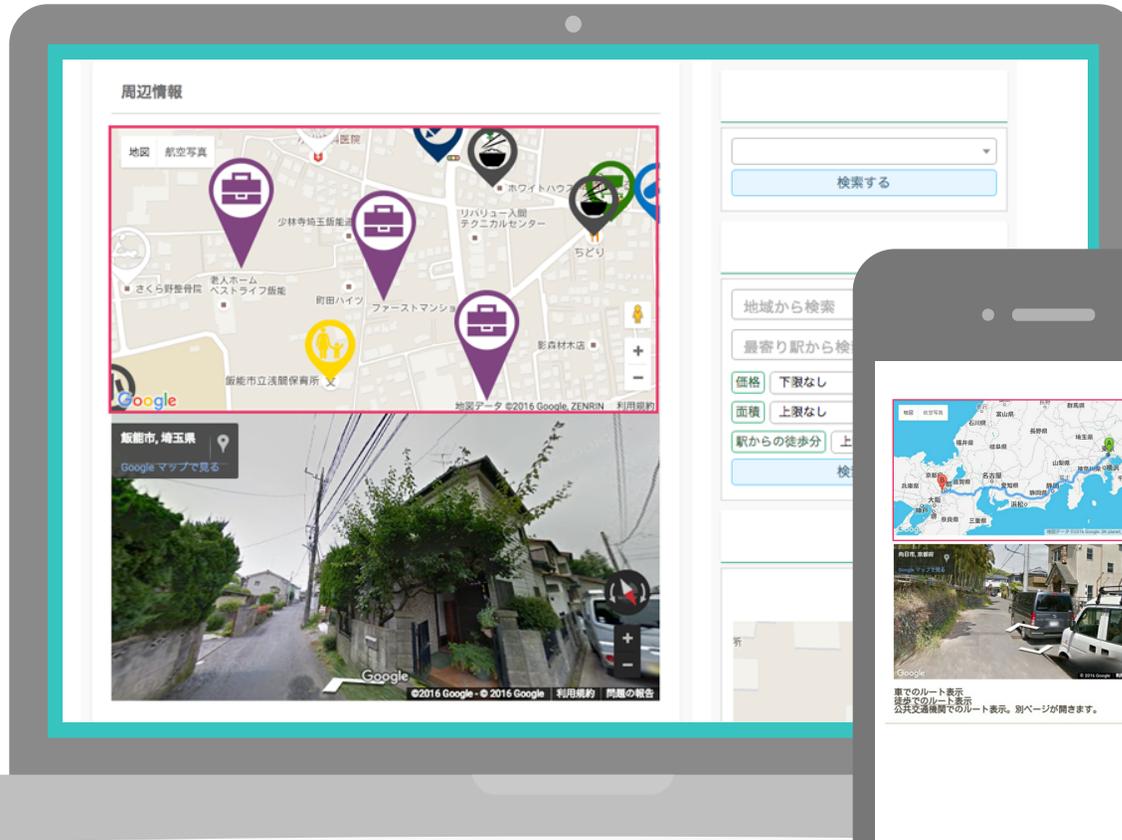
---

- 1) 目次
- 2) サービスデモ画面（日本語版）
- 3) 個人旅行者が手ぶら観光をするための問題
- 4) Teburaのソリューション
- 5) ペルソナ
- 6) ユーザープロセス及びソーシャルビジネスについて
- 7) ビジネスチャート
- 8) 銀座 数寄屋橋 – 調査シート
- 9) 銀座数寄屋橋交差点にて購買したモニター
- 10) 預け場所オーナーヒアリング
- 11) リスク事例
- 12) Our Team
- 13) 2年目システム公開後の営業施策及び調査実績
- 14) 市場規模
- 15) 売上経費グラフ
- 16) 競合比較表
- 17) タイムライン
- 18) ビジョン
- 19) Locations
- 20) 参考情報

