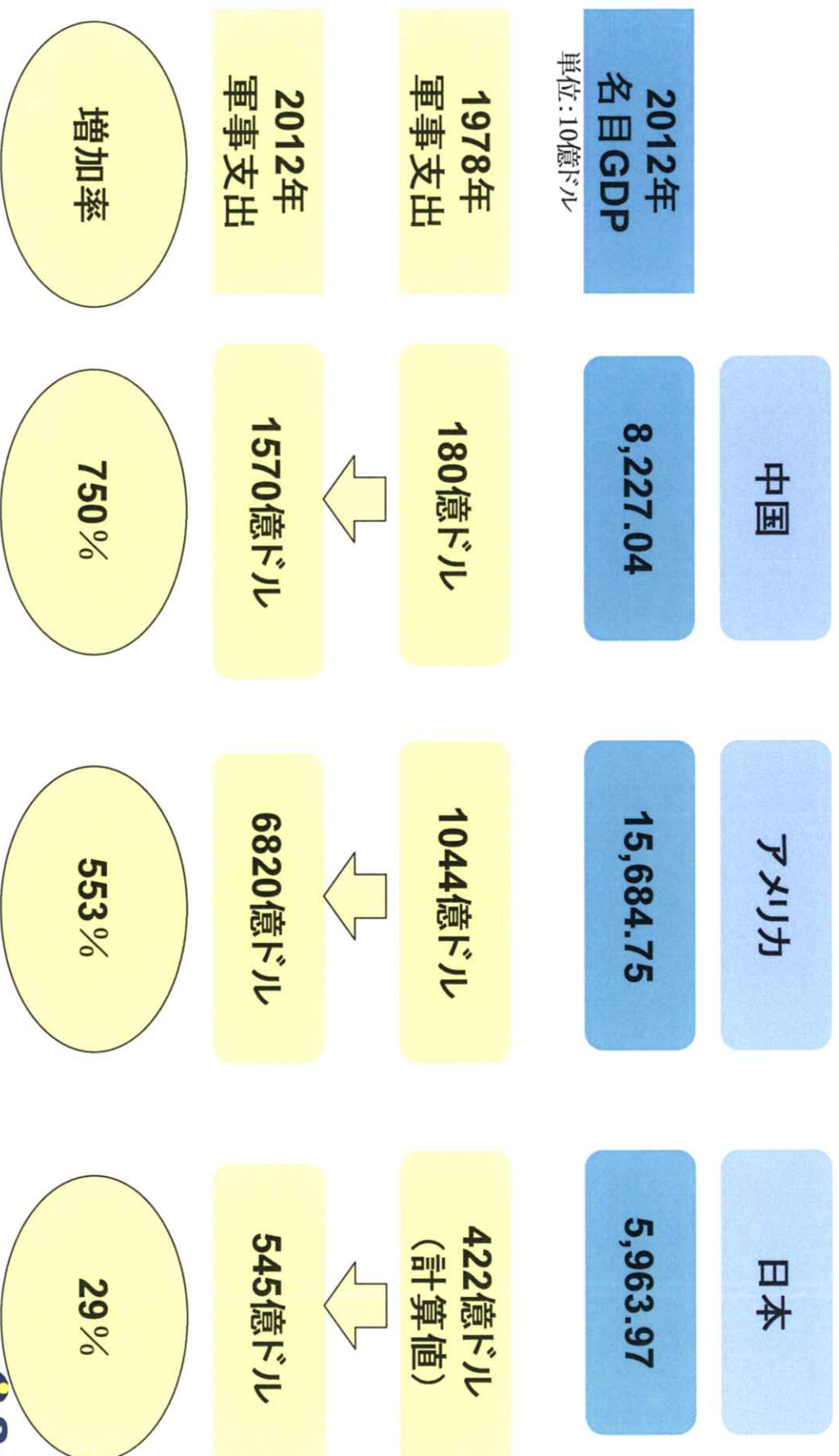


中国の軍事支出の増加率

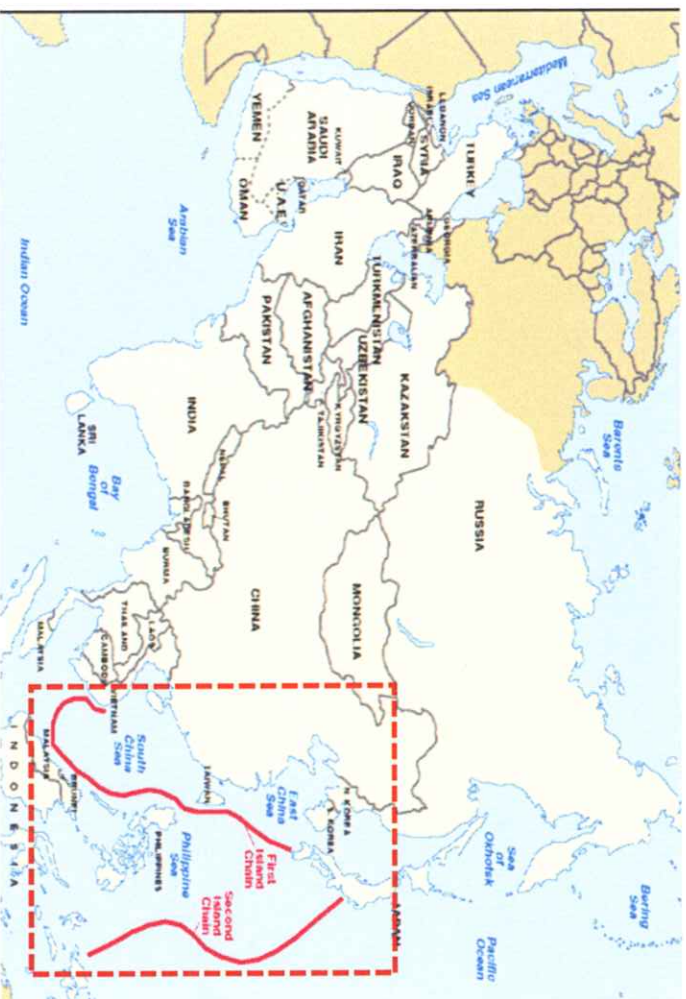
1978年の改革・開放政策以降、中国の経済、軍事、外交の影響力は絶えず急速な拡大を続け、今や世界2位の大国である。



中国の第一・第二防衛ライン

第一列島線および第二列島線は、中華人民共和国の軍事戦略上の概念のことであり、戦力展開の目標ラインであり、対米防衛線である。

尖閣諸島を中国が固執しているのは尖閣諸島は第一次防衛ラインにあって、そこを占領すれば、第一次防衛ラインを突破できる。すなわち、太平洋に中国海軍が展開出来る事を意味する。



→ 拡大



TPPへの交渉国と経済規模

「環太平洋経済連携協定(TPP)」は、太平洋を囲む多国間で域内経済の活発化を目的とするEPAの一種で、原則的にあらゆる分野の関税撤廃を掲げています。今春のTPP交渉への日本の参加表明で、既に加わっているカナダ、メキシコを含め交渉国は計12カ国となり、交渉がまとまれば世界経済の4割を占める巨大な自由貿易圏が誕生する。まさにWTOに代わる世界スタンダードとなる。

