

ジャストウェア株式会社

＊IT／ソフトウェア開発＊

日中双方の強力タッグ による製品開発

上海出身の呉俊氏が日本に留学し、日本の技術を学びながら起業したソフトウェアハウス。いち早く上海に海外法人を設立して、日中連携による開発体制を築いている。ソフトウェア製品の自主開発のほか、パートナー企業と提携した共同開発により業務を推進。時代をリードする製品づくりを志し、中国市場に向けて自社製品の顧客開拓にいよいよ乗り出す。

自主開発とパートナー企業連携による共同開発の両輪

ジャストウェアは、ハードウェアの設計から、ファームウェア、WindowsとLinuxドライバ、パソコンアプリケーション、Webシステムなどの開発までを幅広く手がけるソフトウェアハウスである。多くのソフトウェアハウスは受託開発をメインとしているが、同社の主力は自主開発と共同開発である。

自主開発では、業務用ラベル発行ソフト「ラベル博士」など二十数種のソフトウェア製品を揃えている。また共同開発では、各業界の企業のニーズに応じ、メール配信・アンケート調査Webシステム、オンラインショップECシステム、Web販売仕入在庫管理システムなど多様な開発実績を有している。

これらの開発のために、上海にソフトウェア開発センターを構え、日中双方の強力タッグによる製品開発体制を敷いている。Web系システムの開発はすべて上海で行い、日本ではSEが客先対応をする。制御系システムの開発は機械などのハードウェア装置があるため、メインは日本で一部は上海で開発。大部分のシステムは、訓練された中国人技術者が上海で開発しているのである。



ジャストウェア株式会社 代表取締役 呉 俊 氏

「企業がつくりたい製品やシステムに対し、通常、ソフトウェアハウスは開発費の見積りを行います。しかし、当社はまずその製品やシステムのマーケットを分析し、売れる可能性があれば、開発費は少しだけいただくか、全くいただかないのです。もちろん企業は大いに喜びます。ただ、開発費の代わりに、ソフトを活用した製品やシステムの売り上げに応じてライセンス費をいただくのです」と、呉俊（ゴ・シュン）社長は力を込めて話す。

この仕組みであれば、相手先企業の製品やシステムが売れたら、通常の開発費の何倍もの収入が得られる。その収益で、当該製品の改善や機能強化のバージョンアップ開発に投資できるし、新しい製品の自主開発と共同開発にも投資できる。共同開発と自主開発を両輪のようにして業務展開が可能となる。



中国で販売されている業務用ラベル発行ソフト「ラベル博士」

しかし、全く売れないケースも結構あるので、リスクも抱える。そのため、ソフトウェア製品など自社製品を二〇数種揃えることで、リスク分散している。製品が少ないと、リスクを吸収できない。だから、今後も製品を増やし充実させていくことを方針としている。業務分野を幅広くし、一部に偏らないようにすることも大切である。

共同開発を支えているのが、十数社のパートナー企業である。パートナー企業が、多様な企業のシステムニーズを持ち寄ってくる。営業を受け持ち、マーケティング情報をもたらしてくれるのである。同時に、ジャストウェアのソフトウェア製品などの販売にも協力してくれている。

呉社長は、工学博士の肩書きをもつ技術者、ソフト開発者であるだけに、自社で開発したソフトの品質に強いこだわりを抱く。「時代をリードする製品をつくる」ことを経営方針のひとつとしている。また「精益求精」を品質方針とする。これは、ソフトの改善は限りなく、終わりなく追究することを意味している。

呉社長の実力と経営方針のもとに、十数社のパートナー企業が協力を惜しまず、ジャストウェアの業務は展開されているのである。「技術については、何でもできるという自信はあります。大切なのは、どういうものが売れるのかというマーケティングノウハウです。それをパートナー企業から吸収させてもらっています。日本のきめ細かなものづくりのセンスをもとに、中国に製品を展開していく計画です」と、呉社長は笑顔を浮かべる。

訪日から起業、上海法人設立までの発想と挑戦

上海出身の呉社長が、日本に初めて来たのは二六歳の時である。当時、母校の上海交通大学のリハビリテーション工学研究所で、義足や義手、人工心臓、ロボットなど生物医学工学の研究活動を行っていた。その関係で、日本企業との共同研究のプロジェクトに呼ばれて訪日したのであった。



中国で販売されている原料の配合工程を管理するソフト「配合博士」

先であり、ラベルプリンタを製造している寺岡精工に売り込みました。以来、寺岡精工はパートナー企業として、提携関係にある。

会社発足の翌年に、上海に「上海俊杭電子有限公司」を設立。当時、中国政府は、海外の留学生が本土に戻って起業するのに、少ない資本金でも可能なように優遇政策を実施していた。いいチャンスに恵まれ、念願であった故郷での起業を果たすことになった。

当初、自社製品の「ラベル博士」を中国市場で広めようという計画であった。ところが、中国ではまだラベルプリンタすらあまり使われていない状況の中では、販売は

日本の技術に初めて接して、優れた技術力に驚いたことに加え、研究よりも開発に携わりたいという気持ちが強まった。そこで、東京大学に留学し、機械情報工学を学び、博士号を取得した。同期生の多くが大手企業に就職するのに対し、もともと起業が頭にあったことから、何から何まで経験できる中堅企業を希望し、寺岡精工に開発部の技師として入社した。

同社では近い将来、中国に進出する計画があり、そのことも入社での要因でもあった。しかし、その後、工場は建設されたものの、開発部門は設けられなかった。中国との綱渡しを望んでいただけに残念な思いは強く、自分でやろうと考えたことが起業の決心を後押しすることともなった。

