

日本の地域情報サイト「Value Village (valuevillage.jp)」 を全面リニューアル —— 47 都道府県の資料 13,778 件と 「ValueVillage 名鑑」作り手 3,626 件を整備し、5 言語で発信。 「日本の眠れる宝」を訪日客と海外の事業者に届ける基盤へ

2026 年 10 月 14 日

INSTINCT BIO TECHNICAL COMPANY HOLDINGS INC. (NASDAQ: BIOT)

株式会社 INSTINCT BROTHERS

INSTINCT BIO TECHNICAL COMPANY HOLDINGS INC. (NASDAQ: BIOT、以下「BIOT」) の日本の事業会社である株式会社 INSTINCT BROTHERS (本社：東京都品川区、代表取締役：永野友喜、以下「INSTINCT BROTHERS」) は、INSTINCT BROTHERS が運営するウェブサイト「Value Village (バリューヴィレッジ)」 (<https://valuevillage.jp>) を全面的にリニューアルし、2026 年 10 月 14 日に公開したことをお知らせします。これまで日本発のスキンケアブランドのオンラインストアであった valuevillage.jp は、日本 47 都道府県地域資料と、作り手の名鑑「ValueVillage 名鑑」を 5 言語で提供する情報基盤へと拡張しました。コスメの販売はその中の一つのカテゴリーとして続けます。

1. なぜ作ったのか —— 背景と課題

訪日客は過去最多。一方で、地方の情報は海外から見つけにくいままです。 日本政府観光局

(JNTO) の発表では、2025 年の訪日外客数は 4,268 万人と過去最多を更新しました。一方で、訪日前に使われる情報源は国によって大きく異なります。観光庁の調査では、台湾・米国・豪州では「動画」が 1 位、韓国では「ブログ」(46.5%) が 1 位、中国では SNS が 1 位です。情報は大都市と有名観光地に集まりがちで、地方の社寺、工芸、産業、作り手は、旅行者の母語では十分に見つけにくいのが現状です。

地方の「宝」は、海外に届く形になっていません。 全国には、百年を超えて続く作り手、地域にしかない技術、祭りや食の文化が数多くあります。しかし多くは日本語の、しかも断片的な情報にとどまり、海外の旅行者や事業者が自分の言葉で探し、比べ、連絡する手段がありません。

既存の訪日メディアは「これから記事を書く」受託型です。 自治体や事業者が海外向けに情報を出すには、取材・執筆・翻訳を個別に発注する必要があり、費用と時間がかかります。INSTINCT BROTHERS は、47 都道府県を同じ基準・同じ構成であらかじめ書き上げた情報基盤として Value Village を整備しました。

INSTINCT BROTHERS はこの課題に対し、「**世界の中の日本**」として情報を発信し、日本でまだ眠っている宝 —— 商品、特産品、技術、サービス —— を世界に届けることを Value Village の使命と決めました。今回のリニューアルは、その使命を実現するための基盤を、従来の URL のまま一つに統合したものです。

2. 何を作ったのか —— リニューアルの概要

項目	内容
公開日	2026 年 10 月 14 日
URL	https://valuevillage.jp（従来と同じ）
対応言語	日本語、英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語の 5 言語
地域資料	13,778 件（社寺・聖地 1,467、観光 698、アート・美術 2,480、産業・技術・体験 4,384、地方創生 100 選 4,702、47 都道府県ガイド 47）
ValueVillage 名鑑（VV 名鑑）	作り手 3,626 件（食と酒、工芸、製造・技術、サービス）。海外事業者向けのマッチング画面つき
工場見学・体験	536 件（47 都道府県すべて）
ご当地グルメ	618 品（店ではなく料理を紹介。日本語・英語・中国語）
Q&A	600 問（5 言語、順次公開）
投稿・依頼の受け口	質問・写真・情報提供を送れる掲示板、作り手からの相談窓口
コスメ	商品ページ・記事・クチコミを引き継ぎ、販売を継続。決済は Shopify の決済画面（checkout.valuevillage.jp）

資料はすべて公開情報をもとに自社で書き起こし、各ページに出典を示しています。写真は権利関係を確認した素材を使い、確認が必要な素材は掲載前に確認します。実在の風景を AI で生成した画像は使っていません。

3. どのようなサービスを提供するのか

訪日する人へ —— 「行く前に、自分の言葉で調べられる」

- 47 都道府県それぞれに表紙ページを置き、社寺・聖地、観光、アート・美術、産業・技術・体験、地方創生 100 選を同じ構成で並べました。有名観光地だけでなく、各県の作り手や工場見学まで同じ導線で探せます。
- 各資料の名称・要約と主要なページを英語・簡体字・繁体字・韓国語で表示します。
- タトゥーと温泉、免税、ごみの捨て方、神社と寺の作法など、訪日客が疑問を持ちやすい 600 のテーマに答える Q&A を順次公開します。分からないことは掲示板から質問できます。

地域の作り手へ —— 「海外の事業者に見つけてもらう入口」

- 食と酒、工芸、製造・技術の作り手 3,626 件を「**ValueVillage 名鑑**（VV 名鑑）」として一覧にしました。海外の事業者が分野・都道府県・言葉で探せます。
- 名鑑には、海外の事業者が自社の説明・事業内容・希望条件を登録し、気になる作り手に「話したい」の意思を送れるマッチング画面を設けました。双方の意思が合ったときに、INSTINCT BROTHERS が間に立って連絡を取り次ぎます。

