

研修を活用する力

受入研修
経営管理

ガーナ国別研修 産業振興支援

本研修は震災を受けた福島県に代わり当財団が昨年度より受託しているものです。今年度は全五週のうち三週目までを関西で、四週目以降を福島において実施。貿易産業省、商工会議所など中小企業支援機関の部長クラス12名が研修員として来日し、コースリーダーの経営コンサルタント 杉村氏の指導のもと、「カイゼン」、「中小企業支援」に関連する支援機関や企業への訪問とアクションプラン作成に取り組みました。



ガーナで終焉を迎えた野口英世氏に思いをはせる研修員。

■ 土地勘のない福島県のスケジュール調整

福島日程については、県側が大枠と訪問先を決め、当財団が詳細な詰めと当日の進行を担いました。昼食を含めた移動スケジュールを組むときに困ったのは我々に土地勘がないことでした。そこで、大阪市内にある福島県大阪事務所で観光地図をもらってきたり、連絡をとりあった福島県ハイテクプラザの方に教えていただくなどしました。

大阪日程の訪問先アレンジに本格的に着手した時は来日前一カ月を切っていました。ご都合がつかないという企業もありましたが何とか日程を決めることができました。改めて協力先のありがたさを感じています。

■ 疲れ気味に立ち上がるも序々に実力を発揮

研修初日にプログラムオリエンテーションを行いました。前日のフライトで疲れているせいか研修員の反応はよくありませんでした。しかし、日がたつにつれて講義や訪問先で質問が出始め、二週目では全員のモチベーションが高まってきました。「振返り」の時間では、訪問先で見聞きしたことを踏まえて各研修員が目指す産業振興支援の姿を考え、杉村コースリーダーの質問に答えることで考えを深めていきました。この研修は上手いきそうだと感じた時、これまでの疲れが一度に出てきました。その後は順調に進み、二回目の「振返り」では早くも詳細なアクションプラン案を描く研修員も現れまし

た。三週間で研修員は自分のアクションプランの大きなイメージをつかんだようでした。

■ ガーナゆかりの福島県で研修の仕上げを

四週目の日曜日、研修員、黒田研修監理員とともに新幹線で移動し福島県郡山市内のホテルに入りました。翌日の福島県ハイテクプラザを皮切りに三つの支援機関と二つの企業を訪問。野口英世記念館でNHKのインタビューを受け、会津若松市で中学生と交流。金曜日の午後ホテルに戻った時は研修員はぐったりしていましたが、心を鬼にして残りのスケジュールを説明しました。土曜は各自部屋にこもってアクションプランの草案作り。日曜には関西から杉村コースリーダーが、東京から山口研修監理員がかけつけ、朝9時から6時までホテルの会議室で1人ずつ順番にアクションプランづくりの指導を行いました。翌日福島市内の会場で福島県、JICAの関係者が集まるなか、「自動車修理メカニックと木工職人が集積する産業村を2015年末までに担当地区につくる」「担当地域にあるパイナップル企業10社の輸出量を2016年末までに7%増加させる」など具体的な目標とその達成に向けたアクションプランを各研修員が発表しました。

「成果が出たのはあなた方がプログラムをうまく活用したからです」最終日の研修評価会で私は彼らにお世辞抜きでこう言いました。本質をつかむ力に優れていましたし、終盤疲れてきた我々を助けようとしてくれるなど

人間的にも素晴らしい人たちでした。

今回も多くの方々にお世話になりました。福島日程を詰める際にご尽力いただいた福島県ハイテクプラザの笹山様、植松様に感謝申し上げます。そして、杉村コースリーダーと黒田研修監理員。このお二人がいらっしゃらなかったらこういう仕事はできなかったと思います。

(国際交流部 菅原)

研修概要

研 修 名 ガーナ国別研修 産業振興支援

実施期間 2013年3月28日(木)～4月23日(火)

