

海外展開セミナー

輸出ビジネスへチャレンジ！ ～海外展開を考えている皆様へ～

これから輸出ビジネスを検討している中小企業の皆様に向けて

一般社団法人 貿易アドバイザー協会 認定貿易アドバイザー

金城 辰三

2024年3月8日

本 日 の 内 容

1. 海外展開のメリット（外部環境・波及効果）
2. 何から始める？販路開拓（必要な準備）
3. 成約までの道のり（商談、成約、貿易実務）
4. みんなでサポート（支援機関の支援メニュー）

1. 海外展開のメリット（外部環境・波及効果）

2. 何から始める？販路開拓（必要な準備）

3. 成約までの道のり（商談、成約、貿易実務）

4. みんなでサポート（支援機関の支援メニュー）

1. 海外展開のメリット（外部環境）

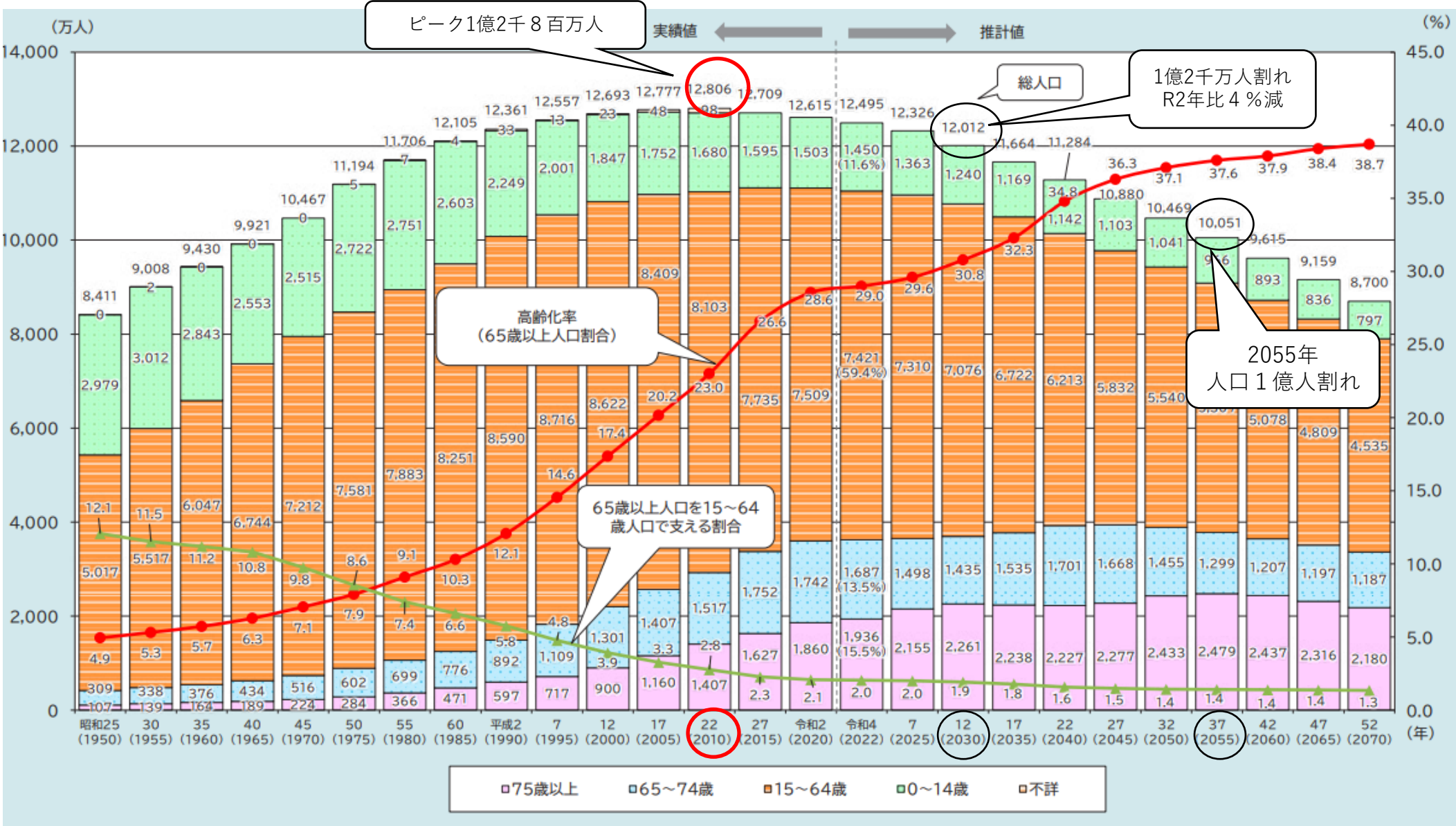
広大な市場への販路開拓 ⇒ 新たなビジネスチャンスの発掘

- ・国内市場の縮小と新市場の開拓
30年後に人口1億人割れと高齢化社会
アジアの人口約20億人
- ・海外市場の経済成長
一人当たりのGDPと経済成長率
- ・円安の流れ(USD/円)
112円(2017年)⇒140円(2023年)
日本円の価値が20%以上下落

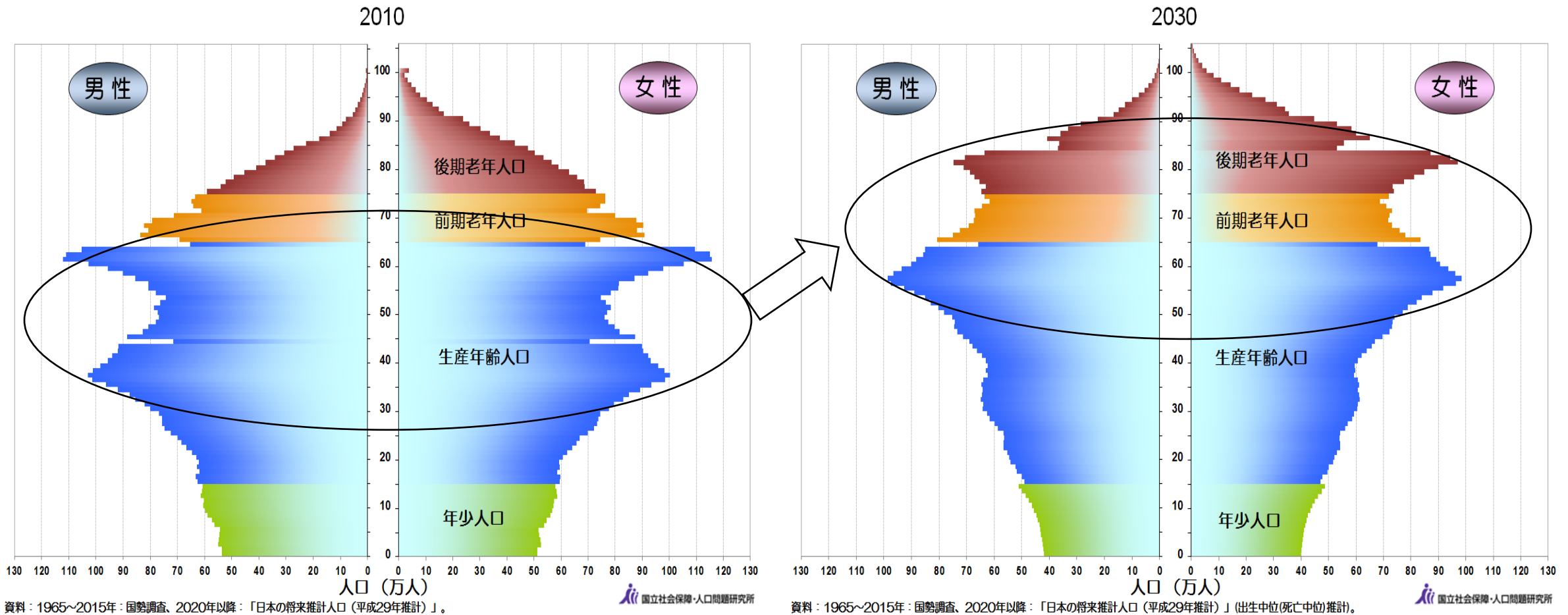


1. 海外展開のメリット（国内市場の縮小）

出所：内閣府令和 5 年版高齢社会白書



1. 海外展開のメリット(日本の高齢化)



