

天天中文シリーズ講座：中国語でキャリアアップ！

「中国語でキャリアアップ！」は中国でキャリアを発展させる各界の方々に、仕事の現場や中国語学習法についてお話を伺う「天天中文」のシリーズ講座。中国の各界で活躍する皆さんに、仕事や生活のリアル体験をお伺いします！

第1回（2021年9月24日）ゲスト：

北京世紀創通信息技術有限公司 CEO S・Yさん

（略歴）

1976年4月1日、75年～76年の学年で最終日の早生まれ。98年法政大学法学部法律学科卒業。大学在学中からコンピュータ雑誌編集部で経験をつみ、新卒で情報誌大手に就職。その後アメリカの通信ベンチャーに入社、新規部門の立ち上げなどをてがけるも会社の売却に伴い日本に帰国。IT企業に入社し、03年に北京現地法人立ち上げのため北京へ。06年に同社撤退時に法人を買い取り、独立して今に至る。日系企業などのクライアントを中心にサーバーの運営、ネットセキュリティ対策、SNSアカウント運営などの幅広いIT関連業務を行う。中国語は独学。

<お話の流れ>

現在でのIT業務/北京での家庭生活/北京でのビジネスの秘訣/日中米3つの文化圏の違い

/現地スタッフとのコミュニケーション

現地でのIT業務

天天中文：S・Yさんは私の知り合いでもあるので、よくお話を伺うのですが中国語はとて

もお上手ですね。でも経歴を見ていると、中国語を特に学んできたわけではないですね。

その中国語はどうやって身につけたのですか？

S・Y：大学でも第二外国語はフランス語でしたし、中国語については特に学ぼうという意識はなかったのです。ただコンピュータ雑誌の編集をしている時に、新製品の発表会で香港、台湾に出張させてもらうことがあり、触れる機会はあったのですが、学ぼうというところまではいきませんでした。それで北京に来た時に、語学学校に入ろうとしたのですが、SARSの時期だったので、学校が閉まってしまい、ずっと家にいて教科書で基礎を勉強しつつ、CCTV で特に下に字幕のある番組を選び、身につけていった感じです。

天天中文：いまのお仕事をもう少し詳しく教えてください。

S・Y：本業であるサーバーの運営を香港と北京で行うほか、その構築の支援、ウェブサイトのセキュリティ対策、また最近増えているのは（中国の SNS）Wechat の公式アカウントの運営担当としてコンテンツの制作、また大手企業の WEB サイトは、一社で運営することができず、複数社が関わるのですがその事務局となって運営を統括する業務もしています。そのほか、「SAKE-China」という中国初かつ最大級の中国人消費者による日本酒コンテストがあるのですが、最近はその IT 周りの業務の担当もしています。

天天中文：「SAKE-China」では私がお伺いしたら法被をきて日本酒を売っていらっしやいました。そういうこともなさるんですね。

S・Y：はい、やれといわれればやります（笑）。

天天中文：北京の大手日系スーパーでもよく姿をお見かけします。

S・Y：はい、Wechat の公式アカウントの運営や、スーパーさんの製品を中国全土に売る

ECサイトの運営、キャンペーン企画などもやらせていただいています。

天天中文：いま、中国ではどちらかといえば日系企業の撤退のニュースが目立ちますが、そんななかS・Yさんの会社が長続きしている秘訣はなんですか？

S・Y：そうですね、日系企業さんむけのいろいろな仕事でも、予算には限りがあるのでそこでどれだけ効率のよい運営ができるかを追求されます。それに対してローカルの会社をチームにうまく引き入れて対応していくのがポイントになりますが、ローカルの企業は業務ソリューションが粗削りで「地雷」も少なくない。それを私たちが間に入ってうまく調整していく、そのあたりが一つの秘訣かと思います。

