

## 旅とおでかけの新しい動画投稿サービス『たびのび』

### 2019年12月19日(木) サービス開始

### JTBパブリッシングと共同印刷が動画プラットフォームで初の協業

女子旅、見る、撮る、遊ぶ

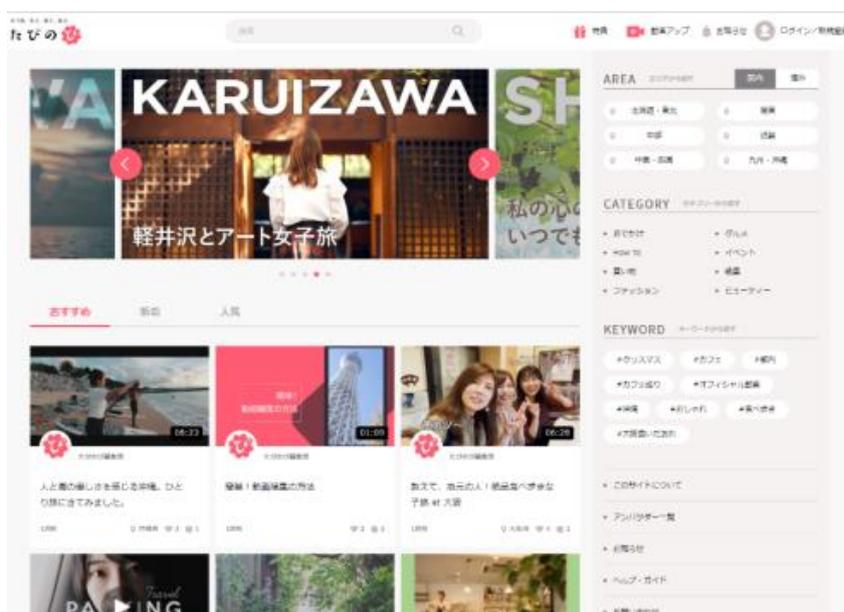
# たびのび

共同印刷株式会社(東京都文京区、代表取締役社長:藤森康彰、以下「共同印刷」)は、JTBグループで旅行・ライフスタイル情報の出版・販売、Web関連事業を手がける株式会社JTBパブリッシング(東京都新宿区、代表取締役 社長執行役員:今井敏行、以下「JTBパブリッシング」)と協業し、2019年12月19日(木)より、「旅とおでかけ」の動画投稿プラットフォームサービス『たびのび』(<https://tabinobi.jp>)を開始します。

#### 「旅とおでかけ」に特化した動画投稿サービス『たびのび』

『たびのび』は、動画コンテンツに興味がある20~30代女性をメインターゲットとしたCGM※1型の動画投稿サービスです。動画投稿・共有コンテンツ需要増と5Gを見据え、旅好きのユーザーが集まり、旅のアイデアや思い出、ライフスタイルを動画としてアップロード、共有し合いながらコミュニケーションがとれる新しい動画プラットフォームとして開発しました。

※1 CGM…Consumer Generated Mediaの略。SNSや口コミサイトのように、インターネット上で一般消費者がコンテンツを投稿することで形成されるWebメディアのこと。



『たびのび』PC版サイト(左)／スマートフォン版サイト(右)

### ①充実した3種の動画コンテンツ

『たびのび』の動画コンテンツは編集部制作、アンバサダー投稿、ユーザー投稿の3種で構成されます。ユーザー投稿型のC to Cプラットフォームでありながら、旅のプロである編集部のおすすめ旅先紹介動画や、アンバサダーによるパッキング術などの旅ハウツー動画といった、ユーザーが楽しめる視聴コンテンツも充実させていきます。

### ②サブスクリプションサービスの提供

ユーザーの旅とおでかけをさらに楽しくする、定額制の有料サービスを提供します(税別300円/月)。無料の通常会員が利用できる動画投稿機能や保存機能、コスメギフト等の抽選参加権に加え、有料サービス利用者には、動画の非公開機能やJTBパブリッシングが発行する旅行ガイドブックの電子書籍読み放題等の特典が付与されます。

