

経営サプリメント

「中小企業の海外展開のすすめ」(1) ～海外需要を取り込もう～

※中小企業の海外展開について、JETRO秋田貿易情報センター大山所長に3回シリーズで解説いただきます。

日本市場と企業の課題

日本国内市場は人口減少や少子高齢化の影響で縮小していくと予想されています。企業としては、だからといって自らの生産・販売を縮小していくわけにはいきません。販路を拡大し、生産や雇用の維持・拡大に繋げていくためには、積極的にお客さん(市場)を開拓する必要があります。

縮小していくといわれる日本国内市場ではありません

が、依然人口約1億2千万人、GDP世界3位の市場です。国内事業者のみならず、海外の事業者もこの日本市場を目指して進出してきていますので、国内市場の競争はますます厳しいものになっています。

秋田県内の企業動向において、あきた経済(2017年4月号：秋田経済研究所発行)によれば、経営上の問題点について最も多かったものは「販売量(受注量)の減少」ということでした。言うまでもありませんが、座して待たず自ら市場を開拓して販売量を復活させなくてはなりません。

図1/国・地域別実質GDP成長率 WEO 2017年4月版 (単位：%)

	2015年	2016年	2017年(4月予測)	2018年(4月予測)		
	伸び率	伸び率	伸び率	1月予測差	伸び率	1月予測差
世界	3.4	3.1	3.5	0.1	3.6	0.0
先進国	2.1	1.7	2.0	0.1	2.0	0.0
米 国	2.6	1.6	2.3	0.0	2.5	0.0
ユーロ圏	2.0	1.7	1.7	0.1	1.6	0.0
ドイツ	1.5	1.8	1.6	0.1	1.5	0.0
フランス	1.3	1.2	1.4	0.1	1.7	0.0
イタリア	0.8	0.9	0.8	0.1	0.8	0.0
スペイン	3.2	3.2	2.6	0.3	2.1	0.0
英 国	2.2	1.8	2.0	0.5	1.5	0.1
日 本	1.2	1.0	1.2	0.4	0.6	0.1
新興・途上国	4.2	4.1	4.5	0.0	4.8	0.0
アジア新興・途上国	6.7	6.4	6.4	0.0	6.4	0.1
中 国	6.9	6.7	6.6	0.1	6.2	0.2
インド	7.9	6.8	7.2	0.0	7.7	0.0
ASEAN5カ国	4.8	4.9	5.0	0.1	5.2	0.0
中南米	0.1	△1.0	1.1	△0.1	2.0	△0.1
ブラジル	△3.8	△3.6	0.2	0.0	1.7	0.2
メキシコ	2.6	2.3	1.7	0.0	2.0	0.0
欧州新興・途上国	4.7	3.0	3.0	△0.1	3.3	0.1
ロシア・CIS	△2.2	0.3	1.7	0.2	2.1	0.3
ロシア	△2.8	△0.2	1.4	0.3	1.4	0.2
中東・北アフリカ	2.7	3.9	2.6	△0.5	3.4	△0.1
サブサハラアフリカ	3.4	1.4	2.6	△0.2	3.5	△0.2
南アフリカ共和国	1.3	0.3	0.8	0.0	1.6	0.0
(参考) EU	2.4	2.0	2.0	0.2	1.8	0.0

[注] ①先進国および新興・途上国の定義はWEO (IMF) による。ASEAN5カ国は、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム。中東・北アフリカには、アフガニスタンとパキスタンも含む。 ②1月予測差は、IMF世界経済見通しの2017年1月予測値との差。
[資料] World Economic Outlook, April 2017 (IMF)から作成。

図2/日本企業の売上高の地域別比率 (単位：%)

年度 (集計社数)	国内		海外			
	米州	欧州	アジア 大洋州	その他		
2000年度(547)	71.4	28.6	13.4	5.6	5.8	3.8
2001年度(581)	68.5	31.5	14.7	6.1	6.3	4.4
2002年度(592)	67.2	32.8	14.9	6.6	6.8	4.5
2003年度(624)	66.5	33.5	14.1	7.0	7.7	4.8
2004年度(669)	65.4	34.6	13.6	7.4	8.5	5.1
2005年度(724)	64.9	35.1	13.8	6.9	9.5	4.9
2006年度(751)	62.3	37.7	14.5	7.7	10.3	5.1
2007年度(781)	60.8	39.2	14.2	9.1	10.7	5.2
2008年度(817)	62.6	37.4	12.7	8.6	10.8	5.3
2009年度(844)	63.3	36.7	12.4	7.5	11.3	5.4
2010年度(320)	54.0	46.0	18.1	8.1	15.2	4.7
2011年度(236)	53.1	46.9	17.7	8.9	15.0	5.3
2012年度(221)	51.3	48.7	18.6	7.8	17.2	5.1
2013年度(211)	45.6	54.4	21.5	9.2	18.2	5.5
2014年度(212)	43.1	56.9	23.5	9.2	18.7	5.5
2015年度(186)	41.7	58.3	25.9	8.9	18.4	5.0