研修参加者 中小零細企業支援に携わる行政官、支援機関職員等12名

委託元機関 JICA関西

お世話になった方々、企業・団体(敬称略、訪問順)：有限会社サミットラボ 杉村光二氏、松下幸之助歴史館、大阪企業家ミュージアム、坂本造船株式会社、川村義肢株式会社、株式会社特発三協製作所、歴史街道推進協議会、株式会社さかい新事業創造センター、堺伝統産業会館、龍谷大学 松岡憲司氏、株式会社大阪工作所、ものづくりビジネスセンター大阪、株式会社鈴木製作所、東海パネ工業株式会社、福島県庁、福島県ハイテクプラザ、コラッセふくしま、福島県産業振興センター、福島県中小企業団体中央会、コマツ郡山工場、野口英世記念館、福島県立会津学鳳中学校、会津若松市国際交流協会、福島県立テクノアカデミー会津、会津天宝醸造株式会社



工作機械メーカーの経営者を捕まえ積極的に質問。



アクションプラン作成個人指導。研修成果に直結するため、コースリーダーも研修員も真剣そのもの。

TOPIC 第5回アフリカ開発会議にブース出展

6月1日から6月3日横浜で開催の「第5回アフリカ開発会議(TICAD V)」に関西経済連合会、関西文化学術研究都市推進機構(けいはんな)とともにブース出展しました。PREXではこれまでケニア、エチオピア、仏語圏

アフリカ、ガーナ等を対象とした研修事業をJICAから受託し、実施しています。当日はアフリカ諸国のVIP・政府関係者や国際機関の方々(21カ国、7団体)に人材育成事業の紹介と提案をしました。

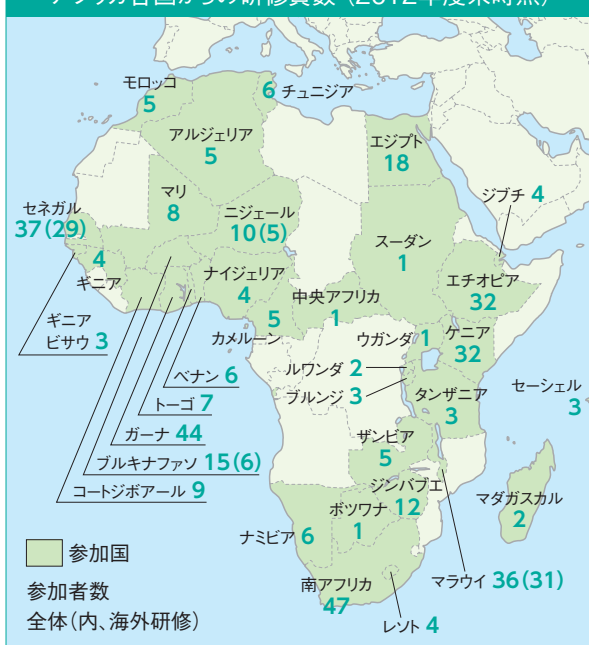


ブース横：熱心なアンケート回答者



研修事業および過去のアフリカとの交流を説明

アフリカ各国からの研修員数(2012年度末時点)



仏語圏アフリカ中小企業政策
研修フォローアップ事業
(2007年度)



エチオピア品質・生産性向上
計画調査(2010年度)



観光客誘致のための 取り組みとは

受入研修
観光振興

メコン地域観光振興研修

本研修では、日本の観光立国に向けた取り組みの紹介や研修員間の討議を通して、メコン地域の広域観光促進のために研修参加国で実施が必要な政策もしくは活動の実施のための行動計画案が作成されることを目的に実施しています。そのため、様々な日本の観光地を訪問し、行政や民間企業が取り組んでいる振興策を見てもらいました。数多く訪問した中で、今回は日本の代表的な保養地である温泉地での活性化や、四国での文化観光体験の様子を紹介します。



日本の観光事例から学んだことを発表するタイ観光・スポーツ省のウイットチャニイさん。

■ 有馬温泉の魅力と海外へのPR

宿泊先からバスで40分、日本最古の温泉と言われる有馬温泉に到着しました。有馬温泉観光協会の場所をお借りして、御所坊の金井社長から、温泉の定義から始まり、有馬温泉が日本の中でもかなり特殊な温泉であることが紹介されました。この特殊性やアクセスの便利さが国内外からの観光客をひきつける魅力となっています。訪問した日も平日にもかかわらず、多くの観光客が温泉街を楽しんでいました。観光の楽しみといえば「食」ということで、研修員はB級グルメの焼きそば