# サービスデモ画面 (日本語版)

※実際の機能がご覧になりたい方は、  
プロトタイプをお見せできますのでご連絡下さい。

## Desktop Version



## Mobile Version



## Tebura

Tebura上では、預け場所を含めた、観光地のマップが表示可能です。預け場所表示されるアイコンは、下記になります。

- ・ 飲食店
- ・ 駅
- ・ Free wifiスポット
- ・ バス停
- ・ コンビニ
- ・ 病院 etc

## ルート機能

スマホでは、GPS (注釈) を使ってルート機能が利用できます。目的地までの、徒歩、車、公共交通機関でのルートが参照出来ます。

※GPS (全地球測位システム/グローバルポジショニングシステム) とは、人工衛星を利用して自分が地球上のどこにいるのかを正確に割り出すシステム。

# 個人旅行者が手ぶら観光をするための問題

---



## 問題①

現地へ行かないと、荷物の預け場所を予約できない。



## 問題②

ホテルからホテルへ移動中の時に、荷物を持って移動しなければならない



## 問題③

英語しか話せないため、英語を話せる駅員、警官が見つからず、ロッカーなどの手荷物を預けれる場所が探せない。

# Teburaのソリューション



## インターネット上で、荷物預け場所を見つけて、予約可能

Web上で、荷物預け場所を探す、予約、決済を行うことで、観光地でスムーズに手ぶら観光を実現。事前に場所がわかることで、観光ルートで迷わず、観光時間を最大化。預け場所の担当者が英語を出来なくても会話が必要ないので、問題ありません。



## 貸し会議室、飲食店、民泊を中止した個人オーナーの空き時間や空きスペースを活用

観光地にある貸し会議室、飲食店、民泊を中止した個人オーナー物件などを預け場所で活用し観光収入を増やす。

1箇所辺り、最大1日100,000円の売上。1㎡辺り2,000円（スーツケース6個）×10㎡×5h



## クレジットカードでの円以外での支払い

利用超過分なども全てWeb上で決済されるため、荷物預け場所では、献金取引が不要。

# ペルソナ

ユーザー属性 : 訪日外国人 (観光)



- ・ スマホ持参
- ・ 年齢 : 30歳
- ・ 結婚 : 未婚
- ・ 年収 : 500万円以上
- ・ 趣味 : 旅行
- ・ 性別 : 男・女
- ・ 言語: 英語もしくは中国語が話せる
- ・ ガイドやツアーを使わない個人旅行者

