

情報通信ベンチャー支援センター

[トップ](#) | [NICTの支援](#) | [NICTのイベント](#) | [経営・技術](#) | [イベント・助成](#) | [連載・コラム](#)

[トップ](#) > [連載・コラム](#) > [注目のベンチャー紹介](#) > 株式会社 クリア 代表取締役...

[← prev](#) [next →](#) [up ↑](#)

株式会社 クリア 代表取締役 土門 亨 氏 <平成25年度 起業家万博 発表企業>

人気店のラーメンが何杯食べられているかも分かる！ - 北海道発アプリ「毎日がラーメン」開発秘話

1. 初めに
2. 【最先端の通信技術で世界を渡り歩いたサラリーマン時代】
3. 【起業で、大好きな北海道に貢献したい】
4. 【自社開発のオリジナルアプリで勝負する】
5. 【『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン(RamenDays)」』が生まれるまで】
6. 【『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン」』だからこそ、出来る事】
7. 【ラーメンを食べた感動の情報をシェア】
8. 【ユーザ情報が新しい人の流れを作る】
9. 取材後記 / 【参考資料】



1. 初めに

今回ご紹介する株式会社クリアは、2012年1月に代表取締役 土門亨氏により設立された、iOSアプリケーションの企画・開発・販売・運営を行う、北海道発、注目のベンチャー企業で、モバイル生活が楽しくなるソリューションの提供を行っています。

「楽しくなければ意味がない、信頼できなければ楽しくない」・「信頼できる情報流を起こし、北海道を中心に、世界規模でヒト・モノ・カネを循環させる」、という経営理念とビジョンを掲げて、北海道の特徴を生かした、オリジナルヒットアプリを次々と生み出しています。

2013年10月、ICTベンチャーの起業を支援することを目的に開催された、総務省北海道総合通信局・特定非営利活動法人札幌ビズカフェ・NICT共催の「スタートアップ イニシアティブ in Hokkaido*」に参加して、ビジネスプランの発表を行い、最優秀賞を受賞。

この受賞をきっかけに、平成25年度NICT主催「起業家万博」に、北海道地区代表として出場し、『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン(RamenDays)」』を発表した株式会社クリア、代表取締役 土門亨氏にお話しをお聞きしました。

[↑ top](#)

2. 【最先端の通信技術で世界を渡り歩いたサラリーマン時代】

(聞き手) 北海道で起業された経緯からお聞きしたいと思います。

(土門氏) 私は北海道出身で、地元の北見工業大学を卒業後、最初に就職したのは、某大手通信機器メーカーでした。就職すると同時に、北海道から神奈川県川崎市に移り、ここで、約3年半勤めて通信端末の設計やファームウェア*の設計・開発をしていましたが、地元の北海道に貢献したいと考えるようになり、北海道に拠点のある別の某大手通信機器メーカーに、転職しました。

(聞き手) 北海道にUターン*されたのですか？

(土門氏) はい。転職先は某大手通信機器メーカーのグループ会社で、北海道札幌本社での採用でしたが、実はこの会社で働いていた15～16年は、大半が神奈川県川崎市での勤務でした(笑)。仕事の内容は、開発だけでなく、1997年～1998年頃には研究所に出向して、研究の仕事も約2年行っていました。

(聞き手) どんな研究をされていたのですか？

(土門氏) IP*通信の高度化・高品質化についての研究に従事していました。まだ、IPが一般的な言葉になる前の頃の話です。その研究を行った後、2000年前後のことですが、携帯電話の第3世代の国際標準化の仕事をするようになりました。第3世代(3G)移動体通信システムの標準化団体には「3GPP*」と「3GPP2*」の2つがありますが、私は「3GPP」の方で仕事をしていました。

(聞き手) グローバルな環境で、最先端の標準化技術の仕事をなさっていたんですね。

(土門氏) 当時は所属していた会社の特許をいかに守るか、さらに会社にマイナスの影響を与える可能性のある提案を、いかに阻止するかという視点で、国際会議に参加していました。毎月、国際会議のホスト国が変わるのですが、たとえばエリクソンがホストの場合はスウェーデン、ノキアはフィンランド、シーメンスはドイツまたはオーストリア、フランステレコムはフランスなど、会議に参加するために転々としていました。

(聞き手) 世界の競合他社を相手に交渉するには、技術についての知識だけでなく、語学力も必要だったのではないのでしょうか？

(土門氏) そうですね。言語はすべて英語だったので、とにかく必死でした(笑)。

(聞き手) とても良い経験ですね。なかなか北海道には帰れない状況だと思います。

(土門氏) はい。その後、2003年頃のことですが、所属していた会社から、北海道に戻るようと言われて、ようやく北海道に戻ってくることができましたが、月に半分は川崎に出張するという状況でしたので、この会社で所属していた期間のほとんどが川崎勤務でした。