足湯を楽しむ研修員。研修の疲れが癒されますね。

や店先で炭酸せんべいを楽しみました。有馬温泉の歴史、路地裏の古い町並み、御所坊の部屋も案内して頂き、日本人の好みも勉強することができました。温泉につかる時間がなくなるほど、熱心に意見交換を行いました。海外でのPRのあり方、特に特殊性のPR方法、観光政策の必要性、地元企業や行政の巻き込みなど、有馬温泉が取り組んでいる課題は、研修員にとっても課題です。

■ 四国観光の体験はハードスケジュール

日本人でもこんぴらさんの785の石段は辛いですが、研修員は早朝に登り、御本宮に参拝しました。お迎え頂いた禰宜からは金刀比羅宮の由緒やこんぴら詣での由来・今昔を講義していただきました。次にうどん県香川の観光特産品・さぬきうどんを昼食用に手作り体験しました。食後は善通寺を参拝した後、総本山財務部長から四国八十八箇所巡りの遍路振興と信心の講義を受け、境内の案内をしていただきました。四国八十八ヶ所各寺院の御本尊をお祀りし、それらを参拝することで、全霊場を巡拝したのと同じような功德を積めるお砂踏みを研修員全員で巡ったり、御影堂地下の暗闇の中、宝号を唱えながら大師と結縁する戒壇めぐりも体験。ラオスには寺院巡礼の慣習がある、ミャンマーには広域キャラバンツアーのプログラムがあると、四国の取組みに納得と共鳴をした様子で、地域資源に信仰と振興を融合させた文化観光を体感できました。

(国際交流部 加藤、三浦)



善通寺金堂前で執行僧侶から説明を受ける研修員。

研修概要

研修名 メコン地域観光振興研修
実施期間 2013年2月20日(水)～3月15日(金)
研修参加者 観光振興に携わる中央及び地方行政官 11名(カンボジア、タイ、ベトナム、ミャンマー、ラオス)
研修内容 日本の観光立国に向けた官民・地域の取り組みの紹介と研修員間の討議
委託元機関 JICA関西

お世話になった方々、企業・団体(敬称略、訪問順): 名古屋外国語大学 桂井滋彦氏、日本アセアンセンター 瀧上熒慶氏、GICSS研究会、近畿日本ツーリスト個人旅行、御所坊、日本旅行業協会、観光庁、四国ツーリズム創造機構、香川県栗林公園観光事務所、琴平グランドホテル、金刀比羅宮、中野うどん学校、善通寺、新居浜市、マイントピア別子、広瀬歴史記念館、歴史街道推進協議会、関西広域連合、エーベックスインターナショナル

セルビアの食品の 日本への輸出を目指す

受入研修
貿易振興 **セルビア共和国・国別研修
「対外輸出促進」**

開発途上国にとって日本は食品の輸出先としても大変魅力的な市場の一つです。2月から3月にかけて、セルビア共和国の研修員5名が訪日し、日本市場、日本人の嗜好、マーケティングをはじめ様々な分野について学びました。研修に参加したのは投資輸出関連の中央機関、地方機関、養蜂組合、農業委員会、果物生産者など、専門が多岐にわたる研修員達です。3週間にわたる日本での研修、また日本での生活を通じて学習、体験した貴重な知識をこれからの商品輸出にいかします。



ブルガリア大使館でコマーシャルカウンセラーのバルチャノフ氏から日本進出時の苦労談をお聞きしました。



- 面積：77,474平方キロメートル(北海道とほぼ同じ)
 - 人口：726万人(2011年,世銀統計)
 - 首都：ベオグラード(人口160万人)
 - 主要産業：サービス業(59.4%)、工業(27.7%)、農業(12.9%)
(2009年,世銀統計)
 - GDP：450億米ドル(2011年,世銀統計)
 - 一人当たりGNI：5,680米ドル(2011年,世銀統計)
 - 経済成長率：1.8%(2011年,世銀統計)
- (出所:外務省ホームページ)

