

ヨリミチ部 2025.04.17 オープンピッチ・フィードバックレポート
(ChatGPT o1 pro を使用)

Trans-tour の 1 日留学

(発表者：Trans-tour 株式会社 山田 アユスアンデウィ花梨)

*English version follows the Japanese section.

① ピッチ内容の要約

本ピッチは、まだ正式に法人登録前（近日中に登記予定）ではあるものの、すでに海外の複数の教育機関（シンガポールの 3 校）と連携を進めている「一日留学プログラム」を中心としたサービスの提案である。主な狙いは、英語力や海外経験に自信がない人や、留学を検討している子どもや家族に対し、「短期かつ手軽」に海外で学ぶ機会を提供することだ。現地のインターナショナルスクールや大学のような学びの場を活用し、通常の「英会話教室」では得られない異文化交流や実地体験を“一日”という短時間で試せるのが特徴とされている。

参加費用は一人あたり 5 万円程度（現地への渡航費や滞在費は別）を想定し、体験後は成果を振り返るワークブックや、日本人家族とのネットワーキング機会、修了証などが提供される。今後は、一日留学プログラムにとどまらず、サマーキャンプやさらに長期の留学プログラム、海外企業でのインターンシップにもつなげたいという構想も示されている。また「旅をする人と運転手をマッチングするアプリ」など、他の事業アイデアも検討段階にあるが、まずは“一日留学”による海外体験をハードルの低い形で提供し、そこから受講者の海外志向や英語力向上のきっかけを作りたいという想いが核となっている。

② ピッチに対する参加者の率直な印象

参加者の多くは、「応援したい」「楽しそう」「チャレンジングで素晴らしい」という前向きな印象を持っている。特に「自分の子どもを参加させてみたい」と感じた声が複数あるように、「一日留学」というキャッチーな切り口が家族連れや教育に熱心な層の関心を喚起している。また英語だけでなく「海外で何か新しい体験をしたい」「海外の雰囲気を感じてみたい」というニーズに応えられる可能性があるると好意的に受け止めている。

一方で、短いプレゼンテーションだったこともあり、「どのように一日で留学体験を実現させるのか具体像がまだわからない」「英会話教室や既存のサマーキャンプとの違いが伝わりきっていない」という意見も見られる。またプレゼン資料（スライドなど）の構成や発話スタイルにおいて、より視覚的な工夫や舞台の使い方を意識し、聴衆の

理解を助けると効果的だったのではないかというコメントもあった。加えて、子ども・大人・親など、誰がどのように参加するのかや、短期渡航に伴う費用（渡航費や宿泊費）との兼ね合いが分かりづらかったという指摘がある。全体としては興味を持たれやすいテーマであり、「ニーズはありそう」「面白い！」とポジティブに捉えられているものの、もう少し詳細を明らかにすることで、より強い共感や支持につながる印象であった。

③ ピッチから参加者が感じ取った将来への期待・可能性

「一日留学」という新しい切り口は、多くの人が抱えている「海外体験をしてみたいが、長期滞在はハードルが高い」という課題に対して非常に魅力的なソリューションであると捉えられている。まず、「気軽に海外を体験できる場」自体が、留学に興味を持つ子どもや、英語力を伸ばしたいが長期間の休みを取りにくい社会人には好都合だ。さらに、現地に飛ぶことで“リアルな環境”の中に身を置けるため、日本の英会話教室では得られにくい「文化の違いや生きたコミュニケーション」を体感しやすいメリットもある。

また、参加者のコメントからは、「一日留学」という短期体験をきっかけにして英語学習や海外との接点を拡大し、最終的には海外企業への就職やインターンシップ、長期留学などへ発展していくシナリオが期待されているようだ。たとえば、サマーキャンプや修学旅行との連携、さらにはカリキュラムの拡張（英語だけに留まらず、海外の最新テクノロジーやアートとの融合など）にも広げられるポテンシャルが感じられている。海外渡航のハードルを下げることで、子どもから大人まで参加できる「新しい形の教育市場」を掘り起こし得る点が大きな魅力になっていると言える。

