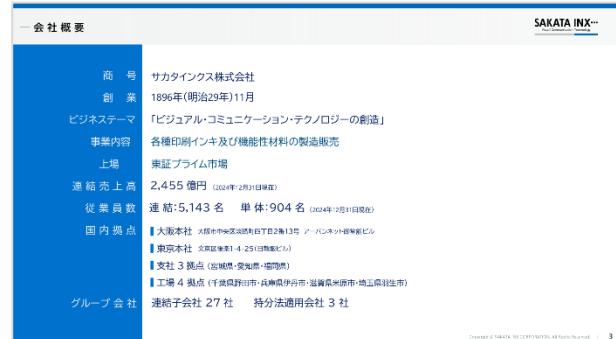


第1部講演録

## 「魅力あるインド市場とわが社のインドでの 30 年の歩み」

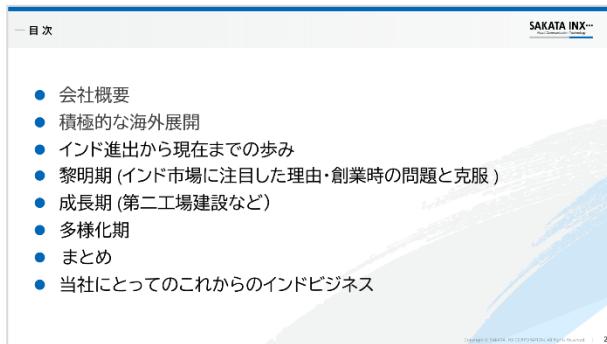
サカタインクス株式会社  
取締役 専務執行役員 福永 俊彦

皆さん、こんにちは。私はサカタインクス株式会社の福永と申します。先ほど岡橋様よりご紹介いただきましたが、皆様には馴染みのない会社名かと思います。私ども印刷インキの製造販売を主な事業としておりまして、グローバルに大きく展開しております。インドにおきましても進出してほぼ 30 年ということで、この度りそなアジア・オセアニア財団様より、講演のご依頼をいただきましたので、本日は私どもの 30 年の歩みを中心にお話しさせていただき、苦労話も含めた形で、これからインドビジネスをお考えの皆様に、少しでもお役に立てればと、考えております。私自身、長らく海外事業に携わっておりまして、インド事業にも関わってまいりましたので、私の経験も踏まえた形でお話できればと思いますのでよろしくお願ひいたします。

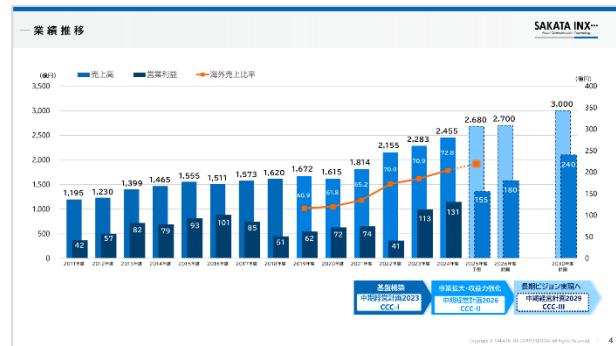


それでは、簡単に私どもの会社の内容について説明をいたします。

当社は創業が 1896 年ということで、間もなく創業 130 年を迎える会社でございます。事業内容は、印刷インキ及び機能性材料の製造販売。東証プライム市場に上場しておりまして、連結売上高が昨年の実績で 2450 億、従業員数が連結ベースで 5000 人強となっております。



今日のスピーチの内容でございますが、まず会社の簡単な説明をして、その後にインドの話に入っていきたいと思います。インドの進出から現在までの流れでございますが、この 30 年を 3 つの期間に分けまして、最初は進出から事業が安定してくるまでを黎明期、そこからビジネスを拡大していった成長期、その後、環境問題等いろんな経済状況に合わせた形での成長ということで多様化期と、順次ご説明をさせていただきます。その後、私どもがこの 30 年間インドで事業をやってきた中での色々苦労した話や、感じたこと、経験について、簡単にお話しできればと思います。



当社の業績でございますが、この 15 年で売上はほぼ倍増となっており、海外での事業で売上が大きく伸びております。現在長期ビジョンで、2030 年に売上 3000 億を目指して邁進しているところでございます。

