

BOJ株式会社 代表取締役

野口 貴裕

埼玉県生まれ。中学卒業後、カナダ・ケベック州の高校へ単身留学。カナダ・オタワ大学を卒業。

マーケティングリサーチ会社を経て、2008年ソニー株式会社に入社。翌年よりアメリカへ赴任。車載事業を統括し、2年で売上を1.5倍に伸ばす。

約12年の北米滞在歴、30カ国以上の旅行経験から、日本独自の文化や自然、生活様式の魅力を再認識する一方で、それら「本当の日本の美しさ」が海外に知られていないことを強く実感。2014年10月に欧米インバウンドに特化したBOJ株式会社を設立。2017年7月、東武鉄道株式会社と資本業務提携。



① 訪日体験事業：自社企画のプランを含め、現在は約350の文化体験プログラムをBeauty of Japan (beauty-of-japan.com)にて販売中。取扱客数は年間約2万人。

② 訪日ツアー事業：Beauty of Japan Toursというブランドで欧米豪からの個人/団体/Incentiveの訪日客を取り扱っている。

③ コンサルティング事業：欧米人目線でのツアーを造成し、海外へのプロモーションサポート、ならびに①と②を通じた送客支援を行う。

日本の美しさとは・・・

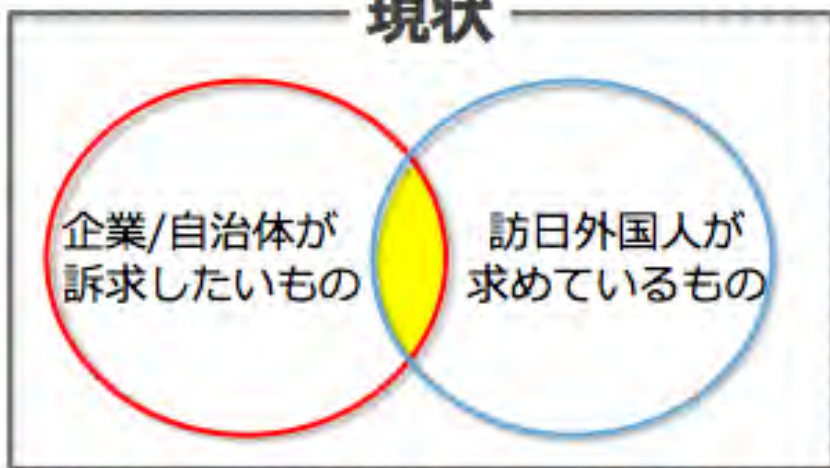


我々にとって日々の暮らしの一部

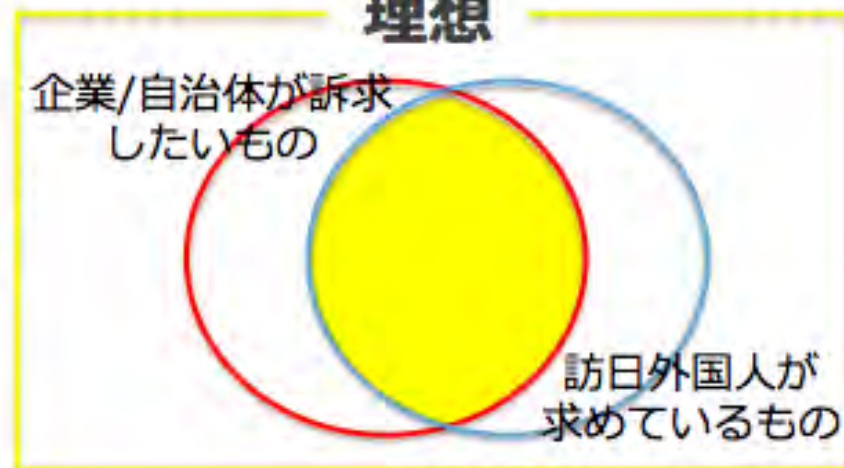


ターゲット設定の重要性

現状



理想



- ❖ 「誰に」「何を」訴求するのか
- ❖ ターゲットが求めていること

- ❖ 「弱み」を「強み」に
- ❖ 地域の特徴の明確化



地方での取り組みの一例（宮城県松島町）



伊達文化を知る松島・塩釜名所巡りと漁業民泊ツアー



塩釜エリア

- 高級茶葉の喫茶、お茶と日本酒のカクテル
- 酒蔵見学と喫茶体験
- 郷土料理のランチ

松島エリア

- 茶室（重要文化財）で海を眺めながら茶道体験
- 国宝のお寺や日本庭園を観光
- 民宿で地元の方と海鮮料理を囲む(夕食)
- 漁師に教わる漁業体験
- 採れた魚介類でプライベートBBQランチ
- 田んぼ道と海を眺めるサイクリング



- 未開拓素材の顕在化（商品化）
- 付加価値の創出

魅力発掘のためのキーポイント

- ターゲット目線
- 他地域の事例を知る
- ストーリー性
- 在日外国人に聞く