

# NEWS LETTER

株式会社人財アジア 定期ニュースレター

vol.34

岡村の最近の注目ニュース  ビジネス予備校近況リポート  B-EAT会活動報告  What's up?

2024年07月

## 米国大統領選が 新たな局面を迎えてい る。

2024/07

この一年間に起きる米国発の事象が 10 年後の世界にいかなる影響を与えるか？

..想像力を鍛えるには絶好の局面になるだろう。

暗殺未遂事件をきっかけに、“もしトランプ”が“確トランプ”に変わったとの報道が盛んになされた。しかし、バイデンが大統領選からの離脱を表明し、ハリスがポストバイデンとして現実化した途端、同女史の“不人気”が急変し支持率が上昇した。それだけ表面的な議論に終始する老老対決へのストレスが大きかったということだろう。

トランプ陣営にとって民主党の候補交代は想定内だろうが、実際に起きてからは戸惑いが目立ち準備不足を感じる。これからが本当の政策議論の始まりだろう。かつて機関投資家の為替課長を務めていた時に、“いきなり”潮目が変化することを少なからず経験した。多くの場合、相場変動のサプライズは、想定内であっても予想する力の不足に起因していたように思う。常に、物事の根底に流れるマグマを発見する意識が相場の読み込みには不可欠であった。

蛇足ながら、トランプが拳を振り上げる映像を見て、大きな組織のトップに立つ強い意思を有する人間なら瞬間的に行う条件反射だろうと感じた。むしろ時間の経過とともに生じうるトラウマが、今後いかなる行動の振れ幅に繋がるか、世界への影響を含めて留意しておくべきではないか。

今年も、EATビジネス予備校では「世界株式＆債券のアロケーション」と「日本株三銘柄」の模擬運用を実施している。短期的な市場変動に翻弄されず、相場を動かす材料から長期的に影響を及ぼしうる要素を抽出する感覚を身につけることが目的だ。“この1年間に起きる米国発の事象が、10年後の世界にいかなる影響を与えるか？”..想像力を鍛えるには絶好の局面になるだろう。

**先日韓国を訪問した。1990年に韓国主要企業向け融資審査担当として訪韓以来、同国を定点観測している。**

審査担当時、同国の商品の品質の低さと輸出先の劣化、外貨準備の不足等から、数年内に破綻するのではないかと判断していたが、実際、数年後の1997-8年アジア通貨危機をきっかけにIMF管理下に入った。大企業が次々と倒産し、自殺者も相次ぎ、本当に厳しい再建プロセスであった。

しかし、昨今の訪韓は彼らから学ぶことに目的が転じている。かつて危機後に政財界人と話した時に「われわれは米国人になる」との宣言を聞いた。私の友人もそうだが、英語の得意でない父親がソウルで必死に稼ぎ、奥さんが子供を連れて海外に居住し学校に通うのだ。だから、いまの韓国の30代は英語のネイティブスピーカーだ。転職も当然の文化に慣れ親しんでいる。10年ほど前にサムスンの幹部と面会している時に、「われわれは英語も話せないし転職も考えない世代だ」と言われた。思わず「若手世代が羨ましくならないか？」と尋ねたら、「アジア危機の苦しみを次世代には味あわせたくない。彼らには幸せになって欲しい。応援したい。」と言われたのをいまも深く心に刻んでいる。いまの日本の同世代にその思いがあるか？

今回もサムスン元幹部に会い、あらためて同社の強みの秘訣を再確認した。

「サムスンは人を大事にする会社だ。赤字子会社の経営者に対して業績を詰めることはない。代わりに、“良い人を採用できているのか？育てているか？”、“足りない技術はないか？なければ買っているか？”の質問をひたすら投げかける。」という。いま日本は人的資本ブームだが、その大局は日々の判断やマネジメントの小局に結び付いているのだろうか？

日本の近代史担当の大学教授にも面会した。「最近日本語を学びたいという学生の動機は何だと思いますか？」と尋ねられた。「韓国は会社に入ってからも競争が厳しいので、日本の若者の穏やかでのんびりした環境に憧れるんですよ」と言葉が続いた。そのスローライフはサステイナブルなのだろうか？