人口のボリューム層が

14年前は「30才～60才台」 ⇒ 6年後には「50才～80才台」へ

1. 海外展開のメリット（経済成長）

2017年 アジア一人当たり名目GDPランキング

順位	国名	単位:USドル
1位(3位)	マカオ	77,233.10
2位(7位)	シンガポール	61,164.90
3位(16位)	香港	46,025.67
4位(27位)	日本	38,903.30
5位(30位)	韓国	31,600.74
6位(32位)	ブルネイ	28,442.47
7位(36位)	台湾	25,061.62
8位(61位)	モルディブ	13,200.96
9位(71位)	マレーシア	9,969.50
10位(75位)	中国	8,760.26
11位(88位)	タイ	6,596.22
13位(119位)	インドネシア	3,885.47
14位(123位)	モンゴル	3,612.72
15位(131位)	フィリピン	3,153.31
17位(133位)	ベトナム	2,957.90



2022年 アジア一人当たり名目GDPランキング

順位	国名	単位:USドル	17年比
1位(6位)	シンガポール	82,807.65	135.4%
2位(20位)	香港	49,225.86	107.0%
3位(27位)	ブルネイ	37,667.28	
4位(30位)	日本	33,821.93	86.9%
5位(32位)	台湾	32,643.22	130.3%
6位(33位)	韓国	32,250.41	102.1%
7位(35位)	マカオ	31,539.49	40.8%
8位(59位)	モルディブ	15,883.27	
9位(66位)	中国	12,813.77	146.3%
10位(69位)	マレーシア	12,364.06	124.0%
11位(86位)	タイ	7,650.88	116.0%
12位(112位)	モンゴル	4,863.02	
13位(113位)	インドネシア	4,798.12	
14位(121位)	ベトナム	4,086.52	138.2%
15位(127位)	フィリピン	3,623.39	

出所:世界経済のネタ帳(IMF World Economic Outlook Databasesを基に編集)

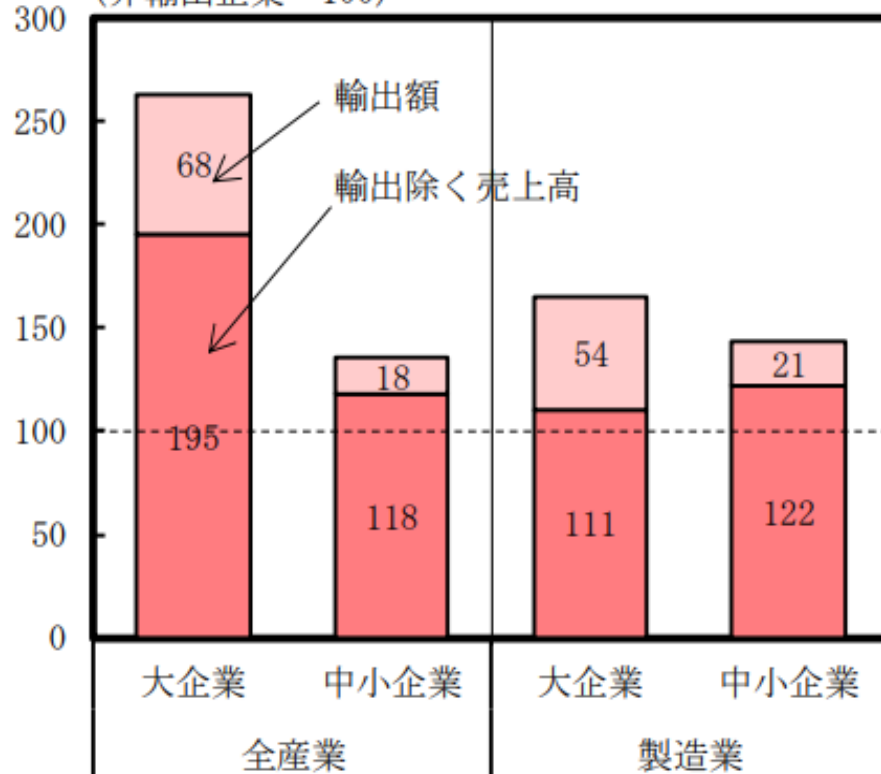
1. 海外展開のメリット（波及効果）

輸出を行う企業の稼ぐ力

売上高、経常利益率とも輸出企業が高い

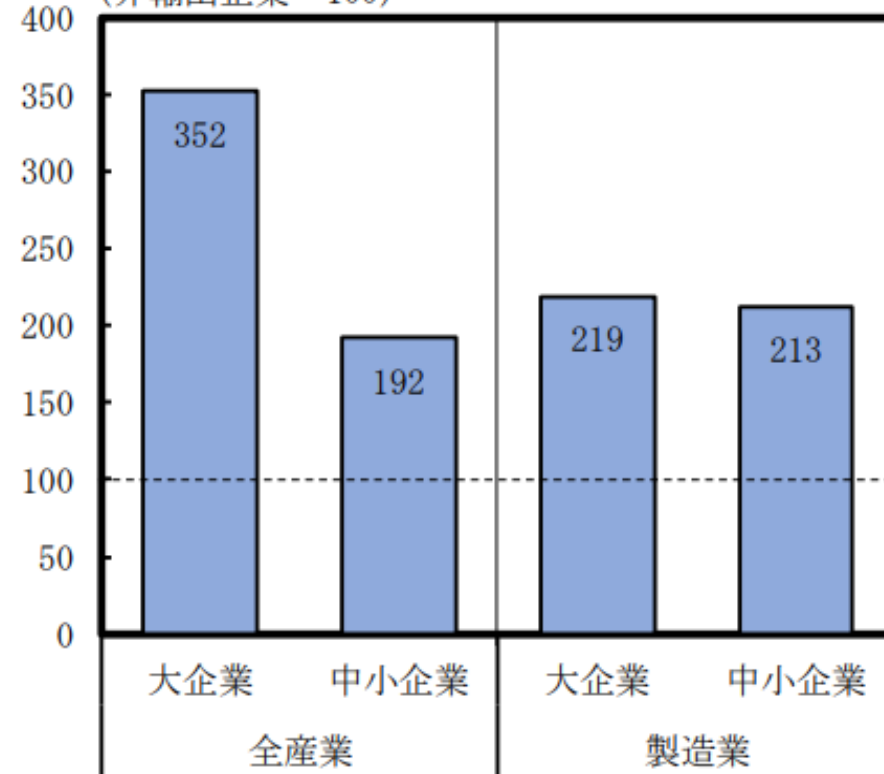
(1) 1社当たり売上高

(非輸出企業=100)



(2) 1社当たり経常利益

(非輸出企業=100)



