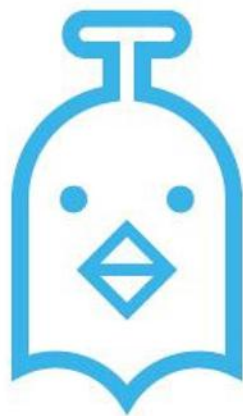


株式会社C-ONE



TRIPPY

観光×スマホアプリ

メンバー紹介

丸山善弘 (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 勤務 (原子カプラント設計)
- ・Westinghouse Electric Company LLC. 出向 (AP1000プロジェクト 中国浙江省駐在)
- ・株式会社C-ONE設立 観光客向けCtoCアプリ「Trippy」開発メンバー

永井遼太郎 (ナガイ リョウタロウ)

- ・私立開成高校 卒業
- ・東京大学法学部 在学中 (現在4年生)
- ・株式会社C-ONE設立 観光客向けCtoCアプリ「Trippy」開発メンバー
- ・中国在住経験

王航洋 (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3年生) 北京大学に留学中
- ・日中学生会議 2017年度 代表
- ・株式会社C-ONE設立 観光客向けCtoCアプリ「Trippy」開発メンバー

高東 (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 (中国支社、日本支社)
- ・K l a b株式会社

佐藤大哲 (サトウ ダイテツ)

- ・私立開成高校 卒業
- ・筑波大学落合陽一研究室 共同研究学生 在学中 (現在4年生)
- ・筑波大学人工衛星「結」プロジェクト 開発メンバー
- ・筑波大学産学間連携推進室 室長
- ・輝日株式会社 代表取締役 ※筑波大学発ベンチャー企業
- ・株式会社C-ONE 観光客向けCtoCアプリ「Trippy」開発メンバー (輝日 (株) による業務提携)

