

挑 戦 す る
独 創 企 業



大山
Kazuhiro Ohyama
一弘
取締役副社長

インドに本社を置くゾーホー・コーポレーションは、ネットワーク監視ソフトを開発した草分け企業だ。IT運用管理ソリューションである「マネージエンジン」、クラウドサービス「ゾーホー」を事業の2本柱に、現在では世界17カ国に拠点を持ち、1万5000人の社員を抱える巨大IT企業に成長した。大の日本びいきである同社CEOが最初に海外に設立した子会社がゾーホージャパンである。IT大国インドの開発力をどのように日本市場で展開しているのか。大山一弘副社長に聞いた。



文＝吉村克己
撮影＝門間新弥

ゾーホージャパン 株式会社

本社…神奈川県横浜市西区みなとみらい3-6-1
みなとみらいセンタービル13階
設立…2001年
資本金…4億円
売上高…非公開
従業員…116名

ネットワーク監視ソフトの草分け インドの技術力を日本で展開

世界17カ国に展開 1万人以上の従業員

世界のIT業界ではインド出身者が、大手企業のトップに次々と就任するなど存在感を増している。ゾーホージャパンの親会社であるゾーホー・コーポレーションは、インド南東部の大都市チェンナイに本社を置き、世界17カ国に拠点を展開、ワールドワイドで1万5000人の従業員を抱える大手IT企業である。

CEO（最高経営責任者）であり、実質的な創業者でもあるスリダー・ベンブ氏は無類の日本好きで、2001年に海外進出先として初めて日本に子会社を設立し、以来、日本市場に深く入り込んできた。その設立時から経営に携わり、現在ゾーホージャパンのオペレーション責任者である大山一弘副社長はこう語る。

「インド本社の経営判断がスピーディーなのでとても助かっています。とはいえ、命令を押し付けてくるようなことはありません。通常、当社の現社長でインド人のマニカンダン・タンガラジはインドにいますが、

インドと日本の商習慣もビジネスのやり方も違うことから、ゾーホージャパンの運営は私たち日本人に任されています」

同社のソリューションは大きく「マネージエンジン」と「ゾーホー」に分かれている。マネージエンジンは日本では04年にリリースされた。IT運用管理のためのソフトを網羅したもので、ネットワーク管理・監視、ログ管理・セキュリティ、サーバー・アプリケーション管理、サーバー・デスクなど必要な機能をそろえている。

「このソリューションの強みは製品群の幅広さにあります。さまざまな機能がありますが、中でもサービスデスクというツールは社内のIT運用で問題が生じたときに、対処や支援をおこないます。また、ワークフローの定義もできるので、IT端末導入の申請に対する管理や対応の効率化もできます。要するに、情報システム部門をはじめとするシステムの運用側の負担を軽減してくれるわけです」

たとえば、端末OS（基本ソフト）

で発見された脆弱性や問題点を修正するセキュリティパッチのプログラムは、ユーザー各人に任せなくてもなかなかインストールしてくれず、システム運用側も対応に苦慮することが多い。しかし、マネージエンジンなら強制的に適用できるので、セキュリティ上も安全だ。

「マネージエンジンはインドで開発していることから、価格も競合相手と比べるとリーズナブルです。もともと中堅中小企業向けでしたが、今では規模を拡大して、大手企業にも提供を始めています」

すでに国内では8000ライセンスが導入されており、全世界では28万社が活用している。また、国内では企業向けだけでなく、大手メーカー系のSI（システムインテグレーション）系

世界17カ国に拠点を持つゾーホー・コーポレーション

—その中でも日本は重要拠点の一つ—



出所：ゾーホージャパンの会社案内から作成

ション）会社とパートナーシップを結んで各都道府県の入札に参加すること、同ソリューションの何らかの機能が80%の都道府県でも使われるようになっていく。

55種類のアプリが使える ゾーホー・ワン

もう一つのソリューションである

ゾーホーは、クラウド型のビジネスアプリケーション群である。こちらの中堅中小企業向けに開発され、現在は55種類ものアプリが用意されている。

ゾーホーは日本では07年から販売が開始され、クラウドの普及とともに少しずつ伸びてきたが、コロナ禍で変化した働き方改革で成長が加速した。リモートワークをする人が増え、クラウド型のゾーホーに人気が集まったためだ。