### ③旅好きで構成される『たびのび』公認アンバサダー

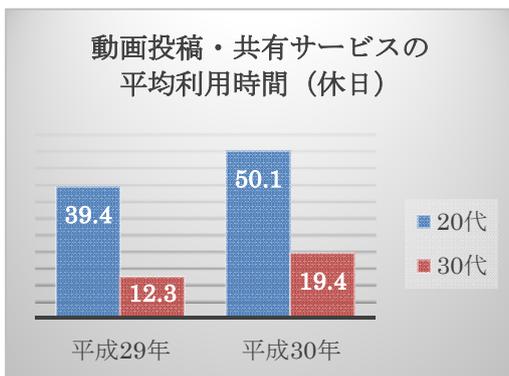
旅好きでアクティブ、フォトジェニックな旅先をSNSでシェアすることが日常となっている世代の女性たちをメディア公認アンバサダーとして起用しました。公認アンバサダーは、一般ユーザーの旅行やその動画制作の参考となり、またサイトの活性化をリードする存在として活動します。

## 出版社と印刷会社がタッグを組んで新動画投稿サービスを開発

近年、YouTube、Tik Tok、SHOWROOMなど動画配信サービスの充実により、動画を投稿・配信する人が増えています。Instagramではストーリーやライブ配信機能を利用した投稿数が通常フィード投稿数を上回り、総務省の統計でも20代、30代の動画配信・共有サービスの平均利用時間は増加傾向にあることが分かっています(図1)。また、(株)JTB総合研究所の調査によると、「SNSで経験したこと」のうち、29歳以下の回答女性の50%以上が「SNSで知った情報でいいと思ったものを購入した」「SNSの投稿で行ってみたいと思った場所に行った」と回答しており、SNSは依然として20~30代女性の消費行動、旅行動機やその情報収集において重要な役割を担い続けています(図2)。2020年には大容量・高速回線の5Gの通信システムの利用が始まり、この需要は動画配信サービスの利用拡大とともに、ますます高まっていくと予想されます。

『たびのび』は、「通信環境や消費者の情報収集環境の変化に対応し、インタラクティブな情報コミュニケーションの新サービスで消費者により豊かな時間を提供したい」という想いの合致から、『るぶ』などの旅行・ライフスタイル情報の編集ノウハウやネットワークを持つJTBパブリッシングと、プラットフォーム構築やインフラの保守・管理ノウハウを持つ共同印刷の2社のアライアンスにより実現し、成長中の動画配信サービス市場に参入します。

図1 動画投稿・共有サービスの平均利用時間(分)



※図1:総務省情報通信政策研究所「平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」、同「平成30年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」の結果より作成

図2 「SNSで経験したこと」

	移動やつながり、消費のきっかけ						
	SNSで知った情報でいいと思ったものを購入した	SNSの投稿で行ってみたいと思った場所に行った	昔の知り合いとSNSでつながり再び交流するようになった	SNSで知り合った人に会いに出かけた	SNSで発信したいと思っ、話題の場所に出かけた	SNSで話盛り上がりメンバーを募って旅行やレジャーに出かけた	旅行などで、あえてSNSがなくてもいい場所へ出かけた
全体(980)	21.7	21.6	15.1	6.7	4.9	4.0	2.6
男性29歳以下(98)	32.7	23.5	14.3	8.2	6.1	7.1	4.1
男性30代(98)	23.5	20.4	22.4	11.2	10.2	8.2	6.1
男性40代(98)	15.3	21.4	12.2	4.1	5.1	2.0	2.0
男性50代(98)	12.2	9.2	13.3	5.1	5.1	1.0	1.0
男性60代(98)	7.1	4.1	16.3	3.1	3.1	4.1	1.0
女性29歳以下(98)	53.1	51.0	22.4	15.3	9.2	7.1	3.1
女性30代(98)	29.6	36.7	17.3	12.2	5.1	3.1	3.1
女性40代(98)	17.3	18.4	11.2	4.1	1.0	3.1	4.1
女性50代(98)	20.4	19.4	14.3	3.1	3.1	1.0	1.0
女性60代(98)	6.1	12.2	7.1	1.0	1.0	3.1	0.0