天天中文：ローカルの方々と協働しコストを下げるのが秘訣の一つということですね。それでは仕事はほとんど中国語でしょうか？

S・Y：基本はそうですね。ローカルの方とは中国語で話したほうが話もはやいし、誤解も少ないので、基本は全部中国語になります。

北京での家庭生活

天天中文：S・Yさんというと、小さいお子さんがいて、お弁当を作ったりもしていますがプライベートはどんな感じなんですか。自転車乗って会社にいらっているとか？

S・Y：カミさんは中国人なんですけれど、子供はいま日本人学校に行っておりまして、日本人学校ですと給食がないので、毎日がお弁当なんです。いま、（北京でも展開している）

「ほっともっと」で前日までにお金を払うと希望者にお弁当を配達してくれるサービスが始まっているのですが、基本は毎日お弁当を持っていくスタイルなので朝早く起きて作っています。できるだけ日本のお弁当を知ってもらいたい気持ちもあって、だいたい毎日6時過ぎにおきて弁当を詰めて、7時15分くらいには家を出て車で学校に送り届けています。車は2003年に北京に来た時から運転してまして、ビュイックGL8というミニバンで送り迎えをしています。子供は小学校三年生なのですが、月火金曜が3時下校で、水木4時下校になってまして、だいたい私かカミさんか、どうしても間に合わない時はパパ友に頼んでむかえにいらしてもらっています。そして昼間は普通に仕事しています。カミさんはほとんど日本語を話せないで、家のなかには中国語です。子供は日本語と中国語をほぼ同じくらいで話しています。日本語の映画も中国語の映画も両方みてますし。最近の小学校は英語もあるので英語の映画もそこそこ見えています。日本人学校は1年生から英語もずっと勉強しています。

天天中文：毎日の食事は日本料理、中華ですか？

S・Y：両方食べますね。ごっちゃんになる時もあるとあって羊の煮込みに味噌汁が出る時もありますし。

天天中文：今後の生活拠点の計画はいかがですか？

S・Y：そうですね、できれば日中半々くらいで生活できたらと思っているのですがいまコロナで往復もできないので、収束を待っている状態です。うちの子供が高校に行くときは現

地校ではなく日本の高校のほうがよいようにおもっているのですが、その時はまた日本の拠点も考えなければいけないなとも思っています。

*** 天天中文の会員からのQ & A

北京でのビジネスの秘訣

会員：中国市場むけにPRを展開したい日本企業の仕事などを手掛けているのですが、中国ビジネスは政治リスクが大きすぎる気がしています。どのようにしてそれを乗り越えてこられたのか、実体験から教えていただければ嬉しいです。

S・Y：おっしゃる通りで、06年に前職の会社が中国から撤退する際に私が買い取りをして独立した時ですが、日本人が中国で個人としてIT企業を持つというのはリスクがあると役人の方にもアドバイスいただき、私自身もそう感じたので、香港に法人をつくってその傘下という形にしました。これは日本企業もよくとる手段なのですがそれが一つ。また私の会社が最初に登記したのは中関村（IT企業が集まる北京の地域名）なのですが、そのIT企業を管理している役人の人と仲が良く、何かあるとすぐ連絡をくれたりするんですね。例えばうちの会社のサーバーを使ったださるお客様の例なのですが、ホームページを管理する管轄部門が北京の「区」によって違うのです。例えば朝陽区にある会社のホームページなら公安局と工商局だが、別の区だと公安局だけでよい、とか。それを役人の知人の方がア

ドバイスくれたりするので、役人さんとの関係をよくしておく。いろいろな方法がありますし、最近では下手に物を贈ると相手の迷惑になってしまうので、例えば日本に帰った時にこんな面白いものを見つけましたよ、と持っていくとか。常に気にかけてもらえるよう関係をつないでおく。あとは私たちの業界でいうと「^{ミンガンツ}敏感詞」というのがあっておおよそ2か月に1度くらいの割合で増えていくのですが、それをいち早く教えていただくこともあります。