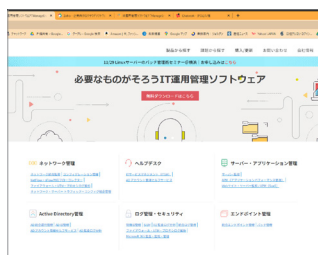
製品群の中の主力製品が「ゾーホーCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）」という顧客管理・営業支援ツールである。世界で25万社が利用している。見込み客、商談などの管理から、ステップに応じた既存・潜在顧客向けの対応を自動化することができる。

たとえば、見込み客に対して一定のタイミングでメールを送信する一方で、見込み客が自社ホームページにアクセスしてきたときにCRMのデータベースとマッチングして動向を分析し、必要に応じて営業セクションからメールを送ったり、電話をしたりするなどのタイミングを提案する機能も備わっている。

「ゾーホー・キャンペーン」は、さらにメール配信機能を強化したもので、メールマガジンを定期的に配信して、

ゾーホージャパンの事業の2本柱

マネーエジン事業



IT運用管理のためのソフトを網羅。ネットワーク管理・監視、ログ管理・セキュリティ、サーバー・アプリケーション管理、サービスデスクなど必要な機能をそろえる。日本国内では8000ライセンスが導入され、このソリューションの何らかの機能が80%の都道府県でも使われている。

ゾーホー事業



中堅中小企業向けに開発されたクラウド型のビジネスアプリケーション群で、現在は55種類のアプリを用意。主力製品の一つに顧客管理・営業支援ツールがあり、見込み客や商談などの管理から、ステップに応じた既存・潜在顧客向けの対応を自動化することができる。

顧客の商談の段階に応じて内容を自動的に変えていく。マーケティングや販促部門の現場で使われることが多いそうだ。

このほか、カスタマーサポートや人事情報・社員管理ツール、採用業務の支援ツール、リモート会議、ドキュメント管理ツールなどもそろっている。そして、これら55種の全ツールを一括して利用できるのが「ゾーホー・ワン」というサービスだ。

世界的には最も人気があり、現在1億ユーザーを突破した。ここでもうユーザー数は1ライセンスの中で購入した権利数を意味する。企業内

で全従業員がユーザーとして利用する場合はかなり割安になり、IT予算が少なくても導入しやすい。日本ではまだゾーホー・ワンの導入は少ないが、全世界におけるゾーホーの事業全体では年率30%でユーザー数が伸びている。

そして、22年2月からは東京と大阪に開設したデータセンターが稼働し始めた。「国内でデータ保管を求める大手企業や金融機関、地方自治体などのセキュリティニーズに因るためで、これによってマネーエジンやゾーホー事業のさらなる強化を図っていききたいと考えていま



普段はインドにいて、ゾーホージャパンの運営を日本人スタッフに任せているマニカンダン・タンガラジ社長は、2023年9月に訪日した際に社内セミナーでレクチャーをおこなった。横浜のオフィスでは社員がおのおののペースで仕事を進め、一角には気分転換できるコーナも設けられている。

す」と大山副社長は言う。

そのデータセンター建設においてもインド本社との決断は素早く、提案から1年ちよつとで設置までこぎ着けた。センターのオペレーションは全て本社側エンジニアがリモートでおこなっており、ゾーホージャパン側の負担は少ないそうだ。

「インド本社の社員の8割は技術者で、しかもインドの優秀な大学から入社しているので、技術力はかなり高い。入社する際の競争倍率は数十倍から100倍に達して、超人気企業になっています。本社メンバーが来日して日本の顧客への技術対応も