出典:(株)JTB 総合研究所「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査(2019)」

## 『たびのび』のビジネス戦略

### ①アクティブな会員顧客基盤でF1層マーケティングを実現

SNSやインターネットで積極的に情報を収集し、良いと思ったものを自ら発信するF1層(20~34歳女性)のリアルな行動に基づく、より効果的なマーケティングを実現します。『たびのび』会員となったユーザー間の積極的な情報交換から生まれるデータは、“生きた情報”としてマーケティングの現場に資するものと考えます。可処分所得が多く、消費活動に意欲的なメインターゲット層の属性データを活用することで、新たなビジネスチャンスの創出に役立っています。

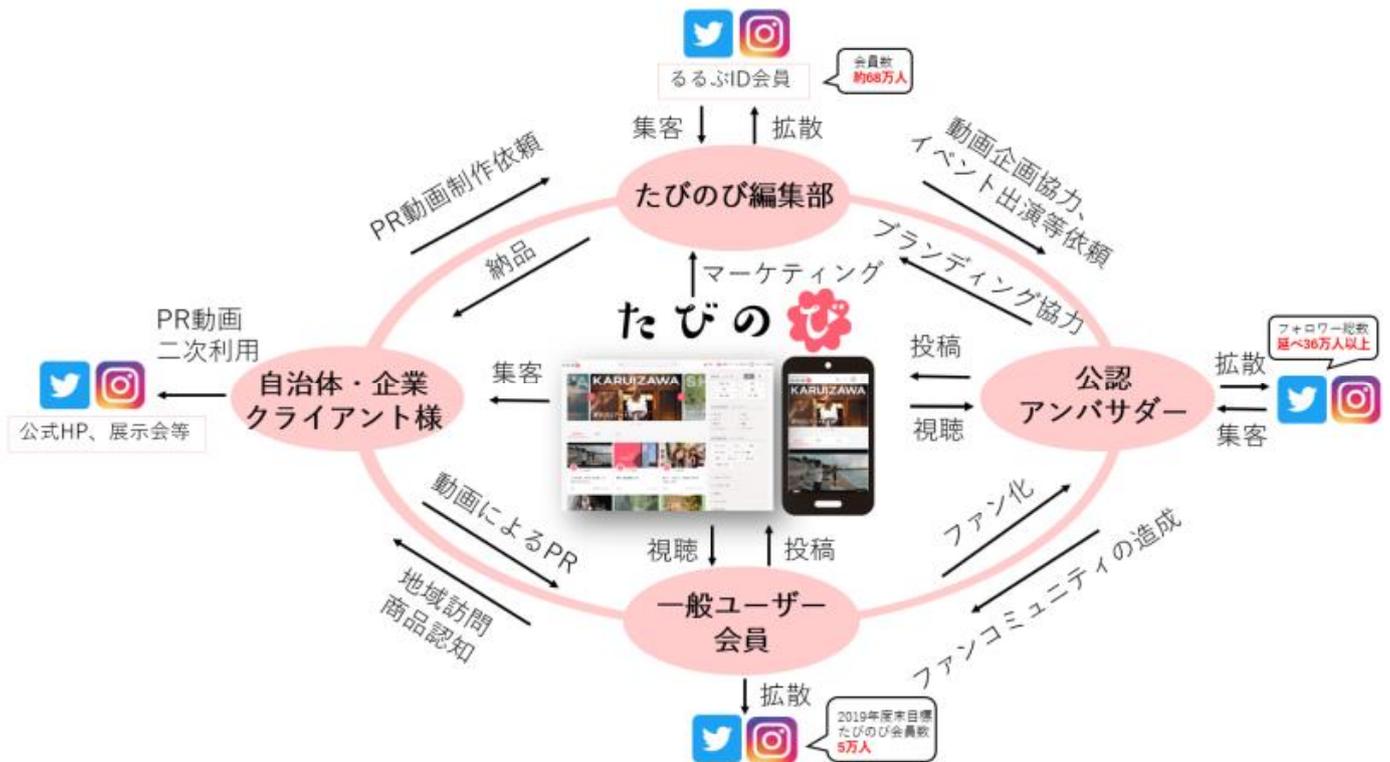
### ②動画で地方創生や旅・おでかけ関連サービスのプロモーションにコミット

『るるぶ特別編集』の出版などを通じて、さまざまな地方自治体や旅行関連施設、鉄道会社等のプロモーションを行ってきたJTBパブリッシングが近年課題としてきたのが、PR動画の制作とその訴求です。高まる動画コンテンツ需要に、『るるぶ』シリーズなどで培ってきた旅・ライフスタイル情報編集ノウハウを活かして、『たびのび』で制作するPR動画で地域の魅力を最大限にプロモーションします。また、SNSで旅先を見つける傾向にある20~30代女性に、「動画を撮るためにその場所へ行く」という旅行動機や「撮った動画をシェアする」場を提供することで、情報拡散の最大化を狙います。

### 『たびのび』ならではの拡散効果

リリース時はYahoo! JAPANの広告を活用したメディアプロモーションを行います。また、各SNSで固定ファン(フォロワー)を持つ公認アンバサダーの影響力や、アンバサダーの下へ集まるユーザー同士の交流が拡散力となり、消費者参加型のメディアとして効果を発揮します。編集部は定期的なキャンペーン等を通して、ユーザーの動画投稿を促す仕組みを作り、アンバサダー等と一緒に動画での情報発信の楽しさとサイトの活性化を図ります。

『たびのび』のビジネスモデルイメージ



### 今後の展開 ~ユーザーやアンバサダーが相互にコミュニケーションできるサービスへ~

『たびのび』は、旅好きのユーザーや公認アンバサダーが互いに旅のアイデアや思い出を動画としてシェアし、交流し合うことで旅とおでかけ需要を活性化していく、新しいコミュニケーションの仕組み作りが使命です。今後は、『たびのび』を世界一の会員数を誇る女子旅動画投稿サービスに育てるとともに、リアルイベントなどを通して編集部、公認アンバサダー、ユーザー同士がオフラインでもつながれる仕組みも構築し、より多くの人々の交流と旅行動機を創造することで、旅とおでかけの楽しみの提供を目指します。