■ セルビア共和国をご存知ですか

みなさんはセルビアという国をどのくらいご存知でしょうか。南東ヨーロッパのバルカン半島の中央に位置する共和国で、かつてはユーゴスラビア連邦人民共和国に属していました。人口は726万人、面積は北海道とほぼ同じです。このたびセルビア共和国から5名の研修員が訪日し、日本への食品輸出について学びました。セルビアは農業国で、ベリー類（ラズベリー、ブラックベリー、ブルーベリーなど）の大産地で、またワイン、はちみつ、ジャム、穀物などの生産も広く行われています。

■ 自分たちの国の商品に自信を持ちました

研修員たちは、スーパー、ワイナリー、はちみつ会社、デザイン会社、惣菜会社、農園などの企業やJETRO、空港の検疫所、大使館などの訪問、専門家のレクチャーやディスカッションを通じて、日本市場や流通の特徴、日本人の嗜好、マーケティング手法を学びました。研修を通じて研修員たちが学んだことの中で一番意義深かったことは、自国商品のおいしさと品質は日本の消費者に十分受け入れられるという勝算を自らが感じとったことかもしれません。きっと自国の商品に自信を持って今後の輸出振興の活動につなげてくれると思います。残念ながらセルビアの産品は、例えばはちみつですと、フランスやドイツへ輸出され、フランス製やドイツ製として日本に入ってきます。ワインですと周辺国のワインと一緒に混ぜられ日本に入ってくるなどしており、せっかくのセルビアの食品の良さが日本人にはわからないという状況です。私もセルビアブースでワインの試飲をしましたが、決して有名産地に劣るものではありませんでした。

■ 食品展で飛び込みの商談を体験しました

日本で最も大きな食品展であるFOODEX JAPANに参加し、日本企業へセルビアの食品を売り込む商談も体験しました。最初はコースリーダーの平野先生が日本のインポーターと面談のアポをとり、そのあと研修員と平野先生が先方のブースを訪れパンフレットを手にしてセルビアの商品の説明を行いました。翌日になると研修員自身がFOODEX 出展者の中から目をつけた相手先に飛び込み営業をかけて今後の商談の約束を取り付けました。

■ セルビアという国の売り込みが大切です

もうひとつ学んだことは、ベリー類やワインを売り込む前に、セルビアという国のイメージそのものを売りこむことが非常に大切だということです。日本ではセルビアのイメージが人々の頭の中には白紙で記録されてい



奈良県五條市の堀内農園で代表から農園経営についてお話を聞く。ジャムなどの加工品を、小規模だが高付加価値の販売戦略で全国に展開するビジネスモデルを学びました。



セルビアのはちみつ業界について説明する研修員。セルビアのはちみつは品質は良いのですが、残念ながら、フランスやドイツ経由でフランス製、ドイツ製として日本に入ってきます。



印刷・デザイン会社で商品パッケージのデザインや品質の重要性について話を聞く研修員たち。日本で売れるためには食品の品質が素晴らしいことに加え、パッケージやデザインが人目をひくものであることが必要なことを学びました。



3週間にわたる研修を終えて修了式に臨んだ研修員たち。前日のアクションプラン発表会では自分たちの目標が実行可能な方策に分解され実行スケジュールも明確でコースリーダーの先生からも全員が高い評価を受けました。

るのでこれからが大きなチャンスです。日本の消費者がセルビアにポジティブなイメージを持てば、商品にも良いイメージを持つはず。例えば今回の研修ではブルガリア大使館を訪問し、コマーシャルカウンセラーからブルガリアが日本へ輸出を始めた時の苦労談などを伺いましたが、ブルガリアではとても長い時間をかけてブルガリアとヨーグルトのイメージづくりをしてきました。大相撲の琴欧州関などの著名人もブルガリアを日本人に近づける協力をしてきました。セルビアは新しい国ということもありこの点では遅れをとっているのです。

