

中国・長春進出日系企業レポート

「長春琦拉希亜信息技术有限公司」河田董事長インタビュー

今や生活インフラの一つとして欠かせなくなったインターネット。ワールドワイドウェブ上のホームページ（ウェブサイト）は「組織の顔」や「サービスの窓口」として重要な役割を果たし、決しておろそかにすることは出来なくなりました。ウェブサイトはまさに組織の営業窓口の側面を持っており、中小企業にとっても、使い次第で大きなビジネスチャンスを掴むきっかけとなり得ます。

そんなウェブサイトの構築と運営ノウハウを武器に、岐阜県から中国吉林省長春市に進出した日系企業、長春琦拉希亜信息技术有限公司の河田董事長にお話を伺ってきました。

○長春琦拉希亜信息技术有限公司

2010年8月に独立資本にて設立。実質的に仕事が立ち上がったのは同年12月ごろから。社員は現在12人。うち日本人は河田董事長（写真）1人のみ。設立までの準備は3ヶ月という短期間で行われたものの、長春市政府の事務手続きで1ヶ月近く待たされるといったトラブルがあった。



河田董事長

■まずは事業内容を教えてください。日本の本社の

社名は「ちらし屋ドットコム」ですが、印刷業務をされていたのですか？

社名は「ちらし屋」ですが、印刷業務を手がけたことはありません。設立当初からWEBサイトの制作業務を行ってきました。岐阜県が2000年にITベンチャー支援施策を行っていた時に立ち上げた会社で、現在社員30人程度が、岐阜と名古屋で仕事をしています。

■中国国内受注の仕事と、日本で受注した仕事の割合はどうか？

日本の本社が裁ききれない仕事を、中国でこなしているものもありますが、仕事の9割は中国国内受注の仕事です。最近（2011年7月ごろ）、ようやく長春での体制が整いましたので、日本本社のウェブサイトでも「中国市場向けのWEB販促支援を行います」とようやくアナウンスできるようになってきました。これからは在中の日系企業の仕事も積極的に取っていきたい。

■仕事の受注の割合について、目標や目安はありますか？

どんなに価格が安くても3割は中国企業の仕事を維持しながら、日本とは異なる中国独特のマーケティング手法をノウハウ化して、日系企業とともに中国市場に切り込む仕事をしていきたい。一方で、日本型ビジネスのノウハウを中国ローカルの企業に導入する仕事にも取り組んでいきたい。

■中国での商慣習はかなり日本と異なりますので、コネも何もない日本企業が飛び込むのは難しいのでは？

やはり日本と同じ考え方ではやられてしまいますね。よって、普通は日系企業と取引をすることになる。我々の業界でも日系では無い現地ローカルの企業と仕事をしている企業は極めて少ないです。当社はまさに今チャレンジしているところでして、現状で中国企業 20 社程度と取引がありますが、今のところトラブルはありません。

■なぜ長春に？

最初にこの場所（インキュベーター室）を勧めていただいたことが大きな理由です。確かに大連にもたくさんインキュベーター施設があるのですが、おそらく入居したらそれで終わり。優遇政策もあるでしょうが、人を採用する段階になると、この業界では全く優秀な人が採れない。他の IT 企業がすぐに給与を上げて引き抜いてしまうのです。よって、我々のような中小零細企業は、残念ながら一から教育して育てないといけない。我々は中国に根付いて事業を行い、人材育成を含めてチャレンジしてみたかったので、この人材面を考慮して長春に決めました。



オフィスからは日本統治時代の建物が残る広場が見える

■長春は日本人が少ないものの、日本語を勉強している学生がとても多い。よって、大連、天津、上海など南に行かないと日本語を使う仕事になかなかつけないという状況です。なので、比較的日本語習得レベルの高い人材をここでは確保しやすい。また、朝鮮族も多く韓国語・朝鮮語環境が非常に優れている。中国語の面でも普通語に近い・・・。

中小企業としてこれからどうやって経営していけば良いのだろうと考えたときに、現在の日本の市場だけでは正直厳しい。何かを販売しようとしても中国市場は避けて通れません。世界レベルでも、アジア市場が牽引していく状況がすぐそこに来ている。そんなときに、韓国語だ、中国語だ、日本語だ、英語だと言っている場合ではない。我々中小企業も頭を切り換えて世界を相手にしていけないと思います。飛び込んでみると、現実やはり大変なんですけど・・・。

■長春は日系企業が少ないので、どうしても中国ローカルの企業との取引が中心となる。しかし、日系企業が少ないからこそ、入っていける分野も多いと。ただ、貴社の場合はコンテンツ制作ということで、インターネット環境が極めて重要になってくるとは思います、あまり良いとは言えない・・・

これは、完全に長春にきてから分かったことですが、吉林省のルールがあまりにインターネットに対応していない。ホームページを作るときには中国当局の審査が必ず必要だが、この ICP 申請※というものを現在 11 社当社に任せられています。これらの許認可がここ最近厳しくなりなかなか降りない。

