

平成 25 年度大学連携による新たな教育プログラム開発・実施事業(広島県補助事業)

「国際経営を理解する人材の育成と備後企業の取り組み」

10月19日から11月2日までに第3回から第8回までの講義を実施してまいりました。その内容についてご報告致します。

第3回は「国際経営の組織」というテーマで梅野巨利兵庫県立大学教授から、国際経営の組織の基礎知識、国際化と組織構造の変化、組織文化の浸透と変革について説明が行われました。グローバル経営と組織文化に関しては、各国の分散経営を取りまとめる精神的支柱となっているため、世界的な多国籍企業は、みな強い組織文化、企業理念をもち浸透を図っていること、また企業理念にコミットすることでトラブル発生時に被害拡大防止が可能であった企業例に関する説明が行われました。



国際経営の組織について説明される梅野巨利兵庫県立大学教授

第4回は(株)シギヤ精機製作所の高橋宗信次長より、企業説明ならびに「SHIGIYA のものづくり」に関する説明が行われました。同社が海外では生産をしていないことの原因として現地の素材が良くないこと、また技術の流出を懸念しているからという説明が行われました。同社の製品が1/1000の精度で円筒を研削する研削機であること。円建てなので為替レート変化を受けないこと。タイでは日本人1名に対して現地雇用4名のルールがあるので、現在日本人2名、タイ人8名合計10名で営業していること。またタ

イでは資本規制があるから、シギヤ 49%、タイ 51%の合弁企業であること。その他に中国での商習慣についての説明も行われました。

グローバル人材対策として、海外出張、社内英会話、留学生受け入れ、積極的、最後まで自分で判断、指示できる人材を育成している。日本製品は高価格、高品質であるが、ボリュームゾーンをターゲットとして、安くて良いものを製造することが目標である。



(株)シギヤ精機製作所 高橋宗信次長

第 5 回は「グローバルマーケティング 新興国市場を開拓し、グローバル競争に勝ち抜くための戦略とマーケティング」というテーマで、神戸大学大学院経営学研究科の黄磷(コウリン)教授による講義がありました。講義は、日本企業の戦略とビジネスシステム、日本企業・韓国企業・中国企業の比較と国際化プロセスとグローバル競争力について、日本企業がいかに世界で競争力を維持向上させるのか、中小企業の国際化が成功するためにはという内容でした。

多岐にわたる内容のポイントは、韓国のサムソン収益率は 30%、対する日本の家電メーカーは 1%未満であること。これに対する理論的説明がスマイル曲線概念を使って行われました。東レのように炭素繊維素材のような部品等の上流やユニクロのようなブランド力をもつ下流は高い利益率であるが、組み立てなどの中流では利益率が低くなっているということでした。また日中韓の企業の意味決定の違いが何に由来するのか、文化等の比較論による説明がありました。



