株式会社 no border
会社紹介資料

no border

目次

- **会社概要**
- 観光マーケティング支援

no border

会社概要

会社名	株式会社no border
代表取締役	佐藤 晃平
本社所在地	東京都新宿区新宿二丁目1番3号
資本金	15,000,000円
事業内容	訪日インバウンドマーケティング支援

理念

魅力を世界に、届けきる。

Delivering Japan's Hidden Gems to the World

「世界一訪れたい日本」を実現する。

Creating 'Japan: The Most Desired Destination in the World'

禅、相撲、古道やパウダースノー。いま、日本の様々なコンテンツが世界中から改めて注目されています。でも、それらは日本の魅力のほんの一部。まだまだ世界的に知られていない日本の魅力は至るところにあります。

コロナ禍を経て、世界中で改めて旅の魅力や異文化体験の貴重さが再認識されているいま。日本の魅力を最大限に引き出し世界に伝えていくこと。これが当社の使命です。

日本の観光産業は可能性に溢れています。当社の強みである「外国人目線」とデータ・デジタル技術の活用により、日本全国の現場に根ざしたご支援を行います。

日本が世界中で「一番訪れたい国」になるように。当社はそんな日本の未来に貢献します。

代表者紹介

- 愛知県豊橋市出身
- 早稲田大学卒業
- 東京海上ホールディングス:9年間
  - 海外プロジェクト事業、海外駐在（シンガポール）、新規事業開発
- freee（SaaS系スタートアップ）:4年間
  - マーケティング・アライアンス統括
- 株式会社no border設立・代表取締役
- 保有資格
  - 経営学修士（MBA）
  - TOEIC935点

運営メディア

訪日インバウンドナビ

訪日インバウンドナビ

https://honichinavi.com

国内の観光事業者（宿泊施設・飲食店・小売など）や自治体が
インバウンド関連の事業を行なうのに役立つ情報をまとめたサイト

【主な内容】

- **最新の訪日データ**
- **インバウンド集客ノウハウ**
- **国・地域別の動向やニーズデータ**
- **補助金関連情報**

目次

- 会社概要
- **観光マーケティング支援**

no border

弊社が解決できる課題

インバウンド集客に係る関係者の皆さまの課題を解決いたします。

観光事業者様・DMO様・自治体様
（旅行・宿泊・飲食・小売・交通・施設運営等）

もっと知ってほしい
もっと来てほしい

どうすればいいのか分からない

消費単価を上げたい
観光収入を増やしたい

人材が地域・社内にいない

事業者様のサービスや地域の魅力を

だれに対して	×	どんな内容を	×	どんな媒体で	×	どうやって
国・地域		見どころ		Webサイト		ストーリー
訪日回数		こだわり		SNS		メッセージ
趣味嗜好		歴史		OTA		デザイン
訪日同行者		地域性		広告		写真
金融資産		機能的価値		旅行会社提携		動画

