

CRC世研総経理 安田玲美さん 成長・中国と日本企業つ なぐ



7月8日、中国広東省広州市。国内最大規模の国際住宅建築展示会に、総経理(社長)を務めるCRC世研が、初めてモデルルームを出展した。日本の若手デザイナーNOSIGNE(ノデザイナー)Rによる、コンパクトで斬新な設計と内装。来場者の反応は上々だった。

「現代日本の住まいの可能性を見せたい。小さくても快適で、省エネにも気をくばる日本の知恵は、中国人の暮らしをきっと豊かにするから」

北京に本社を置く同社は、日本企業の市場調査やコンサルタントの草分けで、中国トップの実績を誇る。上海、広州などに5支店あり、社員は約70人。顧客にはトヨタや資生堂など大手企業が名を連ねる。企業PR、情報誌の発行と、幅広い事業を手がける。

急激な経済成長を遂げ、消費者ニーズが多様化した中国社会の「次」に着目した仕事で、デザインセンターの設立と、今年、本格的に乗り出した冒頭の住宅事業だ。

「私にとっては、どれも日本と中国をつなぐ仕事です」

* * *

1972年、日中国交正常化の年に生まれ、パンダが大好き。中国語通訳にあこがれた。大東文化大学で中国語を専攻し、94年秋到北京へ。

語学学校で学び一度は帰国したが、天津で服飾デザイン会社を経営する日本人女性から「日本向けの舞台衣装の会社を北京に作るから」と誘われ、97年、共同経営者になった。ところが日本のバブル崩壊の余波で受注が激減。3年で会社を休眠させた。

2度目の転機はすぐやって来た。時間ができて引き受けた通訳の仕事で、政府のシンクタンク中国社会科学院メディア研究所を訪ねた。そこで対日イメージを研究する劉志明・調査センター長(48)に出会う。

中国人と日本人の相互理解に役立つ知識がほしい。押しかけで劉さんの助手になり、日本の省庁や大手新聞社が依頼する中国の対日世論調査に関わった。すぐに調査のポイントをつかみ、日本の依頼主と中国側との連絡調整役を任された。「日本人のまじめさと中国人の柔軟性があり、学習能力が高い。最適の人材だった」と劉さん。

2001年に中国が世界貿易機関(WTO)に加盟すると、研究所には中国市場を目指す日本企業からの市場調査依頼が殺到した。だが営利事業は認められない。そこで翌年設立されたのがCRC世研だ。代表になった劉さんは、企業管理の経験がある安田さんを総経理に起用した。まだ30歳になったばかりだった。

* * *

6月下旬。過密スケジュールを縫い日本に帰国、岩手県をレンタカーで走り回った。沿岸部の久慈市は小中高校時代を過ごした故郷だった。

被災した縫製工場に仕事を仲介し、翌日には盛岡市で、県庁職員から南部鉄器など伝統工芸品の説明を受けた。現在手がけている中国・杭州市のプロジェクトで販売を計画している。中国で培った経験と人脈で復興を支援する。

「中国の成長期を生きられて本当にしあわせ。今必要と思えることは、私がやるべき仕事だと信じて、全力を尽くします」

(文・伊佐恭子 写真・小林裕幸)
(2011年8月27日 朝日新聞朝刊「be」から)

安田玲美さん 「中国ではリスクをとらなければ何も得られない」



——なぜ調査会社が住宅事業なのですか。

10年以上、中国市場を研究してきて、これから一番必要なのは住まいや暮らしに関わる産業だと確信しました。一番のパートナーとなりうる経験と実績を持つのは日本です。その分野で日中の企業をつなぐ力をつけたい。そこで昨年、これからの住宅産業を考えるフォーラムを始めました。今年は北京、上海や内陸の都市で10回開催します。そこで日中協力が進めば、中国の住宅産業に貢献することを訴えています。

——何をやるのですか。

業界関係者約200人を集めて、現地の政府責任者や建設会社トップ、研究者を講師に招き、最新の政策や取り組みを話してもらいます。今年6月に河北省石家荘で開いたフォーラムは、住宅不足の解消のために政府が力を入れている低価格の分譲・賃貸住宅の建設がテーマで、建築家の迫慶一郎さんに講演をお願いしました。

——そうやって業界にパイプを作っていくわけですね。

別に小規模住宅を研究するフォーラムも立ち上げました。先月の広州でのモデルルーム展示はその一環で、スポンサーは床材や壁紙、キッチン、バスルームなどの中国メーカーが作る「20社連盟」です。チームを組んで外資系ブランドに対抗しようとしています。