スリダー・ベンブ CEO の哲学

自分たちの文化を保つ

自己資本のみで成長していくことで、長期的に企業文化を保ちながら、お客さまへの価値創造をおこなう

お客さまも社員も大切に

ソフトウェアを利用するお客さまのことを第一に考え、そのお客さまと同様に社員も大切にしてい

研究開発を優先

他の大手IT企業よりも研究開発への投資比率を高めることで、お客さまに対する長期的なメリットへつなげていく

主体的で長期的な学び

時間がかかったとしても、おのの担当領域での実践を通じて、長期的な学びの蓄積を大切にしてい



ゾーホー・コーポレーション
スリダー・ベンブ CEO

禅的で科学的な観察

学びや活動をおこなうのには、対象があるがままに観察することが重要であり、既存の枠組みにとらわれない思考を大切にす

職人のように洗練

観察から気付きを得た後、実践に進んだ過程では試行錯誤を繰り返して、さらによりものを追いか

洗練し続ける旅を楽しむ

職人でもある社員はモノづくりを日々実践していく中で、「継続的に洗練していく」という人生の大きな旅そのものを楽し

出所：ゾーホージャパンのホームページから作成

おこなってくれますし、製品の機能追加なども早いですよ」

契約をオンラインで締結するため「ゾーホー・サイン」というツールがあるが、日本では契約日時を公的に認証するためのタイムスタンプという機能が必要になり、ゾーホージャパンから提案すると、本社の技術者が短時間で機能を追加してくれた。

創業時は日本市場で売り上げの多くを稼ぐ

ゾーホー・コーポレーションの前身は、1996年に米ニュージャージー州で設立されたアドベント・ネットワーク・マネジメント（ANM）である。AT&T社ベル研究所（当時）出身の技術者2人とスリダー・ベンブ氏の3人で創業したものだ。

インターネットが普及し始めた草創期で、ネットワーク監視ソフトを開発し、同年にリリースした。創業者の1人であるトニー・トーマス氏が、創業に当たって一緒に参加するように声をかけたのが、アメリカの大学で共に学んでいたスリダー・ベンブ氏だった。

97年、ラスベガスで開催された世界的展示会にANM社が出展し、そのブースをたまたま訪れた日本人エンジニアとベンブ氏が出会い、意気投合する。同社のネットワーク監視ソフトに将来性を見出したその日本人エンジニアが所属していた企業が、ANM社とパートナーシップ契約を結び、日本での販売を開始した。つまり、ゾーホー・コーポレーションの創業当初は、日本市場で売り上げの多くを稼いでいたのである。

その後、ベンブ氏が主に経営を担うようになり、2001年には早くも横浜に日本支社を開設し、同年には前述の日本人エンジニアが初代社長となり、大山副社長も参加してアドベントネットという日本法人を設立した。この会社が09年に本社の名変更に伴い、ゾーホージャパンに社名変更する。

「私も前職で97年からANM社のビジネスに関係しており、初代社長にお声がけいただきました。私がアド

ベントネットに入社した頃は、ネットワーク機器の開発メーカーと提携し、OEM（相手先ブランドでの供給）という形でネットワーク監視ソフトを提供していました。ちょうど監視ソフトが続々と開発された時期で、アドベントネットという会社の名前は表に出ていないものの、かなり利用されていたという意味では草分け的存在と言えるでしょう」

日本市場では当時、プリンターや複合機を監視するソフトにも使われ、日本の大手メーカーにOEM供給するようになった。また、通信キャリアや大手SI会社が企業などのネットワークインフラを構築する際に活用されたこともあり、07年まではこうしたビジネスモデルで成長できていた。しかし、08年のリーマンショックを受け、企業のネットワークインフラへの投資が一気に減退してしま

う。そのピンチを救ってくれたのがマネーエジンで、04年に販売を開始してから少しずつ伸びていた。そこで拡販を強化したところ、10年頃には主力製品に育ってくれたのだ。さらに、大手SI会社ともパートナー契約を結び、自治体の入札にも積極的に参加するなどして、会社全体の業績アップに貢献してくれるようになったのである。

