

中小企業の成長戦略としての 海外進出と現地人材の育成

2013年12月16日

一般財団法人海外産業人材育成協会(HIDA)
HIDA総合研究所

目次

1. HIDAの現地人材育成支援事業のご紹介
2. 日本企業の現地人材育成の需要
3. 海外進出日系企業による人材育成事例
～タイ、ベトナム～
4. 人材育成の効果
5. HIDA総合研究所が展開するサービスのご案内
(自主事業)

1. HIDAの現地人材育成支援事業のご紹介

一般財団法人 海外産業人材育成協会 (HIDA)

The Overseas Human Resources and Industry Development Association

設立：1959年（昭和34年）8月10日

事業目的：産業国際化の推進、貿易の振興、投資活動の促進及び国際経済協力に関する事業を行い、もって我が国と海外諸国の相互の経済発展及び友好関係の増進に寄与する。

基本財産：7.1億円

事業規模：約85億円（2013年度予算額）

事業所：国内拠点 東京 東銀座事務所・北千住事務所
研修センター〔東京・関西（大阪市）・中部（愛知県豊田市）〕

海外拠点 バンコク、ジャカルタ、ニューデリー

職員数：142人（2013年4月現在）

※財団法人海外技術者研修協会(AOTS)と財団法人海外貿易開発協会(JODC)は、2012年3月30日に合併して財団法人海外産業人材育成協会(HIDA)と名称を変え、2013年4月に一般財団法人へ移行しました。



1959年創立以来、途上国産業界の技術者・管理者等の研修を国内外で実施〔170カ国地域・延べ35万人〕



1970年創立以来、日本人専門家を途上国産業界に派遣して技術指導を実施〔60カ国・延べ7,100人〕



HIDA

日系現地法人を含めた途上国産業界の多様化する技術移転ニーズに迅速的且つ集中的に応えるため、日本政府の公的資金を活用して研修と専門家派遣事業を組み合わせ、技術協力をグローバルに展開。



東京研修センター



関西研修センター



中部研修センター

HIDA 現地人材育成支援事業

1. 新興市場開拓人材育成支援事業 (国庫補助事業)

研修事業

途上国の技術者・管理者を対象に
日本の技術や経営管理の習得/普及
を目的とした人材育成

＜受入研修＞ 日本に研修生を受入れて行う研修

技術研修 (一般研修 + 実地研修)

管理研修

専門家派遣事業

途上国の企業等に日本人専門家を
派遣して行う技術指導

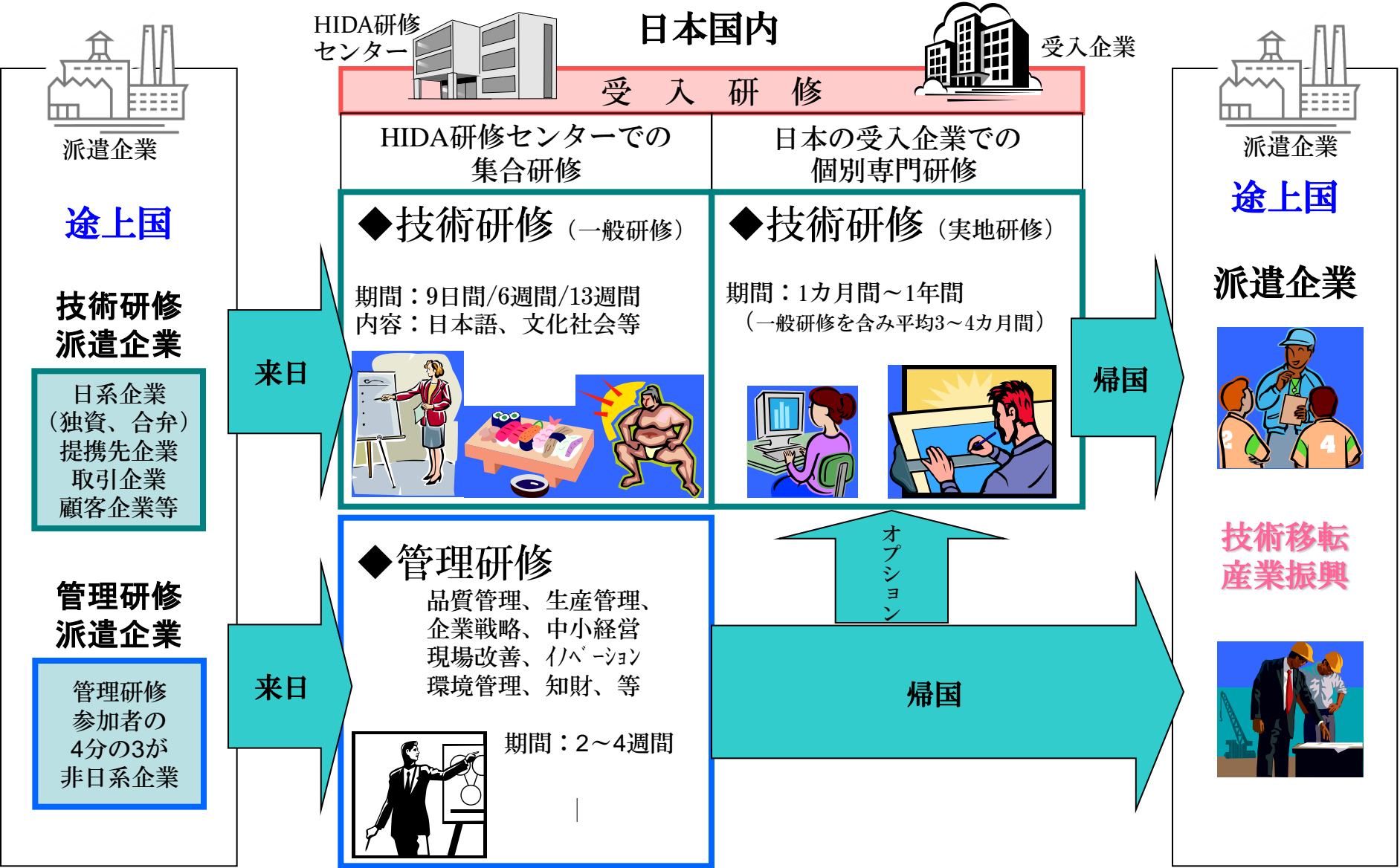
2. 中小企業海外高度人材育成確保支援事業 (経済産業省委託事業)

3. 自主事業 (新国際協力事業・HIDA総研事業)