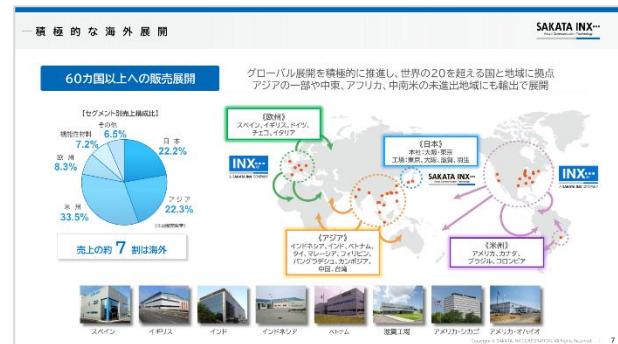


事業内容ですが、印刷インキについては、大きく分けますとパッケージ用のインクと情報メディア用のインキがございます。パッケージ用インキをさらに分けてみると、フィルムのパッケージ、身近なところで申しますと、ポテチップ等スナック菓子の袋や、冷凍食品、菓子パンの包材といったフィルム向けの印刷インキが我々の主力のインキでございます。それ以外では紙パッケージ用で、ダンボールインキや紙袋等向けのインキ、それから、金属缶用インキがあります。金属管用インキは日本では扱っていませんが、アメリカではほぼ 100%のシェアを持っております。アメリカに行かれて手にされるビールや炭酸飲料の缶の印刷はほぼ私どものインキで印刷されていると思っていただいて結構かと思います。一方で情報メディア用のインキですが、元々当社は新聞インキの製造から始まった会社でございますので、かつては新聞インキが主力の事業でございましたが、ご存知の通りデジタル化が進みまして、紙媒体の印刷はどんどん市場が小さくなっていますということで、現在は大きい部分がパッケージ用のインキとなっております。私どもの海外展開もほぼこのパッケージ用インキが中心になっております。それ以外で今私どもが力を入れておりますのが機能性材料で、インクジェットインキであるとか、皆さんのスマートフォンや液晶テレビに使われる画像表示材料等を製造販売しております。

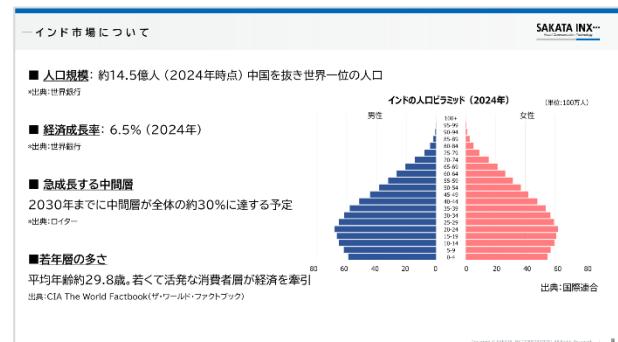


私たちの海外展開ですが、進出の歴史は非常に古くて、1960

年から海外には進出しておりますが、インキの生産ということで言えば、1979年、台湾に合弁事業を作ったとこから始まりました。ただ本格的な海外進出となると、1988年にアメリカのインキ会社3社を買収いたしまして、ここから本格的な海外進出を果たしていくわけで、インドには95年に進出しております。

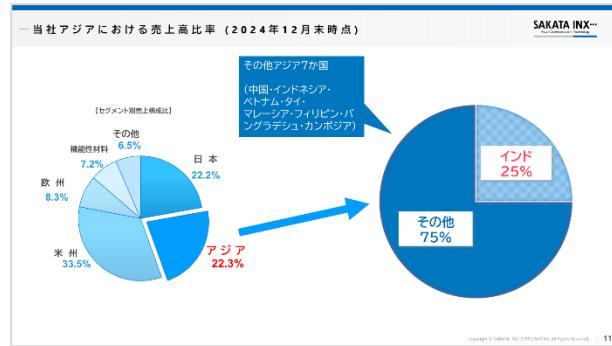


現在、約 20 カ国に拠点を持っておりまして、60 カ国以上へ事業の展開をしております。ご覧の通り、日本の割合は 1/4 以下で、アジア、米州、欧州が大きな部分を占めておりまして、トータル売上の約 7 割が海外となっております。



ここからインドの話に入っていくみたいと思います。当社の話に入る前に、皆さんにインドの市場について説明します。人口規模が 14.5 億人と、世界一の人口であり、経済成長率が 6.5%と非常に高い成長率が維持しています。それに伴い、人々の生活水準も上がってきたことから、中間層が急成長しており、2030 年には全体の 30%に達するのではないかと言われております。あと魅力的なところとしては若年層の多さで、右の人口ピラミッドをご覧になっていただければお分かりかと思いますが、約 25 歳～30 歳のところがピークになっていて、まだまだ魅力のある市場であると考えております。

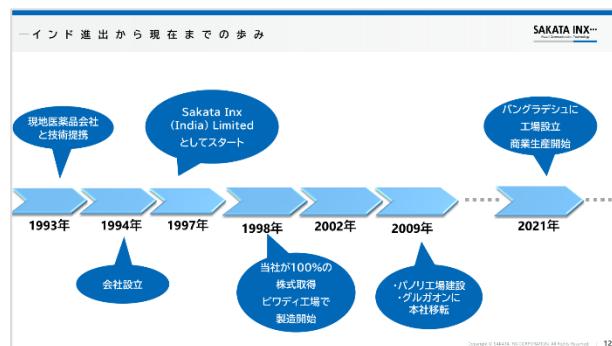
—インド子会社概要	
社名	SAKATA INX (INDIA) PRIVATE LTD.
設立	1995年8月
事業内容	各種印刷インキの製造販売
拠点	■ グルガオン本社 ■ ビワディ工場、パソリ工場
子会社	SAKATA INX (BANGLADESH) PRIVATE LTD.



