



# SAMURAI MEETUPSのご紹介

2017年5月1日  
NPO法人SAMURAI MEETUPS

# Table of Contents



<b>1. Executive Summary</b>	p.3-6
<b>2. 団体概要</b>	
2-1. 基本情報	p.8
2-2. SAMURAI MEETUPS PARTNERSの皆様	p.9
2-3. 事業概要	p.10
2-4. サービス概要	p.11-15
2-5. サービス詳細	p.16-21
2-6. 業績ハイライト	
<b>3. 経営方針</b>	
3-1. 事業コンセプト	p.23
3-2. 解決したい社会課題	p.24-25
3-3. SAMURAI MEETUPSの活動を続ける理由	p.26
3-4. 私たちが描く未来の絵	p.27
3-5. 今後の事業方針	p.28
3-6. 運営コンセプトと経営組織	p.29
<b>4. 経営環境分析</b>	
4-1. 当団体を取り巻く環境	p.31
4-2. 訪日外国人のターゲット	p.32
4-3. インバウンド業界概況	p.33
4-4. 提携ゲストハウス	p.34
<b>5. 社会貢献</b>	
5-1. ご支援・寄付のお願い	p.36-37
5-2. お問合せ	p.38

# 1. Executive Summary –SAMURAI MEETUPSとは–



## コンセプト

訪日外国人に忘れられない体験をプレゼントする社会をつくる

## 事業

PRODUCE	訪日外国人向けの着地型観光コンテンツの創造のための、マーケティング調査・企画・翻訳サービスの提供
TOUR	訪日外国人向けの着地型観光コンテンツを体験できるツアーの企画・運営・通訳サービスの提供
BOOTH	成田国際空港に設置するブースにおける、観光情報の発信や、商品の外国人向けPRや調査代行の実施
MEDIA	将来訪日外国人・滞在中の外国人向けに、観光情報や宿泊情報や旅行サービスの発信の実施
PRODUCT	訪日外国人のお困り事を解決する商品の開発・提供

## 優位性

### ① 翻訳・通訳力

3カ国語対応した語学力により国境を越えた情報発信が可能

### ② 外国人目線のコンテンツ企画力

多様な旅行者ニーズに応えられる豊富なコンテンツを企画

### ③ 訪日旅行者へのリーチ数

オンライン・オフライン両面において訪日旅行者ヘリーチが可能

## 実績

ツアー数55回 / 累計参加者数950名 / 累計参加国籍数33ヶ国 / Facebook 72,000 Likes

## 将来展開

成田市にて  
トライアル実施

オウンドメディアの  
ローンチ

成田市プロ  
デュースの  
本格稼働

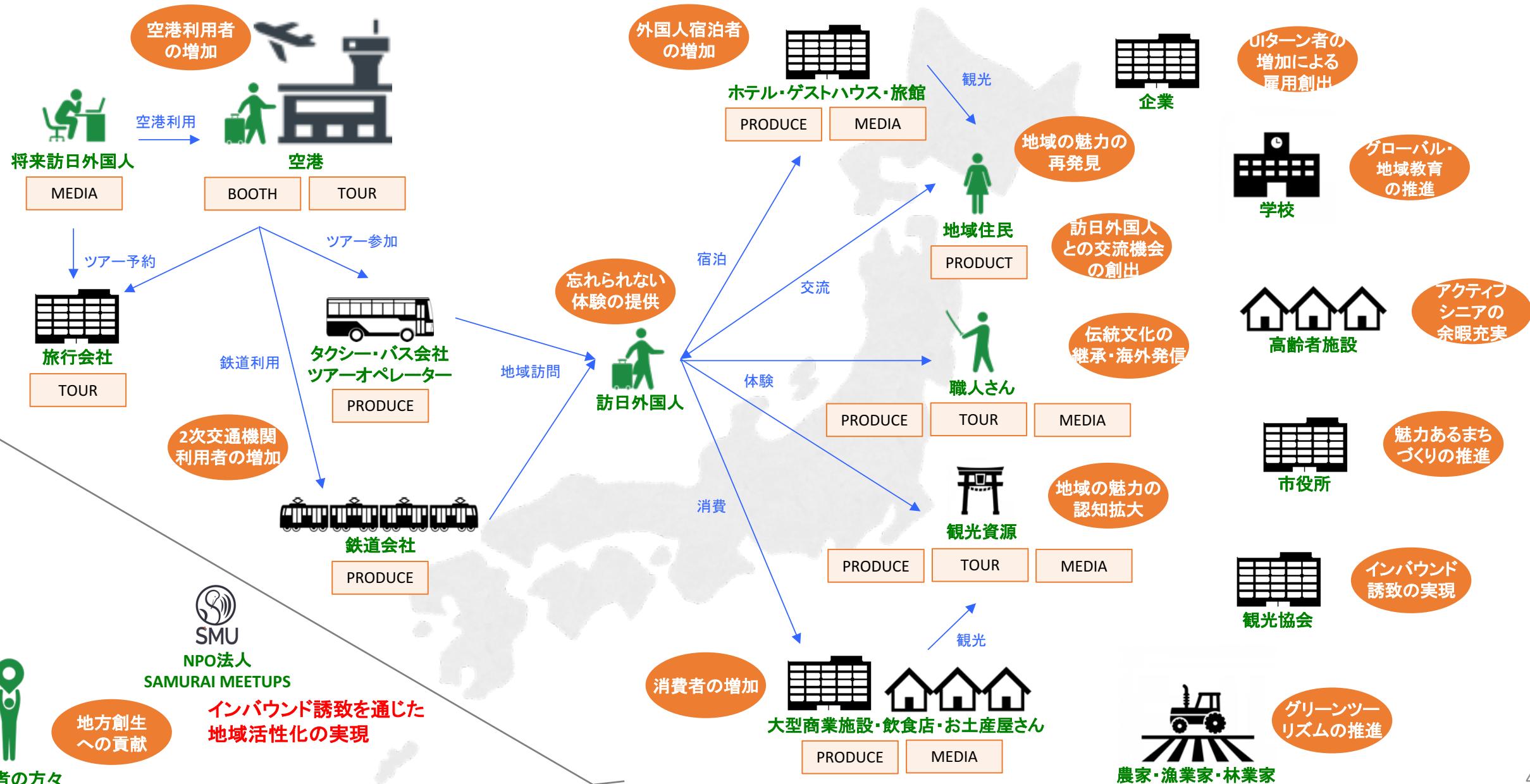
釜石・長野・京都  
支部の立ち上げ

全国のDMC設立  
に向けた  
支援始動

世界最大の日本  
文化体験フェス  
“SAMURAI OLYMPIC”  
の主催

全国47都道府県の  
DMC設立に貢献し、  
持続可能な観光都市化  
による地域創生を実現

## 1. Executive Summary -私たちの目指すまちづくり-



# 1. Executive Summary -役員紹介-



## ◆ 代表理事・CEO 宮下 晃樹 / Koki Miyashita

1992年東京生まれ。慶應義塾大学経済学部2014年卒。20歳で公認会計士論文式試験合格。在学中に福澤諭吉記念文明塾コアプログラム9期に入塾し、「Letter book」プロジェクトを慶應義塾大学生協と共に。2014年有限責任監査法人トーマツに入社し、スタートアップ企業向けのIPO支援業務及び国内最大手ベンチャーキャピタルのIFRS監査業務に従事。2016年6月に同社を退職し、独立開業。Ted x Keio High School 2016に”Live your own life with a Parallel Career ”をテーマに登壇。当団体では代表として法人を統括。



## ◆ 理事・COO 渋谷 慧佑 / Keisuke Shibuya

1991年横浜生まれ。青山学院大学国際政治経済学部卒。新卒で介護施設を全国展開する大手企業にて経営企画室に入社、施設の立ち上げ、子会社設立を経験。2016年より株式会社リクルートキャリアにてメディアを通じた中途採用を専門に担当。2015年よりNPO法人SVP東京パートナー兼投資委員として、ソーシャルベンチャーの経営支援にも携わる。第28代模擬国連会議全米大会日本代表委員、株式会社ネクスト主催ビジネスコンテスト「Switch2012」優勝、NPO法人ETIC. EIP17期、福澤諭吉記念文明塾コアプログラム10期。当団体では、戦略立案及び遂行を担当。



## ◆ 理事・CSO 櫻井 翔 / Sho Sakurai

1992年東京生まれ。2015年に中央大学卒業後、機械系商社の本社にて国内営業を従事。在学中には学生社会起業団体STUDY FOR TWOにて中古教科書回収・販売事業、開発途上国支援事業に携わる。その他ラオスやフィリピンへの途上国支援、シンガポール短期語学留学、アジア6カ国10都市のバックパッカーを経験する等、マルチに活動。2016年4月の参画直後、すぐに藍染ツアーリーダーを担当。以後はツアー設計に携わりながら、営業を統括。



## ◆ 監事・弁護士 二木 洋美 / Hiromi Futagi

外堀通り法律事務所所属。弁護士として医療関係の訴訟を中心として法務支援に携わる傍ら、社会起業家を支えるBLP-Networkにも所属。元SVP東京パートナー、第二東京弁護士会。2016年4月から法人化に向けて招聘され、行政対応の窓口を担当。以後、監事としてコンプライアンス推進やガバナンス強化を目的として事業へ進言。

