

視点

ポストコロナの 海外ビジネスと地域経済



独立行政法人
日本貿易振興機構(ジェトロ)
埼玉貿易情報センター所長

うちだ まさのり
内田 政義 氏

プロフィール

2002年、日本貿易振興会(ジェトロ。現、日本貿易振興機構)に入社。ジェトロ本部(東京)の様々な部署に加え、ジェトロ沖縄貿易情報センター、ジェトロ・ドバイ事務所(アラブ首長国連邦)にて、日本企業の海外ビジネス支援や海外ビジネス情報の調査・発信業務に従事。2022年8月より現職。埼玉県内企業の輸出や海外進出、国際企業連携・対日投資促進、高度外国人材の活用などの海外ビジネス支援に取り組む。

1. 海外ビジネスに対する地域企業の意欲の高まり

ジェトロは、日本企業の海外ビジネスをご支援する政府系機関です。海外55カ国に76事務所、国内は全都道府県に51の事務所を設けています。ここ埼玉には、2019年に大宮のソニックシティビル内に開所しました。

世界経済を見渡しますと、この3年間はコロナ禍により大きな影響を受け、また米国・中国の通商問題やロシア・ウクライナ戦争、そして半導体の供給不足にサプライチェーンの混乱と引き続き大きな困難を抱えています。しかしながら、県内企業の皆様からジェトロ埼玉への海外ビジネスに関するご相談は着実に増えており、海外展開に向けた意欲の高まりを日々感じています。

この背景には、日本の大きな課題である人口の減少・高齢化の加速によって国内市場の縮小が不可避という危機感があると思われます。埼玉県は人口が増え続けてきた数少ない県ですが、今後は減少局面に入る見込みです。一方で世界人口は引き続き増加し、世界経済は成長していることから、その海外需要を取り組むことが、企業経営や地域経済にとっても益々重要となっています。

海外需要を取り込む一つの手段が海外への販路開拓(輸出)ですが、以下のような効果が期待されます。

- ① 新たな市場の獲得・売上の増加に繋がる。
- ② 売り先が多角化されることで経営が安定する。
- ③ 国内ビジネスにも生かせる新たなアイデアやノウハウが得られる。
- ④ 輸出による宣伝効果で国内販売にも好影響。
- ⑤ 輸出に挑戦することで会社組織の活性化や、人材確保にも好影響。

もちろん、海外取引には国内取引と異なる点も大きく、市場調査に始まり、取引先の発掘、交渉・契約、輸送・決済といった各ステップでしっか

りと対応することが必要です。国が異なれば言語、通貨、法制度、商習慣なども異なります。取引先も遠方に存在し、商品の輸送距離も長くなることから、国内取引以上の注意を要します。

2. 越境ECなどデジタルツールの活用で、海外ビジネスがより身近に

コロナ禍を経て、海外ビジネスの取り組み方にも大きな変化が見られます。コロナ前は海外展示会への出展など海外出張を伴う取組が一般的でした。しかし、コロナ禍で人の往来が困難になったことで、オンライン対応が急速に進みました。調査会社eMarketerによると、世界の小売総額に占めるEC小売総額の割合は、2019年の14.3%から2023年時点で20%を超え、2025年には22.2%、金額にして7兆ドル(約980兆円)を超えると見込まれています。

ジェトロが日本企業を対象に行ったアンケート調査(2023年)でも、国内外での販売においてECを利用したことがあると回答した企業が、回答企業全体の35.5%を占めました。中小企業に絞るとこの割合が36.2%と、大企業(31.3%)より高くなっています。また、今後EC利用を拡大すると回答した割合も4割以上に上ります。越境EC固有の課題もありますが、海外ビジネスに取り組むハードルは大きく引き下げられたと言えます。

ジェトロも、18カ国60以上の海外ECサイトと連携したBtoC型の「ジャパンモール」事業や、ジェトロが招待した海外バイヤー専用のBtoB型オンラインカタログ「ジャパNSTリート」事業など支援メニューの拡充を進めています。このうちジャパNSTリートにはEC事業者や卸・小売業者など2,000社以上の海外バイヤーと、輸出を希望する5,000社以上の日本企業が登録しており(2023年6月時点)、海外バイヤーからの引き合いに応じてジェトロが商談日時調整や通訳手配などのサービスを無料で行います。埼玉県企業も既に130社以上登録し、その中から欧米向けインテリア用品の成約や香港向け健康食品の成約など、具体的な成果も生まれています。

3. 輸出とインバウンドの好循環で、地域経済活性化を

ともすると人材や資金力に恵まれた一部の企業が取り組むイメージのある海外ビジネスです

が、近年ではデジタルツールの活用も相まって今まで以上に様々な企業規模・分野の方々が挑戦しています。こうした会社が増えることで、地域経済の観点でも幅広い波及効果が期待できます。

特に農産品・食品や工芸品・雑貨などの分野は、輸出と外国人観光客の受入れ(インバウンド)が高い親和性を有します。輸出商品を通じて関心を持った外国消費者が観光客となって産地・工場に訪れ、益々ファンとなり、帰国後はさらにその商品をリピート購入したり、SNSや口コミで情報拡散したりして、さらなる輸出とインバウンドの拡大に繋がる、といった好循環も見込まれます。

海外のバイヤーや観光客が特に関心を示すのが、「ストーリー(物語)」です。輸出に取り組む1社1社の商品や技術等に込められたストーリーに加え、その土地の風土や歴史なども地域としての魅力となります。企業、自治体、経済団体等が連携して地域全体の魅力を海外に発信していくことで、海外需要を取り込み、地域経済活性化に繋がることが期待されます。

ジェトロ埼玉では、自治体や経済団体、そして金融機関の皆様とも連携して、埼玉県企業の海外ビジネスのご支援に取り組んでいます。海外ビジネスにご関心をお持ちの企業様は、お気軽にご相談いただければと思います。

<参考>

◆新規輸出1万者支援プログラム(無料)

<https://www.jetro.go.jp/ichiman-export.html>

※政府の総合経済対策の一環で、経済産業省、中小企業庁、ジェトロ、中小機構の4者が一体となり、全国の商工会議所・商工会と連携して推進中(中堅・中小企業対象)。

◆ジェトロの輸出用オンラインカタログサイト「ジャパNSTリート」(無料)

https://www.jetro.go.jp/services/japan_street.html

