

「新しい東北」復興ビジネスコンテスト 2017 KDDI総合研究所賞 記念対談



【写真右：株式会社TRIPLUS 秋山智洋 代表取締役社長兼CEO】

【写真左：株式会社KDDI総合研究所 守屋直文 取締役フューチャーデザイン2部門長】

議事内容

【受賞の理由・ポイント】



守屋直文 取締役部門長（以下、守屋取締役） 今年のビジネスコンテストに応募されたアイデアで、“アクティブシニア”と“外国人旅行者”とのマッチングを活用した貴社の取り組みに注目し、「KDDI総合研究所賞」を贈らせていただくことになりました。KDDIは携帯電話事業のみならず、ビジネスの領域を拡大しつづけています。そして、私たちはお客様の日常生活のお困り事を解決し、より深部までコミットしたサービスを展開することが重要であると考えています。このような観点から、シニア層の皆様は、私たちにとってもポテンシャルのある層だと捉えています。健康なシニア世代の皆様は、ボランティアや町内会の活動などで活躍されている人が多いですが、今後健康寿命がさらに延びていくなかで、現役時代に身に付けたスキルや知識などを活用し、高額でなくて

もその報酬を得ながら活躍することが、より生きがいを高め、長く活動を続けるためには必要だと思います。このような点からも貴社の取

り組みは、これからのシニア世代が抱える社会課題に応える取り組みとなっており、「企業賞」を選定する上で、大きなポイントになりました。さらに、秋山さんの事業着手までのご努力にも大変感銘を受けました。羽田空港や成田空港に出向き、1,000名以上の外国人旅行者に自らヒアリングするなど、事前の調査をしっかりと積み上げてビジネスモデルを考えられていた姿勢に心を打たれ、ぜひ本賞を差上げたいという気持ちになりました。

【外国人観光客とシニアのマッチングサービスのご紹介】



TRIPLUSで体験を提供したアクティブシニアと体験を受けた外国人旅行者のイメージ

TRIPLUS 秋山智洋 代表取締役社長兼CEO（以下、TRIPLUS 秋山社長） 最近の外国人旅行者のニーズが、定番の観光スポットを巡るものから、体験型のコンテンツや地域の人々との交流へと急速に移り変わっています。しかし外国人旅行者は、日本ならではの体験や地域の人々との交流を行う機会が、なかなか得られないのが現状です。

この事業プランは、超高齢社会を解決したいという考えから着想しました。1,000名以上のシニア世代に直接インタビューをしていくなかで、まだまだ輝ける方に対して、支えるだけのサービスばかりが溢れている社会の現状に違和感を覚えました。また、シニア世代の方は、多様な人生経験・タレントを保持していることにも気がきました。これを必要としている人たちが、外国人旅行者なのです。そこで私たちは、シニア世代だからこそ生み出せる価値と外国人旅行者をつなぐ、新たなインバウンドツーリズムのプラットフォーム“TRIPLUS（トリプラス）”を構築し、楽しんで年を取れる社会を創ろうと決心しました。

TRIPLUSでは、シニアの方が外国人旅行者に提供するコンテンツを提示するだけでなく、外国人旅行者のこんなことを体験したいという要望を提示し、それにシニアの方が応えるといったリクエスト制を取り入れています。この双方向的なサービス提供のスタイルが、他の類似サービスとの差別化ポイントです。

そして、単に無償のボランティアにとどまらず、頑張れば頑張った分だけ対価として返ってくる仕組みにしたことも大きなポイントであり、これからの超高齢社会において、意味を持つことだと考えています。都会だけでなく地方も含めて、シニア世代の方々が、自分が生まれ育った地域の魅力や培ってきたノウハウを、TRIPLUSを通じて世界中の人々に届ける、このようなサービスが、超高齢社会のネガティブなイメージを少しずつ変えていくものだと信じています。

