

# 第28回 エコマテリアル研究会

## 中国ビジネスに於けるオペレーティングリストラ

2013年7月4日



ヌウイングバイ2020株式会社

新速佰2020株式会社

代表取締役社長

海野 恵一

# 講師紹介



代表取締役社長

海野 恵一(うんの けいいち)

## 職歴

- 2001年 アクセンチュア 代表取締役
- 2004年 同社 顧問(2005年3月 退任)
- 2004年 スウイングバイ2020株式会社 代表取締役社長
- 2007年 大連市星海友誼賞受賞

## 事業領域

- グローバル化への意識変革と人材育成とアドバイス。
- 経営者並びに経営幹部に対して、研修プログラムや勉強会の実施。
- 中国並びに東南アジアでの事業推進支援と事業代行。

## 著書

- これからの対中国ビジネス 株式会社 日中出版
- 2020年、日本はアジアのリーダーになれるか 株式会社 フォーストプレス

## 39年間の仕事の内容

- 組み立て型製造業 15年
- 素材産業 17年
- 環境(循環社会に向けて) 13年
- 日中関係 32年
- BPO事業 8年
- 研修事業 12年



# 中国に於けるオペレーショナルリスク

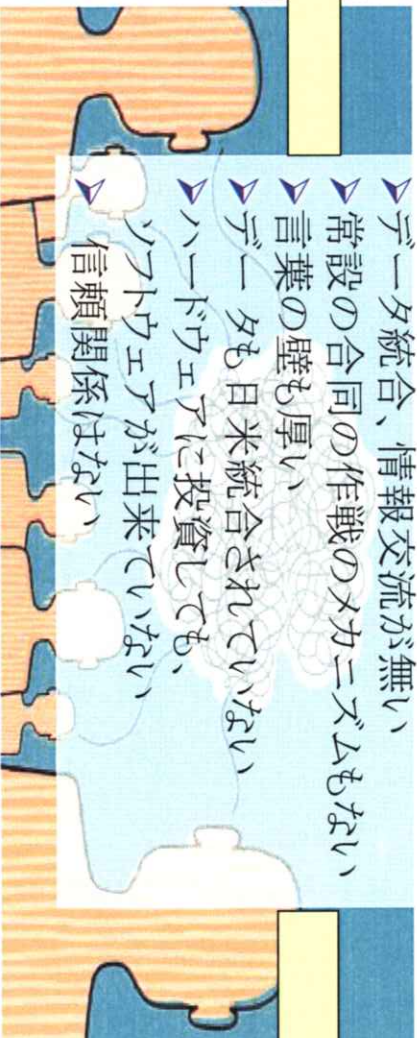
日中の直面した課題	中国に対するアメリカと日本の軍事、外交政策	周辺諸国との領土問題	中国のセキュリティリスク	中国に於ける反日デモ
中国が直面している経済問題	中国マクロ経済とバブル	中国の投資環境	経済制度と人民元切り上げ	資源 エネルギー 環境問題
中国が直面している 社会文化問題	中国の格差問題	中国の一党独裁	中国の文化と習慣	汚職と腐敗
中国が直面している 企業の課題	生産、調達、品質管理、販売上の問題	模倣品と知的財産権	中国の雇用と賃金水準	組合とストライキ
世界的な視点での分析	三十六計	チャイナ・コンセンサス	アメリカと中国との競争	TPP

# 日米同盟はどうすれば違っているのか？

日本にどのような敵がせめて来ても、日本防衛にはアメリカは何も協力出来ない。二国間の計画作成と同様に、常設の合同メカニズムがなく、共通の作戦上の目的に向けての双方の防衛軍の作戦が連携出来ない。非常事態には日米が共同で作戦を行うことができない。

## 今後の日米同盟に於いて、致命的なこと

- ▶ データ統合、情報交流が無い
- ▶ 常設の合同の作戦のメカニズムもない
- ▶ 言葉の壁も厚い
- ▶ データも日米統合されていない
- ▶ ハードウェアに投資しても、ソフトウェアが出来ていない
- ▶ ソフトウェアが出来ていない
- ▶ 信頼関係はない