加えて、今後は「学校単位での導入」や「企業の社員研修プログラムとしての活用」など、新たな顧客ターゲットにもリーチできる期待を見出している参加者もいた。すでに複数の海外学校とパートナーシップがある点も、事業の拡張性を担保する材料として評価されており、海外ビジネスを展開していく際の強みになるという声も挙がっている。

④ ピッチを踏まえて取り組むべき課題・改善点

一方で、参加者からは具体的な課題や改善点も多数指摘されている。まず、プログラムの「1日のみ」という特徴について、「費用対効果」が見えにくいという声が挙がっている。移動費や宿泊費を含めると、参加料以外にも負担が大きくなるため、「なぜ1日にこだわるのか」「1日でどの程度の学習効果や満足度を得られるのか」を明示する必要があるという意見だ。

また、単純に「英語を学びたい」人にとっては、既存の英会話教室やオンライン英会話との違いがわかりづらいため、「現地でしか得られない付加価値」をもっと強調すべきといった指摘もある。これはサマーキャンプやホームステイ型の留学プログラムと

の差別化にも共通する課題である。具体的にどのような現地の学校・クラス・体験内容を用意しているのか、参加者のレベル分けはどうするのか、保護者の同伴方法はどのようなになっているのか、といった運営面の説明をクリアにする必要がある。

さらに、ブランドメッセージやサービスのコンセプトを伝える上で、「なぜこの事業を始めたのか」という起業者側の原体験や、プログラムを通じて実現したいビジョンが不足しているとの声もあった。エモーショナルなストーリーや明確な社会的意義を示すことで、聴衆の共感を得やすくなるが、現状そこがやや薄いため、プレゼンに「熱量はあるものの具体的な価値の裏打ちが見えにくい」と捉えられている。

⑤ 上記①～④を踏まえた批判的な視点での深掘り・洞察による真に向き合うべき根源的問題

このピッチの背景には、多くの日本人が抱える「海外経験不足」「語学力への不安」「留学や海外出張に対する心理的・金銭的ハードル」といった問題意識があると考えられる。しかし、本当に向き合うべき根源的な課題は、「どうすれば海外体験の“本質的価値”を多くの人に理解・体感してもらい、行動につなげられるか」という点ではないだろうか。一日留学という短い時間で何を得られるのか、そもそも日本の教育システムの中で不足している「生きた異文化接触の場」をどのように提供するのが鍵となる。

また、「留学＝英語学習」という狭い見方を打破し、海外での時間を通じて自己成長や視野の拡張を得る“真の学び”をどうデザインするかも根源的な問題である。単にインターナショナルスクールで授業を受けたり、異文化体験をしたりするだけでは、「深い学び」につながらない可能性がある。さらに、通常は人々が抱える「時間とコストの制約」に対して、一日留学プログラムはある種の解決策を提示しているが、本当の目的が「海外生活の可能性を探る」や「本格的に海外で挑戦する一歩目を踏み出す」であるとすれば、1日という限られた時間をどう最大化・最適化するのか、その教育デザインが核心的な課題として浮上してくる。

すなわち、“根源的問題”は「海外体験の質と継続性の確保」である。一日留学をフックにしてどこまで長期的な学習・成長をサポートできるか、また、その一日が参加者にどのようなインパクトを与えうるかを明確に示す必要がある。もし「一日留学体験」で得た学びが、その後の行動変容や人生設計につながらないのであれば、単なる“短期観光”と大差ない体験で終わってしまうリスクがある。

⑥ 根源的問題から未来に進むために改めて考慮すべき要素

上記のような根源的問題に対処し、より価値あるプログラムへと深化させるために、以下の要素を再検討することが重要である。

1. プログラム設計の明確化

「1日」とは言いつつも、渡航・体験・振り返りなどを含めると実質何時間の

活動になるのか、そのなかで得られる具体的な学習項目や成果指標は何か。ユーザーが「参加したことでどんな変化が期待できるか」を詳細に設計し、短期でも得られる“価値”を伝える必要がある。

2. 継続的なフォローアップ体制

一日留学が短期であるほど、アフターフォローやコミュニティづくりが効果を高める要素となる。帰国後も学習意欲や関心を持続できるよう、オンラインコミュニティや学習プログラムと連動させる仕組みを検討することが重要だ。