企業の個別ニーズに対応した
オンデマンド型研修や商談会の実施等



研修事業

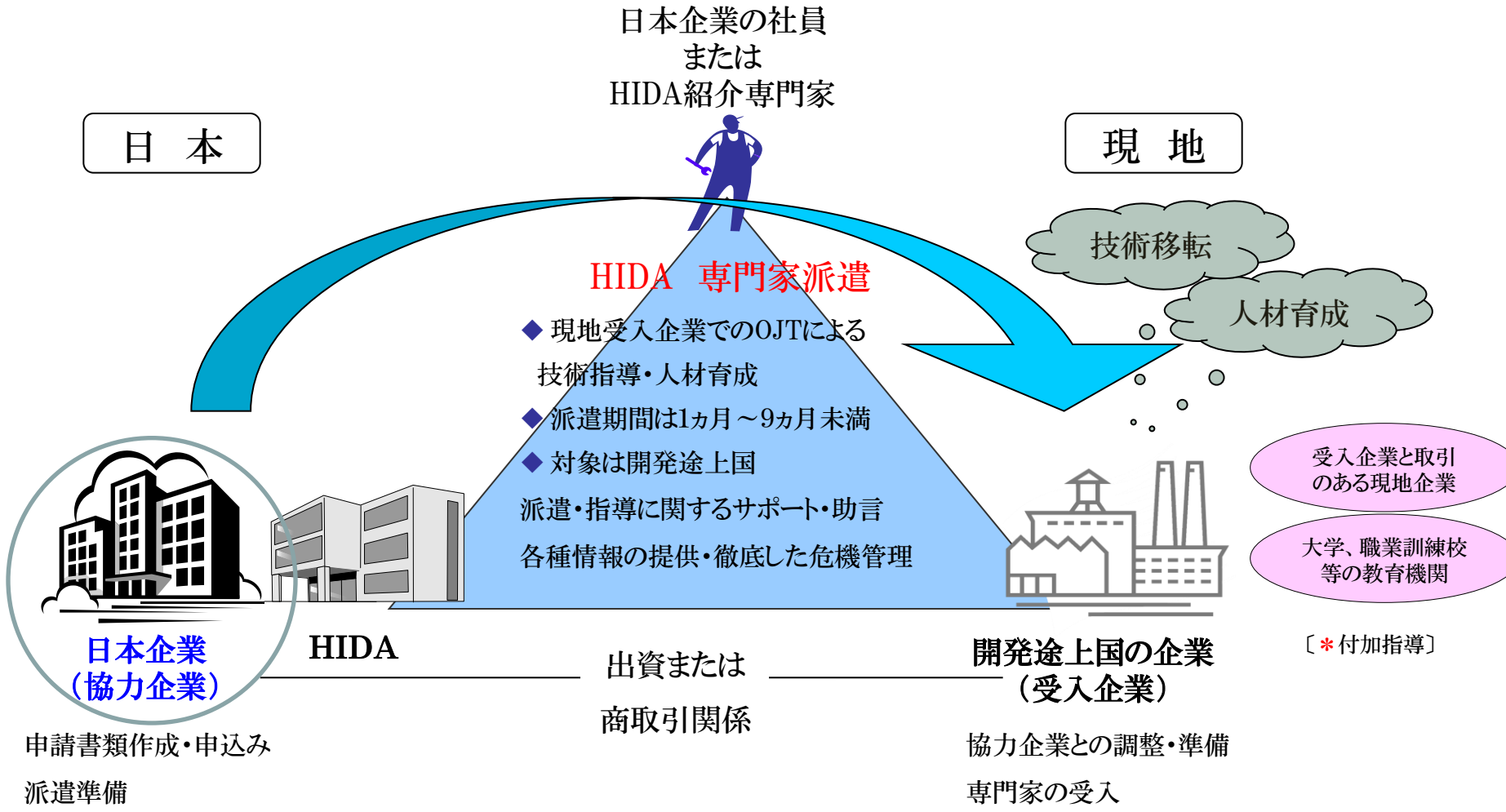


研修事業(受入研修 技術研修コース) ご利用のメリット

- ・ 在留資格「研修」での**企業内実務研修**(公的研修)
- ・ 計画立案・実施態勢整備から実地研修中の問題解決まで
トータルでサポート
- ・ ODA予算による**補助金交付**
(受入費:滞在費・実地研修費、研修費、海外旅行保険費等)
- ・ 導入研修による**日本・日本語理解、実地研修円滑化**
- ・ HIDA研修センターで**健康・安全・安心な環境提供**
- ・ ODA研修参加による研修生の**やる気向上**



専門家派遣事業



* 受入企業の日本資本比率が50%以上の場合、同比率が50%未満の現地企業または現地教育機関等への付加指導が義務付けられています。

専門家派遣事業 ご利用のメリット

- ・ 専門家の派遣・指導をトータルでサポート
1案件1担当者制による専門家支援
国内外のネットワークを活用した情報提供
専門家の健康管理・安全管理・危機管理
独自データベースによる一元的派遣管理
- ・ ODA予算による補助金交付
(航空賃、現地滞在費、支度料、海外旅行保険費、技術協力費)
- ・ 経済協力・地域社会への貢献



現地の人材確保支援事業(タイ・ベトナム・インドネシア)

海外進出する中小企業にとって、優秀な現地人材を確保することが重要な経営課題となっており、さらに、中小企業が現地において安定的に事業を拡大していくには、日本企業の理念や経営手法を十分に理解し、現地人材をマネージできる管理職人材や、生産・品質管理を担える人材の確保・育成が求められています。他方、日本の中小企業は現地高等教育機関(大学等)とのパイプが不足しており、多くの中小企業は**現地で優秀な人材を確保**することが大きな課題となっています。また、即戦力を中途採用した場合でも、人材の定着率が低いため、**新卒の人材を長期的な視点で確保・育成**することが必要となっています。

事業概要

- 👉 学生の日本企業文化への理解促進、日系中小企業への就職意欲向上を目的に現地高等教育機関で「**日本企業文化講座**」(講義・見学・インターンシップ等)を開設。
- 👉 現地進出日系中小企業と現地高等教育機関の学生のマッチングの機会として**日本企業紹介/ジョブフェア**を現地高等教育機関と協力し開催。

参加企業の声

- 新卒採用をしたいが、知名度不足であるため、HIDAプログラムを通じて今後も企業PR、大学との関係作りをしていきたい。
- 学生時代に日本のことを勉強する機会があれば採用後教育に効果大。定着率もあがると思われる。HIDAのプログラムに賛同。
- 15年前進出したときは日本の会社の考え方や仕事のやり方を一から教えなければならなかったため、本プログラムは非常に有益だ。
- 現在は新卒採用の計画はないが、将来をにらんで大学とのパイプを作っていきたい。
- 大学側の窓口とのパイプができたので今後積極的に活用していきたい。
- ジョブフェアに参加し、17名のエントリーシートを確保できた。

事業スキームイメージ

タイ・ベトナム・インドネシアの
日系中小企業

タイ・ベトナム・インドネシアの
優秀な現地高等教育機関



日本企業文化講座(講義・見学・インターンシップ)
企業紹介/ジョブフェア

学生の日本企業文化理解促進
日系企業と現地高等教育機関とのパイプ作り
学生の日系企業への就職意欲向上
日系企業と学生のマッチング機会提供

2. 日本企業の現地人材育成の需要

海外進出に関する日本企業の意識調査

出典：帝国データバンク調査結果 期間：2012年5月21日～31日、対象：2万2,955社 有効回答数 1万467社（45.6%）

海外事業を行う上での障害や課題

〔複数回答3つまで〕

文化習慣の違い	33.8%	(32.2%)
法規制・制度の違い	30.5%	(38.4%)
言語の違い	27.1%	(23.2%)
現地情報の収集	18.5%	(19.8%)
海外事業の戦略立案	16.8%	(18.2%)
提携先・パートナーの発掘	14.8%	(23.2%)
代金・投資回収	11.9%	(13.3%)
社内体制の整備	11.6%	(12.5%)
社内人材の確保	11.5%	(16.3%)
<u>現地人材の育成</u>	<u>11.0%</u>	<u>(18.2%)</u>
販路開拓	10.6%	(15.6%)
現地での生産・品質管理	8.2%	(13.4%)
その他	30.0%	(39.7%)

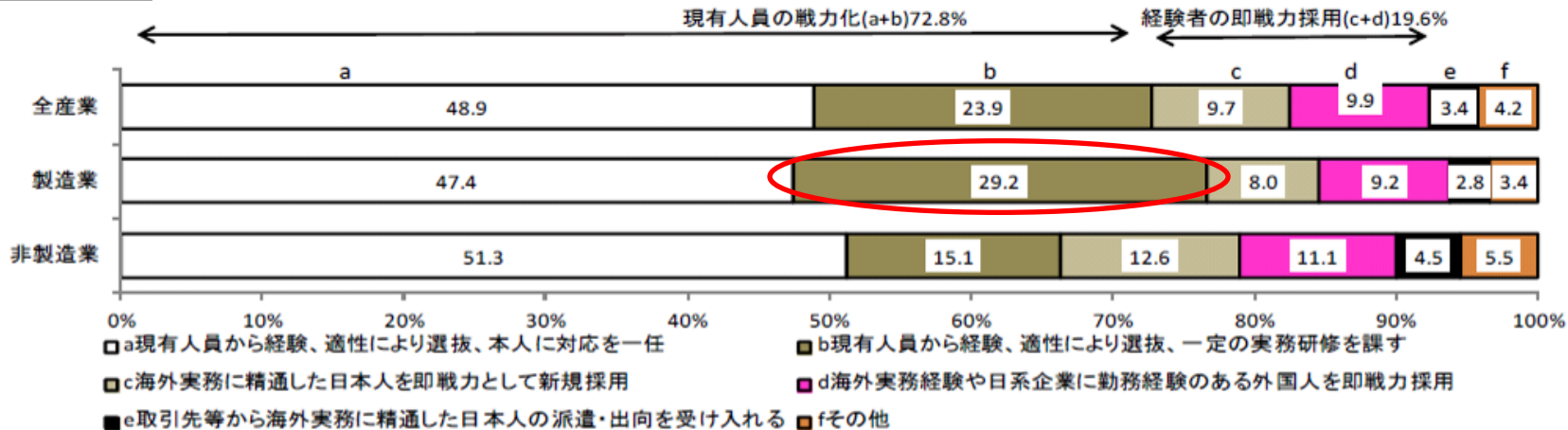
注) 左記 () の数字は、今後2～3年で海外進出する意向のある日本企業の回答

- 日本企業が海外事業を行う上で抱えている障害や課題は多岐にわたっており、幅広い分野の課題解決が模索されている。
- 現地人材の育成も課題の一つであり、この分野への取り組みによって解決できる他の課題も多い。