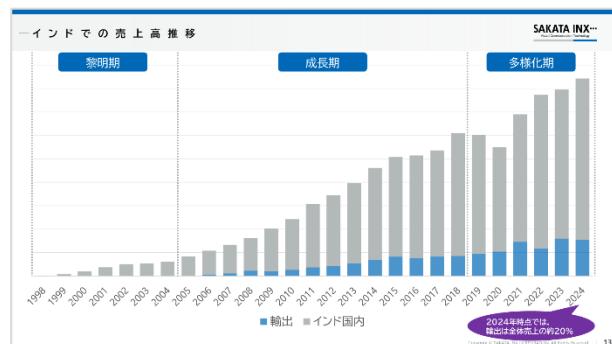
当社のインド子会社です、Sakata Inx India Private LTD.と申しまして、1995年8月に設立。事業内容は日本と同じように各種印刷インキの製造販売を行っております。



私どものインドでの拠点でございますが、ニューデリーに隣接するハリヤナ州のグルガオンに本社があります。そこから南西に約40～50km、デリーから約70kmのところに、ビワディ工場があります。ここが最初にスタートした工場です。その後、グジャラート州のパノリで第2工場を建設しており、現在は本社と2つの工場が主な拠点になっております。このグジャラート州は西アジアとの交易地であるとともに、インドで最も工業生産が盛んな州でございます。インドの全工業生産のうち40%がこのグジャラート州で生産されております。特に化学や石油といった産業が盛んでございます。またこのグジャラート州は、インド独立の父と言われておりますマハトマ・ガンジー氏。それから、インドの経済の父と言われておりますタタグループの総帥タタ氏、それから現首相のモディ氏といった方々がグジャラートの出身ということで、非常にインドにとっても重要な地域になっております。

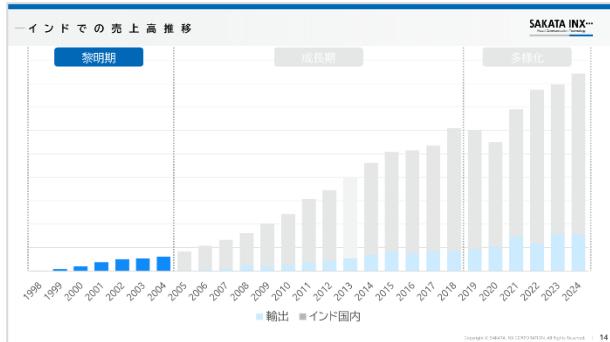


私たちのインド進出から現在までの歩みを表しております。元々、93年頃に現地の医薬品会社からインキのライセンス供与をして欲しいという依頼を受けまして、技術提携を始めたところからスタートしております。その後色々変遷がございましたが、最終的に100%の子会社として、1998年から現地での生産を始めました。それから10年ほどして、先ほど申しましたグジャラート州に第2工場を建設しました。直近では、2021年にパングラデシュにも工場を設立いたしまして、生産もおこなっております。



これがインドでの私たちの 30 年の売上の推移です。当初立

ち上げからの 6、7 年を黎明期として、2005 年以降売り上げを拡大していったところが成長期、ちょうどコロナの手前ぐらいからが多様化期ということで、この 3 つの期間に分けてご説明をさせていただきます。



ではまず黎明期のお話をさせていただきます。



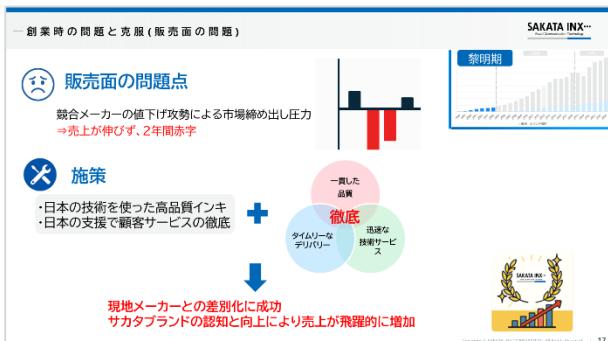
まず当時、インド市場に注目した理由でございますが、アメリカに進出した後、次の大きなターゲットは最も成長が見込めるアジア市場ということで、すでにインドネシア、フィリピン、マレーシアには進出していたのですが、さらなる事業拡大をしようとすると、私たちのビジネスは地産地消型ですので、人口が多くマーケットの大きい地域に進出しないとメリットがないということから、インドというのは必然的に候補になる国でした。ただ、当時 30 年前と申しますと、インフラや、制度面が整ってない国であり、何よりも日系企業の進出がほとんどありませんでした。実際、スズキ自動車様のような限られた企業だけが出されているような時代でございまして、リスクが非常に高いと考えておりました。進出しようにも情報も少なければ、コネクションもないという状態でしたが、人口が多く将来の成長が見込めることが、さらに大きなポイントは、私たちのライバル企業(日系、欧米系)がまだほとんどインドには出ていませんでした。先に出て先行者利益を取ることは大きなアドバンテージになりますので、インドへの進出を考えていたのですけれども、たまたまそ

