

電子・情報産業において日中提携を検討している企業の情報ニーズについて

大阪市立大学 創造都市研究科 都市情報学専攻 情報
メディア研究分野

M04uc505

秦 潤傑、中野 潔

本日の発表内容

- 研究の概要
- 研究の背景と動機
- 先行研究
- 現在までの研究内容
- 今後の課題

研究の概要

- 日中企業及び中国企業の双方にヒヤリング及びアンケートを実施
- 必要とする情報やその情報項目に関する現在の充足状況や各企業の目指す業務内容と情報ニーズとの関係などについて研究

研究の背景と動機

- 日中の経済交流が盛んになっている
- 一方で、靖国神社、歴史教科書、反日デモ

相互理解の不足や情報の不足による行き違いも生じる

お互いを理解し合う必要がある

相手国に関する情報を必要としている

先行研究1

- 中川涼司 「国際経営戦略」
- 本田英夫 「中国のコンピュータ産業」
- 蔡林海 「中国の知識型経済」
- 丸川知雄 「中国産業ハンドブック」

先行研究2

- 国家統計局 「中国高技術産業統計年鑑」
- 日中経済協会 「中国経済データハンドブック 2003年版」
- 澤野和彦発行 「中国開発区総覧 2002」

しかし、これらは日中提携に伴う企業の情報ニーズについて詳しく論じていない

国際的企業提携に際しての情報ニーズとは(1)

1. 日中提携を考える日本企業が中国企業や中国の行政に対して、どのような種類の情報を出してほしいと思っているか？
2. 日中提携を考える中国企業が日本企業や日本の行政に対して、どのような種類の情報を出してほしいと思っているか？

国際的企業提携に際しての情報ニーズとは(2)

3. 日本企業や中国企業のしようとしていることにより、求める情報項目に違いがあるか否か？
4. 中国企業が日本企業に求める情報ニーズ(あるいは情報ニーズが満たされるか否か？)と米国企業に求める情報ニーズ(あるいは満足度)との間に違いがあるか否か？

日本企業が中国企業に対して求める情報の項目の可能性

1. 営業力

販売拠点の数 営業マンの数 提携している
代理店、卸売業者、小売業者の数

2. 製品(部品を含む)ラインナップ

取り扱い製品 生産製品リスト

3. 生産力

生産拠点の数 生産ラインの態様と数 生
産設備

日本企業が中国企業に対してまとめる 情報の項目の可能性(続き)

4. 開発力

開発拠点の数 設計者、開発者、研究者の数
と学歴など

5. 財務、信用

資産の状況 貸借金などの状況 信用関連のデータ

6. 企業プロフィール

設立年月 設立理念 役員の経歴などのリスト 従業員数と平均年齢

7. 遂行可能な業務のリスト 各種の業務遂行能力の指標

日本企業が中国企業に対して求める情報の項目に違いをもたらす可能性のある立場(中国や日本で何をしようとしているか)のバリエーション(1)

- 対中国市場活動:

輸出:

- A-1. 自社の部品、製品を中国で販売
- A-2. 自社の部品、製品を中国の製品に組み入れてもらう
- B-1. 自社の特許、技術などを中国の企業に採用してもらう
- B-2. 自社のブランドなどを中国の企業にライセンスする

生産委託:

- C-1. 自社の部品、製品を中国で生産する

設計、開発委託

- D-1. 自社の部品、製品を中国で設計する
- D-2. 中国で技術開発、研究する
- D-3. 中国でソフトウェアを開発する
- D-4. 中国で、コンテンツを製作する

日本企業が中国企業に対して求める情報の項目に違いをもたらす可能性のある立場(中国や日本で何をしようとしているか)のバリエーション(2)

- 対日本市場活動:

輸入:

- J-1. 中国産の部品、製品を日本で販売する
- J-2. 中国産の部品、製品を自社の製品を組み入れる
- K-1. 中国の特許、技術などを自社に導入する
- K-2. 中国のブランドなどを、自社にライセンスしてもらう

生産委託

- L-1. 中国企業の部品、製品を自社で生産する

設計、開発委託

- M-1. 中国企業の部品、製品を自社で設計する
- M-2. 中国企業から、技術開発、研究を請け負う
- M-3. 中国企業から、ソフトウェア開発を受託する
- M-4. 中国企業から、コンテンツ制作を受託する