[注] ①集計対象は決算期が12月から3月までで、所在地別セグメント情報を開示している企業。
②2015年度は2016年5月31日までに決算短信を公表した企業を集計。ただし、同時期までに決算短信と有価証券報告書の両方が公表され、データベースSPEEDAIに有価証券報告書の情報が入っている企業については、同報告書の売上データを使用。
③各割合は、地域別の売上高合計を分子に、全地域の合計を分母とした比率。
④集計対象には上場子会社も含まれるため一部重複分が含まれる。
⑤「[欧米]」や「[欧州アフリカ]」など複数地域を合算計上している企業については集計対象から除外。
[資料]SPEEDAIから集計し作成

大きな海外市場の機会

海外に目を転じると、経済も成長し人口も増加している国・地域があります。図1をご覧くださいとわかる通り、日本に比べアジア新興・途上国のGDP成長率は高く市場が拡大しています。経済大国・米国も回復基調で需要が拡大しています。

図2は日本企業の売上高の地域別比率です。過去15年で海外比率は増加傾向にあり、2013年度以降は海外の比率が国内を上回るようになっていきます。地域別にみると需要の拡大などで2015年度は米州の比率が25.9%にもなっています。

またインバウンド(訪日外国客等の需要の取り込み)も重要な視点です。外国人が日本(秋田)に来てくれる商品・サービスを見てくれる、買ってくれるというまたとない機会です。秋田に居ながらにして「外需を取り込む」ことができるのです。インバウンド・ビジネスは今後の成長が期待できる有望分野の1つといえます。既存の商品・サービスのみならず、新しいビジネスの視点をもたらしものとしてもっと注目されても良いと思います。外国人の要望は日本人が求めるものとは異なる場合があり、外国人を意識した商品開発・マーケティングにより新たなビジネスモデルが生まれる場合があります。

自社商品・サービス等の販路拡大先としてこのような海外市場を検討に値することだと思います。もちろん海外市場が無条件でバラ色という訳ではなく、一朝一夕で取り込めるものではないという覚悟も必要です。

では何から始めるか

ではどのようにして海外市場に取り組んでいったらいいのでしょうか。

経費を掛けずに基礎的な情報から海外諸国の規制・ルール、貿易実務、取引先の発掘、知的財産戦略といった分野まで対応できる相談先として、まずは「JETRO」をご利用いただくことができます(https://

www.jetro.go.jp/)。

JETROでは世界各国の様々な情報をWEB上で提供しつつ、Eメール、電話、来訪等による貿易相談にも対応しています。また「新輸出大国コンソーシアム」(https://www.jetro.go.jp/consortium/)という支援事業を大規模に実施しています。各分野の専門知識を有する専門家とともに皆様をサポートします。

秋田県内では県内支援12機関が連携する「あきた海外展開支援ネットワーク」(http://www.akita-kaigaitenkai.jp/about/)も組織されており、皆様のご相談に対応しています。

次回は取組のステージに応じた具体的な支援策や海外販路開拓に取り組んでいる県内事例をご紹介します。

JETROとは?

日本貿易振興機構(JETRO)は、貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目指しています。



日本貿易振興機構(JETRO) 秋田貿易情報センター
所長

大山 明裕
Akihiro Oyama

【略 歴】

神奈川県横浜市出身
1988年 3月 横浜市立大学 商学部卒業
1988年 4月 日本貿易振興会入会 情報サービス部
1990年 1月 山口貿易情報センター
1991年 3月 ナイジェリア・ラゴス事務所 所長
1993年10月 企画部 企画課
1996年 4月 機械技術部 技術課
1997年10月 オーストラリア・メルボルン事務所
2001年 9月 情報サービス部 総括課長代理
2003年 4月 投資交流部 海外投資課 課長
2004年 7月 出向・(財)2005年日本万国博覧会協会(愛知万博)
2006年 1月 総務部 主幹(人事評価担当)
2007年 2月 出向・(財)世界経済情報サービス
2008年 3月 総務部 主幹(出納担当)
2013年 7月~ 秋田貿易情報センター 所長