

§2 海外展開の手順

- (1) 貿易の形態
- (2) 企業進出の形態
- (3) 目的と可能性の点検
- (4) 仮説計画作成の準備
- (5) 仮説計画作成から事業計画検証の準備
- (6) 知財対策の実施と計画の検証
- (7) 実行計画作成と実施

(1) 貿易の形態

物品の国際販売	直接貿易	直接貿易: 海外の輸入者、輸出者と直接貿易をすること。	企業内貿易	自社と自社海外拠点間の取引。
	間接貿易	間接貿易: 商社などの仲介者を經由して貿易を行うこと。	個人輸入	消費者が、海外の販売店から国際郵便小包等で商品を直接取り寄せること。最近では個人輸入の代行業者も現れている。
	加工貿易	加工委託企業が提供した原材料または半製品を、加工受託企業が加工して、製品または半製品を委託企業に輸出すること。	求償貿易	国際間の物々交換方式の取引。バーター貿易。
	OEM生産	委託者が製品の設計や図面等を受託者へ支給し、受託者が委託者のブランドで製品を生産すること。この発展型として、設計から製造までを委託者に任せるODM生産がある。	補償貿易	製造設備等を無償提供し製品または半製品との差額だけ決済する方法。
	中継貿易	他国から輸入品を、そのまま加工することなく他の第三国に輸出すること。	国境貿易	ハンドキャリアーで運ばれた商品を国境付近で取引する方法。
	仲介貿易	A国からB国への輸出取引について、C国の商社が仲介する貿易取引。中継貿易と異なり、C国には通関行為がない。		
サービス貿易	国境を超えるサービス取引	自国にいながらして外国にいる顧客にサービスを提供する取引。(ライセンス取引、知的財産権の売買等)	海外拠点を通じたサービス提供	外国に支店・現地法人などの拠点を設置してサービスの提供を行うこと。(海外支店を通じた金融サービスの提供、海外拠点での輸送業務等)
	海外におけるサービスの消費	ある国の人が、外国に行った際に現地のサービス事業者からサービスの提供を受けること。(海外での会議室賃借、海外旅行でのエステ等)	自然人の移動によるサービス提供	社員や専門家を外国に派遣して、外国にいる顧客にサービスを提供すること。(外国芸能人の興業、技術者による海外での保守・修理等)

(1) 貿易の形態

物品の国際間売買

間接貿易

商社経由の取引によるもの



直接貿易

自社で直接、海外企業と取引する方法



(1) 貿易の形態

物品の国際間売買

代理店

依頼元の代理で動くエージェント

販売店契約

売買契約の一種、恒常的に売っていく方法

国際取引では、「代理店」と「販売店」をはっきりと区別している



(2) 企業進出の形態

形態	資本金	出来る業務と責任	出来ない業務
出張	不要	○本社を代表しての業務活動、技術指導等	○ビザ目的外の活動、長期滞在
出向	不要	○出向先企業の業務の一環として活動	○出向先企業の業務範囲外の行為
海外駐在員事務所	不要	○本社への情報提供、広告・宣伝活動、市場調査等	○本社以外の法人の為のサービス提供、営業活動や商行為
海外支店	不要	○事務所ができることのほか、営業範囲内での営業活動と商行為	○本社の営業範囲を超える営業活動
海外現地法人 (合併・独資)	要	○認可された営業範囲内での営業活動と商行為	○認可された営業範囲内であれば、特に制限なし

(3) 目的と可能性の点検

目的とは？

同業他社が国際取引をやったり、企業進出をしているから、うちの会社もするべきだと思えるのではなく、
「自社にとって経営戦略上、本当に必要かどうか」
を考えることが大切。



(3) 目的と可能性の点検

可能性の点検とは？

海外展開する能力が自社にあるか点検すること。
自社のウィークポイントを把握、補強することが重要。

可能性の点検のポイント

貿易

○貿易要員を置けるか？

- ・外国語（英語を含む）
- ・貿易の商慣習
- ・貿易の規則（インコタームズ）
等

企業進出

○自社の経営管理水準に
問題はないか？

- ・財務会計処理（小口現金管理を含む）
- ・資産管理（棚卸等）
- ・海外子会社の統括管理要員の育成
等

(4) 仮説計画作成の準備

	貿易	企業進出
ステップ	○段階を踏んだ取引形態であることを確認する	○段階を踏んだ取引形態であることを確認する
展開形態の想定	○自社直接取引、商社経由の間接取引など取引方法を検討する	○独資進出と合併進出のメリットとデメリットを認識する
規制のチェック	○輸出入規制（安全保障貿易管理を含む）を確認する	○輸出入規制（安全保障貿易管理を含む）を確認する
カントリーリスクの調査	○(独)日本貿易保険(NEXI)のカントリーリスク評価を参考にする	○(独)日本貿易保険(NEXI)のカントリーリスク評価を参考にし、リスクヘッジの可否を検討する
基礎的な市場調査	○ターゲット国と日本との物価差や一人当たりGDP等により購買力・消費市場の規模を確認する	○人口動態（人口ボーナス論）による社会経済の安定性を確認する

(5) 仮説計画作成から事業計画検証の準備

仮説計画とは？

「こうしたい」ということを描く事業計画のこと。

💡 仮説計画作成のポイント

貿易

- 何をどこ向けにどのくらい売りたいのかを計画する

企業進出

- 軽装備での進出を心がける
- 経営期間を短く設定する
- F/S実施計画を作成する

(5) 仮説計画作成から事業計画検証の準備

💡 事業計画検証の準備のポイント

貿易

- 商標を前面に出した販売方法の検討
- 用途開発と商品開発の検討
- 販促活動の検討
- 現代版口コミの活用の検討
等

企業進出

- F/Sチームの編成



(6) 知財対策の実施と計画の検証

💡 事業計画の検証のポイント

貿易

国内検証

海外検証

- 事業計画の実現性を検証
- 事業計画の実行計画作りへの落とし込みを実施
(国内や海外で開催される展覧会の視察、海外側との商談会の参加等を通じて。)

企業進出

国内検証

- F/S実施チームによるF/S国内調査の実施
・ターゲット国の政治・経済等の調査

海外検証

- F/S海外調査の実施と進出候補先との交渉
・進出候補先等を往訪して、情報を収集

(7) 実行計画作成と実施

💡 実行計画作成のポイント

貿易

事業計画の実現性に問題がない場合

- 事業計画を実行計画として実施

事業計画の実現性に問題がある場合

- 実施可能な実行計画を作成して社内承認を得る

企業進出

- F/Sによる事業計画検証作業の結果から投資の実施へ
 - ① 事業投資計画の完成
 - ② 社内での投資計画の承認
 - ③ 投資の実施