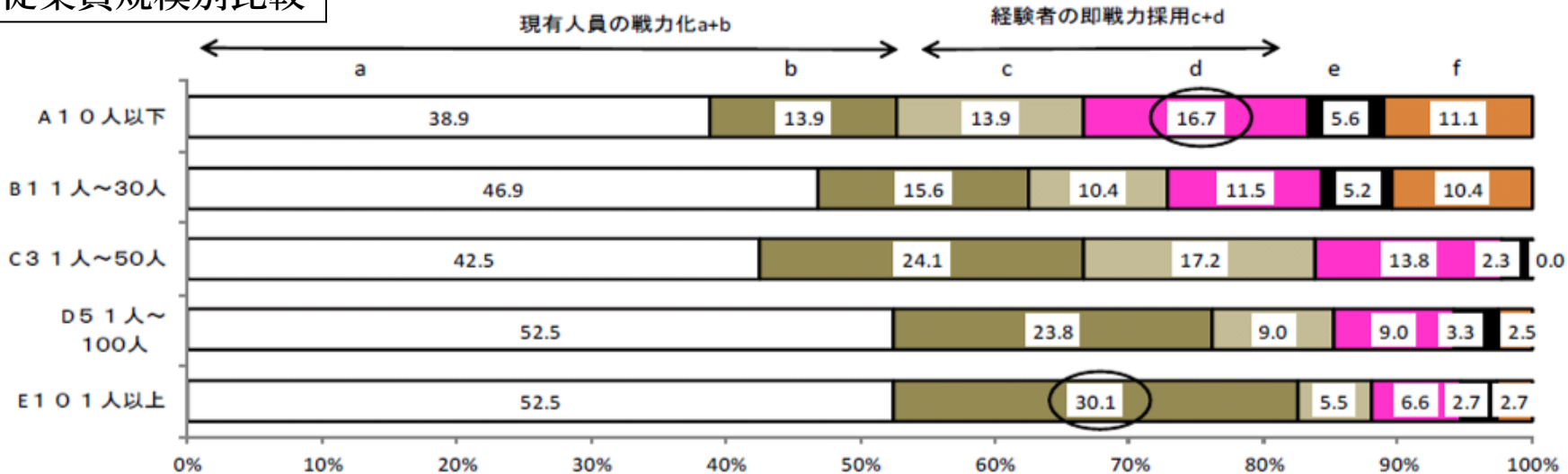
海外に勤務する人材の育成方法

出典：商工中金調査部「中小企業の海外進出に関する認識調査」 調査時期：2012年7月 ※2012年10月3日公表

産業別比較

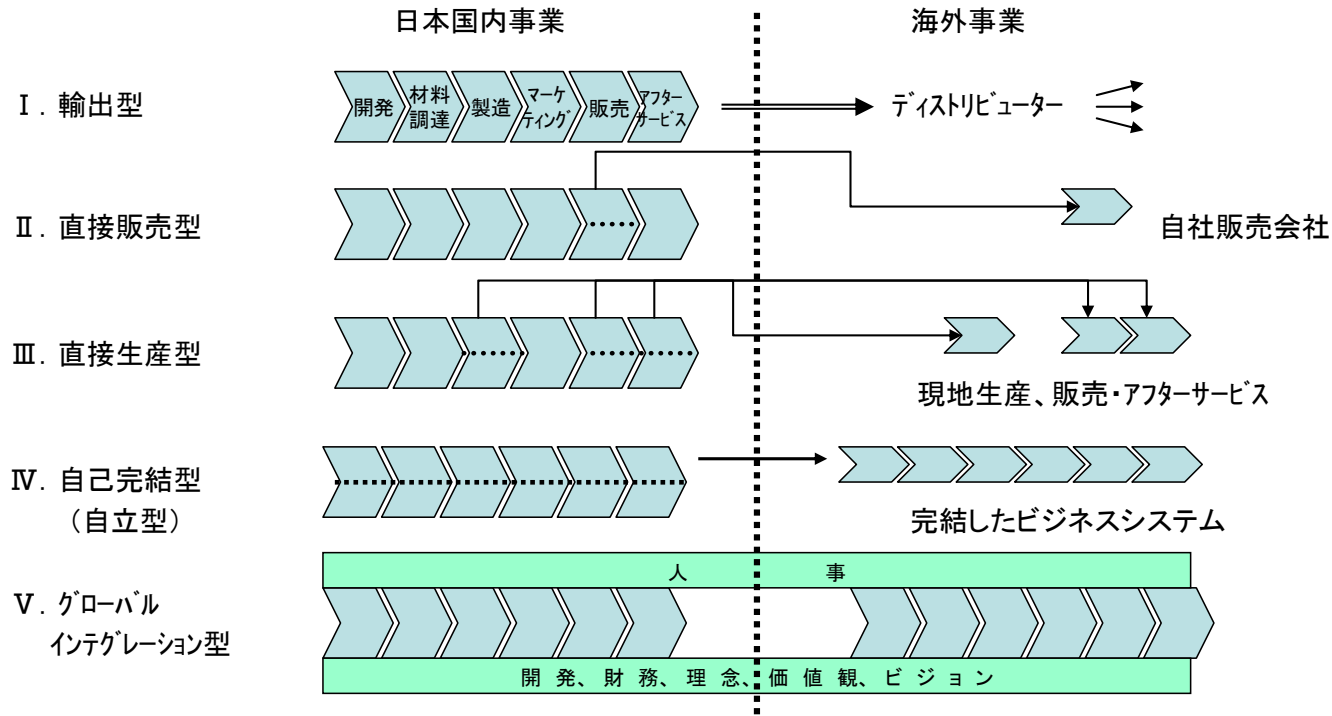


従業員規模別比較



日本企業のグローバル化（海外展開プロセス）と研修ニーズの変化

出典：「日本企業 生き残り戦略」プレジデント社



フェーズⅢからⅣ、Ⅴへの移行による研修ニーズの変化が起きている（高度化、多様化）

技術	労働資本集約技術(保守・加工・組立)、基礎的管理技術 ⇒ 知識集約技術(設計・デザイン等)と高度な管理技術
リーダー	基礎的なスキル、テクニックを身につけている ⇒ 問題解決ができ、独創的にものを考えられる

タイ自動車産業界における技術研修ニーズの返遷とAOTS研修事業との対応関係

出典：AOTS研修機関誌No.305 平成16年経済産業省委託調査「経済協力評価事業」(株)三菱総合研究所 産業戦略研究部

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
技術移転ニーズの背景となる環境変化	<p>1994: 市場の拡大</p> <p>1995: 通貨危機</p> <p>1996: WTO体制成立</p> <p>2001: AFTA実現</p>										
派遣企業(=日系企業、大手、組立+Tier1)	<p>○国の政策動向(基本動向)</p> <p>政策変化</p> <p>○タイ自動車産業界の動向</p> <p>新規工場設立、設備増強(自動車メーカー)</p> <p>新製品の開発</p> <p>部品メーカーの進出動向</p> <p>輸出拠点化動向</p>										
非派遣企業(=地場企業、中小、Tier2,Tier3)	<p>○国の政策動向</p> <p>○タイ自動車産業界の動向</p> <p>地場部品メーカーの一般動向</p>										
技術移転ニーズ	<p>○必要とされる技術の領域</p> <p>○人材に必要とされる技術の領域</p> <p>○人材に必要とされる要素(技術力の基盤)</p> <p>タイ現地の従業員に期待する役割</p> <p>役割に必要な要素</p> <p>非派遣企業(=地場企業、中小、Tier2,Tier3)</p> <p>○必要とされる技術の領域</p> <p>○人材に必要とされる要素(技術力の基盤)</p>										
現地化率(ピックアップ)	<p>72%</p> <p>85%</p> <p>96%~100%</p>										
AOTS研修事業の推移	<p>○対象商品</p> <p>○技術プロセス</p>										
	<p>国内市場中心、一部基幹部品を域内補完</p> <p>国内産化政策(現地調達率、エンジン国産化)、関税段階的引き下げ</p> <p>規制緩和と域内貿易自由化</p> <p>自由競争</p> <p>乗用車組立規制緩和</p> <p>輸出促進と外資規制撤廃</p> <p>国産化政策撤廃</p> <p>輸出の減免措置拡大</p> <p>域内関税5%以下</p> <p>T社塗装工場自動化向上</p> <p>T社、H社新組立工場</p> <p>T社造型工場設立</p> <p>H社金型会社設立</p> <p>I、T社開発設計機能化</p> <p>I、T、H社生産能力増強</p> <p>アジアカーの開発投入</p> <p>次期量産車の開発開始</p> <p>T社Euro3対応車投入</p> <p>I社新型PU、T社IMV発表</p> <p>新型アジアカーの投入</p> <p>T社IMV投入</p> <p>系列部品メーカーの機能部品生産進出(TG、TB社等)</p> <p>稼働率低下に伴う輸出拡大(本社支援)</p> <p>ハイテク部品等 新規製品現地化(コモンレール、足回り等)</p> <p>国内市場中心、一部基幹部品を域内補完</p> <p>PU、アジアカーを周辺国に輸出、機能部品の集約生産・輸出</p> <p>PUの生産集約と輸出基地化</p> <p>国産化政策による保護</p> <p>保護撤廃と地場企業底上げのための官民協力(TAI等)</p> <p>市場拡大に伴い事業拡大</p> <p>通貨危機後、リストラと一部売却</p> <p>大手市場、外資と提携拡大</p> <p>自動車生産の拡大により業績好転</p> <p>通貨危機で日本人駐在員減少</p> <p>作業、日常業務の遂行</p> <p>管理業務の拡大</p> <p>工程全体の管理・工程設計、PDCA、TPM、TPS、原価低減</p> <p>作業標準の意識の向上</p> <p>コスト、品質、納期に対する問題意識の向上</p> <p>改善に対する問題意識の向上</p> <p>日本人従業員と円滑にコミュニケーションをとれるようになること(日本語力の向上)</p> <p>製造技術・管理技術、品質技術</p> <p>作業標準の意識の向上、マネージメント能力</p> <p>自動車電装品、機能部品</p> <p>金型、エンジン制御関連部品、機能部品</p> <p>現地化設計製品</p> <p>生産管理関連の研修が↑</p> <p>設計関連の研修が↑</p>										

