

ティックトック(TikTok: 抖音短視頻)が海外で成功した原因



陳言 氏

中国のITプラットフォームであるBAT(百度、アリババ、テンセント)は、いずれも海外進出に努力していたが、まだその努力に相当する成功を収めているとは言えない。

2007年に百度は日本支社を設立し、高給でソニーやヤフーの元高級管理者を雇って日本事業を開拓しようとしたが、すぐにひじ鉄を食ってしまった。2015年には百度の日本語版検索エンジンがダウンし、百度の検索エンジンの海外進出は失敗に終わった。テンセントは、日本でウィチャット事業を展開しようとしているが、現時点で成功してはいない。

中国のITプラットフォームで唯一、例外的に成功しているのが、ティックトック(TikTok)である。ティックトックは日本だけでなく、世界の他の国でも大きな実績を残している。

ティックトックは百度とは異なる方法で日本市場に参入

ティックトックは日本に進出した際、現地化に着手した。日本人のインターネット人材を受け入れ、高給で日本の高級管理者を雇い、中国本部の意思決定権を日本支社に移し、海外運営をより自立化させた。これらを通じ、日本本土のユーザーのニーズに合わせたものとなっている。

より現地化されたコンテンツを提供するため、ティックトックは日本で複数の現地機関と協力関係を締結した。バックグラウンドミュージックでは、2018年10月に日本の音楽事業大手Avexと提携し、アジアのユーザーに2.5万曲の楽曲使用权を開放すると合意した。

また2018年には、日本で約300の公式アカウントを創立した。その大部分のバックグラウンドミュージックは、日本で現在最も流行っているコンテンツだった。2019年には、ティックトックはTikTok Spotlight ミュージシャン発掘プロジェクトをスタートさせた。ティックトックプラットフォームを通じて優秀なインディーズミュージシャンを選び出し、支援する。

このような海外運営の独立化、現地資源との効果的な連携が、ティックトックの成功の要因になっているはずだ。この方式は日本だけでなく、アメリカ、インドなどでもかなりいい成績を収めている。

ティックトックの特別な技術的特徴

BATと比べると、ティックトックは中国唯一の技術的特徴を持っており、これはティックトックが発展できるもう一つの重要な原因である。

ティックトックが現れる前は、米国のGAFAや中国のBATユーザーには潜在的な疲労感があり、自身をアピール出来る新たなアプリやプラットフォームを切望していた。

2017年にティックトックの親会社である今日頭条が Musical.ly を買収したのは、このような既存のITプラットフォームとは異なる技術的特徴に注目したからだ。2018年にFacebook がショートビデオアプリ「Lasso」を出した時、ユーザーはすでにティックトックに慣れており、Lassoはティックトックのコピーに過ぎないと思った。

Facebook が世界月間アクティブユーザー5億人を獲得するまでには約7年間かかったが、ティックトックは4年だった。ティックトックの発展は非常に早く、勢いも強い。

未来のティックトックは大きく二つの道がある。一つは Facebook に買収され、国際的に一花咲かせて、後世に評価を任せることである。もう一つは Facebook と対等の地位を得るか、または Facebook から長年のトップの地位を奪うことである。

だが最終的にどうなるかは、技術を見るより政治を見るほうがいい。2020年1月1日、米国はすでにティックトックを「サイバー脅威」に該当すると宣言している。国家権力を使わなければ、米国ではティックトックを抑圧することができない。ティックトックの最大ユーザーはインドであるが、2019年にはインドでもすでにティックトックの使用を制限し始めている。

国際政治が最終的にどのようにティックトックを取り扱うのか、将来の見通しは分からない。

先益(北京)科技有限公司 総経理