[↑ top](#)

3. 【起業で、大好きな北海道に貢献したい】

(聞き手) ここまでお話をお聞きしていると、活躍の様子が伺えますが、どうして会社を辞められたのですか？

(土門氏) いつかは自分の故郷でもあり、大好きな北海道で起業して、この地域に貢献したいと思うようになり、これまで研究者としての活動と、エンジニアとしての経験は積んだものの、経営についての知識が不足していると感じたことから、小樽商科大学大学院でMBAを取って勉強したいと考えました。

大学院に行きたいことを、当時勤めていた会社の上司に伝えたところ、入学の直前に、川崎への出張の多かった私の仕事のスタイルでは、仕事を続けながら大学院に通うのは難しいだろうから、「仕事を取るか？ 大学を取るか？」どちらかを選ぶように言われたのです。その場で、「大学を取ります」と言って、2005年にそれまで勤めていた会社を辞めて、大学院に行くことにしました。

(聞き手) 心は決まっていたのですね。起業を意識され始めたのはいつごろだったのですか？

(土門氏) 国際標準化に関わる仕事をしていて、2000年頃から考え始めていました。前職のおかげで、通信の最先端の仕事をさせてもらうことができましたが、その頃、ちょうど北海道経済の中核を担っていた北海道拓殖銀行が破綻し、北海道の経済が悪い状況に向かっていた時だったので、今までの経験を生かすことで、大好きな北海道に、いずれは還元したいと思っていました。そのひとつの形として起業をすることにしました。そして、とにかく自分のやりたいことにチャレンジしたかったのです。

(聞き手) 起業してやりたかった事とは、どのようなことだったのですか？

(土門氏) 実は自分のできることが何かを探しながら、ずっとチャンスを窺っていました。いろいろと勉強していたら、iPhoneが登場して、スマホが急激に広まり、同時期にtwitterが広まり、facebookがブレイクし、ソーシャルメディアが広がっていくのを見て、「スマホの世界ではアプリでいろんなことができる！ スマホが容易にネットにつながることで、これまでとは違う、世界が広がっていく」と、世界中での流行の潮流を感じて、スマホアプリで勝負してみたいと考えるようになりました。

(聞き手) それで、起業されたのですね！ スマホアプリで実現したかったのは、どのようなことだったのですか？

[↑ top](#)

4. 【自社開発のオリジナルアプリで勝負する】

(土門氏) twitterやfacebokのように、みんながいろんな情報をシェアする世界はそれまで無かったので、それらは私に大きな衝撃を与えました。このようなソーシャルメディアで、北海道のいろんな情報、たとえば写真なども含めて感動を、世界中に広めたいと考えました。そうすることで、世界中の人たちが、北海道に観光に来たり、仕事を見つけたり、住むことにつなげて、人が循環できるようにしたいと考えていました。

それで、起業して最初に作ったアプリが北海道のお店のfacebookを時系列で紹介する「Clear Life」というアプリでした。これはエンジニア1人で約半年で開発したものです。「Clear Life」は、自分たちがこんなアプリを作れるということを世に問うものとして、リリースしました。ユーザは、北海道外がもっとも多く、海外では台湾、中国、香港などで、北海道内の方々も使ってくれています。

(聞き手) 御社の事業の柱について教えていただけますか？

(土門氏) iPhoneアプリ開発オリジナルが柱です。オリジナルアプリを主に推進していますが、キャッシュを生むために受託開発も行っています。

(聞き手) オリジナルアプリをヒットさせるのは大変なことだと思います。現在、御社のオリジナルアプリはいくつあるのですか？

(土門氏) 8本あります。「ClearLife」、「MyLikes」、「らの声」、「逢坂誠二公式アプリ(前衆議院議員)」、「毎日がラーメン」、「毎日がカレー」、「毎日がスイーツ」、そして海外版「毎日がラーメン」です。受託開発では、北海道テレビ放送様のキャラクター「onちゃん」のカメラアプリ「onカメ！」が、あります。



毎日がラーメン



[↑ top](#)

5. 【『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン (RamenDays)」』が生まれるまで】

(聞き手) ところで、北海道の魅力について教えてくださいませんか？

(土門氏) 一番は気候の良さです。そして、食べ物ですね。

(聞き手) 今回、発表されたアプリもラーメンですね。ところで、『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン (RamenDays)」』についてお聞きしたいと思います。どうしてラーメンアプリを作ったのですか？

