

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



北京の携帯ショップ。何でもアリ

第3回 日本メーカーには 宝の山が眠っている

先日NHKのドラマ『メイドインジャパン』を見た。日本の巨大電機メーカーが凍結した技術をリストラされた元社員(技術者)が中国企業に転職して商品化、それを危機に陥った日本メーカーが非難するという内容で、「技術は誰のものか」、「メイドインジャパンとは何か」を問う作品となっていた。

知り合いのITに強い香港人が言っていた。「日本の大手メーカーには開発はしたが商品化されずに死蔵された技術が山のようにある。まさに宝の山だ」。

確かに日本メーカーに勤める友人によれば「日本の大手企業は研究開発した技術の殆どを使わずにお蔵入りさせており、それを再利用することも稀」であり、「日本人の頭で考えれば商品化できない物が、例えば香港人が考えれば、中国本土で売れる商品にすることが出来るかもしれない」と

宝の山の存在を否定しない。先程の香港人が実際に某社に呼ばれて、『死蔵特許の商品化』の会議に参加したところ、確かに驚くほど多様な技術が死蔵されているのを目の当たりにした。同時にその再利用の会議では「あーでもない、こうでもない」といった退屈な議論が続き、結局誰もリスクを取らず、商品化される物も無かったことに心から驚き、憤慨したという。

彼は某社に対して「香港人による特別チームを作り、御社の技術を生かした商品造りを任せてください。必ず中国で売れるものを作つて見せます」と訴えたが、「社外に技術を見せるわけにはいかない」の一点張りで、退けられたと嘆く。「君が良いアイデアを出して商品化すればよい」とも言われたが、責任者、決定権者が領かない限り、彼の意見が採り入れられることはな

く、結局有為な人材は辞めていくしかない。

香港人は技術開発に優れているというのではないが、一般的に「根」からの商人である人が多い。そしてイギリスの統治下でも、ヨーロッパ、アメリカ、そしてアジアを股に掛け、各地の商品に独自に手を加え、その地に合う商品を開発し、販売していた人々である。もし中国で自社の商品売りたい企業があれば、眠っている自社の特許などを香港人に任せてみる手もあるのではないだろうか。

冒頭のNHKドラマでは、自分の開発した技術が会社に採用されず、更にはその技術が凍結された技術者が、中国に渡り中国人オーナーと組んで商品化するが、その欠陥が見付かっても「製造業に不良品は付き物」とする中国人と一線を画す内容となっていた。中国においても「何でも良いから売ればよい」という時代はそろそろ終焉を迎えようとしている。日本製品、日本企業に対する中国人消費者

の信頼度は依然として高い。その中で、あいだに香港を一枚かませず、ビジネスを展開することは双方にとって有益な結果になる可能性を秘めている。ただもちろん、商売上手である香港人は決して甘くはない信頼関係を持った上でそれ相応の見返りを与えることが成功のカギとなる。中国だけではなく、アジアで売れるヒット商品が出るかもしれない。

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円〜)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達いたします。
<http://www.kanan.cn/upimg/youliaopdf>



KANAN 和商瞭望
MONTHLY

【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】