

WEEKLY

ツーリズムビジネス専門誌
週刊トラベルジャーナル

2014年4月28日発行(毎週月曜日発行)
第51巻第18号通巻2900号
1964年9月17日第三種郵便物認可

50th
ANNIVERSARY

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine

観光立国を支えるすべての人々に向けて

2014
4/28

笑いの力

よしもと流
ツーリズム



■注目の事例

KLMのSNS戦略

■誌上セミナー

JNTO 発外客攻略のヒント
韓国市場で取るべき方策

■新連載

MICE の舞台裏

武内紀子(コングレ代表取締役社長)

■好評連載

視座

高橋敦司(東日本旅客鉄道営業部次長)

SCRAP

豪州も中国のキャンブラー狙う

eマーケティングの透視眼
人と人をつなぐ目的は不変

NY発ツーリズムのヒント

当然のローカルフード運動

ビジネスパーソンの日々雑感

東園絵(ウナギトラベル代表)

■取材報告

韓国への渡航者数 300 万人を目指して

中南米特集 2014

e

マーケティングの

透視眼

vol.

02

荒木篤実

ベルトラ代表取締役会長

人と人をつなぐ
目的は不変

2 000年以降に興隆期を迎えたオンラインビジネスのベンチマークといえ、まず何をにおいてもグーグルとアマゾンだろう。グーグルを最初に見たとき、これはいったい何？と驚いたのを覚えている。ロゴと検索用の窓が1つあるだけの色気のないサイト（いまでもそうだ）。だが、他のどのようなサイトからどのくらいリンクされているか（被リンク）を独自に分析した人気度の裏付けがあったため、従来のどの検索エンジンよりも精度の高いサービスという評判を手にした。アマゾンが登場したのは1995年だが、しばらくはまったく冴えなかった。人々が欲しいものがあまりなかったからだ。

いくら素晴らしいアイデアでも、中身が脆弱では意味がない。それがビジネスだ。では、どうすればいいビジネスが創造できるだろうか。グーグルは、ネットスケープ社が生み出した「フリーサービス」という概念を踏襲しつつ「無料かつ便利で（検索）精度が高い」ことを売りに、一気に膨大なユーザー数獲得を目指した。一方でアマゾンは、どんなに赤字を出しても株主の理解・サポートを後ろ楯に、爆発的にコンテンツ収集に専念していた。いずれも、並ならぬ先行投資だった。これらは、常軌を逸するほどの強烈な信念がなければ到底できることではない。

ところで、オンラインビジネスというだけで、いまだに虚業と思う人がいるのは驚きである。確かにオンラインは目的ではなく手段だ。だが、この手段としての意義を正しく理解そして認識できるかどうか、自己のビジネスに大きく影響するとしたらどうだろうか。

2000年代初頭は、いったんネットバブルがはじけたものの、以降は確固たる信念を持った企業だけ

が生き残っている。そしてその後、コミュニティ、web2.0、クラウド、ソーシャルと、さまざまなキーワードとともにネット業界は進化を遂げ続けている。これらのキーワード（トレンド）の中でひとつを除いては、実はほぼ同じことを表現している。つまりクラウド以外は、すべて人と人との関係（関わり方）について、見方を変えて言語化しているだけのことなのだ。

これは大事なことを示唆していると思う。ネットはそもそも、軍事目的で米国が戦略的に再構築した技術がベースになっているが、一般に開放されてからは、人と人をつなぐ道具となって進化を遂げた。最初はウェブ、そしてEメール、次にメルマガ等を経て、現在のソーシャルまで続く。手段や方法がどんなに変わろうと、そもそも大事な目的は何かを押さええていないと本質を見失う。これがネットビジネス最大の成功の鍵であると思う。

グーグルは、人と情報をつなぐことで覇者となったため、しばらくこの鍵に気が付いていなかったように思える。アマゾンもしかり。だからフェイスブックのような新規参入サービスでも隙間を突くことができた。だがしよせん、道具は道具。ビジネスの心髄は「何で（What）」ではなく、「いかにして（How）」の部分にあると私は信じている。

スティーブ・ジョブズの1990年の秘蔵インタビューに、とてもお気に入りのフレーズがある。「本当のマーケットというものは、人と人とのコミュニケーションをより良くしてくれるものだ」と。24年以上も前に、すでにネット技術（手段）の究極の意義（目的）をつかんでいたスティーブ。彼の意志を継承したいものである。



あらかし・あつみ ●長崎県出身。慶應義塾大学経済学部卒業後、日産自動車入社。海外マーケティング業務を担当。91年IT & マーケティングサービス会社のアランを創業。04年世界オプショナルツアー予約「Alan1.net」（現VELTRA.com）で旅行業に参入。

（次回は5月26日号に掲載します）