の時にインドの医薬品メーカーからインキビジネスをやりたいので、ライセンスを供与して欲しいという話が参りました。私どもとしては、当時インドに何のコネクションもなかった状況だったことから、こういうきっかけは非常に大切でしたので、このライセンス契約を糸口にインドに出ていこうということで、ライセンス契約を進めることにしました。



ライセンス契約を結んだ後、まず現地パートナーがインキ会社を設立しました。その後当社のアドバイスに沿って、工場を建設していくということになりました。それまでの間、私どもは、インドネシアからインキをインドに輸出いたしまして、インドネシアの技術駐在員が出張でインドに来て、お客様を回りながら市場の調査、開拓をしていました。そういうしている間に現地側から、出資をしてくれないかという話が出てまいりまして、30%の出資をすることになりました。当時はインドで、外資がマジョリティを取るということは認められてなかったので、マイノリティの出資から始めることにして、95 年 8 月から合弁会社とがスタートしました。工場の土地を取得して、いよいよ工場建設という運びになりましたが、ここから私どもには苦難の道が訪れるということになりました。私どもは契約後即時に資金を払い込みましたが、相手側がいつまでたっても約束の 70% の資本を払い込んでこない。何度も督促をしましたが、もうすぐ払うとか、色々理由をつけていつまでたっても払ってこない期間が続き、1 年近くたって、さすがにおかしいなど不審に思い始めた頃に、相手側の会社がシックカンパニーになったという連絡が突然入りました。シックカンパニーというのは日本で言えば、債務超過になり民事再生法の申請をするようなイメージです。当時はインドではこの辺りのルールがかなり厳しくて、シックカンパニーと見なされて政府の管掌に入ると、裁判所に準じる機関が入ってきて、会社の再建や清算などをすることになるので、彼らが勝手に資本金の支払いができないということになりました。こ

れには、正直なところ非常に困りました。すでに 30%の出資をしてしまっており、はしごを外されたような形になったので、このまま撤退すべきだという意見もありましたが、せっかく掴んだインド進出のきっかけなので、なんとか事業を続ける道を探そうではないかということになり、そこから相手とも継続の可能性について粘り強く話を続けるうちにパートナー側もかなり責任を感じたようで、政府と交渉をしてもらった結果、当社が特別にマジョリティを持つてもいいという許可を取ることができました。そこから出資比率を見直して、当社が 75%、相手が 25%の形の合弁でやっていこうということで、再スタートとなりました。ところが、相手はその 25%も払えないということになり、最終的には、当社に 100%でやってほしいという話になりました。ここまで来たら行くしかないということで、最終的に 100%の子会社として、完全独資での事業開始ということになりました。ただ、100%の出資をするにあたって、相手先からこの会社に出向していたインド人責任者をそのまま転籍させることを条件としたので、彼を社長にしてこの会社を運営することができるようになりました。これが我々には後々非常に大きかったわけですが、何とか 100%子会社としてのスタートが切ることができました。



スタートはしたものの、そう簡単にビジネスがうまくいくわけではなく、まず工場を作つてよいよ自社製品の販売を始めたのですが、競合のローカルメーカーが我々を市場に入れまいと、私どもが行く得意先に対して大幅な値下げをして、私どものインキが売れないようにしました。その結果、売上が伸びずに、2 年間大きな赤字が続き、このままでは我々がシックカンパニーになってしまふとの危機感から、なんとか挽回すべく、2 年間の経験から、ローカルメーカーの分析をした結果、彼らのインキの品質に一貫性がないこと、タイムリーなインキのデリバリーができていないこと、トラブル時の技術対応が不十分などで、これら 3 つの課題にすべて対応できるインキメーカーがインドに

はないということがわかりました。これらのことは日本のインキメーカーであれば当たり前の話ですのでございますので、これを是非実行していくことになり、一貫した品質の製品供給、注文を受ければ即日出荷を行い、日本の駐在員を中心に迅速な技術対応を行うことを地道に続けていたことから、だんだんと私どもの品質とサービスが認められてきて、お客様からの信頼を得るようになり、そこから売上が大きく伸び始めました。また、お客様の印刷に対する知識も非常に低かったことから定期的に技術セミナーを開催して、顧客側でもトラブル対応ができる知識を習得してもらいました。これまでインドでは行われてこなかったことを実践したことにより差別化に成功したことが大きな転換点となりました。

