

「自分自身の 原体験にこそ意味がある」

あおき ゆう

青木 優 氏

株式会社 MATCHA 代表取締役

毎月約 240 万人が閲覧する訪日外国人向けの観光情報サイト「MATCHA」を手掛ける青木優さん。世界最大の訪日観光プラットフォームを目指して、5年前に設立した株式会社 MATCHA は浅草の雷門一丁目にオフィスを構えます。大手リゾート企業との提携のほか、アウトドアブランドの会社とも提携し、アウトドアの体験などを世界に発信するなど、海外向けに積極的な情報発信をしています。

起業のきっかけは、明治大学国際日本学部の1期生として日本の文化を学問として学び、世界に発信できる人を増やすという場で学びを得たことでした。スライドにマンガを1ページ載せてプレゼンする講義など、日本の魅力を海外にどう発信していくか、それを理解してもらうために何が必要か、日本の面白さを啓発するなかで教授から「日本の文化は世界で流行っているけれど日本人はそこでビジネスできていない」と聞き、「チャンスだと思った」そうです。その後、世界一周の旅に出て、1日10時間座禅することを10日間続けるインドのヴィパッサナ瞑想、イタリアのコミック&ゲームフェスティバル、ブルガリアの僧院で泊まる、モロッコでラクダに乗るなど世界各国で色々な体験をします。そして、日本各地を旅行するなかで、日本の文化が失われかけていることに直面し、日本のよいものを伝えていきたいという思いが強くなります。「今の時代、スマホがあれば何でも情報が手に入る。情報に触れていると分かった気になるけれど、自分の足を使い目で見て触って気づくこととは大きく違う。自分のこれまでの選択を振り返っても、誰かから聞いたことよりも自分自身が体験したことが無意識のうちに軸になっていた」

草津温泉を外国人観光客の目線で紹介する映像が、青木さんのブログでの発信をきっかけに150カ国200万回再生されます。このブログで発信した映像制作元の会社に入社するものの、自分で事業をやりたいと半年で独立を決意します。



- ・ 明治大学国際日本学部一期生
- ・ 在学中に世界 20 ヶ国を周る
- ・ その後、日本国内各地を訪れた後、東京オリンピックも決まり、訪日外国人の増加を見込んで株式会社 MATCHA を設立
- ・ 同社と同名の観光情報サイト「MATCHA」の月間訪問者数は 240 万 (PV)
- ・ 訪日外国人の 50% がサイトを訪問することを旨す

「自分のやりたいこと」×「これからの時代」 が交わるところで挑戦する

「自分がやりたいこととして24時間考えられることと、これからの時代に必要とされることを考えたときに日本の魅力を海外に届けたいと考えた」ちょうど東京2020大会の開催が決まった2013年のタイミングでした。

MATCHAは、2年前からともに働く台湾人女性が現在、編集長を務めています。対応言語は10カ国語で、31名中11名が外国籍メンバーです。例えば台湾向けには、約8割が日本に複数回訪れたことがあり、浅草寺ではなく下北沢の古着屋の情報が欲しいなど、よりオリジナリティある体験が求められます。対応言語の中で一番変わっているのは「やさしい日本語」で、すべてにふりがながふられ、日本語学習者向けとなっています。日本語を学んでいる人が日本の今を触れられるように取り組んでいます。

収益は広告収入がメインです。成田空港でトランジット滞在する人を対象としたツアーの紹介は、ハブ空港としての魅力の向上を目指すものでインターネット予約の約10%がMATCHAからの経由となっています。戦略的な情報発信を心掛け「中国と台湾の人では求めている情報が違うし、日本に来た回数も違う。誰に対して情報を出すのか、例えば有田焼について発信するにも誰に対してどう発信していくのか」そして「そこにしかない何かを発信する」ことを意識しています。少しユニークな記事にコンビニでのコーヒーの淹れ方やおにぎりの開け方の紹介があります。「日本で困ったことは何ですかとアンケートをとったところ『おにぎりが開けられなかった』という反応があり、映像を作って紹介するとたちまち20万回の再生となり、『日本人の当たり前は当たり前ではない』当たり前を疑うことへの気づきにも繋がった」と言います。

業務提携先を拡げ、勢力的な活動を展開するMATCHAの今後について、どのくらいの訪日外国人に閲覧してもらえるようになりたいか？と聞かれると、ビジョンに掲げる世界最大の訪日観光プラットフォームになることを引き続き目指し、訪日外国人のサイト訪問の割合を現状の1割から5割にまで引き上げたいと話してくれました。その上で、発生の頻度が高くなってきている自然災害に対して外国人にも避難情報を届けるなど、安心安全な情報の整備に力を入れていきたいとも語ってくれました。



センパイからの助言

Q、一番読まれた記事はどのような記事か？

A、いろいろある。安定的に見られるのが7月の服装などのような来日時の服装を確認するもの。また、一週間で3万人近い人が閲覧したのが、板橋区にある中村印刷所というノート屋さんの記事で、水平にぴたっと開く水平ノートを紹介した。観光スポットだけでなく、オリジナリティのある内容が求められている。

Q、なぜ、日本人は日本の魅力を発信できていないのか？海外に行き、日本人がまだまだ出られていない状況を、青木さんは何が原因と考えるか？

A、2つの答えは一緒に、日本人は日本だけで十分生活ができてしまうことが起因している。海外に出るのもエネルギーのかかることだから、日本で生活し商売するということになっているのだと思う。

Q、日本人が日本の魅力に気づいていない。気づくためにはどういったことが必要か？

A、気づくためには…日本を離れるしかない。旅は面白くて、先輩後輩や同期など上下関係や横のつながりではなく、横でも上でも下でもない斜めの関係がたくさんできる。そういった初めて会う人たちに自分を説明しなくてはいけない。まずは海外に出てみるのが大事な気がしている。