日本好きのベンブ氏 地域貢献にも尽力

11年に親会社であるゾーホー・コーポレーションの本社が、アメリカからインドのチェンナイに移転された。もともと開発センターはチェンナイにあったが、移転を機に経営と一体となった開発体制の強化が進められることになった。

CEOのベンブ氏は貧しい家庭に生まれながらも勉学に励み、名門イ



2019年に移転した静岡県川根本町のサテライトオフィス。3名を現地採用し、インド本社から顧客サポートの技術者も派遣されている。地元に住む人を対象にしたIT研修をおこなうほか、ボランティア活動にも積極的に、地元から歓迎されている。

ンド工科大学に進学し、さらに米プリンストン大学に留学した。インドの貧困をどう解決すればいいのか絶えず問題意識を持ち、その中で戦後急成長を遂げた日本に関心を持つようになる。友人たちに日本の話ばかりするので、「トーキョー」というあだ名を付けられたほどだったという。「本田宗一郎さんや盛田昭夫さんなど日本のことをよく知っています。来日時も若手社員とフランクに話し、問題や悩み事などを聞いてくれます。仏教にも詳しく、日本的な考え方を持っています。『スリダーが好きだから一緒に働き続けたい』というベテラン社員がいたり、『スリダーの会社が開発したのだからゾーホーの製品を買いたい』というお客さまもいらっしやったりします」

インド本社では、大学に行けない10代の子どもたちを迎え入れて、数学や英語、IT技術などを2年間にわたって教える「ゾーホー・スクールズ」を運営している。すでに1000名以上が卒業し、その卒業生が本社社員の10%を占めている。また、本社敷地内に小学校を建設し、それを自治体に寄付したり、チェンナイ市内に病院も開設したりするなど、地域貢献に熱心だ。

その一方で、インド各地に小さな

オフィスを展開し、地方の人材を採用することで地元の活性化にも尽力している。こうした経営方針や活動を維持するため非上場に徹しており、ゾーホージャパンも本社の100%出資で設立されている。

日本では地方活性化を狙って、17年に過疎化の進む静岡県川根本町にサテライトオフィスを設置し、19年には旧旅館を利用したオフィスに移転した。川根本町では3名を現地採用し、インド本社からも顧客サポートの技術者が派遣されている。そして、日本人スタッフも含めて現在、10名ほどが働いている。地元高校生を対象にIT研修キャンプを開くなど交流も進み、地元から歓迎されているそうだ。

ゾーホージャパンは17年に外資企業として初めて「日本でいちばん大切にしたい会社」に選ばれ、18年から23年にかけては連続で「よこはまグッドバランス賞」に認定。また、「働きがいのある会社」ランキングで何度も受賞するなど、従業員の働き方や職場環境づくりにも力を入れてきた。

「育児中は小学校卒業まで時短勤務ができ、以前から障がい者雇用に力を入れるなど、誰でも働きやすい環境の整備を進めてきました。これは

初代から社長たち全員が大切にしてきた経営の大原則であり、外資系といえども中身は日本的経営です」

同社では2代目社長まで日本人で、3代目にインド人の現社長が就任した。日本に本社流のビジネス手法を導入して、さらなる成長を促す手もあるが、設立以来、経営スタイルは変わらない。それは、ベンブ氏が大山副社長をはじめとする日本人スタッフを信じて任せているからなのだ。



インドの本社では、ゾーホージャパンの日本人社員とのオンライン会議でのやりとりなどをスムーズにするために、日本語を話せるインド人を4名採用している。そして、その内の1名を、常時ゾーホージャパンのオフィスに滞在させている。それだけ本社が日本を重視しているということだろう。その分、日本市場に對し成長への期待も大きいはずであり、さらなる飛躍が求められている。



