

日本で受注し、タイで制作する Webソリューション企業

大手企業での安定した地位より、起業する道を選んだ加藤氏。海外勤務の経験とネットワークを活かし、試行錯誤しながらITサービスのオフショアビジネス構築に取り組んだ。軌道にのった現在、「日本で受注し、タイで制作する」Webソリューションのグローバル企業として更なる飛躍をめざす。



オフショアビジネスに取り組む
加藤社長

企業データ

- 名称：株式会社ケーソフトエンタープライズ
住所：東京都千代田区大手町2-6-2
日本ビル1F 117
電話：03-5201-3090
HP：http://www.ksoft-e.com
事業内容：Webソリューション（HP制作、システム構築、
E-learningコンテンツ制作、多言語翻訳）
代表者：加藤 健
創立：2000年6月 個人事業開始、2000年11月 法人設立
資本金：2500万円
従業員：日本5名（正社員4名、契約社員1名）
タイ20名（正社員15名、契約社員5名）
両国計25名
前職：大手機械メーカー
利用した事業：創業塾

起業までの経緯

「生涯現役・一生勉強」をキーワードに起業を決意

45歳のときに、新卒から20年以上勤務していた機械メーカーから“プレーイングマネージャーから管理職への専任”を打診されたのが、加藤氏が独立を思い立つきっかけとなったという。ビジネスの無限の可能性に挑戦するため生涯現役にこだわり、これをきっかけに定年のない起業という道へのチャレンジを決断する。子供がいないことも、リスクのある選択を可能にしたと振り返る。

加藤社長がめざしたビジネスは、10年間東南アジア諸国での現地法人社長を含めた経験

を活かし、海外生産によるWebソリューションビジネスである。会社で希望退職を募る機会も重なり1999年、円満退社となった。

起業当時の様子

創業2年目の壁

2000年11月に(株)ケースフトエンタープライズを設立。創業時は、地縁・血縁や前職のコネを利用し、当初から仕事は順調であった。が、そこに落とし穴があった。一見、順調に見えた受注は、周囲からの“お義理の発注”、“ご祝儀発注”だったのだ。それを自分の実力、会社の実力と勘違いしてしまった。

本来ならこの時期に力を注ぐべき“顧客開拓、お客様の固定化・リピート化”を怠っていたと振り返る。受注が好調なのを良いことに“社内の組織作り”、それから“公的機関からの助成金獲得”等の内向きの仕事に走ったのだ。その結果は翌年に顕われ、2年目の売上獲得に苦勞することとなる。

「ここからが本当の勝負!」と思い、戦略的なマーケティング活動をはじめた。ビジネスの一等地“大手町”にある著名なビルに入居しているという事務所のロケーション。そのブランドを活かした信用力を前面に打ち出す営業戦略だ。

同業他社はSOHO含め幾千とある。その中で、信用できる会社、安定した実力を発揮する会社に対するニーズは多いはずと考え、システム化された社内体制を武器に、それを好む顧客を開拓し始めた。

マーケット開拓力には自信があったので“一部上場企業の関連会社”にターゲットを絞り、お客様の期待以上の成果をしっかりと積み上げていくことで信用を築き、徐々に顧客を掴んでいった。



千代田区大手町にあるオフィス

現在の事業内容

タイの現地法人によるITオフショアビジネスを確立

同社では、いわゆる“オフショア”といわれる海外分業のビジネスモデルを確立している。タイに現地法人を設立し、日本で受注したシステム関連の仕事を現地で開発・構築するソフトビジネスのオフショア・デベロップメントだ。武器となるのが現地の優秀なスタッフ。大量受注を低コ

ストかつ高品質・高感度なデザイン、そして短納期対応を可能にするシステムを確立している。

当初は現地でのマネジメントでトラブルもあったが、現在は日本人マネジャーも常駐させ、順調に推移している。景気の回復傾向と、これまでの着実な実績で、一部上場企業に関連会社の下請け仕事を中心に安定した受注を得るまでになった。

現在では、口コミ、既存取引先からの紹介とネットからの問合せで毎日引き合いがある。しかし、あれもこれも受注していたのでは品質が劣化してしまうことから、無理な成長を追い求めずに、質の高い仕事を確実にを行うことを心がけている。

今後も強みである“大量・短納期対応、多言語(英語、中国語)対応”で差別化し、SOHO同業他社ができない事業の“規模”で実績を積上げながら、Web制作・Flash制作・E-learningコンテンツ制作での優良企業を目指す。

将来目標

ITビジネスを通じて、日本と東南アジアの架け橋になる



(株) ケーソフトエンタープライズの
ホームページ

オフショアの難しさは現地の人的マネジメントに尽きる。サラリーマン時代に長く東南アジア諸国のビジネスに携わった加藤氏も、設立当時は人的面での苦労を大いに味わったという。現地のマネジメント職の採用に独自ノウハウをつくりあげるなど試行錯誤を重ね、現在では好人材を揃えるが、目標達成のために、引き続き優秀な人材を集め、育成し、組織力を強化していくことは永遠の課題である。

その背景にあるのが加藤社長の現地への熱い思い。愛着のある東南アジア諸国への恩返しと経済発展への貢献に懸ける気持ちが、人に対するマネジメントに表れている。単なるローコストの視点では、人はそれを見透かし、力を発揮しない。

「ITビジネスを通じて、日本と東南アジアの架け橋になりたい」と語る加藤社長の強い信念と、海を越え、ITを超えた現地との“Face to Face”“Heart to Heart”のコミュニケーションこそ、ケーソフトの競争力の源泉である。