※Tierはサプライヤー(部品メーカー)を指し、Tier1、2、3はそれぞれ一次(サプライヤー)、二次、三次を指す
 ※PUはパワーユニットを指す

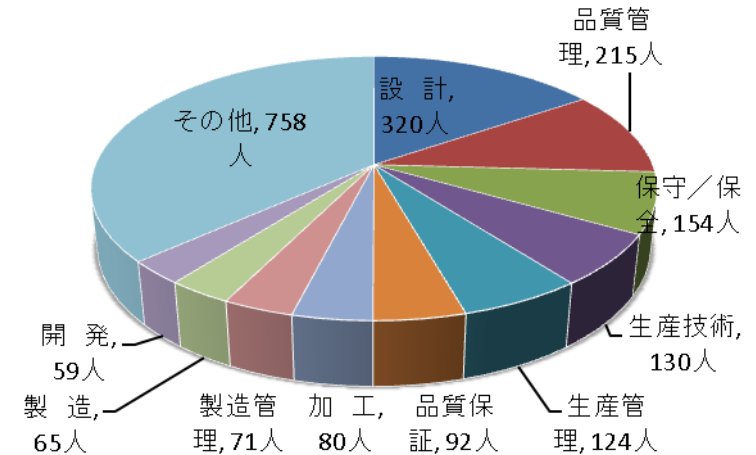
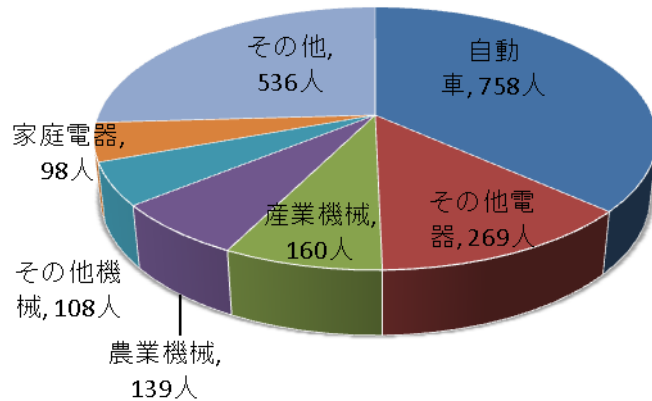
利用実績（タイ） ※経済産業人材育成支援事業 受入研修(2008～2012年)

制度利用企業数 225社（2,068人） 内、中小企業数 113社（458人）

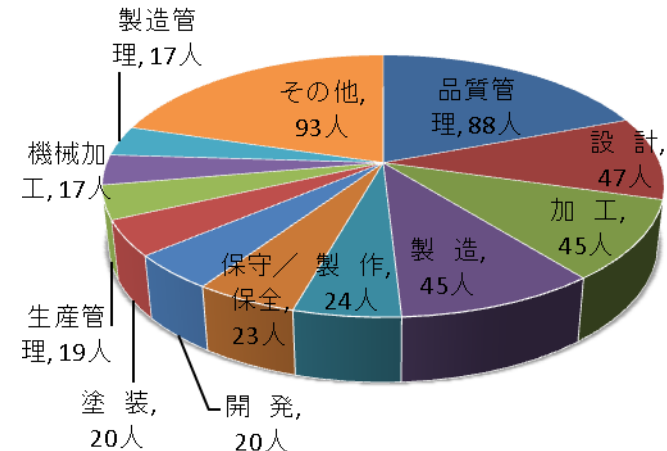
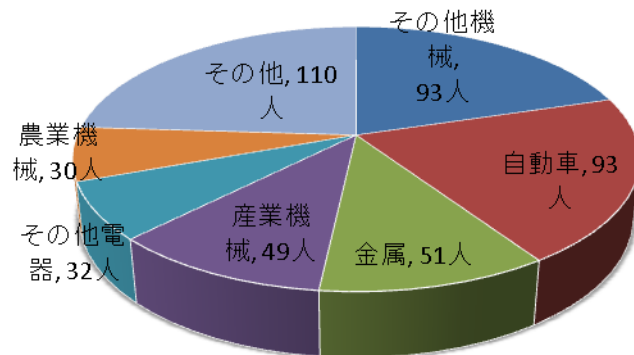
業種

研修技術

全
体



中
小
企
業



データ出所：
(一財)海外産業人材育成協会(HIDA)

利用実績（ベトナム）

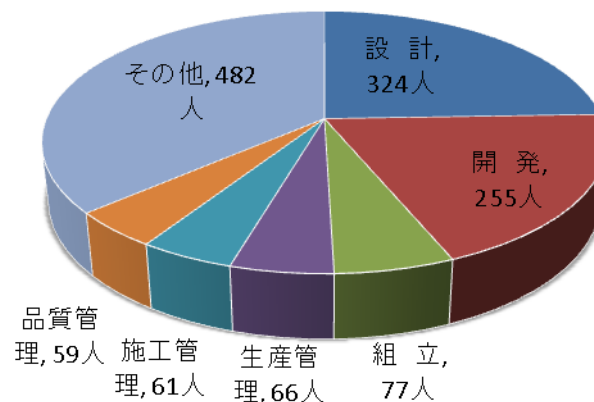
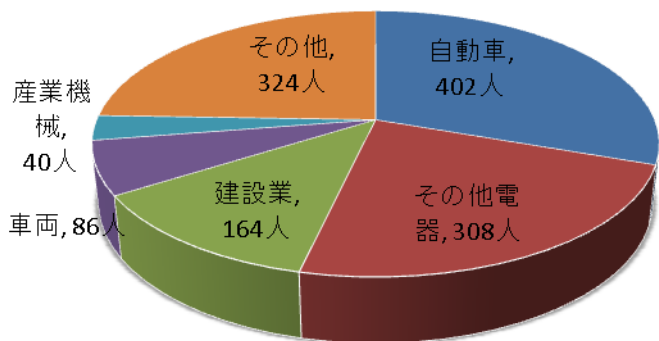
※経済産業人材育成支援事業 受入研修(2008～2012年)

制度利用企業数 146社（1,324人） 内、中小企業数 77社（489人）

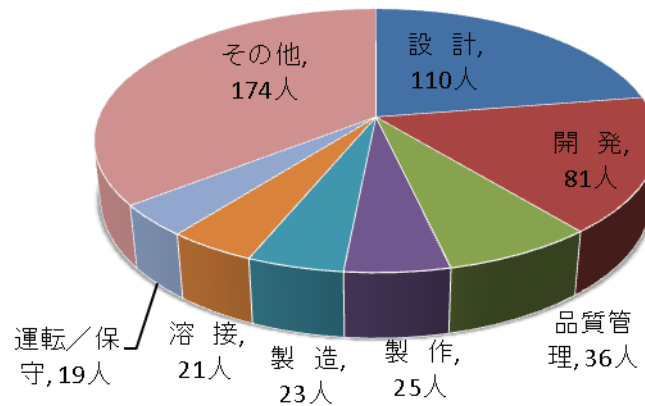
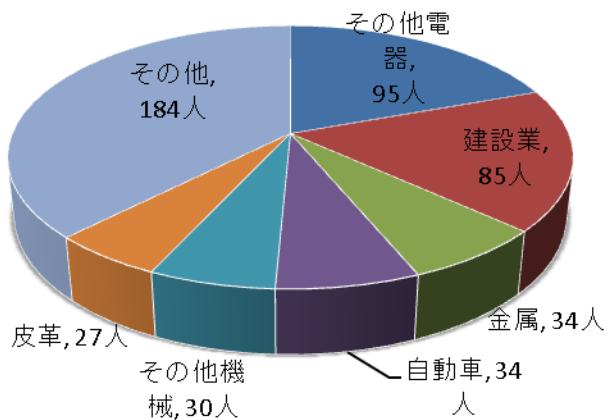
業種

研修技術

全
体



中
小
企
業



データ出所：
(一財)海外産業人材育成協会(HIDA)