守屋取締役 シニア世代にとっては、外国人旅行客が体験したいことが何なのかが分かることで、自分が持つ経験やノウハウを生かせるのだと気付けますね。もちろん、それらを活用することで、対価をもらえるところも非常に重要なポイントですね。

【提供しているビジネスの中でどのようなメニューに外国人が関心を持っているか】

TRIPLUS 秋山社長 空港でのインタビューを繰り返し行い、日本において外国人旅行客に提供されている体験型サービスと、彼らが求めているものに非常に大きなギャップがあることが分かりました。例えば、テストマーケティングを行った際には、お祭りの屋台で自ら焼きそばを調理して売りたい、それをスマホで撮ってSNSに載せたいというようなリクエストがありました。こうした日本人が気付いていない、私たちにとっては何でもないような体験が、外国人旅行客に高いニーズがあります。ただのお味噌汁作りでさえも、シニア世代の方々の細やかな心配りと組み合わせることで、9,500円を支払ってでも体験してみたいという方がいらっしゃることに、私自身も大変驚きました。

【東北にフォーカスをおいて応募に至った経緯】

TRIPLUS 秋山社長 外国人旅行客向けの体験型サービスは現状でも存在しますが、受け入れる側としてアクティブシニアを活用するという発想はあまりありません。東北地方は他の地域よりも高齢化率が高く、復興から立ち上がろうとするモチベーションも非常に高いと思います。そこで「新しい東北」復興ビジネスコンテスト」を足掛かりに、東北の人々と共に、東北地方を盛り上げていけるような活動をしていきたいと考えました。

守屋取締役 東北を訪れる外国人旅行客の延べ宿泊者数は、全国の1%を切りますが上昇傾向にあります。今後はますます伸びていく地域ではないでしょうか。

TRIPLUS 秋山社長 外国人旅行客からは、東京・京都・大阪などの大都市以外のエリアで体験をしてみたいという声を多くいただいています。ぜひ、TRIPLUSを使って東北に旅行する方々を増やしていきたいと思っています。

【外国人観光客とシニアのマッチングサービスにおける課題】

TRIPLUS 秋山社長 外国人旅行客、アクティブシニアの方々、合わせて2,000名以上に直接お会いしてインタビューをさせていただきました。実際にテストマーケティングを実施しながら、リーン・スタートアップの手法で一歩ずつ進めてきました。そのなかで分かったことは、海外

の方々に対して、日本のシニア世代だからこそ提供できる、魅力的なコンテンツが数多く存在するということです。しかし、日本のシニア世代の方は、とても謙虚で興味があっても、TRIPLUSのようなサービスを利用するには、心のハードルが存在するようです。

今後の取り組みとして、シニア世代の方々には、自分たちの持っているものが外国人旅行客のニーズを満たす価値のあるものだということに気付いてもらうことです。外国人旅行客とのコミュニケーションの楽しさのなかで、年齢に関係なく、誇りと生きがいを持って、活躍できる場を創出していく必要があると考えています。

守屋取締役 とりわけ東北の方は、謙虚で控えめな人が多い印象がありますね。そういう方にコミュニケーションの楽しさを知ってもらうには、いろいろな工夫が必要かもしれませんね。

TRIPLUS 秋山社長 今後は、海外の方とのコミュニケーションに興味のある人、外国語を勉強されている人、現役時代にグローバルな仕事をしてきた人といったTRIPLUSに興味を持ってくださりそうな方から使い始めていただき、徐々に裾野を広げていければと考えています。テストマーケティングでは、日本語とボディーランゲージでサービスを提供し、外国人旅行客とすっかり仲良くなったシニアの方もいらっしゃいますが、コミュニケーションの点においては、自動翻訳のようなITの力も適切な形で導入していきたいと考えています。このサービスの魅力は、「人」と「人」との直接的な生のコミュニケーションにあります。そういった魅力を消してしまうような、IT端末に頼り切った形でコミュニケーションを取るスタイルではなく、IT端末の存在を感じさせない、生のコミュニケーションをさらに魅力的なものにできるITの活用方法が実現していければと考えています。