どの国にも企業にも課題はある。改善のポイントは、課題を顕在化させ、直視し、進むべき方向性を議論、仮決定しているかにある。異論を隠さずあえて表にして議論できるか？日本にも少しづつ変化が生まれていると感じている。

本日寄稿くださった趙さんは、中国から日本に来て働き、日本企業愛を高めてくれた若者だ。日本が好きだからこそ、さらに学ぶために欧米に留学する。まさに日本の進化を感じさせてくれる。

注) この隔月ニュースの内容をさらに充実させ、発信していきたいです。メールアドレス等の変更は総務企画までお知らせくださいね！

(EAT 代表 岡村 進)

## 「グローバルにおける アイデンティティ」

株式会社 NTT データ  
第三金融事業部 保険  
IT サービス事業部  
課長代理

趙 陽 氏



「Brand Finance 2024」において、世界の ITサービス業界で最もブランド価値がある企業の6位にランクインした。1967年の日本電信電話公社データ通信本部設置からスタートし、クレジットカード決済システム（緑色レシート）をはじめ、日本国民のインフラを支えてきている。日本電信電話公社の出身でありながら、海外進出は無縁なものだとイメージされるかもしれない。意外に、NTTデータはグローバル企業として新しい可能性を探求している。

## 1、眞のグローバル企業になる挑戦

1、眞のグローバル企業になる挑戦

NTTデータでは、アセットを推進している。私個人の理解では、アセットとは単なるシステムではなく、地域のニーズに沿つて誰でも実装できる技術を定義している。地域の属性をなくし「最大公約数」を求めて、「標準化」で生産性の向上を世界中に普及させようとしている。NTTデータは情報サービス会社であり、その業界の性質上「日本」の印象を強く持つ必要はない。情報産業は技術的で未来を象徴する産業であるため、私たちが世界に伝えたいイメージは「革新的でハイテクで世界に貢献する」であるべき。逆に、「日本」というレベルは地理的な制限をもたらすだけで、プラスはないない可能性がある。現代の企業は、例え、東京に本社を置き、米国、シンガポール、イギリスから投資を受け、従業員を抱えている場合がある。そのため、どこの国的企业なのか定義しにくい。もちろん、地政学リスクを考慮して、あえて国名を出さない企業もある。

2、「こと」全体像で考える

日本の企業のグローバル進出は、基本的なパターンとして日本で成功してから、海外に製品またはビジネスモデルを

持つていくことが多い。それは「もの」の考えで行動しているように見えた。つまり、日本市場を特別視し、世界を1つの市場と捉えていない。その結果は、日本では、生産コストの絶え間ない削減とう罵から抜け出せず、価格定義にも苦労している。一方で、欧米の企業では販売価格と利益を重視している。例えば、私が過去アメリカ企業と共同プロジェクトをした時に、アメリカの企業からいくら利益を出せるか数字で示せというオーダーが当たり前であった。システム故障が発生した際に、このバグを直すにはコストがかかるよりは、このプロジェクト全体の利益が減るから直してほしいとの説明方法に変えた。我々が作っているシステムは単なるソースコードではなく、お客様に価値提供しているとの解釈となる。要するに、コストだけにフォーカスするのではなく、全体の価値創造の方法に転換する必要がある。

# What's up?



天神 斎子

EAT ビジネス予備校  
東京クラス (9期生)  
株式会社 NSD

EAT卒業から数ヶ月が経ちましたが、あの濃密な隔週土曜日と一緒に過ごした同期とは、研修時に興味を持った場所へ一緒に訪れたりと交流を続けており、様々な業種で活躍する同期との会話は、今でも私に刺激を与え、新たな学びへの意欲に繋がっていることに感謝しています。

現在、9期生幹事会でB-EATイベント(10月以降予定)を計画中です。日時等決定次第改めてご連絡しますので、皆さまよろしくお願ひいたします。

写真は、幹事会の時の写真です。弓削さん(左)、岡本さん(右)



株式会社人財アジア

〒100-0005 東京都 千代田区丸の内 1-8-3 丸の内トラストタワー本館 20 階  
[TEL] 03-6300-6460 [Mail] [info@eat-star.asia](mailto:info@eat-star.asia)

特別寄稿および What's up? に掲載して下さる方を募集しています。ご希望の方は事務局までお問い合わせのほど、お願い致します。