3. 日本企業の海外進出事例

～タイ・ベトナム～

A社：国内での原料調達・海外での生産という一貫体制を確立

①海外展開概要

1988年にタイ現地法人、2001年に中国現地法人を設立、日本から送られた原料をタイおよび中国の会社で紡績、製糸をし、カーペット等を製造し日本に輸出している。2008年に、リサイクル工場であった同社の大阪府内の工場に工場と本社機能を集約する際、製品加工はすべてタイ、中国に移管した。

②成功要因(活用した支援策を含む)

同業他社にさきがけて国内での原料調達そして海外での生産という一貫体制を確立したことが、コストパフォーマンスに優れた商品を生み出すことを可能とした。また、事業拡大の観点より、新商品開発を担うデザイナー(2011年1名、2012年1名)および現地での新規マーケット開拓のための営業スタッフ(2011年1名)の研修をタイの子会社よりAOTS(現HIDA)の研修制度を利用。

③今後の計画について

従来は現地で製造されたカーペットについては、ほぼ全品を日本向けに輸出していたが、今後は日本以外の現地顧客(東南アジア、中国)の開拓を進めていく計画。そこでHIDA制度を利用して現地向け商品開発・営業の中核人材の研修を行う。

B社：遊休機械・設備を利用して低コストで海外生産を展開

①海外展開概要

同社は取引先からタイへの進出依頼もあったが、海外進出の背景は、同社にある設備機械80台が余剰設備であり、遊休機械をタイで活用することにより、海外進出を低コストで行えるとの試算に基きタイへの進出を決断した。2010年8月にタイ現地法人の設立登記を完了し、同年10月にはチョンブリ県の工業団地内に工場建屋建設を開始し、60%の機械設備を日本の工場より輸送して2011年5月に生産を開始した。

②成功要因(活用した支援策を含む)

新工場立ち上げ要員となる中核人材6名の日本での研修にAOTS(現HIDA)制度を利用。製造部リーダー、生産技術リーダー、品質保証・検査リーダーの研修を同社工場で行った。研修に当たってはタイの工場に輸送される予定の余剰機械を使っておこなわれたために円滑に現地での生産開始を行うことができた。

③今後の事業展開について

タイでの操業は当面、日系農業機械メーカー等に納入する現地調達部品の製造に携わるが、独自の取引先を開拓中であり、今後派遣元企業の従業員数を増員して、自動車部品の製造も開始する。大手企業は海外生産を一層すすめており、サプライヤーの市場も日本より現地の市場が拡大してきているために、さらに現地での生産を拡張していく計画。

C社：海外展開はトップが自ら納得いくまで

①海外展開概要

金属プレス加工業のみで経営していたが、プレス技術に新たな付加価値をつけたインサート成形事業を計画。同計画を千葉県の経営革新計画に認定してもらい、かつ中小企業金融公庫からの資金援助をあり、新たな事業を展開。その後、事業拡大していく中でコストダウンを図るためにベトナムでの操業を決意。同じ時期に同社は社歴35周年を迎えるにあたり、①グローバル化②人材育成を基本方針として掲げ、この方針を実現するために海外展開は生き残り策と考えた。

②成功要因(活用した支援策を含む)

<自ら現地に足を運ぶ>

JETRO千葉等が主催するベトナムミッションに参加し、現地を視察。その後も自ら何度も現地に飛び、進出に向けた情報収集、関係機関等の交渉を行った。中小企業が海外進出の重要な点は、「社長自らが納得するまで現地に何度も足を運ぶことが大事」(同社社長)

<夢を持って挑戦>

海外での課題、問題は日本では想定しないことが色々起きるが、それを面白いと思って取り組んでいくことが大事。

<様々な支援スキームを有効に活用>

進出前～進出後において、JETRO、JITCO、ABIC、HIDAなどを活用。活用できる制度は様々あるので有効に活用していくことが中小企業には大切。

③今後の事業展開について

日本のものづくりの伝承をベトナムで行っていき、日本製をベトナムで作る「メイド・バイ・ジャパン」を実現していきたい。そのためにいかに現地の人材の技術とモチベーションをあげていくかが課題である。

データ出所:

(一財)海外産業人材育成協会(HIDA)

D社：ベトナムに活路を見出す

①海外展開概要

製靴業は、ファッション性や季節・流行等の変化に伴う商品のモデルチェンジが多いため、機械化が難しく、熟練した職人が不可欠な産業である。しかし、日本国内では職人の多くが70歳を超える一方、技術を継承する人材を確保できていないため、今後事業を継続する上で極めて深刻な事態となり生産拠点を移すことを検討。平成18年にベトナム・ホーチミン市に100%出資の子会社を設立した。ここでは日本の本社向けの製品を加工・製造している。

②成功要因(活用した支援策を含む)

同社は、まずHIDAの専門家派遣制度を利用して、本社の社員をベトナムに派遣した。そして、現地法人の社員に5S(整理、整頓、清潔、清掃、躰)を徹底させることで、金属片等の異物混入を大幅に削減した。また、不良を減らすための技術指導を行い、日本で手直しする割合を半減させることにも成功した。

次に、HIDAの研修制度を利用して現地法人の社員を日本に受入れて研修を行った。これは、製靴技術や品質管理手法を身につけさせるだけでなく、日本のものづくりの考え方を理解させることを目的としており、生産性の向上にも大きく貢献している。

こうした人材育成を続けている中、幹部候補に育ってくる社員も出てきており、現在では彼らに本社の考え方を理解させる目的でもこの制度を活用している。

③今後の事業展開について

現在、ベトナムの現地法人では日本の本社で扱う製品の約30%を製造しているが、今後はこの比率を上げて、同社の主力生産拠点とする方針である。

データ出所:

(一財)海外産業人材育成協会(HIDA)

4. ローカル人材育成の効果

【a社 建材製品加工・塗装】

日本並みの品質を教えたいがベトナムでは過剰品質と思われがち。日本での研修は、品質重視の顧客ニーズを体感・実感してもらう絶好の機会。ベトナム工場の5Sは十分ではないが、日本の研修に行った人間が実習を通じて身につけてきた。他の従業員も「自分も頑張れば日本に行くチャンスがある」という動機付けにもなっている。

【b社 鋳造品製造】

研修制度を活用することは現地の生産レベルを上げるだけでなく、「従業員を大切にし、育てていく」という会社の方針・姿勢を示すことができる。

【c社 繊維】

技術研修は工場立ち上げスタッフを養成する上で最適。自社のタイミングで招聘できることに加え、6週間の一般研修で日本語を学べるため、駐在員とのコミュニケーションにも効果的である。

【d社 非鉄金属】

鉄構造物の最終製品を製造していくためのコア技術である溶接技術のレベルアップがHIDAの研修制度を活用することで可能となった。ワーカーレベルよりワンランク上の職位に対する人材育成にはHIDAの制度が効果的であった。

【d社 産業機械】

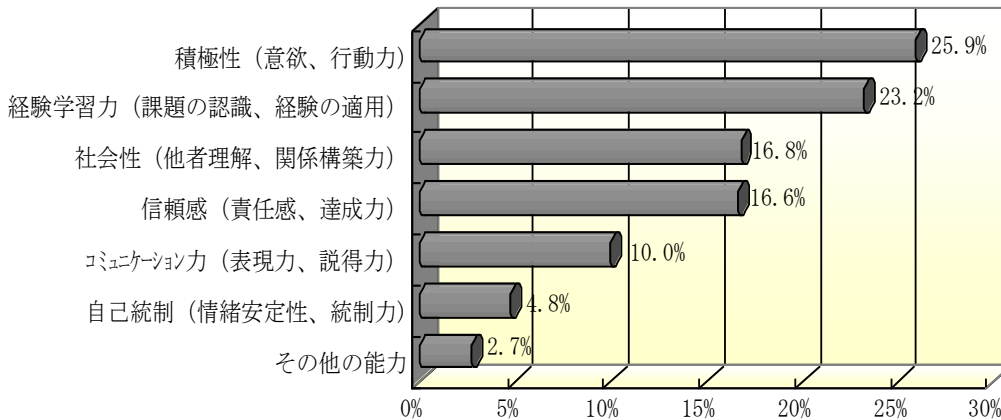
日本のものづくり現場を見たことで、仕事に対する取り組み姿勢が大きく変わった。仕事に対する責任感、時間厳守、相互尊重、清潔さ等を体得した。対日本本社のコミュニケーションも改善した。

受入研修による研修生の意識変容・行動変容

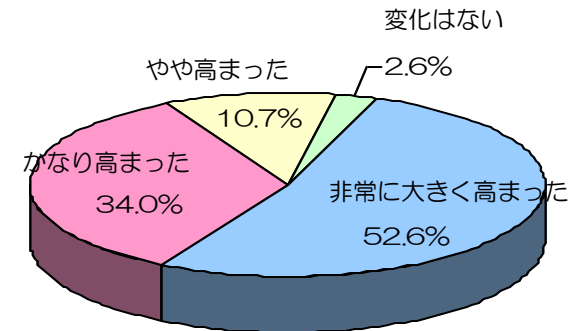
2008年実施の成果事例調査の結果から
【有効回答数：78カ国 3,963名】

日本に招聘して行う受入研修（技術研修・管理研修）に参加した研修生は、専門分野の知識・技術の習得に加え、人的交流や異文化体験等を通じて意識変容・行動変容を来とし、行動能力の向上が見られる。

