

**なぜ今、東北における
「ものづくり人財」育成なのか？**
～「シェール革命」とアメリカの戦略を踏まえて～
(『次世代自動車宮城エリア』人材育成基礎コース講演会)

2013年4月24日

原田武夫

株式会社原田武夫国際戦略情報研究所

Institute for International Strategy and Information Analysis, Inc.

(IISIA)

これまでの展開を振り返る

● 極めてラフなとらえ方をすれば、2000年代に入ってから国際社会では以下の構造が維持されてきたと言える：

- 1) 米国(欧州)が新製品開発を行う(product innovation)
- 2) 我が国がこれに磨きをかける
- 3) Process innovationの中で中国が圧倒的に安い人件費で我が国を凌駕する

⇒ 円高・少子高齢化を背景として我が国ものづくり系企業はいずれも苦戦(敗戦)、活路を「グローバル展開」に求める流れに

← もっともそれに適応した「グローバル人財」を育成していなかったために各社共に大混乱に陥っているのが現状

グローバル人財とは??

- 一般にグローバル人財なる呼称 (Global HR??)は米欧企業では用いられない
 - ⇒グローバル企業に適応出来るスキル(語学、グローバル・スタンダードに合致した資格、ローコンテキストな社会への適応能力)を持っている“無国籍”な人財がそこでは求められる
- これに対して我が国企業において求められているのは以下の3つのタイプからなるグローバル人財である:
 - ーグローバル・リーダー
 - ー“伝道師”
 - ー現地マネジャー- ⇒それぞれが特有の資質を必要とする点に要注意

まず必要なのはグローバル・リーダー

- 往々にして誤解されがちであるが、我が国企業においてまず必要なのは「司令部」「参謀本部」にあたるグローバル・リーダーの育成である
- グローバル・リーダーに必要なのは国境を跨ぐことでいかなるビジネス・モデルを構築することが出来るのかを“自らが置かれている場所で吹いている風を感じ取る能力 (contextual intelligence)”により考え抜くことである

⇒ ***“Contextual Intelligence”***

=Information Literacy

=Open Source Intelligence+Scenario Planning

これから吹いてくる「風」とは？

- これから生じるのは「ものづくり国家」と「金融立国」の逆転である
 - ・米国:「金融」⇒「ものづくり」
 - ・中国:「ものづくり」⇒「金融」
- 米国の「シェール革命」はあくまでも資金捻出の手段に過ぎず、ビジネス展開するためにはクリアすべき条件が多々ありすぎることに注意する必要がある
- 中国は北京・上海だけが残存し「点としての中国」となるのであって、「面としての中国」は消滅する

TPPという「失業の輸出」

- 我が国は人口動態上、財政赤字を拡大させざるを得ない状況
⇒革新的イノベーションによる「天地をひっくり返すような状況」が生じない限り、存亡の危機にまで至る
- TPPによって大打撃を受けるのは農業セクターであり、これを中心にいわば「失業の輸出」が米国から行われる展開になるのは目に見えている
⇒新技術による産業セクターの創出がなければ国家財政危機の中でこれら失業者が放置されたままとなる

「ものづくり」から見た東北地域の優位性

- 様々な困難な状況・条件がある中で東日本大震災を経た東北地域は以下の点で「ものづくり振興」という意味における優位性を当面の間持っている

- －「復興予算」の優遇配分(ただし時限付)
- －中南海地震を想定した中京地区からの自動車企業のシフト
(※中京地区ではmedical deviceへむしろシフトしている実態)
- －ロシア極東地域を睨んだサプライ・チェーンの展開可能性
- －東北大学を中心とした「産学連携」の可能性

- ・・・いくつかの有利な条件が揃っているものの、これが「時限付」であることをまず念頭に置く必要がある

(※「何時なのか?? “今でしょ” !」)

いくつかの具体的な戦術

- 以上のように東北地域は明らかに「ポール・ポジション」であるが同時にこれまで我が国では決して成功してこなかった産学連携の同じ轍を踏まないよう、あらかじめ設計しておく必要がある:
 - 「創る・造る人」と「売る人」の峻別
(科研費と資本金の違い、「EXIT PLAN」の必然性)
 - 先達である中京地区企業との連携
(まずは「真似び＝学び」から始めるべき)
 - 最初から「グローバル」を視野においたモデル設計
(人財育成こそが要)
 - まずは1企業/1技術でも「成功例」を出し、これを巧みにPRすることで全国区にする
- ・・・戦略・戦術共に基本は「最短距離で最大限の収益を得ること」に置かれるべきである

IISIA公式メールマガジンのご案内

**無料メールマガジン
「経営者のための
グローバル道場～海外ビジネスで
本当に成長するには～」のご案内**

経営者の方に「気づき」と「知恵」を週1回、
お届けします！

連載コラム

IISIA代表・原田武夫の“グローバル・アイ”
グローバル人財育成110番

登録ご希望の方は
「経営者のためのグローバル道場」で検索し
まぐまぐからご登録を！



IISIA 



ご清聴ありがとうございました。