1 想像する未来社会とコア技術等

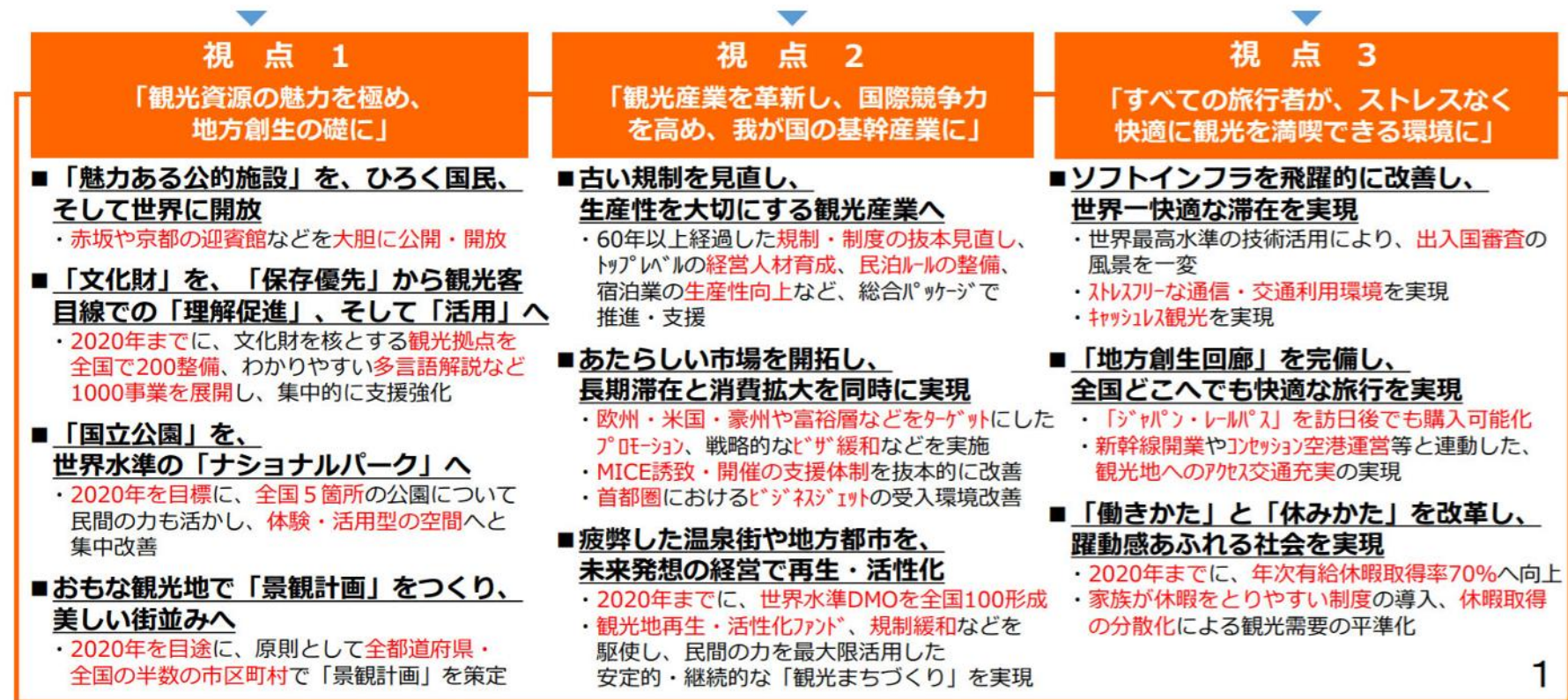
Trippy とは？

安価で良質な観光ガイド（地域スペシャリスト）と外国人観光客をマッチングできるC to C型のプラットフォームです。

（日本における観光業界の現状）

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る。

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る。



1 想像する未来社会とコア技術等

(問題点)

日本政府観光局(JNTO)より

		英語	フランス語	スペイン語	ドイツ語	中国語	イタリア語	ポルトガル語	ロシア語	韓国語	タイ語
通訳案内士数	2014年	11,865	811	720	538	2,202	182	105	289	964	24
	2012年	10,813	728	687	509	1,941	167	96	255	863	18
	伸率	9.7%	11.4%	4.8%	5.7%	13.4%	9.0%	9.4%	13.3%	11.7%	33.3%
訪日外客数	2014年	960,352	91,534	56,498	53,027	3,912,352	41,558	25,879	41,558	1,642,131	390,376
	2012年	664,424	58,893	29,671	33,771	2,108,343	21,573	15,615	20,908	1,136,171	135,297
	伸率	44.5%	55.4%	90.4%	57.0%	85.6%	92.6%	65.7%	98.8%	44.5%	188.5%
伸率差	34.8%	44.0%	85.6%	51.3%	72.2%	83.6%	56.3%	85.5%	32.8%	155.2%	
訪日外客数 1,000人当たり 案内士数		12.4	8.9	13.2	10.1	0.6	4.6	4.2	7.0	0.6	0.06

①観光客の増加にガイド（通訳案内士）の数が追いついておらず、訪日外国人はほぼ日本語しか通じない日本において、公共交通機関や観光スポットの予約などの様々情報収集に多大な手間や時間がかかっている。

②観光客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中、外国人観光客がガイドを探るとき、煩雑な手続きが必要であり、また、間に仲介者を挟むために快適にガイドをつけることができない。

③ガイド自体にも、近年、大きな需要ギャップが生じている。中国本土や東南アジアといった英語を話せない人が多い国・地域からのインバウンドが急増している一方で、日本人にとって身近な外国語英語であり、中国語などで案内できるガイドが不足している。

(Trippyで実現する未来社会貢献とは?)

