

2001年4月9日 日経コンピューター



今年上半期、本格的な韓日ITコラボレーションが始まる。ベンチャー企業同士の合弁会社設立であったり、販売提携であったり、あるいは産業界同士が人材交流を支援したりと、その形態はさまざま。本誌は韓国での取材を中心に、コラボレーションの最前線をさまざまな角度から追った。日本で成功したダウム・コミュニケーションズやe-netの戦略、さらにベンチャーの支援会社が手がける最新事例、そして韓日のソフトウェア業界団体が計画している人材交流、などを紹介する。すでに多くの企業や組織が水面下で動いており、コラボレーションは始まっている。

ルドの出版物とWeb上の出版を同期化したいようだ。現在、当社のソフト導入や日本での共同事業展開を視野に入れて、話し合いを続けている」と打ち明ける。

I-ONは2月中旬に、ソフトバンク・コリアの副社長も訪問も受けた。「日本で成功したければ、是非、ソフトバンクの投資を受けたほうが良い」と言われたという。

## ベンチャーのコラボレーション 日本進出を支援するコンサルが活躍

2月1日、関西圏のITベンチャーなどが中心に参加する交流会組織「ベタバレー」のメンバー16人が訪韓した。目的は韓国ITベンチャーの視察だ。一行は、5日間の日程で10社ほどのベンチャーを訪問。提携も視野に入れた視察だったので、訪問先のベンチャーからプレゼンテーションも受けた。

実はその視察旅行をきっかけに、具体的な提携話も出てきている。一行は、72ページの企業紹介冊で取り上げるI-ONコミュニケーションズにも訪問。その際、I-ONのWebコンテンツ管理ソフトに興味を示した企業があった。ベンチャーではないが、リクルートコンピュータパブリッシング関西事業部だ。同事業部

## アジア最大ポータルが日本進出

こうした日本企業からのアクセスがきっかけで、実際に大きな成果を生みだしたコラボレーションも徐々に出てきた。ダウム・コミュニケーションズ(www.daum.net)は2000年8月、日本のベンチャーであるガイアックスと合弁で日本法人を設立した。設立の目的は、ポータル・サイトの日本語版ではない。インスタント・メッセージャー(IM)のOEM供給だ。

ダウムは、1日のページビューが2億以上と、アジア最大のアクセス数を誇るポータル・サイトを運営する韓国ネット企業の最大手。中でも、アクセスの大半を稼いでいるのが、無料Webメール・サービス「ハンメール」だ。マイクロソフト・コリアの「HotMail」が300万程度のID発行数に対して、ハンメールのID発行数はなんと2300万。韓国のインターネット利用者すべてがハンメールのIDを持っている計算になる。

●ダウム・コミュニケーションズの李在雄(イ・ジュン)社長兼CEO。今年1月、米ヤフーの創業者であるジェリー・ヤン氏に会いに行き、ヤフー・コリアの買収を持ちかけたという話がある



は「Bing」や「とらば一ゆ」【AB・ROAD】など、リクルート・グループが関西地方で発行するほとんどの媒体を制作している。

I-ONの呉在哲(オ・ジェ Chol)社長は、「リクルートはリアルワー

● ODNとgooのインスタント・メッセージ。ダウム・ジャパンからのOEM供給である



同社の李在雄（イ・ジュン）社長兼CEOは、「韓国の孫正義」と言われている大物だ。世界経済フォーラムが選定する「世界の未来指導者100人」に選ばれており、今年1月のダボス会議にも出席した。その時のことを李社長は、「ダボスでは楽天の三木谷浩史社長とも話をした。幅広く世界を見られる良い機会だった」と振り返る。

### きっかけは1通のメールから

それほどの会社が、なぜ日本のベンチャーと組むことになり、なぜIMを販売するのか。

「私どもは日本でコミュニティ・サービスを提供するガイアックスというベンチャーです」。両社の関係は、2000年2月にガイアックスが出した1通のメールから始まった。同社で海外事業を統括する山根麻貴副社長は、「もともと韓国に目を付けており、早く何らかの関係を持ちたいと思っていた。理由は、インターネットが爆発的に普及していて、日本にはないサービスが多かったからだ。ダウムは当社への投資家から教えてもらい、興味をもった」と振り返る。

数日後、李社長本人からメールの返信が届く。「いつでもソウルにいらして下さい。当方も興味があります」。そして山根副社長らは3月に初めてダウムを訪問。まずはお互いの自己紹介からはじめた。そして、3、4回目のミーティングで具体的に一緒にやろうという