■ 帰国後の活動が実を結ぶことを期待して

最終日に発表したアクションプランは全員がコースリーダーの弓場先生から高い評価をいただきました。帰国後のアクションプランがタイムチャートとともに詳しく記されており、セルビアの食品の日本への輸出に弾みをつけてくれることは間違いありません。新鮮で本当においしいラズベリーやフルーティで上品な味わいのワイ

ンが日本でも身近に手に入るようになることを心より祈念して筆を置きたいと思います。

(国際交流部 浜口)

研修概要

研 修 名	セルビア共和国・国別研修「対外輸出促進」
実施期間	2013年2月26日(火)～3月14日(木)
研修参加者	セルビアの貿易振興輸出に携わる行政官・民間企業幹部 5名
研修内容	・ 講義 (日本の流通制度の特徴と日本人の嗜好、日本の商習慣など) ・ 訪問 (輸入商品を取扱う企業、輸出促進を担当する公的機関、FOODEX JAPANへの参加等) ・ 発表 (インセプションレポート発表、振り返り、アクションプラン発表など)

お世話になった方々、企業・団体 (敬称略、訪問順)：関西空港検疫所、元JICAセルビア国派遣 平野勝氏、有限会社ゼータ 弓場俊也氏、株式会社イズミヤ総研、神戸はちみつ園、流通科学大学教授 崔相鐵氏、ブルガリア大使館、JETRO、株式会社ロック・フィールド、寿精版印刷株式会社、神戸ワイナリー、堀内農園

2012年度事業報告 ～新たな事業の 柱づくりを目指して 活動を実施～

2012年度は、研修・交流事業の実施に加えて、新たな事業の柱づくりを目指してプロジェクトチームを編成して、積極的に取り組みを進めました。研修・交流事業では、当初予定より3件多い39件を実施し、研修参加者は58カ国・地域から580名となりました。一方重点プロジェクトでは、新規事業への積極的な取り組みを進めるとともに、中小企業の海外展開支援等で新しい事業展開の可能性が得られました。

研修・交流事業

2012年度は、当初計画に比べて追加、延期、中止の研修が多くありました。特に中国を対象としたJICAの草の根技術協力事業が尖閣問題を契機として4件を年度内

に実施することができずに、2013年度に延期となりました。しかし継続的に企画提案活動を行ったことで多くの研修を追加で受託することで、最終的には当初計画を3

件上まわる39件の研修・交流事業を実施することができました。

研修参加者は58カ国・地域から580名となりました。テーマ・分野別、形態別の件数と参加者数は、以下のとおりです。テーマでは、経営管理が多く次いで中小企業が多くなっています。環境は、中国対象の研修が4件延期になったことで、4件の実施にとどまっています（図1）。

研修・交流事業参加者の地域別内訳は、以下のとおりです。東アジア、南西アジア、中央アジアを含めたアジア地域が59%と例年に比べて少なくなっています。この理由は、中米を対象として遠隔研修による海外研修及び現地訪問によるフォローアップ研修を実施したことにより研修参加者が増えて、26%になったことによります（図2）。

図1 テーマ・分野	受入研修		海外研修・ 専門家派遣		交流・同窓会・調 査・フォローアップ		合計	
	件数	参加者	件数	参加者	件数	参加者	件数	参加者
経営管理	16	205	1	—	1	20	18	225
中小企業振興	7	65	—	—	1	—	8	65
貿易振興	1	5	1	34	1	95	3	134
地域振興	1	11	—	—	—	—	1	11
観光振興	2	17	—	—	—	—	2	17
環境	4	32	2	96	1	—	7	128
合計	31	335	4	130	4	115	39	580

図2 地域	参加者数（人）				構成比
	受入研修	海外研修	交流・同窓会・ フォローアップ	小計	
東アジア	154	96	20	270	46.4%
南西アジア	33	—	—	33	5.7%
中央アジア	41	—	—	41	7.1%
（アジア地域 小計）	（228）	（96）	（20）	（344）	（59.2%）
中南米	22	34	95	151	26.1%
中東	45	—	—	45	7.8%
アフリカ	25	—	—	25	4.3%
中・南・東欧	14	—	—	14	2.4%
大洋州	1	—	—	1	0.2%
（アジア以外の地域 小計）	（107）	（34）	（95）	（236）	（40.8%）
合計	335	130	115	580	100%

