

「グローバル・ビジネス展開の勘所②

ベトナム 日本の企業文化への理解促進を」～ 生産性新聞 寄稿 ～

2013年2月05日

公益財団法人日本生産性本部の「生産性新聞」2013年2月5日(火)に掲載されました。ご興味のある方は、ぜひご覧ください。

大喜多 富美郎

(1)

【昭和33年7月20日 第三種郵便物認可】

発行所 公益財団法人 日本生産性本部会員サービスセンター
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷3-1-1
☎03-3428-1115 毎月5日、15日、25日の3回発行
年間購読料 7,484円 (消費税、送料込)
1部 250円 (消費税込)

日本生産性本部
JAPAN PRODUCTIVITY CENTER

第2387号

2013年(平成25年)2月5日(火曜日)

CONTENTS

2～3面 新春労使幹部セミナー詳報
4面 資格・検定特集
7面 2013年春開業展望②
8面 経済見通しと課題②
8面 グローバル・ビジネス展開の勘所②

生産性新聞

グローバル・ビジネス展開の勘所②

ベトナム

ベトナムビジネスの現状は、中国に次ぐ生産拠点として注目され、最近では製造業に限らず多くの日本企業が進出し、さらに検討中の企業も多い。経済連携協定、ODAなどを通じて、日本・ベトナム両国政府の関係が良好なことは、日本企業のベトナム進出に際して有利な点だ。経済成長も順調で、将来的な「のびしろ」が大きいのが魅力だ。

その一方で、インフラの未整備や煩雑な行政手続き、日本と異なる商習慣、法制度の未整備など問題点が少なくない。また、最低賃金も上昇傾向にあり、コスト面での優位性は薄れつつある。

■ベトナム人の特徴を

ベトナムは親日国であり、日本人好きが多い。また、大乘仏教や善を使う食文化、大長者を尊ぶる社会風土、勤勉さなど、日本とベトナムの共通点は多く、民族として相性が良いのは事実だ。だが、日本人と全く同じだというような過度の期待を抱くのは禁物であり、ベトナムでビジネスを行うには他の国と同様、異文化の中に入っていくという覚悟が必要だ。

■ベトナムで事業を展開するポイント

ベトナムの最大の魅力は、動員できる優秀な人材が多いことだが、教育がポイントになる。特に中間管理職層の現地に不足と云われる人材不足と言わざるを得ない。中間管理職の育成、とりわけ日本企業の仕事への取り組み方に対する理解を得ることが大切だ。

現地の日本企業のトップと接する機会が多いが、その多くが現地従業員との意識のギャップを感じている。「5S」や「KAIZEN」や「イゼン」などを導入すればある程度の効果はあるだろう。しかし従業員に「なぜ」「なんのために」を理解してもらった上で導入しないと十分な効果が上がらない。

私は、ベトナムの大学で日本の企業文化の講義を行っているが、単に経済だけでなく日本の文化、歴史、日本企業や日本人のパラダイムを理解する若い世代を拡大していくことの大切さを感じている。このことが、やがては日本企業のベトナムでのビジネス展開に大いに役立つと思う。

■グローバル化の方向性を

グローバル化が進み、日本経済の停滞がいわれている中で、日本人は自信を失いつつある。だが、こうした時代だからこそ、日本の良いところを見直し、外国の人にきちんと伝えるべきだ。一般論だが、日本人経営者は自分たちの考えを現地の人たちに伝達することあまり得意とは言えないようだ。今後、言語に限らずコミュニケーション能力の向上が一層重要となる。かつて、われわれ日本人は勤勉さ、丁寧さ、チームワークなどを発揮して、これだけの規模の大きな経済にもかかわらず、格差の少ない社会を作り上げた。日本人が誇りをもち、日本の良いところをグローバルに広げていくことによって、日本が新たな価値を創造することができるのではないか。 (談)

(おおきた・ふみ郎)
京都大学卒業後、丸紅に入社。中東・アジア地域のインフラ開発や直接投資プロジェクトなどに約30年間携わる。2002年に独立し、コンサルティング、セミナーを主体に活動を展開。09年から、ベトナム・ホーチミン市の大学で日本経済、日本企業文化等についての講座を受け持つ。

オフィス代
オーキタ
大 喜 多 富 美 郎 氏