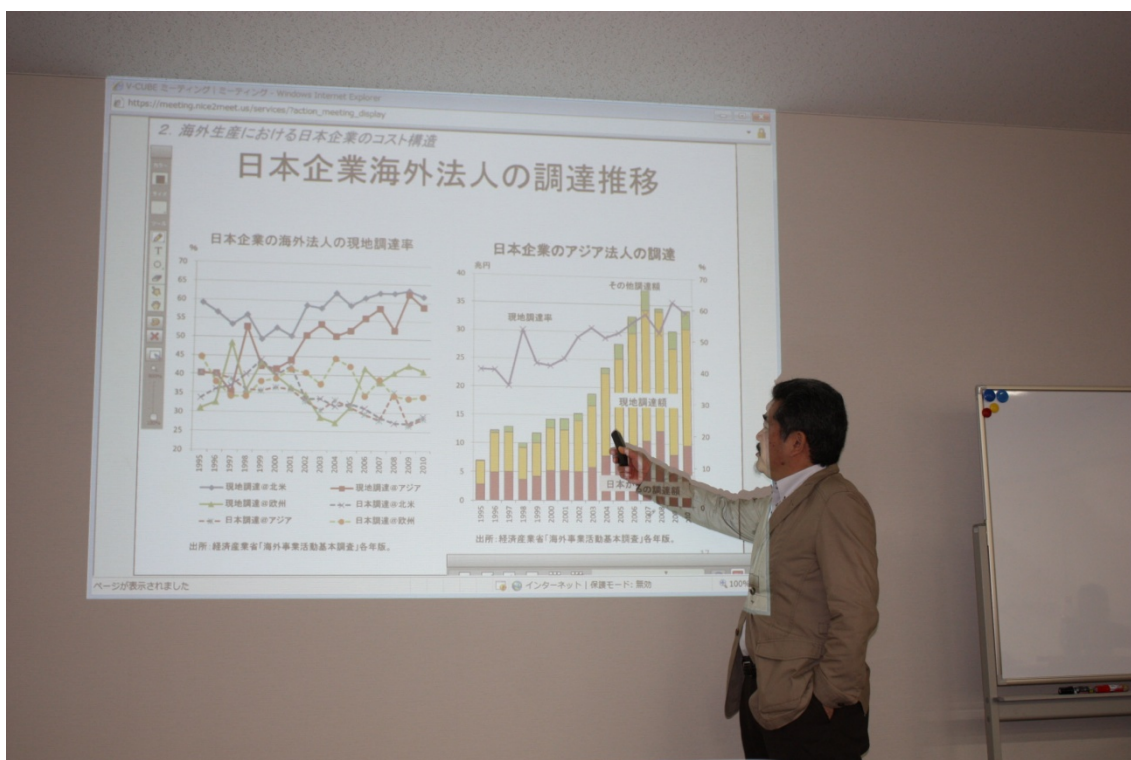
神戸大学経営学部黄磷教授

第6回は「ハヤカワイースタンラバーとタイ市場」というテーマで、早川ゴム株式会社の井垣正則部長の講義が行われました。生產品の説明、防震、防音素材等を生産する早川ゴム株式会社の概要、早川イースタンラバー株式会社の概要、タイの現状とアセアンでのタイの位置づけ、タイのダイナミックな国土整備網の進展状況、タイ経済の概略、賃金と購買力、為替の関係、耐久消費財の普及率、自動車市場、家電市場、住宅市場の動向、タイのゴム生産状況についての説明が行われました。最後に同社では、福山大学卒のタイ人女性が活躍されていることの紹介がされました。



早川ゴム(株) 伊垣正則部長

第7回は、「ものづくりの国際経営戦略 新興国市場開拓の戦略と課題」というテーマで、東京大学経済学部研究科ものづくり経営研究センターの新宅純二郎教授が講義をされました。内容は新興国市場の発展、海外生産における日本企業のコスト構造、深層の現地化、新興国市場向け製品戦略です。



深層の現地化について説明されている東京大学新宅純二郎教授

自動車産業を中心として動向を整理、検討した報告内容をしていただきました。中国が経済発展をすると、鉄の需要が増大、それには水が大量に必要となるが、中国は水不足なので不可能であるが指摘されました。そこで将来的にはブラジルで鉄生産の可能性があること。

自動車産業がバブル崩壊後に成長できたのは海外販売を伸ばしたからであるという説明に続いて、新興国における日本車シェアについて、インドネシアは90%、タイ70%、中国20%、インド50%と高いこと。これに対して、家電業界では、特に液晶テレビは買い替え需要が地デジとエコポイントで発生し2010年に終了したが、これはバブル崩壊と同じ現象であるという説明がありました。

企業の海外進出二大要因は、コスト競争力(生産性+賃金)と為替レート円高であること。海外生産における部品調達は現地調達と海外調達であるが、前者の現地調達に実は日本からの部品供給部分が相当にあること。これを「深層の現地化」と呼ぶこと。深層の現地化により、日本付加価値率は低下するが、販売量増加により販売額は低下しない

こと。深層の現地化は日本に残る少数の事業と新たな海外進出が必要な大多数の事業をふるいにかける作用を促すこと。海外展開は直接効果と間接効果があるから積極的に海外展開を志向すべきであることが説明された。

第 8 回は、「(株)北川鉄工所の海外展開について」というテーマで、(株)北川鉄工所の石橋正文次長が講義をされました。



(株)北川鉄工所 石橋正文次長

タイに進出した理由は、第一に、親日的であること。例えば、大震災時に翌日募金活動が行われていた。第二に、仏教国であり価値観共有が可能であること。第三に、インフラ整備が良い点、特に電気が同社生産にとって必需であること、また工業水が必須である。第四に、流通面が整備されていること。港と道路が整備されている。第五に、タイは王国で政変リスクが少ないこと、過去の政治混乱は国王が収拾してきたこと。最近の赤シャツと黄シャツの政治対立があり戒厳令も実施されたがそれほど影響はなかった。

労務費に関しては、2003年には日本との格差が1/30、2013年には1/15まで縮小している。マツダには扇動者が外部から侵入してロックアウトに至り、賃上げ要求が2か月続いた。労働組合は労使間の仲裁者機能と労働者権利擁護機能の二面性を持つが、最初から日本式の親企業的労組にしておくべきで、従業員のことを考えたやり方が必要だった。

原材料は日本からの輸入であるがこれは、タイでの非生産品には関税ゼロのルールを利用している。タイの自動車状況の劇的変化について、以前は中古のトラックしかなかったが、最近ではトヨタの牙城でハイブリッド車が走っている。

インタビュー

社会人



社会人 栗濱さん

海外事業を展開してきた会社を退職し、今まで培ってきたノウハウや自分の経験を整理し、たどってきた道を確認するという意味も踏まえて、これまでを振り返ってみたいくなり参加しました。そういう面で自分は他の受講生の皆さんとは少し違ったスタンスで受講していると思います。

大学教授や他の企業の方のお話、学生や社会人の意見をお聞きして自分の意見や考えと照らし合わせてみたりしています。

個人の意見としては、また別の機会に希望者のみ集めて、ワークショップ形式で話し合いの場を設ければ、より深く意見交換ができるのではないかと思います。

インタビュー

学生



福山大学経済学部国際経済学科 宋晨陽さん（中国出身の留学生）

パンフレットにある講義と企業について興味が湧きましたので参加しました。実際に授業に出てみると、講義は説明が分かりやすく面白いと思います。企業がなぜ海外へ進出するか、どのようにして海外事業を立ち上げたかについてもっと学びたいです。

私の将来の夢は日本企業で仕事をして、中国へ出張するなどして働くことです。講義のテーマがグローバル人材育成ということですから、質問の時間には積極的に手をあげて参加するようにしています。