

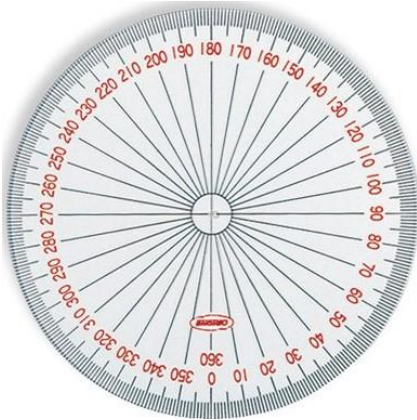
裸で育った国 と 裸足で歩いた国のお話し

初めまして～～ コラムの はじめに

私の人生観から (´_`)☆

人生のモノサシ と、言えば

あなたは どちらのモノサシをイメージされますか？



人生のたとえ路

私は活かされています。

人生の何センチのところに？居るでしょうか？あと何センチ？

楽しく生きる 活きた生き方をしてきたつもりです。

やりたい事、して生きて生き続けています。そして目指したモノを無から有体にする事に、完了したのが丁度、目標の 75 歳の誕生日に仕上がりました。

で、私のモノサシではそこから「構築過程から継承過程」へと進んでいます。

私のモノサシは円形なので「接地点」は日々、いつも「0」なんです、いつもです。

失敗が無いのです。人生路の終焉がいつなのか？不明の人生路の過程で良くないデータの収穫を蓄積しているだけの事。

《 福沢諭吉先生のお言葉 》

天がすべての事には季節があり 全てのわざには時がある

往時すでに無く 今は瞬時に過ぎてなく

未来もいまだ来たらずして無く 案じる要もなし

・・・これから、私が日々「0」で歩いた路の中で感じたことを綴っていきたく思います。

その時、その時、今の時のままに思い付くまま自然体で書きたいと思いますから支離滅裂なコラムになると思いますが、ご容赦ください。

お読みに成っていただき、必要なところが御座いましたら 1Point でもご参考にして戴ければ

私は皆様によって 活かされる事になります。

テーマの主題は《 自然体 》を以て海外との接し方をテーマにしたいと思っています。

資金節減で最大のリターン・時間節減で最大の効果・リスクヘッジを主点にして。

宜しくお願いします。

2021 年 6 月 24 日

文化と OS とビジネス

海外ビジネスで 騙された！と、言うなかれ！です。

なぜ？騙されたと思いますか？

パソコンの OS は日本語バージョンです。

海外はその国の言語のバージョンです。

お互いに相手の OS に母国語を入力すればどうなりますか？・・・文字化け！！

そんな、文字化け状態で「解った！良い友達！家族！」なんて、日本文化的にイメージして勝手に踊ったのは自分ではないのでしょうか？

相手を知る。自らを知ることが出来ていないからではないのでしょうか？自業自得では？と、私は認識しています。100%の悪人ではないと認識しています。

では、どうすればよいか？

私は自分の為、日本の為、に下記のスキームを構築運営しています。



つまり、弊社の Vietnam 法人を設立してグループを構成しました。

そして、日本側の弊社と弊社にご協力体制の日本企業様たちを一体にした法人体制を組織しました。

日越一体した法人はコンプライアンスの問題も日本は日本側、ベトナムはベトナム側の法人格と現地の事業許認可を共有して活動が可能です。

つまり、関連企業間の取引と位置付けて活動しています。

法人格も事務所もスタッフも事業網も、可能な限り共有しています。

他所の土俵で相撲採る時は他所の禪をつかう！ことです。

創業時は特にこのスタイルをお進めします。

ダメでも損失は「市場調査費」の扱いで済むはずです。

事業成果を確認してから「独資」で展開されることです。

（日本の文化は自前主義です）から、この発想は中々ご理解を得られませんが、、、OSの違いも判らずに自前主義も無いと思います。

自前主義の方々の為に弊社団が先鞭を付けていますから、上手にご利用いただければ《コストカット&リスクヘッジ》は充分可能です。

日本人は海外から見れば「言われたら言われたままにやる」カモです。

お互いの度量に合わせて WinWin で進めることが本当の相互利益につながりますね。

生産・出店・人材採用・市場開拓 etc すべてに通じる事と確信しています。

