

韓国進出、マッチングの前に

ソウル支社 稲垣 佐知也

韓国に赴任してから1年3ヶ月ほどが経過しました。引き継ぎやら、なんやらでようやく韓国に落ち着いたかなと思ったのが今年のG.W.明け頃でした。それから韓国企業、韓国に進出している日系企業の方々と色々とお話する機会が増えましたが、まだまだこの国について語れるほどの知見はなく、毎回、コラムで何を書こうか、悩んでいる次第です。

さて、先日、ある地域で日系企業の会合に出席した際、進出した日系企業の事例、及び誘致している自治体の発表を聞きました。

当たり前のことではありますが、韓国に進出している企業はその目的が明確、かつシンプルです。様々なメディアでも語られており、また本コラムでも記述してきましたが、韓国で受けられるインセンティブ、整備され、安価なインフラ、そして主要各国とのFTA締結など、様々な環境が日本と比較して優位にあるのはもちろんですが、それらは二次的なものであり、最も重要なのは「韓国に来て何をするか?」「韓国で何をしたいか?」であるのは言うまでもないでしょう。進出済の日系企業は「それだけ?」と思ってしまうぐらい、シンプルにその目的が語られています。

ただ、残念なことに、特に誘致する側である政府機関、各自治体の担当者のプレゼンでは常にその視点が抜けております。「韓国に来ると土地が50年間無料で使用できる」「電気代が日本と比較して3分の1である」といったビジネス環境の利点は様々語られるのですが、「韓国では○○の分野で□□の技術が不足している」「△△の市場は既に成熟しているが、◇◇の製品によって再活性ができる」など、具体案が乏しいため、誘致される海外メーカー(日系企業)にとっては進出後のビジネスモデルなど、具体的な進出イメージが湧かないようです(そもそも、既に進出している日系企業向けに誘致のセミナーをやる意味が分からなかったのですが…)

一方、参加している企業側にも同様のことが言えるようです。例えば、日韓ビジネスマッチングに関するセミナーが近年、様々な機関を通じて行われておりますが、韓国企業からは売上・販路拡大を狙って、漠然と日系企業と組みたい、日本市場に進出したい、という声をよく聞くのですが、「何を売りたいのか」「何が差別化されているのか」など、具体的な事柄が明確化されていないケースが多いのが現実です。そのため、マッチングの場において日系企業と話をしますが、具体的な案件には進まず、「何となく日系企業と話をしたからまずはOK」という雰囲気となり、成功したのか、していないのか(大抵がていませんが)良く分からぬ雰囲気で終わってしまう事例が少なくありません。

もちろん、それを支援するのが我々共のビジネスではあるのですが、こちら側が要求事項をお願い

しても、なかなか回答を得られず、結局、マッチングの日を迎てしまうことが多いのが現状です。恐らく、セミナーであったり、ビジネスマッチングであったり、その場に参加することが一つの目的となってしまい、そもそも何のために参加するのか、大事な戦略の部分がおざなりになっているのではないかと感じております。

日本と韓国という、一見、世界ベースで見ると似ている市場ですが、実際に韓国企業と付き合い始めるに非常に細かいところで違いがたくさんあることに気づかされます。逆に、こうした違いがあるせいで、普通であれば当然気がつく点を見逃してしまったりすることもあります。上記などはまさにその典型であり、海外進出、日韓マッチングという大きなテーマに目を奪われ、これらはツールでしかないのに、いつの間にか目的化してしまっているようです。

韓国に赴任し、2回目の冬を迎えつつあります。日本への進出を考えている韓国企業、韓国への進出を考えている日本企業、また、提携などマッチングを考えている企業の方々が「クドい」と思うぐらいに、我々も「事前の事前に」これらのことと明確化し、韓国進出やマッチングに関する意義、目的をきっちりと参加企業に伝えていく必要があると、改めて気づかされました。今後も、より冷静で客観的な情報を伝えていき、成果が出るようにお手伝いさせて頂きたいと思っております。

さて、Yano E plusでのコラムも今回がひとまずは最後となります。2013年1月号からは、韓国ソウルから再度、本社のCMEO (Chemicals, Materials, Electronics, Optics) 事業部へYano E plus編集部が異動し、編集長も稻垣佐知也から日栄彰二へ交代となります。

編集長としては2008年4月にYano E plusへリニューアルして以降、できるだけ話題性を持ち、ホットな分野を取り上げるよう注力してまいりました。時には景気・業界の指標となりうるような定番テーマも掲載し、これまでの市場の流れも把握できるよう努めてまいりました。

なかなか読者皆様のご意見を全て吸い上げて誌面に反映させることは出来ませんでしたが、これまでご購読を続けて頂いた読者の皆様に深く感謝を申し上げると共に、2013年以降、新編集長によるYano E plusも引き続き、宜しくお願い申し上げます。

皆様のビジネスがさらに発展することをお祈りしつつ、ご挨拶に代えさせて頂きます。

執筆者略歴：稻垣佐知也

2000年、㈱矢野経済研究所入社。レーザーやLED、光通信用部品、レンズといったオプトロニクス分野、コンデンサ、PCB、水晶デバイスなど電子部品など、エレクトロニクス関連の部品市場に関して一貫して調査研究を実施。近年はリチウムイオン電池を中心にエネルギー関連の調査をメインに担当。