

国際環境の急変で、 かつての強みが今は弱みに

名古屋圏には、優秀な中小企業がたくさんあります。ただしその多くが、国際環境の急激な変化に対応できていません。名古屋圏は非常に優秀な元請けを頂点とする、強固なモノづくりシステムをつくりあげました。だから中小企業は、海外市場を見ないで元請けを見ていればよかった。名古屋の強みは、元請けの強さでもあったのです。

ところが、その元請けが円高をはじめとする国際環境の急変で、生産などのグローバル化を進めざるを得なくなっています。元請けと中小企業との、従来のような一体関係が揺らぎ始めています。本来なら中小企業も海外市場と直接向き合い、国際化を進めなきゃいけない。ところが、これまで世界を見なくても生きて来られたせいで、中小企業に国際化のための人材が不足している。かつて強みだったものが、今は弱みになっているのです。

自分の立ち位置を見極める 3つのチェックポイント

国際化を進めていく上で大切なのは、仕入れから販売まで含む一貫システムのモノづくりです。そして日本に居ながらにして稼ぐこと。これが基本です。

そのためのチェックポイントが3つあります。1つ目は、世界を見回し、必要とされるモノやサービスを手がけているか。2つ目は、世界を見回し、競争相手がいるかないか。3つ目は、世界を見回し、だれが自分を高く評価してくれるか。

まずこの3点セットで、自分の立ち位置を見極めることです。その上で、世界から必要とされ、自社にしかできないものを、高く評価してくれるところへ売る。これがベストです。「いいものを安くつくる」は、海外では通用しません。品質を疑われるか、利用されるかになってしまいます。いいものをつくって、適正価格

中小企業は 元請けから自立して 直接世界と向き合おう



愛知淑徳大学ビジネス学部
学部長
真田幸光さん

さなだ ゆきみつ / 1957年、東京都生まれ。慶応義塾大学法学部政治学科卒業。東京銀行入行。同行ソウル支店、外資系銀行等を経て愛知淑徳大学へ。2012年4月より現職。著書に『日本の国際化と韓国』『アジアの国、日本』など。NHKクローズアップ現代などテレビ、ラジオにも出演。

で売る。それを自社でやるのです。

ただし海外と直接取引するか、従来の元請けとの関係を第一とするかは、経営判断の問題です。いずれにしても世界市場の中で、元請けをワン・オブ・ゼムと位置付ける自立した視点が必要です。

国際化をサポートする、 ビジネスパートナーとして



外国人、弁護士らまじえビジネスミーティング。

国際化をサポートする取り組みもあります。私たちが今やっているのは、同じような業種の企業を集めて、強さ、弱さをチェックし合うというものです。行政やジェトロや私のようなボランティアのコンサルタントがお手伝いします。それをもとに各社がプレゼンし、その内容を英文にまとめ上げ、世界規模の展示会などでチェックした海外企業との商談に結びつけています。そういうものも利用されるといいと思います。

私はいま大学にいますが、自分を企業の国際化をサポートするビジネスパートナーと位置付けています。それを学生の教育にも生かしています。アカデミックなことは他の先生にお任せです(笑)。

名古屋都市センターは、まちづくりに関する研究、提案、交流の場となっていますが、さらに現場に踏み込んでほしい。ビジョンを具現化し、名古屋を元気にしていただきたいですね。