中国企業が日本企業に対して求める情報の項目の可能性

1. 営業力

販売拠点の数 営業マンの数 提携している
代理店、卸売業者、小売業者の数

2. 製品(部品を含む)ラインナップ

取り扱い製品 生産製品リスト

3. 生産力

生産拠点の数 生産ラインの態様と数 生
産設備

中国企業が日本企業に対してまとめれる 情報の項目の可能性(続き)

4. 開発力

開発拠点の数 設計者、開発者、研究者の数
と学歴など

5. 財務、信用

資産の状況 貸借金などの状況 信用関連のデータ

6. 企業プロフィール

設立年月 設立理念 役員の経歴などのリスト 従業員数と平均年齢

7. 遂行可能な業務のリスト 標準

各種の業務遂行能力の指

中国企業が日本企業に対して求める情報の項目に違いをもたらす可能性のある立場(中国や日本で何をしようとしているか)のバリエーション(1)

- 対日本市場活動:

輸出:

A-1. 自社の部品、製品を日本で販売

A-2. 自社の部品、製品を日本の製品に組み入れてもらう

B-1. 自社の特許、技術などを日本の企業に採用してもらう

B-2. 自社のブランドなどを日本の企業にライセンスする

生産委託:

C-1. 自社の部品、製品を日本で生産する

設計、開発委託

D-1. 自社の部品、製品を日本で設計する

D-2. 日本で技術開発、研究する

D-3. 日本でソフトウェアを開発する

D-4. 日本で、コンテンツを製作する

日本企業が中国企業に対して求める情報の項目に違いをもたらす可能性のある立場(中国や日本で何をしようとしているか)のバリエーション(2)

- 対中国市場活動:

- 輸入:

- J-1. 日本産の部品、製品を中国で販売する
 - J-2. 日本産の部品、製品を自社の製品を組み入れる
 - K-1. 日本の特許、技術などを自社に導入する
 - K-2. 日本のブランドなどを、自社にライセンスしてもらう

生産委託

- L-1. 日本企業の部品、製品を自社で生産する

設計、開発委託

- M-1. 日本企業の部品、製品を自社で設計する
 - M-2. 日本企業から、技術開発、研究を請け負う
 - M-3. 日本企業から、ソフトウェア開発を受託する
 - M-4. 日本企業から、コンテンツ制作を受託する

現在までの調査の実績

- 調査の対象:CeBIT asia 2005 上海に出展した企業
 - 調査の場所:大阪と上海
 - 調査の手法:
 1. 直接ヒヤリング
 2. 直接説明した後、質問用紙を手渡し、FAXやEメールで回収
 3. 電子メールで問い合わせ
- 回答数:14社(すべて日本企業)

現在までの調査結果(1)

- 日本企業の立場(中国や日本で何をしようとしているか)のバリエーション(回答数の多い順):
対中国市場:
 1. 自社の製品、部品を中国で販売する
 2. 自社の製品、部品を中国の製品に組み入れてもらう
 3. 自社の製品、部品を中国で生産する対日本市場:
 1. 中国産の部品、製品を自社の製品に組み入れる
 2. 中国企業から技術開発研究を請け負う
 3. 中国企業からソフトウェア開発を受託する

現在までの調査結果(2)

- 日本企業が中国企業に求める情報項目(回答数の多い順):
 1. 営業力(販売拠点の数)
 2. 製品ラインナップ(取り扱い製品)
 3. 開発力(開発拠点の数 設計者、開発者、研究者の数と学歴)
 4. 財務、信用の状況

現在までの調査結果(3)

- 日本企業が中国行政に求める情報項目(順不同)
 1. 開発区などの地理的な状況
 2. 開発区などにおける優遇措置
 3. 人口 その地区の人口の学歴の内訳状況など
 4. 進出、提携などに伴う手続き

今後の課題

- 中国企業の日本に関して必要とする情報については、調べていく
- 相手国情報に関する要望を比較　違いを分析
- 双方の情報ニーズを満たすための方針を提言
- 中　日と中　米との間の情報ニーズ(充足度)の違い