

4. フランスから学ぶ企業経営のコツ

○フランスとはどんな国か

- ・パリから少し郊外に出ると、農耕地が広がる農業国（のイメージ）。
 - EU最大の農業生産国、米国に次ぐ世界第二位の農産品輸出国

フランスの代表的なブランド品とその原材料

ブランド品	素材
ワイン	ぶどう
シードル	りんご
フォアグラ	鴨
香水	花びら
チーズ	牛乳
エビアン、ペリエ	湧き水
エルメス、ヴィトン	皮革

- ・それにもかかわらず、外交力に優れて、G5の一員。
 - 欧州は、英独仏の3カ国で動かしている。
(許嫁の独仏⇔あて馬の英国、ロンドンは法務・税務機能が強み)
 - ユニークな発想力、調整力(国際機関のトップにはフランス人多い)。
 - パリには3つの外交官車ナンバー(大使館、OECD、UNESCO)

○「ブランド」とは何か

- ・良品質のものを識別するためのツール、品質管理の差別化が原点
(日本人はこの基本を理解していない)
 - 例1: エルメス、ルイ・ヴィトン
 - 例2: 小岩井製品、アマタケ(食の安全の追求)
 - 例3: 日本製品自体が国際的にはブランド
- <参考>カルフル日本進出時の本部幹部の話
「こんなに消費者の要求水準の高い国は経験したことがない」
- ・価格競争に巻き込まれないために必要なツール
 - 「ブランド学」の大学院も存在

○企業経営

- ・労働組合代表者を大事にする文化
- ・日産・ルノーの合併の成功
- ・アングロサクソンとは異なる文化(例: 何がセクハラか)

【事例研究】トヨタのフランス進出

- ・北フランスへの工場建設(雇用の安定確保、部品供給工場の存在が鍵)
- ・行政サイドは、県特命副知事を設置し、規制緩和を推進
- ・デザインセンターの移設(ベルギー → 南仏テクノポリス)

○フランスから学ぶべきこと

- ・いい加減 ⇔ スピード感
 - 権限が少数のエリートに集中(その代わり全責任を有する)
- ・メリハリを利かせた対応
 - 原子力発電所での重大事故なし
 - 日本のように全てを完璧にやろうとすると、ポイントがみえなくなる
- ・相手のニーズを的確にとらえたアプローチ(恋愛上手、キーワードは惚れ?)
 - リスクヘッジも忘れずに(アンカレッジ便の残し方、リビア対応など)

○今後の企業経営のポイント

- ・日本・世界経済はこれから激動期。世界の構造変化をも踏まえつつ、全国・世界レベルの目線で企業戦略を考えていく必要。
 - 物価上昇率2%とは、どういう世界か?
 - 新たなビジネスモデルを構築するには、東京や海外とのパイプが重要。
 - 万が一の場合のリスクヘッジも考えておく必要(インフレ、戦争等)。
- ・日本に残っていく産業と、自社の比較優位性を見極め。
 - 少子高齢化の下での成長産業(医療・福祉、医薬品・医療機器も?)。
 - 今後の日本の柱となっていく有望産業は何か(環境? バイオ?)。
 - 中長期的なトレンドには逆らえないことにも留意の要。

【事例研究】ミシュラン社の新規分野への進出方法

「タイヤ」→「地図」→「旅行ガイド本」→「グルメ本」

(余談1) 世界各国の国民性

○ 民族ジョーク (その1)

	世界一幸せな男	世界一不幸な男
給料	アラブ	中国
妻	日本	フランス
愛人	フランス	ドイツ
住宅	アメリカ	日本
料理	中国	イギリス
車	ドイツ	アメリカ
服	イタリア	アラブ
執事	イギリス	イタリア

→ 鳥取にあてはめると?

○ 民族ジョーク (その2)

沈没しそうな船で、乗客に海に飛び込むよう促す文言	対象乗客
紳士はこういう時に飛び込むものです	イギリス人
規則では海に飛び込むことになっています	ドイツ人
さっき美女が飛び込みましたよ	イタリア人
海に飛び込んだらヒーローになれますよ	アメリカ人
お酒のピンが流されてしまいました、今追えば間に合います	ロシア人
おいしそうな魚がおよいでいますよ	中国人
今が亡命のチャンスですよ	北朝鮮人
海に飛び込まないで下さい	フランス人
みんなもう飛び込みましたよ	日本人

(余談2) 希望とは何か?

- ・「希望」は「幸福」とは違う。
- ・「希望」は「夢」とも異なる。

——東大・玄田教授「希望学」