# 1. Executive Summary -当団体が価値を提供できる理由-

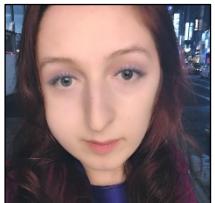


## 翻訳・通訳力

当団体には外国人スタッフが多数在籍しており、また日本人スタッフにおいても、海外への留学経験のあるメンバーもサポートを受けながら、高い精度の翻訳・通訳を行っております。

現在、英語・中国語・フランス語の3ヵ国語の翻訳・通訳が可能になっております。

今後より外国人スタッフを拡充し、今後高まっていくであろう多言語化ニーズに対応できるよう、体制を整え、事業を展開していきます。



English



Chinese



English



French

## 外国人目線のコンテンツ企画力

過去2年間の50回を超える外国人向けのツアー開催を通じて培った、外国人に満足いただけるようなコンテンツ作りを行っております。

左記の通り、当団体には多国籍なメンバーが在籍しているため、法人内で各国の詳細なインバウンドマーケティングが可能になります。また、自社ツアー及びメディアを通じて訪日外国人からの生の声を収集・分析しております。

今後は、訪日外国人をターゲットとする事業者へコンテンツ企画の支援を実施していきます。



毎年恒例の屋形船ツアーにて

## 訪日旅行者へのリーチ数

当団体が有する、オンライン・オフラインのチャネルにて、訪日外国人向けの商品や情報を幅広くリーチすることができます。

オフラインでは、成田国際空港と連携して、到着口にて外国人旅行者向けに観光情報を提供するブースを不定期で設置しています。

また、当団体の7万いいね！を超えるFacebookと、新たにローンチするメディアにおいて、将来訪日外国人への幅広い情報提供が可能になります。



成田国際空港  
第2ターミナル 特設ブース  
“SAMURAI BOOTH”

幣法人  
Facebook Page  
(4/1現在 72,000 Likes)



## 2. 団体概要

### 2. 団体概要

- 2-1. 基本情報
- 2-2. SAMURAI MEETUPS PARTNERSの皆様
- 2-3. 事業概要
- 2-4. サービス概要
- 2-5. サービス詳細
- 2-6. 業績ハイライト

- ◆団体名:特定非営利活動法人 SAMURAI MEETUPS
- ◆登記住所:東京都中央区銀座7丁目13番6号 サガミビル2階
- ◆設立:2016年8月24日(任意団体として2014年10月より活動)
- ◆代表理事:宮下 晃樹 / Koki Miyashita
- ◆事業内容:インバウント誘致を通じた地域活性化事業
- ◆ホームページ:<http://www.samuraimeetups.or.jp>
- ◆メールアドレス:[info@samuraimeetups.or.jp](mailto:info@samuraimeetups.or.jp)
- ◆電話番号・FAX番号:03-6869-8963 / 03-6869-8907

## 2-2. SAMURAI MEETUPS PARTNERS の皆さん



### ◆ 山崎 雅子 様

- Hybrid Motors Pte Ltd, Business Development Director
- NPO法人こまちぶらす所属
- 当団体の広報・資金支援



### ◆ 磯野 力オリ 様

- 横浜桜酒亭 代表
- SSI認定 きき酒師・国際きき酒師
- SAMURAIとして日本酒ツアー共催
- 当団体の広報支援



### ◆ 川村 順一 様

- 文京学院大学 経営学部 客員教授
- 宝塚大学 東京メディア学術学部 教授
- 産学一体プロジェクトの統括
- 当団体の広報・アドバイザリー支援



### ◆ 島津 清彦 様

- 株式会社シマーズ 代表取締役社長
- 曹洞宗高雲山観音寺にて得度
- SAMURAIとして坐禅ツアー共催
- 当団体の広報・アドバイザリー支援



### ◆ 大谷 桂三 様

- 歌舞伎役者・十字屋
- SAMURAIとして歌舞伎ツアー共催



### ◆ 慶應義塾様

#### 福澤諭吉記念文明塾会 様

- 宮下・渋谷・加藤・山本・高瀬・西山が所属
- NPO法人こまちぶらす所属
- 当団体の広報・資金支援



### ◆ 文京学院大学 様

- 産学一体事業の当団体への機会提供
- 伊豆大島復興プロジェクトの共催
- 当団体の広報支援



### ◆ 成田国際空港株式会社 様

- 成田の地域活性化に向けた協働
- NARITA TRANSIT & STAY PROGRAM の共催



### ◆ 成田市役所 様

- 成田の地域活性化に向けた協働
- NARITA TRANSIT & STAY PROGRAM の共催



### ◆ 成田国際空港振興協会 様

- 成田の地域活性化に向けた協働
- NARITA TRANSIT & STAY PROGRAM の共催



### ◆ オレンジ株式会社 様

- 当団体のコンサルティング支援
- 当団体の広報支援



### ◆ Trippening Pte Ltd 様

- TRABBLEにて当団体の集客支援
- 当団体の広報支援



### ◆ 東京シェアハウス合同会社 様

- Share Ticketを通じた当団体の広報支援



### ◆ 株式会社J&J事業創造 様

- スポンサー企業様の当団体へのご紹介
- INBOUND PLUSにて当団体の広報支援



### ◆ 成田国際空港振興協会 様

- スポンサー企業様の当団体へのご紹介

## 2-3. 事業概要



## 2-4. サービス概要 -PRODUCE-



### PRODUCE

訪日外国人向けの着地型観光コンテンツの創造のための、マーケティング調査・企画・翻訳サービスの提供

サービス	内容	価格	導入事例
マーケティング調査 (2017年4月より)	主に訪日外国人向けのコンテンツの創造に向けて、貴社のご希望の訪日外国人の属性を対象に定量・定性の両面から調査を実施し、仮説検証に資するデータを提出致します。	30,000円～ / 件	【マーケティング調査】  p.16をご参照下さい。
コンテンツ企画	貴社のご希望に沿った、訪日外国人向けのコンテンツの企画を考案し、資料をご提出致します。	20,000円～ / 件	【きき酒師「磯野カオリ」様の外国人向け企画】  鎌倉の古民家スタジオ“イシワタリ”を貸し切り、日本酒のきき酒師が訪日外国人に、SAKEの基礎知識のインプットから、試飲体験の機会を提供するイベントを企画いたしました。 
翻訳サービス	英語と中国語とフランス語の3ヵ国語にかかる翻訳を実施致します。	15円～ / 文字 (日→米、日→中、日→仏)	【鎌倉「楽水庵」様の茶道体験本の翻訳】  訪日外国人が茶道の歴史的背景から、具体的なお茶席での所作まで詳細に理解できるような茶道体験ハンドブックの翻訳を実施致しました。 
外国人受入対応支援 (2017年4月より)	訪日外国人のお客様に対する接客オペレーションについて、言語・文化の両面から導入支援を致します。	50,000円～ / 件	【外国人受入対応支援サービス】  p.16をご参照下さい。

## 2-4. サービス概要-TOUR-



### TOUR

訪日外国人向けの着地型観光コンテンツを体験できるツアーの企画・運営・通訳サービスの提供

サービス	内容	価格	導入事例
ツアー運営	訪日外国人向けに、貴社のコンテンツをツアーに組み込み、弊法人のスタッフが運営を実施致します。	1,000円~/人/1時間	【SAMURAI MEETUPS TOUR / DISCOVERY TOUR】 p.17, p.18をご参照下さい。
外国人送客	訪日外国人向けのコンテンツの提供者向けに、弊法人のオンライン・オフラインのチャネルを通じて、訪日外国人の送客を実施致します。	体験料 × 15%~/人	【外国人50名を禅体験イベントに集客】 東京グランドホテル“櫻の間”にて、株式会社シマーズが主催する訪日外国人向けの禅体験イベント「Zen100」にて、外国人50名の集客を実施致しました。 
通訳サポート	訪日外国人向けのオフラインのコンテンツの提供者向けに、英語・中国語・フランス語の通訳サポートを実施致します。	5,000円~/人/1時間	【鎌倉の文化体験イベントにて通訳サポート】 和をテーマにしたヨガ体験教室を鎌倉で開催されている方向けに、外国人参加者の集客および当日の通訳サポートを実施致しました。 
プライベートツアー業務 (2017年10月より)	訪日外国人のお客様のご要望に応じて、最適なツアーメニューを考案し、通訳案内士が観光ガイドを実施致します。	1,000円~/1時間	【訪日バックパッカーを京都でガイド】 京都に宿泊していたオランダ人3名を、寺社仏閣を中心に観光案内致しました。 