(土門氏) 私を含めてうちの社員が、ラーメンを好きなのに、どうしてラーメンアプリが無いのか？ という素朴な疑問から、開発が始まりました。この「毎日がラーメン」アプリを出す前に、実はラーメンアプリ「らの声」をリリースしています。

(聞き手) そもそも“ら”というのは、ラーメンのことですか？

(土門氏) はい。「ラーメン食べ歩きをもっと楽しもうよ！」というコンセプトで、2012年5月に関西から始まった、ラーメン店のスタンプラリー形式のイベント「らの道」*が、札幌にも広がり、流行っていたので、ここから「らの声」の“ら”は取りました。

既に世の中にある様々なラーメンアプリには、レビューなどクチコミやランキングがありますが、自分にとっては、これら人の評価する情報が、参考にはなるものの、どうも信用できないという思いから、ラーメン店の生の声を届けるアプリを開発しました。札幌に住む私たちにとって、ラーメンほど身近な食べ物はないので、新たな指標を作って、このラーメン食べたいな・・・と思ってもらえるものを作りたかったのです。「らの声」は全国のラーメン屋さんが、twitterでつぶやいている声を見るというものです。

(聞き手) 作り手の思いを伝えるアプリですね。

(土門氏) はい。作り手の思いに共感して、このラーメン屋に行ってみようと思う、きっかけを作りたいと思いました。しかし、結論から言うと、このアプリは失敗しました。

(聞き手) どうしてですか？

(土門氏) ラーメン好きな人も、このアプリは見るだけで自分が投稿できないこと、またラーメン店も、自分たちのつぶやきがこのアプリに載っていることすら、ほとんどが気づかない状況で、ユーザが参加していないことが原因だったと思います。

(聞き手) 表示されるつぶやきも、SNSから集めてくるから、投稿した本人さえ気づかなかったということですか？

(土門氏) はい。「らの声」では、ユーザが傍観者になるから面白くなかったのかもしれないと、失敗の仮説を立てて、今

度は成功するラーメンアプリを作ろうと思いました。それが、「毎日がラーメン」です。

[↑ top](#)

6. 【『ソーシャルメディアアプリ「毎日がラーメン」』だからこそ、出来る事】

(聞き手) 「毎日がラーメン」はユーザ参加ができるアプリということですか。メインターゲットはどのような方々ですか？

(土門氏) 日常的にラーメンを食べる人たちです。

(聞き手) 書き込みができるラーメンアプリは、すでにたくさんありますが、何が違うのですか？

(土門氏) 「毎日がラーメン」では、星評価やレビューはオープンにしないで、タイムライン上にラーメンの情報が流れるようにしています。自分が食べて感動したラーメンの写真を記録すると、タイムラインに表示されて、シェアされるアプリです。

仮説ですが、一番おいしいラーメンは、本当に毎日のようにラーメンを食べている人たちが、実際に食べているラーメン屋さんに行く回数＝食べられているラーメンの回数に表れると思います。どれだけ雑誌で取り上げられているお店でも、実際に食べられていなければ、それはおいしくない可能性が高いと思うのです。有名店でもお客様がいないということもありますが、逆に無名店でも、みんなが食べに行っている店があるということを共有できればと思います。

このアプリには、ユーザランキングの機能がありますが、たとえばどこのお店が何杯食べられているかが、週間と月間で見るすることができます。

(聞き手) 対象とする地域についても教えていただけますか？

(土門氏) 世界中どこでも使えますし、Foursquare*に位置情報が登録されたお店であれば、どこでも大丈夫です。たとえば、ニューヨークやアジア圏などでラーメンを食べた人が、「毎日がラーメン」を使って自分の食べたラーメンの写真を記録して投稿しているケースもあります。現在もっとも多いユーザは札幌です。

(聞き手) 週間と月間のランキングですが、順位は毎回変わるのですか？

(土門氏) 実は変わります。たとえば限定メニューがありますが、これらの情報がネット上で広まって、このメニューの満足度が高ければ、それだけシェアされますので、そこにユーザが食べに行くと、急にランキングが上がる場合があります。あとは、新店舗のオープン情報や新メニューの情報も同様にランキングを変える要素になっています。



[↑ top](#)

7. 【ラーメンを食べた感動の情報をシェア】

(聞き手) ランキングそのものが、人気店のバロメーターですね。そもそも、「毎日がラーメン」アプリを使いたくなるのは、どのような仕掛けがあるからですか？

(土門氏) ラーメン好きな人は、毎日自分の食べるラーメンの一部の写真を、twitterやFacebook、Instagramなどに載せてシェアしていますが、そもそもiPhoneの中に写真は溜まるものの、いつ何杯食べたか、いつどこのお店に行ったかななどの記録が整理できるツールがありませんでした。「毎日がラーメン」は、その整理ができるのです。