ことが決まった。最初のアクセスから2カ月もたっていない3月末のことだった。ダウムがガイアックスを選んだ理由について山根副社長は、「ダウムも

アパート1室からはじまったベンチャー。商社と組むという話もあったようだが、動きが早くバイタリティがある企業と組みたいということで、当社を選んでいただいた」と見ている。

当時、ダウムは「ハンメール」の企業向けカスタマイズ版およびIM製品の企業向け販売に力を入れていた。ポータル広告収入に依存するモデルから脱却したかったからだ。製品販売部門を受け持つ子会社、ダウム・ソリューションズの李昊偉（イ・ギョンボン）CEOは、「日本ではすでにWebメールは普及していたが、IMをOEM供給する会社はなかったため」という。

IMのOEM供給とはつまり、相手先の企業向けにIMをカスタマイズし、その企業は自社ブランドで自社のエンド・ユーザーにIMサービスを提供するといったビジネス・モデルだ。このカスタマイズ作業を、ガイアックスおよびダウム・ジャパンが担当した。

この結果、2000年10月から営業を開始したばかりにもかかわらず、すでに日本テレコム（ODN）やNTT-Xのgooなど18社のサービスに対してOEM供

給するという大きな実績を上げた。李社長は、「次は韓国で1000社に提供している、ハンメールのOEMで勝負する。iモード、WAP、Palmなどすべてのモバイル機器にも対応させ、4月中にも営業を開始する」と次なる展開に期待を寄せている。

### e-netはコンサルの支援を受けて成功

ダウムとガイアックスの場合は、非常に運が良い事例だろう。というのも、これから日本企業とのコラボレーションを望んでいる韓国ベンチャーの社長は、口を揃えて「単独で良いパートナーを見つけるのは不可能に近いし、そんな時間もない」と言うからだ。

そこで、今、韓国では、韓国企業の日本進出を支援するコンサルティング会社が多数誕生している。そのうちの1社、ビットヒル（www.bithill.com）は、そうしたコンサルティング会社の代表格だ。同社は、韓国でも大成功事例として知られているe-net（www.e-net.co.kr）の、パートナー企業探しから日本法人設立までを手がけた。

その日本法人は、電子商取引サイ

NIKKEI COMPUTER 2001.4.9



ト構築パッケージ・ソフトを提供する  
コマース21だ。コマース21は2000年  
3月から電子商取引サイト構築パッケ  
ージ「Commerce21」を販売しており、  
この1年で大丸百貨店やソーテックな  
ど国内約50社に導入した。その陰に  
は、ビットヒルという存在があったこ  
とは意外と知られていない。

コマース21は、日本の出版社である  
翔泳社、システム・インテグレータで  
あるエルテックス、コムテック3社と  
e-netの合併によって、1999年12月  
に設立された。e-netの朴圭憲（パク・  
ギウホン）社長兼CEOは、「単なる  
日本法人ではなく日本企業をつくら  
うと思っていた。日本のユーザーを満  
足させるためには徹底的に日本の商  
慣習を理解する必要があるからだ。そ  
のためには、最初から日本企業とパート

●e-netの朴圭憲（パク・ギウホン）社長兼CEO。パク社長は韓国の“東大”ソウル大学出身で、スタッフの多くもソウル大出身者で固めている。ちなみに彼女たちもソウル大卒



ナを組むつもりだった」と、  
設立時のことを振り返る。

「本業のソフト開発以外の専  
門的な業務はアウトソースする」  
というポリシーを持っていた朴  
社長は、1999年7月、ビット  
ヒルの洪廣錫（ホン・クァンソク）  
社長に相談する。洪社長は、三  
星（サムスン）重工業日本事務  
所などで7年間の日本勤務経  
験があり、両国の橋渡しをすべ  
くビットヒルの設立準備をして  
いたところだった。「その当時e-netは  
15人くらいの小さな会社だったが、  
ピンときた」という洪社長は、さっ  
そくパートナー探しに動く。

「遅くとも1999年12月までには  
会社を設立して、2000年問題が  
明けた商戦に間に合わせたかった。  
そのため

には、意思決定  
が速く、直接社  
長と話ができる、  
ベンチャー魂を持  
った会社と組みた  
かった」（洪社長）。  
そこで、翔泳社  
など意思決定が  
早かった会社と組  
むことにした。洪  
社長は、「後にコ  
マース21のパー  
トナになってもら  
ったTISの部長に  
「どうしてうちに