国が掲げる3つの視点にTrippyが大きく貢献！！

「視点1：観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

「視点2：観光産業を改革し、国際競争力を高め、我が国の基盤産業へ」

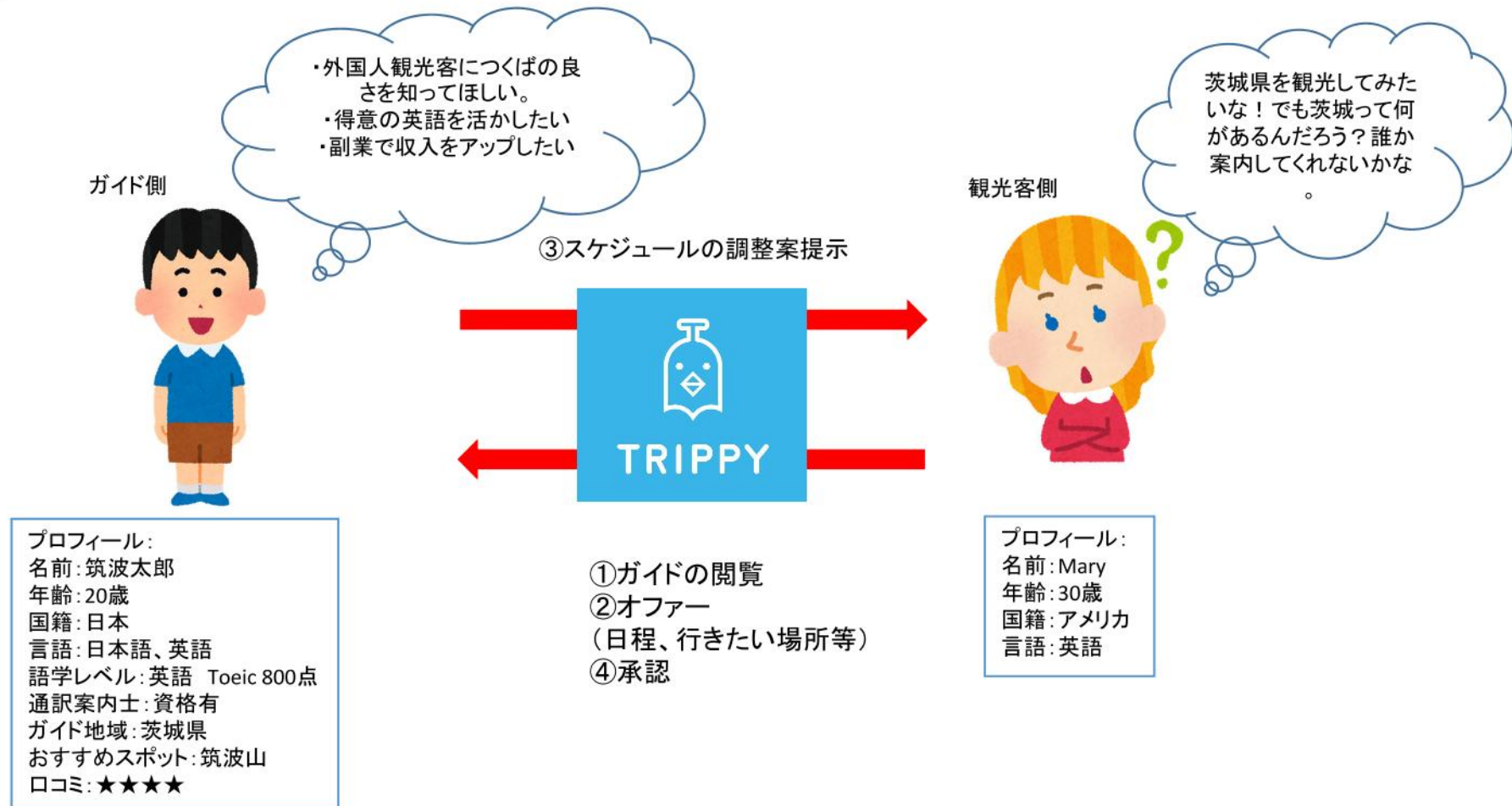
「視点3：すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

1 想像する未来社会とコア技術等

Trippyの仕組み

自社で開発したスマホ等のアプリにより安価で良質な観光ガイドと外国人旅行客をマッチングするプラットフォームを提供する。本アプリは、ガイド情報（通訳案内士情報、顔写真、言語、過去ガイド経験、口コミ評価など）を記載しているのので、ガイドの品質を確保すると同時に観光客が自身でガイドを選択できる。よって、訪日外国人観光客は安価で容易に自身にあった観光ガイドを探すことが可能となる。

