

1. 課題名

ミャンマーの日系人材育成企業における現地化の進行度に関する文化人類学的調査

2. 研究背景と目的

日系企業が海外進出する際、進出先における企業の現地化は事業成功のための大きな課題である。そして、現地化の成功のためには、現地に根付いた文化といかに上手く共存できるかが一つの重要な要因となる。

日本企業は大手自動車メーカーをはじめ、全世界共通水準の社員教育と指導により、世界各国において同水準かつ高品質のモノづくりを行ってきた。これは、ヒト・モノ・カネ・情報などが従来の国家や地域の境界を越え、全世界に拡大していく現象、つまりグローバリゼーションの一形態である。

長年、大手自動車メーカーに従事し、海外人事部長を務めた人物がミャンマーで設立した人材育成会社(以下、JC社)では、世界各国の事業所や工場で行われてきた日本式の研修がメインビジネスとして行われている。このようにJC社においても存在する、世界同一水準の日本企業式「研修」というグローバリゼーションの潮流を、ミャンマーに進出した企業がどのように現地に合わせてローカライズ(=現地化)していくのか、このグローカリゼーションの現象を観察するのが本調査の目的である。

これらの現状を明らかにするため、本調査では、JC社の企業理念がどのように受容されているのか、また研修ビジネスの現地化はどのように進行しているのか、そしてその現地化を担うJC社内で構築されているスタッフの社会関係、以上の3点を調査した。

3. 実施内容

実施国 :ミャンマー連邦共和国

実施期間:2017年8月24日～9月23日(31日間)

調査対象:ヤンゴン市内の日系人材育成企業 Japan Consulting 社(以下、JC社とする)

企業概要:企業向けの人材育成コンサルティング、研修をメインビジネスとする日系企業。ミャンマー企業とミャンマー全体の発展に寄与するという企業理念に基づき2014年に設立。現在は、日本で研修会社を経営する2名の日本人講師が交代で赴き、現地スタッフの育成とJC社の現地化を推進している。通常、JC社には日本人駐在員はおらず、ミャンマー人スタッフのみが勤務している。

社員数 :ミャンマーの現地オフィスには5名在籍(内、女性2名、男性3名/内、ビルマ族5名)

調査方法: ①参与観察 ②インタビュー(1～3時間、スタッフ1名につき1回)

4. 成果

本調査では JC 社スタッフへのインタビューと参与観察により、1)企業理念の受容、2)研修ビジネスの現地化、3)JC 社内の社会関係の3点に関する現在の状況を明らかにすることができた。

1)企業理念の受容

JC 社の企業理念として、人材育成によりミャンマー企業とミャンマー全体の発展に貢献することを掲げている。この理念に関連して JC 社スタッフは「ミャンマーには研修が必要」「創設者の願いを叶えたい」などと述べており、概ね企業理念は受容され、共感も得ていることが分かった。

2)研修ビジネスの現地化

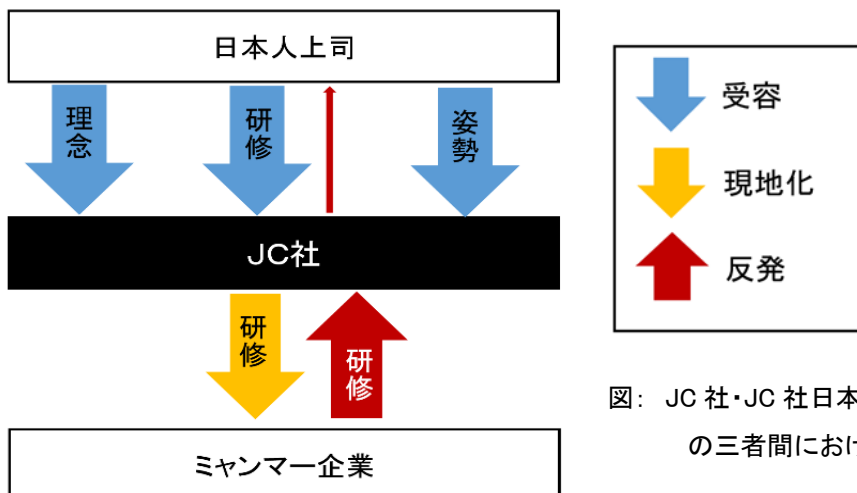
JC 社では中長期的な雇用を前提とした「日本」の研修を、離職率が非常に高いミャンマー企業に向けて販売している。しかし現状は、ミャンマー企業の研修に対する理解をなかなか得られないため、営業が上手くいかないことが多く、JC 社スタッフは日々ストレスを感じていた。また「日本人にはやれないと言え」ず、ミャンマー企業と日本人上司の間で板挟みになっている状況に対し、JC 社は無料のセミナーを開催したり、各社の担当者と個人的な信頼関係を築いたりすることで、研修の大切さを説明することが大切だと述べていた。また研修の受講者に対しては、研修のノウハウは日本だけでなく、ミャンマーでも十分応用可能であることを、日本在住経験のあるスタッフによる経験談を交えて説明されていた。このように研修ビジネスは、現在、困難に直面しながらも、JC 社スタッフによる現地化が少しずつ進行している状況であった。



写真：研修の様子

3)JC 社内の社会関係

また、このような現地化を担う JC 社スタッフの間では、「家族」のような親密な関係が築かれおり、このような関係性には、日本人上司による役職を気にしない、フラットな行動や姿勢が影響していたことが分かった。またこの親密さが、理念の受容や研修の現地化にどのように影響しているのかについては今後のより深い考察が必要である。



図： JC 社・JC 社日本人上司・顧客ミャンマー企業の三者間における関係図