

## 鳩山会談

edit & text by KALJIRO MASUDA  
illustration by CHINO A

## 第二十七回

今回のゲストは、田中祐介さん。学生時代に黎明期のインターネットに出会い、ほどなく学生ベンチャーの電腦隊を起業。モバイルインターネットの市場黎明期の先駆的ベンチャーとして事業を展開した後、ヤフーへ売却。モバイルマーケティング企業のフラクタリストを創業した後、インターネットを通じて日本と中国を繋ぐ役割をしてきた“中国の達人”です。鳩山さんとは学生時代からのお知り合い。インターネット黎明期の秘話、中国ビジネスのコツ、今後の日本と中国の関係まで、話は大いに盛り上がりました。

GUEST

## 田中祐介さん



クロスリー代表取締役、Z entertainment取締役、GYAO代表取締役。1975年、東京都生まれ。1996年に電腦隊を創業し代表取締役に就任。2000年にモバイルマーケティング事業のフラクタリストを創業し、2006年に上場。2003年に中国子会社としてフラクタリスト チャイナを設立。チャイナモバイルとの提携などを通じて、中国におけるモバイルマーケティングの上場企業に成長させた。2010年クロスリーを設立し代表取締役。2012年よりクロスリーを兼業で経営しながらヤフーに入社。

**鳩山** 田中さんとは学生の頃からの付き合いで、はや四半世紀です。

**田中** 最初は電腦隊(1)のオフィスに来ていただいた時か、友達が所属していた石倉洋子先生のゼミに遊びに行った時ですかね？

**鳩山** 恐らく後者ですね。今はクロスリーでもZホールディングスでも縁があり、中国というキーワードでも被っているところがあって、改めて不思議な縁だと。

**田中** こうやって再会できるのは嬉しい限りです(笑)。

**鳩山** まず、電腦隊を起業したきっかけから教えていただけますか？

**田中** 大学時代はインターネットの黎明期で、それが自分の人生を変えてくれました。それまでマスメディアが一方的に情報を発信していたのが、インターネットの登場で一学生が情報発信できるようになった。これはテレビに代わる新しいメディアだと感じ、現在のヤフーの代表である川邊健太郎と起業しました。

**鳩山** 当時の学生ベンチャーと言えば(田中さんと川邊さんの)電腦隊か孫泰蔵さんのインディゴかという感じでしたよね？

**田中** まだ学生ベンチャー自体が珍しい存在でしたね。インターネットを社会インフラにするにはどうすれば良いか考えた時に、当時20〜30万円したパソコンではなく、誰もが持っている携帯電話でインターネットができるというアイデアがありました。

創業時はホームページを作る業務が中心でしたが、徐々に携帯にフォーカスしていった。NTTドコモのiモードの登場でそのビジョンが形になりました。とはいえ、ある種のラックキーパンチで力不足もあったので、2000年にヤフーに売却しました。

**鳩山** 買収総額が54億円でしたっけ？

**田中** ええ。金額が大きかったこともあり話題になりました。

**鳩山** その後にフラクタリストという会社を立ち上げます。

**田中** モバイルは非常に有用だという確信があったので、それを中国に持って行こうと思いました。パソコンのインターネットはアメリカ発がほとんどでしたが、モバイルを使うインターネットのサービスやアプリケーションは、当時は日本が世界最先端でした。日本が世界で一番進んでいる技術を、世界で一番携帯を使う人が多そうな国に持って行けば勝負があるのではないかと。

**鳩山** 野心的な計画ですね。

**田中** 怖いもの知らずですね(笑)。今の中国は10億人が携帯電話を持っています。当時は5000〜6000万人。日本の規模と変わりましたが、伸びるという確信がありました。でも日本よりインフラの整備が遅れているし、着メロとか日本で成功したコンテンツは当たらない。著作権を守らないケースも多く、日本のコンテンツを持っていくのは難しい。それで、2003年にフラクタリストチャイナを

作って、企業のマーケティング活動にモバイルインターネットを使うビジネスに切り替えました。これはすぐに軌道に乗り、チャイナモバイルという世界最大の通信キャリアのポータルサイトを独占で販売できるまでになりました。

**鳩山** 素晴らしい！その後クロスリーを起業されるわけですね。

**田中** 僕らが中国に進出した当時(2001年)は、中国はそこまで豊かじゃありませんでした。でも今は日本以上に豊かな人がたくさんいます。日本の製品を買いたいとか日本へ旅行したいとかのニーズが増えてきたので、日本が持っている文化や伝統、観光の価値を、中国の豊かな人に正しく伝えたいと思い再度起業しました。マーケティングはもちろん、日本のインバウンド消費のお手伝い、日本ブランドの中国での販売サポートなどを行なっています。