私は日本語を含めて5カ国語を話しますが、海外の方々とのコミュニケーションにおいて一番大切なことは、語学力よりも、海外の方々とのコミュニケーションを取ろう、心からのおもてなしをしようとする気持ちです。外国語が話せない方にも、ドンドン利用していただきたいと思っておりますし、私たちも全力でサポートさせていただきます。TRIPLUSというサービスを展開していく上で、これは繰り返し、メッセージとして届けていきたいと思っています。

守屋取締役 技術面からは先進的なアプリケーションなどを通じ、外国語を外国語と感じさせないデバイスが、将来的にできればよいと思います。私たちもIT企業として、それに向けて関連する技術開発や実証実験を現在進めています。具体的には、国内数カ所で行くシー運転手向けの翻訳システムの開発、社会実証があります。標準的な自動翻訳システムに、さまざまなローカル情報をアドオンし、「この辺で美味しいものはある?」と質問した際に、地域特産の食べ物が案内されるといった、翻訳と地域特有の情報をセットで提供するシステムです。これはある意味、秋山さんのビジネス目標にも近く、双方にメリットがある関係になれるのではないのでしょうか。また、マッチングという点では、ビッグデータ解析など技術を高度化して検索精度を向上させたり、サービスを提供する側と受ける側のニーズをより的確に把握するなど必要だと考えています。KDDIとしては、さまざまなサービスがユーザーにとって使いやすくなるようなIT技術を提供していきたいと思っています。

【東北エリアにおける外国人旅行者とシニア層のマッチングサービスの将来像】



TRIPLUS 秋山社長 東北地方のいろいろな自治体の方とお話をする
と、高齢化と同じように、若年層の都市部への流出も問題となっていると伺
いました。TRIPLUSが目指す最終的なゴールは、例えば、地域のグローバル
志向の高い学生がシニア世代のコミュニケーションのサポートという形で付き添
い、TRIPLUSのサービスが提供されるといったモデルも想定しています。若者
がシニア世代のサポートに付くことで、海外の方だけでなく、地域の若者にと
てもグローバルの勉強にもなりますし、その地域の魅力を伝承する機会にな
ると考えています。外国人旅行者とシニア世代をつなぐサービスというだけ
でなく、若年層も巻き込んだ地域全体を活性化するサービスとして成長させ
ていきたいと思っています。

守屋取締役 着物を着て写真撮影をするなどの伝統文化を体験できるツアーパッケージがありますが、TRIPLUSのサービスは、その地
域全体の日常生活に根ざした体験を提供するということですね。このような発想は、たくさんの外国旅行者から伺ったインタビューのな
かで感じられたことですか？

TRIPLUS 秋山社長 その通りです。最近はインターネットやYouTubeの普及で、日本の情報を簡単に取得できるようになりまし
た。着物や茶道はもちろん素晴らしい日本文化ではあるものの、日本人が普段の生活の中で当たり前に行っていることを体験してみたい
という声がとても多かったのです。TRIPLUSのサービスは、ユーザーの声を最優先に作り上げてきました。これからも、ユーザーのニーズに
寄り添ったサービスにすることを、第一に考えていきたいと思っています。

【インバウンド事業活性化やシニア活躍の将来についてKDDI事業に照らし合わせた活路のビジョン】

守屋取締役 インバウンド数は今や2,000万人を超え、政府が目指している2020年に4,000万人も夢ではなくなってきました。
KDDIグループにとっても、インバウンド旅光客はマーケットのひとつと考えています。現在、KDDIはライフデザイン企業として、通信にと
どまらない多様なアイテムを用意し、お客様にさまざまな価値体験をしていただくことを目指しています。体験の提供とは、実際に東北地
方でおばあちゃんの作るお味噌汁と一緒に作り、味わって楽しい時間を過ごすことも大切です。また、VR、ARなどと旅行を組み合わせ
て、付加価値のある斬新なサービスを体験していただくことも市場性があるかもしれません。新しい技術と通信を結び付け、外国人旅行
客が要望するさまざまな価値体験が向上できるサービスを作り上げれば、ビジネスの拡大が期待できます。