\*p.17, p.18の「ツアーパッケージ」をご希望の方は、個別にご相談させて頂いた上で、特別価格にてツアーをトータルサポート致します。

## 2-4. サービス概要-BOOTH-

### BOOTH

成田国際空港に設置するブースにおける、観光情報の発信や、商品の外国人向けPRや調査代行の実施

サービス	内容	価格	導入事例
販促物配布 (2017年8月より)	成田国際空港 第1ターミナルに特設予定の幣法人のブースにて、貴社の訪日外国人向けのサービスの販促物を配布致します。	100円～ / 配布数	【株式会社Bridge様の「Trip Free」PR代行】 成田国際空港 第2ターミナル到着ロビーにて、訪日外国人向け無料SIMカードサービス「Trip Free」の空港利用者への配布代行を通じて、プロモーション支援を実施致しました。 
商品設置 (2017年8月より)	成田国際空港 第1ターミナルに特設予定の幣法人のブースにて、貴社の訪日外国人向けの商品を設置致します。	1,000円～ / 時間	【文京学院大学様の「椿ランタン」設置】 成田国際空港 第2ターミナル到着ロビーにて、伊豆大島復興に向けた産学一体プロジェクトの一環で、製作された「椿ランタン」のブースへの設置を通じて、当プロジェクトのPR支援を実施致しました。 
外国人モニター ヒアリング (2017年8月より)	成田国際空港 第1ターミナルに特設予定の幣法人のブースにて、貴社が訪日外国人にヒアリングしたい事項につき、調査代行致します。	1,000円～ / 人	【滝沢本店様の日本酒試飲体験】 成田国際空港 第2ターミナル到着ロビーにて、日本酒数種類の銘柄を空港利用者へ試飲して頂き、各銘柄の感想についてヒアリングを致しました。 

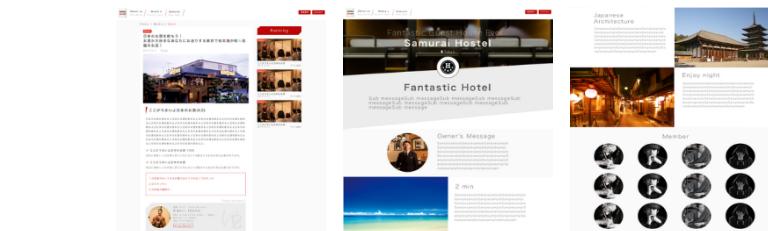
※p.19の「ブースパッケージ」をご希望の方は、個別にご相談させて頂いた上で、特別価格にてブースでの調査を実施致します。

## 2-4. サービス概要-MEDIA-



### MEDIA

将来訪日外国人・滞在中の外国人向けに、観光情報や宿泊情報や旅行サービスの発信の実施

サービス	内容	価格	導入事例
Webメディア 取材・記事掲載 (2017年4月より)	訪日外国人向けのコンテンツについて、取材・記事制作を実施し、欧米系バックパッカーをメインターゲットとする弊法人のWebメディアに英語で掲載致します。	10,000円～ / 件	【Webメディア 取材・記事掲載】p.19をご参照下さい。 
Facebook Page 取材・記事掲載	訪日外国人向けのコンテンツについて、取材・記事制作を実施し、弊法人のFacebook Pageに英語で掲載致します。	1,000円～ / 件	【伊豆大島イベントの取材・記事制作】 東京都大島町・株式会社シマーズ・文京学院大学・東海汽船株式会社の共催イベント「椿ランタンライトアッププロジェクト」を取材し、英語にて記事を掲載致しました。 
Webメディア 広告掲載 (2017年4月より)	訪日外国人向けのコンテンツについて、バナー広告の制作を実施し、欧米系バックパッカーを弊法人のWebメディアに英語で掲載致します。	コンテンツ売上 × 15% / 件	【Webメディア広告掲載】 p.19をご参照下さい。
デザイン業務	訪日外国人向けのコンテンツの創造にあたり、デザイン業務を実施し、データを納品致します。	50,000円～ / 件	【成田国際空港の事業の販促物の製作】 成田国際空港トランジット客向けのツアーである「NARITA TRANSIT & STAY PROGRAM」の販促ポスターの製作を実施致しました。 

## 2-4. サービス詳細 -PRODUCT-

### PRODUCT

### 訪日外国人のお困り事を解決する商品の開発・提供

サービス	内容	価格	導入イメージ
BELL ME PROJECT	<p>幣法人のコンセプトである「訪日外国人に忘れない体験をプレゼントする社会をつくる」および、インバウンド誘致を通じた地域活性化事業に共感を頂けた方を対象に、寄付を募っています。</p> <p>ご支援頂いた方には、訪日旅行者が困ったときに気軽に日本人に質問できる目印となる伝統工芸品を用いた装飾品をプレゼント致します。</p>	1口3,000円(寄付)	<p>伝統工芸品の認知拡大</p> <p>職人さま</p> <p>生産</p> <p>購入</p> <p>竹鎗</p> <p>提供</p> <p>認知</p> <p>訪日外国人</p> <p>情報提供</p> <p>相談</p> <p>所持</p> <p>お困り事の解決</p> <p>支援者の方々</p> <p>おもてなしの機会の提供</p> <p>寄付</p> <p>SMU NPO法人 SAMURAI MEETUPS</p>
SUSHI CARD PROJECT	<p>お寿司屋さんにおいて、職人様が訪日外国人に寿司を簡単に説明できるような、外国人が深く学べるような情報提供に資する寿司カードを提供いたします。</p>	1,000円~/月	<p>顧客満足度の向上</p> <p>寿司職人さま</p> <p>店舗に設置</p> <p>閲覧</p> <p>寿司の文化理解促進</p> <p>訪日外国人</p> <p>SUSHI CARD</p>

## 2-5. サービス詳細 -PRODUCE / 外国人受入対応支援-



訪日外国人向けの  
自社店舗における  
接客対応や案内に  
ついてアドバイス  
が欲しい...!



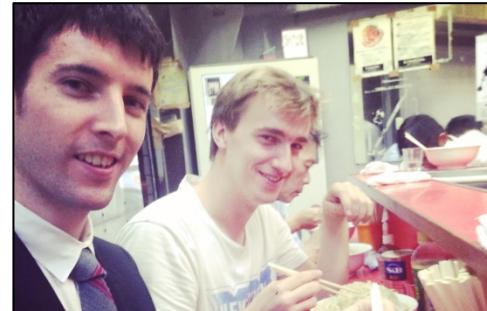
企業様への  
ヒアリング

訪日外国人  
モニターの訪問

マーケティング  
調査

接客対応  
支援

### Ex. 飲食店様のケース



#### ①検証準備

飲食店様が訪日旅行者を対象に  
調査を希望される項目及び調査  
方法につき、弊法人担当者と打  
ち合せを実施させて頂き、検証  
の準備を致します。

#### ②検証実施

飲食店様からご依頼頂いた調査  
項目と調査方法に基づいて、訪  
日外国人スタッフが店舗へ伺い、  
顧客満足度調査を実施致します。

#### ③データ収集・分析

弊法人のマーケティングリサー  
チ担当者により収集データを集  
計・分析し、レポートを作成致し  
ます。

#### ④分析結果のご提出

マーケティングリサーチデータの  
分析結果を弊法人担当者から飲  
食店様へご提出致します。



## 2-5. サービス詳細 - PRODUCE & TOUR / ツアーパッケージ -

海外へ日本文化を  
広めたい...!  
ぜひ外国人に  
体験してほしい...!



職人様への  
ヒアリング

訪日外国人  
マーケティング

コンテンツ  
企画

外国人  
送客

翻訳  
サービス

ツアーアー  
運営

通訳  
サポート

Webメディア  
取材・記事掲載

Zen



青森県 曹洞宗高雲山観音寺住職 前田憲良氏のもと、座禅・写経・法話を体験

江戸寿司職人久保田弘毅氏のもと、築地市場散策・寿司ランチを堪能

唎酒師 磯野カオリ氏のもと、小澤酒造の酒蔵見学・利き酒を体験

Kabuki



歌舞伎役者 大谷桂三氏のもと、道具の説明・舞台見学・隈取を体験

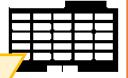
江戸風鈴職人 篠原正義氏のもと、ガラス吹き・風鈴の絵付けを体験

殺陣師 高瀬将嗣氏のもと、殺陣の演舞を体験

## 2-5. サービス詳細 -TOUR / ツアーパッケージ-



訪日外国人を地域  
へ誘致したい...!  
海外からのお客様  
を案内したいけど、  
人手が足りない...!



