

プログラム		ヒアリングの内容
1. ICT産業の国際展開に関する基本認識	① 海外市場よりも国内市場を優先	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大企業は動きが遅く、また、規模の小さい海外展開より、市場が大きい国内に目を向けてしまいがち。(コンサル) ・ 最近の企業は、四半期ごとの業績を気にしながら事業を行うため、短期的には儲からない海外への展開をしたがらない面がある。(コンサル) ・ 従来、国内市場対応をしていればcomfortableであったため、国際展開を行うための人材が語学力の問題等もあり不足している。(ベンダー)
	② キャリアとベンダーの力の分散	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベンダーは国際展開の意思はあっても、相手国にネットワーク全体のコンサルティングをしてほしいと言われるとお手上げになる。(コンサル)
	③ 欧米や新興工業国の有力企業に対抗できる体制整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相手国キャリアと密接な関係のある現地のSlerをパートナーに持つことも重要。(ベンダー) ・ 現地企業を活用しつつ、ネットワーク保守センターを立ち上げた。(商社) ・ 全てを日本からコントロールすることは困難。現地事情に通じているコンサル等に頼る必要がある。(キャリア) ・ コンサル人材やSler人材の不足を補うため、海外へのアウトソーシングを進めるべき。(コンテンツ) ・ 日本における現地従業員の研修や各地域での研修センターの設立による人材育成を検討中。(キャリア) ・ 自社製品の押しつけは相手が拒絶するため、他社や外国企業の製品を使うこともある。(キャリア)

プログラム

ヒアリングの内容

<p>2. (1) 政府間対話の推進</p>	<p>④ 我が国の法制・政策に関する情報提供・意見交換、我が国の優れた通信・放送方式の採用の働きかけ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 途上国の法制面の整備能力は不十分。そのため、システムに加えて日本の制度整備のノウハウを伝えるなどの付加価値を持たせることも案件形成の際には意味がある。(キャリア)
	<p>⑤ 企業関係者を交えた交流の促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相手国を日本に招聘し、各企業に見学に来てもらえれば、相手国政府の要人に対して担当者が製品を直接アピールできるので有効。(キャリア) ・ 相手国政府幹部のキーパーソンとつながりを持ち、信用してもらうことが重要。(キャリア) ・ 外国企業の中には、南米の政府機関と良好な関係を構築しているところもある。(ベンダー)
<p>2. (2) モデルプロジェクト等を通じた国際展開支援</p>	<p>⑥ 「ICT先進実証実験事業」等の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各国ごとにローカライズした対応は効率が悪いいため、日本で先進事例をつくり、それを世界中に横展開していくことが理想的。(ベンダー)
<p>2. (3) 戦略的研究開発と標準化・知財戦略の総合的推進</p>	<p>⑦ 「国際連携促進共同研究開発プログラム(仮称)」の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 標準化の仲間作りの観点も含め、研究開発早期からの国際連携も必要。(ベンダー) ・ 今後、企業連携の在り方として「オープンイノベーション」的アプローチが広まっていく。(ベンダー)
	<p>⑧ 標準化体制の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外の場であっても長く標準化活動に関わっている者は、ある程度影響力を発揮できる。(ベンダー) ・ 標準化フォーラムへの参加に当たり、旅費等の点で支援していただけるとありがたい。(コンテンツ)

プログラム

ヒアリングの内容

2. (4)
国際展開を促進する
ための環境整備

⑨ スペックイン活動
やフルターンキー
提案等への支援、
知見を有するOB人
材の積極的な活用

- ・ 語学、技術、企画力を備えた人材を確保することによって、案件形成が容易になるが、日本の技術を分かっている、プロジェクト全体をコーディネートできる人材が欠如しているのは大きな問題。ベンダーのOBなどを活用するのも一案。(商社)
- ・ コンサル人材として、NTTを退職した人達の活用が考えられないか。そのような人達に現地に長く駐在してもらい情報収集する体制がとれればありがたい。(ベンダー)
- ・ スペックインの段階でいかに食い込むかは重要。トライアルに参加して、実績を示すことで、仕様書の段階で日本に不利にならないようにできる。(ベンダー)
- ・ 入札段階で参加するのでは遅すぎる。案件の検討段階にいかに関わるかが重要。そのための現地への人の張り付けが重要。(コンサル)
- ・ 10年以上前、海外の公共調達を手がけようと努力したが撤退した。要因として、日本と先方の業務フロー(文化)の違いから、効果的に売り込めなかったことや、日本の法制度に合ったシステム設計のノウハウを外国に適用することができず、外国の制度に適応する形で作り直さなければいけないため、コストに合わず赤字になることが挙げられる。(SIer)
- ・ システムの知識を持ち、外国との交渉までできる人は限られており、貴重な存在。(キャリア)

プログラム

ヒアリングの内容

2. (4)
国際展開を促進する
ための環境整備

⑩ 環境問題等の地
球的規模の課題に
対する、我が国のI
CTを活かした積極
的な貢献

- ・ 単品の技術やサービス、アクセスだけではなく、アプリケーションを含めたトータルのソリューションとしてサービス展開に努めていくことが重要。(キャリア)
- ・ 海外へICTを売り込むに当たっては、インフラだけでなくソリューション(利活用)の面からアプローチをする必要がある。(コンサル)
- ・ 少子化対策や省エネ・環境問題対策について、ICT産業の国際競争力強化の視点で議論を深めることも必要ではないか。(ベンダー)
- ・ 環境面での優位性を世界に訴えることが、日本製品の競争力向上につながるのではないか。(ベンダー)
- ・ 食の安全・安心という観点でトレーサビリティやサプライチェーンマネジメントの構築が必要な国は多い。(商社)
- ・ 資源問題など地球全体の問題に対してICTを活用することに戦略の重点を置くべきではないか。(シンクタンク)
- ・ CO2の削減や災害対策は、日本のICTが世界に貢献でき、かつ国際競争力の強化に資する分野であり、重要。(ベンダー)
- ・ 今後はICTそのものよりも、環境、自動車、医療、住宅などICTの前に付くものが主役になる時代になる。(シンクタンク)

2. (5)
地域別戦略の強化

⑪ 「ターゲット地域」
における施策展開

- ・ 日中共同の研究開発、標準化などの活動の枠組を政府レベルで構築できればありがたい。(キャリア)
- ・ インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム、インドなどの国々でIP関連のインフラ投資が活発化している。これらの国では、ネットワーク整備後の保守もビジネスとなる。(商社)
- ・ 価格競争で生き残るためには安価で能力の高い人材を集める必要があり、インド、ベトナム、マレーシアに注目している。(Sler)