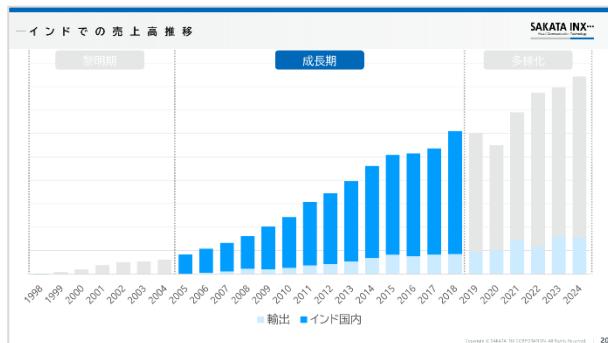


ビジネス面だけではなく、資金面でも大変苦労いたしました。当時は現地に全くパイプがございませんので、現地の銀行に取引のお願いを行ったものの、ほとんど相手にされません。インドで全く知名度のない外資の会社ですし、おまけに赤字となるとまず相手にされませんでした。そこで日系の銀行様のお力を借りて、なんとか運転資金の工面をさせていただきました。とにかくお金が不足してましたので、少しでも手元資金を増やす必要があるので、売掛金の回収が大きな課題となりました。そこで我々はインキの代理店に対して、当社のインキを取り扱うのであれば、銀行保証か現金のデポジットを入れることを条件にしました。当時インキ業界では、このような習慣はなく、他のローカルインキメーカーは代理店に対しオーブンアカウントで取引をしてましたので、ほとんどの代理店から拒否されました。そこで、私どもはインキの代理店を使わず、全く関係のない業種の代理店にインキを販売してもらうことを考え、新聞広告で当社インキを取り扱う代理店を募集しました。その結果、我々の取引条件を承諾する新たな代理店を見つけることができ、資金の確保にも目途が付きました。それまで、銀行保証と

か現金のデポジットという商習慣はありませんでしたが過去の商慣習に囚われずに独自のやり方で資金の確保を行うことができたことも、今考えればインドビジネスが成功した大きな要因の一つだったと思います。その当時の代理店は今や私たちの主要代理店に成長していただいております。



進出当時、初期の駐在員は相当苦労があったと聞いています。通勤時間が、わずか 4-50 キロの距離に車で毎日 2 時間ぐらいかかる。それも舗装してない悪路をはるばる 2 時間、往復 4 時間通勤していました。さらに治安の問題もありまして、町を外れて人気がなくなると襲われるような可能性もあって、当時は不安が大きかったです。あとは、得意先がインド全土に広がっておりますので訪問が大変でした。資材調達の方は、注文した原材料が予定通り届かない。あと、言葉の面ですが、インド人と話された方は経験あるかと思いますが、ものすごくアグの強いアクセントで英語を喋りますので、慣れるまでなかなか聞き取れません。当時インドの社長が私どものアメリカの子会社を訪問して話をしたのですが、半分近いアメリカ人が理解できなかったというエピソードもあるぐらい訛りがきついので、コミュニケーションにも非常に苦労したようです。



ここから成長期の話をさせていただきます。ようやく事業の方も黒字転換しまして、採算が取れるようになってまいりましたので、これからいかに売上を伸ばしていくか、新たな施策を打つ

たのがこの成長期となります。

— 成長期の目標と施策 —

**目標**

- ・5年で売上高3倍



**施策**

- ・販売品種の拡大(オフセットインキ)
- ・輸出拡大(パリ工場の建設)、印偽の活用
- ・大手ユーザーの獲得



成⻑期





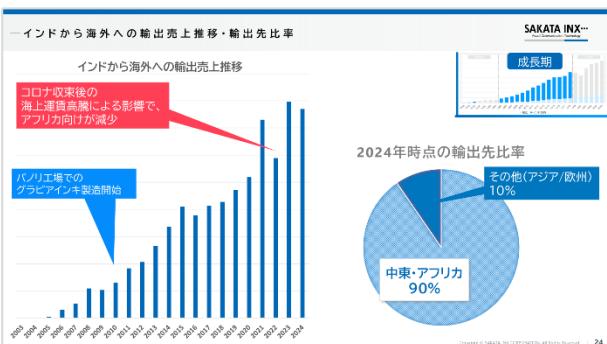
Gujarat State Parli 工場  
(2010年商業生産開始)

まず5年で売上を3倍にするという目標を定めまして、取り扱い品種の拡大をおこなうと同時に輸出も伸ばそうということでパリに第2工場を建設しました。輸出の話は後ほどいたしますがインドの大きな魅力の1つは、インド国内だけではなくて、アフリカ、中東への輸出拠点として非常に適している点です。アフリカ・中東には印僑と呼ばれる、インドから海外に渡ってそこでビジネスをされている人が非常に多くおられます。アフリカ・中東への進出を考えると、インドを拠点に進めるのが非常に有利であることから、アフリカ、中東への輸出を始めました。