## ご利用シーン



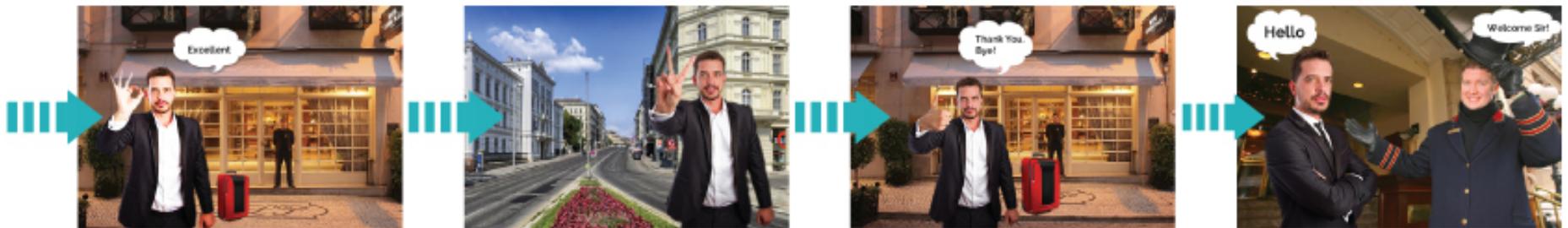
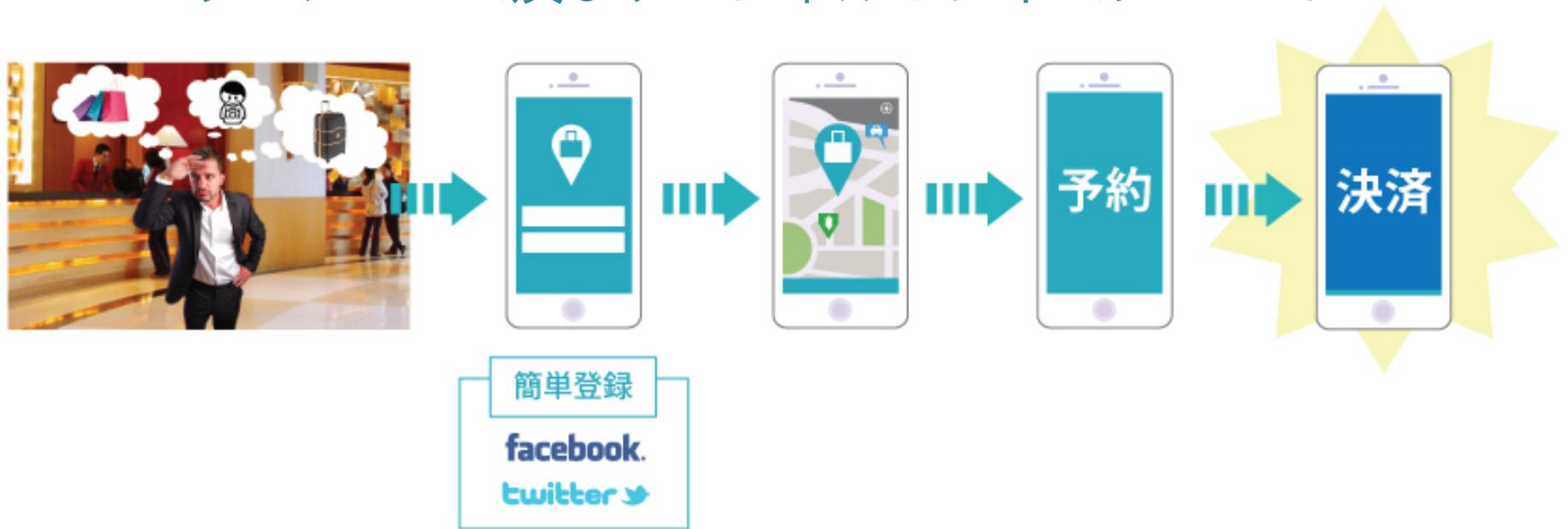
- ・ 大きな買い物をしたが他の箇所も観光したい
- ・ ホテルからホテルへの移動時に、観光地へ立ち寄りたい
- ・ ディナーパーティや仕事の打ち合わせに出る前後に、服装を着替える必要がある。その為服装を持ちあるいてるが、観光時には現地で預けたい。
- ・ 英語もしくは中国語しか話せないなので、日本語しかできない  
駅員や警官に聞いても、ロッカーがを見つけ出せない。※弊社で実施した訪日外国人アンケート50名で、100%ロッカーの利用経験がない。

