

グーグルとの競争

利用か対抗か 経営の判断次第

荒木篤実 パクサヴィア創業パートナー

20年の時を経て、ほぼすべての人の日常生活で当たり前前にグーグルが使われるようになった現在。街行く外国人旅行者も、どのバスに乗るべきか、どんなレストランが近くにあるか、メニューの内容まで、決して完璧ではないとはいえ、ないよりは全然役に立つグーグルの各種サービスを使う。地図、翻訳、交通検索など、旅先の困難をグーグルで乗り越えていくその姿はほほ笑ましくもある。

だが、よく考えてみてほしい。いま、個々人にとって、有意義で真に役に立つ情報はどのくらいグーグルで手に入るようになったのだろうか。特に旅行という一種特別なイベントにおいて、その有効性に旅行者は満足しているのだろうか。

このことを確かめる際に、まず全体最適か個別最適かを意識する必要があるだろう。言うまでもなく、いかにグーグルがテクノロジーを駆使したとしても、それは全体最適、つまり平均としてのベスト解である。そのように設計されているのだから当然である。

もちろん、その人の過去の検索ワードやクリック履歴などのデータもすべて持っているが、主にグーグルに都合のいい広告主を表示するために使われているだけだ。つい先ほど検索した言葉やサイトをうんざりするほどしつこく表示してくる。個人の検索情報を基に、全く自分のためにならない情報ばかりが消費者へ押し付けられている。無料で視聴しているテレビCMとほぼ同じである。

グーグルの旅行サービスは現在、航空券や宿泊の検索がメインになっている。それとは知らずに利用している方も多いただろう。それもそのはず、最後はエージェントもしくはサプライヤーサイトにつなげているから違和感がないだけだ。つまり広告主にページを戻すことでマネタイズしているだけなのだから、さほど注目するに値しない。

専門ジャンルがあるOTAならば

このような総合サービスに対抗しうるのは、専門サイトだ。旅行の世界であれば、航空、鉄道、宿泊、アクティビティーなどジャンルごとにエージェント、すなわち専門OTAが存在する。

旅行者の目的はいろいろある。もちろん、良いものが安く手に入ることをほぼ一部の超富裕層以外は求めている。サービスを提供するサプライヤーが多いほど、仲介するエージェントやプラットフォーム機能を持つ会社の存在感が増してくる。これがOTAの存在意義であった。総合型エージェントも結局は完璧に自社で全ジャンルの専門性を高めるのは高コストゆえに、事業提携で幅を広げているケースがほとんどだ。だが、ユーザー目線ではあまり大きなインパクトはないと思える。各種サービスがワンストップというだけなら、付加価値の最大化とまではいえないからだ。

グーグルは2010年を超えたあたりから、この

OTAを脅かす存在になり、旅行業界を振り回してきた。しかし、同社の原点たる広告ビジネスの立ち位置を大きく変えてきたことは実はこれまで一度もない。そのようなそぶりを何度も見せはしたが、本格的に事業化するかと思いきや、大抵の場合、さらっとやめていっている。実に欧米企業らしい理にかなった動きといえるであろう。

これは彼らが自社の強み・弱みをよくわきまえている証拠である。駄目な企業はすぐにでも分不相応なはやりを取り入れ、形から入る。だから失敗が多い。真の価値を追求し続けるグーグルのようなエクセレントカンパニーは、目的を定め、最短で検証するための実験を小さく素早く実施し、迅速に結果を得て、撤退・継続を是々非々で判断している。

さて、真の最先端優良企業であるグーグルに立ち向かう術など、あるのだろうか。実はそれがあるのだ。難易度が優しい順に3つの手法がある。

決して手を出さない領域

まず1つ目は先述した高度に専門性を高めたエージェントとなる道だ。初めからコンテンツを絞って販売しているので、後はサービスの特徴と評価軸、ユーザー人気度などで旅行者の利便性向上を目指す競争をすればよい。そのためには、無関係なごみ情報が限りなく排除されていることが重要だ。ある程度の評判をつくれれば、社名など忘れていても、グーグルが見つけてくれる。いわばグーグルは専門商社のエージェント探しで貢献するだけ、ということとなるわけだ。