それでもリスクヘッジしきれないこともあります。例えば、最近では、靖国神社にいて記念写真をとったという理由で芸能人が突如バッシングされ業界からほぼ抹殺された事件がありました。そういうのもリスクヘッジは難しいですね。でも日本製品を紹介する際にはメディアに登場する芸能人はコスト高だしリスクがあるのでなるべくお願いしない、とかそういうことも考えてやっています。

日本製品の PR に際しては「日本」といキーワードはとても受けがいいんですよ。「日本で一番売れています」とか、言い方はまた考えるにせよ、「日本」が入ると受けるし映えるのですが、それを前面に出してしまうとどこで刺されるかわからない。そのあたりは常に匙加減を考えています。これはもう経験値からしか話せないのですが。

…実はオープンしてすぐ閉鎖されてしまった大連の日本風ストリート、そこでもコラボレーションしないかという話をいただいたこともあります。でも僕は「まだ早いから」という理由で参加を見送っていました。

日中米3つの文化圏の違い

会員：日本とアメリカ、そして中国と3つの国で経験をなさって、例えばスタッフの働き方など3つの国の違いをざくっとした印象でも、ぜひお話聞かせてください。

S・Y：そうですね、私が日本で働いたのはIT企業と情報誌メディアで、9時5時の会社ではなかったので一概にはいえないのですが、一番効率が悪かったのが日本かな、という気はしています。これは良くも悪くも、ではなくて効率が悪いからといって仕事の進め方が悪いというのではなく、すごく真剣に仕事を進めるのが日本なのだな、と感じています。アメリカと中国はよく似ている気がして、良くも悪くも個人主義。スピードが速い。定時にきっぱり帰りドライな感じでそれはそれでいいのかなと思います。ただこれは北京だからかもしれないですが、社員間どうしの人情でいうと割と中国のほうが熱いかなと思います。例えばアメリカだとオフィスの一角にドーナツとかどかどかが置いてあってそれぞれ勝手に食べるという感じですが、中国だと社員どうしで「これ食べる、あれ食べる」とコミュニケーションしていたり。あとはこちらのほうがみなさん自由で、うちの会社もそれほどしぼらず自由なのですが、社員それぞれがだからといってどうしたらいいのかということもなく、それぞれが自由についてくる感じです。

現地スタッフとのコミュニケーション

会員：中国の現地の会社に日本企業を中国市場でPRするにあたっての、コンテンツ制作やマーケティング調査などをお願いすることが多いのですが、中国側とのコミュニケーショ

ンにとまどうことが多いです。特にクオリティに関して日本企業のリクエストに対して、中国側の「なんそこまでやらなければならないの」という反応が生まれてしまう、感覚の違いのようなもの、これを解決するコミュニケーション方法はあるのでしょうか。特に「ここまで言わなくてもわかっているだろう」と感覚的に考えていると中国側は全然わかっていなくて「ああ、言葉が足りなかったなあ」と反省する繰り返しで、S.Yさんはそんなことはありますか？

S・Y：それはありますよ、そんなことばかりです。そもそも根底部分の認識が全然違うところが凄く多いんですよ。なので「なぜこれが必要なのか」「なぜこのポイントで確認が要るのか」という意味をまず伝える。でも相手は嫌がるんですよ。でもだいたいどこかでトラブルが起きるんですよ、やっぱり。その時に「ほらだからトラブルになったでしょ」「だからいったでしょ」と言ってなるべく相手を啓蒙していく。それを何度も何度もやるしかないのかと。ローカルの会社さんと日本の企業の間には行ってやっていく、というそれが私たちの会社の役割なのかな、と思っています。

でも、アメリカも同じですよ。アメリカ基準と日本の基準がそもそも全然違うので、そこはとにかく認識を相手にお伝えするしかない、と。

会員：なるほど。でもだからこそそこに勝機があるということですね。ありがとうございました。

この後、ブレイクダウンルームに S.Y さんも参加いただき、中国ビジネスや中国語学習をめぐる会話が続きました。

文・JEIS