次回コラムは 少資金で可能な FC 出店法のひとつを書かせて戴きたく思っています。

文化から見えるもの《ゴキブリホイホイ文化》

その国の文化をすぐに理解できるモノは？

① 城郭を知る ②武術を知る ③食文化を知る ことで特質を理解することが出来ます。

【城郭の構えの違い】

日本のお城は お濠を巡らし、城壁を構えて「敵が入らないように：事前対策」型です。

中国のお城は お濠も城壁もありません。

敵が攻めて来たとき、多くの城門は堅固なのですが、そうでない城門があります。

この城門に入った先は袋小路に成っていて城門を閉ざされれば餓死する以外にない状況です。

この戦略は

★市場開拓した時から現在までの中国の進み方に見えます。

1. 解放時は労働者と土地は豊富ですが設備・技術がない。

解放当時、海外から「なんでもOK」の政策で 簿価のないモノでも持込なんでもOK！

投資も海外事業者なら「どなたでもOK」でした。

2. . . . 海外事業者は簿価のない設備など持込めば生産力が回復して簿価も発生します。

労働力も得ることが出来、生産品も何とか出来上がります。

. どんどんと海外から中国へ人も企業もゾロゾロと入ってきました。

まるで、ゴキブリホイホイに 吸い込まれるようにです、、、。

3. 動けばよい設備を使ってですが人民は「生産ノウハウを学習」出来ました。

その後、撤退事業者も多くありました。

しかし、持ち込んだものを持ち帰るのは価値に相当しないので置いたままで帰国します。

教えた知識は「返却不能」です。

この様に中国とすれば「戦利設備」と「戦利知識」での経済活性が基盤でした。

（国営企業も民間企業も同じ）

4. 上記の第一段階が済めば次の政策は「質の良い設備、企業」を呼び込むために旧年式の設備の持込に制限を掛け、関税を高めて「中国国内で調達」に誘導しました。

. 状況がここに来れば中国の消費力も高まり、経済発展も承知の通りです。

あとは「中国式の我田引水の論理と施策」を以て現在のとおりです。

5. しかし、中国は急激な成長のお陰でいびつな国内、国際状況で行き詰まり感が出てきましたから、今度は世界中のお金を集めようと「中国主導の世界銀行」を提唱して現在に有ります。

6. 元来、成長のプロセスを持たない国であり、節度を持たない国であり、一帯一路政策と貧民国への過剰融資、投資、沿岸部への進出意欲、海洋の覇権を地球規模で進んでいる国以上、城郭の違いを知ることからも中国は「取り込み方式」ですから日本の国内（城内死守）」方式とは正反対なのです。

日本人は「真に受けて」取り込まれていくのが国際的にもその傾向がありますから絶対注意と自覚が必要です。・・・>日本には「柔ら」の術がありますから「柔ら術」を組んだ対応を使えば対峙可能なのですが、、だれも、使わないですね。

その点、ベトナムは「どこの国と戦争しても負けたことが無い国」である国民性であることを決して侮ってはならない事も日本人が学習しなければならない事です。

私はこの学習から、海外事業《コストカット&リスクヘッジ》のスキームを構築して提供して活きたく思う次第です。 次回に②「Yes と何故言わない?!」③を続けます。

② 武道から見えるもの（相手の力を逆手に取る“柔ら”）

外国と日本の文化意識の違いは 武術の基本 を観れば一目瞭然です。

この体感を以て外国と向き合う事、話し合う柔軟性を自前主義の日本人は不得手みたい。鋸だって、、外国は【押切り】日本は【挽く切り】ですね(^)o(^)

格闘技で外国人と組めば【押す】、日本流は【引く】に有りますね。

しかし、日本には【柔らの術】が、有りますから【柔は強を制す】。なんですがビジネスでも外交でも 柔らのような懐柔さが見えませんか、、、、～～～。

※ 日本は懐柔差が無くて、いつも押し込まれては「対応」に終始していますね。

つまり、【受け身】に終始しています。なぜ? 「やわら」の極意を使えないの???

商談、交渉時もそうです!