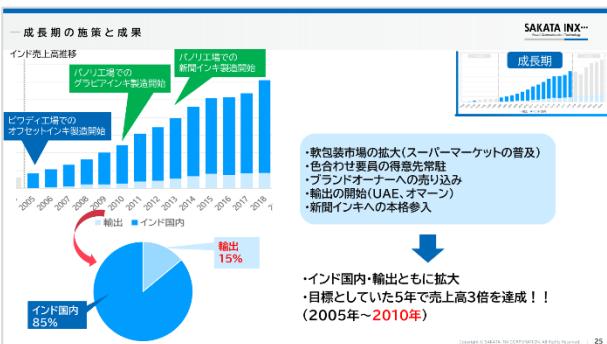
パノリ工場を作った時の開所式の様子です。ご覧の通り、現首相のモディさんが我々のオープニングに来てくださいました。当時はグジャラート州の首相でした。私は参加していませんが、我々の開所式に来ていただいた時、モディさんはヘリコプター2機で工場まで来られています。着地されたら、ブラックベレーと言われる精銳の護衛部隊が聴衆に対して機関銃を構える中、降りてこられたようです。そのころ当社の人間は誰もモディさんを見たことがなくて、どの人がモディさんかわからず、降りてこられた中でスーツを着た方をモディさんだと思って握手を求めに行ったら、その後ろからこの白い服で素足の方が降りてこられて、この方がモディさんだと分かつて慌てたというエピソードが残っております。



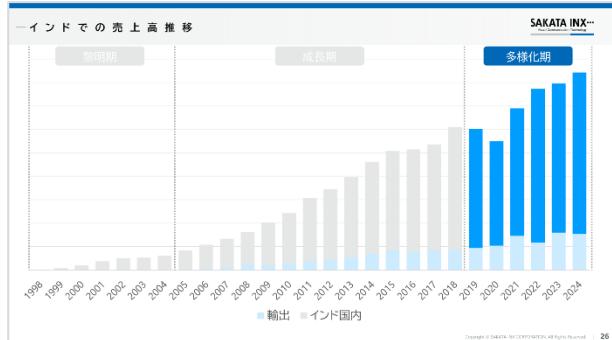
輸出の話をいたします。アフリカでインド系移住者が多い地域は元々イギリス領の地域です。英語を話す国にインドの方は多くおられますので、南アフリカ、それからケニア、タンザニア、ナイジェリアといったところにインドから輸出を広げていき、大きく伸ばすことができました。



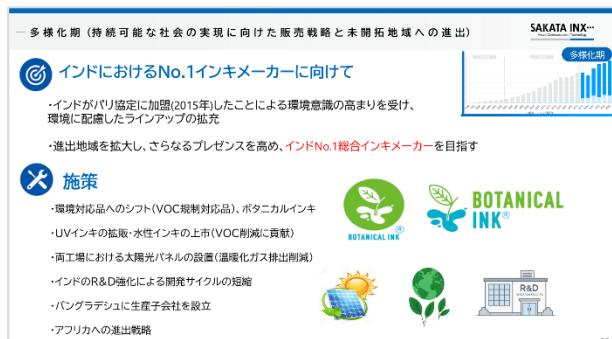
これが輸出のグラフです。パノリ工場は港に近く、輸出に非常に便利なこともあり輸出が大きく伸びました。輸出先を見ますと、90%が中東・アフリカという形になっており、やはりインドはアフリカ向けのビジネスに有利な地域であると思います。



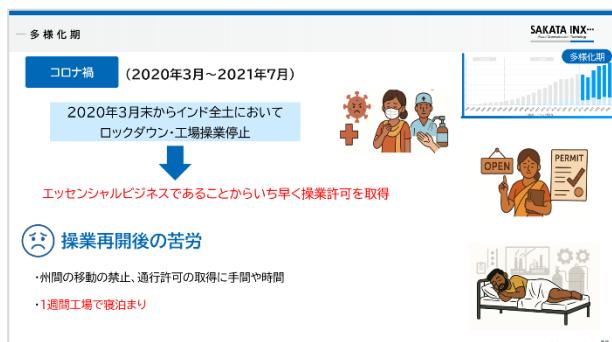
ざっと成長期の話をまとめますと、主力の軟包装インキの取り扱い品種の拡大に加え、新たにオフセットインキを始めたことや輸出を拡大したことから、5年で3倍という目標を達成することができました。