企業様への  
ヒアリング

訪日外国人  
マーケティング

コンテンツ  
企画

外国人  
送客

翻訳  
サービス

ツアーアー  
運営

通訳  
サポート

Webメディア  
取材・記事掲載



門前仲町の縁日の屋台を楽しみながら、周辺の寺社仏閣にて初詣



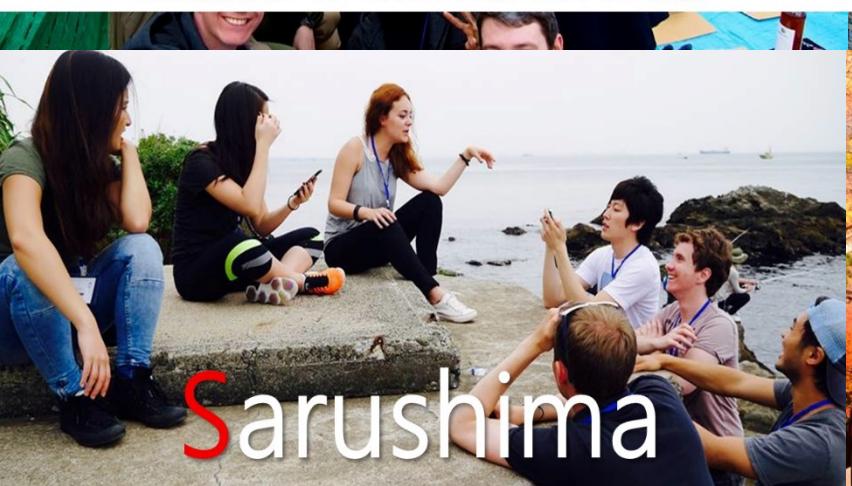
花見場所を取って、上野公園の満開の桜のもとで花見



酒蔵見学の後、日本酒を飲みながら多摩川を散策しながら紅葉狩り



山の日に、日本遺産である伊勢原にて大山詣り



東京湾唯一の無人島、猿島を散策・探検



酒蔵見学の後、日本酒を飲みながら多摩川を散策しながら紅葉狩り

## 2-5. サービス詳細 - BOOTH / ブースパッケージ -



訪日外国人向けの  
自社商品・サービスの  
テストマーケティングを実  
施したい...!



企業様への  
ヒアリング

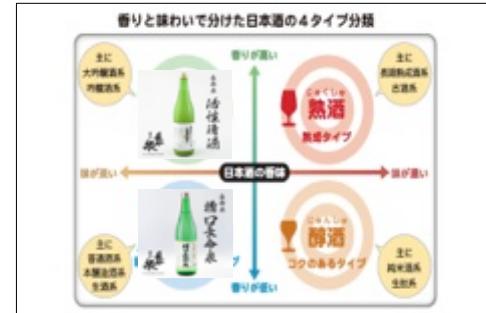
商品設置

販促物配布

外国人モニター  
ヒアリング

マーケティング  
調査

### Ex. 酒蔵様のケース



#### ①検証準備

酒蔵様が訪日旅行者を対象に調査を希望される項目及び調査方法につき、弊法人担当者と打ち合せを実施させて頂き、検証の準備を致します。

#### ②検証実施

酒蔵様からご提供頂いた日本酒・焼酎等をもとに、調査項目と調査方法に基づいて、空港ブースのSAKEの試飲体験者を対象に調査を実施致します。

#### ③データ収集・分析

弊法人のマーケティングリサーチ担当者により収集データを集計・分析し、レポートを作成致します。

#### ④分析結果のご提出

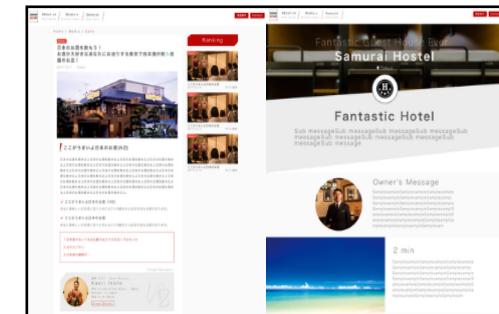
マーケティングリサーチデータの分析結果を弊法人担当者から酒蔵様へご提出致します。



## 2-5. サービス詳細 -MEDIA / Webメディア記事掲載-



### Ex. ゲストハウス様のケース



#### ①取材準備

ゲストハウス様がWebメディアへの掲載をご希望される、記事コンテンツについて弊法人担当者と打ち合せを実施させて頂き、取材の準備を致します。

#### ②取材実施

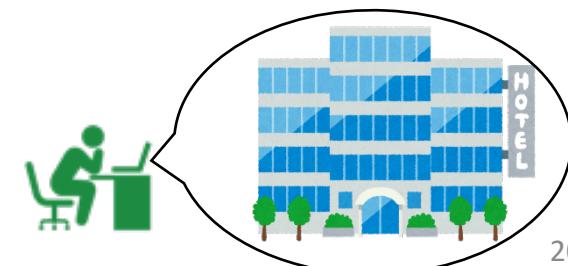
ゲストハウス様からご依頼頂いた内容をもとに、弊法人からライター及びカメラマンを派遣し取材を実施させて頂きます。

#### ③記事制作・翻訳

弊法人のライターが、取材内容をもとに記事を製作し、通訳担当者が外国語(現状は英語のみ)に翻訳致します。

#### ④確認・Webメディア掲載

弊法人の編集者による修正が完了したら、ゲストハウス様に内容をご確認いただき、問題がなければ、弊法人のWebメディアに掲載致します。



## 2-5. 業績ハイライト

 **Andreas Adolfsson** ▶ **Samurai Meetups**  
March 11 · ②

I got home from my month in japan last week and I truly believe the trip would have been nothing without SAMURAI MEETUPS. Me and Oskar would like to thank all the samurais and all the participants of any of the 6 (!!) events during February. We always felt really welcome and are really happy that we got the chance to get to know you all. We admired the Ume blossom, ate Oden, tasted Sake, learned about Sencha (japanese tea), practiced Zen and Calligraphy, visited shrines/temples/kimono-shops in Monzen-naka-cho and of course went to an izakaya or two... For anyone visiting Japan considering participating, just do it! It's a genuin Japanese experience 100% guaranteed to be amazing.

本当にありがとうございます！また会おうね。

— with Oskar Vikström.

  **Samurai Meetups, Oskar Vikström and Koki Miyashita** 1 Comment 

 **Oliverio Hernandez** ▶ **Samurai Meetups**  
September 30, 2015 · ②

If anyone is traveling to Tokyo Japan this groups events should be on the Top of things to do in Tokyo!

 **Shubham Trivedi** ▶ **Samurai Meetups**  
December 5, 2015 · Arakawa-ku · ②

An excellent way to experience the Japanese culture. And a superbly organized event.



**Anni Karotte**

Hey Koki!  
Thanks a lot for your tips for Kyoto!

And here is my Feedback for the Samurai meetup. Sorry for taking so much time!

I enjoyed the Samurai Meetup a lot. The other guys and the instructor were so nice. We had a lot of fun and got a really interesting introduction in the history of Aikido. It was exhausting but at the end we did some really relaxed breathing exercises. When I'm back in Germany i will definitely look for lessons to learn more Aikido.  
Thank you for the possibility to learn this traditional japanese martialart!



**Julius Tykuan**

Sure

Samurai Meetups is a great way to meet new people and meet various parts of Japanese culture all in one place. People from various counties all come together through their shared interest in Japan.

For the kimono meeting it was a great chance to not only wear kimono (which isn't something many non Japanese have access to doing normally), but it was also a great chance to take part in a nearby festival as well.



**Annalisa Guarini**

Hi Akil Hi Koki!  
Sorry for replying so late but we had very busy days 😊  
The sushi experience was great and I felt very lucky to meet you guys and learn so many interesting things!  
I suggest you to go on with such experiences!  
Thanks a lot!

A huge hug to all the samurai 😊😊😊



**Alexandra Markova**

Great meetup, guys! I think I speak for all of us when I say we had a great time 😊

4/9, 9:27pm



**Peter Zell**

Thank you so much for a great party!!!



**Oskar Vikström**

The Oden tour was my first samurai meetup and it was super nice! Meeting a lot of people and enjoying Japan's culture in a more personal way and getting to know a lot of new people! And the time after was AMAZING!



**Mikael Östman**

Awesome! Well planned and a good variation of events/meetups! Good hosts and very nice people!



**Lauriane Millet**

Thank you very much for the organization! I had really a lot of fun!



More I was really moved by the Sankeien which is a beautiful and very peaceful place. The visit of the house was really interesting too (like the fact that the wood should not cross the tokonoma).



**Lauriane Millet**

The Oden were so much better than the ones of the convenience store, I was really surprised. It was really good. And it was my first time to be able to compare different sake. Thanks to this I know from now on that I prefer the jukan temperature because I could feel the taste of the rice which was really sweet.



**Lauriane Millet**

I had a lot of fun after at the bowling and the karaoke.



Thanks to this meet-up I could meet a lot of nice people and spent a great time. I really want to participate again and I already invited some of my friends to your next events (I hope you don't mind)!



**Charles Lingo**

Awesome event Koki! See you again at another meetup soon. Thanks!



