



「チャレンジ国際取引（続）」

国立大学法人小樽商科大学大学院教授（国際取引法）
ビジネス創造センター研究部主任

中村 秀雄

小樽商科大学では、北海道経済のグローバル化のために、具体的な対応策を提言することを目的として、平成21年度より「グローバルズムと地域経済—北海道再生のための提言—」と題する研究プロジェクトを推進している。この中で国際取引の視点から、小樽の企業を含むいくつかの北海道の企業を取材したので、ビジネスのグローバルな展開に役立つことを紹介する。

「対等」と「違い」

ある経営者が「外国の商売相手といえども、自国のお客と同じように対等に接することに意を用いている」と言っていた。対等に接することは、優越感をもって接するのでもなく、劣等感や恐れを持つのではないということである。大事な出発点での心得だと思われる。しかし一方「たとえアジアの人でも、日本人とは考え方、感じ方が異なるものだ」という声も聞こえてきた。外国人も日本人と同じように行動すると思えないで、違いがあることを常に認識しておくことも大切だ。

たとえば商品に対する配慮については、日本とそれ以外の国で大きな差がある。細かいことにこだわるという点においては、「日本は特別な国である」とすら思われる。冷蔵品の運送に使われるトラック（コールドゲート車）の荷台の内張り部分を、外国で委託生産してもらうことにしたT社の話である。最初に届いた貨物は、1枚1枚の間に何も挟んでいないため、運送途中にこすれて表面が傷だらけだった。苦情を言ったところ、「どうせ実際に荷物を積みば、すぐ傷だらけになるのに」と言って、こちらの言うことを全く理解しなかった。その通りだが日本では売れないことを説明して、やっと思う通りにしてもらうことが出来るようになった。自分たちが当然のことを要求しても、相手方が真直ぐにこたえてこないということは、向うが怠慢なわけではなく、こちら側の要求が厳しすぎると考えた方がいいのかもしれないというこ

とを、身を以て学んだとのことだった。

専門家のアドバイス

取引の世界にも自ら調べ勉強して身につけられることと、自分だけで考えていても分からないことがある。国際取引では後者のようなことが多い。貿易取引でよく使われる言葉に「FOB」がある。教科書には、この語は「海上運送」専用で、売主が船積直前までの手配をして、後は船の手配も含めて買主が行うものと書いてある。さらに本を読むとコンテナでの輸出では、正しくは「FCA」を使えと書いてある。ところが実際にはコンテナでFOB取引をし、売主が「飛行機」の手配を引き受ける、という取引も少なくないのである。このようなことは教えてもらわない限り分からない。

成功した企業は国際取引構築、契約方法等について、専門家の助言を求めている。良い商品を持っているだけでは、国際取引は成功しない。ジェットロ、銀行などの専門家の手ほどきを受けることは、成功のための秘訣であり早道でもある。

現地訪問

異なる国と取引をするときには、相手のことを熟知しておかなければならない。実際に取引をはじめると当たって、現地を訪問して相手方の会社や市場を見ることの重要性は、つとに言われるところである。総代理店契約をしたあと、一息ついて任せておいたところ、相手が然るべき販売努力をせずに、一向に輸出が伸びない。はじめて相手を訪問してみたら、自社の商品は代理店の持つ商品群の中では、あまり重要なものではなかったのが放置しておかれた上に、代理店の商圏が思いの外限られていたことが分かって呆然としたという話があった。一方T社は現場を何度も訪れて、日本側の望む製品水準の達成が可能であることを確かめた上で、プロジェクトに参入し、今では順調に現地生産の恩恵を被っている。