一方で、ガイド側にとっても日中の時間を有効活用して、国際文化交流に貢献でき、かつ副業として収入を得ることが可能となる。

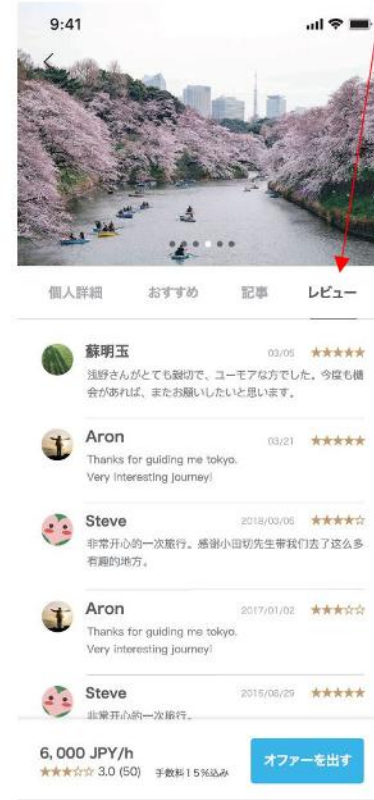


1 想像する未来社会とコア技術等

Trippyのイメージ図

自信に合ったガイドを条件検索
(語学、日程、地域、ガイド歴等)できる

評価や口コミを記載させるシステム設計のため、ガイドの品質を保ち、安心してガイドを選択できる。

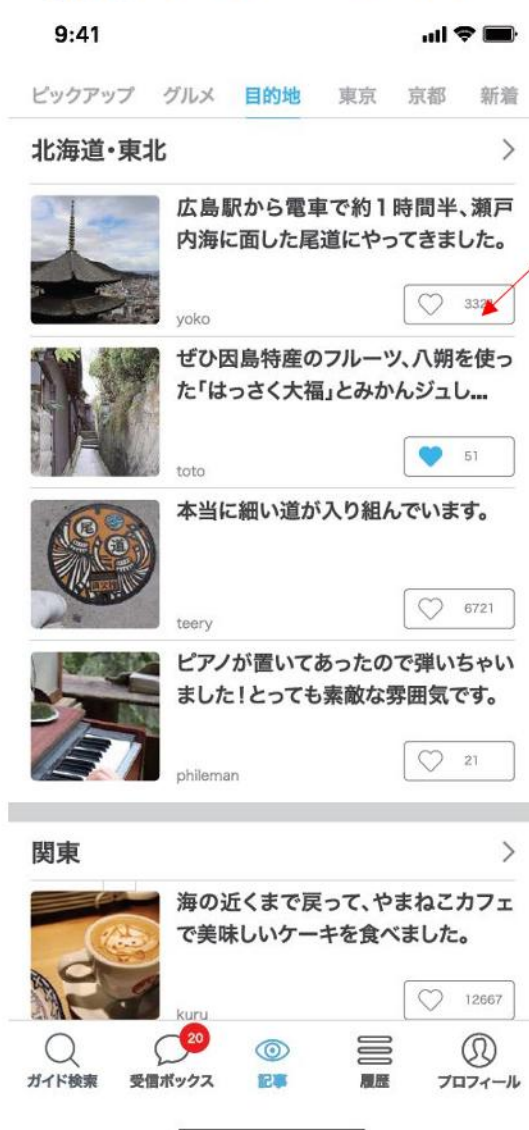


顔写真、口コミ評価、語学レベル、通訳案内士資格有無が一目で分かる

ガイド自身が書いた紹介文、おススメスポット、過去の写真、ガイドの条件等も閲覧でき、自分に合ったガイドを探せる。

1 想像する未来社会とコア技術等

Trippyのイメージ図



ガイドが記載した記事を選択し、記事を読んで、好みのガイド案内を依頼できる



モロッコ サハラ砂漠の学校で子どもたちの教育支援談初アフリカ大陸! ❤️

 koto [ガイドを依頼する](#) いいね 2063 件 >

性別：男 / 対応言葉：日本語、中国語 / 価格：1000 JPY/h

「はっさく大福」とみかんジュシ...ぜひ因島特産のフルーツ、八朔を使った「はっさく大福」とみかんジュースをお供にしてください。八朔を使った「はっさく大福」。

ぜひ因島特産のフルーツ、八朔を使っぜひ因島特産のフルーツ、八朔を使った「はっさく大福」とみかんジュシ...た「はっさく大福」とみかんジュースをお供にしてください。八朔を使った「はっさく大福」。

ぜひ因島特産のフルーツ、八朔を使った「はっさく大福」とみかんジュースをお供にしてください。ぜひ因島特産のフルーツ、八朔を使った「はっさく大福」とみかんジュースをお供に

1 想像する未来社会とコア技術等

Trippyによる未来社会の実現に貢献

① **地元と観光客を繋げる国際的文化交流の促進** 「視点3」 「視点1」

- ・日本各地、地元のリアルを発信。観光客の視線を地方へも。
- ・生の言語を練習することができる。
- ・未来の我が国にとって、その存在が大きなものになっていく中国をはじめとするアジア諸国の人々との相互理解を促進する

② **インバウンド事業の更なる活性化** 「視点1」 「視点2」

- ・都心部の更なる活性化に貢献すると同時に、地方の需要に大きく貢献

③ **日本企業の海外進出へ貢献** 「視点1」 「視点2」

- ・地元ガイドにより日本が誇る魅力（食、建築、伝統芸能、アニメ、スポーツ）を海外へ発信することで、様々な分野の企業の海外進出のきっかけを提供

2 取り組む理由・期待される効果

①地元と観光客を繋げる国際的文化交流の促進

外国人観光客側：

自信に合ったガイドと共にすべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に！！

- ①せっかくの日本旅行なので、日本人と交流したい。
- ②ガイドブックに載ってない、穴場のレストランや観光スポットに行ってみたい。
- ③地元の人におすすめ旅行プランを考えてほしい。
- ④交通機関やホテルやレストランの予約など手助けしてほしい。
- ⑤日本の伝統的な文化を教えてほしい。

ガイド側：

地元PR、語学力UP、副収入により地方創生の礎に！！

- ①自身の語学力を活かして、外国人観光客に日本の良いところを発信したい。
- ②更なる自身の語学力向上のために、ネイティブスピーカーを会話したい。
- ③相手の国のことをもっと知りたい。
- ④外国人の友人が欲しい