- ・ 名鑑への掲載は「紹介」です。取引の意向や条件は、作り手ご本人に確認してから開示します。INSTINCT BROTHERS は、個別の案件に応じて、紹介、条件の確認、連絡の調整を支援します。
- ・ 掲載内容の訂正や写真の提供は、サイト上の窓口から受け付けます。

自治体・事業者へ —— 「各県の資料は、すでに書き上がっています」

- ・ 47 都道府県すべてについて、地域資料・Q&A・写真の整備状況を県ごとにまとめた資料を用意し、提案を開始します。
- ・ 提供を予定するサービスは次の 3 種です。(1) 訪日前の疑問に多言語で答える「旅マエ」コンテンツの面展開、(2) 外部の目線で整備した地域情報の台帳（構造化データ）の納品と更新、(3) 訪日需要を確かめる実証キャンペーン。内容と条件は個別の契約で定めます。
- ・ 既存メディアのように取材・執筆を一から発注するのではなく、すでに書き上がった資料を起点に、追加・更新・多言語化を進める形を取ります。

海外の事業者へ —— 「日本の技術・商品・サービスを探す」

- ・ ValueVillage 名鑑と産業・技術 4,384 件の資料を通じ、地域の技術や商品を分野から探せます。海外からの引き合いは、サイト上の窓口で受け付けます。

お客様へ —— 「日本発のコスメは、これまでどおり」

- ・ 従来の商品ページ・記事・クチコミはそのまま引き継ぎ、購入は従来どおり Shopify の決済画面で行えます。従来の URL 511 本のうち、商品ページ・記事など 510 本は新しいサイト上でそのまま開けます。

4. 事業モデルと市場 —— 誰が、何に対価を払うのか

Value Village の収益は、利用者（旅行者）からではなく、地域の側と海外の事業者、そしてコスメのお客様から得る設計です。

柱	対価を払う人	何に対して
自治体・事業者向けサービス	自治体、DMO、地域の事業者	旅マエ Q&A の多言語面展開、地域情報の台帳（構造化データ）の納品と更新、訪日需要の実証キャンペーン。契約ごとに定める
ValueVillage 名鑑の仲介	海外の事業者、作り手	紹介・条件確認・連絡調整と、成立した取引に伴う手数料。案件ごとに契約で定める
コスメ EC	お客様	日本発のスキンケア製品の販売（既存事業。決済は Shopify）

市場の大きさ（出典：観光庁、日本政府観光局）

- 2025 年の訪日外国人旅行消費額は 9 兆 4,549 億円（確報）で、2024 年の 8 兆 1,257 億円から増えて過去最高となりました。
- 政府は 2026 年 4 月の観光立国推進基本計画で、2030 年に訪日旅行者 6,000 万人、消費額 15 兆円、地方部の延べ宿泊 1 億 3,000 万人泊を目標に掲げています。地方への誘客は国の方針でもあり、自治体には海外向けの情報発信が求められています。
- Value Village は、その地方の情報を「あらかじめ書き上げた状態」で持っている点を、自治体・事業者への提案の起点とします。

本節の数字は市場全体の規模を示すものであり、当社グループの売上や獲得見込みを示すものではありません。

5. 今後の展開（予定）

- **投稿の仕組み**：旅行者や地域の方からの写真・体験談・訂正・翻訳の投稿を受け付け、承認された投稿者の名前を 5 言語で表示する「Contributor Rank」を順次開放します。金銭的な報酬は設けず、権利が明確な写真だけを受け取ります。
- **短尺動画**：一部の国・地域で出発前の主要な情報源となっている動画に対応するため、Q&A を起点とした縦型の短尺動画（4 言語、400 本を制作済み）を、確認を経て順次公開します。
- **フォトアワード**：訪日客と在留外国人の目で地域を撮る公募企画を準備しています。法令・税務の専門家の確認を経て、詳細を発表します。
- **自治体・事業者向けプラン**：上記 3 種のサービスについて、47 都道府県への提案を進めます。
- **英語での本格展開**：検索と AI アシスタントから見つけられる形での英語版の整備を進めます。

これらは発表日時点の予定であり、内容・時期は変更になることがあります。決まり次第お知らせします。

会社概要

INSTINCT BIO TECHNICAL COMPANY HOLDINGS INC.

NASDAQ 上場（ティッカー：BIOT、2026 年 7 月 24 日上場）。グループ創業 2011 年。

ウェブサイト：<https://instinct-biot.com>

株式会社 INSTINCT BROTHERS（BIOT グループの日本の事業会社）

所在地：東京都品川区西五反田 6-2-7 ウェストサイド五反田ビル 3 階

代表取締役：永野友喜

事業内容：地域情報サイト「Value Village」の運営、地域の作り手と海外事業者の仲介、化粧品の企画・販売

本件に関するお問い合わせ

株式会社 INSTINCT BROTHERS Value Village 運営

メール：info@instinct-bro.com

将来見通しに関する注意事項

本資料には、BIOT グループの計画や予定に関する記述が含まれています。これらは発表日時点の情報に基づくものであり、実際の結果は、事業環境の変化その他の要因により異なる可能性があります。BIOT は、法令等により必要とされる場合を除き、これらの記述を更新する義務を負いません。本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。本資料中の統計は、日本政府観光局（JNTO）および観光庁の公表資料によります。