



海外展開ビギナーズGuide

～第1回 海外展開の必要性及び県内企業の現状～

国内は人口減少による市場縮小など、ビジネス環境がさらに厳しさを増していく様相です。そのようななか一昨年から続く円安は、市場開拓にむけ「輸出」を新たに始める観点からは大きなビジネスチャンスとなりえます。この機を逃さず、これまで輸出をしたことがない中小・地域企業でも、その準備や具体的な商談・輸出を速やかに進められるよう、令和4年10月に閣議決定された経済対策に、「新規輸出1万者支援プログラム」が盛り込まれ、同年12月からプログラムがスタートしました。「興味はあるけど何から始めたらいいか」、「自社にはハードルが高いのでは」など海外への販路開拓に一步踏み出せない皆さんの背中をひと押しすべく、今月から6か月に渡り日本貿易振興機構（JETRO）岐阜貿易情報センター所長 大澤 淳 氏に岐阜県内中小企業の海外展開の状況や、輸出を進めるステップ、フェーズごとに活用できるJETROのサービスなどについて解説していただきます。また連載に合わせ、実際に海外に進出している企業の事例も都度紹介してまいります。この機に、ぜひ海外を販路のひとつとして検討していきましょう。



日本貿易振興機構（JETRO）
岐阜貿易情報センター所長 大澤 淳
2005年4月 対日投資部、横浜貿易情報センターへ入籍
2011年6月 農林水産部として、日本産品の輸出促進業務を担当
2015年7月 ソウル事務所開設
2022年6月 現職

JETRO JAPAN

まず始めに、我々JETROのご紹介をさせていただきます。JETROは日本と海外の貿易・投資促進を目的として設立された、経済産業省が所管する独立行政法人です。英語名を「Japan External Trade Organization」としており、その頭文字をとってJETRO（ジェットロ）と呼んでいます。国内は全都道府県に49事務所、海外は55か国75事務所のネットワークを有し、以下「4本柱」を軸に事業を展開しています。

- ① 日本企業の海外展開支援
- ② 農林水産物・食品の輸出
- ③ イノベーションの創出
- ④ 情報提供・研究等

このようにジェットロは非常に幅広い事業を実施しており、JETROの事業を網羅的に理解いただくのは難しいと感じています。そこに、我々岐阜貿易情報センター（JETRO岐阜）の存在意義があると考えています。県内企業の皆さま

まのニーズを聞き取り、そのニーズに合った支援メニューをご提案し、1社1社に寄り添った丁寧な支援を行うのが我々JETRO岐阜の役割です。ジェットロのサービスの利用を検討されている県内企業の皆さまは、まずはお気軽にJETRO岐阜までお問い合わせいただければと存じます。

イノベーションの創出

資本・技術・人材が国内外で循環するエコシステムを形成・強化していきます。

- 対日投資、海外企業との協業・連携
- 高度外国人材の活躍推進
- スタートアップの海外展開促進

農林水産物・食品の輸出

日本の農林水産物・食品の世界市場展開を促進していきます。

- 輸出事業者の裾野拡大、日本産食品・食文化の海外普及
- 輸出促進を図る品目団体等との連携

日本企業の海外展開

中堅・中小企業などの日本企業の海外展開を支援します。

- 越境EC等、デジタル事業の活用による海外販路開拓支援
- 全国の自治体や金融機関などとの連携支援
- 海外市場に勝てる企業の育成

情報提供・研究等

日本企業の海外展開・通商政策における共通課題に対応していきます。

- 調査活動、アジア地域等の研究活動
- 貿易投資相談
- FTA/EPA、知財の利活用の促進
- 二国間・多国間協力の推進

海外展開は事業の維持・拡大に有益な一手

② 海外展開の必要性について

ジェットロでは、2022年12月から経済産業省、中小企業庁、中小機構と連携し、新たに輸出に挑戦する事業者を掘り起こし、輸出実現までの支援を一気通貫で行う「新規輸出1万者支援プログラム」を開始しました。それでは今なぜ海外展開が必要なのでしょう。主に以下4つの理由が挙げられます。

