

information catch

アジアでもう一花咲かせませんか

ブレインワークス

先日、60代前半の創業社長と酒を飲みながらメコンエリアビジネスについて熱く語り合った。場所はホーチミンの発展著しい新興開発地区のひとつ「フーミーファン」。中心地1区からは車で15分程の場所だ。その方は、ベトナムで新たなビジネスに挑戦しようとしている。ベトナムの空気を肌身で感じ「ワクワクする」と興奮気味に話す。まだまだ、ここではチャンスがたくさん転がっている。そう実感したという。

前出のフーミーファンは、昨年ビジネス誌「東洋経済」が特集記事の中で「東洋のビバリーヒルズ」と表現したエリアだ。それはあまりにも誇張しすぎだろうと思うかもしれないが、1度来てみると理解できる。先進国のような美しい風景が街中に広がり、夜になればイルミネーションが若いカップルたちのムードを盛り上げる。飲食店は日本料理店はもちろんのこと、さまざまな国の食事を楽しめるよう数も豊富だ。今では、ホーチミン

が堂々と自慢できる観光名所となってきた。

最近では、ビジネスチャンスを模索するための視察が増えてきた。訪れた日本人経営者もこの場所に足を運ぶようになっている。このフーミーファンという地域は、ビジネスチャンスのヒントがつかめる場所となっている。

私たちはホーチミンに拠点を構えて約15年になる。そして、現在のオフィスはこのフーミーファンエリアにある。視察で訪れる日本人の方々にはこう説明している。『僅か3年前までここは沼地だったんです』。こう説明すると、私と同世代かそれ以上の方々には昔に思いをはせ、一様に目を輝かせる。経済成長期に差し掛かった頃の日本を想起させるのだろう。何もなかった更地に、家が建ち、ビルが建ち、街ができていく。皆が明日は今日よりも良くなると信じてやまなかった、あの時代を。

昔の日本とアジアの発展のプロセスは違うが、新しいものが生まれ、日々進化している環境にいると刺激を受け、心が躍るものだ。しかし残念ながら現代日本の多くの若者にとっては心躍る刺激にならないらしい。生まれ育った先進国である日本と比べれば、発展の遅れた場所は魅力的には映らない。不便だし、不衛生。気候も違えば、文化も異なる。ならば、「アジアでのビジネスは大変。しば



フーミーファン地区のクレセントモール

らく日本にしよう」となるのだ。

一方、私と同世代かそれ以上の方々の反応は全く逆だ。今まで悶々と先行き不安を抱えていた人が、瞬時に変わる。「夢よ再び」となる。つまり、もうひと花咲かせたいと思うのだ。ベトナムなどは特にその対象となりやすい。ちょうど日本の昭和30～40年頃くらいだろう。現地でも日本を創ってきた技術力、ノウハウをプロから学びたい、という声は強まっている。アジア各国の日本に対する信

用力は極めて高い。日本が戦後わずか期間で世界第2位の経済大国に上りつめた、その技術力とノウハウを誰もが知りたがっているのだ。今何も行動を起こさなければ、残念ながらこういうノウハウを持った人たちも、あと10年もすれば、第一線から完全に離れていく。そういう意味で、日本としても時間はそう残っていない。そう。実は、日本がもうひと花咲かせるチャンスは今しかないのだ。

(談)

近藤 昇(こんどう・のぼる)

ブレインワークスグループCEO

1962年徳島県生まれ。神戸大学工学部建築学科卒業。一級建築士、特種情報処理技術者の資格を有する。現在は日本、アジアをとりまわりメイドインジャパンの商品だけでなく、日本の技術、ノウハウ、品質、工程管理などあらゆる日本ブランド「JAPAN STYLE」ビジネスの創発・拡大を行っている。

<http://www.bwg.co.jp>

