絵と文字の加工写真

中程度の精度で自動的に生成された説明

**新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」　エントリーシート  
記載事例 領域④\_飛び地・未知の領域での新市場創造**

**B.事業アイデア**

|  |
| --- |
| **事業概要** |

１　事業タイトル（本事業を一言で表したもの）

|  |
| --- |
| 高所得者向けエアモビリティ事業 |

２　この事業の「①顧客」は誰であり、顧客が抱えるお金を払ってでも解決したい「②課題」は何でしょうか。

|  |
| --- |
| 1. 顧客）   首都圏在住で、遠過ぎない範囲で普段できない体験を求めている、高所得サラリーマンや経営者 |
| 1. 課題）   非日常的な体験を求めリゾート地域を訪れるのにも関わらず、移動手段は電車・自動車等の一般的な手段しかない。また、インバウンドを含む観光客の増加により、観光地の陸路は非常に混雑しており、移動することだけでストレスが溜まる。 |

３　その課題を、この事業ではどうやって解決しますか。

|  |
| --- |
| 首都圏からリゾートスポットへの空路での移動を可能にすることで、非日常の体験と混雑の回避という価値を、利用者に提供する。 |

|  |
| --- |
| **競合/代替品・市場** |

４　顧客は現在、その課題をどの様な活動/サービスで解決していますか。  
（実施頻度/掛かる時間/コスト等も、書ける範囲でご記入ください）

|  |
| --- |
| 一般的な移動手段としてマイカーや特急電車を利用し、リゾートスポットへ移動することが多い。また、高所得層の観光時の移動手段として、陸路以外にもフェリーのような水路を活用したモビリティもある。ただし、大人数での乗車を想定しているものが多く、観光客ごとにカスタマイズされた特別な体験を得られているとは言いきれない。 |

５　その課題を解決するサービスや事業の、市場規模はいくら程度でしょうか。  
（金額以外のものとし、人数など他の数字でも。可能で有れば出典元もご記入ください。）

|  |
| --- |
| ・南関東地域における年間利用額(最大)＝人口×高所得者の割合(南関東)×平均単価×回数＝121億円  ・人口＝1億2000万人と想定  ・高所得者の割合＝1,200万円以上の高所得世帯×全国における南関東地域の割合＝2.304％  （ニッセイ基礎研究所の調査を参照）  <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=75444?site=nli>  ・平均単価＝44,000円（最大3人）  （以下のエアモビリティチャーターサイトを参照）  <https://skyview.airos.jp/tokyo/day/1?ref=media87_price>  ・回収＝年に1回の利用を想定 |

６　この市場が成長している場合は、大きくなる根拠やトレンドを示してください。  
（市場自体の成長だけでなく、関連する活動/サービスの成長でも可）

|  |
| --- |
| 令和5年に観光立国推進基本計画が閣議決定されており、その中で25兆円の旅行消費達成が目標として設定されており、国として観光業へ力を入れている。  （観光庁の記事を参照）  [**https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02\_000507.html**](https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000507.html)    令和4年より空飛ぶクルマの試験飛行のガイドラインが変更となり、申請窓口が一元化された。これまで複数の関係者への許可取得が必要だったものが一元化されたことで、検証までスムーズに進めることが可能となっている。  （国土交通省の「空飛ぶクルマ」の試験飛行等のガイドラインの概要を参照）  [**https://www.mlit.go.jp/koku/content/001472693.pdf**](https://www.mlit.go.jp/koku/content/001472693.pdf) |

７　ご応募の事業案は、以下４つの事業領域のうち、どちらに該当すると考えられますか。複数回答可

①既存事業の改善・強化 ​ 　　 　 (記入欄)  
②​他業界参入・開拓 　　 　　　 　 (記入欄)  
③新サービス・新商品開発​ 　 　 (記入欄)  
④飛び地・未知の領域での新市場創造 ​　　　　　　 (記入欄)