●ビットヒルの洪廣錫（ホン・クァンソク）社長



こなかったの」と言われ、「大企業で  
スピードが遅いと思ったから」と答  
えたら、「うちは速い！」と怒られた（笑）。  
でも、スピードは大事。最初の意思決  
定が遅いということは、その後の展開  
も遅くなる証拠」と語る。

コマース21が立ち上がった1999年  
12月、洪社長はビットヒルを正式に設  
立し、その後3社の日本進出を手がけ  
た。さらに、2000年6月、2001年2  
月と翔泳社主催のベンチャー企業のイ  
ベント「FORESITE」で韓国側の幹事  
会社になり、合計59社の韓国ベンチ  
ャーをイベントに出展させた。「うち  
は本当に見る目が厳しいと思う。こ  
れはと思えないと、支援をしない主義」と  
いう洪社長は、現在、ワウコリアとい  
うベンチャーの日本進出支援につ  
きっきりだ（80ページを参照）。

### 交流会でベンチャー同士をマッチング

ジョイント・ベンチャー（JVC、www.

●中央は、ジョイント・ベンチャーの朴忠規(パク・チュンギョ)社長



jointcompany.com)も、ピットヒルと同じように、日本進出支援のコンサルティングを行う会社の一つだ。同社は今年、日韓のベンチャー同士にプレゼンテーションさせて、マッチングを図る交流会を積極的に開いていくという。

日本能率協会でコンサルタントをしていたJVCの朴忠規(パク・チュンギョ)社長は、韓国に帰国後の1997年4月にJVCの前身となる企業を設立。この企業では、主に日本の技術者を韓国の研究所へ派遣するビジネスを行っていた。ところが、1999年に韓国でITベンチャー・ブームが始まり、2000年に入ると日本市場へ関心を持つITベンチャーが急増。そこで、朴社長は主にITベンチャーに的を絞って日本進出を支援するJVCを2000年6月に立ち上げた。以降、現在までに、「5〜6案件の提携を手掛けた」(朴社長)という。

その際、最大の壁となったのは「コトバ」ではなく、「信頼」だという。「お互いを完全に信頼し合わないとは必ず失敗する。そのためには、「相手を100%信じて、自分の取り分を少なくする」というスタンスが大切。そうすることで、相手も本気で頑張り成果が出るのが早くなる」と朴社長は指摘し、「合弁で日本法人を設立するときは、必ず日本企業の出資比率を多くする」ようにしている。

ただし、信頼し合える提携先を見つ

けることは至難の業だ。そこで同社は、ベンチャー同士の交流会を開催することで、その間口を広げようとして

いる。すでに昨年11月、京都リサーチパークで初の両国ベンチャー交流会を開いた。両国からそれぞれ5社のITベンチャーが参加したほか、ジャフコ、アジア投資などのベンチャー・キャピタルも参加した。韓国から参加したベンチャー5社中、実に4社がこの時の交流会を機に、何らかの提携が決まったという。

例えば、1月26日に韓国のリアル21と日本の経営コンサルティング会社のブレインワークスが合弁で、リアルセミナーブレインを日本に設立した。リアル21は、セミナーの内容をリアルタイムでWebサイトにアップするサービスを行っている。動画のほか、セミナーの資料などもすぐに掲載する。

「きっかけは、京都リサーチパークの交流会。目と目があって光が出てきた感じで、待ってましたといわんばかりに両社のニーズが一致し、その日のうちに提携に関する覚書を交わしたくらい」(朴社長)だった。

JVCは今年、こうした交流会の企画・開催を規模を広げて4回計画している。今年の1回目は、4月11日からソウル市で開催する。しかも今回は、

韓国産業資源部(省)の後援がつく予定だ。さらに産業資源部管轄の社団法人韓国デジタル経営人協会が主管を務める。韓国デジタル経営人協会の前身は、従来型産業の企業トップが集まる、企業の情報化を進めるための勉強会だった。2000年12月に産業資源省から公益法人として認定され、援助金が出るようになった。今ではオンライン企業のトップも加わって会員数は700人を超えたという。

同協会の文圭榮会長は、「協会には中小企業のトップも数多く参加している。学ぶことが非常に多い日本企業との交流を支援することで、韓国経済の発展に寄与したい」と語る。

交流会では、日韓それぞれから、ベンチャーが15社、ベンチャー・キャピタルが6社参加する予定だ。ただし、ベンチャー企業のうち、実際にプレゼンテーションの時間が与えられるのは、日韓それぞれ5社ずつ。本当に提携に結びつくイベントにしたいからだ。朴社長は、「規模を大きくして“カンバン”だけ持ってきても意味がない。大切なのはイベントの後にどれだけの効果があるかだ」と言い切る。