以下は対象外

ツアーガイドなどを使う観光客。

東京・大阪以外のタクシーなどが頻繁に使われる車移動の観光地へ立ち寄る観光客。

# ユーザープロセス及びソーシャルビジネスについて



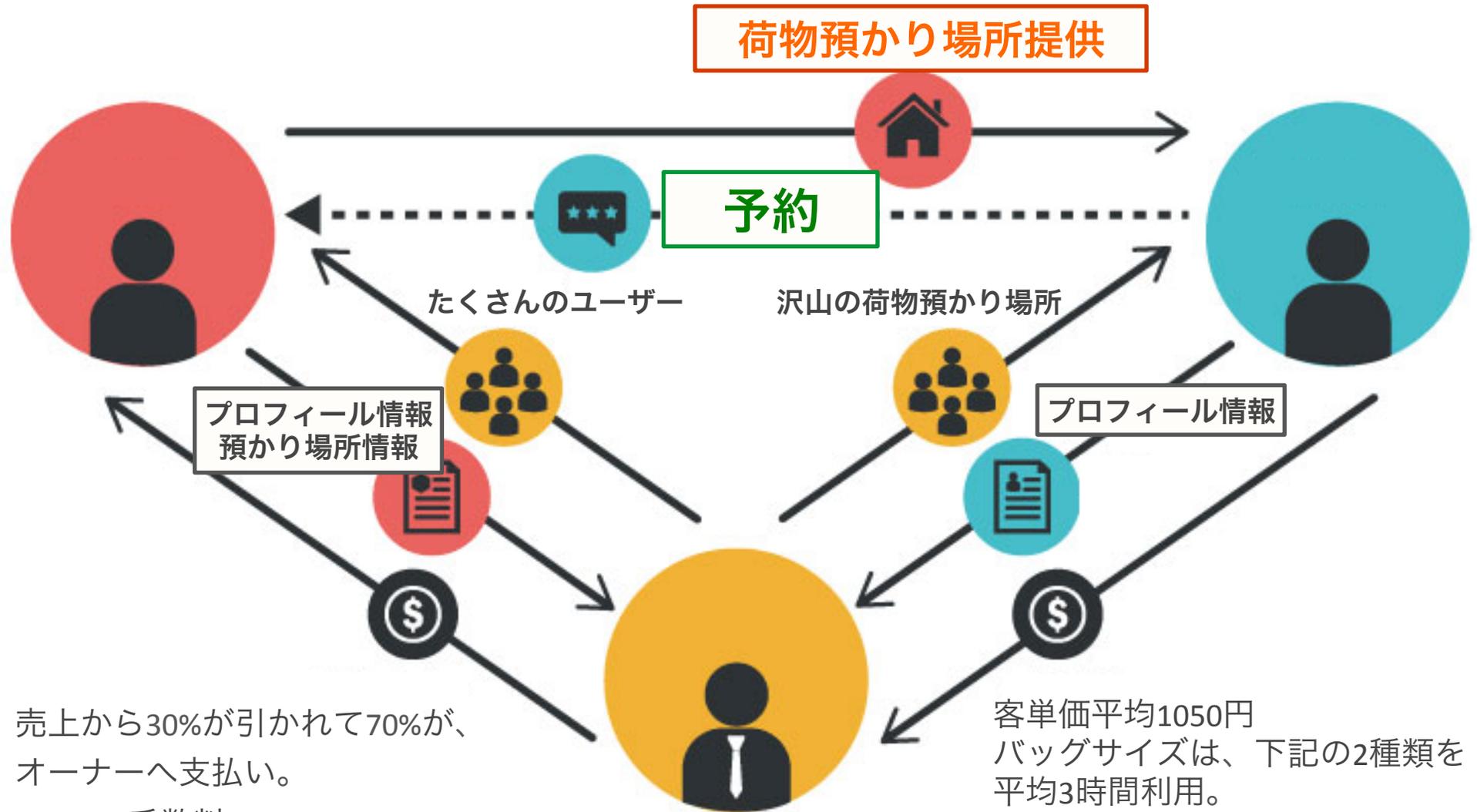
## ソーシャルビジネス

teburaでは、預け場所オーナーが、ソーシャルビジネス「 Bangladesh の低所得者のための求人情報サイト事業」に寄付する割合を、最低10%から選べる仕組みとなっています。

この仕組みによって、預け場所オーナー、観光客が社会貢献を行い、ちょっと良い気持ちで観光して頂く事が可能です。また、約300円が寄付されますので、そのお金で、貧しい人へ1つ仕事を届ける事が出来る。

One luggage for One job. 一つの荷物で、 Bangladesh へ1つの仕事を届ける。

# ビジネスチャート



売上から30%が引かれて70%が、  
オーナーへ支払い。  
30%10%手数料  
平均20%ソーシャルビジネスへ寄付

客単価平均1050円  
バッグサイズは、下記の2種類を  
平均3時間利用。  
 $(400 \times 3 + 300 \times 3) / 2 = 1050$ 円  
1. スモール: 300円の40Lのバッグ  
パック  
2. ビッグ: それ以上のサイズの  
スーツケース

