

～ タイムリーな情報を、いち早く皆様にお知らせします ～

## ◆東南アジアの動き

世界的に景気が良くないように見えますが、現場では景気回復に向けて動きだしています。中でも、最近では中国が東南アジア全体で商売を始めています。ベトナムでは金融は引き締まっていますが意欲的な行動が多くなっています。東南アジア全体にそういった傾向があるため、東南アジアは日本の景気回復と合わせて考えなければならぬ地域産業です。

## ◎東南アジアでの「金・技術・流通」の動き

中近東から東南アジアへビジネスをしに来ており、彼らは東南アジアを投資先という観点で捉えています。

「金・技術・流通」については次の動きが見られます。

○金の問題：中近東からの流れが出てきており、投資が増えた

○技術の問題：日本に期待、日本と繋がりたい

○流通の問題：アメリカを経由して世界の中でビジネスをする

産業ノウハウについては、今まで韓国産業が海外化され東南アジアに広がってきました。しかし、最近では日本の産業のノウハウをいかに日本から貰うか、ということが強く見られます。これは、韓国のノウハウでは物足りず、日本の必要性が出てきたからです。ただし、品質の良さ・技術の特長が求められます。

## ◆東南アジアで広がる日本の「KAWAII」

日本の「KAWAII」はヨーロッパのみならず東南アジアでも浸透しつつあります。

シャーベットタイプのアイスはベトナムでは売れません。しかしシャーベットとは言わず「白くまくん/パンダ」という商品名にして販売すれば売れるのです。これは一種の日本の「KAWAII」に繋がる売り方です。日本のアイスクリームはベトナム在住の日本人に好評で、少しずつではありますが現地の富裕層が買い始めています。

先月、ベトナムでこの「白くまKAWAII」のPRイベントが開催されました。Facebookで参加者を募り、選ばれた参加者にはアイスを試食してもらい、食味感想等の調査が実施されました。その情報結果をもとに販促を組み立てたり、店頭では浴衣姿の女性アイスチームが接客したり、さらに「ミスKAWAII」も募集してPR強化していくそうです。後発ながら日本のアイスクリームは「KAWAII」を武器にブランド普及、ブランド強化に乗り出しました。

## ◆快適な生き方ができる社会づくり

医療技術が進み、ますます人口が増えています。「生かす」ということが本当に医療なのでしょう。少なくとも生きていく以上は快適な生き方ができる社会を作らなければなりません。医療、介護と合わせ、生きがいがある、生きがいがある場も必要です。

## ◎ベトナムで医療・介護事業が動き出す

- ・ベトナムでの実験施設を作り、将来的にはリゾート地へ
- ・ベトナムの富裕層だけでなく、世界からの利用者も視野に
- ・ベトナム企業とのマッチング（土地・資金等）
- ・施設利用者の家族等、滞在するホテルなど施設の充実
- ・東南アジアの若手医師の育成

日本では現状として介護士が不足していますが、10年後には深刻な介護士不足になると思われます。良い人財を育てるためには海外化が必要です。介護は人によってケアの差があり、いかに良いスタッフを確保するかが施設の財産になります。そして介護には医療は絶対に欠かせないものです。それぞれが単体で進めるのではなく、やはり協力して展開していかなければなりません。今回の日越交流大阪大会では日本の福祉関係の企業がチームで参加されました。今後のマッチングが大いに期待されます。

## ◆経営社会の評価観

管理社会と経営社会とでは、色々な面で基本的な違いが多々あります。

## 情報量と考働

5、6割の情報量では管理社会は判断もしないし行動も起こしません。必要であっても起こすことができないのです。経営社会では、必要なときは、例えば数%の情報でも判断し考働します。

## 達成率と評価

管理社会では達成率が99点であれば上出来です。しかし経営社会ではそうはいきません。達成率が100%に満たない99%でも評価は0点です。120%の達成率で期待に応えたことになり、150%でやっと感動される評価の考働となります。(西山)

詳しい記事やその他の情報は、BSOのホームページ <http://www.bso.co.jp> へ

情報てんこもりは、弊社の協働活動（受託事業・企画事業・出版事業）のタイムリーな情報をいち早く多くの方々にご提供いただく為に発信しております。（お問い合わせはshienkikaku@bso.co.jpまで）