## サービス概要

【サービス名】 たびのび

【サイトURL】 <https://tabinobi.jp>

【サービス開始日】 2019年12月19日(木)

## オープニングキャンペーン概要

サイトオープンを記念し、たびのび会員登録で素敵なプレゼントが当たるキャンペーンを開催します。

【キャンペーン名】 たびのびオープニングキャンペーン

【キャンペーンサイトURL】 <https://tabinobi.jp/cp/open>

【キャンペーン開催期間】 2019年12月19日(木)～2020年1月19日(日)



## <会社概要>

### ■株式会社JTBパブリッシング

- ・所在地 : 東京都新宿区払方町25-5
- ・代表者 : 代表取締役 社長執行役員 今井敏行
- ・設立 : 2004年10月1日
- ・URL : <https://jtbpublishing.co.jp>
- ・事業内容 :
  1. 印刷出版物の発行・販売
  2. 自社媒体への広告掲載営業
  3. トータルソリューション(カスタム出版・デジタルコンテンツ販売・Webサービス・会員サービス等)

### ■共同印刷株式会社

- ・所在地 : 東京都文京区小石川4丁目14番12号
- ・代表者 : 代表取締役社長 藤森康彰
- ・設立 : 1925年12月
- ・URL : <https://www.kyodoprinting.co.jp/>
- ・事業内容 : 総合印刷業 (主な営業種目: 出版印刷、一般商業印刷、カード、データプリント、BPOサービス、紙器、軟包装、チューブ、産業資材製品、デジタルコミュニケーション関連サービス、マーケティング、セールスプロモーションなどの企画・制作)



JTBパブリッシング 今井敏行 代表取締役 社長執行役員(左)と共同印刷 藤森康彰 代表取締役社長(右)

### <報道関係の方からのお問合せ先>

JTB広報室 03-5796-5833

共同印刷コーポレートコミュニケーション部 03-3817-2525

### <一般の方からのお問合せ先>

JTBパブリッシング デジタルコミュニケーション事業部 03-6888-7895

E-mail : [pr-team@rurubu.ne.jp](mailto:pr-team@rurubu.ne.jp)