



加賀山 進氏

#123

エヌ・ティ・ティ・データ・
ジェトロニクス 顧問

グローバル企業は、どこも猛烈に企業統治の強化やオペレーションの透明化を進めていて、経理、人事、サプライチェーンや、市場に密着した現場そのものである一線の営業やサービス部門ですらも世界標準化が進行している。特に外資系企業は凄いい。あまりのスピードに「ちょっと待って」という感じで日本市場の特性を説明しようとするのだが、株主である親会社には、なかなか100%はわかってももらえない。説明に窮して

「日本は、あなたがた外国人には理解不能なユニークな市場」と感覚的に主張すると失敗する。外国人はこの説明を嫌うし、これではコミュニケーションにならない。正解は、『日本もイタリアなどと同様に、特徴はあるが、決して理解不能なユニークな市場ではない』とまず前置きし、『市場のフェーズが違うだけであって、最終的に米国市場のようになるかもしれないが、今はこの段階なのだから取るべき戦略術はこうだ』と説明することである。この時、欧米国系のスピードや論理的なプロセス作りの巧さなど

同じではない。欧州企業は、理解できないことはとことん説明を要求するが、最後の最後まで聞いてもやっぱりわからないことがある時、『お前に任せる』と言える度量の広さがある。米国の場合、とことんまで聞いてくれる人がまず少ないが、いたとしても最後の最後理解できない時には、『やっぱり、俺の言う通りにやってくれ』と言うのである。異文化やわからないものを尊敬する、歴史的に培われた度量の広さの違いを感じる瞬間だ。もちろん

紹介者



米澤 健一郎氏
ソニー学園理事長

次回

安田 結子氏

(ラッセル・レイノルズ・アソシエイツ・ジャパン・インク
マネージング・ディレクター/日本代表)に登場いただきます。

トップは24時間ノートPCを携帯せよ

は素晴らしい。
では日本企業がこれから真のグローバル化を推進する時に目指すべきは何か？私の意見は、欧州的な現場主義と、米国的なスピードの融合だ。そのためにトップがまず始めるべきことは、ノートPC、PDA（ブラックベリー）、そして携帯電話を24時間携帯し、いつでも意思決定やコミュニケーションできるようなすることだ。現場主義のためには本社を離れる機会も多くなる。スピードの点でもこれが最低必要だろう。トップにとっては忙しい時代なのだ。