3. 差別化ポイントの強化

既存のサマーキャンプ、長期留学プログラム、英会話教室などとの違いを明確化する。たとえば「海外の地元家庭や企業と連携し、普段は入れない場所を訪問できる」「自分の英語力を客観的に評価できる」など、ユニークな体験価値を提示することが求められる。

4. ストーリーとビジョンの伝達

創業者・運営者の想いや、なぜこの取り組みが世界や未来にとって必要なのかを語ることで共感が得やすくなる。子どもへの教育投資、自己の成長投資としての社会的意義をしっかりとアピールすることが重要となる。

5. 費用や参加対象の柔軟性

参加費5万円という価格設定自体が妥当かどうか、あるいは学生・社会人・家族連れでプランを細分化するかなど、多様な参加者のニーズに合わせたメニューを用意することで、「参加しづらい」と感じる層を取りこぼさない工夫が必要だ。

⑦ 全体を踏まえて今後求められてくるアクション・ロードマップ

1. 具体的カリキュラムの公開

学校側での1日のスケジュール例、学べる内容、講師のプロフィールや指導方針などを、公式ウェブサイトや説明資料で具体的に提示し、ユーザーの不安を解消する。また、質疑応答で最も多く出た「どんな体験ができるのか」を可視化することが最優先だ。

2. 体験後のフォローアップ策の設計

一日留学は単なる“体験”に終わりがちなので、帰国後に何をフォローするのかを明確に設計する。たとえばオンライン英会話とのセット販売、あるいは海外の先生や友達と交流できるコミュニティ構築などが考えられる。

3. ターゲット層別のメニュー整備

子ども向け、大人向け、親子向けなど、想定される参加者ごとに必要となるサポート内容や価格設定を調整する。長期留学や企業研修、語学研修の拡張プロ

グラムとしても対応できるようにロードマップを用意し、段階的に拡大していく計画を示すことが望ましい。

4. ブランド・ストーリーテリングの強化

「なぜこの事業を立ち上げたのか」「何を実現したいのか」という創業の背景や、海外の学びがもたらす社会的意義を発信する。特に教育や人材育成への想い、グローバル社会への適応力の重要性などを訴求することで、単なる「英語力向上」の枠を超えた価値をユーザーに伝えられる。

5. パートナー拡充とネットワーク構築

現状の3校（シンガポール）にとどまらず、他の国・地域やさまざまな教育機関・企業と連携し、プログラムのバリエーションを広げる。企業スポンサーや自治体、教育関連機関との連携も模索し、スケールメリットを生み出す仕組みを整える。

⑧ “楽しい”から始まる未来づくりとして踏み出す具体的なファーストステップ

まず大切なのは、「一日留学って面白そう」という純粋なワクワク感を、最初のドライブとして最大限に活かすことである。具体的には、以下のようなファーストステップが考えられる。

- オープンデイや無料説明会の開催

オンラインでもよいので、実際に海外校の雰囲気を実タイムで感じられる“バーチャル見学”やQ&Aセッションを設け、ユーザーが「これなら体験してみたい」と思う入り口を作る。

- 短い動画や写真集での“体感”コンテンツ発信

SNSやYouTubeなどで、現地校の授業風景や街の様子を発信し、一日留学を疑似体験できるコンテンツを作る。五感を刺激する映像があるだけで「行ってみたい」という気持ちが高まりやすい。

- 気軽に共有できる口コミプラットフォーム

実際に体験した人の声をWeb上で共有し、「楽しそう！」と思った人がすぐアクションできるように申し込みフローを整備する。家族や友達同士で盛り上げられる仕掛けも効果的だ。

“楽しい”という気持ちを原動力に、まずは「ちょっと試してみよう」と思わせる導線をいくつか設計することで、1日留学プログラムの認知度を高め、初期参加者の満足度を可視化しやすくするのが最初の一步となる。

⑨ 全体総評と応援メッセージ

総じて、一日留学プログラムは「海外渡航の心理的・金銭的ハードル」を下げ、「海外に興味はあるが何から始めていいかわからない人」に対して強い吸引力を持つアイデアであると評価できる。一方で、より多くの人に支持されるサービスとなるために

は、差別化のポイントや費用対効果、そして参加者が得られる学びやメリットを明確化することが不可欠だ。そのうえで、創業者や運営者の想いがストーリーとして伝わるプレゼンテーションができれば、多くの共感と協力を得られる可能性が高い。