一九九五年、Windowsが発売され、爆発的にヒットした。これからは、Windows用のソフトを開発しなければ取り残されると直感した。しかし、寺岡精工では自社製品に組み込むソフト以外に手を出してはいけないという暗黙の了解があった。そこで、勤め先でやれないなら自分で会社を起こすしかないと思い立った。

一九九七年に独立し、ジャストウェアを設立。早々に自ら命名した「ラベル博士」という業務用ラベル発行ソフトの開発に着手する。つくり上げた「ラベル博士」を、元の勤め



中国で販売されているレストランなどでお客様が端末を持ちながら注文できる「セルフオーダーシステム」

思うように進まなかった。
そこで、方針を転換し、日本のソフトウェア開発の仕事を手伝うオフシヨアに切り替えただのである。同社の経営方針のひとつは「発想、挑戦」であり、柔軟な企業姿勢やフットワークのよさに生かされている。

中国市場に向けて自社製品の展開を図っていく

システムインテグレーターなどが発注元になり、海外のソフトウェアベンダーにソフトウェア開発を委託することをオフシヨアという。オフシヨア開発の委託先として筆頭に挙げられるのが、いうまでもなく中国である。

中国には、優秀な技術者が豊富にいる。しかも、人件費が日本の二分の一ほど安価である。日本では、とくに中小企業では優秀な技術者がほしくても、なかなか人材が集まらない。

「中国では、簡単に技術者が集まります。ですから、日本で大きな案件が発生しても、すぐ開発部隊をつくって対応できます」と呉社長。

ただ、日本の中小企業が直接オフシヨア開発をしようとしても、なかなかうまくいかない

ケースが多い。コミュニケーションがうまくいかないせいで、仕様が違ったり、でき上がったものがほしいものと違ったり、導入しても稼動しなかったり、追加費用が発生したりして失敗する。

「当社の場合、われわれが日本側の窓口となるので、企業は日本のソフトウェアハウスと同じように発注できます。中国の企業とは全く接しないで済むので、コミュニケーションの問題は全く生じません。当社がすべてスムーズに対応していきます」と、呉社長は自信を込めて言う。

オフシヨア開発は、日本と海外で

れる市場があります。企業や経営者の質が高くなっ
ていくと、システム化もまた進んでいきます。上海
ではサービス業の躍進が著しく、サービス業向けシ
ステム販売を中心に力を入れています」（呉社長）
同社には現在、中国市場にパッケージソフト「ラ
ベル博士」とラベルプリンタを販売した約一〇〇社
の顧客がいる。上海の有名なパン工場のほとんどが
同社の顧客になっている。まずこれらの顧客に対し
システム化の提案をしていき、徐々に顧客を広げて
いく計画だ。

中国の同業他社に比べて、日本の最新技術を基礎
にし、日本の優れた業務管理方法などを紹介できる
ことが同社の強みとなっている。一〇〇社を
一〇〇〇社へ。中国市場におけるジャストウェアの
挑戦が始まろうとしている。

Company Profile

設立年月：1997年7月

会社名：ジャストウェア株式会社

代表：代表取締役 呉 俊

所在地：東京都中央区日本橋箱崎町2-7-2 渡菊ビル6F

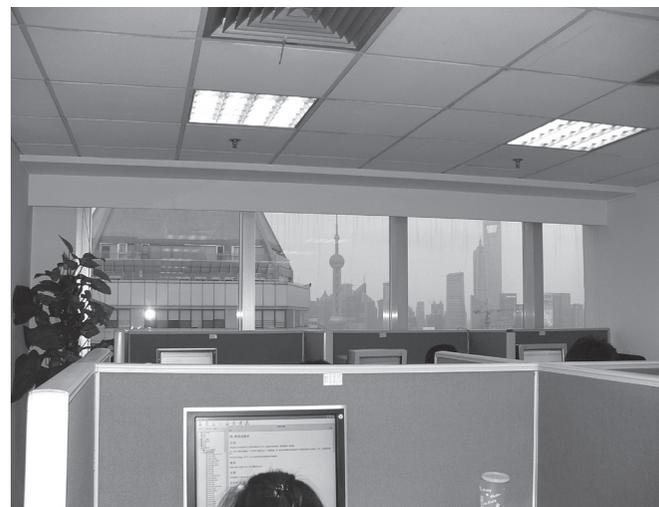
TEL：03-5652-4300

E-MAIL：sales@justware.co.jp

URL：http://www.justware.co.jp

事業内容

- ・計測、通信、制御、管理等の分野における先端技術の研究開発
- ・上記分野の各種システムの企画、設計及びコンサルタント業務
- ・上記分野の製品の開発、生産、販売、保守と輸出入業務
- ・ハードウェアとソフトウェアの開発、生産、販売と輸出入業務
- ・上記製品に付帯する部品、消耗品の製造、販売と輸出入業務



上海の海外法人オフィスから見える上海のシンボル「東方明珠」と「環球金融センター」（上海森ビル）

の person 費の差に着目し、収益を上げる
ビジネスモデルである。ところが、次
第にその差はなくなってきた。と
くに中国では、人件費が毎年二〇〜
三〇%という高率で上昇。あと数年で、
日本とほとんど変わりなくなる。そう
すると、仕組みそのものがうまく動か
なくなる。

「今後は、オフィス開発のように
二国間の person 費の差で収益を上げるの
ではなく、製品の方で営業努力してい
くことが大切になります。自社製品で
ないと中国市場の開拓は難しいです
う。中国では企業のシステム化がまだ
まだ遅れているので、それだけ受け入