2012年度中に追加になった研修の一つが、カンボジア対象の研修でした。研修期間中に、研修員から同窓会設立の強い要望が出され、研修期間中に同窓会設立の調整を行い、研修最終日に新たにPREXの14番目の同窓会を設立することができました。これでASEAN加盟国10カ国中9カ国でPREXの同窓会組織ができました。（同窓会のないのは、ブルネイのみ）



PREXカンボジア同窓会会長に就任された、Mr.DIN Somethearith



中小企業振興のための金融・技術支援(C)研修に参加し自国の状況を発表する研修員。(2012年11月)

重点プロジェクト

2012年度からPREX局内に4つの重点プロジェクトを編成して、新たな事業の柱づくりを目指して活動を進めてきました。その概要について以下記載します。

関西の中堅・中小企業のグローバル化支援事業

- ① 訪日研修の機会を利用した研修員と企業メンバーとの交流会等を実施
- ② 関連会議への参画による関係機関の支援活動状況の把握及び関係づくり
- ③ 中小企業家同友会の企業団体へのニーズ調査
- ④ JICA関西から中小企業海外展開支援業務の受託（詳細は8ページ参照）
- ⑤ 海外現地調査（ベトナム、タイ）



ベトナム、タイニーズ調査ではバンコクチュラロンコン大学サシン経営管理大学院で開催された日タイビジネスマッチングセミナーに参加するなど現地に進出している日本企業の課題を調査しました。(2012年8月)

- ⑥ 阪南大学との連携によるタイ視察参加企業等へのフォローアップセミナー開催

海外展開する日系企業の 中間マネージャー育成のための事業

- ① JICA関係部署への提案（現地日本センターの活動として中小企業支援の新規事業実施を目指す）
- ② タイ・ベトナム進出企業の現地拠点へのヒヤリング
- ③ 中小企業等へのアンケート・インタビュー
- ④ 途上国人材育成向けの技術研修を行っている機関へのヒヤリング（HIDA等）

JICAコンサルタント契約事業への参入

- ① PREXが参入できる見込みのある分野・事業の絞り込み
- ② 専門家・体制の検討
- ③ 公募案件に対する応募（中東協力センター、NEDOの研修案件を受託）

大学のグローバル人材育成事業の推進

- ① 自治体、大学、大学コンソーシアム40団体へのPR活動を実施
- ② 関経連「グローバル人材活用研究会」への参加
- ③ 立命館大学政策科学研究科の特別講座の実施（2010年度から継続実施）
- ④ 大学コンソーシアム大阪で、講義を実施（PREXの職員2名）

ODAを活用した中小企業の海外展開支援

国際協力機構（JICA）は平成23年から、ODAを活用し中小企業の海外展開支援を推進する地域の窓口となれるよう、国内の各センターが、中小企業のニーズの把握と情報提供が可能な体制の整備を進めています。

PREXではアクションプランで「関西の中堅中小企業のグローバル化支援」に取り組んでおり、中堅中小企業の海外展開の状況やニーズに基づく活動を目指していることもあり、2012年8月からの7カ月間、JICA関西「中小企業海外展開支援にかかる支援業務」を受託しました。

■「中小企業海外展開支援にかかる支援業務」とは

PREXの途上国人材向け研修プログラムでは、ものづくり現場の見学、経営者との意見交換など、多くの関西の中堅中小企業に協力いただいております。今回の受託業務の中では、研修事業を通じて築いたPREXと中堅中小企業とのネットワークを活かし、海外展開の状況や経験、支援

に対する企業側のニーズなどについてアンケートとインタビューを実施すると同時に、現在JICAが実施している海外展開支援メニューの紹介などを行いました。

■ 協力企業80社のうち8割が海外展開を実施もしくは検討中

アンケートおよびインタビューは、研修事業やボランティア事業などJICA関西の事業に協力実績のある中堅中小企業80社を対象に実施しましたが、回答企業の8割ほどが海外展開を実施もしくは検討されています。また、関心のある国として回答数が多かったのは、ベトナム、インドネシア、ミャンマー、タイ、インドなどです。