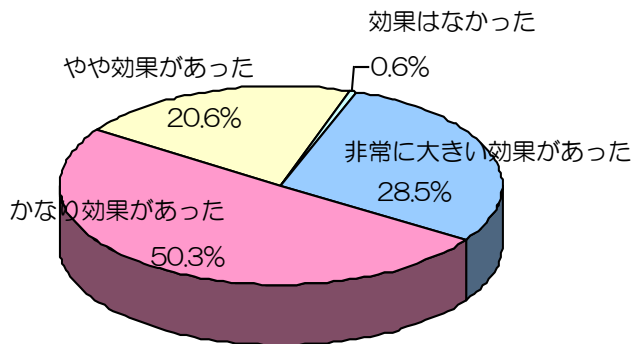
① 行動能力の向上（積極性や意欲が特に高まる）



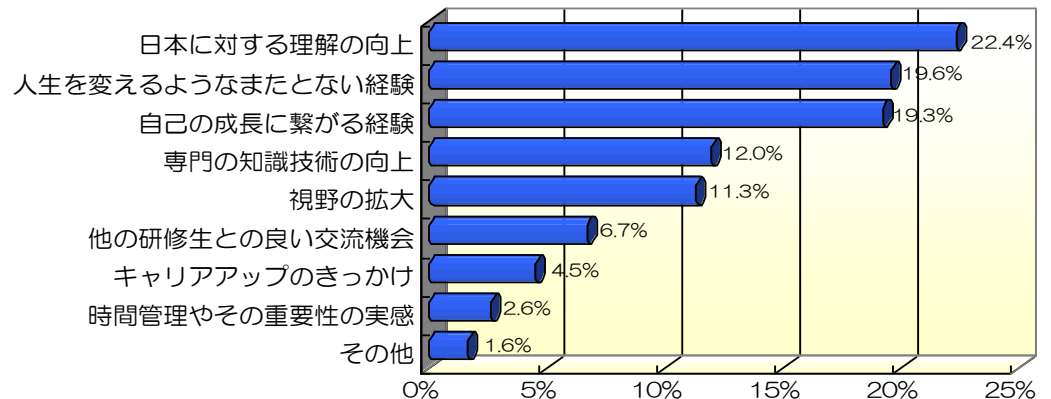
③ 帰国後も高まり続ける日本への関心



② 職場での技術移転の結果

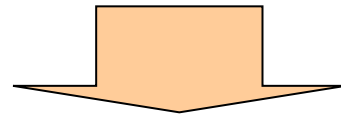


④ 人生を振り返った時に受入研修参加が持つ意味



進出国における人材育成のポイント

- 日本のものづくり文化を現地で実現
- 日本本社と現地工場の橋渡し役人材の育成
- 自ら問題解決ができる自律的な人材の育成



経営の現地化の推進
強い海外工場の実現
競争力のある企業

5. HIDA総合研究所が展開する サービスのご案内(自主事業)



海外と日本との共生に向けて「人と人、企業と企業をつなげます」

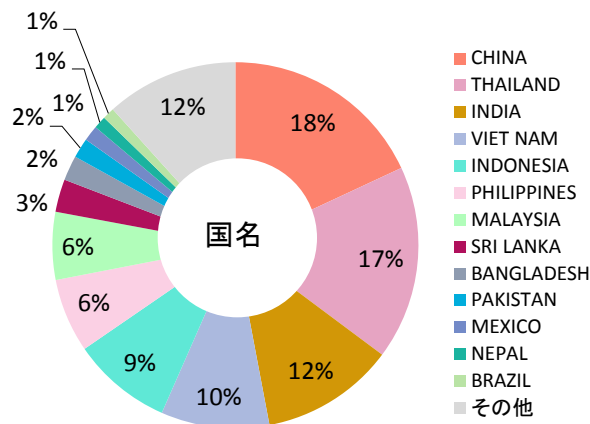
HIDA総合研究所は、世界43カ国71地域に広がる「知日家・親日家」AOTS同窓会ネットワークと連携し、海を越えて諸外国との人と人、企業と企業をつなげるプラットフォーム(Global Interface Japan)を構築し、経済・技術・人材交流を促進するとともに、友好関係の増進に寄与していきます。



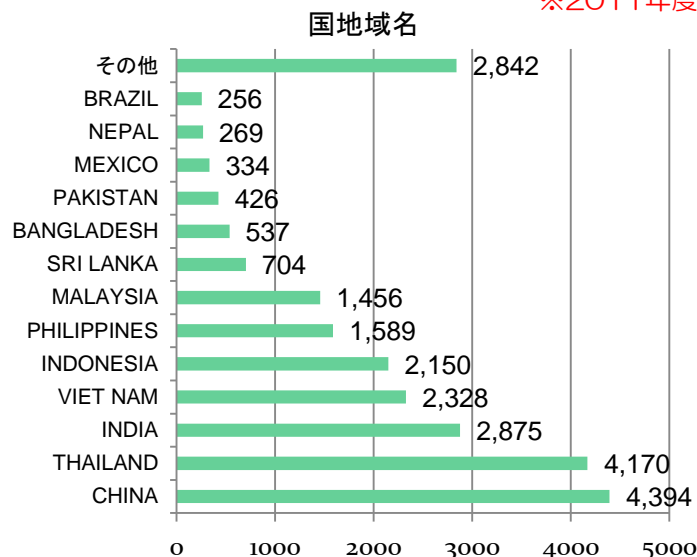
帰国研修生とのつながり（英文メールマガジン配信）

アジアを中心とした世界134カ国、約25,000人のビジネスパーソン

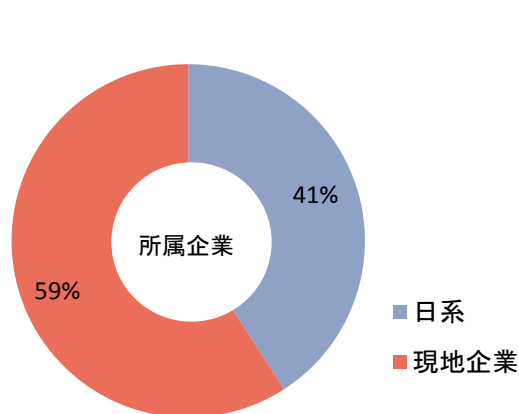
※2011年度データ



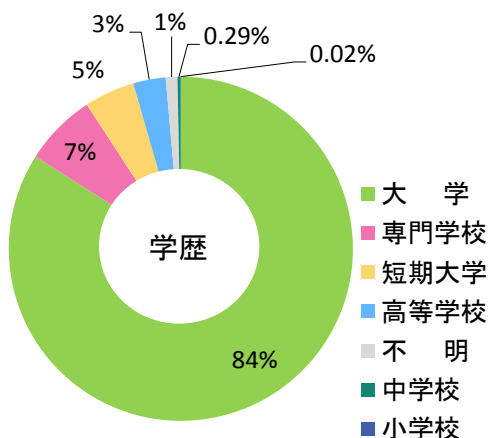
・ASEAN諸国が半数以上



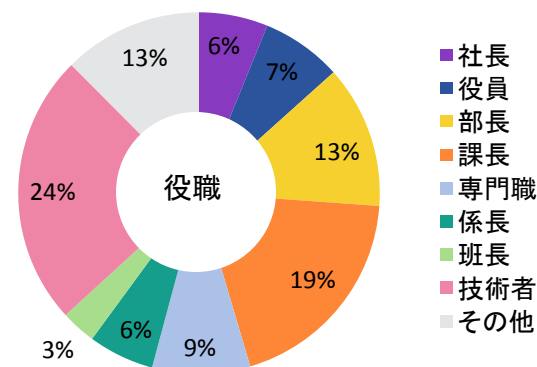
現地日系企業・ローカル企業の管理職が主な読者



・現地企業が約6割



・大卒以上が8割以上



・管理職(社長・役員含)が6割以上

帰国研修生とのつながり (AOTS Facebook)

7,000人を超える「いいね！」ユーザー (2013年12月13日時点)

The Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS) | Facebook - Windows Internet Explorer

https://www.facebook.com/pages/The-Association-for-Overseas-Technical-Scholarship-AOTS/94460057101

Facebookに登録して、The Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS)さんや他の友達と交流を深めましょう。

アカウント登録 ログイン

The Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS)

いいね! 7,824人 · 話題にしている人220人

非営利団体
LINKING THE WORLD through Human Resource Development please share this page with your friends!! @ The Association for Overseas Technical Scholarship

基本データ 写真 いいね! ノート 13 PDF

ハイライト

The Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS)
12月5日

[Circuit Seminar titled "What are the problem solving methods that bring benefits to a company or an organization?"]