これはインターネット上での詐欺事件がとて多いという中国全体の問題が原因となっています。ただ、吉林省のインターネットインフラ環境が他の省に比べてとても遅いのはビジネスをする上で非常に困っています。せめて他の省レベルになれば問題ないのだが、正直、大連でも OK だから長春でも大丈夫だろうといった感覚で来てしまった。

※ICP：Internet Content Provider の略。中国政府が情報統制のために実施しているサイト審査制度。中国でのウェブサイトの公開に義務づけられています。

■自分も中国に来るまでは気がつかなかったのですが、中国では省にかなりのレベルで政策の独自性が委ねられており、自身の業界に関する規制の程度を事前に調査しておかないと、来てからその問題に気がつくことになる。他の場所で大丈夫だったからといって、他の省でも大丈夫だとは限らない。

というわけで、人材は確かに豊富なのですが、商圈、市場として捉えた場合、やはり都市部へと出て行かないといけないのかもしれないかもしれません。長春は人材育成の場として捉えるとしても、他の都市に比べて決して裕福な街ではない。もちろん、長春にもお金を持っている人は確かにいて、桁違いにお金を持っているのですが。

■中国でのコンテンツの制作内容は？

スクリプト※も含め、中国で必要なコンテンツ※は全て中国で、現地のメンバーで制作します。

※スクリプト：簡易なプログラムのこと。ここでは、ホームページ上での処理に利用するプログラムソース（文字列）を意味する。

※コンテンツ：内容、中身のこと。ここでは、画像や文章など、ホームページを構成するデータを指す。



ホームページを制作するスタッフ

■中国では、ソフトウェアに対してお金を払うという概念自体が乏しい・・・。

その通りですね。あと、日系らしさを出すということで、サイトの方ももう少しマーケティング色を出していこうと考えています。「日式マーケティング」「ウェブマーケティング」ということで目を引きたい。

■ソフトウェアなど、ホームページの制作環境については？

Windows 環境です。また、当社はあくまで現地ローカル企業を相手にしていますので、中国語 OS を使用し、完全に中国語環境で制作しています。

■サーバーはどうしていますか？

長春にサーバーを立てるかどうかは現在検討中ですが、日本との回線速度の問題で、中国と日本とのやり取りは香港経由となります。よってサーバーは香港にあります。また、中国各地との回線速度の都合と、ICP の許認可の問題もあり、北京にもサーバーを設置して使い分けて

います。主にクライアントが対応する顧客との関係を考慮しながら、中国での法的な問題も含め、日系企業からの依頼は香港のサーバーを利用し、中国市場向けの依頼は北京、日本市場向けの依頼は日本のサーバーを利用しています。クライアントに合わせてきちんとサーバーを使い分けしないと、中国での法規制上、ホームページが表示されないなどの問題が生じるおそれがあります。

■法的な問題だけでなく、やはりアクセススピードも問題となるのですね。

隣国でありながら日中間ではスピードが極端に遅いため、それを緩和するために香港にサーバーを設置する必要があります。実際に長春に来てから色々計測したのですがこればかりはどうしようもありません。

■日本ですと SEO※の啓蒙を行いながら、顧客をつかんでくるのだろうなあと、ホームページをみて推察するのですが。

セミナーの講師をやって、そこで何人かに手をあげていただいて、それがお客さんになっていく。あと、岐阜県などの地元行政、産業技術センターなど、そういった所からコンサルティングの依頼を受け、企業にお邪魔することがある。そうした企業が顧客になることも確かにあります。ここ長春でも一般企業や大学から同じようにセミナー講師を引き受けています。

※SEO：Search Engine Optimization の略。Google、Yahoo!などの検索エンジンを対象に検索結果が上位に来るように工夫すること。またその技術。

■長春では、CMS※を利用したコンテンツ更新は定着しているのですか？

CMSを導入しても、その後概ね使われていません。ホームページを運営する側が「更新していくことが大事」という意識が無い限りはまずシステムも利用されないので、CMS抜きで話(営業)を進めるべきと考えています。逆に顧客から「ここを更新したい」と依頼されたらその都度対応し、そこで、少しでもお金をもらった方が良いでしょう。と考えています。CMSなんて無くても良い。現在の長春はCMSを導入するレベルには至っていないと思います。

※CMS：Contents Management System の略。ホームページの内容を比較的容易に更新することを目的とした仕組み。及びそのソフトウェア。

■CMSを導入しても、ホームページを適時更新していくのはとても骨の折れる仕事ですし、そうした意識や技術が身についた職員が、継続的に同じ企業に在籍しつづけるとも限らない。特に、中国でも人の定着は難しいですから、中国で営業していくのは難しいのでは？

長春に来てからは政府や大学からの紹介もあり、中国企業との仕事をやるようになりました。こちらのスタッフも日本に派遣して日本のホームページ制作ノウハウやマーケティングを教育もしています。しかし、日本品質のホームページ制作を高く評価はしてもらえませんが、マーケティングには全く興味を示してもらえません。まだ、ホームページで新規顧客を開拓したり、売り上げを上げたりしようという段階にはないですね。

■そうすると、今はホームページという情報ツールを使いながら、ビジネスを上手く回していくという啓蒙を行っている段階で、今後企業が更新頻度を多くしたい。すぐに更新したい。という風に育ってきたときに、CMSへと切り替えていくと。

