

# 日立地区 中小企業の海外展開支援

- 1) 地域に雇用を残す・避け地域産業の活性化を目指す  
大手企業に追従型(工場移転など)ではない中国進出  
中国企業との「強み分業」の可能性を探る  
中国ではできないモノ、中国から調達するモノ
- 2) 中国人経営者の考え方、中国ビジネスの進め方を学ぶ  
中国の商習慣、日本とは違う価値観を学ぶ  
異文化理解を深める、中国ビジネスのスキルを学ぶ
- 3) 自社(日本側)の「強み」を徹底的に再確認する  
中国で通用するモノ/サービス、「強み」の深堀を研究  
経営者 海外に眼を向け視野を広げる  
中国ビジネスのスピード感を体感、ネットワーク作り  
中国ビジネス要員/人材の育成

## 成功事例から見る3つのポイント

- \* 「成功事例」には必ずブリッジコーディネーターの存在  
研修生を活用、留学生を採用して教育  
日本側の取り引き企業/提携企業の人材を活用  
コーディネーター/コンサルタントを採用、商社に委託、  
社内で人選/教育、社長自らが陣頭指揮
- \* 経営者がどう中国ビジネスに向き合っているか  
「三本主義」 本人主義、本地主義、本領主義  
スピーディで、フレキシブルな対応が求められる
- \* 企業の現状と課題の「マッピング」ができているか  
置かれている現状を把握し、取り組むべき課題を考える  
方向性はマトリクスで整理、さまざまな可能性を探る姿勢

