

## 1. はじめに

10月2日、「米国トランプ大統領が新型コロナウイルスに感染」のニュースが世界を駆け巡った。大統領選挙前の重要な時期に感染するという、初めてのケースで先が読めない事態に陥っている。このことからしても、米国で感染を避けつつビジネスを行えるのかという疑問を持たれている方も多いと思う。

現在、米国と日本のビジネスでの往来は回復しつつあり、日系の飛行機を中心に運行が再開されている。現時点で、日米ともに、到着後2週間の自主隔離が必要であるが、筆者が先月米国へ入国した際にPCR検査はなく、入国審査官からの特別な注意喚起もなかった。自己責任の国らしい対応であった。

ここで飛行機の安全対策について触れておく。すでにご存じの方も多いと思うが、飛行機は密を避けて搭乗者を制限すれば、きわめて安全な乗り物とされている。JALのHPに安全対策が掲載されていたので以下に紹介する。

- ①常に機外から新鮮な空気を取り入れ、2~3分程度という短い時間ですべて機外に排出。
- ②機内を循環する空気は、高性能空気フィルター\*を通ることにより清潔に保たれる。  
\*High-Efficiency Particulate Air (HEPA) Filter、0.3 $\mu$ mのサイズの粒子に関して99.97%以上の粒子を捕集可能。直径0.1 $\mu$ m程度の新型コロナウイルスは、不規則な動きをするため、フィルター繊維にあたって捕捉される。
- ③客室内の空気は、常に天井から床下へ流れて特定の場所に滞留しない。

前記を聞けば、搭乗率が30~50%程度であれば、飛行機に乗っても感染リスクを低く抑えられると安心できるので、乗りやすくなってきている。この状況下で米国でのビジネスを考えるときに、日本企業のプラス面を考えたので、以下に述べる。

## 2. 米国でのビジネスの方法

世界最大の感染者数が続く米国でビジネスを行うには、お客様を訪問して営業する、お客様に来てもらって技術を見せるなどということが極めて難しい状況であることを前提とせねばならない。これは、米国企業、日本企業のどちらにとっても同じであるので、この点で差はない。ここで、自己アピールの強い米国のビジネススタイルについてお話しする。

米国の営業パーソンの多くはアピール力が総じて強く、よい点を3~5点並べて、買うか買わないか今判断しろというスタイルの人が結構いる。日本人はうんざりする人も多いが、米国の顧客はこの営業スタイルに慣れているので、「お前のとこ

ろの機械の良さを簡単に説明しろ」と言うお客様にもよく出くわす。展示会など、時間が限られる中でそのような情報を求められるのもうなずけるし、それが米国スタイルなのだと思える。逆に言えば、面と向かっての営業トークが武器にならない時代になりつつあるとも考えたい。前回も触れたが、電話の自動営業コールは米国で増えており、現実の人を含む営業電話から得られる情報が、必要で、確かなものかということに対する疑問を抱く人も増えていると思う。

日本企業が米国で展開するために、米国での現地化を考える必要はあるが、現地化できないとビジネスできないわけではないと筆者は考えている。

## 3. 日本企業の強み

まず、日本企業の技術や機械はお客様の要望に基づき、多くの改良が加えられ、使いやすいものになっている。この点、米国企業の機械製品は、製作側の理由で製品スペックが決められることが多く、顧客が我慢して使っていることを挙げておきたい。理由は、米国国内市場が大きく、7~8割の人が認める製品となれば、細かい要望に応えなくとも売れ続けているからである。日本企業は、顧客ニーズ（もちろん、「米国の」という条件は付くが）に合った製品を送り出すことで、米国市場で受け入れられる可能性が高い。不満を解決する商品をリーズナブルな価格で送り出せば、海外製品でも買ってもらえるのが米国であることを特に強調したい。

次に、IT技術を使えば、米国企業と同じレベルで戦えるということを挙げておきたい。

## 4. おわりに

先端IT技術を使えば、今や日本から行えないのは、時差によるリアルタイムでの対応くらいになりつつある。ウェブサイト、PPC（リスティング広告）、VOD（ビデオオンデマンド）、EC（電子商店）、SNS、ウェブ会議、バーチャル展示会出展など、すべて、日本にいながらにして対応できる。あとは、いかに米国での事業らしくやれるかどうかにかかっている。英語ひとつとっても、日本人の英語とネイティブの英語は、米国人から見ればすぐにわかるので、そこに投資をし、米国でのビジネスとして疑いを抱かれないように対応すべきである。face-to-faceからvirtualへ、pushからpullへ、この機会を日本企業のチャンスととらえて行動したい。

次回からは、最近参加した当社米国在住日本人スタッフのホットな生情報も交えつつ、米国の今を伝えていけるように内容を変えていく予定である。