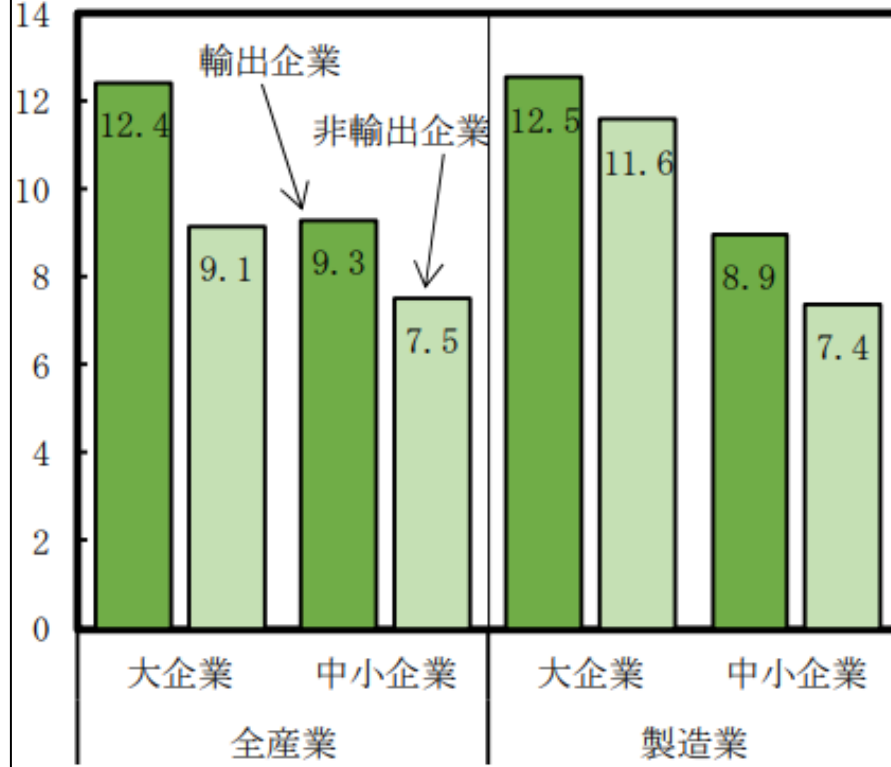
出典：内閣府政策統括官 日本経済2022-2023

1. 海外展開のメリット（波及効果）

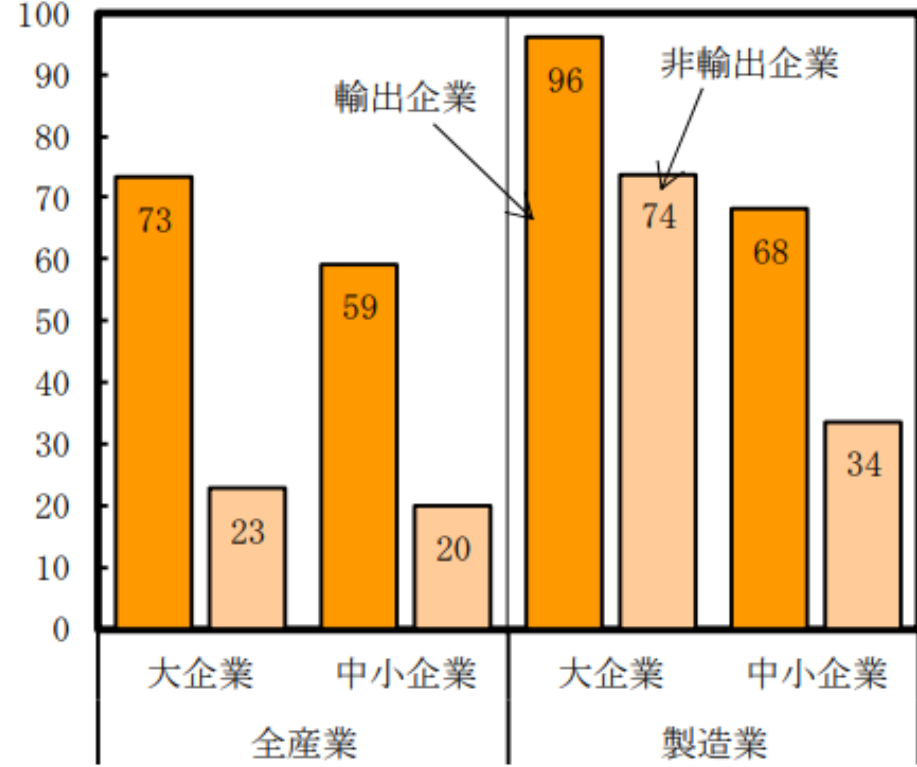
輸出を行う企業の稼ぐ力

付加価値生産性も輸出企業が高い

(3) 付加価値生産性
(百万円/人)



(4) 研究開発実施率
(%)



1. 海外展開のメリット（波及効果）

- ・海外市場との相乗効果(ミラー効果)

海外での販売が国内販売/インバウンドへ影響、ブランド向上

- ・会社のレベルアップ

HACCP対応、栄養成分(トランス脂肪酸等)、添加物レス(保存料等)
原材料(2次、3次原料) 健康志向への対応⇒国内で横展開。

- ・社員のモチベーションアップ

チャレンジ、自信、商品への誇り、マスコミ露出

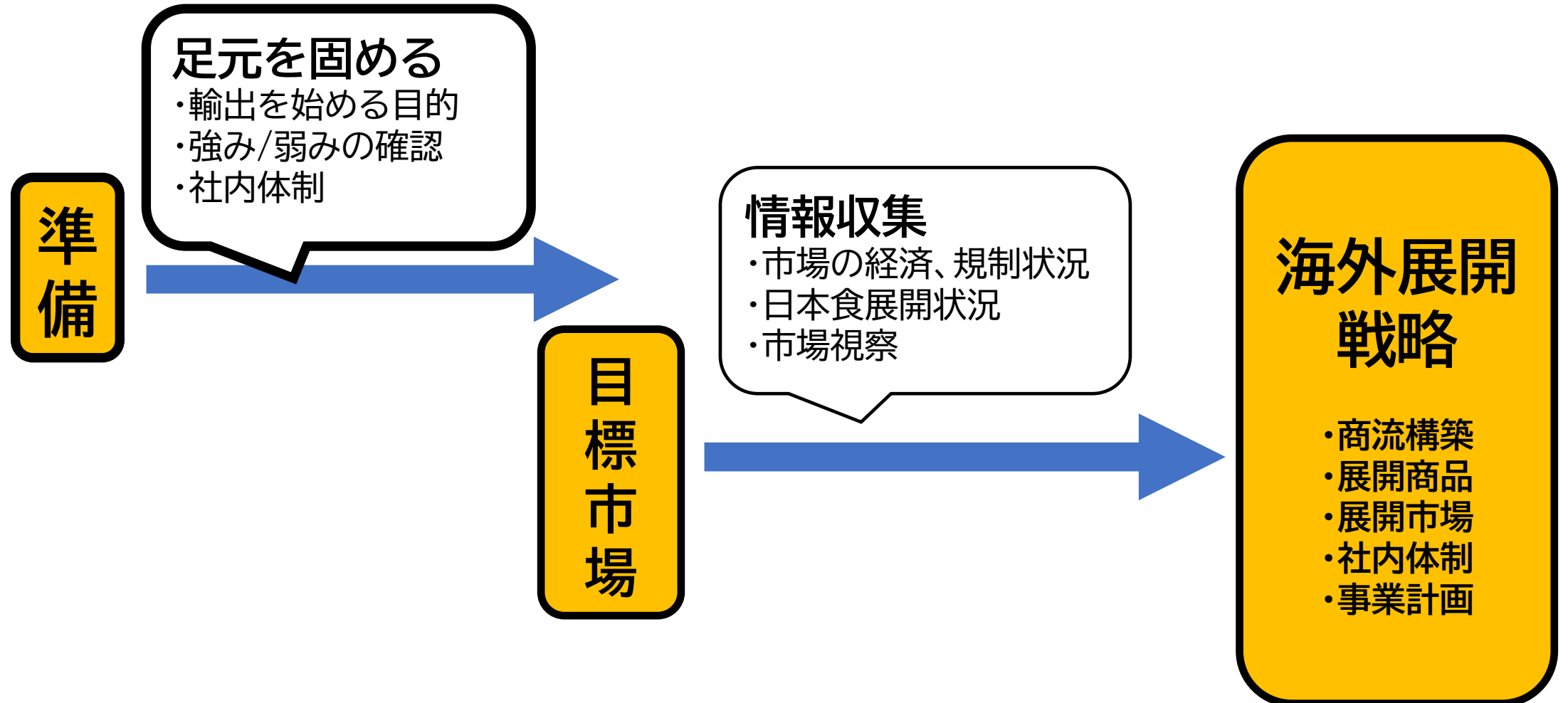
- ・人脈、ネットワーク作り

海外展開企業間の連携、海外人脈

1. 海外展開のメリット（外部環境・波及効果）
- 2. 何から始める？販路開拓（必要な準備）**
3. 成約までの道のり（商談、成約、貿易実務）
4. みんなでサポート（支援機関の支援メニュー）

