

～ タイムリーな情報を、いち早く皆様にお知らせします ～

## ◆日越企業の融合ビジネスモデルテーマが増える

ベトナム国立病院と医療介護協議会の日系医療介護世界展開、LANA と日本の化粧品メーカーとの融合ブランド開発、マンガ研究所と日本企業の日本語場面テキスト開発、ファンティ社 (KAWAII 社) の新時代の市場創造、アミスと日本の食品会社の菓子文化の創造、AMY社との日本式クリーニングビジネスの世界化、カクイ株式会社のモイストマスターの世界化、SHSの日本の雑貨文化の海外化、それぞれの分野で数々の融合ビジネスが進みだし、何種類ものモデルケースが誕生しています。



## ◆JAPAN MEDICAL CLINIC (仮称)

## 開設準備へ

医療介護協議会はベトナムの主要都市から、日本水準の医療設備を保有した個室のある提携病院のネットワークを創る予定です。ホーチミンから始め、ダナン、ハノイ・・・と広げ日本センターと遠隔治療を連動させていく構想です。

◎課題としては、医療サービスの提供が世界的に不足する「これから」の時代に対応するためには、サービスレベルの高い病院を増やすだけでなく、抜本的な病院経営の科学化に取り組む必要を感じます。ハイグレードな医療サービスを効率効果的に提供する21世紀の病院の創造への挑戦はこれまで以上にやりがいを感じます。

## ◆日越産業文化の違い

## ①生産道具を工夫する日本

⇒誰もが同じように生産でき、バラツキの小さい良品が出来る。

## ②日本企業は細かく指示しなくても品質が良い

⇒第一線作業員への品質管理教育が出来ており、品質意識が非常に高い。

## ③戦略的経営考働の下手な日本企業

⇒素晴らしい製品を作る日本企業も戦略経営は不味く、最近やっと良くなって来た。作業レベル:1、管理レベル:10、戦略レベル:100の影響の及び方が理解される様になった。

## ◆これからの時代に挑戦する、ベトナム食品メーカー

ベトナムでは大手冷凍食品会社のサポートに取り組みました。まずは工場移転を数年後に見据え、単純移転するのではなくこれからの時代の冷凍食品メーカーを設計しています。その内容は市場の期待に沿い、個別に対応できるような冷凍弁当が提供できる工場づくりです。市場の変化に合わせて、何をどのように扱い、売るか、商品をどのように作ったら良いか、という考えが必要となります。現在は単品冷凍ですが、「組合せ」という概念が入ってきています。

カウチェ社では個客対応型ビジネスモデルを創り、冷凍カーゴで全世界の市場へのビジネス展開を目指し、10月開催の日越大阪交流大会にてベトナムスタイルの「冷凍弁当」の試食会を開催する予定です。

## 【2014年度日越大阪交流大会】

ホーチミン市商工会議所 (VCCI) メンバーが来日し、日本とのビジネスマッチングを目的とした交流会が開催されます。

日 時：2014年10月23日 (木) 14時から

場 所：ハートンホテル南船場

※詳細はBSOまでお問い合わせください。

## ◆BSOが捉える日本産業の現代的役割

◎日本産業の海外化 中堅中小企業の存続には幾つかの方向があり、そのひとつは海外化です。既存事業の国内市場が委縮している事業を単に補填するための海外化ではありません。品質の差別化だけでは台湾や韓国企業に負けるし、新興国にさえ価格競争で敵いません。日本産業には日本産業の世界的役割があり、この役割と海外現地企業の実力とを融合させたビジネスを創造することが重要です。

◎日本産業の世界的役割のひとつは、モノづくり 標準化の出来ない「気配り」「心配り」の粋のあるモノづくりが日本では出来ます。現在日本製が世界から求められているのには、このモノづくりが少なからず貢献しており、この「気配り」「心配り」のモノづくりを如何に継承して行くかを我々は考える必要があります。

◎集団によるものづくりも特徴であり世界的役割である夢やロマンを共有する事で、指示命令がなくても、多くの人が話し協力し合って価値づくりが出来ます。この集団力は、日本産業の現場力のベースになっておりこれを重要視する産業は、今後も世界的役割になるでしょう。

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