

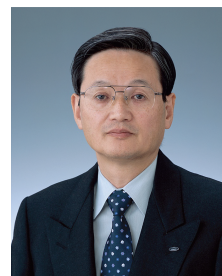
海外グローバル拠点構築、オペレーションの実態 —海外赴任28年間で体得したこと

菅野信行 氏

株式会社ビジネスコンサルティングプロモート 顧問、元シャープ株式会社 専務取締役 中国本部長

講演者

1971 年東京外国語大学イタリア語科卒業、同年シャープ株式会社入社。1980 年コートジボアールへ西アフリカ首席駐在員として赴任の後、1985 年米国の販売会社へ電化営業部長として出向。更に、1990 年イタリアの販売会社・社長、1995 年香港の販売会社・社長、1999 年英国の販売会社・会長兼社長を経て、2001 年 欧州統轄兼販売会社会長（ドイツ）に就任。2003 年一旦帰国、シャープ株式会社・電化事業本部副本部長を務めたのち、2005 年中国統轄兼販売会社会長として中国へ赴任。2006 年取締役海外事業本部副本部長兼中国統轄、2008 年常務取締役海外事業本部長を歴任、2010 年中国本部長として再度中国へ赴任。2011 年専務取締役 中国本部長を務めたのち、2013 年退任。現職に至る。



歴史を振り返ると、日本のビジネスの海外進出は、まず商社が先頭を切り、その後自動車や電機・電子などのメーカーがあとを追う展開で進展。とりわけ、エレクトロニクスにおいては、1980 年代半ば、欧米での貿易摩擦回避のため、従来の国内生産から徐々に現地生産化への移行を余儀なくされる時代に入り、また、韓国・中国・台湾メーカーなど東アジア勢力の台頭による価格競争激化のため、1990 年代には中国、タイ、マレーシアなどのアジア各国での生産に大きくシフトせざるを得ない状況に追い込まれることになる。更に、販売においても従来の欧米一辺倒の市場から成長著しい B R I C s に代表される新興諸国へと、そのマーケットは急激に世界各地へ拡大し、いわゆるグローバルビジネス時代を迎えるに至るのである。一方、日本の課題として、経済の 10 年以上に及ぶ低迷とともに長期的には少子高齢化に伴う日本市場の漸減的縮小が見込まれる中で、従来はドメスティック産業と見られてきた小売業、飲食業、不動産業などの産業までもがグローバル進出を図る時代を迎えている。

このため、多くの企業で、グローバル化に向けた努力が急激に高まり、加速化してきた感があるものの、国ごとに民族、言語、習慣等も異なり、従来の延長線上では思うようにコトが進まない事態に遭遇するケースも多々見受けられる状況にある。また、これに対応できる所謂グローバル人材の養成も喫緊の課題とされているが、なかなか容易でないのが現状ではないでしょうか。今回はシャープにおいて海外事業一筋に 43 年間、7 つの国と地域（米国、ドイツ、イギリス、中国、イタリア、香港、コートジボアール）に計 28 年間過ごされ、海外拠点構築やマネジメントの最前線で活躍されてこられた幹部をお招きすることになりました。ビジネスや生活の現場で直面された貴重な体験から「グローバルビジネスとは」、「グローバル人材とは」、その本質に迫る話を直接語っていただきます。

日時 2015 年 10 月 5 日（月） 17 時 30 分～（19 時頃から懇話会）

場 所 京都大学デザインイノベーション拠点（K R P 9 号館 506）

<http://www.design.kyoto-u.ac.jp/access/>

対 象 京都大学教員・学生、デザインイノベーションコンソーシアム会員、一部招待者

定 員 40 名程度

参加費 無料（懇話会 1000 円）

主 催 京都大学デザイン学大学院連携プログラム / デザインイノベーションコンソーシアム

運 営 貫井 孝（京都大学デザイン学ユニット特任教授）

申 込 <https://pro.form-mailer.jp/fms/18e046e382381>（事前申し込み要）

締 切 2015 年 9 月 25 日（金）

問合せ デザインイノベーションコンソーシアム 事務局

京都リサーチパーク（株） 山口

メール：info@designinnovation.jp

電話：075-315-8522