今後は「一日留学」を皮切りに、短期・中期・長期とさまざまな留学形態や海外研修プログラムへと発展させられる余地があるだろう。社会人向けのプログラムや企業との連携など、ビジネスとしてのスケールアップにも期待が持てる。まずは具体的なロードマップを固めつつ、利用者の声を反映させて柔軟に改善を重ねていくことで、唯一無二の“海外体験プラットフォーム”へと成長できるはずだ。

海外における学びは、言語習得だけでなく人生観を大きく変える力がある。ぜひ、このアイデアを形にし、多くの人に「いつかやってみたい」を「今、やってみよう」に変えるきっかけを提供してほしい。まだまだ未知の挑戦が多いかもしれないが、その分、ワクワクを伝えるチャンスも大きい。頑張ってください、応援しています！

以上が、本ピッチに対する包括的なフィードバックレポートです。今後のサービス展開の一助となれば幸いです。

参考：参加者意見

<https://airtable.com/appRPYmXYEP2SNlMY/shrdiWk9sxW4A81KB>

"One-Day Study Abroad with Trans-tour"

Presenter: Karin Ayuswandewi Yamada, Trans-tour Inc.

1. Summary of the Pitch

This pitch presents a yet-to-be-fully-registered venture (registration is planned imminently) that has already established partnerships with several educational institutions in Singapore. The core offering is a “one-day study-abroad” program. The main goal is to provide a simple, short-term overseas experience for people who are interested in improving their English or exploring foreign cultures, but who find long-term study abroad programs too time-consuming, expensive, or intimidating. Designed primarily for families and individuals with limited time or budget, the program proposes an immersive one-day experience in an international school environment. Participants can attend classes or interact with local students, getting a sense of real-life overseas education that goes beyond typical English conversation lessons in Japan. The approximate cost mentioned in the pitch is 50,000 yen per person (excluding travel and lodging costs), with add-on features such as a workbook for post-experience reflection, networking events with Japanese families already residing in Singapore, and a completion certificate.

The presenter envisions this one-day study-abroad concept as an entry point to a broader journey in English learning or global exposure—potentially leading participants to more extended stays, internships at foreign companies, or even full-fledged study or employment abroad. In addition to the core product, there are other ideas in the pipeline, such as a traveler-driver matching app. However, the immediate priority is to solidify the “one-day study-abroad” concept by leveraging existing partnerships with three schools in Singapore, with plans to visit the country soon and gather material to showcase on the company’s website.

Ultimately, the service aims to spark people’s curiosity and confidence in overseas experiences. By offering a compact yet meaningful taste of international education, the program hopes to encourage participants to take further steps toward global learning and cross-cultural engagement, making the idea of studying or working abroad more accessible and appealing.

2. Participants' Immediate Impressions

Many participants expressed a positive, supportive reaction, saying they felt inclined to “cheer on” the venture. Comments such as “It sounds like a dream!” and “I’d love to send my child on this program” indicate that the pitch successfully conveyed a sense of excitement and novelty. The concept of a quick, hassle-free overseas educational experience is appealing, especially for families who want to expose their children to international environments without committing to a lengthy or costly study-abroad plan.

However, several attendees also noted that they wanted more details on how exactly a one-day program would work. Questions included how participants travel to and from Singapore within a short timeframe, how the day’s schedule is structured, and whether parents would accompany their children. Additionally, some participants felt that the pitch did not sufficiently clarify the difference between this one-day study-abroad concept and existing alternatives, such as English conversation schools or longer-term summer camps. The presenter’s slides and stage presence also drew suggestions: using more visuals, fewer words on the slides, and more dynamic body language could improve engagement and clarity.

A few participants mentioned that the pitch seemed more targeted at Japanese speakers, making it less accessible to non-Japanese attendees. Others felt the emotional or experiential side of the story—why the presenter was passionate about it—could have been communicated more strongly. Overall, though, the audience’s initial response was quite favorable. The idea is fresh and has the potential to resonate with people who value global exposure but have limited time or financial resources to commit to a traditional study-abroad model.