**鳩山** コロナ禍前の中国人の観光客の伸びは凄かったですね。

**田中** 2015年に訪日中国人のビザが緩和されて観光客が増えましたが、中国でパスポートを持っている人はまだ1億人強。だから伸び代しかないし、コロナが落ち着けば観光客は戻ってくると思います。

**鳩山** 越境ECに挑戦する企業も増えていますね。

**田中** ええ。この1年半はインバウンド消費が蒸発してしまっただけで、日本のアパレル企業でも中国を中心とした越境ECにチャレンジする例が増えてきています。でも、小々規模のブランドがアリババ(Alibaba)や京东商城(JD.com)(2)などの大手のモールに出店しても埋もれてしまうので、私たちはSNSを活用してソーシャルコマースという、人の力を通じて商品の魅力を伝えることを重視しています。中国はマスの情報の信用度が低く、個人やオピニオンコンシューマーの情報の信用度が高いんです。

**鳩山** 中国ビジネスは大手と組まな

いと難しいイメージがありますが、それだけでは全然足りないと言つことですね。

**田中** 中国は流通が一足飛びでオンラインになったこともあり、大手プラットフォームによる寡占は日本より進んでいます。日本はイオンなどのリアルプラットフォームがあつて、その後に楽天などのオンラインのプラットフォームが出てきたわけですが、中国はリアルが力をつけてる前にアリババが小売流通を抑えてしまったわけです。鳩山さんが仰る通り、自己発信するには大きなプラットフォームに乗つかない現状があります。でも、Z世代は知名度に左右されずに物を買うようになってきていて、中国版の「KOL」である抖音(3)やウィーチャットでの情報発信が重要度を増してきています。人の言葉がブランド価値を高めるのに重要になってきているのです。

**鳩山** なるほど。日本のブランドや企業はどのように中国で見られているのでしょうか？

**田中** 日本製品の品質の高さやストーリーの価値は相変わらず高く、

1

## Dennotai (電腦隊)

1995年に田中祐介と現ヤフー代表取締役社長の川邊健太郎が起業したネットベンチャー。1999年に電腦隊を含めた4社合同で設立されたPIMは、伝説的なジョイントベンチャーとして知られている。

2

## JD.com (京東商城)

劉強東が2004年に設立したWebサービス会社。本社は北京市朝陽区。同社のECサイト「JD.com」は家電・PC・家具・衣類・食品・書籍などの商品をネット販売しており、アリババに次ぐ第二の売上規模を誇る。

3

## Douyin (抖音)

中国のByteDance社が開発運営しているショートムービーアプリ。2016年9月にサービスを開始。現在は中国で1日6億人が使うと言われている。2017年3月に開始したTikTokはDouyinの海外版。

4

## Perfect Dialy (パーフェクトダイアリー)

中国の逸仙電商が展開するコスメティックブランド。2020年11月にニューヨーク証券取引場に上市を果たした。昨年には日本上陸も果たし、Z世代を中心に話題を集めている。



本はあまり裕福な国ではないという見方が増えています。そうした状況下で日本のブランドはどうすればいいのでしょうか？

**田中** グローバルにブランドを育てていくことが重要です。例えばファッションは、国内の市場だけ見るとジリ貧かもしれませんが、世界では成長産業です。イタリアのアパレルも苦戦した時期はありますが、今ではグローバルブランドがたくさんありますよね。中国発では作れないものは多々あるので、日本のブランドも中国を中心としたグローバルブランドに飛躍して欲しいですね。それを実現するにはコミュニケーション力が大事なので、私たちはそういうお手伝いをしていきたいと思つています。

**鳩山** 日本のファッションは中国で成功できるチャンスがあるよ。

**田中** ストーリーをちゃんと作つて持つていけばチャンスはあると思つています。でも、日本語だけの情報発信だと難しいですし、情報発信の規制があるのでサイトにアクセスできないことも多かったりします。なので、私たちはアンバサダープログラムと

いう情報発信に取り組んでいます。北海道から沖縄まで留学生や在日中国人のネットワークを作り、彼らが住んでいる地で今何が起きているのかを伝えてもらう試みです。中国の人から見てどう思うかを伝えていくのを大事にしています。

**鳩山** 素晴らしい取り組みですね。最後に今後の日本は中国とどう関わっていくべきだと思いますか？

**田中** 私たちの子供の頃は「ジャパン・アズ・ナンバーワン」の時代で、どこか中国を下に見るような空気がありました。でも今は中国に経済で抜かれてしまつて、そのことを卑下する人もいるかもしれません。私は20年近く同世代の仲間とビジネスをしてきて、日本にも中国にも大切な友人がいます。そうした交流を通して確信しているのは、日本と中国の良さを合わせることであれば良い関係が築けるということ。どちらが上とか下とかではなくて、お互いを尊重して高め合つていけるような関係が理想的です。

**鳩山** 素晴らしいお言葉です。コロナ明けに中国で飲みたいですね！

**田中** ぜひ一緒に楽しみましょう！



## 鳩山玲人

1974年生まれ。ハーバード・ビジネス・スクールでMBAを取得後、サンリオ入社。それまで国内メインだったハローキティのキャラクタービジネスを世界中に展開し、同社の業績を急上昇させた立役者。2016年に退任後、DeNA、LINEなどで社外取締役を歴任し、現在は国内外数社でアドバイザーを務める。著書に『桁外れの結果を出す人は、人が見ていないところで何をしているのか』(幻冬舎)など。