

欧州のスーパーエリートたちが 日本企業のSCMの現場を体験

現場の清潔さに感銘

世界屈指の名門ビジネススクールとして知られるフランスのエセック経済商科大学院大学（ESSEC）で国際購買マネジメントコースを専攻する学生一四人が二〇一二年十二月、日本のSCMを視察に訪れた。全員が企業の購買部門で業務経験があり、現在所属する企



視察に訪れたESSECの学生たち（コマツ茨城工場で）

業で幹部候補生の扱いを受けているスーパーエリートたちだ。

七日間の日程でセブン&アイ・ホールディングスや三菱食品、トヨタ自動車、コマツ、花王、ソニーなど、日本を代表する各企業を訪問。同校と提携を結ぶ中央大学ビジネススクールで日本型の現場管理手法について学び、歌舞伎や柔道、華道、茶道といった伝統的な日本文化にも触れた。

参加者の一人、アンナ・ソフィー・アイクさんは「駆け足の旅だったが、洗練された日本文化や、健康的な食習慣が印象に残った。また全ての工場で暖かい歓迎を受け、現場で働く人たちのプロ意識の高さが垣間見えた」と言う。特に三菱食品の工場については「各生産ユニットが緻密に、最適化した形で管理されていた。何より目を奪われたのは、その各生産工程における設備の清潔さだ。日本式5Sの理念が見事に具現化されていたし、より専門的なレベルでのオペレーションマネジメントが行われていた。また冷凍品について、インターネットで注文を受け、製造者が共同で消費者に直接届ける形の流通システムはフランスでは見られない」と話していた。

ボワリエ・タンギーさんも「フランスの同業他社と比べても、コマツの工場は非常に清潔で、細部まで管理が行き届いていた。同様の製品を作っているも、こうまで労働文化が違うのか」「組織のごく細部まで緻密な改善を積み重ねていく日本型マネジメントは、非常に複雑な機械式の巨大時計が狂いなく動いているかのようだ。今回はそれが現実にも機能する姿を見られた」と話すなど、現場管理のレベルの高さはヨーロッパのエリートたちにも感銘を与えたようだ。

帰属意識の差は歴然

もう一つ、参加者の声に共通していたのは、日本の労働者の会社への強い帰属意識に対する考察だった。ロドリゴ・ラードさんは「セブン&アイの本部に設置されていた、会社理念を書き込んだ三枚のボードが象徴的だった。日本人はとりわけ会社組織に対する深い一体感、忠誠心があると感じた。ヨーロッパとの大きな違いだ」と強調していた。



ESSECのバトリス・ブルシェ教授

同コース責任者のバトリス・ブルシェ教授によると、同大学では近年アジアを重要視しており、二〇〇五年にはシンガポールにキャンパスも開設している。今回の視察先に日本を選んだのは、そのアジアにあつて、世界レベルのメジャー級企業が集まり、研究開発分野でも最先端を行く日本企業のビジネスを学生達に体感させたかったからだという。ブルシェ教授は「ビジネスの発展には新しい価値を生み出すイノベーションが不可欠だ。私たちはその機会を生み出すと取り組んでいる。日本企業の経営を学ぶことで、彼らは自らの所属企業にも、戦略面やマネジメント面で大きな収穫をもたらすことができる」と考えた。生徒達は今回、食品雑貨販売の現場、デパート、昔ながらの酒蔵なども訪れ、ビジネスパーソンと交流した。それが今後、どんなビジネスに繋がっていくのか。我々自身も楽しみにしている」と期待を込める。

ESSECで特任教授を務め、今回の研修旅行をコーディネートした日本サプライマネジメント協会の上原修理事長は「研修生たちは欧州でも大企業と言われる会社の管理職のため、質問も実務的で真髓に近いところを突いていた。決して自己中心でなく真剣に話を聞く姿勢を見るにつけ、さすがはヨーロッパのエリート管理職だと実感した」と話していた。

（渡邊）