



パッション トーク セッション VOL.16

ネクシィーズ 近藤太香巳社長 ~~×~~ イングランドイーレ 田中誠二社長

通信の営業代行からシニアビジネスへ 社運をかけバリ島での新事業に挑む

19歳で起業。2004年、自らの直感と情熱を武器に当時最年少となる37歳で東証一部上場を果たしたネクシィーズの近藤太香巳社長。一介の若者から成功者へと駆け上がったその起業人生には、数えきれない成功・失敗・挫折が含まれている。そんな近藤社長が、次世代を担う経営者を招いて経営について語るのが同連載だ。第16回目となる今回のゲストは、営業代行からバリ島でのホテル経営など、さまざまな事業に挑戦を続けるイングランドイーレ（千葉県市原市）の田中誠二社長だ。

近藤 田中社長とは先日のドリームミーティング（パッションリーダーズ会員限定で私との30分マンツーマンミーティング）でお会いした以来ですね。その時も少しお話は伺いましたが、確か現在はケーブルテレビの営業代行がメインだったかと思いますが、そもそも、田中社長の起業のきっかけは何だったのですか。
田中 もともとは、19歳の時にイタリアのレストランの経営で起業したのが始まりです。この飲食事業は、最終的にレストラン2店舗とパ12店舗まで拡大したのですが、飲酒運転の厳罰化が進んだことで客足が引き始め、撤退を余儀無くされました。そしてその後は、地元で働くことになったのですが、いざやってみると営業の面白さにはまり込んでしまい、「せっかくなら自分で営業会社を立ち上げたい」と考えるようになったのです。そうして2011年にできたのが当社です。
近藤 社員は現在何名ですか。
田中 現在社員は15名おり、うち11名がケーブルテレビの営業代行を行っています。当初はそれだけで十分に収益があがっていたのですが、近年では通信サービス全般が落ち込んでいるようで、徐々に生産性も落ちてきています。現在は営業1人

あたりの粗利が月40〜45万円程度となつています。

近藤 それは正直厳しいですね。営業の世界は1人あたり粗利が月50〜60万円はいかないと仕事として成り立ちにくいんです。月40万円となると人件費や家賃などで相殺され、場合によっては赤字になりかねない額です。月に100万円を超えるようにすれば、拡大に向けて一気に注力してもいいと思います。

田中 はい。そこで今考えているのが、バリ島での新規事業です。昨年、知人の紹介で知り合った日本人オーナーが所有するホテルを運営することに成功したのですが、そのツテで現地の高齢者施設の集客を手伝ってほしいと依頼されたのです。

バリ島の高齢者施設へ誘致 コンセプトは「楽しい老後」

近藤 具体的にはどのようなものなのでしょう。

田中 まず、施設についてですが、都心部から少し離れた場所にある、閑静で高級感あるヴィラのよう施設で、名前は「サダ・ジワ」と言います。定年を迎える日本人に、ここを移住先として紹介していくというビジネスです。

近藤 私は前回のドリームミーテ

ィングで少し話を聞いた時に、実際に面白そうだと感じました。というのも、現在日本の施設に住む高齢者の多くは、とても健康なのにも関わらず半ば隔離された環境の中で日々過ごしています。これは決して楽しいものではありません。いつそ海外に移住して楽しい老後を過ごすというのには、ニーズがあってもおかしくありません。まずは事業化するに当たり、現地の医療レベルを確認しておく必要があります。日本の高齢者を誘致するという点から、場合によっては病気やケガなど、有事の際の対応を求められますから。

田中 その点については、実際に現地スタッフを通じて調査したところ問題ありませんでした。バリ自体の医療レベルは、日本や近隣のオーストラリアに比べればやや劣るものの、十分に対応できる環境が整っています。加えてサダ・ジワから車で30分ほどのところに、日本人専用の病院施設があります。ここは利用にあたって特別な手続きも必要なく、料金は海外への長期滞在時に加入する医療保険が適応されるため、キャッシュレスで利用することができます。また施設では、専用の救急車が完備しているため、軽い不調でも気軽に搬送してくれます。

近藤 それは素晴らしい。渡航者の滞在期間はどのくらいですか。ビザの都合上、定期的に日本に戻る必要があるのですか。

田中 65歳以上の方であれば1年間、それ以外の方ならば半年間がビザの期限になります。

近藤 ん？ターゲットはバリへの移住を検討する高齢者ですよ？ならば自ずとターゲットは65歳以上だけに限られるのではないのですか。

田中 たしかに、最終的にはそうしたと考えています。ただ、当社としてもいきなり多数の高齢者をバリへ移住させて問題がないかを、段階を踏んで確かめたいと思っています。海外移住するということは人生を大きく左右しますので、何かあったときのために、サービスを徐々に改善していかなければならないと考えています。また、バリのことを知らない方も多いですから、まずは1カ月くらいの短期滞在でバリでの生活を試してもらおうという企画にしようと考えています。

近藤 そうすれば今年定年を迎えている人だけでなく、あと数年で定年を迎える人もターゲットとなるので、顧客の幅も広がると思っています。

近藤 なるほど。まず、ターゲットについての方を改めましょう。こうした企画商品においてはタ

ーゲットの選定は非常に重要で、ターゲットが決まらなければサービスの内容も決まりません。この商品で言えば、さきほど話した通り「老後をもっと楽しく過ごす」というコンセプトの商品ですから、ターゲットは定年を迎えた高齢者です。そうすると、ビザは1年間の有効期限となるわけですが、そうした方をいきなりたくさん誘致することが不安なわけです。ただ、「何かあったらどうしよう」と考えるのではなく、「何が起きるか」を想定するのが商売というものです。もちろん、日々改善に取り組むのは重要ですが、一般的な商品であっても7割程度まで完成させておかなければモノは売れません。特に今回は高齢者が対象で、海外という不安を拭うためにも、9割まで完成させておかなければならない商品です。そう考えると、もっと繊細に考える必要があります。

具体的なイメージで理解させる コンセプトに準じたプレゼン

近藤 施設での生活について詳しく教えてください。

田中 高齢者施設なので、月に1回の健康診断や週2回の訪問診療を行っています。また健康維持の

（次頁に続く）

