

# 21世紀の希望の星、 マイクロMNCへの道



一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授 石倉 洋子

産業革命に匹敵するとも、それ以上ともいわれる情報通信技術（ICT）を原動力にしたウェブの世界は、これからさらに大きな進展と想像を絶するような変革をもたらす。新技術が出てから社会変革が終わるまでに五十年ぐらいかかるというカルロタ・ペレスの研究から考えると、ICTによる社会システムの変革は半分しか進んでいない。まだ二十年あるICTの時代に鍵となる役割を果たすのは、マイクロMNCである。マイクロMNCとは、規模が小さくても当初から世界市場を目指す企業を指している。主にハイテク企業が多いが、今、中国と並んで、世界の成長をリードするインドでは、こうしたマイクロMNCの数が日々増えている。そして、こうしたマイクロMNCが世界経済のバイタリティを左右する影の力となりつつある。

一方、日本では、グローバル化やオープン化が何年も前から叫ばれており、ここ五年ほどは小泉内閣の下、世界経済への統合への一歩を歩み始めていたの

に、昨年以來、一転して国内回帰の兆しが見える。また日本市場はかなりの規模を持つゆえにかえって、国内市場だけでは事業が成り立たないフィンランドやインドのような、世界に出て行く気概を必要としない。ニーズに細かい日本の顧客を対象に、多数の企業が「箱庭」で競争し、もっと大きなポテンシャルのある世界にうって出ない。携帯電話の端末や電機産業などはこの一例である。

こうした状況の中、日本版マイクロMNCのポテンシャルは極めて大きい。箱庭のような日本市場で戦い、エネルギーを消費せず、最初から広い世界にうって出て、過去のしがらみなく、自由に斬新なアイデアで勝負する。最近では付加価値の大部分を占めるソフト・情報・アプリケーションなど新しいライフスタイルのコンセプトを世界に提案する一翼を担う。その背後には、これまで培ってきた各種の技術がある。こうした日本版マイクロMNCこそ二十一世紀の希望の星である。

それでは日本版マイクロMNCには何が必要か。世界から断片的な情報を集め、それを自分なりに加工し、分析する力、そして自社のユニークさを世界にアピールするコミュニケーション力。そのためには何としても英語の力が不可欠である。

いくらICTがあつて世界につながつていても、現在世界のデファクト言語である英語でコミュニケーションができれば、世界への道は開かれない。こうした現実を直視し、英語の力を上げねばマイクロMNCへの道は遠い。

実際どうしたらよいか。英語は単なるツールだから、基礎をしっかりと学び、毎日やれば、必ず誰でも力がつく。英語で天気や政治の話をするわけではない。自社の分野の世界動向や技術という自分の得意分野について、英語でコミュニケーションする力を持つばよいのだから、自社の技術を新しい観点から見直す機会にもなる。自動翻訳機などを期待せず、さあ、今日から始めよう！