# 銀座 数寄屋橋 — 調査シート

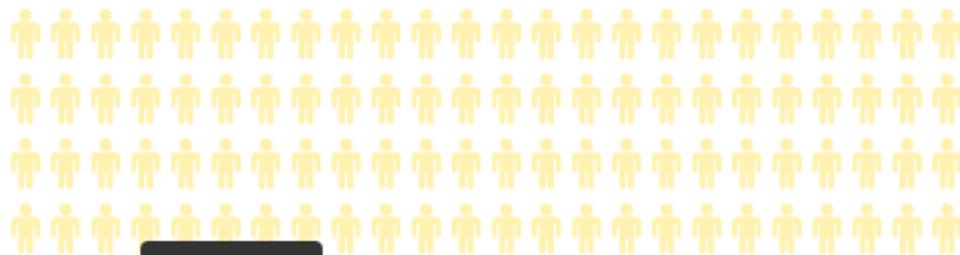
## 4/10 銀座数寄屋橋にて手荷物預かりを行った

● 実施時間：午前10時～午後14時まで

● 料金設定：1時間300円

3名が利用

数寄屋橋を通った方の2%が大型荷物を持っており、その内の約3%が購買に至った。  
また、2名がメールでの事前登録を希望し、メールアドレスを提供して頂けた。



● 購入者  
3



● 事前ユーザー登録者  
2

● 潜在顧客 ● 購入者

● 購入者 ● 事前ユーザー登録者



# 銀座数寄屋橋交差点にて購入したモニター



Jane Doeut  
40歳日本人女性  
シンガポールから

重いスーツケースを、運びながら観光するつもりだったので預ける場所が見つかって、助かりました。お陰様で手ぶら観光を楽しむことが出来ました。アプリが出来たらぜひ使いたいと思います。

銀座駅の中を20分探しても、ロッカーが見つからずたまたま預ける所が見つかったので、助かりました。アプリが出たら絶対使います。



John Doeut  
22歳日本人女性  
国内地方から

# 預け場所オーナーヒアリング



不動産屋さんからairbnb（民泊）の物件運用を注意されたので、収入が減ってた所だったので、収入をを上げるために利用したいです。

## IT会社経営Airbnb民泊運営（2物件所有）

開店が18時からで仕込みは朝から行なってるので、その間スペースを活用して、売上を上げたいです。アプリ上で完結するので、英語が話せなくても良いというのが利用の決め手でした。飲食業界は、薄利なので、日1万円でも売り上げが上がると、長期で利用します。



千駄木 焼き鳥店



不動産屋さんから民泊利用は断られたのですが、これだと違法でもないですし、エステ・マッサージ店は空き時間が沢山あるので、上手く活用したいと思います。

## 六本木エステ・マッサージ店経営



# リスク

## リスク事例

荷物が無くなる、もしくは損傷する

預けていた荷物が無くなる理由は、下記の理由があります。

1. 荷物の取り違え
2. 預けたスタッフが盗む

## ソリューション

1. 荷物のチェックインを識別番号、写真により、Web上で管理します。
2. 荷物預け場所は、法人登記をされている場所、もしくは、商店街などの自治体推薦の場所とします。
3. 紛失、損傷は、本サービス提携の保険会社との契約でカバーします。

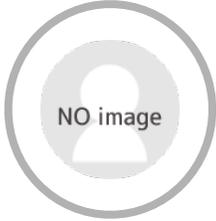
# Our Team



高木 昭博  
代表取締役



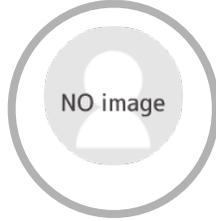
高木 加七絵  
Web、ロゴデザイナー



川上 泰徳  
Webエンジニア契約社員  
SP-google map プラグイン開発者



Mohammad Nurul Islam  
在バングラデシュ日本名誉総領事  
Samepage Ltd. 会長



Mahamudul Hasan  
Webエンジニア / SamePage LTd  
SP-google map プラグイン開発者



アドバイザー  
ベンチャーKANDA  
インキュベーションマネージャー

## 最新技術！弊社開発オープンソースプラグイン



SP-Google Mapは、オープンソースのホームページツールのWordPressで、利用できるプラグインです。  
。スマホGPSからユーザー位置情報を取得してのルート機能、レイアウト変更機能をプログラミングが書けなくても使えるよう開発しました。  
現在世界の開発者から評価を頂いています。

