

## 新規事業創出とRaaS



イノベーション統括部 部長  
いながわ たかゆき  
稲川 尚之

2021年6月より現職に就いた私は、現在新規事業創出に取り組んでおり、3～5年後先を見据えてサービスの弾込めを行っています。イノベーション統括部では「39works」という事業創出活動によって、新規サービスを、スピード感をもって世に送り出し、マーケットにフィットするかを検証します。前職ではベンチャー投資をしていたこともあって、スタートアップなどの新規事業創出の営みをよく見てきましたが、この営みを大企業の中で行うことは、取り組み方の性質が違うこともあり、決して易しいものではないと実感しています。

2020年以降のコロナ禍でリモート環境における活動が増えるに連れて、生活にインターネットやデジタルがますます浸透している世の中になりました。ドコモのR&D中期戦略でもサイバー・フィジカル融合 [1] について言及していますが、現在ではさらに、メタバースや仮想通貨、NFT (Non-Fungible Token) \*1 などさまざまなデジタル化が進んでいます。

購買活動におけるサイバー・フィジカル融合として、何年も前から Showrooming & Webrooming がうたわれ、実店舗と仮想店舗のシナジーが追い求められてきました。以前は商業スペースの問題や在庫保管の観点から不動産にまつわる工夫がなされてきましたが、近ごろは購買体験に軸が移り変わってきています。実店舗と仮想店舗の割合の境界線は曖昧ですが、仮想店舗の割合を増やすことでコスト効率を上げることもできますし、ユーザの導線に関するデータやマーケティングデータがより多く取れるようにもなります。これらのデータの分析結果を店舗側にフィードバックすることによって消費者行動についての付加価値を生み出すことができ、購買行動の促

進とユーザの利便性向上に繋がります。RaaS (Retail as a Service) \*2 の本質は、購買活動をEコマースやメタバースに単に移行させることではなく、購買体験や商品価値提供・販売の仕組みを高度化させることです。

2022年3月18日～4月5日に船橋のららぽーとTOKYO-BAYにおいて、三井不動産のブランド支援プロジェクト「NEW POINT」に、ドコモが開発中のRaaSソリューション「THE-ST (ザスト)」を掛け合わせて、リアルとメタバースの両空間を使って展開する体験型ストアを開設しました [2]。そこでは、スマート玩具を通じて新たな購買体験が得られ、ストアでは最大30分間スマート玩具で実際に遊べるほか、店内に設置されているPCからアクセスすることでメタバース空間に入りゲームやスマート玩具の解説映像などが楽しめました。一方で、ストアの天井にはWebカメラが設置され、来場客の匿名性を保証した上でトラッキングすることで来場客の行動情報が収集でき、これらは店舗側にフィードバックされました。このように、遊ぶ子どもと購入する親には商品体験の機会を提供し、玩具メーカーには行動データに基づく顧客インサイト \*3 を提供しました。

こういった取り組みをはじめとして、仮想空間の利用はますます増えていくと思われます。メタバースが話題となっている昨今ですが、仮想空間のみをつくるだけでは不十分で、この空間でマネタイズ \*4 するためにどのような商店を広げていくのが肝心であり、この領域での事業創出の醍醐味はそこにあります。まさに今後目指すべきはサイバー経済圏の確立とサイバー・フィジカル融合でしょう。

### 文献

- [1] 谷 直樹：“新たな事業価値を生み出し続けるR&D,” 本誌, Vol.28, No.4, p.1, Jan. 2021.
- [2] NTTドコモ報道発表資料：“リアルとメタバースの2つの空間で様々なスマート玩具を体験できるストア「NEW POINT×THE-ST」,” Mar. 2022.  
[https://www.docomo.ne.jp/binary/pdf/info/news\\_release/topics\\_220310\\_00.pdf](https://www.docomo.ne.jp/binary/pdf/info/news_release/topics_220310_00.pdf)

\*1 NFT：ブロックチェーン技術を活用することでデジタルデータに対して唯一無二であることを証明できる技術。  
\*2 RaaS：メーカーと消費者をデジタルで繋ぎ、消費者に体験を、メーカーに情報を提供するプラットフォーム。  
\*3 インサイト：ユーザの本質的な欲求、本音。  
\*4 マネタイズ：サービスの提供を通じて収益を得ること。