3. Future Expectations and Possibilities Perceived by the Participants

Participants saw significant potential in the “one-day study-abroad” approach. Many believe it addresses a critical gap: individuals who want a taste of overseas education or cultural experience but cannot commit to months or years abroad. By making the process more accessible, the program lowers barriers to international exposure—an attractive prospect for both parents and adult learners.

Several attendees noted that one-day study-abroad could be a stepping stone to longer, more comprehensive programs. For instance, those who enjoy this short immersion might later explore week-long or month-long camps, internships at international companies, or even full semester programs. Some suggested incorporating it into

school-sponsored trips or corporate training programs, hinting at potential business expansion routes.

Beyond English proficiency, participants recognized a broader scope of opportunities, such as combining language learning with arts, technology, or specialized subjects rarely accessible in a domestic setting. They also saw the possibility of developing partnerships with more overseas institutions. Expanding from the initial three Singaporean schools to other countries would open up further cross-cultural exchange and learning options. Overall, participants expect that if the program can effectively demonstrate its unique value—for example, by providing hands-on, culturally rich experiences that go beyond standard language lessons—it could attract a diverse audience. This includes families who want an accessible taste of international education, college students seeking quick global exposure, and even working professionals looking to test the waters of an overseas experience without a large investment of time or money.

4. Challenges and Areas for Improvement

Several challenges and potential improvements emerged from participant feedback. First is the question of value for money, especially given that the total cost includes airfare, accommodations, and the stated participation fee of 50,000 yen. Participants want clarity on why a single day is valuable and what outcomes they can reasonably expect.

There is also a need to better differentiate the concept from existing English-learning options. Why should someone choose this one-day study-abroad program over, say, a local English conversation school or a short-term summer camp? Participants felt the pitch should offer a clearer argument for how real-life overseas exposure benefits learners in a way that purely domestic programs cannot. More details regarding the curriculum, level-grouping, and onsite support—particularly regarding parent/child logistics—would help set expectations.

Additionally, the presenter was encouraged to share more of the personal motivation behind creating this service. Attendees believe that hearing the origin story, or a heartfelt vision about how these immersive experiences can broaden minds and change lives, would strengthen the emotional connection with potential users. Finally, from a marketing perspective, the pitch could benefit from better slides and stage use. Replacing text-heavy visuals with images or stories that capture real interactions might drive the message home more effectively.

5. Critical Reflection and the Underlying Core Issues

Looking beneath the surface, this pitch addresses a broad concern in Japan (and elsewhere): the feeling of “I want an international experience, but I’m not sure how, when, or if I can truly manage.” The one-day program is a creative response to cost and time constraints. Yet the core issue participants hinted at is how to ensure that a brief overseas exposure translates into genuine growth, learning, or transformation.

If the ultimate mission is to inspire people to become more globally fluent—linguistically, culturally, or professionally—then the real question becomes: “How do we design an overseas education experience that is meaningful and impactful, even when it’s very short?” Without a clear plan to maximize that limited timeframe, there’s a risk of the day’s activities devolving into little more than educational tourism.

Moreover, it’s crucial to clarify how this one-day experience feeds into a longer journey of continuous learning. For some participants, the pitch seemed to position the experience as a springboard to broader international engagement; however, the specifics of how that process works remain unclear. Thus, the truly fundamental issue is: **How do we create and communicate a framework that ensures sustained benefit and deeper cultural understanding, even after such a short-term venture?** This requires carefully designed follow-up and a well-articulated educational philosophy, rather than merely offering a brief immersion with no ongoing support.

6. Key Considerations Moving Forward from the Underlying Core Issues

To address these deeper concerns and make the program genuinely impactful, several considerations come to the forefront:

1. Structured Program Design

Clearly define the learning goals and outcomes within a single day. If it’s “one day,” how many hours are spent in actual class or cultural activities, and what tangible learnings can participants expect to walk away with?

2. Post-experience Follow-up

Because the program is short, a robust follow-up strategy could significantly enhance its long-term impact. This might include online community engagement, continued language practice, or invitations to subsequent programs.

3. Differentiation from Existing Options

Highlight unique experiences unavailable through summer camps or local English schools. For instance, exclusive school visits, direct engagement with local families, or specialized subjects that can’t be replicated domestically.

