動き始めた若年層のつかみ方

女性を中心に20〜30代が海外へ旅しているという。何が旅につき動かすのか。共に平成生まれ、大学時代からの友人という株式会社トリッピースの石田言行さんと「死ぬまでに行きたい!世界の絶景」プロデューサーの詩歩さんが語り合った。

旅を好きになったきっかけ

石田　自分は両親が旅好きで、周りにも帰国子女が多い環境で育ちました。だから海外へ行くことに小さい頃からハードルが低かった。

詩歩　私はまったく逆で、両親も周囲も地元の静岡から出たことがない。大学に入って自分が知らない世界があるのが嫌で海外へ飛び出したんです。

石田　統計も示している通り、最近20〜30代が海外へ動いてます。傾向としては行く人と行かない人に二極化して、行く人は体験や絶景への消費熱が高い。

詩歩　例えばラオスと聞いて何も思い浮かばない人が大半のなか、「あ、象使いの免許取れるよね」っていう人がいます。そういう人が私のインスタをフォローしてくれて情報が拡散されていく。

石田　僕もトリッピースを使って、ラオスで象使いの免許取りましたよ（笑）。トリッピースはネット上で行きたい仲間が集うサービスで、「ラオス＝象使い」が直結する人がネットのアルゴリズムで自然に集まってくる。日本ではできない「象使いになる」という体験に憧れ、累計200人ほどが参加したと思います。

詩歩　一方、旅行に行く人の中には体験ではなく、絶景目的の人もいます。それが悪いわけではないですが、私も1カ所でも多くの絶景を見たいというのが旅に求める欲求です。絶景を見た時の感動やそれを写真や動画に収めてシェアすることで得られる承認欲求を求めて動いているんですよね。

肝はテーマ性や出会い

詩歩　私が紹介してきた絶景はすでに存在していたものですが、支持されたのは情報の切り取り方や発信の仕方が時代と若い層に合ったからだと思います。きれいなのに知られてなかったり、有名だけど今までと違う視点で紹介したり。そこにはフェイスブックがあったわけですが、石田さんが始めたサービスもネットやSNSの力が大きいですよね。

石田　そうですね。リトリップはスマホユーザーがアプローチしやすいコンテンツを提供することで、行きたい人を増やす場。一方のトリッピースはテーマのある旅に出会いという付加価値を加えたオリジナルツアーを造成する場。スマホやSNSに抵抗のない年代がはまったと思います。

詩歩　私ならイタリアといえばランペドゥーザ島が真っ先に思い浮かびますが、そうだよねって思う人たちがSNSで反応するってことですよね。

石田　20〜30代により訴求するということは、行く場所でなく、そこで何をするかという体験や出会い。何のために行くか、どんな体験ができるかが共感やイメージで満たされれば若者は動く。

当社も各地の自治体や海外の観光局、航空会社などと新しいコンテンツを作る動きが活発ですがどうですか。

詩歩　増えています。でも世代間ギャップを感じますね。例えば地元の絶景ポイントが話題になると「ここが絶景です」っていう看板を立ててしまうような。絶景かどうかを決めるのはその人自身なのに、なんというか発信の仕方が古いんです。

情報発信はライブ感が鍵

石田　確かにこれまで情報を発信するのは関係各所でしたが、これからは地元の人が持つ深い情報とわれわれのような外部目線のマッチングが大事になります。当社のようなユーザー目線のサイトや詩歩さんのような親近感あるインフルエンサーを通して発信していく方が届きやすい。

詩歩　若者の嗜好がわからないと頭を抱える前に、受け手がいいと思うものを知る努力は必要。私も発信にはいろいろな方法があった方がいいと思い、昨年からドローンを飛ばして動画で情報発信しています。

石田　これからポイントになる1つはライブ感。いかにその場にいるように感じれるか、そして行きたいと思えるか。よりリアルに感じられるドローンの撮影はありでしょう。インスタグラムもライブ感ある使い方をしていましたね。

詩歩　ドイツのクリスマスマーケットで、フォロワーの質問にその場で答えるライブ中継をしました。一緒にマーケットに行った気分になると好評でした。

石田　ライブ配信は共感を得やすく有効な情報発信になるかもしれません。若者の間で利用されるインスタグラムのストーリーや中国で流行しているライブコマースといった新たな手法にも注目しています。もっと旅行に出る若者を増やすことをミッションに、引き続きさまざまなアプローチに挑戦していきます。

RETRIP　発信・PR　ツアー・企画　trippiece

RETRIP〈リトリップ〉は旅行・おでかけに特化したまとめメディアです。
世界の絶景から近くのグルメ情報まで、話題のイベントや人気のおでかけスポットなど、最新情報を毎日配信しています。
RETRIPは、より多くの人々が旅に出て、旅する文化が広がる世界を実現したいと考えています。

1 月間利用者数 2,400万人※1
2 SNSフォロワー数 89万人
3 ユーザーの92%が年1回以上旅行※2

※1：Google Analytics計測値より　※2：楽天リサーチ調査より

trippiece〈トリッピース〉は、みんなで旅に出かける旅行SNSです。
ユーザーが旅の企画ページを作って共有すると、その企画に共感した参加希望者が集まり、みんなで話し合って旅のプランを具体化していきます。
日帰り企画から海外長期滞在まで、様々な旅を、昨日までは知らなかった旅仲間同士でアイデアを出し合いながら具体的な計画にして実現しています。

1 総ユーザー数 27万人
2 累計旅行者数 7万人
3 濃いファンコミュニティ

RETRIP × trippiece でできること

① オリジナルツアーの立案・PR 及び集客
② アクティブヤング層向けブランディング広告の企画・実施※

※アクティブヤング層は20〜30代男女を指す。左写真はハワイ州観光局様 タイアップ記事広告の実施例。

お問い合わせ：biz@trippiece.com