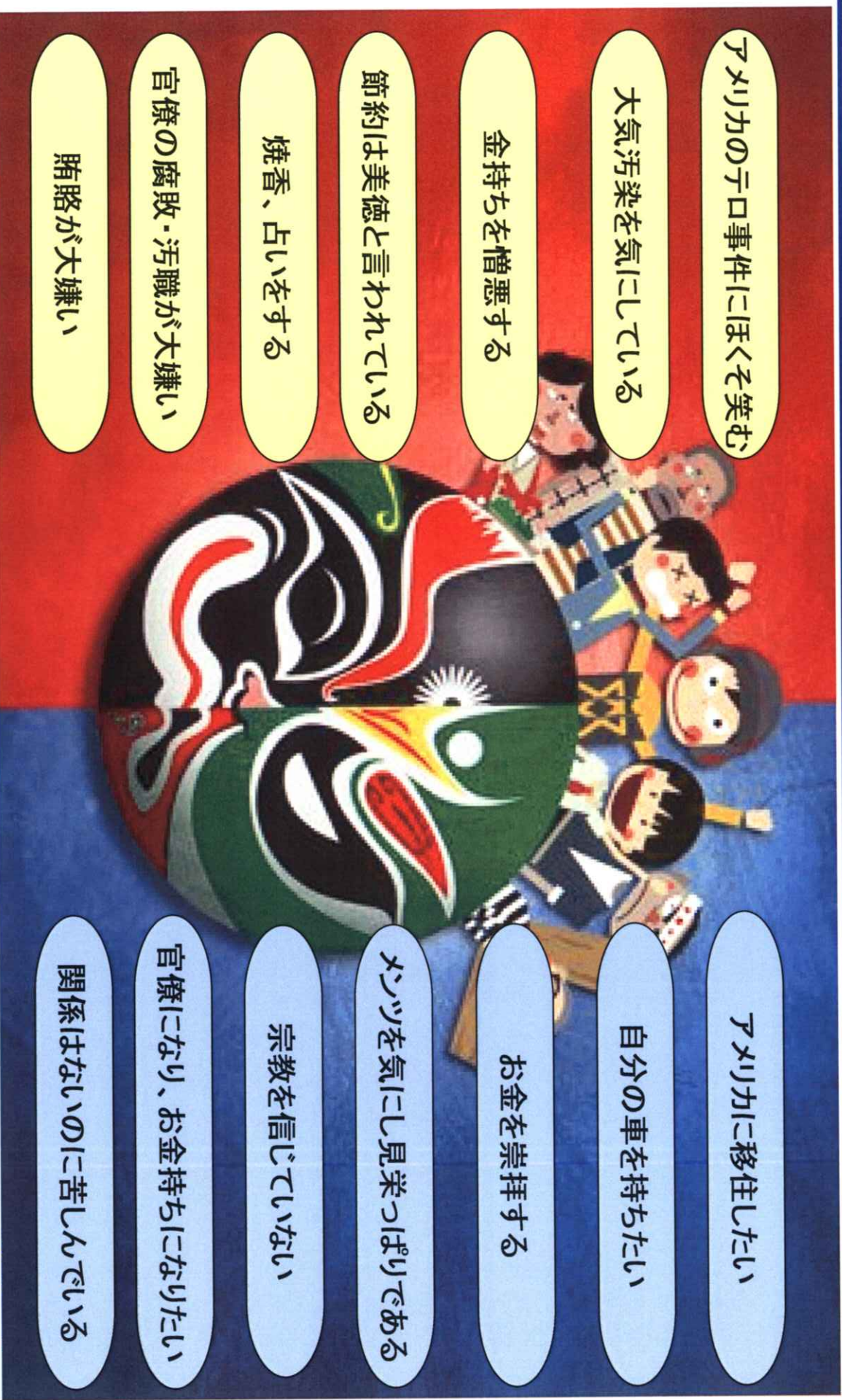


世界経済に占める比率 (GDPベース)

TPP 前身の P4 の 4 カ国 (チリ、シンガポール、 ブルネイ、ニュージーランド)	0.9%
TPP 交渉中の 9 カ国	27%
TPP 交渉中の 9 カ国 + 日本、カナダ、メキシコ	39%
ASEAN + 3 (日中韓)	23%
ASEAN + 6 (日中韓印豪ニュージーランド)	27%
EU	26%