2つ目は、個別解を提示する、つまりパーソナルエージェントを創り上げる方法だ。AI(人工知能)が実用段階となり、チャットGPT以外にもいろいろな選択肢が出てきている昨今、さほど難しいことではない。要はユーザー目線での設計センスがあれば実現できるからだ。

詳細に言えば、AIすなわち機械が理解しやすいプロンプト(入力情報)を作成できるセンスがあればそれでよい。だが、実際に旅行者が便利だと思えるロジックをつくり、それに対応したサプライヤー



グーグルでは飛行機や宿泊といった表示可能な広告をフィルターして出しているだけにすぎない

をそろえることが最大のチャレンジとなる。システム構築だけならエンジニアがいれば事足りる。

そして3つ目が、AIとは真逆の方向性、つまりウェブ3.0的発想での事業モデルの構築だ。情報の流れが一方向性の1.0時代に始まり、ユーザーと対話する双方向の形へ進化した2.0時代、そして今はユーザー同士が自らの聖域や存在意義に価値を見だし、新たな情報や価値の交換を実現する3.0の時代となった。それを支える技術がブロックチェーンであり、仮想通貨はその1つの事業例である。つまり中央集権を脱した経済におけるアナキズムであり、革命そのものである。このモデルを適用するためには、ユーザーが便利かつ意義ありと納得できる完成度の高いオペレーションルールが不可欠で、その設計は実に最高難易度だといえる。

世界の知能の集積であるグーグルにとっても、これは簡単なことではないが、やろうと思えばできる。しかし、決してやらない。それは、金のなる木である広告業に支障が出るからなのだ。ここが同社の弱みといえる。

これらをしっかりと認識したうえで、どう対抗すべきか、はたまたグーグルを取り込み利用すべきか、それは事業者次第である。あなたならどれを選ぶだろうか。



Profile

あらかき・あつみ ● 日産自動車勤務を経て、アラン(現ペルトラ)創業。18年1月から現職。マーケティングとITビジネスのスペシャリスト。ITを駆使し、日本含む世界の地場産業活性化を目指す一実業家。

How much **truly effective and useful information** for travelers can be obtained from Google now? **Are travelers satisfied** with its effectiveness, especially in the special situation of traveling to new locations? Is there any way to stand up to Google, a truly cutting-edge, excellent company? In fact, there are three methods.

- Method 1: To become a highly **specialized agent**
- Method 2: To create a **personal AI leveraged service**
- Method 3: To build a business **platform using web 3.0**

The first method is to become a highly specialized agent. Since service is narrowed down from the beginning, all that remains is to compete to improve convenience for travelers based on the features of the service and its popularity. To do this, it is important to **eliminate as much irrelevant garbage information** as possible. If you create a certain level of reputation, even if customers forget your company name, Google will find you as a specialized expert in that field and let your potential customers know it. In other words, you can let Google work for you free of charge.

The second method is to present individual solutions to create a personal agent called "**Persogent**". Now that AI has reached the practical stage and there are many options other than ChatGPT, this is not so difficult. The key is to realize the service from the user's perspective. In detail, all you need is the **sense to create input information "prompts"**, that is easy for AI (machines) to understand. However, creating logic that is convenient and responsible, and lining up suppliers that correspond to it, is the biggest challenge. If you are only building a system, having engineers is enough.

And **the final third method** is to build a business platform in the exact opposite direction to AI with a web 3.0 concept. To be honest, this is quite difficult. The 1.0 era was just one-way surfing the Internet. The 2.0 era evolved by a two-way form of dialogue with users. And now we are in the 3.0 era, where users find value in their own existence and strength and realize the exchange of new information and value with one another. The technology that supports it is blockchain, and virtual currency is just a tool/example. In other words, it is anarchism in the economy, free from centralization, and is truly a revolution itself. To apply this scheme, it is essential to have **highly sophisticated operational rules** that users find useful and meaningful. It is an extremely interesting process but at the same time super challenging.

Which method would you like to choose? It is all up to your sense of business.