# 2年目システム公開後の営業施策及び調査実績

## 2年目システム公開後の営業施策

196606人の顧客を獲得するため、下記の施策を行う。

1. 147000人=各種旅行ポータルサイトに登録する。\*Tripadvisor, japanguide.com, Lonely planetなどが対象。  
訪日観光客1339万人の内ターゲット196万人の50%98万人に認知。その内約15%を147000人獲得
2. 3,000人= facebook広告運用  
100ビューで、2人の購買するユーザーを獲得。コストは、広告費用が1ビュー5円の為、1ユーザー辺り500円。旅行中、半径17km、英語でターゲット属性を設定することで、獲得コストを下げる事が可能となる。獲得コスト 3,000ユーザー獲得に $3000*500=1500000$
3. 36000ユーザー=ロッカー情報や近隣情報を掲載し、有益なコンテンツを表示することでSEO対策を行い、google及びyahooからの検索流入を見込む。SEOにて、年間累計ユニークユーザー360,000の内10%36000人獲得
4. 10,000人 = 代表高木、現社員2名の3名で渋谷駅などで忍者の服装で街頭に立って宣伝活動を行う。週2日行い、100,000人に認知、当日もしくは後日に10%の10,000ユーザー登録
5. ニンジャは、海外でも認知が強く、社会貢献活動をするニンジャブランドとして海外メディアへのPRを行い、3の施策をサポートする。

## 調査実績

1. 街頭外国人インタビュー50名
2. 国交省手ぶら観光担当部署 総合政策局 物流政策企画室 大庭 課長補佐、近藤氏にヒアリング
3. 預け場所オーナーヒアリング: 飲食店、エステ店、民博利用者 etc
4. アメリカ旅行市場をインターネットにて調査。\*4年目より進出準備予定。
5. 調査結果: New york: Total 47,000,000 visitors (62.6%), International: 12,200,000 (16.2%) Source: [http://www.forbes.com/2010/04/28/tourism-new-york-lifestyle-travel-las-vegas-cities\\_slide\\_10.html](http://www.forbes.com/2010/04/28/tourism-new-york-lifestyle-travel-las-vegas-cities_slide_10.html) [http://www.crainsnewyork.com/article/20150823/HOSPITALITY\\_TOURISM/150829979/exchange-rate-bah](http://www.crainsnewyork.com/article/20150823/HOSPITALITY_TOURISM/150829979/exchange-rate-bah)

# 市場規模

## 2015年訪日観光客数

1339万人

アクセス可能な市場  
Total Addressable Market [TAM]



196万人

サービス可能な市場  
Serviceable  
Addressable Market  
[SAM]