① 国内市場の縮小と海外市場の成長

ご存じのとおり、日本の人口は減少の一途を辿っており、日本市場は縮小傾向にあります。一方、海外市場はこれからも成長が見込まれており、その成長を取り込むためにも海外展開が必要と考えています。

② 販売先の多角化

近年、地政学リスクの高まりや感染症の世界的感染拡大により、世界経済の不確実性が高まっています。予測困難な状況に備え、販売先の多角化を行うことも重要です。例えば、先般の新型コロナウイルス

③ 利用できるツールの増加

最近では翻訳ソフトやChat GPTというツールを気軽に利用できるようになっており、翻訳の精度もかなり向上しています。海外展開に取り組んでおられる県内企業の皆さまの多くも、このようなツールを活用しながら海外バイヤーとやり取りをしています。英語が障害ではなくなりつつあると言えます。また、コロナ禍を経て、オンライン商談も一般的になりました。これまでは海外に渡航、もしくは海外バイヤーが来日しないとかなかなか気軽に商談もできませんでした。今ではオンラインミーティングのツールがあれば、費用をかけずに海外との商談が可能です。もちろん、対面での商談が必

④ 円安は輸出のチャンス

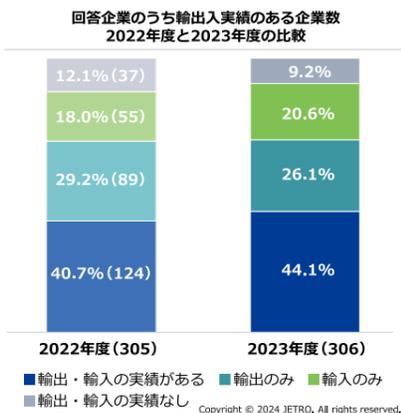
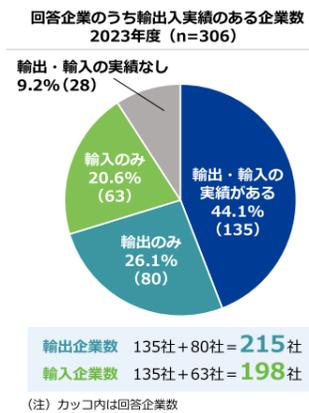
一昨年来円安傾向が続いていますが、円安は、原材料等を輸入している企業にとっては輸入価格が上昇してしまうためデメリットにもなり得ますが、国内で原材料を調達、生産し、海外に輸出する企業にとっては、販売価格が抑えられるためメリットになります。これから輸出に挑戦される企業の皆さまにとって円安は好機であると言えます。

輸出など海外との取引を増やす県内企業は増加傾向に

③ 県内企業の現状について

県内企業は現状、どのくらい海外展開に取り組んでおられるのでしょうか。ジェットロ岐阜では、岐阜県内に事業所を有する貿易投資関連企業を対象に、毎年「岐阜県貿易投資関係企業調査」というアンケート調査を実施しています。こちらの2023年度の調査結果の一部をご紹介します。本調査の回答者は306社でした。

貿易企業数 / 輸出入実績



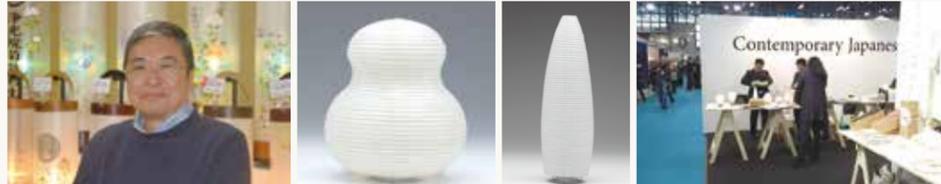
うち、輸出の実績があると回答した企業は215社（回答者の約70%）に上りました。昨年度の213社に対して微増しています。

輸出相手国として最も回答が多かったのは中国ですが、国別構成比（当該国・地域を選択した回答数÷全回答数（複数回答あり）×100）では年々減少しており、2021年の8.9%、2022年の8.1%に対し、2023年は7.3%でした。中国に次いで