2 取り組む理由・期待される効果

②インバウンド事業の更なる活性化

- ・都心部の更なる活性化に貢献すると同時に、地方の需要に大きく貢献

ガイドブックやインターネットでの評価の高い観光スポットやレストランが賑わっている。

→実際にはガイドブックやインターネットに載っていないが、素晴らしい観光スポットやレストランが日本には数えきれないほどある。

ガイドブックで隠されてしまっている日本人（地域のスペシャリスト）が知るお勧めスポットを発信し、様々に地域企業の発展へ貢献する。

特に地方で効果大。日本のリアルな魅力を発信することにより、外国人観光客の更なる増加にも貢献！！

- ・手薄になりがちなアジア圏の旅行者へ

未来の我が国にとって、その存在が大きなものになっていくアジア諸国の人々との相互理解を促進する！！

2 取り組む理由・期待される効果

③日本企業の海外進出へ貢献

農業、漁業、様々な分野での日本の魅力を世界へ発信し、日本企業の海外進出へのきっかけを提供！！

<日本の魅力>

食：寿司、うどん、ラーメン、納豆、鰻、和牛、カレーライス等

伝統芸能：相撲、歌舞伎、落語、講談等

スポーツ：剣道、柔道、空手、将棋、囲碁等

アニメ：ドラゴンボール、聖闘士星矢、ワンピース、ジブリ等

建築：城、寺、神社、伝統的な木造建築等



つくば市の市民生活や行政サービスの向上や地域課題解決につながる効果

①つくば市内での観光スポットの活性化

筑波山やつくばエキスポセンターなどの科学技術施設、筑波山地域ジオパーク

②つくば市民や企業の収入UP

インバウンド収入やガイドによる副収入による地域活性化

③つくば市の魅力を海外へ発信

地元ガイドの増加によりつくばの魅力を世界へ発信！！

3 新規性・先駆性

Trippyの新規性・先駆性

外国人観光客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中、ガイド自体も各地方自治体によるボランティアが多く、品質のバラつきがある上、外国人観光客は自身に合ったガイドを選ぶことができない。

Trippyは外国人観光客と地元のガイドをCtoCプラットフォームでマッチングさせ、外国人観光客に良質で安価なガイドを提供する。

尚、平成29年の法改正により、通訳案内士ではなくてもガイドをできるようになったため、地元PRしたい方や語学を活かしたい方などが外国人観光客とマッチングできるプラットフォームの需要は多い。

また、Trippyはガイドの品質を保つように工夫されてシステム設計されているため、法改正による悪質ガイド等のあっせんの防止にも効果がある。

改正通訳案内士法が施行されました！

～訪日外国人旅行者の急増・多様化するニーズに対応するために～

平成29年6月2日に公布された改正通訳案内士法が、平成30年1月4日に施行されました。これにより、通訳案内士の業務独占規制が廃止され、今後は資格を有さない方であっても、有償で通訳案内業務を行えるようになるほか、通訳案内士の名称が「全国通訳案内士」に変更されるなど、通訳案内士制度が大きく変わります。

1. 背景

訪日外国人旅行者の受入環境の整備を図るため、通訳案内士資格に係る規制を見直すとともに、旅行の安全や取引の公正を確保するため、旅行に関する企画・手配を行ういわゆるランドオペレーターの登録制度の創設等の措置を講じる「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」（平成29年法律第50号）が、昨年6月2日に公布され、本年1月4日に施行となりました。

2. 通訳案内士法の改正内容

- (1) 業務独占規制の廃止・名称独占規制のみ存続
- (2) 地域通訳案内士制度を全国展開
- (3) 全国通訳案内士試験の試験科目の見直し
- (4) 全国通訳案内士に対して登録研修機関が行う研修の受講を義務づけ

業務独占規制が廃止され、今後は資格を持たない方であっても、有償での通訳案内業務を行うことが可能となります。なお、名称独占規制は存続するため、無資格者は「全国通訳案内士」、「地域通訳案内士」及びこれらに類する名称を名乗ることはできません。

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った

国土交通省観光庁HPより抜粋

3 新規性・先駆性

Trippyの特徴

- ・人と人を直接マッチングする（旅行者はガイドを選択できる。ガイドは旅行者を受け入れもしくは拒否できる）
- ・**お互い納得した旅行プランを事前に計画できる**
（旅行者が行きたい場所をリクエストできる。
ガイドが旅行者のリクエストを確認し、アドバイス、承認できる。）
- ・ガイドのおススメスポットやガイドが書いた記事を閲覧できる。
- ・**アジア圏、特に中国語圏に強みがある。**
- ・ガイドのプロフィール、口コミ評価、記事を充実させ、**ガイドの品質や個性を保つ。**
- ・手数料が**安い**
- ・Trippyのアカウントに対して、輝日（株）がCityroamのWifiへのログイン権限を付与できる。そのため、以下の場所で**無料でwifi接続できるため、海外旅行者でも直ぐに本アプリをダウンロードして使用することができる。**
 - ①大学や研究機関
 - ②公共交通機関
 - ③イベント会場
 - ④カフェ
 - ⑤アウトレットモール