**Stephan Laramée**

Arigato dear samurai

累計約300名以上の訪日外国人に  
忘れられない体験をプレゼントして参りました！

3/28, 11:41pm

2/7, 11:35pm

2/21, 9:28pm

2/8, 6:55pm

2/8, 6:59pm

2/8, 6:59pm

6/4, 4:34pm

3/28, 3:29pm

## 3. 経営方針

### 3. 経営方針

- 3-1. 事業コンセプト
- 3-2. 解決したい社会課題
- 3-3. SAMURAI MEETUPSの活動を続ける理由
- 3-4. 私たちが描く未来の絵
- 3-5. 今後の事業方針
- 3-6. 運営コンセプトと経営組織

### 3-1. 事業コンセプト



訪日外国人に**忘れられない体験**をプレゼントする社会をつくる

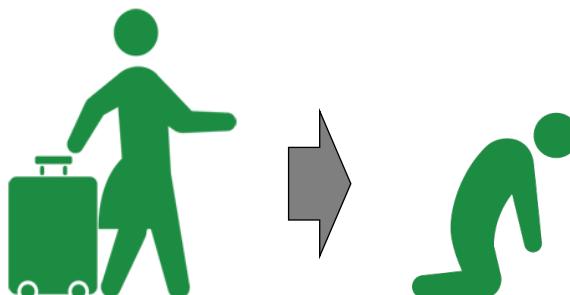
GEOGRAPHY &amp; TRAVEL

## 25 Worst Tourist Traps In The World

POSTED BY DAVID PEGG ON MAY 17, 2012

359  
shares[Share on Facebook](#)[Share on Twitter](#)[g+](#) [p](#)

If you've done any traveling at all then chances are you're familiar with some of the heavily advertised, overpriced, and ridiculously crowded tourist traps on this list. Although some of these spots are worse than others, and a few of them are certainly worth seeing in spite of the downsides (just consider yourself warned), these are still widely considered to be the 25 worst tourist traps in the world.



6

Central Tokyo, Japan



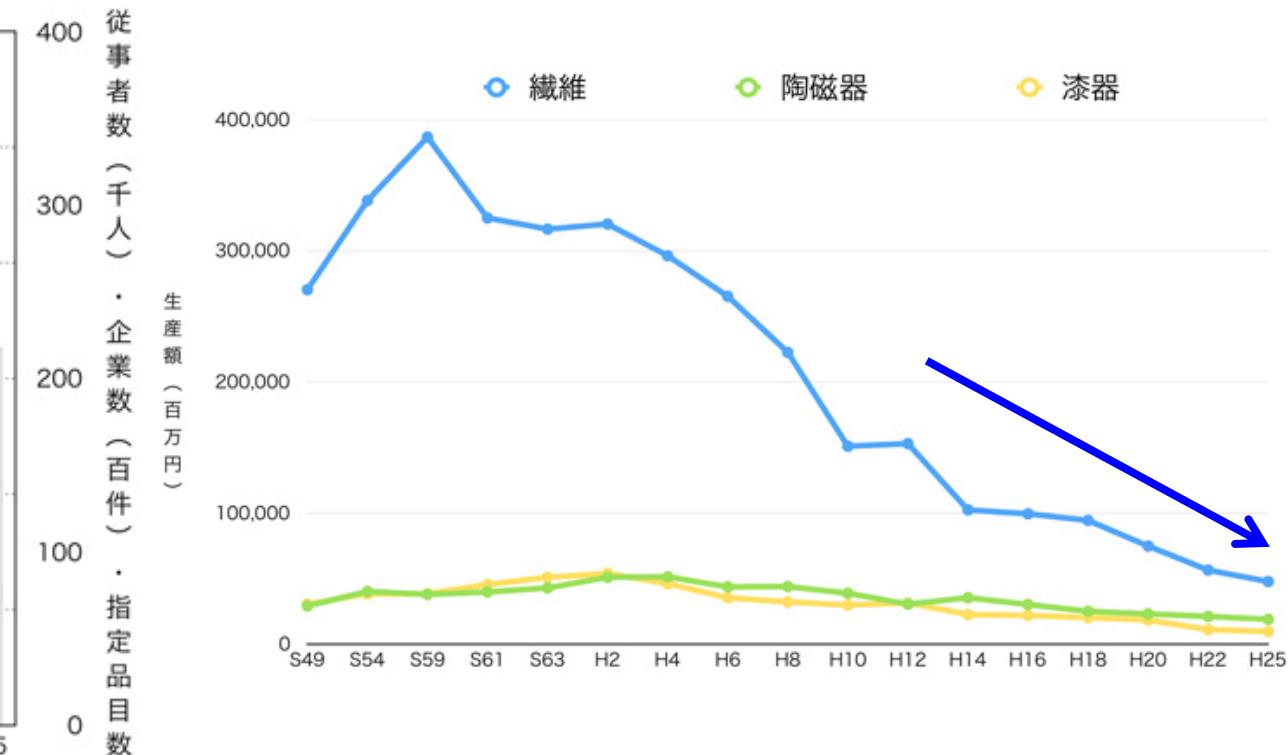
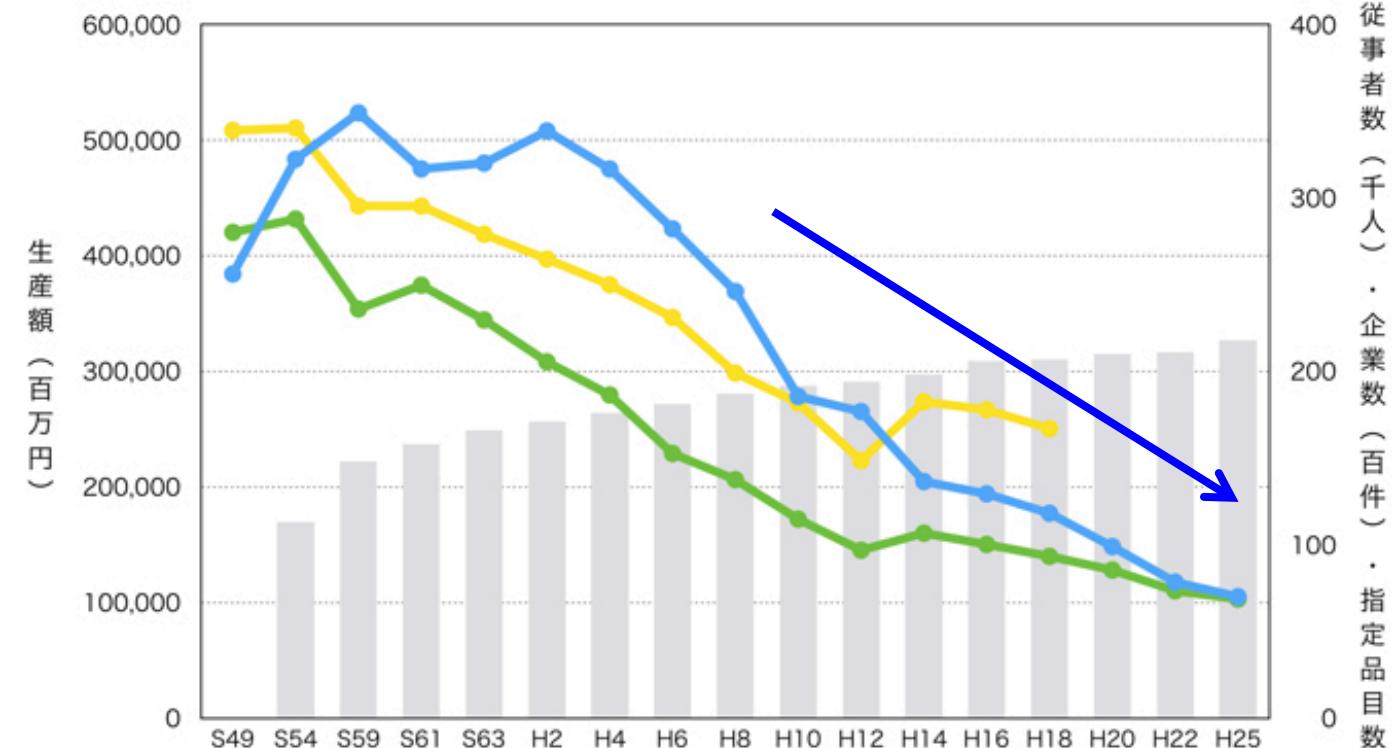
Situated in the middle of the largest metropolitan area on Earth, most of central Tokyo is nothing but crowds and concrete. There are parts of the city, however, that would be worth seeing. Try to check out the suburbs of Ogikubo and Asagaya or the countryside of Yamanashi.

- ・英語を話せる日本人が少ないので、和文化の平面性は理解しづらい
  - ・有名観光地は観光客で混みあっており、現地の人と交流出来る機会が少ない
- という理由により、東京は“訪日外国人が期待外れだと感じた都市ランキング第6位”に入ってしまっており、**日本本来の魅力がなかなか訪日旅行客へ伝わっていない点**

【Source】  
<http://list25.com/25-worst-tourist-traps-in-the-world/>

## 3-2. 解決したい社会課題② -伝統工芸産業の低迷-

○ 生産額(百万円) ○ 従事者数(千人) ○ 企業数(百件) ■ 指定品目数



数値出典：(財)伝統的工芸品産業振興協会 ※平成18年度以降の企業数不明

従事者が高齢になる一方、若者へ伝統文化の魅力を伝承出来る場が減少している  
という理由により、(特に着物等の織維にかかるものについて)、**伝統工芸品の生産者である職人が減少**しており、結果として**伝統工芸産業が低迷**してしまっている点