なぜ! Y E S と、言えないのかな?

交渉相手から「・・・出来ますか?」「・・・やりますか?」「OK or NO?」と聞かれれば、日本人は必ず! 「いや、、持ち帰って稟議掛けてから」と、即答できないことが主導出来ない原因に成っています。・・・>言えない事から「受け身に回ってしまう」ことです。

相手は即答しないから「・・・稟議はいつある?」「結果はいつ呉れる?」と、質問の矢を一杯飛ばしてきますね?、・・・・>ここで、「返答する側」に立ってしまっ、押し込まれます。

★「いや、、持ち帰って稟議掛けてから」と、言わずに即座に【OKですよ!しかし、OKしてもあなた方は・・・・のようなこと、問題点をクリアーできますか?、その問題点を帰国して、伝えますから OK ですか?】と、柔ら術を使えば、その時点から日本が以降、主導権を以て【押し込む側】になります。

(日本国内の日本人同士でもお試しされて見られたら?)

ゴキブリホイホイ型、城郭の構え、武道、鋸など すべてに 向き合い型が正反対です。

この違いを熟知して 対峙しなければ 日本の潔白、自前主義では「騙された」と愚痴が出てしまうことになります。

騙されたとは言い難く、「勘違い」「自前主義での思い込み違い」と、言わざるを得ないのでは？ないでしょうか？

③食文化を知る 戴きます と ご馳走さま

外国文化と日本文化の基盤や体制の違いは 全く正反対だと言うことが顕著な事を書きました。

パソコンの OS の違いが「双方が文字化け状態」を忍て無理に認め合うことを知的と勘違いしていませんか？

食文化を観るだけでも判然としています。

中国は「食材が陳列」されているのをお客さんが調理人に「食し方、調理方法」を注文して食しました。ですから、「調理人」と言います＝ご馳走様となりますね。

日本は「調理師が創作した・味」を戴きます。

うだうだ、申し上げなくても日本料理のすばらしさはご存じですから、、食材の新鮮味と食材の特質味を 最高に美的に仕上げる「調理法＝人食文化」技術を以て私たちは調理師の傑作を食させて戴きますから＝戴きますとなりますね、、(^_-)-☆

