

「人文通識：亞洲共同體：東亞學的構築與變容」系列講次(6)

講題:日本總合商社的角色探討與展望

第 6 回 One Asia 基金會國際講座，徐興慶校長為大家邀請到國立臺中科技大學應用日語系、日本市場暨商務策略碩士班副教授兼日本研究中心主任黎立仁老師蒞臨文大講學。黎主任的專長為日本經濟、日本企業、台日經貿，曾任職日本三菱商事，今日的演講內容將結合學術研究成果與市場實務經驗為大家講解日本總合商社的機能。黎主任今日的講學重點摘要如下：

今天的講學內容主要包含以下三點：(1)日本的總合商社及日本經濟、(2)總合商社及日台企業策略聯盟、(3)「新南向政策」及日台策略聯盟。在進入正題前，黎主任首先為大家解惑，他解釋道，為何不將日文的「總合商社」翻成「綜合商社」而是翻成「總合商社」的原因在於「總合商社」的優勢在於能發揮總合戰力，因此建議以「總合商社」的字眼來詮釋。同時黎主任提到日本總合商社走在日本企業的前端，因此可藉由總合商社的動向占卜日本經濟的未來。

總合商社的經營核心資源包含：人才、資金力、資訊、品牌。其中近年來新加入「品牌」經營核心資源概念的原因在於期能透過品牌掌握客戶回購率、追蹤客戶的購買履歷。日本現今有七大總合商社，佔日本 GDP 之 20%，比重相較以往雖降低了，但在質的方面卻是大有提升。回顧 40 年代至今，總合商社機能不斷演變，尤其 90 年代為經濟系統的轉換期，到 21 世紀初頭 總合商社的機能進一步轉換為 (1)環境、(2)健康、醫療、照護、(3)資訊、IT、媒體、(4)尖端技術開發。

現今總合商社不僅在台灣也在中國與亞洲等地利用其全球網絡和獨特的總合商社功能推動台日企業策略聯盟。附帶一提，商社的優勢在於，不只透過貿易與海外有所連結，商社在海外工業園區的開發，更意味著透過直接投資建構起與日本企業間的連結，並支撐著海外發展。尤其是，商社於日本企業在海外發展之際，也向顧客提供海外市場或國外的制度等資訊。而大規模公共建設事業施行之際，建設公司、製造商、事業營運公司、金融機構、當地的地方政府等各式各樣的企業或機構參與其中，商社對這些企業或機構的緊密聯繫做出很大的貢獻。

至於在日台商業策略聯盟的互補關係上，日本與台灣在經濟、商業上有著牢固的關係，尤其因為有民間的強烈相互信賴關係才能發展成十分重要的夥伴關係。現今不只將亞洲作為“生產基地、出口基地”，日本企業及台灣企業組成策略聯盟，更將亞洲作為“市場”以實現事業發展。日台企業間策略聯盟在中國、亞洲等台灣以外的地點拓展商務之際，就商社所扮演的角色或是其所具備的斡旋功能而言，其優勢在於能活用總合商社所具備的國際性網絡、信用力、商業創造力等機能。尤其是設立於台灣的總合商社，其海外分店因擁有與當地對話溝通的能力，

同時也對日台雙方的產業、企業特性有充分的了解，所以既能構築起日台之間的夥伴關係，在日台企業組成策略聯盟之際也能發揮作為兩國之間往來橋樑的機能。

最後，黎主任總結道，日台策略聯盟的歷史悠久，基於深厚的信賴關係，不只發揮各自的優勢，還展現了地理上朝中國或亞洲等第三國擴展的趨勢。近來，兩國企業在東協的發展上，商業服務業有很大的成長。現正推行的「新南向政策」，在東協（尤其是華人市場），為了開發市場及分散風險、降低成本，台灣企業及日本企業相互發揮其優勢，甚至更進一步組成商業策略聯盟，攜手合作向東協發展。

(網頁連結: <https://oneasia.pccu.edu.tw/faculty.php>)

(撰稿: 蔡珮菁・日文系副教授)