### 3-3. SAMURAI MEETUPSの活動を続ける理由



#### 一、訪日外国人の笑顔が見たい・世界中に友達を作りたい

発起人である宮下が、SAMURAI MEETUPSをはじめた1番の理由がこちらです。

原体験としては、彼が大学在学中にニューヨークへ留学した時、たまたま現地の人々と仲良くなることができ、彼らのお蔭で忘れられない異文化体験・交流をさせて貰った経験から、日本に戻った時に、今度は彼自身が訪日外国人向けに日本文化体験・日本人との交流の機会を提供する形で、お世話になった彼らに恩返ししたいという想いを持ったことです。また、このとき留学に向けて宮下と一緒に勉強していた親友が、直前に家庭問題で留学を断念したということがあり、改めて彼自身がいかに恵まれた環境にいるかを実感したことから、ニューヨークで味わえたような異文化交流の機会を、日本に住む周りの大切な人たちにも体感できる場を作りたいと彼が考えたため、彼の友人を含む多くの日本人にも事業に参加頂いています。

また、宮下以外の運営メンバーにおいても、幼少期や大学在学中に海外で過ごした経験がある人たちがほとんどで、その経験の中で多くの外国人に海外でお世話になったため、自分がお世話になった人たちが日本に来た時に、忘れられないような体験をプレゼントしたいという想いをもって、SAMURAI MEETUPSに参画しています。

#### 二、世界に誇れる日本文化の魅力を発信したい

SAMURAI MEETUPSの運営メンバーの多くが、武道や茶道などの「道」を習った経験があったり、両親が伝統工芸に携っていたり、地方出身者であったりと、日本文化と関わりがある者です。私たちにとって、日本文化とはまさにアイデンティティであり、私たち自身です。

昨今、国内で市場が縮小している伝統工芸産業や、過疎化が進む地方都市が、海外へのアプローチを通じて、復活を遂げたという例をニュースで見てきました。しかし、それもまだ一握りであり、地域で観光まちづくりの合意形成が出来ていないエリアにおいては、なかなかまだ難しいという現状です。

その現状において、私たちに出来ることは、主に外国人向けのコンテンツ企画力を発揮し、各々が世界に確信をもって誇れる日本文化を訪日外国人に伝えていくことだと考えています。そして今後は、組織・世代・地域を超えて、私たちのコンセプトにご共感頂ける方々とともに、その日本文化の海外発信の活動の輪を広げるべく、日本各地へ足を運ぶ予定です。

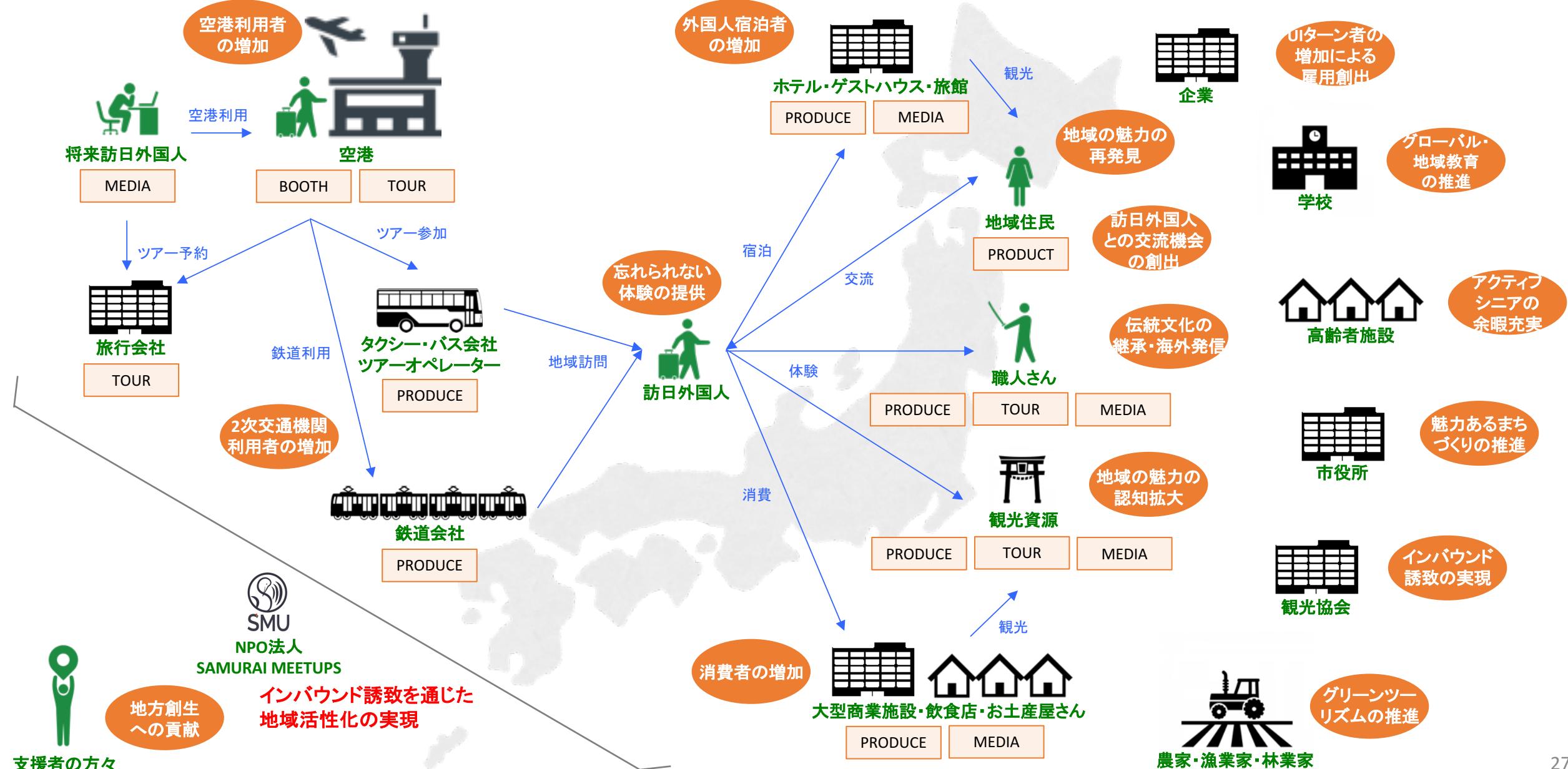
#### 三、SAMURAI MEETUPSが生き甲斐だから

最後に、私たちはこの活動を生き甲斐にしています。

私たちは、自身の社会人生活で培ったスキルをこの活動に還元し、日本文化の発信を通じて訪日外国人に笑顔になってもらうことに最大の喜びを感じています。また、この活動は、社会人生活で勉強する機会がなかった、挑戦してみたいスキルを磨くことができる成長の場となります。そして私たちは、学生時代の部活動のような、成し遂げたとき、失敗したとき、自然と涙が溢れてくるような、そんな密度の濃い時間を、同じ志をもつ仲間と熱量を持って過ごせるこの時間を愛おしく思っています。

私たちが生き甲斐とするSAMURAI MEETUPSが、日本が世界で1番注目される2020年という大舞台で、日本の魅力を世界へ届ける架け橋となるべく、これからも活動を続けていきます。

## 3-4. 私たちの目指すまちづくり



## 3-5. 事業方針



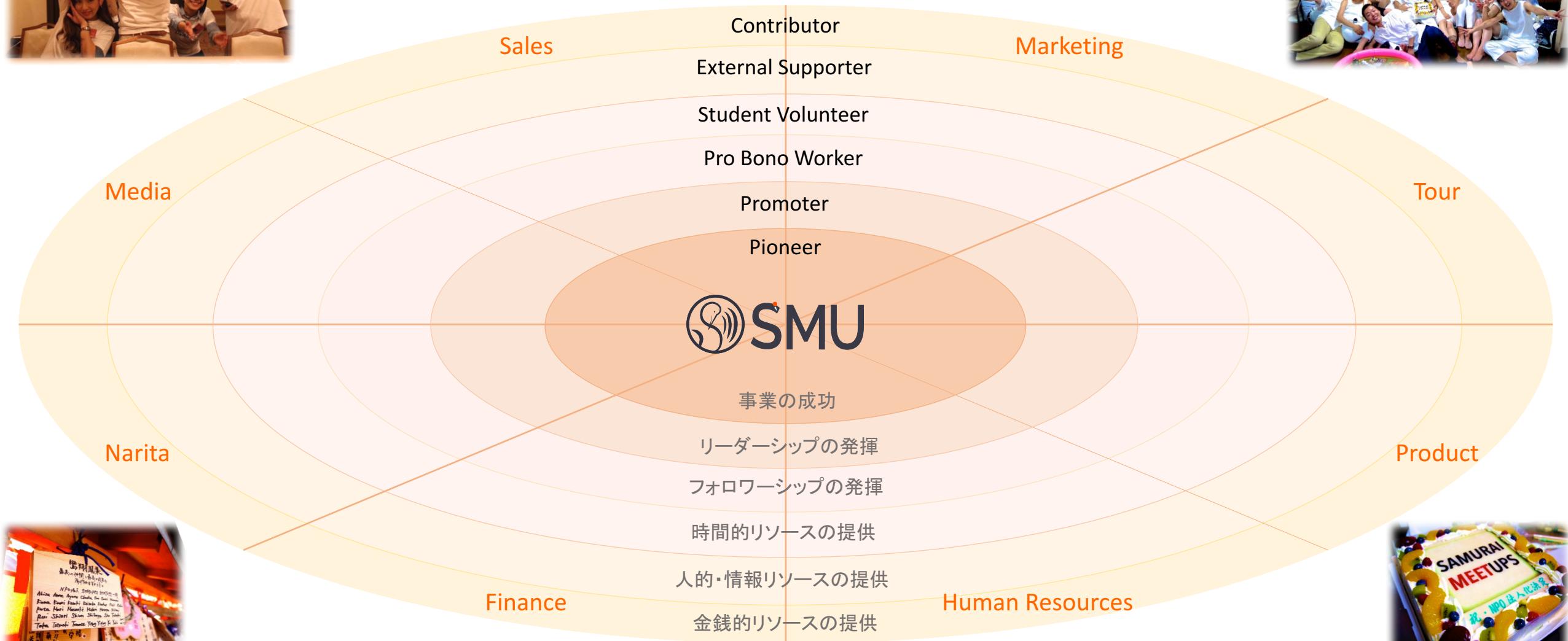
成田市でインバウンド誘致を通じた地域活性化事業を成功させ、NARITA MODELを全国へ展開し、2020年の東京オリンピックに向けて、観光立国の礎を築きます