## 市場規模概要



2015年訪日観光客数 1339万人=  
訪日外客数1970万人×主な目的が観光の割合68%



サービス可能な市場は、196万人となる。  
内訳は、訪日観光客数1339万人に、下記の割合  
を掛けたもの。

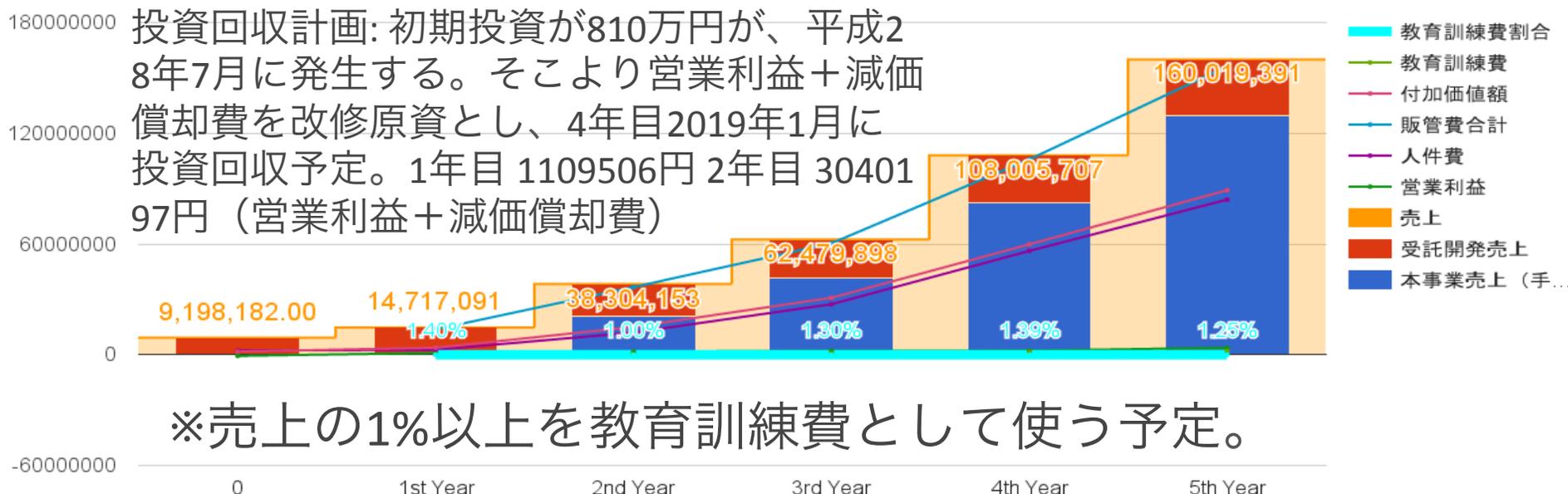
1. 個人旅行者 70%
2. 年収500万円以上の世帯 52%
3. 2大都市圏へ訪問 56%
4. ネットが使えるユーザー 80%
5. 英語もしくは中国語が話せるユーザー 80%

2015年訪日観光客数	個人旅行者割合	個人旅行者数	年収が500万円以上の割合	年収が500万円以上の世帯
13396000	70.00%	9377200	52.00%	4876144

2大都市圏へ訪問割合	2大都市圏へ訪問数	ネットが使えるユーザー割合	英語・中国語が分かるユーザー	サービス可能なユーザー数
56.00%	2730641	80.00%	90.00%	1966061

# 投資回収計画及び売上経費グラフ

5年間の売上



	0	1st Year	2nd Year	3rd Year	4th Year	5th Year		
本事業売上(手数料10%)	0	0	20,643,643	41,287,286	82,574,573	129,502,031		
受託開発売上	9,198,182.00	14,717,091	17,660,509	21,192,611	25,431,134	30,517,360		
売上	9,198,182.00	14,717,091	38,304,153	62,479,898	108,005,707	160,019,391		
営業利益	-652,958	951,583	1,669,557	2,118,894	2,200,315	3,733,294		
人件費	2,220,000	2,680,000	12,020,000	27,348,000	56,234,000	84,038,840		
販管費合計		13,765,508	36,634,596	60,361,004	105,805,392	156,286,097		
付加価値額	1,718,891.00	3,789,506	15,060,197	30,831,217	59,798,637	89,136,457		
教育訓練費		200,000	400,000	800,000	1,500,000	2,000,000		
教育訓練費割合		1.40%	1.00%	1.30%	1.39%	1.25%		
人件費説明	カスタマーサポートアルバイト年収100万×1名 アルバイト営業年収100万×1名※ニンジャの格好 2年目に、忍者の格好で街頭への認知を広げるアルバイトもしくは学生インターンを、2名雇い入れる。マーケット社員年収600万 合計892万の前期からの増加		3年目にプログラマー、UXデザイナーを雇用予定。年収600万。アルバイト2名追加。カスタマーサポートアルバイト年収100万×1名 営業年収100万×1名 100万×2人 1600万		4年目に、アメリカのマーケット一年収1200万、プログラマー2名600万追加。アルバイト2名追加 年収100万×2名合計2600万		5年目に、アメリカのマーケット一年収1200万1名 アメリカ用のカスタマーサポート 年収600万円×1名 アメリカでのアルバイト年収200万×2名 合計2200万	