日本式は「自分の料理を個人個人で注文」しますが「中国ベトナムは皆で取り合う」って食べます。

つまり、攻めと受け身の文化基盤は正反対なのですね。

ベトナムには食文化に類するよりも「煮る・焼く」の素朴な食生活が存在しますから「満腹」が最大のご馳走！空腹を無くす結果重視です・結果を追求します。

ベトナムは何処と戦争しても「負けない」事が特質ですね。すごい国民ですから日本国民とは別次元の意識文化が有ります。

食卓の 長方形や楕円形の食器を配膳する場合、日本は卓の長辺に添って食器の長辺を平行に置きます。

お箸も同様です。ベトナムは逆です。

卓の長辺に直角に食器の長辺を配膳します。

日本は 鍋でも個別に食材の味を損なわないように、一品、一品、順番を大切に鍋に入れます。

ベトナムは「一度に全部、ブッコミ」ます。

麺は鍋に入れますが、ベトナムは食器に麺を入れてから鍋のスープを食器に注ぎます。

相手を知り、己を知る、、そして、柔らの術で意を纏める事が大切だと思います。

万人が目指すもの

糧を得たい為に「売りたい・売りたい」を先行しない事、相手に押し込もうとしない事。

顧客の開拓は 自分を押し込むのではなくて「相手の欲しいこと」をお聞きして対応する。

この感覚なら街中、至る所にお客様は居られます。

街中に「広告や看板」があふれています。

「広告や看板」は何の為に有るのでしょうか？クライアント様は「売りたい」為ですね？

では、「売らせてください」を申し入れればお客様に成っていただけます。

簡単では有りませんが「相手のニーズに応える事」はお客様が契約していただく「動機お興し」につながりますね？・・・・これは考え方取り組み方の **ひとつ** です。

つまり、契約して頂ける【動機お興し】の必策を考える事でしょうね。

「カメラが欲しい」お客様の希望が有れば「メーカー・機種・色・その他ご要望」を聞き取れば「その対象品を1点」だけのご提供で充分、成約可能ですね。

在庫も不要です、先仕入れも不要です、在庫処分も不要でしょう。

とにかく、自分のものを売りたい場合でも「お客様の心情など汲み取ること」が必要でしょう。

幾ら製品の良さを説いたところで「売りたい商品は全て良いこと」のみ、アピールばかりしていますね？！、、、押し込む事は意味が無いですよ。

商品を必要とされている「気持ち」をいただく事が先ずは大切です。

受け身で行きましょう～～(^_-)-☆

私は海外のニーズ、日本のニーズにをまとめたビジネススキームを次回に開示したいと思います。

FC の開設

外国と日本では思考回路の OS が違う説明は前回でお話ししました。

日本人は多大な費用と人件費と時間をかけて 市場調査をします。

海外の文化を認知しないままに「データーと聞き取り」中心の市場調査です。

、、、実態認識が無いですね。

そのデーターや実務をしないコンサルの資料分析を基に確信が無いままに多額な資金を先行投資してしまいます。

銀行は担保を確保して「貸し付けが本職務」ですから、尻馬に乗る支援をします。

ですから、リターンの計算が最優先です。(信用して乗ったらあかんのね、、、)

また、アドバイスの専門家って、、海外勤務が数年以上と肩書だけでアドバイスの先生に成ってますよね。

海外現地工場で工場長を長年されていた方に「マーケティングのノウハウは有るの？」疑わしいです。

工場内の事ならプロフェッショナルでしょうが、、日本本社から親方日の丸で現地勤務してお金の苦労もなく、、工場外では〇〇娘の尻を追いかけて、チャホヤされて酒飲んでる人が少なくないですね。(もちろん、まじめな方も多いですが、、堅物でも困ったものです)

さて、多額な資金を確信無く FC 事業に投資しなくても可能な方法はいくつかあります。

この方法が適用できない業種、職種もありますが、、。

先ずは殆どが可能でしょうと考えています。

事例として飲食店舗 FC を挙げてみますが美容室や農業に至るまで可能です。

★まずはFCにしたい「業務」を教える教室を開室します。

(資金の使い方、開室方法、許認可なども実務 level で別途、お話しします)

★生徒募集します：

入室申込者はお金を払って来るわけですから申込者のニーズは日本事業を開業したい目的が明白です。

★教育修了者は、間違いなく開業したいわけですから10人が修了すれば10店舗がOPENします。 フランチャイジーが出来ました。

日本ブランドを活かす方法です。

農園だって、現地の有閑リゾート施設を活用して「農園運営」とリゾート施設に「日本の中高年者の癒し施設」を活用し、その就労者はベトナム人の介護就労希望者の研修者で賄います。この事業に日本の介護事業者が協賛します。

など、など、資金投下も少なくて実益に寄与します。

現地のニーズと実態を知ることですよね。

偏った日本意識は間違いのもとですよ。

『お前が悪い！！』アリキ！！

2021年6月28日

【本人が言ったことを根拠に思いやりを一杯かけるのも思い過ごしになりますから】

香港社会では「密告奨励」と思しき告知がなされています。

社会主義国は社会の隠された風潮にはこの現状があります。

従って、社会に住む人々は「家族しか信用できない」気質を持っていますからミーティングやコミニティーの場で忌憚ない話を交換する、意見を言うことは期待できない状況です。にも、関わらず自由主義国の方々は「信頼を原則」で接します。

日本文化には「潔く」「立つ鳥、後を濁さず」など、受け継がれている社会と人間性を基盤に持っています。

しかし、上述の環境の人たちは「お前が悪い！お前が悪い！」を自衛の根拠に離別などの根拠にします。

その為には自衛手段として「お前が悪い！」の論点の整合性も何も当り形振り構わずに並べ立てるのです。作り話も平気ですね、言ったことも「えっ？言わないよ」は常時の事です。

皆さんが「日本に住みたい」と、言う根源は「社会環境の違い、憧れの社会環境」に有るのです。景色や街がきれいな事が第一順位では無いのです。(^-)-☆

日本社会は「過ちを犯した人」に対しても弁護人を含め、ボランティアの人権擁護団体の方々も「過ちを起させた原因」は何か？その原因を作ったのは誰か？その人は防犯対策を取っていたのか？対策は適正だったのか？・・・、などなどの対応も取られています。

