レッドクルーズ

日本の注目ベンチャー企業

RSS技術と独自のビジネスモデルで ユーザーと企業を支えるインフラになる！

そのシンプルな仕組みとブログの普及をきっかけに、次代のインターネットを支える技術として注目を集めるRSS。このRSSを使って、初心者でも楽しめるRSSリーダーと、ダイナミックシェアという独自のビジネスモデルで新たな市場を開拓しているのがレッドクルーズだ。同社の代表取締役CEO 増田勇氏に、RSSに着目した理由とその可能性、起業のきっかけや将来の展望について伺った。

レッドクルーズ株式会社のプロフィール

- ●所在地　東京都港区南青山
- ●設立年月　2004年7月
- ●代表取締役CEO　増田 勇（ますだ いさむ）
- ●社員数　8名（2006年1月現在。非常勤などを含む）
- ●ウェブ　http://www.redcruise.com/
- ●事業内容　インターネットを利用した情報伝達チャンネル「eクルーザー」の開発・提供を中核とする各種コミュニケーションサービスの提供及び関連業務等

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

RSSリーダーのeクルーザー。ティッカー型のシンプルな作りで、提携企業ごとにさまざまなデザインのものがある。

● 増田 勇
■ 編集部
Photo:津島 隆雄

RSSリーダーを含めた独自のビジネスモデル全体が特徴

■ 取り組んでいる事業の概要をご説明いただけますか。

● 中心は「eクルーザー」というハイブリッド型のRSSリーダーの開発と、それを使ったビジネスです。そのほかにブログ関連の「ログログシール」というサービスがあります。あとは、ブログの分析などもやっています。

eクルーザーは、ティッカータイプのRSSリーダーです。初心者でも使えるものというのがコンセプトです。ビジネス的な特色としては、ダイナミックシェアモデルという考えに基づいています。このモデルに参加している企業のサイトから、それぞれのブランドのeクルーザーをダウンロードしてもらいます。参加企業のRSSが最初から登録されているので、ユーザーにはダウンロード先の企業の情報に加えて、他社の情報も配信されます。つまり、複数の企業でユーザーをシェアすることになります。自社サイトだけでクローズドにやろうとすると、そこへ来た人としかコミュニケーションが取れません。しかし、私たちのダイナミックシェアモデルなら、自社からダウンロードしたユーザー以外へも情報を配信できます。その情報に興味があれば、ユーザーはそのRSSを残しますから、自動的に膨らんでいくことになります。

この登録されているRSSは、定期的に更新されますから、ユーザーは色々なコンテンツが楽しめるということで、使い続けてもらえますよ。また、企業のほうは、ユーザーだけでなくコストもシェアできます。独自に自社だけで機能を拡張し続けるとなると大変ですが、それに比べると低リスクで、さらに大きく成長する可能性があるというモデルです。

■ このモデルだと、競合同士でシェアする場合に、すんなりといかないこともありそうですが。

● 直接の競合は、相互に排除することもできます。でもこの1年で、状況が大きく変わりましたね。今はこのモデルのメリットを理解していただいて、逆にこのネットワークに入らない方がリスクがあると。これだけ情報があふれて、メディア接触もさまざまな形でできる状況ですと、ユーザーが求めているなら、そのニーズに企業は対応していかないといけません。

企業の主張が強すぎてもだめで、ユーザーの立場でものを考えて、モデル自身が崩れないように私たちがバランスをとっています。

■ eクルーザーの配布数や採用企業数は。

● ダウンロード数は75万くらい(2005年12月現在)ですが、すごい勢いで増えています。業界トップレベルであることは間違いないです。採用企業も20社以上あります。

アーリーアダプターではなく普通の一般ユーザーがターゲット

■ eクルーザーをティッカー型にしたのは、何か理由がありますか。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

● まず、初心者にも分かりやすい。それから、表示させておきやすいので目にも留まるし、接触している時間も長くなります。あとはスケーラブルであるという点。ビジネスをやるときに、スケーラブルだというのは、ボトルネックがないんですよ。ブラウザー型のようにセンター集中させるものだと、ユーザー数が増えたときにシステムの増強が必要です。eクルーザーは基本的に分散システム型なので、ユーザーが増えても心配ありません。

加えて、ティッカー表示だけでなくて一覧表示もできるので、効率よく見たい人にも対応できます。仕事中は、支障のない細い形にしたりと、ユーザーの生活のパターンに合わせて使えます。それにはティッカー型が一番適してます。おかげさまで好評ですね、初心者の方に。

私たちは、アーリーアダプターといわれてる先進的なユーザーよりも、もっと一般的な層を対象に考えています。RSSを意識せずに使えるものですね。ですから、企業にとっても戦略的に私たちを採用する理由がそこにあるわけです。

eクルーザーは、RSSリーダーにすごく詳しい技術系の人から見ると、驚かないかもしれませんが、一般の方は感動されるんですよ。なんでこんなすごい物があるんだって。企業が本当にターゲットにしたいのはどういう人なのかと考えるときに、技術的な視点に偏りすぎると間違えてしまいます。

■ログログシールっていうのはどういう製品ですか。

● ブログに貼るシールです。ブロガーたちのニーズというのは、自分の書いたものを多くの人に見てほしいというものです。その次に、同じ興味を持っている人とつながりたいというニーズもあると思うんですね。このログログシールは訪問先のブログに足跡を残せるので、結果的に同じ興味を持った者同士のコミュニケーションのきっかけになります。トラックバックとかコメントというものもありますが、書き込むというのはちょっと重いですよね。そこまでではないけど、ちょっと見たよっていうのは簡単な挨拶になります。