海外展開における課題やニーズとして、まず「海外展開に必要な人材の不足」、次に「ノウハウの不足」、そして「情報の不足」があげられました。

ODA・JICAによる海外展開支援事業については、5割以上の企業が「知らない」と回答しています。

日頃からJICA事業と関わりのある企業にとっても、最近の「中小企業の海外展開支援」の動きは十分浸透している訳ではありませんでした。

ODAによる中小企業海外展開支援に関する情報を、関西のより多くの中堅中小企業に知っていただくため、PREXも積極的に情報を発信したいと思います。

外務省・JICAによる中小企業海外展開支援メニュー（主なもの）

平成25年度のODAによる中小企業海外展開支援メニューには、次のようなものがあります。アンケートでもニーズとして挙がっているグローバル人材の育成、調査事業を支援するメニューもありますので、ご活用ください。

■ 基礎調査、準備調査

	中小企業連携促進基礎調査 2013年7月頃公示予定	協力準備調査（BOPビジネス連携促進） 9月頃公示予定
概要	中小企業の技術力や事業アイデアを途上国で活かす、事業計画を立案するための基礎情報収集支援	開発途上国の貧困削減に貢献するBOP（Base of Pyramid）ビジネスの、事業計画を立案するための基礎情報収集支援
実施日程（予定）	年度あたり2回（上期・下期） 上期分は7月頃公示予定 1年（契約～H26.3）	年度あたり2回（上期・下期） 上期分は3月公示・4月末締切／下期分は9月頃公示予定 1年～3年
公募対象	コンサルタント等との共同提案が基本	コンサルタント等による共同提案が基本
採択予定数	20件（年20件程度（10件程度×年2回））	一回当たり10～15件程度
単価	上限1千万円	上限5,000万円 ※中小企業は上限2,000万円もしくは5,000万円のいずれか選択可能
負担経費	人件費（コンサルタント等）、旅費、運搬費	人件費（コンサルタント等）、旅費、運搬費、現地再委託費、現地傭人費

（詳細はJICAホームページの「民間連携」で紹介されています）

出所：JICA ホームページ（PREX 一部加筆）

改善活動は「知の共有と表現活動」!

川村義肢(株)



代表取締役
川村 慶氏

ガーナ「産業振興支援」で4月に訪問させていただいた同社は、PREXの研修で度々お世話になっています。企業名が示す通り、義肢装具の製作販売を中心とするこちらの企業では、改善活動を「知の共有と表現活動」と定め、社員からの提案活動等を組織的に推進されています。その徹底ぶりは評判を呼び、頻繁に外部からの見学を受けるほどです。研修員達は、どうやってこのような取り組みを維持できるのか、またその効果などについて旺盛な好奇心を示していました。

さらに、併せて彼らの印象に残ったのは、お客様に寄り沿い、その生活の質を高めるという同社の企業理念でした。企業としての強いこだわりや想いに触れ、研修員たちも多々感じるものがあつたようで、研修後のレポートには、「大変良かった。多くの学びがあつた。」、「日本企業によるムダの軽減、商品価値・質の向上を図るための技術改善の取り組みを実際に見ることができた。」というような感想もありました。

上) 製造現場見学時の風景です。精工な義足に研修員達は驚いていました。
中) 歴史展示室での研修風景です。
下) 研修終了後に、研修員は謝辞を述べ、感謝の気持ちを示していました。



“エンターテインングフードを通じたおもてなし”を実践

(株)伍魚福(ごぎょふく)



代表取締役社長
山中 勸氏

同社は、“神戸で一番おもしろい会社を目指して”、日々“珍味を極めて”、お客様への“エンターテインングフードを通じたおもてなし”を実践している、左党ならきっとお世話になったことがあるバラエティー豊かなおつまみのメーカーです。