現在の長春は、10年前の日本、色々な地域で「ホームページを活用して売り上げを伸ばしましょう」とまさに啓蒙していた頃に近い状況だと思います。中国でも中小企業のインターネット活用はまだまだなので、良いタイミングかなとは思っています。

■長春で苦勞することと言うと。

やはりインターネットインフラで困っています。これは本当に調査不足というか、他の地域は改善されているのに、吉林省は変化がない……。

■他地域に比べて劣っているという事実を当局に伝えていかないと、改善するのも難しいのかもしれないね。

その通りですね。これは長春にある外資IT企業だけの問題ではなく、ローカルIT企業も同様の問題に直面しています。必ずや改善されていくと思います。

また、そのような状況下でも当社はチャレンジしていますよ。決して儲かるわけではないし、中国市場でのノウハウを作るために今は我慢していますが、中国のローカル企業と取引している経験は必ず2~3年後に生きてくるだろうと。



事務所の制作ルーム

■人を雇う面については、あまり問題はありますか？

そうですね。人はかなり来ます。ただ、質の問題はあります。なので、学生の内から人を呼んで研修を行い、人材育成を行うつもりです。そこからやらないといけない。

■中国でこうした事業展開の需要は伸びているんでしょうか？

伸びては無いですね。個人的には、東北エリアは中国の中でも独立したエリアだと思います。それだけに、この地で市場を開拓していく面白みはあります。ただ、他の主要都市のように、市場がどんどん大きくなるかというと、少し難しい感じがする。

インターネットビジネスにおいては、北京、上海、広州が抜きんでている。ただし、競合も多い。そうした市場に我々が入っていくとすると、数人の社員だけで参入するのであれば、日系企業との取引しかできない。そういうビジネスよりは、新たな市場を開拓することを選んだわけです。この選択が正解か正解でないかは、数年後にならないとわからない。ただ、なんとかこの中国東北地方で、この分野の日系企業の一番になりたいと考えています。

そういった面で、「東北地方には魅力がある」と皆さん言ってくださいます。「でも、大変だよ。」という言葉も一緒にいただきますが。中国のことをわかっておられる方からは特に。「応援したいな。」とも。

■日本での顧客獲得は、講習会などを通して御社を知っていただくという面が多いかと思うのですが、中国での顧客はどのように獲得されているのですか？

これは、日本の我々のビジネスモデルと同じで、ほとんどが人脈ネットワークによる紹介となります。後は「百度リスティング※」ですね。今は吉林省だけに広告を打っていますが、たとえば2月などは、1か月で70件ほど問い合わせがあった。その中に、イギリス資本だとか外資などからも問い合わせがありました。

今、上海の会社から依頼があっても、当社ではたぶん出来ない。しかし、吉林省に絞ればビジネスになる。

※中国の検索エンジンで圧倒的なシェアを誇る、「百度（バイドゥ）」における検索ワード連動型広告のこと。検索ワードに関係する企業の広告を表示する仕組み。

■新事業について、考えていることは？

最近、東京や大阪などで中国マーケティングセミナーの講師を依頼される経緯があって日本からも多くの新しいビジネスモデルのご相談を受けるようになりました。いまは、中国ローカル企業に日本のホームページ制作技術やマーケティング施策を提供しているわけですが、ここで得た中国独特のノウハウを日本企業がネットで中国市場に進出するために提供していきたいと考えています。そもそも中国に現地法人を設立する時の目標が「中国市場を日系製品・サービスで埋め尽くす」でしたから。中国で設立準備をはじめて2年半ほど経ちました。まさにこれから目標に向かって進むだけです。



業務を行う河田薫社長

■これから中国に進出を考えている企業へのメッセージをお願いします。

確かに中国市場は、日本市場と同じ感覚で来ると絶対に失敗すると思いますし、現在我々も挑戦中です。ただ、この懐に入らないと分からないことも多く、逆に懐に入ってしまう日本人でも結構やれると思うのです。これは、他の多くの方と意見が違っても構いません。懐に入ろうとしないので失敗するのであって、懐に入ってしまうと、こんなに暖かいところもないのではないかと考えています。だから怖がらないで、まずは中国を知るといった軽い感じから始めて欲しい。

そして、中国市場という枠ではなくて、これはアジア市場の中心となる中国市場ですね。今後、日本だけで続けていくべきなのか。それとも、国外にも拠点を作るべきなのか。実際に足を運ばないと現地の状況というのは分かりませんので、噂や伝聞情報だけで物事を決めずに、まずは実際に足を運んで、国外で何ができるのかを考えて欲しいと思います。普通の経営者であれば、長春だけでなく、中国の今を目の当たりにすれば考え方が変わると思います。ぜひ経営者の方には自身の目で中国の状況を見て欲しい。今、中国は世界経済の中で、避けて通れない場所となってしまっています。

■本日はお忙しい中、ありがとうございました。

取材日：2011年7月8日、10月31日（鳥取県文化観光局交流推進課 横地義照）

※株式会社ちらし屋ドットコム ホームページ：<http://www.chirashiya.com/>