発信するご支援をいたします

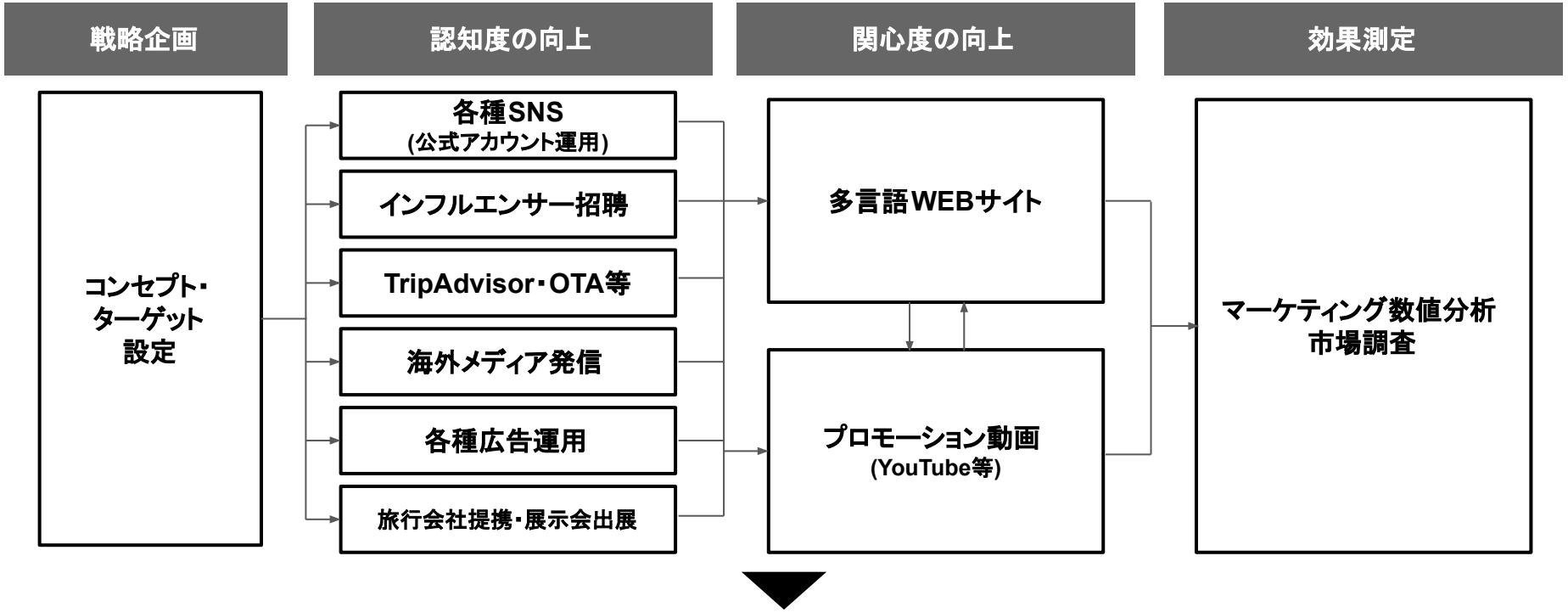
no border

弊社がご支援する集客施策の全体像

持続的に旅行者に魅力を感じてもらう地域・施設・店舗・商品・サービスを作るために戦略的なブランディングの構築とマーケティングを支援いたします

STEP1	STEP2	STEP3	STEP4	STEP5
ターゲット設定	**コンセプト決定**	**コンテンツ制作**	**集客実施**	**効果検証と改善**
国や地域別・属性別に分類して「訪日外国人」の解像度を高め、ターゲットを明確に決定	競合との差別化をどのように図るかを可視化し、外国人目線での自社のコンセプトを決定	WEBサイトや各種SNSアカウント等、ターゲットとコンセプトに合わせたコンテンツを多言語で制作	ターゲットとブランディング対象の属性に合わせてオンライン、オフラインでのマーケティングを実施	短期的な施策で終わらないよう、定量的・定性的な振り返りを実施し改善を図る

弊社でご提供する観光マーケティング施策の全体像



あらゆるマーケティング手法を組み合わせて効果の高い施策を実施いたします

外国人向けに特化した「一気通貫」のご支援をいたします

	ターゲット・コンセプト設計	コンテンツ制作	集客実施	振り返り・改善
弊社 no border	「訪日外国人」の集客を専門としており、国地域別・属性別に行動やニーズの解像度が高い	ネイティブ外国人スタッフによる「外国人目線で魅力的なデザイン構成や英文の制作」が可能	海外OTA連携や外国 語キーワードの選定、外国人向け SNS運用等が可能	数値と顧客の反応を基に定性的・定量的な振り返りを行い丁寧に共有。継続的な改善を図ることが可能
一般的なマーケティング会社	「訪日外国人」の理解度は高くないことが一般的	英文は自動翻訳が一般的（非推奨）	対象としていない、或いは対象としていても専門外ということが多い（外部マーケティング会社提携）	