ユーザーと企業の双方にメリットを提供できるのがRSS

■会社を立ち上げたきっかけは。

● 私はもともとレッドシェリフという、インターネット広告の効果測定やサイトに訪れるユーザーの分析などをしている会社にいました。そのとき、企業とユーザーとがコミュニケーションを取るための新しい方法が必要だと感じていました。なぜかというと、非常にバランスが悪かったからです。

企業側には、自分の情報をユーザーに伝えたいという思いがあります。過去には多くの企業が独自のツールを作ってコミュニケーションを図ろうとしてきましたが、なかなかうまくいかなかったように思います。一方、ユーザーのほうは、ブログなどカバーしなければならない情報が増えてきました。

その中で、企業からの情報もほしいけれど、ほかの情報もたくさんあるので、それらを効率よく得られないものかと。そういう意味で、企業にもユーザーにもバランスが悪い状態だと思っていました。メールが特にそうで、メールアドレスという個人情報で、プライベートなコミュニケーションも取れる手段なんですが、ほかのいろいろな情報やスパムなども入ってきて、情報の海に溺れてしまうという。広告なんかも同じですね。

新しいコミュニケーションを実現する、企業とユーザーの双方にメリットをもた

これまでは赤坂にあるビルの集合オフィスで、ミーティングには共有スペースを使っていた（写真）。1月に「南青山のとってもおしゃれなオフィス」（増田社長談）へと移転（祝！）。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

らすものを作れないかなというのが、RSS技術に注目したきっかけです。

それまで調査なんかをやっていて、そのギャップを感じてましたから、次はそれを埋めるサービスを提供できるんじゃないかということで、レッドクルーズを立ち上げました。

ビジネスとして成立させるにはバランスが大事

■ RSSを知ったきっかけは。

● 先ほどのようなニーズを感じて、コンセプト図を描いたんですね。そのとき、たまたま海外のニュースなにかRSSを知りました。これはまさに、自分たちのやりたいことを実現する土台になるんじゃないかと直感的に思いました。

ただしRSSというのは、バランス的にユーザー側に偏っています。ユーザーが便利なように作られている。ビジネスに活かすなら、ビジネスモデルにはめて、ユーザー側に傾いているバランスを調整する必要があると思いました。

例としては、RSSリーダーの更新頻度の設定があります。少人数ならよいのですが、数が増えるとアタックを受けるのと同じ状態になってしまいます。それをうまくコントロールして、バランスをとってやりとりが円滑に流れるようにする必要が出てきます。また、RSSはオプトイン／オプトアウトが選択できます。求めている情報はこれとこれだという風に、自分でほしい情報を選べます。

企業のほうは、本来情報が届けば響いたかもしれない人たちを逃すことになります。これがもし、ユーザー側に完全に偏っているツールやサービスだと、逆にそこにかなりのフィルターが入ってしまうので、本来届けばユーザーに喜ばれたかもしれないのに届かないということが起きるかもしれないわけです。逆に企業側に偏りすぎていると、ユーザー側が情報を選べず、特定の企業の情報だけしか読めません。デスクトップのスペースは限られてますから、そういうツールは誰もほしくはないですよね。

情報の更新頻度は必ずしも高い必要はない

● あと、RSSの使い方としては更新情報なんですけれども、よくいわれるのが、うちは更新がそんなに頻繁でないから、RSS使っちゃいけないんじゃないかって。それは逆で、頻度がないからこそ、その頻度に合わせてユーザーが訪れるってことはまれなわけです。むしろ、更新と通知ができるのが、ユーザーにとっても企業にとってもチャンスなんです。業界では、こういう発想をしている人はまだいないと思います。

自社だけのツールでやる場合は、それしかコンテンツがありません。うちのシェアモデルなら、自社のコンテンツに更新がない場合でも、他社のコンテンツが補ってくれるという捉え方もできます。ユーザーは使い続けるので、そのユーザーと企業とのパイプはつながっているわけです。発想の転換をすると、めったにない情報の更新があったときに、早く必ず知らせてもらえるという便利なツールなんですね。この点は、最近特に訴えていきたと思っています。毎日更新されていなくても、半年に1回かもしれないようなものでも、登録していれば確実に知らせてもらえるというのは、非常にいいユーザービリティーですよね。

夢はユーザーと企業を支えるインフラになること

■ 今後の展開や将来の目標や夢は。

● 1つは、ケータイをぜひやりたいですね。RSSリーダーになるかは分からないないですが、企業としてケータイの分野にも入っていきたいですね。

将来はありとあらゆる電化製品がネットワーク化されます。そのときの情報のやりとりにRSSが使われるのかは分からないですけど、私はタグ情報というのは一番近いところにあるんじゃないかなと思っています。その意味で、自分たちがユーザーに接しているメディアをPCだけじゃなくて、ケータイにも広げたいと戦略的にいろいろと考えてます。

もう1つは、これはもう夢なので絶対に実現させますが、海外進出です。日本発の技術で海外に出て行く。同じモデルでやっている企業というのは、世界的にもないと思います。私たちが考え出したので、その意味でもぜひ海外に出て行きたいですね。

最終的な夢は、すべてがネットワーク化されたときにeクルーザーを始め、レッドクルーズの製品がインフラとなって支えていると。ユーザーと企業をサポートできて喜ばれるようなインフラになりたいというのがありますね。

■ ありがとうございました。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

［インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ］ ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D（株式会社インプレスから分割）が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

http://i.impressRD.jp/bn

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D（当時は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先
株式会社インプレスR&D
All-in-One INTERNET magazine 編集部
im-info@impress.co.jp

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.