※日本貿易振興機構の資料などを参考に作成。数字は2010年
2011年11月15日付 日本経済新聞朝刊 1ページより

2面性を持った中国人



三十六計

- 第一計 天を瞞して海を渡る
- 第二計 魏を囲みて趙を救う
- 第三計 刀を借りて人を殺す
- 第四計 鋭気を養い疲れた敵にあたる
- 第五計 火を見てこれを奪う
- 第六計 東を指して西を撃つ
- 第七計 無中に有を生ず
- 第八計 暗かに陳倉を渡る
- 第九計 対岸の火を見る
- 第十計 笑いに刀を隠す
- 第十一計 李は桃に代わって枯れる
- 第十二計 手に順って羊を牽く
- 第十三計 草を打って蛇を警む
- 第十四計 屍を借りて魂を返す
- 第十五計 虎を山から誘き出す
- 第十六計 捕らえるために暫く放つ
- 第十七計 煉瓦を投げて玉を引く
- 第十八計 賊を擒えるには王を擒にせよ
- 第十九計 釜の底から薪を引く
- 第二十計 濁り水に魚を捕らえる
- 第二十一計 金蟬脱
- 第二十二計 門を閉じて賊を捉える
- 第二十三計 遠交近攻
- 第二十四計 道を借りてカクを伐つ
- 第二十五計 梁を盗んで柱を換える
- 第二十六計 桑を指して槐を罵る
- 第二十七計 醒めていて痴を装う
- 第二十八計 屋根に梯子
- 第二十九計 樹上開花
- 第三十計 客を転じて主となす
- 第三十一計 美人計
- 第三十二計 空城計
- 第三十三計 反間計
- 第三十四計 苦肉計
- 第三十五計 連環計
- 第三十六計 走るを上計となす

日本企業は未だにローカル企業である

日本企業は世界から見ると「ローカル」な企業だ。日本はローカル文化からグローバル文化へのトランスフォーメーションが必要だ。ここでいうローカル文化とは高品質体質のことであり、高コスト体質のことだ。従前の体質を打破するには、日本企業の製造のあり方と改善の方法を改めて探ると共に、日本の技術だけでなく、多様な開発手法、海外に於ける既存の技術を模索する体制を構築しなければならない。

◎日本企業の課題

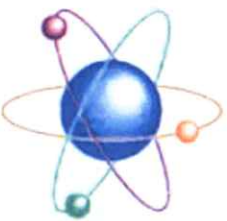
- ・ 高品質、高付加価値を追求してきた結果、高コスト体質になっている
- ・ ジャパニーズ・スタンダードと呼ばれている日本だけにしか通用しない基準がたくさんある
- ・ 感性で仕事をしているので、職務分掌がはつきりしない
- ・ サービス精神が旺盛で、余分な仕事をしてしまう
- ・ 考え方が保守的で、ダイナミックな行動ができない
- ・ 安定志向が多く、チャレンジ精神が足りない
- ・ 「あうん」の呼吸のため、常識の範囲が極めて狭い
- ・ 価値観の違う外国人を受け入れない



モノづくりも人の考え方もグローバル・スタンダードにする

日本独自の技術標準は今後の課題だ。日本標準が高コスト体質を温存してた。日本は、中国のメーカーに比べてコストがかかりすぎる。今の半分にコストを抑えなければ競争に残れない。それがグローバル・スタンダードへの道だ。

技術のグローバル化



- ▶TQC、TPMによる品質改善に問題があった。
- ▶技術者も新たな変化ができない。



人のグローバル化



トヨタの車は中国では高くて高級車しか売れない。エンジンの製造コストが中国企業の2倍もするからだ。

Panasonic

ideas for life

監視カメラを製造しているパナソニック蘇州はすでにグローバル・スタンダードで仕事をして4年になる。品質も価格も日本のものではない。だから世界にシェアを広げている。

①英語と欧米文化の習得は、企業のトップがトップを目指す人材と海外の要員には必須である。欧米の新聞が読めるレベルにまで到達しないと、中国・欧米のトップと伍してはいけない。

②人のグローバル化とは中国人とか欧米人とか台湾人の経営者たちに信頼され、尊敬されることである。人材育成をどのレベルまですればそうした海外の人々から尊敬され、信頼されるのかを、ほとんどの経営者は知らない。だが、これからはそうはいかない。地政学的な交渉のずる賢さも体得しなければならない。

中国に於ける顧客は欧米企業と中国企業と日本企業である