●「待てない」中国側

——それでデザインセンター設立ですか。

最初の目的は、日本のデザイナーと中国企業を結ぶためでした。

2008年ごろから、品質のいい日本の商品を輸入したいという中国企業からの相談が増えました。1年間、いろんな日本企業にあたりましたが、1件もまとまらなかった。日本側がコピーを恐れ、社内の意思決定にすごく時間がかかる。中国市場は変化が速いので、中国側は待てない。

そこで中国側は、こう考えました。生産技術はある。足りないのはデザインや企画力、品質管理の技術だ。そのノウハウのある人材と組みたいと。それで昨年春にデザインセンターを新設して、日本にデザイナー募集に行きました。

すると、ちょうど経済産業省が若手デザイナーの中国進出を後押しする事業を企画していた。中国企業のニーズ調査や12月に上海で開く商談会への協力を頼まれました。すごい偶然に驚きました。

——商談会の結果は厳しく、成約は数件だったと聞きます。

一番の問題はデザイン料が安すぎることでした。中国の製造業者のほとんどは外資系メーカーの指示通りに製造するOEM生産だったので、デザインにかかるコストを見込んでいません。

参加企業の一つに、CRCの顧客で、中国最大手の衛生陶器メーカー「惠達」があります。自社ブランド力の向上のため、最終的に3人の日本人デザイナーと契約を希望しました。ところが契約の条件は商品化された場合だけデザイン料を支払うというもの。デザイナー側はともものめない。

——でも5月に惠達が国際展示会に出品したそうですが。

惠達ではなくCRCがデザイナーと契約を結び、デザイン料を支払ったのです。まだ量産化のめどは立っていませんが、先行投資だと思っています。

——なぜそこまで。

このままでは日本人デザイナーは中国で仕事ができないことになってしまいます。そして惠達という中国企業が中国の人のためにモノづくりに挑戦し始めた。それを世の中に出したい。

やりたいと思っていて、やるべきだと分かっているなら、自分たちで突破口を開くしかないと決断しました。

住宅事業も同じです。中国はすさまじい住宅建設ラッシュで、今が、日本の経験が力を発揮する最後のチャンスです。

——どうということですか。

中国には圧倒的に多くの建築プロジェクトがあるので、今後10年で中国の建築家やデザイナーは経験を積み、最新最先端技術を身につけます。そうなったら、日本は必要とされなくなるかもしれない。中国人にとっても日本という選択肢がないのは不幸です。私は日本と中国の間で仕事をしている以上、そこにチャレンジしないと意味がないと思っています。

●懐深い人たち

——住宅産業への参入は難しいと聞きます。勝算は。

中国ではリスクをとらなければ何も得られません。やらないで後悔したくない。これまでもビジネスとして成功するかどうかはあまり考えてこなかった。自分がやりたい、やるべきだと思ったことをやってきただけです。

——強いですね。震災後、北京と岩手の往復ですが、日本に戻ろうとは思いませんか。

岩手は大切なふるさとですが、社会人としての今の自分を育ててくれたのは間違いなく中国です。

最初の会社を立ち上げた90年代は、周りの中国人経営者だれもが手探りでした。助け合い、私の会社が行き詰まった時は、仕事を紹介してくれ、「大丈夫。私がいるから心配するな」と言ってくれた。こんなに懐の深い人たちを私は知らない。問題はありますが、中国をここまで発展させてきたのは中国の人たち。だからずっと応援したいし、一緒に生きていきたいと思っています。

【プロフィール】

★1972年、東京都足立区生まれ。岩手県久慈市で育つ。兄と弟に囲まれ、剣道は4段。高校時代はバイクとバンドに熱中。

★大学では、仕送りなしに新聞社の奨学制度で新聞配達をして通った。北京への留学資金も半年間アルバイトしてためた。

★写真は97年、最初の会社の設立時。一度は休眠させたが、2003年に大手ダンス用品メーカー「チャコット」の指定工場として復活した。チャコットの和泉俊朗生産部長は「日本の立場が分かって動いてくれる。姿勢が利益追求じゃないから信用できる」。

★震災後、復興支援団体「チームともだち」に参加。また毎月帰国して、岩手の同窓生らと地元工場の復興、仮設住宅の生活支援、子どもたちを励ますイベントなどを続けている。同窓生の中平(なかたい)均・岩手県議は「リーダーシップがあって、思いを行動に移せる人」と評する。

★結婚6年目の夫は日本人で、レコーディングエンジニア。中国出張の際、通訳を務めたのが出会い。

★好きな言葉は「夢は必ずかなう」。