

視点(1697)

(流通経済編)

I Saw All Korea (その5) !!

— 韓国経済の強さのメカニズム —

韓国経済は「強さ」と「課題」が極端な形で混合しており、強さは一方において課題となり、課題は一方において強さを形成しています。そのような韓国経済の特性を考慮しつつ、韓国経済の現象を強さのメカニズムの面から見て解説します。

(1) 国家マーケティングを強力に推進する経済体制

韓国はアジア経済危機(1997年)以降、グローバル化戦略を展開し、特に輸出産業の育成に力を入れています。人口が4,858万人(2010年11月現在)の韓国は、経済を成長させるためには外国マーケットへの進出は不可欠です。それゆえに、国家が積極的に輸出企業が外国で活躍できるように強力な支援を行っています。例えば、金融政策によるウォン安誘導、1業種1財閥の国内寡占状態による国際競争力強化、FTA(自由貿易協定)への参画、国策営業(政府による外国への売り込みや経済援助と一体化した営業)、デザイン人材育成とデザインによる韓国商品の差別化…等を行っています。

(2) 1業種1財閥により国内マーケットを寡占化し、国際競争力を強力に高めている経済体制

1業種1財閥は、ビッグデール政策として実施され、国内マーケットを寡占して、国内での競争を希薄化し、それにより輸出企業の国内での経営安定と利益獲得を可能にし、韓国の輸出企業の国際競争力を強固にしています。寡占企業は、売上は国内2割・外国8割に対し、利益は国内8割・外国2割となっています。

(3) FTA(自由貿易協定)締結により強力にグローバル化を推進する経済体制

FTA交渉を多くの国と行い、関税率等の貿易上の規制を排除し、韓国企業の輸出の振興を行っています。今、韓国はアメリカを始め多くの国々と条約を締結し、また、多くの国々と交渉しグローバル化を強力に進めています。

(4) インターネットのインフラを充実させネット先進国を確立した経済体制

韓国はアジア経済危機後のグローバル化戦略に1つとして、インターネットのインフラを充実させ、今やインターネット先進国(インターネット王国)の位置づけを築いています。インターネットの利用者も人口比では著しく多く、インターネットの活用状況は著しく高くなっています。このインターネットの普及は韓国のICT(情報通信技術)産業を育成し、かつ強固にしています。

(5) 工場にモジュール生産方式を取り入れた経済体制

韓国は日本の熟練労働者による工場生産システムではなく、不熟練労働者によるコンピューター活用をした自動化、また製品を単品ごとにラインに納めるのではなく、部品を1つのかたまりとしてセットにして生産ラインに納入するモジュール生産方式を早くから取り入れ、モノづくりの生産性向上と品質維持を行っています。

(6) デザイン&マーケティング戦略で国際競争力をつけている経済体制

品質面や技術面の課題を克服するための各国の地域固有のニーズを探索し、商品を各国が持つ生活上の特殊性に適合させるノウハウや、見た目のデザイン性を重視したモノづくりにより、外国での売上高を伸ばしています。韓国企業は、デザイン&マーケティング戦略により技術革新に時間をかけずに高付加価値を創出する手法を導入しています。

(7) 財閥企業のオーナーによる意思決定の速さ、国民のガッツある行動に支えられた経済体制

韓国の財閥企業が多く、オーナー経営のための意思決定は速く、交渉過程においても事業展開をスムーズに進めることができます。また、韓国の国民は教育水準が高く、かつ向上意識が強く、ガッツある行動で事業を推進しています。

以上の韓国経済の強さのメカニズムは、また、見方を変えれば「目一杯努力している経済体制」でもありません。それゆえに、韓国経済の成功のメカニズムが一方において韓国経済の課題にもなっています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代 表 六 車 秀 之