4. **Vision and Emotional Appeal**

Incorporate a clear personal and social mission statement. Participants are eager to connect with the story behind the venture, to understand why it matters in a broader sense—why it’s not just about learning English but about expanding global perspectives.

5. **Pricing and Accessibility**

The 50,000-yen fee (plus travel costs) might be steep for some. Offer different tiers or flexible packages—perhaps shorter local orientation plus one-day immersion for some, or combined family discounts for others—to make the program accessible to a wider demographic.

By carefully addressing these points, the venture can move closer to creating a robust ecosystem of short-term, high-value global experiences that catalyze personal growth and longer-term learning trajectories.

7. **Action Plan and Roadmap**

Based on the insights above, a practical roadmap might include the following steps:

1. **Publish a Detailed Curriculum**

Use a clear, concise format to illustrate a sample one-day schedule: class times, types of activities, teacher credentials, and expected takeaways. This transparency will help reassure potential participants.

2. **Design a Follow-up Model**

Outline how participants can maintain momentum after returning home. Options include online group sessions, continuous language coaching, or future program bundles that encourage repeat engagement.

3. **Segment the Target Audience**

Develop separate offerings for children, adults, families, and possibly corporate teams. Each group may have distinct motivations and scheduling constraints. Demonstrate how the program can scale or be adapted to each segment.

4. **Strengthen Branding and Story**

Communicate the founder’s inspiration, the social benefits of intercultural exposure, and the ultimate vision for future global learning opportunities. This will differentiate the program from being seen as merely “another travel experience.”

5. **Expand Partnerships**

Extend beyond the initial three schools in Singapore to partner with institutions in other countries and fields (tech, arts, etc.). Such growth could attract a

broader audience, including those looking for specialized content in addition to language learning.

By executing these steps, the venture can evolve from a novel one-day concept into a sustainable platform that offers varied global learning experiences. The key is to demonstrate consistent quality, clear outcomes, and a strong commitment to participants' personal and educational growth.

8. Concrete First Steps Toward a Fun-Focused Future

The driving force should be the excitement that “one-day study-abroad” inherently inspires. To capitalize on that excitement, the immediate steps might include:

- **Open-Door or Free Info Sessions**

Host online or in-person events where potential participants can learn about a typical day, perhaps even connecting live with a partnering school. This helps bridge the gap between curiosity and real engagement.

- **Engaging Multimedia Content**

Share short videos or photo collections showing scenes from the partner schools or the daily life in Singapore. Visual storytelling can spark the “I want to try this!” feeling more effectively than text alone.

- **Easy-Share Testimonials and Signup**

Build a streamlined process for early adopters to share reviews and experiences, encouraging word-of-mouth and peer-to-peer recommendations. Make sure the sign-up process is simple and intuitive.

By focusing on what is “fun” and what feels truly achievable, these first steps can attract a core group of participants. Their feedback and testimonials will, in turn, inform further improvements, creating a virtuous cycle that steadily grows both the program and its reputation.

9. Overall Evaluation and Message of Support

Overall, the one-day study-abroad concept stands out as a creative way to reduce the psychological and financial barriers that keep many individuals from experiencing overseas education. The pitch already resonates with audiences who see it as a practical, intriguing alternative to more expensive and time-consuming study-abroad options.

At the same time, to fully unlock its potential, the service must sharpen its messaging around cost-effectiveness, specific learning outcomes, and the emotional value of immersive cultural experiences. Adding a personal narrative—why this project matters deeply to its founders—will further enhance its appeal.

Looking ahead, if the concept is well-structured and incorporates continuous learning and community-building after the one-day immersion, it could expand into a multi-tier platform for both short- and long-term international experiences. There's also promise in collaborating with schools, universities, and even corporate training programs. Studying abroad—however briefly—can fundamentally shift one's worldview and open countless possibilities. We encourage the continued development of this idea, not only to offer an engaging experience for participants but also to contribute to a more globally connected society. Your ambition to make overseas education more accessible is commendable, and with careful planning and consistent follow-through, there's every reason to believe you can make a lasting impact. Keep going, and best of luck on this exciting journey!

Reference: Attendees Feedback

<https://airtable.com/appRPYmXYEP2SNIMY/shrdiWk9sxW4A81KB>