# 3-6. 運営コンセプトと経営組織



**SHARE YOUR SMILE :)**

～まず自分自身が、次に家族や友人が、そして他者や社会が。幸せの連鎖を生み出していく。～



## 4. 経営環境分析

- 4-1. 当団体を取り巻く環境
- 4-2. 訪日外国人のターゲット
- 4-3. インバウンド業界概況
- 4-4. 提携ゲストハウス

# 4-1. 当団体を取り巻く環境

(万人)

4,500

4,000

3,500

3,000

2,500

2,000

1,500

1,000

500

0

訪日外国人数の推移



4,000

訪日外国人数が年間20%以上の割合で増加しており、訪日観光ニーズが多様化していることから、【着地型観光コンテンツ】の創造を通じた観光まちづくりの需要が高まることが考えられる。

622

837

1,036

1,341

1,974

2,403

2011年

2012年

2013年

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

2020年

訪日外国人数增加の理由

クルーズ船寄港数  
の増加や航空路  
線の拡充

ビザの緩和

消費税免税制度  
の拡充

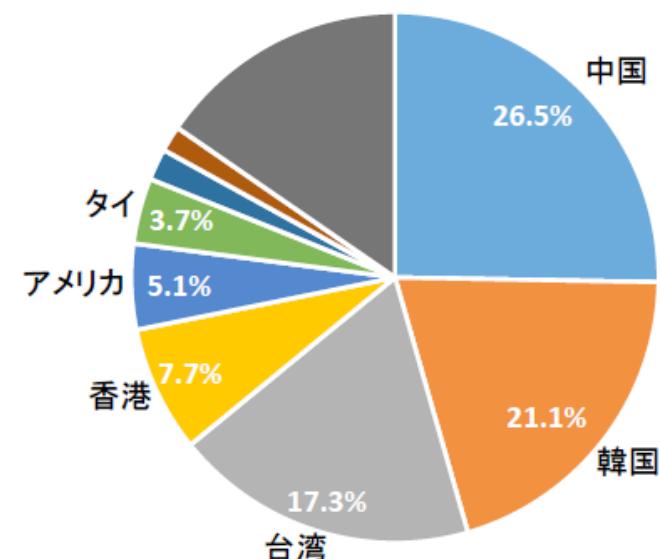
訪日目的 (2016年10-12月)

旅行 71%

その他 29%

日本食を食べること	69.9%
ショッピング	52.0%
自然・景勝地観光	47.9%
繁華街の街歩き	39.4%
温泉入浴	29.3%
日本の酒を飲むこと	23.3%
旅館に宿泊	21.3%
日本の歴史・伝統文化体験	16.0%
日本の日常生活体験	14.9%
テーマパーク	13.3%

訪日外国人の国籍割合(2016年)



## 4-2. 訪日外国人のターゲット

国籍別訪日目的 (2015年)

No.	国籍	自然・景勝地観光	繁華街の街歩き	日本の歴史・伝統文化体験	日本の日常生活体験
1	フランス	78%	83%	61%	61%
2	ドイツ	75%	83%	67%	58%
3	英国	86%	80%	61%	50%
4	スペイン	74%	67%	64%	62%
5	イタリア	72%	74%	59%	59%
6	インド	60%	90%	60%	50%
7	マレーシア	84%	84%	44%	40%
8	米国	69%	77%	54%	48%
9	オーストラリア	76%	72%	47%	49%
10	カナダ	62%	82%	50%	47%
平均		74%	77%	22%	18%

旅行形態 (2015年)

No.	国籍	バックパック
1	フランス	65%
2	米国	60%
3	インド	58%
4	英国	58%
5	ドイツ	56%
6	イタリア	47%
7	カナダ	46%
8	ロシア	46%
9	ベトナム	45%
10	フィリピン	39%
平均		21%

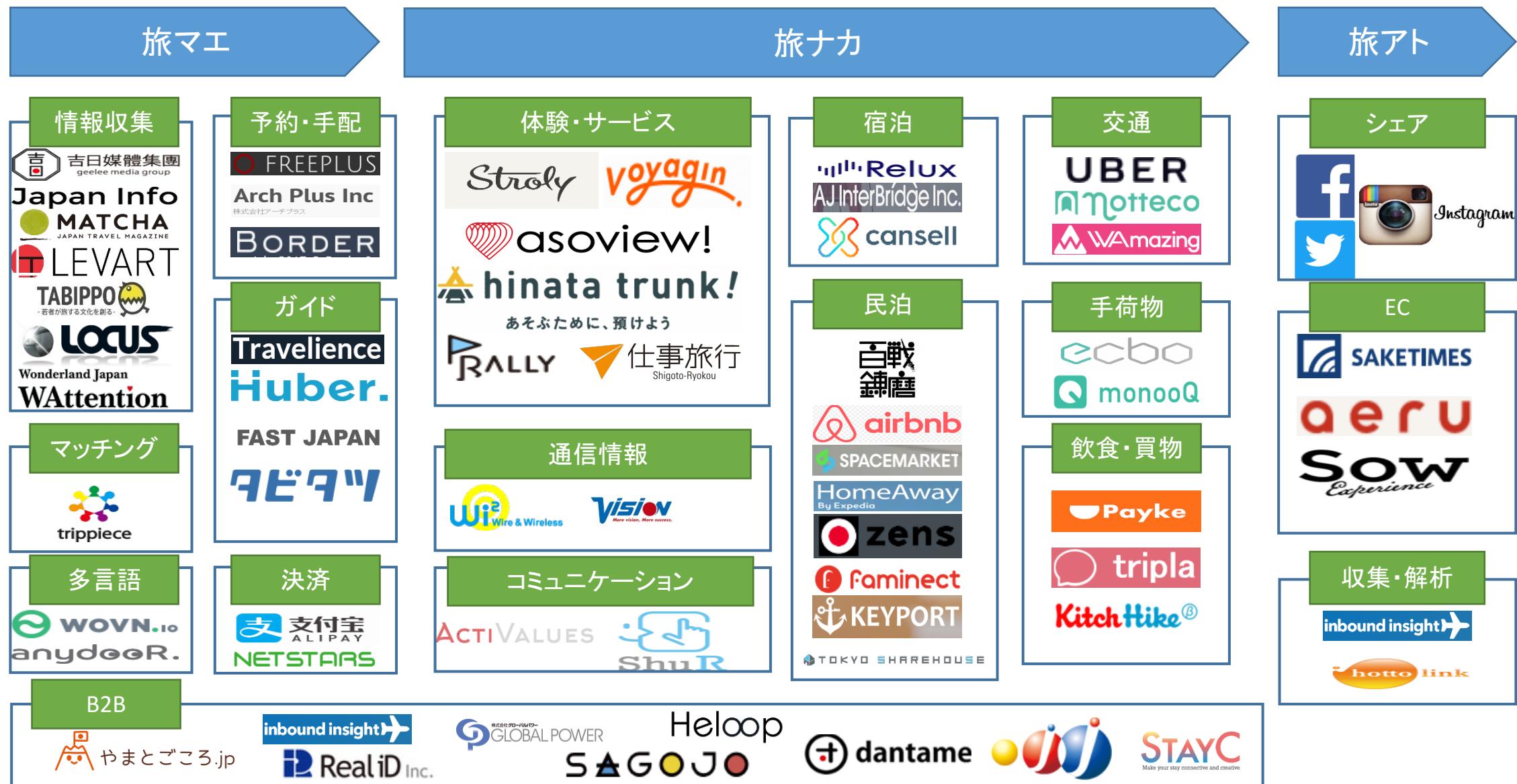


以下理由により、当団体の訪日外国人のターゲットを**欧米系バックパッカー**と設定した。



- ・理由①: 訪日外国人が日本を訪問する目的の中で、SAMURAI MEETUPSが提供するサービスと相関の高いと考えられる項目をピックアップし、平均ポイントの高い国籍を列挙すると、欧米系の旅行者の割合が高い結果となったため。
- ・理由②: 旅行形態についても、欧米系の旅行者はバックパッカーの人が多いという統計データがあったため。

# 4-3. インバウンド業界概況



## 4-4. 提携ゲストハウス



IMANO TOKYO HOSTEL 様



両国旅荘 庵 様



ケイズハウス東京 様



会津屋本店 様



慶應義塾大学 様



EMBLEM HOSTEL NISHIARAI TOKYO 様

**Hostel・Airbnb・Hotel  
語学学校・大学  
空港**

**計55軒  
計7校  
計1港**

にて、幣法人のサービスを、ご利用いただいております。



カオサン東京オリガミ 様



ON THE MARKS 様



東京ゲストハウス toco. 様



ハコ HAKO Hostel 様



アルジェリア大使館 様



カイ日本語スクール 様

## 5. 社会貢献

### 5. 社会貢献

- 5-1. ご支援・寄付のお願い
- 5-2. お問合せ

# 5-1. ご支援・寄付のお願い - 個人の皆さんへ -



## 3-2. 解決したい社会課題① -訪日外国人の満足度が低いこと-

**GEOGRAPHY & TRAVEL**

**25 Worst Tourist Traps In The World**

POSTED BY DAVID PEGG ON MAY 17, 2012.

