



書名：スズキのインド戦略

著者：R.C.バルガバ

発行：中経出版

価格：1,500円(税別)

監訳：島田卓

◇内容

本書はインドを代表する企業「マルチ・ウドヨグ社」の育成記であるが、著者はインド実業界を代表する人物、R.C.バルガバ氏である。公営企業の「筆舌に尽くしがたい制約」、インド固有の社会制度に根ざす「変革を容易には受け入れない国民性」など、克服すべき課題は多かった。そこに敢えて日本の経営を持ち込み、それを実践し、成果をあげてきた過程が手に取るように分かる。バルガバ氏は、変革を実現したければトップは経営理念のみならず、経営者自身が変わる必要があるとし、ライフスタイルまで変える覚悟で取り組みと諭す。また、「インドで成功しようとするメーカーに必要なのは、まずインド人の心理や消費性向を十分に理解すること、そして、彼らのニーズを十分に取り込んだ製品を提供すること」と述べている。インド・ビジネスに関する最良のガイドブックになると確信している。

◇目次紹介

対談：目指してきたのはインド/鈴木修(スズキ会長)×R.C.バルガバ(マルチ・ウドヨグ社元社長)

第1章 インド最大の自動車メーカーになった「風の神」マルチ
スズキ進出前のインドマルチ・プロジェクト発足/マルチ始動/スズキにならった生産と研修

第2章 人をつくる、組織をつくる

「全社一体」という仕事文化をつくる/「仕事文化」定着への取り組み/生産性と品質の向上/採用から公正に/教育・研修こそがスズキの賜物/人事・評価・待遇について/マルチ流・管理職の育成法/モチベーションを上げる登用法/生産性を向上させたボーナス制度/役所文化という壁

第3章 インドでクルマを売るということ

ディーラーを選ぶ/勝っているからこそ意識改革/サービスをディーラーの収益源に/ディーラーとのコミュニケーション

第4章 部品メーカーを育てる インドのものづくり

インド部品メーカーの惨状/15カ月で部品メーカーを育成せよ/「下請け」ではなく「パートナー」/「パートナー」の不安を払拭する/部品メーカーを巻き込む/部品価格の引き下げ/2代目「マルチ800」は初代より低品質?/部品メーカーの課題/ものづくりの裾野を広げるために

第5章 販売・マーケティング 「インド市場」の実情

貧富を問わないインド人消費者のコスト意識/インドの顧客ニーズとは

