

アジアから学ぶ 中国ビジネス

文・写真：須賀努〜コラムニスト、アジアンウオッチャー。寺子屋チャイナ主宰 www.yyisland.com.yy/terakoyachina



撮影：佐渡多真子



イギリス人は香港をうまく活用して繁栄をもたらした

第1回

日本企業、最大の弱点

昨年の尖閣騒動以降、日本では「中国からの撤退」がクローズアップされている。そして再び亡霊のように「チャイナナワン」なる言葉も踊りだしてきた。だが、先日まで数か月滞在していたバンコックで日本人駐在員より見聞きすると、「中国と東南アジアは全く別」との声が多い。寧ろ「タイナワン」としてのインドネシア、カンボジア、ラオス、ミャンマーを考慮しており、その方が断然自然に見える。

日本企業、特に大手企業は海外戦略の立案が縦割りであり、「中国駐在員は中国のことだけ、タイ駐在員は中国のことなどに関心が無い」との話は以前よりよく聞いていた。仕方なく（？）本社の企画担当が各地域の実情をあまり理解せずに、格好良い戦略を練り上げ、現場の意見をあまり吸い上げずに、進出や投資を決めているケースをよく見掛けた。それでよいのだろうか。

80年代、中国に駐在していた日本人ビジネスマンは、何等か中国と関係がある人々だった。良い悪いは別として、中国を理解し、また何かをやるという人が多かった。90年代は「これからはアジアの時代」と言われ、香港に人が集まった。2000年代に入り、それまで中国と全く関係のなかった人が中国に駐在し、中国ビジネスに関わりだした。

先日アメリカ人のビジネスコンサルタントに言われた言葉は重かった。「なぜ日本企業はその国に初めて行った人間が企画書を書き、何も知らない駐在員がビジネスを行おうとするのか。普通はその土地に精通した人間を雇い、何とか上手くやっていこうとするのではないか」

海外ビジネスにおける日本企業の弱点、色々とあると思うが、海外から見ると一番問題なのは「何でも自分でやろうとする」であり、同時に「誰かがやってくれるだろう」と考えてしまうことではないだろうか。「それが日本の企業文化なのだ」などという説明を良く受けたが、あまり納得できない。むしろ「日本の大手企業は終身雇用であり、正社員を解雇できない。自分の固定社員を使うしかないんだ」と言われた方がよほど理解できる。

そして今や、日本で余剰となった人員が今や中国へ送られる事態すら出てきている。本当に中国で戦えるのだろうか。この現状を見るにつけ、何らかのアライアンスが必要だと強く感じる。最近のように中国を市場と考えて、販売会社を運営していこう、中国で売れるものを探り、売って行くというのなら、根っからの商人である香港人を活用する手もあるのではないか。

日中に摩擦があるように、中国香港間にもゴタゴタが広がっている昨今、彼らは如何に強かに情報を集め、商売を展開しているのかを

見ることは、十分に興味深い。また欧米企業の香港活用の様子なども参考になるだろう。150年に渡るイギリス植民地下で鍛えられた処世術を、我々ももう少し学んでみてよいのではないだろうか。

毎週、本誌がお手元まで確実に届く、定期購読（有料/1冊・1年間・200元〜）をお勧めします。

ホームページからお申し込みください

小社直送にて購読をご希望の方は、
TEL: +86-755-8351-6250 または
E-mail: pub-manager@kanan.cn
(発行局宛)へ。クーリエにて毎月配送いたします。
<http://www.kanan.cn/upimg/youliao.pdf>

【日系企業の文化・習慣を学びたい
中国人社員にも人気です】