類似のサービス：TRAVEE ※昨年サービス停止

良い点：

- ・HISが旅行プランを考えている。

悪い点：

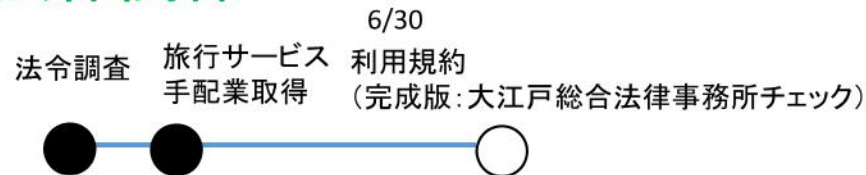
- ・旅行プランベースなので、プランを考える運営側の負担が多い。
- ・旅行プランが決まっているので、旅行者が本当に行きたい場所へ行けない
- ・ガイドのおススメスポットへ行けない。
- ・現在、アプリ（iOS, Android）がないので、使い勝手が悪い。
- ・英語が主流でアジア圏の旅行者へのサポートが弱い

4 製品・サービス等の開発のロードマップ

開発関係



法律関係



広告関係



マーケティング関係



5 つくば市で行いたいトライアルの詳細

Trippyつくば市観光案内ツアーの開催

語学が堪能で観光地に詳しいつくば市民が、外国人観光客に対してTrippyを通じてトライアルツアーを実施する。

トライアルの検証パターン

- ①**使用言語**: 中国語、英語
内容: 欧米系と中華系での旅行に対する目的等(ガイドへの要望等)の違いを検証する
- ②**観光客の人数**: 少人数、団体
内容: 観光客の人数に対する、ガイドへの影響と観光客への対応(十分に対応できるか?)を検証する
- ③**一日当たりのガイドの数**: 一人/日、複数人/日
内容: a. ガイドをエリアごとに用意して、一日で複数のガイドを少時間(各2時間)つけた場合
b. 同じガイドが一日中、案内した場合
を検証する
- ④**ツアーエリア**: 筑波山エリア、つくば市内(主に科学技術ツアー)
内容: つくば市の魅力的な観光スポットである筑波山とJAXA等の科学技術施設の2パターンのツアーを企画する。筑波山エリアについては、筑波山地域ジオパークと連携したい。



5 つくば市で行いたいトライアルの詳細

筑波山登山ツアー

※事前にガイドにはTrippy内でのプロフィールと記事を充実させてもらう。

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



- 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

筑波山地域ジオパークと連携したい!

筑波山ジオパークと連携して、
AR等の最新のテクノロジーを使ったガイドと観光客をマッチングさせる

筑波山地域ジオパークの構想

地域に住む人が地域の価値を再発見し、愛着を持ち、地域を好きになることに始まり、さらに訪れる方々にその価値を理解して頂くことで多くの人に好きになってもらい、地域活性化につなげることを目標にしています。

ガイドA
おすすめスポット: 筑波山
言語: 中国語



観光客A
言語: 中国語
人数: 8人



ガイドB
おすすめスポット: 筑波山
言語: 英語



観光客B
言語: 英語
人数: 2人



5 つくば市で行いたいトライアルの詳細

科学技術見学ツアー

※事前にガイドにはTrippy内でのプロフィールと記事を充実させてもらう。

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



- 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

6 トライアルの成果目標と今後の展開

トライアル目標（6か月間）

筑波山探検ツアー

ガイド（英語）	団体5組	少人数5組	マッチング回数	計10回
ガイド（中国語）	団体5組	少人数5組	マッチング回数	計10回

科学技術見学ツアー

ガイド（英語）	団体5組	少人数5組	マッチング回数	計10回
ガイド（中国語）	団体5組	少人数5組	マッチング回数	計10回

合計 マッチング回数 40回

各40回のツアーに対して、以下のフィードバックをもらう

- ①ガイド側からのアプリの仕様（使い勝手）等
- ②旅行者側からアプリの仕様、ガイドの口コミ、ツアーの感想等 ※アプリ内でも記載可能

今後の展開

Trippyの活動に賛同する地元ガイドにTrippyに登録してもらい、外国人観光客へ対してガイドを提供してもらう。賛同する自治体とも協力して、各地方の観光スポットをTrippyを通じてPRしてしていく。

短期目標：

日本全国にてガイドの登録数を増やす。目標登録数：10,000～20,000人
世界にて海外観光客の登録数を増やす。目標登録数：20,000～500,000人
マッチング数：300～1000件/日
ガイド売上：6億4800万円～21億6000万円（年間）
※ガイド料金を6000円/回と仮定（実際はガイドが自由に設定できる）

長期の展開

アジア圏を中心に、日本だけでなく本アプリの海外展開をしていく。
（中国、台湾、韓国、タイ、ベトナム等）

7 想定されるリスクと安全対策

1.システムに関するリスク

①パスポート情報の漏洩

対策：

- ・パスポート情報は、本人確認後に確実に削除する。

②サーバーへの不正アクセス等による個人情報の漏洩

対策：

- ・通信路暗号化、サーバへのssh、ログイン時の鍵認証の要求等。
- ・専門業者によるペネトレーションテストを十分に実施し、サービス公開前に脆弱性を検出する。

③不正なパスポート画像の提出による本人確認の偽装

対策：

- ・一般に、不正な認証画像はインターネット上を経由して取得されることが殆どである。本人確認のために送信された画像についてはインターネット上の類似画像検索を行い、同一のものがあれば本人への問い合わせも含めて入念に確認を行う。

