



挽野 元  
ボーズ  
取締役社長

経済同友会 つながる▶▶  
リレートーク  
#215

## 標準化戦略と企業競争力



竹尾 直章  
BSIグループジャパン  
取締役社長

世界に誇る技術を持ち先駆けて市場に投入しても、他国の競合企業にいつの間にか標準を奪われ苦戦する。これまで、日本企業がこのような経緯をたどることは多くありました。この要因の一つは、自らグローバルの標準化をリードするという発想を持つ企業が、日本には少なかったことではないでしょうか。

例えば、携帯電話の例があります。日本製の携帯電話は、他国製に比べて性能的に先行していました。しかし、国際競争では存在感を出せず、標準化を進めたノキア、サムスン電子、モトローラ等に市場を独占されてしまいました。つまり、日本企業は、高い技術を持ちながらも、いつの間にかフォロワーが標準化した市場の競争からはじかれてしまうという構図が出来上がってしまったのです。

一方、日本でも標準化を積極的にリードして成功を収めている企業もあります。例えば、自動車等中古部品を海外に輸出している、金沢の会宝産業です。彼らは、自ら中古エンジンの性能評価基準を作り、それを満たす高品質の製品を輸出していました。しかし、輸出先では中古エンジンの性能を評価する基準がなく、他社の粗悪品との熾烈な価格競争に巻き込まれていました。他社との競争にいかにか勝利するか。そこで彼らは、規格策定のスポンサーとなり、PAS777：中古エンジン性能評価という国際規格を策定しました。この規格には、彼らが自社製品を評価するために使っていたアプローチや基準が組み込まれました。規格の発効後は、輸出先でもこの規格を活用した部品評価を採用する企業が増加し、その結果、彼らの中古エンジンの品質の高さに及ばない競合他社に対して、競争優位を確固たるものにすることに成功しています。

日本には、世界に誇れる多くの技術、サービス、プロセス等があります。日本企業は、標準化の敗者となり国際市場での競争力を失うような事態は絶対に避けるべきであり、そのためには優れた技術力やサービス品質を基盤に、グローバルの標準化を積極的にリードしていくことが必要です。今後は、企業経営にとって、標準化戦略はますます重要なテーマとなっていくでしょう。

▶▶ 次回リレートーク

古河 建規  
SOLIZE  
取締役社長