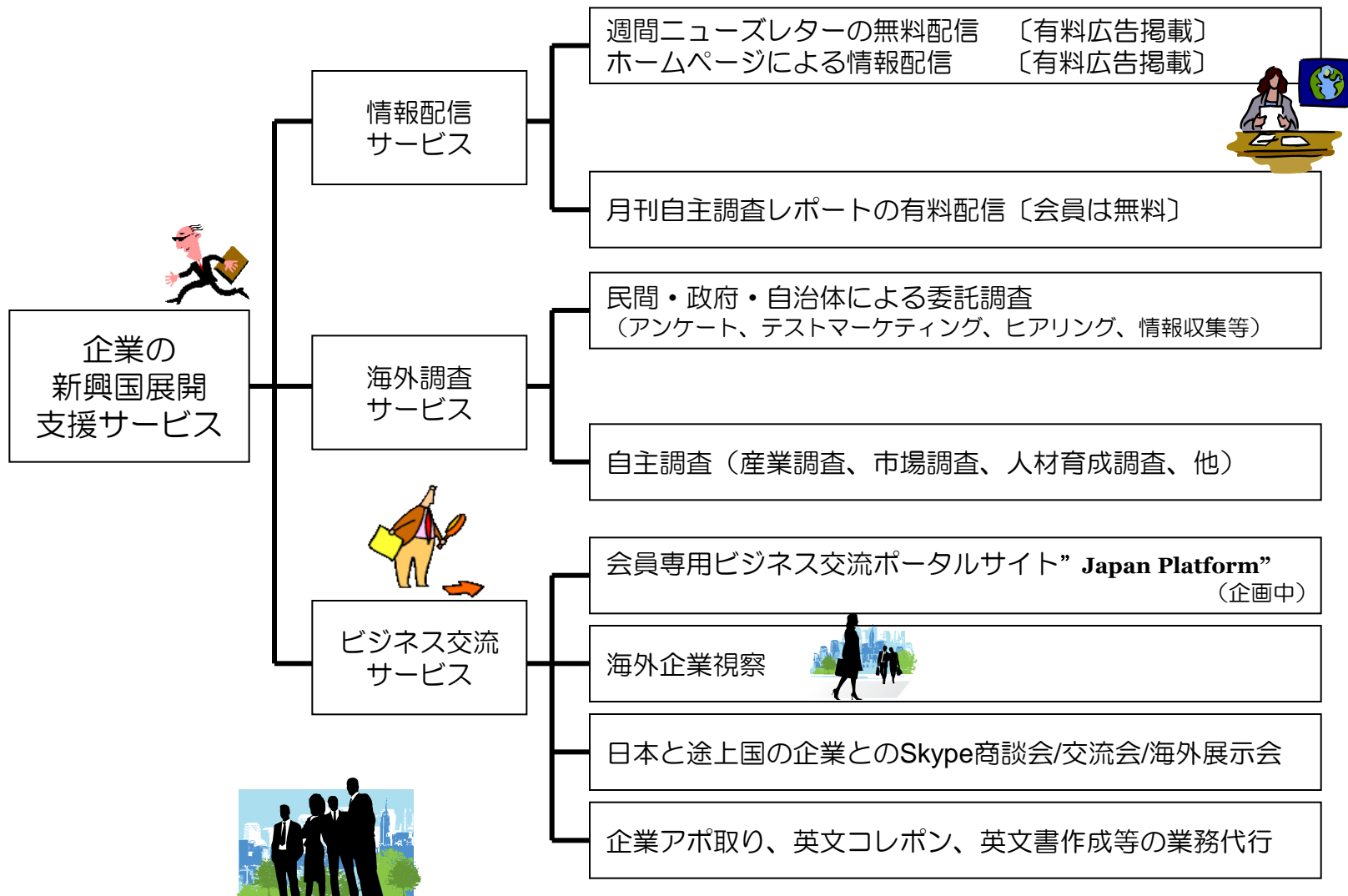
The convention was followed by Circuit seminars held in Mexico City and in Sao Paulo. The seminars were implemented by the collaboration between the AOTS Alumni Societies and HIDA.

ユーザーからの最近の投稿 [すべて見る](#)

- Syed S. Alam Biplob**
Hello to all
👍 1 · 12月10日 19:08
- Dinesh Kumar D.k**
📷 Dineshさんが写真をアップロードしました。
👍 1 · 12月6日 22:11
- Dinesh Kumar D.k**
📷 Dineshさんが写真をアップロードしました。
👍 1 · 12月6日 20:42
- Dinesh Kumar D.k**
📷 Dineshさんが写真をアップロードしました。
👍 1 · 12月6日 20:40
- Manav Kundal**
📷 I really miss the time which i spent with my friends...

Global Interface Japan 事業サービスの内容

HIDA・AOTS同窓会ネットワークとの協業ならでの、現地に密着したユニークなサービスを提供いたします。



情報配信サービス HRI情報配信ホームページ、メールマガジン

新興国の企業・ビジネス情報を日本産業界に、日本の企業・ビジネス情報を新興国産業界に発信します。

《ホームページ・メールマガジンの内容》

日本語版

新興国展開を考えている、または既に展開をしている日本企業の経営層や海外事業部等の皆様に対して、新興国の経営者、企業概要、業界状況、市場、人材育成等に関わる情報を紹介します。

英語版

新興国ローカル企業の経営者、管理者層、エンジニア層に対して、日本企業の経営者、企業概要、技術・製品等を紹介いたします。

有料海外広告の募集！！

HRIメールマガジンは、134カ国2万5千人のHIDA元研修生（経営層・管理層・エンジニア層）を中心に配信しており、海外広告を有料掲載するサービスも行っています。

また、同窓会を通じた新興国での新聞・各種メディアでのローカル言語によるオプション海外広告サービスもごさいます。詳しくは、HRI総合研究所へお問合せください。

情報配信ホームページ
<http://hri.hidajapan.or.jp/>

Global Interface Japan
 グローバルインターフェースジャパン

ホーム 新着情報 サービス お問い合わせ **日本語** English

お知らせ

- 2013年12月6日 【海外レポート】スリランカ Prudential Shipping Lines (Pvt) Ltd(運送業・港湾業務)掲載
- 2013年12月2日 【海外進出企業 経営者インタビュー】 スミテック株式会社 掲載

海外注目ニュース 毎日更新

- 2013/12/11 早大、パイオ医学でシンガポールと共同研究
- 2013/12/11 JBICと三井住友FL タイ中小向に協調融資
- 2013/12/11 アサヒが緑茶飲料...
- 2013/12/11 日産、インドで車の...

海外レポート

スリランカ

◆◆◆Global Interface Japan ニュースレター◆◆◆
 2013年 11月 14日 [2号]
<http://hri.hidajapan.or.jp/>

「Global Interface Japan ニュースレター」は、世界 43 カ国 71 地域に広がる知日家ネットワークと連携し、日本企業の新興国・途上国展開に対して、有益な海外情報を提供していきます。

◆◆◆本号のラインナップはこちら ◆◆◆

- 【イベント】インドネシア・日本外交関係樹立 55 周年記念シンポジウムのご案内
- 海外進出企業 インタビュー 日本ガーター株式会社 安田慶二 総務部長
- 新興国ビジネスニュース ピックアップ

