

## 欧州商工会議所会長、「韓国市場は魅力的」

近くて遠い国——。日本人はしばしば韓国をこのように表現する。隣国といえども、国が違えば商習慣も違う。韓国でのビジネスに日々戸惑いを感じる日系ビジネスマンも少なくない。欧州企業はどうか。在韓欧州商工会議所（ECCCK）のクリストフ・ハイダー会長は欧州企業の韓国での苦勞を認めつつも、「困難を乗り越えても余りある魅力的な市場」だと話した。

——ECCCKについて説明を。



クリストフ・ハイダー会長（本人提供）

欧州企業を中心に約330社が加盟している。主に通商問題を扱っており、韓国政府と欧州委員会との間をつなぐ役割を担う。ソウルに進出した日本企業などで構成するソウルジャパンクラブ（SJC）と同じような組織と

考えてもらっていい。誤解されることが多いが、欧州連合（EU）の出先機関ではない。韓国国内の組織であり、私はフルタイムのスタッフとして勤務している。

——韓国は規制が多く、法的環境も変わりやすい。

ECCCKは、企業から見た韓国の事業環境上などの問題点や改善に向けた要望をとりまとめて韓国政府に伝えたり、政府やソウル市や釜山市の投資環境に関する諮問委員会にも出席して、問題点などを話し合ったりしている。この点もSJCと同じだ。

——韓国に対する欧州の認識はどの程度か。

メディアによる露出は極めて低い。報道される内容も、北朝鮮情勢とそれに関する政治的な 이슈が中心だ。つまり、韓国の日常についてはあまり報道されない。韓国の魅力的なビジネス環境があまり認識されていないのは残念だ。

——韓国製品に対する認識は。

現実と認識のギャップが大きい。品質面で韓国製品は随分と向上した。例えば、私が見るところ、韓国車とドイツ車・フランス車は性能に大きな違いがあると思わない。それにもかかわらず、昔のイメージを依然として持ち続けている人が多い。

——韓国でのビジネスにはどのような苦労があるか。

韓国で成功している欧州企業は多い。独BMWにとって韓国はアジアで最大の市場だ。販売台数で日本や中国を上回る。しかし関係者は、韓国でのビジネスの難しさも口にする。

1 つには、商習慣の違いがある。欧州には、韓国で見られるような接待の文化がない。さらに、欧州は所有と経営の分離が一般的だが、韓国は財閥を中心にオーナー経営者が多い。コーポレートガバナンス(企業統治)やコンプライアンス(法令順守)の基準も違う。韓国企業に対して「欧州基準に合わせるべき」とみている欧州企業も少なくない。

——それでも韓国は欧州企業にとって必要な進出先か。

欧州から見れば、韓国の経済成長は魅力的に映るのは

間違いない。国内総生産(GDP)の伸び率が2%台ならば、欧州では祝賀ムードだ。人口も5,000万人だ。中国や日本と比べると少ないが、欧州の主要国と比べても見劣りしない。

高い技術力を持つ韓国は、第4次産業革命といわれる製造業革新運動「インダストリー4.0」を迎える上で貴重なビジネスパートナーにもなりうる。韓国の魅力をどんどん発信する上で、ECCKの役割は重要だ。(聞き手=坂部哲生)

#### <プロフィール>

クリストフ・ハイダー(Christoph Heider)

在韓欧州商工会議所会長。ドイツ生まれ。ブラウンシュヴァイク工科大学とマンハイム大学で経済学を修める。チュービンゲン大学と同志社大学で日本語を専攻した。97年から2005年まで、医薬・製薬大手のバイエルの日本法人に勤務。05~10年は、ドイツのバイエルAG本社でアジア太平洋リージョンの会計を担当。10~13年は同社韓国法人の最高財務責任者を務め、13年から現職。