この後、多様化期の話をさせていただきます。



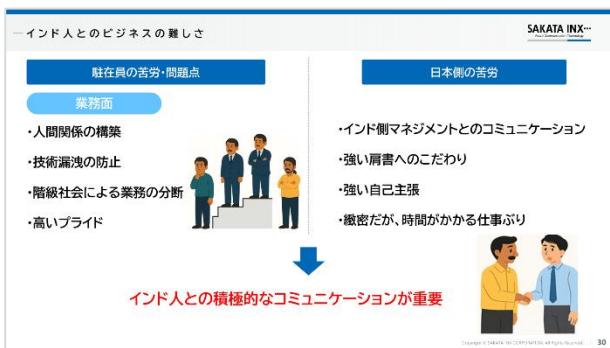
この時期になると、インドもかなりインフラが整ってまいりまして、人々の生活水準も向上してきました。それに伴いまして、競合の海外メーカーもどんどんインドに進出してきて、競争が非常に激しくなってきました。今までと同じことをやっていると、さらに売上を伸ばしていくことが簡単ではなくなりました。そこで次の目標を、インドのナンバーワンインキメーカーになることとして、環境対応という点に主眼をきました。パリ協定にはインドも加盟しまおりますし、モディ首相の出身であるグジャラート州というのは、制度的にも非常に環境に厳しく、インドも環境問題に非常に意識が高まったということから、当社もVOC規制対応品であるとか、植物由来の成分を多く含んだボタニカルインキといった環境対応製品を積極的に投入していく、多様化するニーズに対応した製品の展開を始めました。



この時期の一番大きな問題は、コロナ感染の拡大です。インドも全土でロックダウンとなり、ほぼ全産業で工場が停止しました。この時も、インドの社長が、政府の方にかなり強硬にかけ合って、当社の製品は食品や生活必需品に使用されるものなので、これはエッセンシャルビジネスだということを強く訴えたことから、他の業種に先立つていち早く操業の許可を得られることができました。その点では他の業種に比べれば、コロナの影響は最小限にとどめることはできたのですが、この間の操業というのは非常に大変でした。駐在員も通勤ができませんので、工場にずっと泊まって対応したと聞いております。



直近の話では、バングラデッシュに子会社を設立があります。バングラデッシュには、これまでインドからの輸出で対応していましたが、出荷量も増えてきたので、ダッカ近郊に工場を建設することとし 2017、18 年から土地を探し始めて、ここも糸余曲折はありましたがようやく 2021 年から操業できる運びとなりました。



ここから我々が経験してきたインドでの苦労話をさせていただこうと思います。まずは人間関係を作っていくことに非常に苦労しました。言葉の問題もございますけれども、彼らから信頼されるようになるにはやはり時間がかかります。そのためコミュニケーションを積極的に取っていくことが大事で、相手から、この人と付き合えばメリットがあると思われれば、人間関係が作

りやすくなったという話を聞いております。メリットというのは仕事面だけではなく、プライベートを含め色々な方面での内容です。次に、技術漏洩の防止です。これは非常に大きな問題ですが、インドの人は会社への帰属意識というのは非常に少なく、常により高い給料、高いポジションを目指していきますので、いい条件があれば簡単に転職していきます。ライバルメーカーにでも、簡単に転職していきますので、いかに彼らに、技術を持っていかれないようにするかを考える必要があります。あと階級社会の問題です。現在オフィシャルには、カースト制度というものは禁じられているということになっておりますけれども、まだまだインドには生活の中で階級社会は根強く残っております。階級ごとに与える仕事が変わってまいりますので、1 人の人間に、一連の業務を全部やらせたら効率がいいのですが、「これは私のやる仕事じゃない」と言って自分の階級に見合う仕事しかやらないというようなことがありますので、業務が分断されてしまいます。このあたりは日本人には理解しにくいところなのですが、「この人、良く仕事できるから上に引き上げようか」というようなことを日本人が簡単にやってしまうと、後で大変なことになるので、こういう人事面はインドの人にやってもらい、日本人が勝手に、インド人をプロモートすることは控えた方がいいと思います。また、プライドが非常に高いということで、人の前で叱りつけるようなことは NG です。注意する場合、部屋に呼んで、相手の気持ちも立てながら納得させるというようなことが必要だと思います。一方、日本側の苦労として、インド側とのコミュニケーションですが、先ほどの階級社会に通じるのですが、話す相手の肩書きにもすごくこだわります。例えばインドの社長に日本の若い社員が「こういうことやってもらいたい」といった依頼すると、たちまち電話がかかってきて、「なんでこの人間から、命令されないといけないのか」とクレーム入ってくるので、我々も、こういう質問は部長から聞く、この質問は役員から聞く、といった具合で、神経を使ってます。仕事ぶりは非常に緻密で正確ですが、それだけに、非常に時間がかかるてしまうということが、私も仕事をしていて経験がございます。融通が利かないとも言えますが、例えば工場建設の FS (Feasibility Study=採算性調査)を彼らとやっていて、「もう少し利益を出すために人件費 5%削ったらどうなるか」といった話をすると、あくまでも計画の話なので、とりあえず 5%削った数字で再計算してくれたらいいのですが、ちょっと時間が欲しいという

ことで、細かな計算を始めます。彼らは、分厚い FS の基礎資料まで遡って計算を始め、どれだけ時間がかかっても納得できる数字を出すということを当たり前のようにやります。