(聞き手) ラーメンライフを記録できるアプリですね！ 使う人たちは、かなりのラーメンオタクですね。

(土門氏) そこが一番の訴求ポイントです。ラーメン好きの人たちに良いソリューションだと思って頂いて、毎日使うことが重要です。この方々が毎日、自分の食べるラーメン情報を掲載すると、人気ラーメン店の情報が自然と集まります。そして、月に1杯、2杯しかラーメンを食べない人は、このラーメン情報を見に来るのです。ラーメン好きの人たちにとっても、自分のラーメンライフの記録整理だけでなく、ラーメン情報チャンネルのひとつとして毎日見ているようです。

(聞き手) ラーメンライフログのアプリともいえるかもしれませんが、ラーメンを毎日食べてアプリを使っている方々は現在、何人くらいいらっしゃるのですか？

(土門氏) 現在、毎日コンスタントに100件以上の記録が掲載されるので、コアユーザは約100人以上います。この方々は毎日、数回使ってくれているアクティブユーザともいえます。情報だけ見にくる人は、数百人という数の人たちがいますが、彼らは1週間に1回以上の頻度で見ているようです。他のラーメン情報のサイトとは、出てくるラーメン店の情報が違うのも特徴のひとつです。

[↑ top](#)

8. 【ユーザ情報が新しい人の流れを作る】

(聞き手) ビジネスモデルについても教えていただけますか？

(土門氏) アプリに組み込む形での広告モデルです。リリースしたのが今年の1月で現在、約5か月経ちますが、これからだと思っています。「毎日がラーメン」は、一人で約3.5か月かけて開発しましたが、開発にかかる時間は徐々に短くなっています。ただ、課金しても良いのでバナー広告を見たくないというユーザの声もあるので、広告モデルだけでなく、ユーザからの課金モデルも検討しています。

(聞き手) ラーメンだけでなく、毎日シリーズのアプリがどんどんリリースされていますね！

(土門氏) はい。「毎日がスイーツ」、「毎日がカレー」は、「毎日がラーメン」のプラットフォームを横展開して、実現しています。

(聞き手) 開発も運用もノウハウが蓄積しているから、別企画での横展開が早そうですね。「毎日がラーメン」の基本機能について教えてくださいませんか？

(土門氏) これまで10回以上、バージョンアップを続けていますが、特徴的な機能をご紹介します。

1. 写真を撮影し、店名・食べたメニューの名前・コメントなどを入力して記録を投稿できます。会員になれば投稿できますが、情報を見るだけなら会員登録も不要です。会員になるために必要な情報は、アカウント名・パスワード・メールアドレスだけです。
2. 最もラーメンを食べた人と、最も食べられたラーメン店のランキング(月間・週間)が見られます。
3. みんなの記録がタイムラインで表示されます。
4. 行きたい店をリスト化できる「行きたい！」で整理が可能です。
5. 他のユーザの記録へのナイスラー！ やコメントができます。
6. 近くのラーメン店を地図で検索することが可能です。
7. 投稿した記録をtwitter、facebook、Instagramにシェアできます。

これら機能は、他の毎日シリーズでも実現しています。「毎日がカレー」は、8月19日にリリースしましたが、iPhonePLUSの「開発者アプリランキング」で、2位になりました！

(聞き手) これまでは食に関するアプリが多いですが、今後はどのようなアプリを開発したいですか？

(土門氏) 食に限らず、毎日シリーズは増やしていきたいと思っています。たとえば、「毎日が子育て」や、ペット情報のような、情報をシェアしたい欲求のあるものは何でも可能だと考えています。

ほかのSNSとの最大の違いは、バーティカルメディア*であること、つまり、集める情報がある分野に“特化”しているという点です。また、「毎日がラーメン」の“ラーメン”を“北海道”に置き換えて、ユーザが記録する北海道の観光・景色・食べもの・イベントなど北海道の感動をシェアし合うのも可能だと思うのです。また、これは日本語版だけでなく、英語版を作ることで、北海道認知につなげたいと思います。海外の人たちが北海道に来る前に、このアプリで北海道情報を仕入れ、実際に北海道旅行したら、その記録も残せるという流れが生まれるのではないかと考えています。お店側からの一方的な宣伝やクーポンで誘引するのではなく、ユーザの感動で、新たな人の流れを作りたいと思います。