同社では、社長直結のヒット商品提案システムや、「商品化したい!」という熱い思いをプレゼンし全員が投票する制度を通じて、年間2,000件もの新製品や改良の提案が生まれ商品開発に生かされています。また売り場そのものがお客様との貴重なコミュニケーションの場であり、「売場提案」自体が販売商品であると位置づけ、POPやレイアウトをとおして日々新たな情報を発信されています。

訪問した研修員たちは同社の斬新なマーケティングやユニークな社員モチベーションアップの手法の中から母国で生かせそうなアイデアを目を輝かせながら吸収していきました。またファブレス経営(工場を持たないメーカー)のビジネスモデルについても関心が高く社長に詳細を質問していました。

同社はいままでに幾多の賞をとられていますが、2013年3月に経済産業省の「おもてなし経営企業」に選出されています。



上)「お酒がすすむ味」にこだわった同社の商品群。左党にはこたえられません。

下) 日本のマーケティングや顧客リレーションを学びにきたウズベキスタンの研修員たちと山中勸社長。社長へのお土産はウズベキスタンのスイカの珍味でした。



JICA関西で関西企業を紹介

JICA関西には宿泊施設もあり、途上国からは年間約1350名の研修員が滞在しています。

8ページで紹介した「中小企業海外展開支援にかかる支援業務」の一環で、JICA関西に宿泊する研修員に関西の企業の製品・技術を紹介するため、下記の10社に製品やパネル、映像、連絡先資料などを準備いただき、1月末からJICA関西の1階ロビーの一角で製品展示を行いました。展示された製品は早速研修員



の目に留まっていました。途上国へ展開をめざす企業にとって、来日中の研修員に対して展示という形でPRすることは貴重な機会です。JICAへの業務報告においても展示の継続を提言しました。

企業名	所在地	事業	展示品
(株)浜田	高槻市	産業廃棄物、リサイクル、エネルギーソリューション	停電時非常電源用バッテリー
(株)松栄堂	京都市	お香開発製造販売	お香製品
ロート製薬(株)	大阪市	医薬品、化粧品、機能性食品等の製造販売	目薬、スキンケア製品
旭電機化成(株)	大阪市	生活便利雑貨、電化製品企画製造販売	生活便利雑貨各種
三元ラセン管工業(株)	大阪市	フレキシブルチューブ、ベローズの製造販売	ベローズ
伊藤工機(株)	東大阪市	ガス供給機器、調整器	ガス調整器
住化エンビロサイエンス(株)	西宮市	環境薬剤・精密化学品用薬剤製造	害虫防除剤、薬剤
棚橋電機(株)	大阪市	制御盤、操作盤、配電盤など設計・製造	パワーコントロールシステム(停電時対応)紹介パネル
阪神高速道路(株)	大阪市	高速道路維持・新改築、サービスエリア運営	事業紹介パネル・映像
エバオン(株)	大阪市	ベアリング、産業用機器取扱い専門商社	事業紹介パネル

→ (上記展示は6月で終了しました)

人の動き

新任



林 泰子

国際交流部 プログラムオフィサー

私はこれまで東南アジアを中心に国際協力の現場で仕事をまいりました。海外に出て遠くから日本を見直してみると、日本の経済発展や高い能力を育んできたのは、規模の大小を問わず民間企業が普通のこととして行っている人材育成とマネジメントなのだと思います。またそうした企業の多くが関西にルーツを持つことを知り、関西の底力を痛感しました。PREXの一員となり、関西の企業の皆様から学ぶ機会を得たことをとても光栄に存じますと共に、私のこれまでの経験からお役に立てるよう努力いたします。どうぞよろしくお願いいたします。

新任



坂口 陽子

国際交流部 部員

8年ぶりに生まれ育った関西に戻り、「途上国の人材育成」や「人材交流」の事業に携わることができることを大変うれしく思っています。大学では、途上国の教育・人材開発を専攻し、特に職業訓練や産業技術教育に関わる政策、プロジェクトの形成・実施モニタリング・評価などを学んできました。これまで学んできたこと、また留学経験や青年海外協力隊時代に培ったバイタリティと異文化間コミュニケーション力を活かし、PREXの一員として、国際社会に貢献できるよう精進してまいります。今後ともご指導のほどよろしくお願い申し上げます。