2. 何から始める？販路開拓

海外展開を始める前に



2. 何から始める？販路開拓

輸出を始める目的を明確に！

国内市場の縮小が目に見えている。
事業が軌道に乗っている内に輸出にチャレンジしたい。

インバウンド客に評判が良い。
海外展開の可能性を感じ事業を拡大したい。

国内販売が頭打ち。
成長する海外市場で、新たな販路を獲得したい。

2. 何から始める？販路開拓

自社の強みを確認する

- ・強みは何？ 強みを伸ばす＝成功する確率が高くなる。
- ・弱みは何？ 弱みは補強する、他から借りる。捨てる。
- ・市場の状況に対して、自社の立ち位置はどうなのか？
- ・優位性はあるか？

2. 何から始める？販路開拓

自社の強みを確認する(SWOT分析)

内部要因(強み、弱み)を外部要因(機会、脅威)と照らして自社の戦略や方向性を検討するフレームワーク。

項目	意味
強み (S trength) ＋ 内部要因	実績や開発力など自社の商品を顧客が購入する理由となる長所
弱み (W eakness) － 内部要因	他社や他社の商品と比較して劣っているところや自社が苦手としている短所
機会 (O ppportunity) ＋ 外部要因	市場などの外部環境で自社にチャンスとなる要因
脅威 (T hreat) － 外部要因	市場や他社などの外部環境で自社の目標達成を阻害すると考えられる要因

2. 何から始める？販路開拓

自社の強みを確認する(SWOT分析)

SWOT分析の例(ある食品メーカーの場合)

強み (Strength)	弱み (Weakness)
①観光土産品の老舗 ②工場がHACCP認定を受けている ③経営者が輸出の旗振り役である	①国産原料にこだわるため商品原価が高い ②海外輸出の経験がない ③マンパワー不足
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
①行政の輸出支援が揃っている ②健康に意識の高い消費者が増えている ③円安の流れが続いている	①製造原価や経費が高騰している ②国内市場が縮小している ③競合他社が新商品を投入している

2. 何から始める？販路開拓

クロスSWOT分析

	強み	弱み
	①観光土産品の老舗 ②工場がHACCP認証を受けている ③経営者が輸出の旗振り役である	①国産原料にこだわるため商品原価が高い ②海外輸出経験がない ③マンパワー不足
機会	強みX機会	弱みX機会
①行政の輸出支援が揃っている ②健康意識の高い消費者が増えている ③円安の流れが続いている	円安、HACCPをテコに海外展開を検討 トップセールスにより老舗ブランドをPRする	健康志向をターゲットに付加価値品を開発 行政の支援で輸出経験不足を補う
脅威	強みX脅威	弱みX脅威
①製造原価や経費が高騰している ②競合他社が新商品を投入している ③国内市場が縮小	ブランドに相応しい高付加価値品を開発 HACCP認証を強みに安心安全を訴求	国産原料の安全性を訴求する 主力商品をブラッシュアップする

2. 何から始める？販路開拓

クロスSWOT分析

【販路開拓】

- ・円安、国内市場の縮小の流れ、海外販路を検討
- ・健康志向の顧客をターゲットに販路開拓する

【商品コンセプト】

- ・国産原料とHACCPを強みに安全安心を訴求
- ・老舗ブランドのストーリー性を訴求

【手法】

- ・行政などの支援メニューを活用する
- ・トップセールスで売り込みを強化する
- ・既存商品をブラッシュアップすることで開発負荷を抑える

2. 何から始める？販路開拓

知財対策 知的財産の保護

①商標登録

商品名とマーク ⇒ マドリッド協定議定書(マドプロ)
締約国(106ヶ国)で効力を発揮。
日本国内で出願あるは登録が必要。

②意匠登録

商品のデザイン

③特許

技術的な発明

※INPIT知財総合支援窓口へ相談

[TOP | INPIT沖縄県知財総合支援窓口](#)

2. 何から始める？販路開拓

プロジェクトの社内共有を！

海外ビジネスの担当者は孤立しがち。中長期の視点と経営者の意思を。

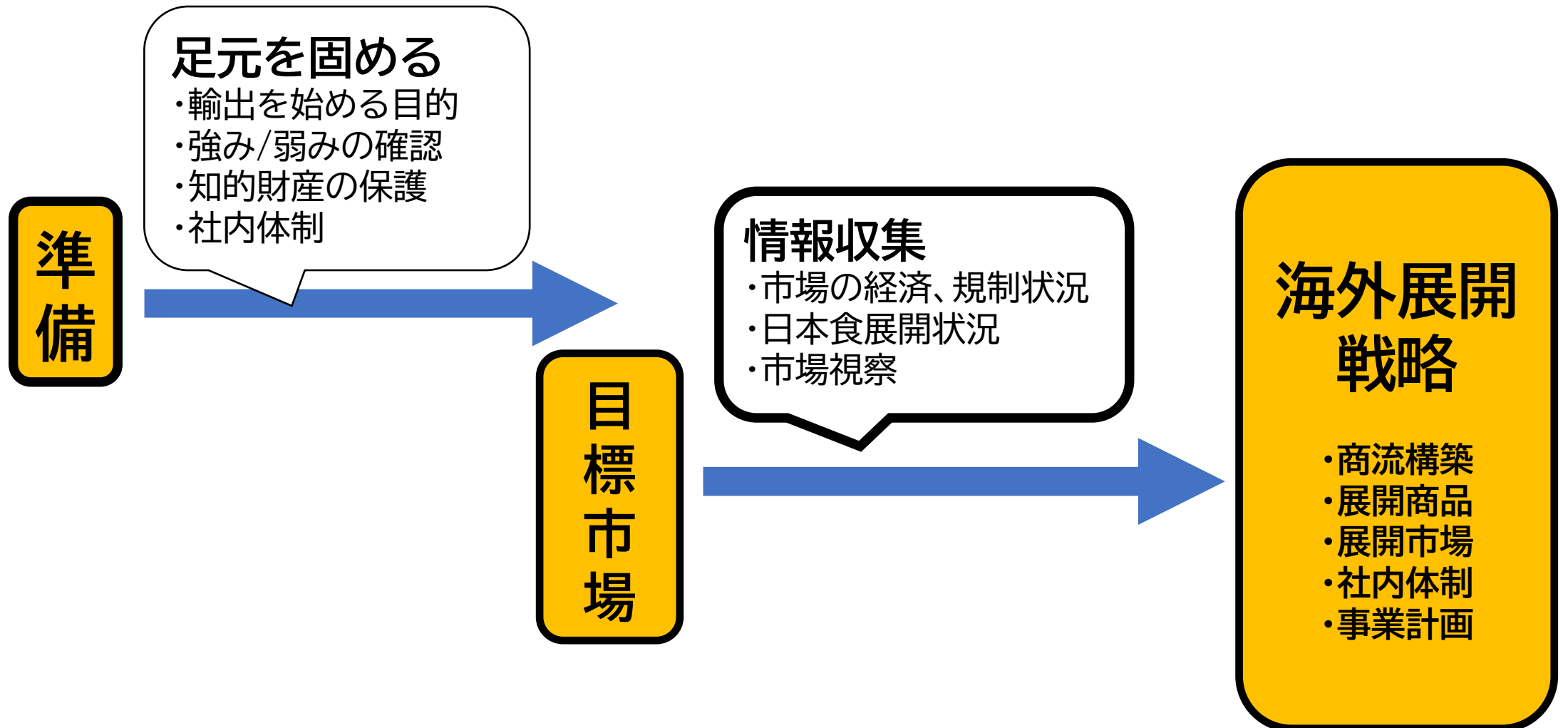
海外展開する意義と計画を社員と共有する。
海外は関係ない。。。ではなく、皆で協力できる環境整備を