当社独自の取り組み（人材確保・定着面）

**課題**  
事業拡大に伴う優秀な人材の確保・定着面の課題

**施策**  
待遇面で世間レベルを上回る条件提示  
・車両購入補助制度  
・定年年齢の引き上げ(58歳→60歳 ※現在は62歳)  
・従業員紹介インセンティブ  
・企業年金制度

定年までの定着と質の高い労働力の確保

SAKATA INX...  
Copyright © SAKATA INX CORPORATION. All Rights Reserved. 31

インドでビジネスをやるにあたっての 1 番大きな課題というのはやはり人材です。優秀な人材を採用しないと事業はうまくいかないので、我々も採用する時は、世間レベルよりも若干有利な条件でいい人材を確保しておりました。

これからのお印度ビジネス

**インド進出にあたっての教訓**

- 広大な国土（営業活動に工夫が必要）
- 独自の文化・習慣への対応
- 税務問題への対応
- 優秀なスタッフの確保（魅力ある採用条件）
- 親会社の文化・カルチャーの浸透
- 複雑な法制度

SAKATA INX...  
Copyright © SAKATA INX CORPORATION. All Rights Reserved. 32

これまでインドビジネスで経験した教訓をまとめますと、まず優秀なスタッフを確保するということは非常に大事ですし、インドは独特的な文化・習慣がございます。これらを全て日本人が理解して、オペレートするのは非常に難しいと思いますので、そこは優秀なインド人を見つけてきて任せるべきだと思います。私どもは幸い、非常に優秀な MD を採用できたことが 1 番の成功の原因だと思います。あとは、親会社（日本）の文化、カルチャーをインド人スタッフに理解してもらうことが大事で、一旦理解してもらうと後々非常に仕事がやりやすくなります。

これからのお印度ビジネス

**インド進出の魅力**

- 有能な人材の宝庫
- 言葉の壁が低い（英語が堪能）
- 世界最大かつ最年少の労働力（名目GDPランキングで世界4位、2027年には世界3位になると予測）
- 中東・アフリカでのコネクション（印象）

SAKATA INX...  
Copyright © SAKATA INX CORPORATION. All Rights Reserved. 33

これまでお話ししたように、インドの魅力は非常に有能な人材が多いこと、将来魅力的なマーケットであること、言葉が英語なのでコミュニケーションがやりやすいこと、それに中東・アフリカへのコネクションが非常に強いこと。この辺りが大きなメリットだと思います。

当社にとってのこれからのお印度ビジネス

**生産・オペレーション面のさらなる高みを目指して**

- 当社日本で展開中のTPM(Total Productive Maintenance)活動をインドにも展開
- 2025年3月にTPM優秀賞の一審査を受診し合格
- 現在、12月の二次査定に向けて鋭意準備中

設備の適切な維持と改善継続で、故障、製品不良、作業のムダなどの「ロス」を未然に防ぐ！

SAKATA INX...  
Copyright © SAKATA INX CORPORATION. All Rights Reserved. 34

日本では長年 TPM(Total Productive Maintenance)活動を行ってまして、海外にも展開しておりますが、活動中に国の中でインドが最も優秀で、進んでおります。これは彼ら真面目に取り組んでくれるからで、インド人の気質がよく現れてる事例だと思います。

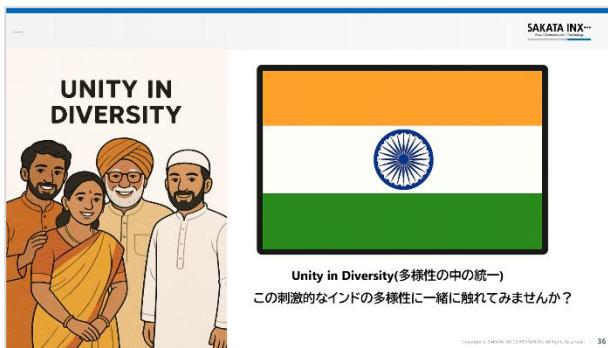
当社にとってのこれからのお印度ビジネス

- インド工科大から3名の学生をインターンシップを経て今年度、日本で採用
- 人材育成と多様性経営（ローカル人材を世界へ）

SAKATA INX...  
Copyright © SAKATA INX CORPORATION. All Rights Reserved. 35

最近の取り組みですが、今年初めて、インド工科大学の学生 3 名を日本で採用いたしました。この 9 月から入ってもらったところですが、昨年インターンシップで来ていただいた 3 名が全員当社に入ってくれたということです。非常に優秀な人材で、

我々の社内 AI の開発を、彼らにお願いしようと思っております。



以上、拙いお話をございましたけれども、ここに書いてある Unity in Diversity がインドのナショナルポリシー、国是でございます。多様性の中の統一ということで、宗教、言葉、いろんなものが混ざってる中を、うまく柔らかく統一していこうというのが、インドの考え方だと思いますので、是非とも皆様、インドに進出してビジネスを成功されることを願っております。  
どうもありがとうございました。

(終了)