# 競合比較表

## 競合比較表

	ホテル	駅・観光地のロッカー	土産物屋	配送業者の預かり店舗 全国80箇所	Tebura
Webでの検索	✓	✗	△	△	✓
観光地に設置	✗	△	✓	✓	✓
予約可能	△	✗	△	✓	✓
店舗設置コスト	△	✗	✗	✗	✓
預け場所までのルート機能	✓	✗	✗	✗	✓

新たな競合リスク: 海外だと、民泊のairbnb、国内だとレンタルスペース・貸し会議室の予約サービス Spasemarket、空き駐車場予約サービスアキッパなどが、新規事業で参入してくる可能性がある。その際に、先行者メリットを活かして、ロッカー情報や観光地の近隣情報を弊社が集めており、良質なコンテンツを提供している為、SEO（\*google上位表示）及びUX（\*ユーザー体験）で競合に勝つ。

# タイムライン

## Step 1 2015/11～

荷物預け場所店舗インタビュー  
及び外国人ユーザー市場調査

We are here  
六本木エステ・マッ  
サージ店にて、4月17  
日よりテストマーケ  
ティング。

## Step 3 2016/10～

プロトタイプ運用開始

## Step 0 2015/5

国交省が手ぶら観光を推進。  
サービス拠点用のロゴマーク  
を配布。

## Step 2 2016/4

テストマーケティングの為、  
街頭での荷物預かりサービス

## Step 4 2017～

東京全体の観光地で  
サービス開始

2016年1月 2015年1年間に日本を訪れた外国人客は過去最高の1973万人になったことが、日本政府観光局（JNTO）の推計で明らかになった。政府は2020年までに年間2000万人を目標としてきたが、これがほぼ達成できたことから、2020年の目標を3000万人に引き上げた。

# ビジョン



株式会社セームページ  
代表取締役 高木 昭博  
AKIHIRO TAKAGI

## ビジョン

世界中の情報格差を無くし、優秀な人々が公平な機会を得られる社会を作る。

## ビジョンが生まれた背景

私は、去年9月より半年間、経産省/HIDA 海外グローバル人材育成インターンシッププログラムでバングラデシュにてビジネスの研修を受けてまいりました。その際、バングラデシュの地場企業 30社以上を訪問した結果、経済が未だ発展途上な原因の一つとして経営者、労働者双方の階級社会的な価値観が根強く残っており、起業一丸となって1つの目標に向かう事が難しい現実を感じました。私は、日本の戦後の経済成長の陰には、経営者が利益を従業員に配分する「公平な価値観」そして終身雇用制度のように、長期雇用を促進することにより、高い従業員教育を施せる事があったのではないかと、そうだとしたらこの歴史を、バングラデシュや世界の経済発展につなげることができると思っています。

共に進もう、同じ行き先へ

We Are on the SamePage.

10年後は、民泊が文化として受け入れられているアメリカ、オーストラリア、ヨーロッパなどへ展開予定である。\*民泊が文化として受け入れられている国は、荷物預かりの心理的ハードルが少ない。

# Locations

---



# 参考情報

---

- 旅行・観光消費動向調査 観光庁  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html>
- 観光統計 観光庁 <http://www.mlit.go.jp/common/001094683.pdf>
- 旅行・観光消費動向調査 平成26年・年間値（確定値） [http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02\\_000254.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000254.html)
- 日本人の国内旅行 JTB  
<https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2014/10/nenpo2014p12-31.pdf>
- 統計データ（訪日外国人・出国日本人） | マーケティング・データ | 日本政府観光局（JNTO） [http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism\\_data/visitor\\_trends/](http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/)
- 訪日外国人消費動向調査 観光庁 <http://www.mlit.go.jp/common/001107179.pdf>
- 平成25年 訪日外国人の消費動向 <http://www.mlit.go.jp/common/001032143.pdf>