役割を決め具体的な活動方針を共有する。
何をすべきか。。。を認識し主体的に行動できる体制を

経営者自ら旗振り役でプロジェクトを引っ張って行く。
丸投げはNG。社員と会話しPDCAを回す。

2. 何から始める？販路開拓

海外展開を始める前に



2. 何から始める？販路開拓

ターゲット市場をどこにするか。輸出実績を参考に。

- ・輸出額が多い＝情報や引き合いも多く、展開の可能性は高いが競争も激しい。

順位	2023年1-12月（累計）							2023年12月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	中華人民共和国	2,376	17.5	▲ 14.6	1,493	273	610	159	▲ 32.4	125	24	10
2	香港	2,365	17.4	+13.4	1,334	14	1,016	205	▲ 11.7	125	2	79
3	アメリカ合衆国	2,062	15.2	+6.4	1,383	67	612	196	+24.3	134	6	56
4	台湾	1,532	11.3	+2.9	1,161	41	330	192	▲ 7.4	142	4	46
5	大韓民国	761	5.6	+14.1	497	35	228	87	+14.1	52	3	32
6	ベトナム	697	5.1	▲ 3.7	452	7	238	73	▲ 3.1	45	1	27
7	シンガポール	548	4.0	▲ 1.1	453	6	88	53	+4.9	44	1	9
8	タイ	511	3.8	+0.9	256	10	245	46	+8.4	28	1	18
9	オーストラリア	310	2.3	+6.2	267	3	40	27	+0.2	23	0.3	3
10	フィリピン	306	2.3	▲ 2.6	151	118	37	22	▲ 23.5	12	8	3
-	E U	724	5.3	+6.4	618	19	87	68	+19.3	57	2	9

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

2. 何から始める？販路開拓

ターゲット市場をどこにするか。経済情勢も参考に。

2017年 アジア一人当たり名目GDPランキング

順位	国名	単位:USドル
1位(3位)	マカオ	77,233.10
2位(7位)	シンガポール	61,164.90
3位(16位)	香港	46,025.67
4位(27位)	日本	38,903.30
5位(30位)	韓国	31,600.74
6位(32位)	ブルネイ	28,442.47
7位(36位)	台湾	25,061.62
8位(61位)	モルディブ	13,200.96
9位(71位)	マレーシア	9,969.50
10位(75位)	中国	8,760.26
11位(88位)	タイ	6,596.22
13位(119位)	インドネシア	3,885.47
14位(123位)	モンゴル	3,612.72
15位(131位)	フィリピン	3,153.31
17位(133位)	ベトナム	2,957.90



2022年 アジア一人当たり名目GDPランキング

順位	国名	単位:USドル	17年比
1位(6位)	シンガポール	82,807.65	135.4%
2位(20位)	香港	49,225.86	107.0%
3位(27位)	ブルネイ	37,667.28	
4位(30位)	日本	33,821.93	86.9%
5位(32位)	台湾	32,643.22	130.3%
6位(33位)	韓国	32,250.41	102.1%
7位(35位)	マカオ	31,539.49	40.8%
8位(59位)	モルディブ	15,883.27	
9位(66位)	中国	12,813.77	146.3%
10位(69位)	マレーシア	12,364.06	124.0%
11位(86位)	タイ	7,650.88	116.0%
12位(112位)	モンゴル	4,863.02	
13位(113位)	インドネシア	4,798.12	
14位(121位)	ベトナム	4,086.52	138.2%
15位(127位)	フィリピン	3,623.39	

出所:世界経済のネタ帳(IMF World Economic Outlook Databasesを基に編集)

2. 何から始める？販路開拓

国が違えば規則も違う。相手国の規則に従う事が必須。

規制対応				市場ニーズへの対応
食品安全・表示関係			動植物検疫関係	
原材料/包装	表示	製造管理		
・添加物 ・残留成分 (農薬など) ・汚染物質 ・病原性微生物 ・放射性物質 ・包装容器材質 等	・表示ラベル 等	・施設衛生 ・製造工程管理 等	・動物検疫 ・植物検疫	・健康強調表示 ・有機 ・ハラル 等



原材料、添加物、生産方法の変更 例：紅麴、ラード、輸出専用圃場等	栄養成分分析等の対応 例：飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、糖等	製造管理の高度化、規格、認証の取得 例：HACCP対応等	仕向け国との取決めに従った対応。検疫証明書の取得	ハラル認証等
---	--------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------

2. 何から始める？販路開拓

情報源

①ジェトロ農林水産物・食品の輸出支援ポータル

<https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

- ・マーケティング基礎情報
- ・品目、国別輸入規制

②沖縄県の海外事務所(県産業振興公社サイト)

[海外事務所等活動支援事業 | 支援サービス \(okinawa-ric.jp\)](https://okinawa-ric.jp)

台湾、香港、シンガポール、上海、北京、ソウルなど

- ・現地情報の収集・提供
- ・面談アポイント
- ・現地での事業推進のサポート

2. 何から始める？販路開拓

情報源

③市場視察

💡市場の状況を肌で感ずること。一番の情報収集の手段。

- ・どういう商品がどういう価格帯で売られているか？
- ・流通ルートはどうか。高級店、スーパー、飲食店
- ・消費者の嗜好や人気商品は？
- ・商習慣はどうか？
- ・街の雰囲気はどうか、活気はあるか？

④インバウンドからの情報

- ・どこに行って何を購入している？
- ・どこから来ている、国籍は？

2. 何から始める？販路開拓

販路開拓の手段 きっかけ

①見本市出展

<https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

②商談会参加

沖縄大交易会、GFP(農林省輸出プロジェクト)

[沖縄大交易会2023 \(gotf.jp\)](https://www.gotf.jp)

<https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

③物産展出展

地域商社、県海外事務所

④Eコマース出展

[海外におけるEC販売プロジェクト（JAPAN MALL事業） | ジェトロのサービス - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

⑤口コミ・海外展開中の同業者からの情報

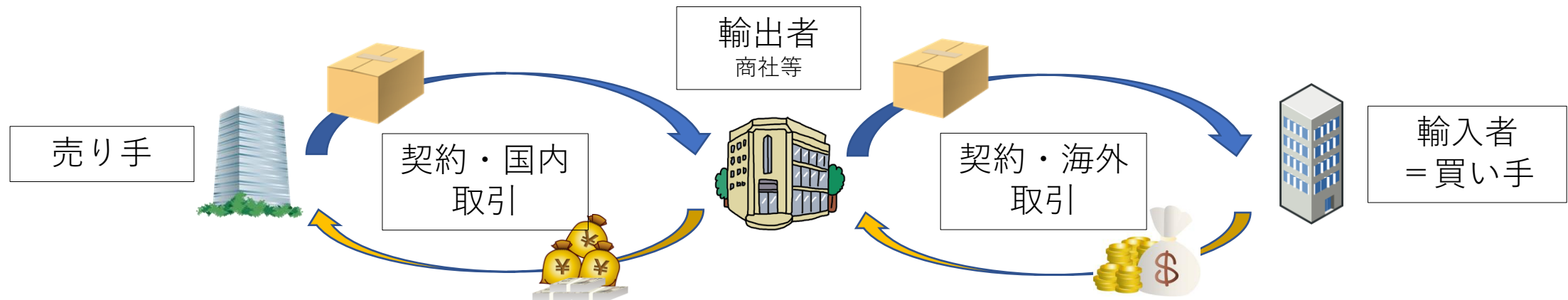
2. 何から始める？販路開拓

商流のパターンを選択

①直接貿易(自社で貿易)