世

界中でデジタル環境が加速化する中で、経済産業省の調査では、日本のIT人材は、2030年には最大で約79万人不足すると試算されている^(※1)。

一方で、多くのIT人材を輩出しているのが、IT大国といわれるインドだ。そのインドに本社をもつグローバルITソフトウェア企業であるゾーホー・コーポレーション(以下、「親会社」という)が開発した製品を日本市場でセールス、マーケティング、技術(サポート、ローカライズ、テスト等)を担当し、成長し続ける企業がゾーホージャパンだ。

日本市場に合わせた製品とマーケティング

「ビジネスに必要なすべてのサービスを効率化だけでなく、効果をあげるソリューションとして提供しています」(大山副社長)

2001年に設立されたゾー

ビジネスソフトウェアを民主化する

ゾーホージャパンのグローバル戦略と組織

ゾーホージャパン社内制度／取り組み一覧(抜粋)

名称	制度／取り組みの内容
ゾーホージャパン掲示板	社員が自由に投稿できる Web 掲示板
外部相談窓口・EAP	メンタル～フィジカル問題まで相談できる外部窓口を設置
職制チャレンジ	該当のランクより高い職制に就き業務にチャレンジする
ジョブ・リターン	育児・介護の目的で退職するときに5年後の復職を約束(利用条件有)
スーパーフレックス	業務の時間、場所の自由度が高い働き方(利用条件有)
無料ランチ	会社指定の弁当の代金を全額補助
iDeCo 補助支給	iDeCo(個人型確定拠出年金)加入社員へ補助支給
自宅用避難グッズ支給	雇用形態にかかわらず自宅に避難・防災グッズを支給
面接中心の採用プロセス	ミッション、事業活動、業務内容等への賛同を重視した採用を行う
「7つの習慣」研修	新卒中途採用にかかわらず、入社後は「7つの習慣」の研修を受講
教育補助	会社が認めた社外教育の費用の20%を補助
社員旅行	1年に1回最大4日程度の社員旅行を実施
歓迎会補助	グループ企業メンバーが来社した時の歓迎会、送別会の費用を補助

出所: ゾーホージャパン HP (https://www.zoho.co.jp/internal_systems/) (2021年12月現在)

ズナブルな価格で提供することで多くのユーザーを獲得する。このように圧倒的なコストパフォーマンスの良さは、親会社であるインドオフィスの開発力に依拠するものだ。

加えて、日本市場を担当する同社のマーケティング力も大きな強みとなっている。

日本市場において、どのようなターゲットにどの機能を訴求するか、どのような製品をどのように販売し、使ってもらうのか、といったことは、日本のビジネススタイル、商慣習を理解している同社が担うことで、技術サポートを含めたきめ細かいニーズに対応する。

このように、国際的な視点を持ちながら、地域に根付いた行動をとるグローバル(Omnichannel)戦略が、親会社設立後5年で日本に進出し、日本で20年超、成長を続けている理由といえよう。

人を大切にすることは経営の大原則

親会社のベンブCEOは、ホームページ^(※2)で次のメッセージを記している。

「非上場を守り、利益を上げ、誇

りを持つ。私たちの不変の信条は人財と製品に投資することです。そのため、投資のほとんどを研究開発に費やしています」

長期的な視点で、人材投資と研究開発に傾注するという信念、意志を明確に打ち出したものだ。「人を大切にすることは、同社の経営の大原則であり、外資系といえども自身は日本的経営です」(大山副社長)

グローバルな視点は、同社の人事、組織運営にも見られる。

もともと親会社では、学位や経歴を重視するシステムを超え、社員を包括的に理解し採用・評価するホリスティック・アプローチという手法を取り入れている。

同社もそのアプローチに準じて、学歴や学位ではなく適性でメンバーを採用する機会の提供、より幸せで豊かなワークスペースの提供、金銭的要件だけではない評価システムなど、さまざまな社内制度・取り組みから、人を大切にしている経営を垣間見ることが出来る。

今後、日本において、より一層DXを推進していくうえで、同社の役割期待は多い。

(浜銀総合研究所顧問)

※1: 経済産業省「IT人材需給に関する調査」(2019年4月)
※2: <https://www.zoho.co.jp/ceo-message/>