(聞き手) ユーザの感動で、人の流れを作るというコンセプトが、ここから広がるのかもしれませんが。今後の営業目標について教えていただけますか？

(土門氏) 来年には、自社開発のオリジナルアプリだけで、ビジネスが成り立つようにしたいと思います。「毎日が・・・」シリーズを展開することで、リアルタイムのユーザのマーケティングデータが、たくさん集まるので、これら情報を解析することで、企業に提供するなど、データ販売ビジネスについても、今後、検討していきたいと思っています。



[↑ top](#)

9. 取材後記

北海道が大好きだという土門氏は、ラーメンを1週間に5杯は食べているそうです。札幌は味噌ラーメン、函館は塩ラーメン、旭川は醤油ラーメンなど、ラーメンといっても地域によってその味はさまざま、まさに食はその地域の文化だと感じさせられます。

ここ20年ほどで、大好きな北海道札幌市の経済の悪化が進んでいることを目の当たりにして、なんとかしたい・再び北海道に活気を取り戻したいと、その一念で起業して開発するアプリは、北海道に行きたくなるユーザからの感動情報がつまっています。

海外からの観光客が増えることを促進するアプリ展開は、今後の地域経済活性化のヒントになりそうです。

土門氏は起業してはじめて営業にも挑戦されて苦労しているそうですが、故郷の北海道を豊かにしたいという思いは、ユーザと感動や思いを共有することで、きっと乗り越えていくことができるのではないのでしょうか。みなさんも北海道への愛情がいっぱい詰まったアプリで、自分好みのラーメンを探してみたいはかがででしょうか？ でも、ラーメンの食べ過ぎには、注意が必要かもしれません(笑)。

[↑ top](#)

【参考資料】

- * スタートアップ イニシアティブ in Hokkaido ... <http://www.soumu.go.jp/soutsu/hokkaido/2013/1003.html>
- * Uターン ... Uターンとは、地方で生まれ育った人が都心で一度勤務した後に、再び自分の生まれ育った故郷に戻って働くこと
- * ファームウェア ... ハードウェアの基本的な制御を行うために機器に組み込まれたソフトウェア。機器に固定的に搭載され、あまり変更が加えられないことから、ハードウェアとソフトウェアの中間的な存在としてファームウェアと呼ばれている
- * IP ... Internet Protocolの略称。インターネットで通信相手を特定するための「IPアドレス」に基づいて、パケットを宛先ネットワークやホストまで届けるためのプロトコル
- * 3GPP ... Third Generation Partnership Projectの略称。3GPPとは、各国の標準化団体によって1998年12月に設立された、第三世代携帯電話(3G)に関する標準仕様の策定を目指すプロジェクトのことである。または、同プロジェクトが定めた標準規格のファイルフォーマットのこと
- * GPP2 ... 第3世代(3G)移動体通信システムの標準化プロジェクトの一つで、国際標準のIMT-2000規格のうち、cdma2000方式の技術仕様の標準化を行っている。世界各地域の主な標準化団体が参加しており、主なメンバーはアメリカのTIA、日本のARIB(電波産業界)とTTC(情報通信技術委員会)、中国のCWTS、韓国のTTAなど。1999年1月に設立
- * 「らの道」 ... <http://ranomichi.blogspot.jp/>
- * Foursquare ... フォースクエアとは、ソーシャルネットワークサービスの一つで、自分が居る場所(地理情報)が重要な要素になるサービス。全世界の5,000万人以上が利用中(2014年8月現在) <https://ja.foursquare.com/>
- * パーティカルメディア ... ある特定の領域に特化したメディアのこと。あるテーマに興味を持つユーザが、欲しい情報に瞬時にたどり着くように、不要な情報をなくし専門領域に特化しているサービス。

- ◆ 平成25年度情報通信ベンチャービジネスプラン発表会のリンク先
<http://www.venture.nict.go.jp/unpaku2013/report>
- ◆ 起業家万博 プレゼン映像 <http://www.nict.go.jp/video/banpaku-2013-01.html>
[↑ top](#)

企業プロフィール	株式会社 クリア
概要	2012年1月創業。 経営理念 「楽しくなければ意味がない、信頼できなければ楽しくない」 主な業務内容: ・オリジナルiOSアプリの企画・開発・販売・運営 ・iOSアプリの受託開発 開発実績: ClearLife, MyLikes, らの声, 逢坂誠二公式アプリ(前衆議院議員), 毎日がラーメン, onカメ!

	発表した商品・サービスの概要 iPhoneラーメンアプリ「毎日がラーメン」
窓口・情報	URL: http://clear-sapporo.jp/

[← prev](#) [next →](#) [up ↶](#)

[↑ top](#)