(大抵の場合は、出金先口座情報とパスポート情報の一致を要求することで阻止できる)

④サーバの物理的な盗難、破壊

対策：

- ・サーバを設置するデータセンタには高いセキュリティ性を要求する。
- また、サーバ本体の死活監視を自動化し、24時間365日で不審な挙動がみられないかを監視する。

⑤サーバ故障等によるサービスの品質低下、連絡の途絶による旅行体験喪失。

対策：

主系（オンプレミス）と冗長系（クラウド）の2系統でサービス運用を行うことにより、片系がダウンした場合でももう片方でサービスを運用を続行できるようにする。

7 想定されるリスクと安全対策

2. サービス提供中に想定されるリスク

(利用規約に基づいて、サービスを利用してもらう)

① 旅行者によるガイドへの嫌がらせや犯罪等またはその逆

対策:

- ・今回のトライアルではガイドと旅行者へ予め運営側により選定する。
- ・マッチング前に互いのプロフィールや口コミを見ることができる
- ・登録時にパスポートの認証を実施する。
- ・マッチング前にメッセージのやり取りが可能
- ・通報機能や運営側のサポート有り

② ガイド料の不払い

対策:

- ・マッチング時点で運営側 (C-ONE) で資金を預かり、ガイド終了時点 (口コミ) を書いた時点でガイド側に支払うシステム設計

③ 待ち合わせ時間への遅刻やキャンセル

対策:

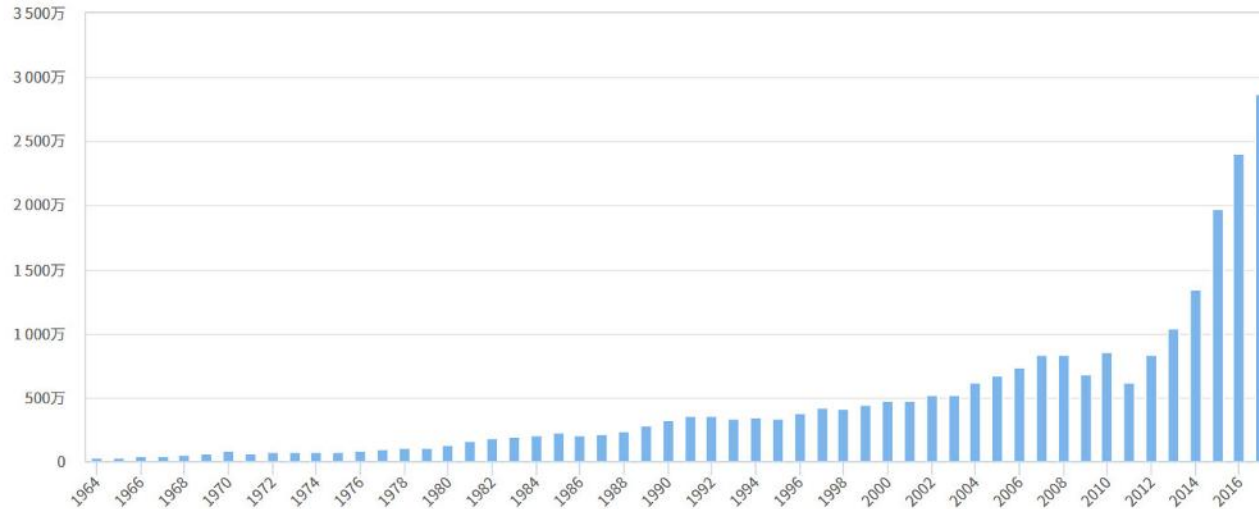
- ・今回のトライアルではガイドと旅行者へ予め運営側により選定する。
- ・アプリ内でのメッセージのやり取り可能
- ・ガイド開始時刻と完了時刻を運営側が把握できる仕様で設計

④ ガイドの能力不足

対策:

- ・今回のトライアルではガイドと旅行者へ予め運営側により選定する。
- ・旅行者側はガイドの途中でキャンセルできる。その場合は、キャンセル時点で自動清算を実施する。
- ・ガイドはプロフィールに語学能力やその他の能力・知識を記載でき、旅行者はそれをいつでも閲覧できる。