見直しの必要性

日本の防衛は日本が行い、グローバルの安全保障をアメリカが行う。



# 地政学とは何か

地理的な位置関係が政治、国際関係に与える影響を研究する学問で、地理的な環境が国家に与える政治的、軍事的、経済的な影響を巨視的な視点で研究するものである。歴史学、政治学、地理学、経済学、軍事学、文化学、宗教学、哲学、などの様々な見地から研究を行う為、広範にわたる知識が不可欠となる。

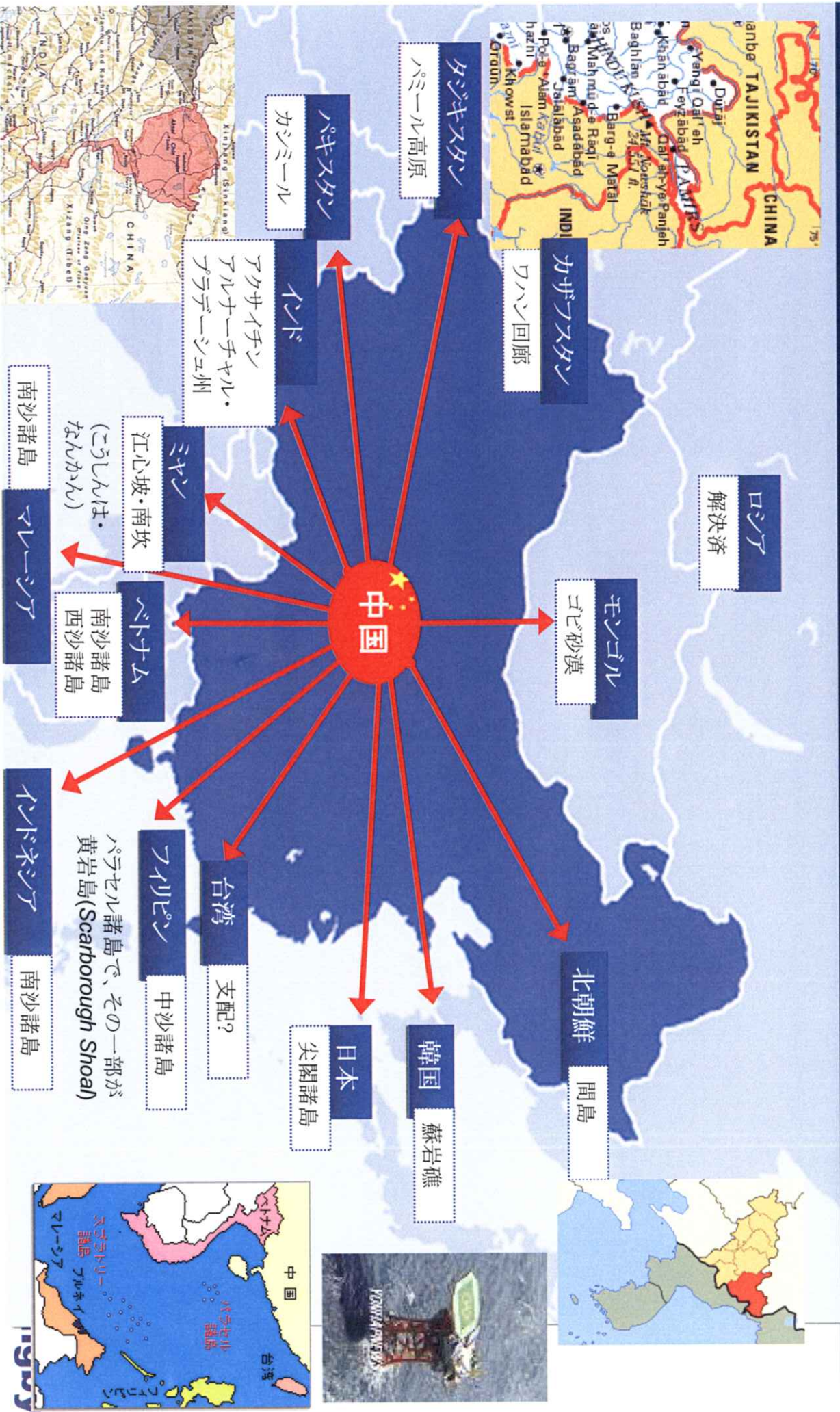
## 地政学13カ条

- 第1条 国際政治は自国の生存と繁栄のみを目的とする。
- 第2条 国際関係は手段を選ばず、損得だけで考える。
- 第3条 善悪、道義は擬装の道具である。
- 第4条 隣接する国は敵国である。
- 第5条 敵の敵は戦術的な味方である。
- 第6条 敵対していても、平和な関係を作ることができる。
- 第7条 国際関係は利用できるか、利用されていないかで考える。
- 第8条 国際関係を2国間だけでなく、多国間的に考える。
- 第9条 決して他国を信用してはならない。
- 第10条 科学技術の発達を考慮する
- 補項 優れた陸軍大国が同時に海軍大国を兼ねることはできない。外国を利用出来るかを考える。自国が利用されているのではないかと疑う。油断しない。