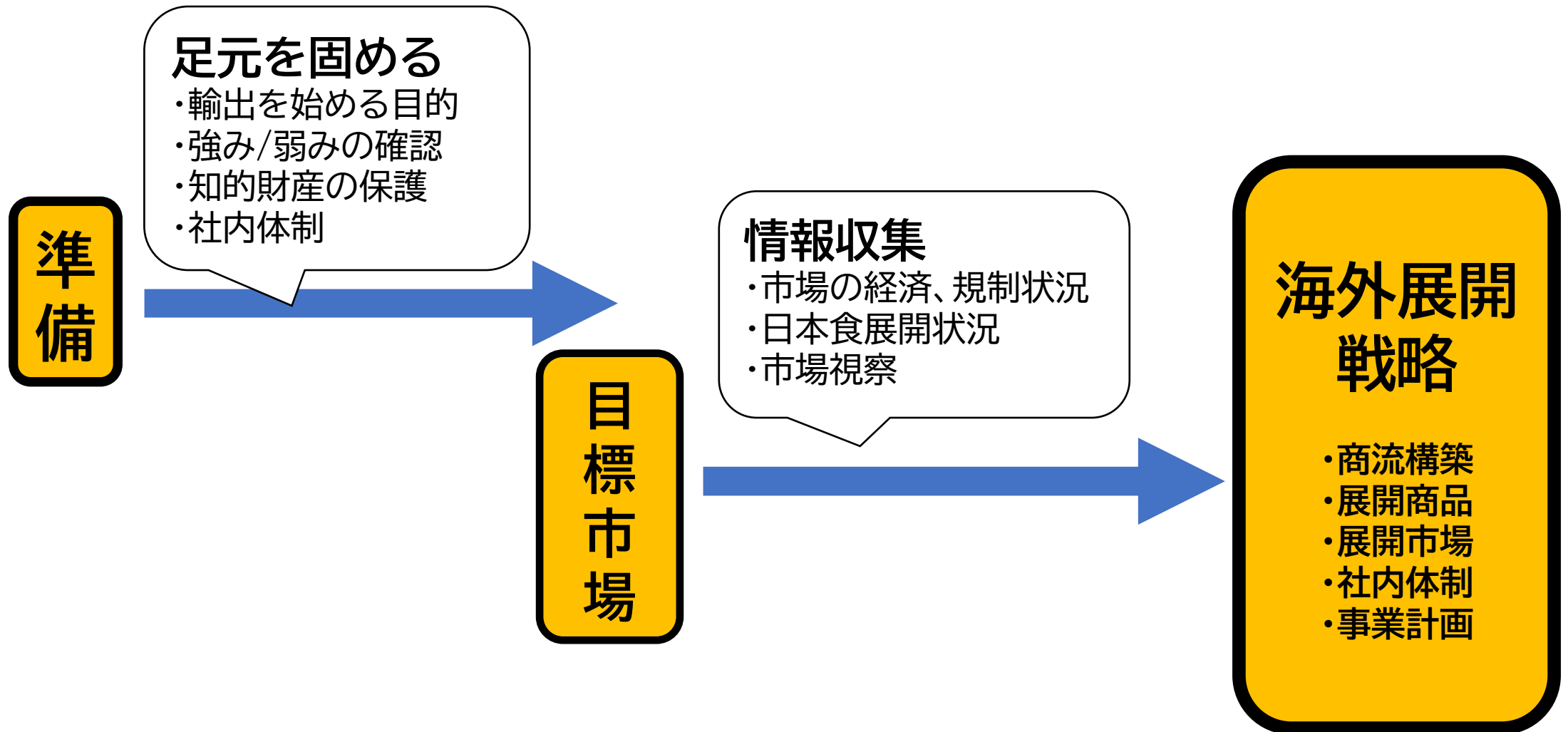


②間接貿易(商社と取引)



2. 何から始める？販路開拓

海外展開を始める前に



1. 海外展開のメリット（外部環境・波及効果）
2. 何から始める？販路開拓（必要な準備）
- 3. 成約までの道のり（商談、成約、貿易実務）**
4. みんなでサポート（支援機関の支援メニュー）

3. 成約までの道のり 商談 ⇒ 成約

商談ツールの準備

- ・仕様書／規格書の整備
- ・商品の強み
- ・価格



商談 見本市、商談会

- ・商品の強み、セールストーク
- ・時間配分
- ・次回商談への繋ぎ



成約

- ・条件の確認
- ・契約書
- ・輸出手配



3. 成約までの道のり 商談ツールの準備

仕様書／規格書の整備 買い手に訴求する情報ツール。

- ・原材料、栄養成分、添加物、賞味期限、梱包形態など
- ・商品コンセプト ⇒ 商品の特徴、ストーリー性、商品の売りなど
- ・参考価格 ⇒ 原価をしっかりと確認する。

規格書の形式は色々あるが一例として、
農水省FCP(フード・コミュニケーション・プロジェクト)を活用するのも良い。

展示会・商談会シートのダウンロード(農水省サイト)

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan_sheet/index.html

3. 成約までの道のり 商談ツールの準備

展示会・商談会シート(輸出版)				FOOD COMMUNICATION PROJECT	
■ 商品特性と取引条件					
商 品 名					
JAN コード (13桁もしくは8桁)		パッケージ	材 質		
消 費 期 限			サイズ/重量	縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	内容量
最低ケース納品単位		ケース	材 質	入 数	
発注リードタイム			サイズ/重量	縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	重量 (kg)
保 存 温 度 帯	☐ 常温 ☐ 冷蔵 ☐ 冷凍 []	参考価格	☐ FOB ☐ CIF	価 格 有効期限	年 月
認証・認定機関の許認可 (商品・工場等)			*他取引条件により異なる		日本国内での 販売価格
原 材 料 及 び 添 加 物	原 産 地	栄 養 成 分		成 分 量 (××当り・××カロリー)	
商 品 特 徴		利用シーン (利用方法・おすすめレシピ等)			
■ 商品写真					
		アレルギー表示(特定原材料)			

■ 出展企業紹介					
出 展 企 業 名					
年 間 売 上 高		従 業 員 数			
代 表 者 氏 名			写 真		
メ ッ セ ー ジ					
ホ ー ム ペ ー ジ					
会 社 所 在 地	〒				
工 場 所 在 地	〒				
担 当 者		E - m a i l			
T E L		F A X			
■ 製造工程 (農林水産品の場合は生産工程等) アピールポイント					
写 真					
写 真		写 真		写 真	
■ 品質管理情報					
商 品 検 査 の 有 無	☐ 有 ☐ 無				
衛 生 管 理 へ の 取 組	製 造 工 程 の 管 理				
	従 業 員 の 管 理				
	施 設 設 備 と 管 理				
危 機 管 理 体 制	担 当 者 連 絡 先	担 当 者		連 絡 先	
	記 録				