事業者事例 紹介①

株式会社浅野商店

代表取締役社長 浅野 有誠 さん



内田繁氏デザインの照明「ペーパー・ムーン」

2017 NY NOWの様子

Q 海外に販路を求めた理由は？

A 海外での展開に「好奇心」が膨らみました。

少子高齢化等により、国内市場が頭打ちになりつつあるなか「海外を視野に入れないと…」と漠然と意識し始めたのが20年位前になります。当時すでに提灯を輸出している同業者さんもあり、「海外の人は提灯のどこに魅力を感じ、どんな風に使っているんだろう？」といった好奇心が膨らんだのも、一歩踏み出してみようと思ったきっかけでした。

Q どのように海外展開を進めていきましたか？

A 展示会に出展し、現地を肌で感じることから始めました。

何から取り組んでいいのか、まったくわかりませんでした。ただ「チャンス」を逃したくなかったので、ジェットロさんや岐阜県さんから声をかけてもらった展示会出展の機会に積極的に参加し、現地を肌で感じることに努めました。最初のうちはなかなか成果に繋がりませんでしたが、ノウハウの蓄積や次に爪痕を残すことを意識して海外と接点を持つことを続けていきました。その中で現地の文化や美的感覚、相手国のルールなどが日本と大きく違うことを体感し、相手の求めているものがイメージできるようになってきました。そのイメージに沿って今まで作ったことがないものにも取り組みました。それには決断も必要でしたが、何事にも「せっかくだからやってみよう」の精神で、海外との関わりを増やしていきました。今も販売チャネルをどう見つけるかは課題ですが、色々なところに顔を出し、チャレンジすることで思わぬところからチャンスが来るものです。まずはチャレンジが大切だと体感しました。

Q 海外販売の現状

A 目下の課題は「相手(海外)市場」の大きさへの対応です。

今、輸出している主力商品は日本を代表するインテリアデザイナー内田繁氏デザインの照明「ペーパー・ムーン」シリーズです。元々「盆提灯の技術を活かした、今の時代にあった製品をつくりたい」との私の想いから20年前に製作したのですが、コロナ禍の巣ごもり需要の時にアメリカのディストリビューター(代理店)から引き合いがあったことがきっかけで、その後オーストラリアやヨーロッパへと市場が広がっていきました。欧米先進国は日本に比べて間接照明など照明に対する美的感覚が強く、その感覚に当社のインテリア照明がマッチしたのだと思います。

今、大きな課題は、当社の生産体制です。増産が追い付いていないのが現状です。海外は市場も大きいので、相手のニーズに少しでも添えるよう自社の生産体制を変化させていくことが必要だと感じています。

Q これから海外展開を検討する人へのアドバイス

A 「続ける」ことが大事です！

私もそうでしたが、最初はなかなか成果につながらないものです。そこで諦めず、自分の勉強やノウハウの蓄積の時期と思い、まずは「続ける」ことが大事だと感じています。また私の場合、特に明確なビジョンを持たず海外に出ていきました。そのおかげで色々なことにチャレンジできました。計画には少し幅を持たせておいた方がその場の状況に合わせた柔軟な対応ができるかもしれません。

また「英語ができないから…」と諦める方も多いと聞きますが、そのあたりは得意な人に任せれば良いと思います。通訳もそうですが、ディストリビューターなどの頼れる協力者が色々な出会いのなかから必ず出てきます。ジェットロさんなども含めて「頼れるところは頼る」が、未知の領域に踏み込むにはとても大事な気がします。

多かったのは台湾(同5.9%)、米国(同5.8%)、韓国(同5.1%)、香港(同5.5%)、シンガポール(同4.2%)、ベトナム(同3.9%)、タイ(同3.8%)、オーストラリア(同3.8%)、カナダ(同3.3%)でした。台湾、香港も中国同様に減少傾向にありますが、韓国は増加に転じました。

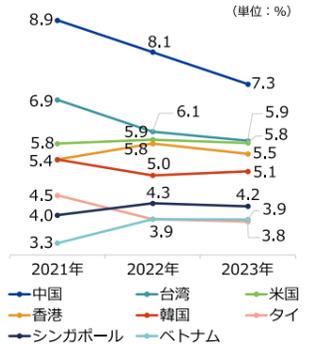
また、海外進出実績(海外事務所、工場等の開設などの直接投資)があると回答した企業は26.5%でした。昨年の30.8%に比べて4.3ポイント減少しています。円安の影響や海外ビジネスの

