

♣書評

日本人にマネできないアジア企業の成功モデル

評者 木村 壮次

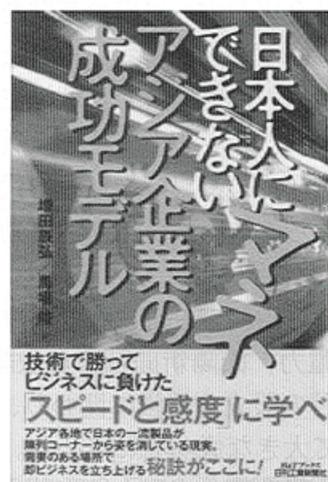
日本経済は20年の長きにわたって低迷していた。もちろん、時の政権はあれこれと経済政策を行ってきた。しかし、短命内閣の下で、いずれも一時的なものに過ぎず、超円高とデフレに見舞われ、企業は厳しい経営を行ってきた。この間、欧米においては金融危機などに遭遇し、アジアでは、中国、韓国、台湾企業が目覚ましく台頭してきた。

本年に入り、第2次安倍政権が発足し、経済ではアベノミクスと新たな日銀の黒田体制の下で、超円高の是正とデフレ脱却が期待されている。こうした中で、本書は新たな発展のために、日本企業は何が欠けていたのか、何を改革することが大事なのかということアジアの成功企業から探っている。巷間、ビジネスモデルについては、アメリカ的スタイルが持てはやされているが、アジア諸国においては、そうしたモデルだけでは通用しない。

“成功モデル”と言っても、杓子定規なことが書かれているわけではない。扱っているトピックは実にタイムリーで興味深い。その気になれば数時間で読める上、企業経営に関心がある人には多くのヒントを得ることができる仕立てになっている。

数多くの教訓・情報が得られるが、その1つに、今や、世界で圧倒的な力を持っている中国、台湾、韓国の代表的企業のハイアール、ホンハイ、サムソンの発展には何があったのかについて、生の情報が得られることがある。今やアジアの巨大企業がいかんにして生まれたかを知らずにいては恥ずかしい。これらの企業の成功には、その国のお国柄といった要素も大きいと思う。この点で、現地取材を数多く実施している著者の強みが如何なく発揮されている。

例えば、サムソンの韓国は文化的に日本とどのように違うのか。筆者は韓国企業には3つの特徴があるという。その1つの「上意下達」の儒教文化とは具体的にはどういうことなの



日刊工業新聞社

2013年2月25日初版発行

206頁／本体価格1,500円＋税

著者 増田 辰弘、馬場 隆

か、また、財閥の力とはどの程度あるのか、そして過剰消費体質はどこから来ているのかといったことも分かりやすく解説している。

一時期、日の出の勢いにあったシャープはホンハイやサムソンに援助を求めるまで凋落するなど、多くの日本企業が苦戦を強いられている。他方で、今日の中国企業、韓国企業、台湾企業の成功は、恵まれない状況を何とか克服しようと頑張った結果である。これは、敗戦後に、臥薪嘗胆、必死で頑張ってきた日本企業と同じである。失われた20年からの再出発に際し、日本企業は学ぶべきことが多い。

本書には、上記に挙げた国々の企業その他、タイ、インド、ベトナム、バングラデシュなど各国の経済規模、経営者の考え方、現地の独特な商慣習、国民性など、様々なデータ・事情も紹介されている。これからこうした国々に進出を考えている経営者だけでなく、アジアビジネスに関心がある人々にとって絶好の書と言える。(きむら そうじ)

／東洋学園大学 現代経営学部 教授)