3. 成約までの道のり 商談

商談の進め方

英語版名刺
役職名を紹介
商品一覧表

【商談会の流れ】

自己紹介は手短に
商品のポイント説明
ラインナップの紹介

商品の強みをアピール
原材料、添加物の可否確認
ターゲット価格を確認
相手の質問を促す（興味の有無を探る）

相手のニーズを探る
商品の「強み」補足
会社の「強み」説明

見積条件の確認⇒数量、納期、
インコタームズ、仕様（ラベル貼付）、決済方法など
見積回答期限

希望条件の確認
差異ポイントの確認
決定権の確認

記念にボールペンやクリヤファイル等、小物をプレゼントすると好印象。
笑顔でお別れ

連絡窓口/担当者
連絡方法の確認
CC mail の送り先

名刺交換
商品説明

補足の説明
質問の受付

条件の確認
差異の確認

交渉継続か
交渉終了か

最初の5分間が勝負

商談は 20 分以内を目標に
効率よく、議論すべきポイントを明確に

最後の確認 5分

3. 成約までの道のり 商談

商談後の対応

- ・何はともあれなるべく早くメールで商談のお礼を伝えましょう（3日以内）
- ・要望があったサンプルを送送する。（1週間以内）
- ・バイヤーからの質問や見積依頼に回答。時間を要するならその旨回答。（1週間以内）
- ・バイヤーからも返信があり商談が継続する場合Web会議を提案。積極さのアピールし状況応じて現地出張も検討。
- ・商談が纏まり受注の段になったら必ず契約書を取り交わしましょう。万一トラブルがあった際の拠り所になります。
- ・間接取引の場合、商社経由の回答となるが任せっきりにせず商社をバックアップする
また、適宜進捗確認を怠らず。

3. 成約までの道のり 商談⇒成約

条件調整 見積

「見積書の内容」

- ・ 相手方会社名
- ・ 日付、見積書番号
- ・ 品名
- ・ 単価、数量、合計金額
- ・ 納期
- ・ 貿易条件
- ・ 船積み港、荷揚げ港
- ・ 保険条件
- ・ 決済条件
- ・ 見積有効期限
- ・ 売手の会社名と権限者の署名

<u>Quotation</u>						
Messers. ABC Company 50 Street Causewaybay Hong Kong, Hong Kong					No.17-1946 Date: June 30, 2017	
Item No.	Description	Unit Price	Unit per Carton	Quantity of Cartons	Quantity of Unit	Amount
#456	Brown Sugar with Salt	JPY200	24 bags	100ctns	2,400 bags	JPY480,000
				Total	100ctns 2,400bags	JPY480,000
Shipment:		By End of July, 2017				
Delivery Terms:		CIP Hong Kong by Sea				
Port of Shipment:		Naha, Japan				
Port of Discharge:		Hong Kong, Hong Kong				
Insurance:		To be effected by the seller against Institute Cargo Clauses(A)				
Payment:		T/T befor shipment				
Validity:		Until end of July, 2017				
				Seller: XYZ Co.,Ltd. Oroku 234, Naha City Okinawa, 908-0021, Japan		
Manager Sales Division						

3. 成約までの道のり 貿易条件

インコタームズ 国際的に規定された11種類の貿易条件（良く使われる条件3種）

FOB (FCR)	Cost 商品価格、梱包、国内輸送、輸出通関、 船積諸経費等				
CFR (CPT)	Cost 商品価格、梱包、国内輸送、輸出通関、 船積諸経費等	+	Freight(運賃) 海上運賃/航空運賃、サーチャージ等		
CIF (CIP)	Cost 商品価格、梱包、国内輸送、輸出通関、 船積諸経費等	+	Freight(運賃) 海上運賃/航空運賃、サーチャージ等	+	Insurance(保険料) 海上貨物保険

！コンテナ輸送に適した条件⇒CY,CFSで引渡した時に危険負担が輸入者へ移行する。

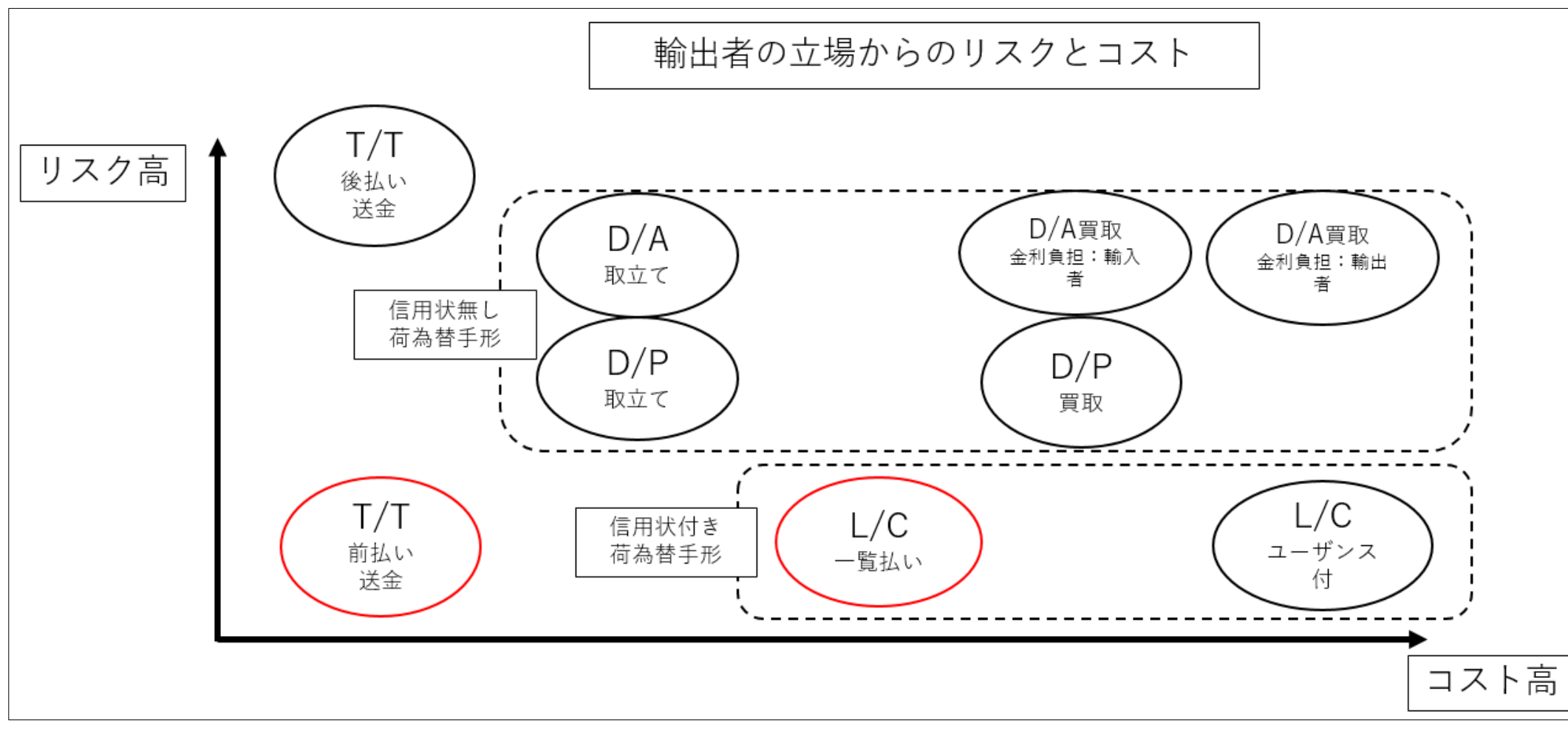
(FCR) : Free Carrier

(CPT) : Carriage Paid To

(CIP) : Carriage Insurance Paid To

3. 成約までの道のり 回収（決済条件）

決済 決済条件の種類



3. 成約までの道のり 商談⇒成約

成約 売買契約書

「売買契約書の内容」

- ・ 日付、契約書番号
- ・ 相手方会社名
- ・ 品名、
- ・ 数量条件、
- ・ 単価、合計金額
- ・ 貿易条件
- ・ 梱包入数
- ・ リードタイム
- ・ 船積み港、荷揚げ港
- ・ 保険条件
- ・ 決済条件
- ・ 見積有効期限
- ・ 両社の会社名と権限者の署名