【「新しい東北」として新たな復興フェーズをどのように捉えているか】

TRIPLUS 秋山社長 東北地方が復興から立ち上がり、次のフェーズに移るとのことですが、一番大切なのは「人」であり、東北地方の方々が今後どのように行動するのが重要だと思います。東北地方は高齢化が他の地域より急速に進んでいます。そこで、高齢化を嘆くのではなく、高齢化社会だからこそできるアプローチで、東北地方を盛り上げていくことが鍵であると、私は考えています。私自身、海外生活が長く、海外の友人も多いので実体験から感じていることですが、東京のような大都市から離れた土地であっても、その地域に魅力的なコンテンツがあると分かれば、外国人旅行客は自然と集まります。TRIPLUSが、東北のシニアの皆様の日々を輝かせ、ひいては地域活性化に貢献できる基盤になれば、これ以上のことはありません。

【どういった点が産業復興を進める上で重要か】

守屋取締役 産業復興となると大きな話題になりますが、東北地方にいる皆様がこれからもずっと住み続けられること、あるいは、かつて住んでいた土地が戻ること、そしてこれまで住んでいなかった方が新しい生活の基盤を持つと思えることが、重要だと考えています。そのためには、東北地方で現状活用されていないさまざまな資産の活用方法について、企業、自治体、大学などの研究機関と一緒に考えていくことが必要です。貴社の取り組みは、東北のシニアの皆様がお持ちの経験やノウハウを活用して新たな事業を創り、それがご自身の生きがいにもなるというビジネスです。このような事業の積み重ねにより、産業復興に貢献できると感じています。さらに、東北地方で新しい事業を始めようというモチベーションも高まり、そこに住み続ける皆様や、新たに生活基盤を持つ皆様の増加にもつながると思います。秋山さんのように、志を持った方がこれからも継続して出てくるのが重要です、そのためにも企業や自治体、国がアイデアを出し合っていくことが重要だと思います。

【最後に】

TRIPLUS 秋山社長 私たちのようなスタートアップができることと、KDDIさんのような通信会社ができることはそれぞれ役割が違うと思います。東北地方もそうですが、これから日本経済が元気になるためには、両者の連携を通じて化学反応を引き起こし、互いの良さを引き出しながら、社会に大きな価値を創出することが重要だと考えています。

守屋取締役 仰る通り、それぞれ得意分野がありますね。こうしたマッチングサービスを通じた情報発信については、私たちのようなIT企業が良い情報発信基盤やツールを提供することが大事だと思います。使いにくいユーザーインターフェースではなく、思い立ったらすぐ申し込めるような、お年寄りの皆様でも使いやすいデバイス、アプリケーションなどの提供を通じて、皆様を後押しする機会を提供することが私たちの役割です。その上で、貴社のようなユニークなアイデアを持つ企業が、私たちの提供するプラットフォームを活用し、新しい価値を届けてくれることが重要ではないでしょうか。秋山さんのような発想力と行動力で新しいマーケットと一緒に作っていただきたいと思います。

TRIPLUS 秋山社長 現在、私たちが開発しているプラットフォームに蓄積されていくシニア世代の方々や外国人旅行客のデータを有効活用できれば、ビジネス面でも社会貢献という面でも、さらなる効果が期待できると考えています。ユーザーの一番近いところにいる私たちのノウハウを、お年寄りの皆様でも使いやすい、今はまだ存在しない新しいデバイスの開発にも役立てていただけるのではと考えています。ぜひ今後とも、より良い社会を構築するために、貴社と連携していくことができれば幸いです。



TRIPLUS Webサイト

<https://www.triplus-jp.com/>