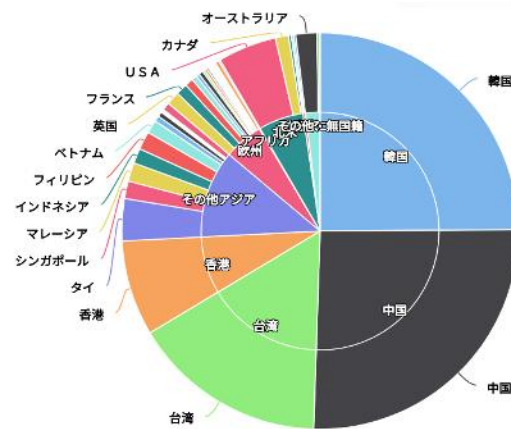
8 想定するマーケット（任意）



出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

都道府県別順位

第25位	富山県
第26位	鹿児島県
第27位	宮城県
第28位	香川県
<u>第29位</u>	<u>茨城県</u>
第30位	新潟県
第31位	佐賀県



出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

- ・ **トライアルを通じて将来的に社会実装が想定される製品・サービス等が想定しているマーケット（市場規模、顧客層等）**

市場規模：

外国人観光客の増：約2800万人（2017年度）

観光客のメインターゲット：

①中国、韓国、台湾等のアジア圏

8 想定するマーケット（任意）

		英語	フランス語	スペイン語	ドイツ語	中国語	イタリア語	ポルトガル語	ロシア語	韓国語	タイ語
通訳案内士数	2014年	11,865	811	720	538	2,202	182	105	289	964	24
	2012年	10,813	728	687	509	1,941	167	96	255	863	18
	伸率	9.7%	11.4%	4.8%	5.7%	13.4%	9.0%	9.4%	13.3%	11.7%	33.3%
訪日外客数	2014年	960,352	91,534	56,498	53,027	3,912,352	41,558	25,879	41,558	1,642,131	390,376
	2012年	664,424	58,893	29,671	33,771	2,108,343	21,573	15,615	20,908	1,136,171	135,297
	伸率	44.5%	55.4%	90.4%	57.0%	85.6%	92.6%	65.7%	98.8%	44.5%	188.5%
伸率差		34.8%	44.0%	85.6%	51.3%	72.2%	83.6%	56.3%	85.5%	32.8%	155.2%
訪日外客数 1,000人当たり 案内士数		12.4	8.9	13.2	10.1	0.6	4.6	4.2	7.0	0.6	0.06

日本政府観光局(JNTO)より

市場規模

通訳案内士が外国人観光客に対して不足している。

ガイドユーザーのメインターゲット：

- ・ 語学が堪能で国際的文化交流に興味がある大学生、主婦、退職した方
- ・ 通訳案内士等の資格を持っており副業したい方
- ・ 日本の大学や日本語学校の留学生
- ・ 外国語教師

9 市に求める支援等（任意）

今回の筑波山登山ツアーと科学技術見学ツアーの二つのトライアルツアーを成功させるために、以下を支援を希望します。

1. 一般社団法人 つくば市国際交流協会等のボランティアガイドの紹介

モニター（ガイド側）紹介・広告等の支援：

通訳案内士、「英語観光ガイドボランティア養成講座」修了者、その他国際交流に興味がある方にTrippyのガイドとして参加してもらう。今回は筑波山と各科学技術施設に熟知した方とする。

今までボランティアガイドとして活動していた方にTrippyを活用することで報酬が入るようにする

2. 筑波山地域ジオパークとの連携

筑波山ジオパークと連携して、筑波山登山ツアーの専門的なガイドを登録してもらう。AR等の最新のテクノロジーを使いながら地層や岩、植生等のガイドを観光客とマッチングさせる。

3. つくば総合インフォメーションセンター

観光案内所によるモニター（観光者側）紹介・広告等の支援：

つくば市の観光者に対して、Trippyの広告及び紹介をしてもらうことでマッチングの支援をしてもらう。

4. 今回のトライアルツアーの各案内エリアの承諾及びガイドあっせん

JAXA筑波宇宙センターや産総研など各科学技術施設に対してのガイドツアーの承諾と各施設を熟知しているガイドの紹介をしてもらう。茨城県との調整も含む。

サイエンスツアーバスの紹介やTrippyとのコラボを検討してもらう。

5. 友好都市・深セン市（中国）との協力

中国（深セン市）に対してのTrippy（つくばトライアルを含める）の広告

深セン市CityPlusにTrippyのつくばトライアルの記事を掲載し、日本への観光客へ向けて、Trippyを使用してもらう。

6. つくば市のアセットを活用したPR

①つくば市で実施する観光イベント等でのTrippyのPRの場の提供：

市で実施する観光や国際交流関係のイベントでTrippyのPRの場を提供してもらうことで、本アプリの認知度を上げる。

②Trippyのユーザー登録数向上のための経費の支援：

つくばエクスプレス、関東鉄道、茨城空港等でTrippyの広告をすることで、アプリのユーザー登録数を向上させる。