SALES NOTE						
THE BUYER Messers. ABC Company 50 Street Causewaybay Hong Kong, Hong Kong					No.17-SN1946 Date: July 10, 2017	
Item No.	Description	Unit Price	Unit per Carton	Quantity of Cartons	Quantity of Unit	Amount
#456	Brown Sugar with Salt	JPY200	24 bags	100ctns	2,400 bags	JPY480,000
				Total	100ctns 2,400bags	JPY480,000
Shipment:		End of July, 2017				
Delivery Terms:		CIP Hong Kong by Sea				
Port of Shipment:		Naha, Japan				
Port of Discharge:		Hong Kong, Hong Kong				
Insurance:		To be effected by the seller against Institute Cargo Clauses(A)				
Payment:		T/T before shipment				
ACCEPTED BY:						
ABC Company 50 Street Causewaybay Hong Kong, Hong Kong				XYZ Co.,Ltd. Oroku 234, Naha City Okinawa, 908-0021, Japan		
(Buyer)				(Seller)		
Manager Purchase Division				Manager Sales Division		

3. 成約までの道のり 商談⇒成約

成約 契約書

取引の初期・・・単発取引 ⇒ 売買契約書

リピートオーダー・・・継続取引 ⇒ 売買取引基本契約書

！ 契約書の取り交わし ⇒ トラブルの際の拠り所となる。

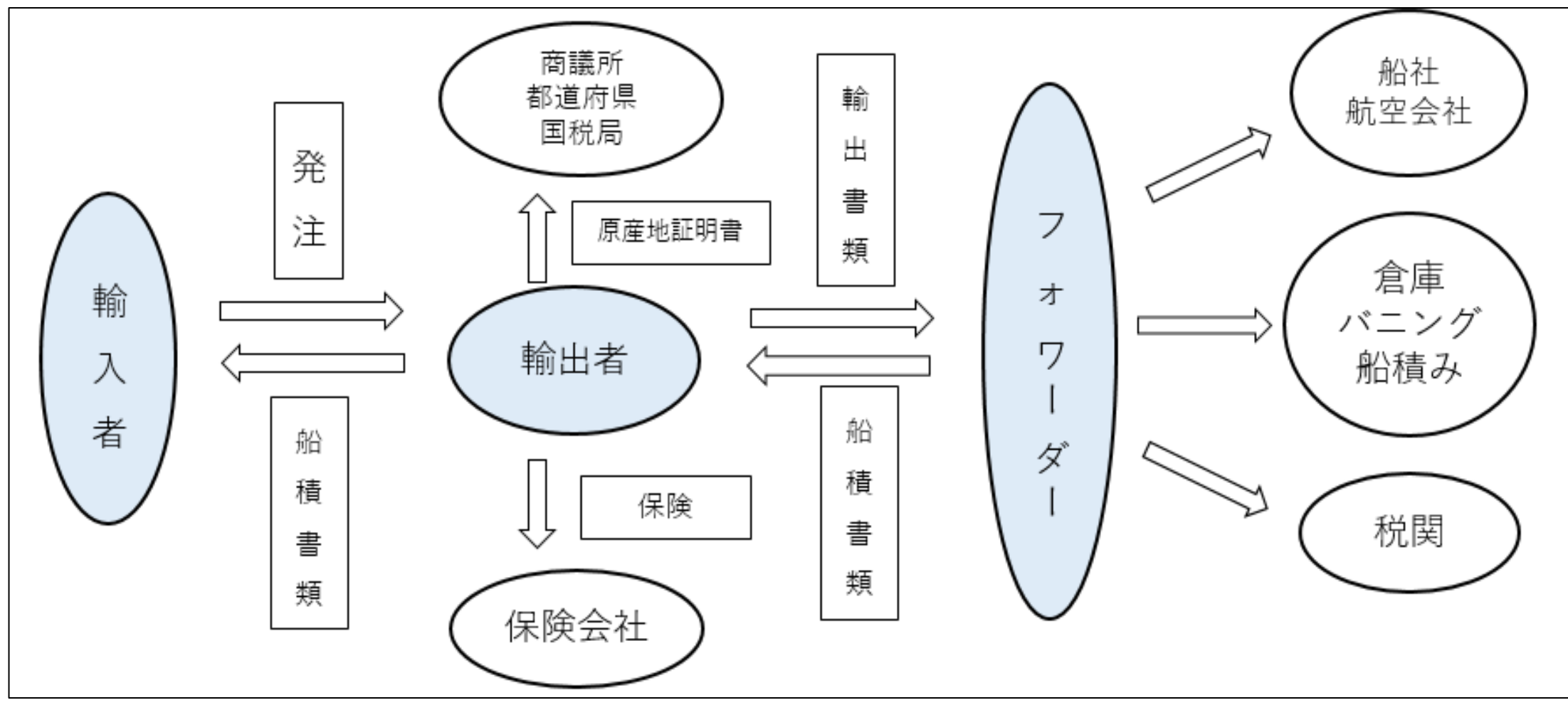
※INPIT知財総合支援窓口へ相談

[TOP | INPIT沖縄県知財総合支援窓口](#)

3. 成約までの道のり 貿易実務

貿易実務

直接貿易の場合は貿易実務が伴う。貿易実務に関連するプレーヤー。



3. 成約までの道のり 貿易実務

物流(輸送手段の選択)

輸送手段 ⇒ 航空便(航空貨物) と 船便(海上貨物)

輸送手段の特徴

輸送手段	運賃	輸送時間	輸送先	運賃算出のポイント	適する貨物のボリューム	適する貨物の重さ	適する貨物の特性
航空便	高	短い	空港渡し	重量	小	軽い	軽量、高付加価値、生鮮品
船便 (コンテナ貸切)	最安	長い	港渡し	容積	大	重い	重量、低価格、賞味期限長い
船便混載	安	長い	港渡し	容積	小～中	重い	重量、低価格、小ロット、賞味期限長い

1. 海外展開のメリット（外部環境・波及効果）
2. 何から始める？販路開拓（必要な準備）
3. 成約までの道のり（商談、成約、貿易実務）
4. **みんなでサポート（支援機関の支援メニュー）**

4. みんなでサポート 各支援機関が企業の海外展開を支援しています！

支援機関の海外展開支援

- ・中小機構：経営も踏まえた支援、計画策定、可能性調査など

[独立行政法人 中小企業基盤整備機構 \(smrj.go.jp\)](http://smrj.go.jp)

- ・JETRO：貿易に関する支援、商談会・見本市出展、現地情報など

- ・沖縄県：販促経費補助、県産品イベント開催、海外の県事務所の活用など
(県産業振興公社)

- ・INPIT：知的財産保護、契約に関する支援、商標登録、契約書作成など

- ・貿易保険：回収リスクへの支援、日本貿易保険(NEXI)など

[企業の輸出・投資・融資を保険でサポートする貿易保険 | NEXI 日本貿易保険](#)

- ・海外PL保険：商品に起因する損害賠償への補償、商工会議所、商工会など

[PL_ab_2-1_pamph_tm_20230701.pdf \(shokokai.or.jp\)](#)

セミナーの結びに

思い立ったが吉日。 一歩踏み出してみましょう。

- ✓ 市場を見て聞いて感じて
- ✓ 足元を見つめて・固めて
- ✓ 強みを生かした戦略と事業計画
- ✓ 石の上にも三年、中長期の視点で
- ✓ ジェトロ、中小機構、自治体など支援機関を積極的に活用して
- ✓ 専門家によるアドバイスとハンズオン支援を得ながら
- ✓ 頭はクールに、気持ちは熱く、為せば成る、強い決意で

ご清聴ありがとうございました。