(1) 【イベント】インドネシア・日本外交関係樹立 55 周年記念シンポジウムのご案内

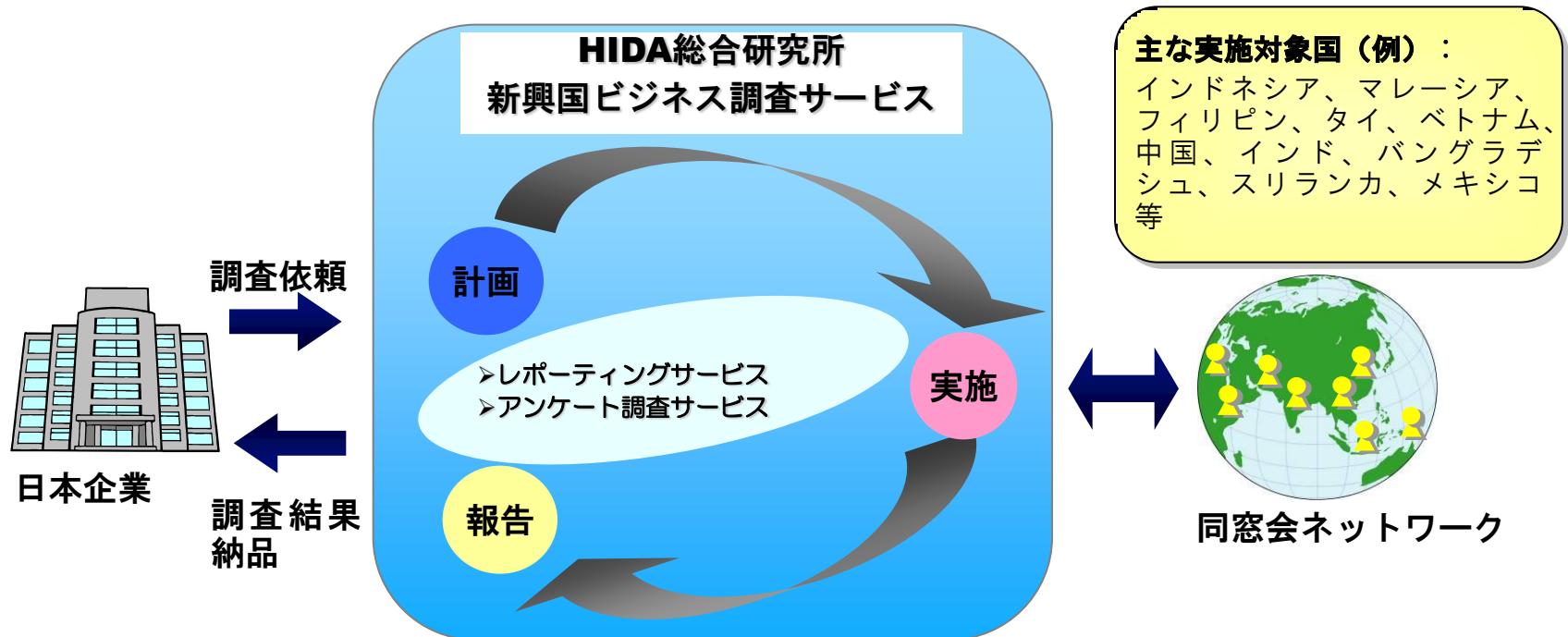
今年 2013 年は、インドネシアと日本の外交関係樹立 55 周年にあたり、現地ジャカルタでは様々なイベント行われています。HIDA においても、この度、両国の産業界の関係者を集めてシンポジウムを開催いたします。

ASEAN 諸国で最大の人口を持つインドネシアは、好調な内需、豊富な資源を背景に年間 4-6%の安定成長を続けていますが、2015 年 ASEAN 経済統合を前に更なる産業競争力の強化が求められ、産業基盤を成す裾野産業を育成し、産業集積をより強固なも

メールマガジン

海外調査サービス 産業調査、アンケート調査

企業の発注に基づき、同窓会ネットワークを駆使して海外の産業調査やアンケート調査を行います。



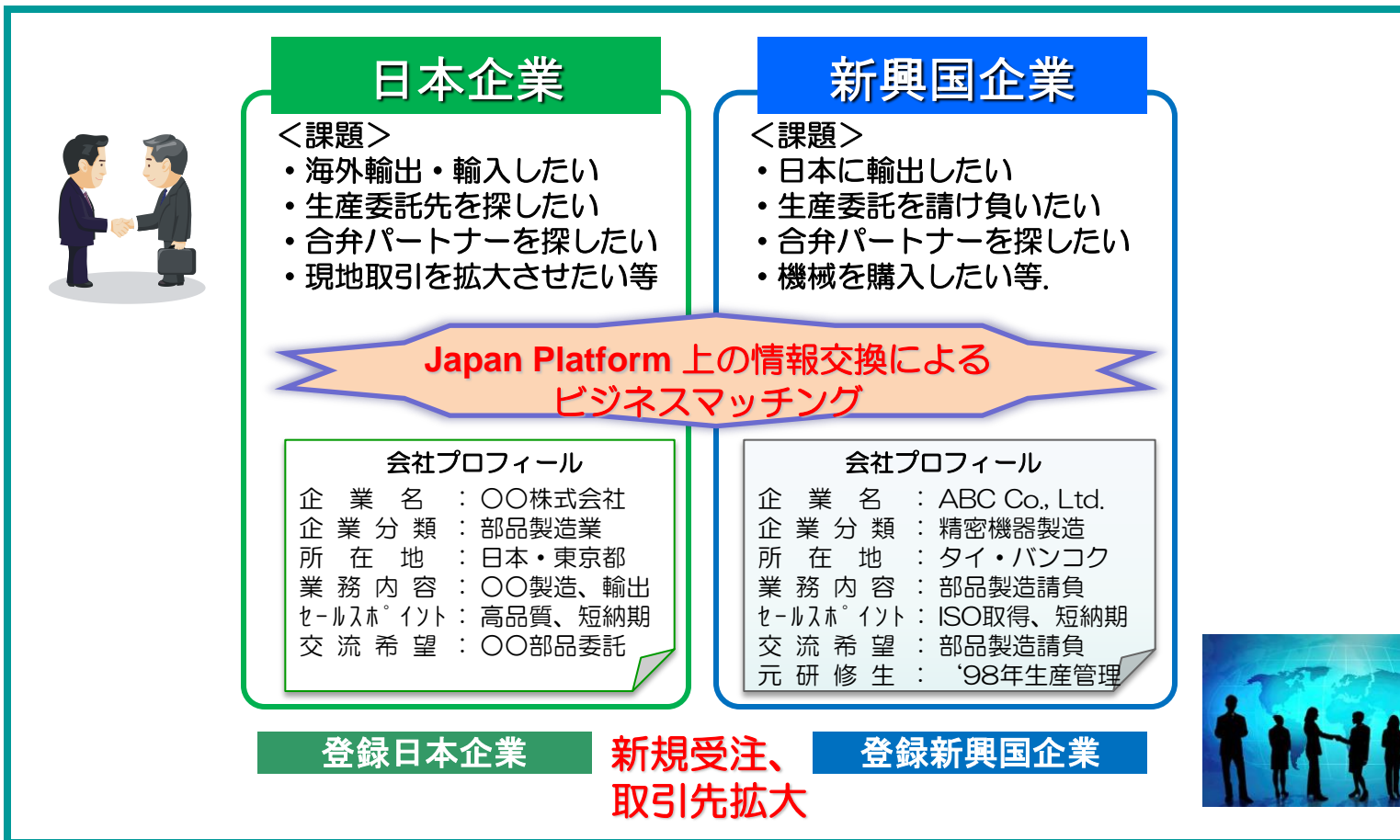
調査サービス例

- ①レポーターサービス：産業調査（市場状況、労務管理の実態、現地での貴社製品のニーズ等）
簡易調査（特定の製品や技術に関するニーズ、価格など）
- ②アンケート調査サービス：アンケート調査（製品の市場受容性や現地嗜好、異文化への考え方等）
訪問先アポイントメント手配（企業・調査先アポイントの代行）

ビジネス交流サービス Japan Platform ジャパン・プラットフォーム

HIDA総合研究所（HRI）のホームページ上に、会員専用のビジネス交流サイト“**Japan Platform**”を構築予定（企画中）。日本企業と新興国のローカル企業とのビジネス・マッチングをWeb上で支援します。

Japan Platform



有料オプションサービス：マッチング検索サービス、翻訳サービス、テレビ会議による面談、現地訪問アレンジ、海外ビジネス調査等

ビジネス交流サービス Skype商談会

HIDA総合研究所は、チェンナイ同窓会、TACNITI（タミールナド州インド日本商工会議所）、神奈川県中小企業団体中央会、横浜インドセンターの協力のもと、Skypeを活用したチェンナイと横浜の企業ビジネスマッチングのデモを2013年2月6日～8日に横浜テクニカルショウで実施。日本側・インド側各6社の参加を得た。



横浜テクニカルショウ@パシフィコ横浜、プレゼンテーション会場

上段：日本側参加企業
下段：インド側参加企業

- ① A社〔食品冷凍機器の製造、販売〕
U社〔熱交換器、バルブ、建設機器部品などの製造〕
- ② B社〔専門商社〕
V社〔日系企業への弁当サービス〕
- ③ C社〔熱処理加工〕
W社〔熱処理加工〕
- ④ D社〔ネジの製造〕
X社〔金型や工具の部品（ピン、バネ等）製造・販売〕
- ⑤ E社〔パイプの弁、線量計等の製造・販売〕
Y社〔ステンレス部品の製造・販売〕
- ⑥ F社〔スチールベルトの製造・販売〕
Z社〔機械のボールスクリー、チェーンの製造〕

・参加日本企業の感想例

「Skypeでの商談前は、インド側企業のホームページを見てうまくいかないと思っていたが、実際に話してみると想像とは大きく違って、かなりしっかりしている企業だということがわかった。インドで実績のある〇〇社のブランドで売ってくれるという話になり、まさにそういうインド企業を探していたので商談話が前に進んだ。製品カタログが欲しいと言ってくれたので、これからすぐに送りたい」

ご清聴ありがとうございました

一般財団法人海外産業人材育成協会(HIDA)

HIDA総合研究所

Tel: 03-3888-8215 Fax: 03-3888-8242

E-mail: hri@hidajapan.or.jp

URL: <http://hri.hidajapan.or.jp/>