

ブランド管理の 名人、英国

私は商社で長年プラント輸出を手がけてきました。以前は「日本製」＝「品質の良いもの」と認識され、それ以上の証明は必要ありませんでした。これは高度経済成長期のころから現場が自主的に続けてきたQC活動の成果であり、その高い品質は今も変わっていません。しかし、ここ20年ほどどんな国の取引先も「ISOの認証取得」を確認するようになり、もし取っていないければ、“その程度の品質のもの”と見られてしまうようになりました。ISOの規格とは、英国が震源地の国際的な標準規格です。しかし、自国のものづくり企業のほとんどを外資に売却し、製造業を所有しない国が世界のものづくりの基準を作っているとは…。

最近もEUが電気自動車の規格を作るとの報道がありました。日本でも研究開発がかなり進んでいる分野ですが、「日本のプラグや電池を世界標準にしよう」という発想や世界への発信は十分でしょうか。何もしない間に世界標準が決まってしまう、それに合わせて開発をし直すという、これまでと同じ轍を踏むのではと心配です。もう一つ私が懸念しているのが排出権。キャップ・アンド・トレード方式に一番熱心なのは英国で、当時のブレア首相にはロンドンを世界の排出権取引のセンターにしようとの思惑が露骨なまでに見え見えでした。

なぜ英国はこれほど巧みな規格管理ができるのか。3年間、英国・ロンドンに赴任した経験をもとに考察してみました。

この問いを解くカギはロンドンという街の魅力にあります。伝統を感じさせる街の雰囲気、昔から変わらないテムズ川沿いの風景、戦前から走り続けているかのようなタクシー（黒キャブ）に赤い2階建てバス。そしてバッキンガム宮殿前のナポレオン戦争時代と同じ衛兵交代式。人々を引きつけてやまない、これら“ロンドンならではの”はすべて徹底したブランド管理のたまものです。ひどい渋滞でヒースロー空港まで2時間かかろうともテムズ川の上に高速道路を通すことなどゆめゆめ考えず、



森 修一 氏

Shuichi Mori

住友商事 専務執行役員関西ブロック長

建物は基礎から新築してもビルの外壁は往時の姿を利用して街並みを守り、相変わらず乗り心地の悪い黒キャブにも我慢。こうしてロンドンの街のイメージやブランドを保っているのです。そこに金融の自由化など思い切った規制緩和策が加勢し、“ロンドンにオフィスがあるだけで信用力が高まる”とばかり世界中から企業も集まってきます。「守るべきは徹底的に守り、変えるべきところは柔軟に変える」、ロンドンの魅力を作り出すこの手法が、ISOの規格などにも応用されているのです。

大陸から少し離れた島国。背広はダークで事務所は大部屋、夕方になるとパブで一杯ひっかけて帰る——。似ている部分が多い英国と日本なのに、ブランド管理の巧拙がこうもはっきりしているのはなぜでしょう。世界に点在する植民地を統治するため、いかに英国に憧れを抱かせるかとブランド化を考え続けた国と、鎖国を続けた国のDNAの違いが一因でしょうか。

「なら、仕方ない」と取まっている場合ではありません。日本の経済力が中国にかなわなくなる日はそう遠くなく、少子高齢化も確実に進んでいます。輸出立国で生きていける間はいいですが、それも難しくなった時、どうするのか。日本が持つ世界に冠たる技術や製品、素晴らしい自然や文化を利用しない手はありません。英国が脱工業化し規格やブランドで生きているように、日本も持てるものをブランド化して世界に発信し、憧れの国として人や企業を集められれば道が見つかるのではないのでしょうか。手始めに、京都御所の皇宮警察は薩長官軍と新撰組の日替わり衣装で警備をしてみてもどうでしょうか。

談