日本の意識と、比べられていかがでしょうか？

同じ、OS 環境としての思いやりは決して「善かれ」に通じない事にお気づき戴けたでしょうか？

【本人が言ったことを根拠に思いやりを一杯かけるのも思い過ごしになりますから】

本人が『なぜ？そう返事したか？』を、今一度お考え頂くことが大切です。

そのご検討の尺度は『そのことで、本人のメリットは何に反映するか？』を見極めて戴きたく思います。

本人のメリットとは直接的に金銭に関わるか？その他、なんでしょうか？

要は「言った言葉」が重要ではなく「メリット」を知ることが一番の大切な事であり、彼らはメリットを

得るためならその場限りの目の前の「言動」に走っている事だと思慮を巡らせて真意をつかみ、真意に添う

手助けをすることが的を得ていることになります。

なんだか、心理分析のようで烏滸がましいですが我々、戦後から現在の日本まで社会のプロセスと若き時代に

憧れていた物質的な欲望を思い起こせば難解ではありません。(^)o(^)

【真の思いやり】

2021 年 6 月 28 日

過酷な労働条件を見る

給与対応の就労時間の設定には日本の労基法を基に問題なく行われていると思います。

しかし、就労者に給与対象外の「時間設定」に過大な負担を掛けていませんか？

つまり、社宅から会社～現場到着時間が 1 時間以上もかかる場合に（帰路も同じ）往復時間は給与対象外にしているませんか？

この部分は外国人の『頑張り意欲』を都合よくただ使いしていませんか？

一概には言えませんが時と場合により往復 3 時間前後を無報酬にしているませんか？

個々の点は善処が必要と思われますがいかがでしょうか？

思いやりとは きれいな部屋に住ませたり、遊びにつれていくことも行われますが

母国の家族を代表して稼ぎに来ている人には併せて「家族のお腹が膨れる事、家族の生活環境の向上」に

気遣ってこそ、真の思いやりと思います。

宜しくお願いします。

.....

★私がコラムを書きたいのは海外市場では「日本人気質」がリスクを負う性質だという事。

視点、観点を少し変えるだけで 身近に市場開拓が可能であることの参考にして戴きたい事です。

【プロフィール情報について】 コラム執筆者として情報を登録致します。

下記をご参考にコラム UP のご指導いただきたくおねがいします。

意外に、資金・時間を掛けずにベトナム市場が近いです。

Vietnam との ワンストップサービス をご提供します。

営業、販促、取引先、人材探し、貿易、翻訳、通訳、宣伝広告 etc 代行・請負
弊社の現地法人・工場・店舗・営業網・スタッフを使っただきながら
海外への道を一緒に切り開きましょう。

資金の節減・時間の節減・業務の技術、経験、スタッフなどをカバーします。



弊社団の特化したスキームのアピールポイント

在ベトナムの弊社団関連法人と日本社団間で 企業内取引及び《技・人・国》人財バンク運用》する意義は

1. 現地事業活動のコンプライアンスの問題をクリアーしています。
2. 初期投資額は驚くほど節減が可能です。
3. 新たな現地法人の設立は不要で、ご契約時から事業活動を行えます。
4. 現地活動の新たな許認可取得も必要がありません。
5. 現地スタッフ採用の必要がなく現地弊社のスタッフを活用していただけます。
6. 日本語、ベトナム語対応のスタッフが常時対応します。
7. 現地、人財バンクの社員を日本へ招聘することが出来ます。

経 歴

1989 年 JDI（日本投資開発）株式会社 設立 社団ビジネスの創業
市場開拓・ビジネスシステム開発を行う。

2009 年 01 月 一般社団法人 海外技術交流社団（旧名 貿易振興協力会）創業
《低コスト低リスクプラン》を提案し、実践、実務、を行っています。

弊社が設立した海外法人と日本の「海外技術交流社団」加盟社で ひとつの法人提携関係を

以って事業活動を行っています。

現在に至る

香 港

京 都

ベトナム