# 中国力診断

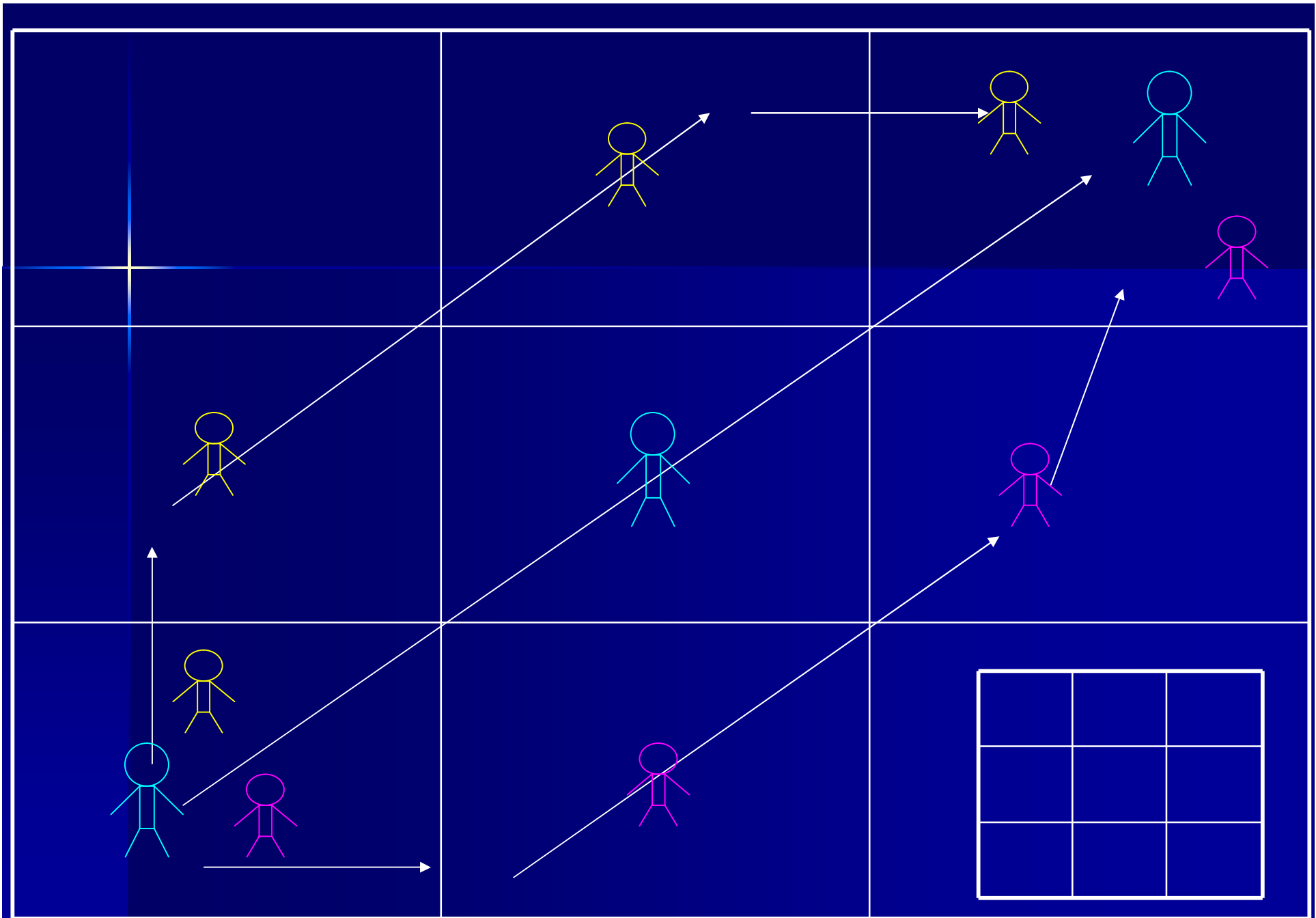
goal

Start

STEP I

STEP II

STEP III



## 中国ビジネスの方向性

- ・会社の強み/製品の強み
- ・中国ビジネスの位置付け
- ・仮説力/シナリオ
- ・海外事業/中国要員の育成
- ・経営者のマインドチェンジ・マインドセット
- ・戦略のマッピング

## ブリッジコーディネーター

- ・ブリッジコーディネーターの育成
- ・現地視察、F/S
- ・展示会への出展
- ・マーケティングパートナー
- ・営業パートナー
- ・アライアンス企業の選定

## 中国での巡航ビジネス

- 販売/営業、生産
- マーケティング体制
- アライアンスパートナー
- 政商関係
- 経営の現地化

## ブリッジコーディネーター

- ・社内で育成
- ・エージェント
- ・コンサルタント
- ・アライアンス

それぞれにメリット/デメリット

## 現地法人の設立

### 連絡事務所設立



A2

- ・強みの徹底的な深堀
- ・F/Sからのフィードバック
- ・中国戦略の調整
- ・中国向けの製品開発
- ・会社/製品PR体制

### 経験の蓄積と共有

- 駐在帰国者からのヒアリング
- 出張者からのヒアリング
- トラブル事例の整理、D/B化
- 中国ビジネスマニュアル
- 研修制度の確立



start



B1

- ・強みの確認
- ・課題の整理
- ・アライアンスメリット
- ・現地視察
- ・人材プラン
- ・人選と育成



C2

### 企業として取り組むべき「中国力」の養成

- 中国人理解(中国人ビジネスマン/中国人の価値観)
- 中国ビジネス理解(商習慣/ビジネスの進め方/注意点)
- ビジネス折衝/交渉術/コミュニケーションスキル
- 語学力(中国語/英語)

## 中国担当マネージャー

STEP I

STEP II

STEP III

## A1 経営者

- ・会社の強み/製品の強み確認
- ・中国ビジネスの位置付け
- ・ビジネスの方向性/シナリオ(仮説)
- ・海外事業/中国要員の育成
- ・経営者のマインドチェンジ・マインドセット
- ・戦略のマッピング

## A2

- ・現地視察、展示会視察(現場主義)
- ・陣頭指揮で情報収集と分析
- ・中国戦略の調整と修正
- ・フレキシブル/スピーディな対応を
- ・人的ネットワークの構築
- ・必要に応じてトップセールスを
- ・政商関係の基本理解

## A3

- ・人的ネットワークの強化
- ・政商関係の強化
- ・情報収集と情報分析(現場主義)
- ・新規ビジネスの模索
- ・業務の権限委任
- ・人材育成の強化
- ・「中国研修」の方針決定

## B1 ブリッジコーディネーター

- \* ブリッジコーディネーターの人選
- ・社内で人選/育成、外国人の採用
- ・エージェント
- ・コンサルタント
- ・アライアンス
- それぞれのメリット/デメリットを検証

## B2

- \* 社内で人選/人材育成
- ・情報収集、現地視察手配、F/S
- ・マーケティング、展示会への出展、
- ・マーケティング、営業パートナー選び
- ・アライアンス企業選定、ネットワーク構築
- ・政商関係の基本理解

## B3

- ・販売/営業(生産)体制作り
- ・マーケティング体制作り
- ・アライアンスパートナーとの関係調整
- ・政商関係を本格的に開始
- ・連絡事務所の設立
- ・現地法人の設立(→経営の現地化)

## C1 中国担当マネージャー

- ・中国における「強み」の確認
- ・中国ビジネスでの課題の整理
- ・アライアンスのメリット/デメリットを整理
- ・現地視察、F/S(現場主義)
- ・人材プラン/「中国研修」プラン立案
- ・中国要員の人選とB/Cの育成

## C2

- ・「強み」の徹底的な深堀
- ・F/Sからのフィードバック
- ・中国戦略の調整
- ・中国向けの製品開発
- ・会社/製品PR体制、H/P製作
- ・ネットによるプロモーションプラン立案

## C3

- ・サブマネージャー(N/C)の育成
- ・ブリッジコーディネーターへの権限委任
- ・「中国研修」の強化
- 経験の掘り起こし/共有化
- 駐在帰国者/出張者からヒアリング
- トラブル事例の整理、D/B化
- 中国ビジネススキルのマニュアル化