貿易相手国・地域(輸出)

順位	相手国・地域	回答数(件)	構成比(%)
1	中国	133	7.3
2	台湾	107	5.9
3	米国	106	5.8
4	香港	101	5.5
5	韓国	93	5.1
6	シンガポール	77	4.2
7	ベトナム	71	3.9
8	タイ	70	3.8
	オーストラリア	70	3.8
10	カナダ	60	3.3

(注1) 回答企業数(複数回答有)：213社、全回答数：1,823国・地域
(注2) 国別構成比=当該国・地域を選択した回答数÷全回答数(複数回答あり)×100

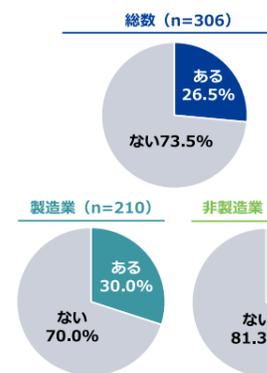
構成比の推移(過去3年間)



Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

進出企業数/進出先

海外進出実績のある企業数



進出先国・地域【複数回答】(n=81)

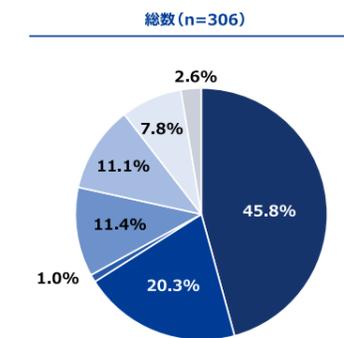
進出先国	回答数	進出先国	回答数
中国	50	台湾	2
ベトナム	18	カンボジア	1
タイ	12	ラオス	1
米国	8	インド	1
インドネシア	4	スリランカ	1
マレーシア	4	メキシコ	1
韓国	3	英国	1
フィリピン	3	ドイツ	1
シンガポール	3	スウェーデン	1
ミャンマー	4	チェコ	1
香港	2		

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

不確実性の高まりにより、新規進出を様子見している企業が多いのではないかと推察します。さらに進出先国として中国を選択した企業は昨年の57件に対して、今年は50件でした。一方、ベトナムと回答した企業は昨年の15社に対して、今年は18件に増加しました。

輸出事業の方針として「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」と回答した企業が45.8%、「現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する」と回答した企業が20.3%、「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みみたい」と回答した企業が11.4%、「現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない」と回答した企業が7.8%、「輸出を行う業種ではない」と回答した企業が2.6%、「その他」と回答した企業が1.0%です。

輸出事業方針



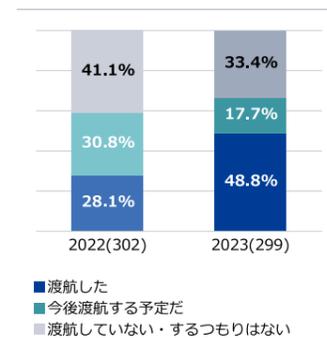
■ 現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る
■ 現在、輸出を行っており、現状を維持する
■ 現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する
■ 現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みみたい
■ 現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない
■ 輸出を行う業種ではない
■ その他

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

おり、現状を維持する」と回答した企業が20.3%、「現在、輸出を行っていないが、今後、新たに組みみたい」と回答した企業が11.4%、「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みみたい」と回答した企業が11.4%、「現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない」と回答した企業が7.8%、「輸出を行う業種ではない」と回答した企業が2.6%、「その他」と回答した企業が1.0%です。

2023年度の海外への渡航実績および計画

2022年度および2023年度のビジネス目的での海外渡航実績および計画



海外渡航の目的【複数回答】(n=199)

目的	割合(%)
既存取引先との商談のため	67.3
現地市場調査のため	36.2
海外展示会出展のため	32.2
新規取引先候補との商談のため	31.7
海外駐在のため	7.5

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

訪実績については、48.2%が「来訪した」と回答しており、コロナの5類移行に伴い、海外との往来も活発化していることが明らかにになりました。

第1回はジェットロについて、海外展開の必要性及び県内企業の現状を解説いたしました。次回は具体的に海外展開に向けて一歩を踏み出す方法について、解説していきます。