８　ご応募の事業案は、京急グループが重点的に取り組む16の方針のどちらに該当しますか。  
（該当箇所にチェックをご記入ください。複数回答可）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 該当 | PF | No | 方針 | キーワード | |
|  | 移 動 プ ラ ッ ト フ ォ ― ム | 1 | ライフスタイルの変化に応じたダイヤ転換および二次交通再編 | #地域内輸送 #地域交通 #モビリティハブ | |
|  | 2 | インバウンド等観光アクセス強化および沿線目的地への流入促進 | #外国人 #インバウンド対応 #多言語対応 | |
|  | 3 | 地域拠点・環境対応・防災など駅機能の高度化 | #カーボンニュートラル #駅保育 #帰宅困難者 | |
|  | 4 | 回遊性を高める鉄道・地域資源のコンテンツ化 | #地酒・地野菜 #娯楽・レジャー #鉄道ファン | |
|  | 5 | 京急および沿線地域の魅力を伝えるブランディング推進 | #地域活性化 #駅別ブランディング #まちづくり | |
|  | 6 | 子育て世代等ターゲットを明確にした移動サービス展開 | #ファミリー・女性・高齢者向け #外国人 | |
|  | 7 | デジタル活用によるさらなる効率化と安全確保 | #5G・6G #遠隔監視システム #非常時対応 | |
|  | 8 | デジタル活用によるオペレーション・ノウハウの継承 | #AI #車両・線路メンテナンス #データ解析 | |
|  | ま ち 創 造 プ ラ  ッ ト フ ォ ー ム | 1 | 主要駅周辺での住働楽学が充実する大規模開発の推進 | #多機能複合都市 #シンボリック #空間設計 | |
|  | 2 | 駅からにじみ出す面的なまちづくりの推進 | #商店街活性化 #高架下活用 #シェアモビリティ | |
|  | 3 | 歴史的建物や公共施設等の地域既存ストックを活かしたまちづくり | #空き家・空き店舗活用 #子育て世代流入 | |
|  | 4 | デジタルとリアルが融合したまちづくり | #仮想空間 #バーチャルイベント | |
|  | 5 | 水辺のライフスタイルの実現を通じた沿線イメージの確立 | #河川・海沿い空間活用 #シーサイドリゾート | |
|  | 6 | 自然と共生した環境保全型のまちづくり | #自然のある暮らし #農業体験 #気候変動 | |
|  | 7 | ワーク・観光・スポーツ等の多様な「住働楽学コンテンツ」の導入 | #コワーキング #観光 #スポーツ・eスポーツ | |
|  | 8 | 子育て世代・外国人・高齢者等の多様性を尊重する地域コミュニティ構築 | #移住支援 #多拠点居住 #コミュニティ形成 | |
| **京急の優位性** | | | | |

９　この事業は京急グループに対してどの様なシナジーがあると考えられますか。  
(例：収益、集客、事業アセット獲得、ブランド、株主向けの企業価値等)

|  |
| --- |
| 空路での観光という新しい観光コンテンツを提供することで、高所得層を中心に、三浦半島をはじめとするリゾート地への来訪を促進させられる。また、宿泊・飲食・アクティビティ等で大きな経済効果が生まれることが想定される。 |

１０　この事業は、京急グループのどの事業アセットを活用しますか。それが競合に比べ、どの様な強みに繋がりますか。（事業アセット例：鉄道/設備、建物/スペース、技術、データ、顧客、ブランド　等）

|  |
| --- |
| エアモビリティのポートを設置可能な土地を都内・リゾート地双方に有している。また、現地到着後に移動できる二次モビリティであるタクシー会社や、宿泊先となるホテルや旅館の運営事業も保有している。 |

|  |
| --- |
| **その他** |

１１　事業にとって、特に致命的になりうる法的・技術的な懸念点があれば記載してください。  
（記載頂いた方がより具体的に審査が可能です。）

|  |
| --- |
| **・法的懸念：**  空路の下やポートの近くに住む住民にとって騒音が問題となる。飛行時間の調整や、周辺地域の自治体を巻き込んだ普及活動により、彼らの理解を得られたら良いと考えている。  また、事故の際の責任の引受先など、事業開始前にルールメイキングすることが重要となる。 |