「友好」を真に受けない。徹底的に人が悪いという考えに立つ。

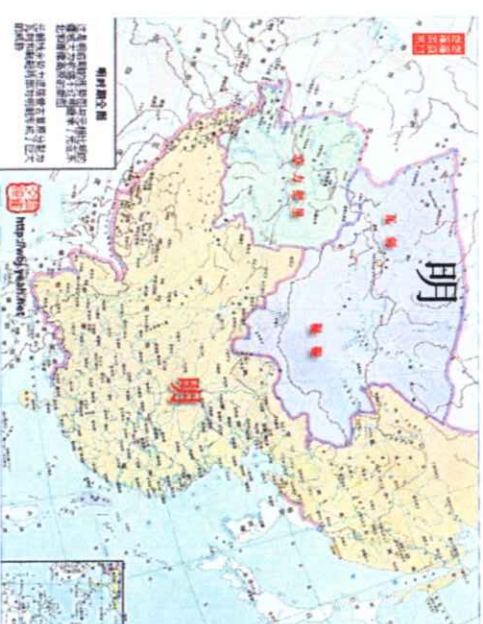


# 中国における国境紛争国



# 中国の各時代の地図

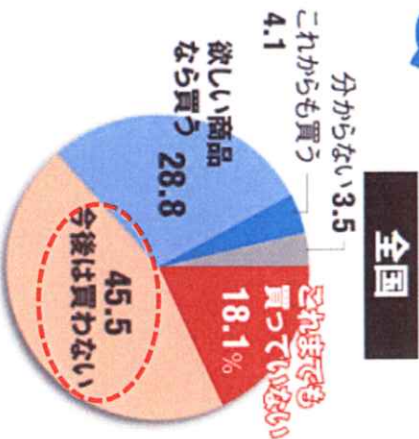
潰れたことはない



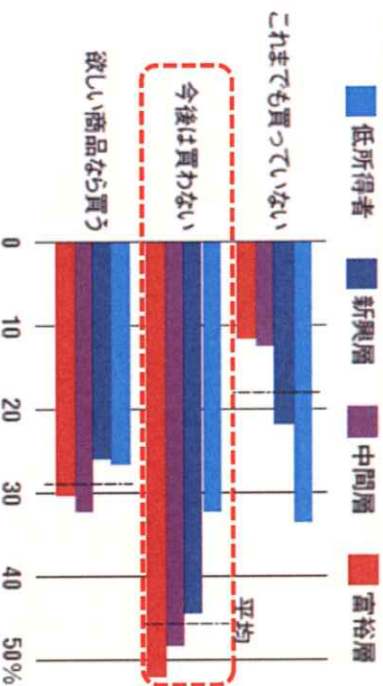
# 中国人の日本製品不買 「事実」と「真意」

日経ビジネスは中国調査会社、Embrain Infobridge Chinaの協力の下、2012年9月22～27日の6日間、中国主要12都市(北京、上海、広州、瀋陽、大連、青島、南京、長沙、武漢、深圳、成都、西安)で、消費の中核となっている20代、30代、40代を対象にインターネットアンケートを実施した。

## Q 日本製品を買いますか？



### 所得階層別の日本製品の購入意識



注：世帯年収が6万元未満を低所得者層、6万～12万元未満を新興層、12万～20万元未満を中間層、20万元以上を富裕層とした

半数以上の中国人は本当に日本製品を買わないだろうか？

日本車が破壊された事で、日本車は当面売れないだろうか？

品質と価格でものを買う。

中国政府の意図通りで動いている。

売れるよ！

買うよ！

