

1年生「グローバル探究」連携授業報告（B講座）

日 時：平成29年1月20日（金）9：35～10：25

場 所：高志高校34講義室

講 師：小林 秀夫 氏（第一ビニール株式会社 社長）

テーマ：グローバル化する経済と日本

対 象：本校生徒40名（1年生SGH生徒40名）

内 容：

（1）自己紹介・あいさつ

①自己紹介

②会社紹介

会社経営のスローガンは“DAIM is One and only One”。中国への進出によって会社が大きく発展した。



（2）中国・ベトナム進出について

①中国への進出理由

初めて中国へ進出したときは、工場や機械が古く、不良品が多いなどの問題があった。一時撤退したが、再度中国へ行った時、めざましい発展を実感した。

また、ホームセンターからの値下げ要求により価格競争が起こったこと、季節ごとに生産が集中したことから、中国進出が欠かせないものとなった。

②中国以外の地域への進出理由

中国政府は、IT・自動車・環境技術産業を優先している。それならば、中国以外の国で工場を建設し生産しようと思うようになった。政治的リスクも考慮して、他の国へ（CHINA + ONE）の進出を考えた。その国がベトナムであった。

（3）SCM（サプライチェーンマネジメント）について

生徒の事前リサーチの確認 <SCMを調べてわかったこと>

- ・SCMとは、原材料の供給者から最終需要者に至る過程であること
- ・企業や組織の壁を超えて、全体として最も適当な方法を行うこと
- ・企業に高収益がもたらされるような戦略的な手法であること

（4）投資条件について

投資条件には、人件費・インフラ・電気・水道・IT・為替条件などがある。特に電気が重要であるが、各家庭で停電すると不満が出るから工場の電気を止めることもある。また、水道水を飲めないこともある。

（5）企業の生産活動について

取引先への納期は、必ず守らなければならない。ベトナムから各地のホームセンタ

一へ配置するまでの日数を十分に計算しなければならない。

製品の材料の品質も重要である。韓国から安くて良質の鉄を、ベトナムの日系企業から鉄鋼を、タイからプラスチックを、中国からフィルム（シール）を、マレーシアから色つけ粉をというように多国籍のサプライチェーンを展開している。そしてその製品が日本に輸出されている。

(6) 進出先の決定について

進出先として、タイ・カンボジア・ベトナムを検討した。タイは生産コストが高い。カンボジアは生産コストは安いですが、電気を海外から購入しているため電気の安定供給が見込めない。総合的に沿岸部のベトナムが最も適していると判断し、進出することとなった。ちなみにインドネシアには、ライバル企業が進出しているため候補地から外すこととなった。企業は他社と同じことをやっても駄目なのである。

(7) 最後に

小林の夢は、「世界の店に入った時、DAIMの商品が置いてあること」であり、社長に就任した時から海外進出を行い、現在中国から欧米・オセアニア13カ国へ製品を輸出している。スピーディな決断を行い、世界への販売ルートを確立させたい。東南アジアでは、ガーデニングのマーケットがないため、今後は何か新しいことをやってみたい。

企業が海外進出する際に重要なことは、自分だけがよくなることを考えるのではなく、現地のためになることをしなければならないということである。その地域の人に何ができるか、その地域の人々が幸せになるにはどうしたらよいか。これが企業進出に課せられた課題である。

(8) 質疑応答：(生徒による質問)

<Q1> 中国に進出する前はどうか。

<A1> のぼりの生産は国内一。日本や福井のことを考えていた。

<Q2> 社長は1日中、何を考えているか。

<A2> 他の人ができないこと。自分だけのアイデア。どうしたらお客に認められるか。

<Q3> 外国の進出先で友好的な関係を築くのに大切なことは。

<A3> 食事を一緒にとること。文化や作法を知ることができ、つきあいをする上で最も重要なことである。