**359 shares** [Share on Facebook](#) [Share on Twitter](#) [g+](#) [p](#)

**6 Central Tokyo, Japan**

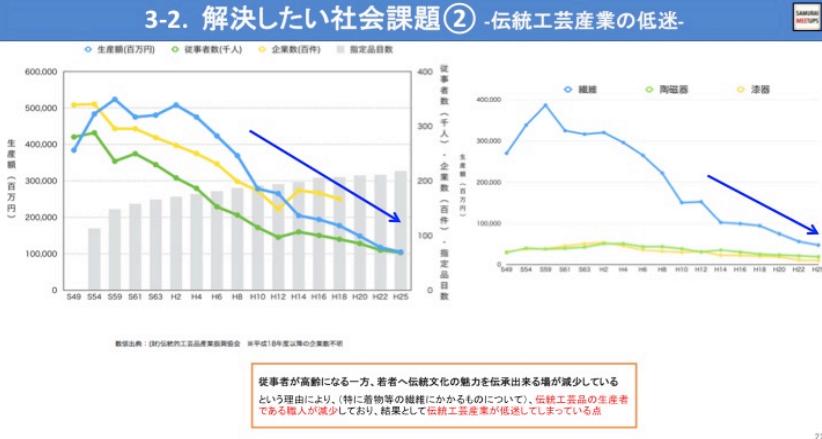
If you've done any traveling at all then chances are you're familiar with some of the heavily advertised and ridiculously crowded tourist traps on this list. Although some of these spots are worse than others, and a few of them are certainly worth seeing in spite of the downsides (just consider yourself warned), these are still widely considered to be the 25 worst tourist traps in the world.

Situated in the middle of the largest metropolitan area on Earth, most of central Tokyo is nothing but crowds and concrete. There are parts of the city, however, that would be worth seeing. Try to check out the suburbs of Ogiubo and Asagaya or the countryside of Yamanashi.

•英語を話せる日本人が少ないので、和文化の平易性は理解しづらい  
有名観光地は観光客で混みあっており、現地の人と交流出来る機会が少ない  
という理由により、東京は“訪日外国人が期待外れだと感じた都市ランキング第6位”  
に入ってしまっており、日本本来の魅力がなかなか訪日旅行客へ伝わっていない点

[Source] <http://list23.com/25-worst-tourist-traps-in-the-world/> 21

## 3-2. 解決したい社会課題② -伝統工芸産業の低迷-



## 3-4. 私たちが描く未来の絵



NPO法人SAMURAI MEETUPSは、  
“訪日外国人に忘れられない体験をプレゼントする社会をつくる”ために、  
インバウンド誘致を通じた地域活性化事業を行っています。

約50名の20代若者を中心に、パラレルキャリアの一環として活動を行っております。  
新しい取り組みの立ち上げや運営には多くの費用が必要ですが、NPO法人は株式会社と違い、株式による資金調達ができません。  
皆様のご支援が必要です。私たちと一緒に、2020年 東京オリンピックに向けて地域創生を実現しませんか。

個人の皆さんにつきましては、1口3000円よりご支援を募っております。  
御礼として、訪日旅行者が困った時に気軽に現地の日本人に質問できる目印となる装飾品を1つプレゼント致します。

1口3000円のご寄付により、年間約21名の訪日外国人を笑顔に、  
そして装飾品の制作者である伝統工芸職人への支援にも繋がります。  
頂いた寄付は全額、地域活性化事業資金とさせて頂きます。

どうぞご支援のほど、宜しくお願ひ致します。

詳細はこちらをご参照下さい ▶□ <http://www.samuraimeetups.or.jp>

# 5-1. ご支援・寄付のお願い - 法人の皆さんへ -



## 3-2. 解決したい社会課題① -訪日外国人の満足度が低いこと-

Geography & Travel  
25 Worst Tourist Traps In The World

POSTED BY DAVID PEGG ON MAY 17, 2012.

359 shares

Share on Facebook Share on Twitter g+ @

If you've done any traveling at all then chances are you're familiar with some of the heavily advertised and ridiculously crowded tourist traps on this list. Although some of these spots are worse than others, and a few of them are certainly worth seeing in spite of the downsides (just consider yourself warned), these are still widely considered to be the 25 worst tourist traps in the world.

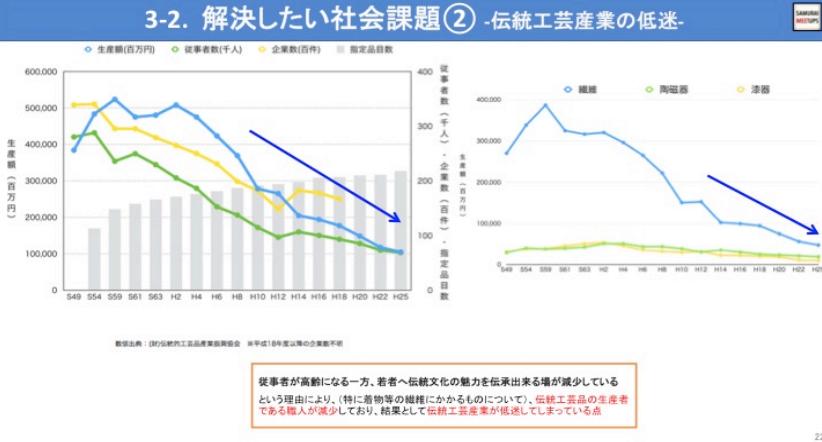
Situated in the middle of the largest metropolitan area on Earth, most of central Tokyo is nothing but crowds and concrete. There are parts of the city, however, that would be worth seeing. Try to check out the suburbs of Ogikubo and Asagaya or the countryside of Yamanashi.

A green person icon with a suitcase and a red person icon with a suitcase.

•英語を話せる日本人が少ないので、和文化の平庸性は理解しづらい  
有名観光地は観光客で混みあっており、内地の人と交流出来る機会が少ない  
という理由により、東京は“訪日外国人が期待外れだと感じた都市ランキング第6位”  
に入ってしまっており、日本本来の魅力がなかなか訪日旅行客へ伝わっていない点

[Source] <http://list23.com/25-worst-tourist-traps-in-the-world/>

## 3-2. 解決したい社会課題② -伝統工芸産業の低迷-



## 3-4. 私たちが描く未来の絵



NPO法人SAMURAI MEETUPSは、  
“訪日外国人に忘れられない体験をプレゼントする社会をつくる”ために、  
インバウンド誘致を通じた地域活性化事業を行っています。

約50名の20代若者を中心に、パラレルキャリアの一環として活動を行っております。  
新しい取り組みの立ち上げや運営には多くの費用が必要ですが、NPO法人は株式会社と違い、株式による資金調達ができません。  
皆様のご支援が必要です。私たちと一緒に、2020年 東京オリンピックに向けて地域創生を実現しませんか。

法人の皆さんにつきましては、1口30000円よりご支援を募っております。  
御礼として、訪日旅行者が困った時に気軽に現地の日本人に質問できる目印となる装飾品を10個プレゼント致します。  
また、弊社ホームページにてスポンサー企業様としてご紹介させて頂きます。

1口10000円のご寄付により、年間約70名の訪日外国人を笑顔に、  
そして装飾品の制作である伝統工芸職人への支援にも繋がります。  
頂いた寄付は全額、地域活性化事業資金とさせて頂きます。

どうぞご支援のほど、宜しくお願い致します。

- ◆団体名:特定非営利活動法人 SAMURAI MEETUPS
- ◆登記住所:東京都中央区銀座7丁目13番6号 サガミビル2階
- ◆設立:2016年8月24日(任意団体として2014年10月より活動)
- ◆代表理事:宮下 晃樹 / Koki Miyashita
- ◆事業内容:インバウント誘致を通じた地域活性化事業
- ◆ホームページ:<http://www.samuraimeetups.or.jp>
- ◆メールアドレス:[info@samuraimeetups.or.jp](mailto:info@samuraimeetups.or.jp)
- ◆電話番号・FAX番号:03-6869-8963 / 03-6869-8907