



あずさ監査法人

令和4年度中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業 (輸出支援ビジネスプレイヤー調査)

2023年3月

Contents

	Page
01 調査の概要	[3]
02 海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題の整理	[7]
03 輸出支援ビジネスの構築を行っている企業の事例	[27]
04 輸出支援ビジネスのマッピング	[65]
05 輸出支援ビジネスを提供する国内企業ヒアリング	[93]
06 調査結果報告会	[120]
07 本調査からの示唆及び提言	[126]

01

調査の概要

調査の概要

背景・目的

中堅・中小企業の海外展開

日本の国内市場が縮小していく中で、今後の持続的な経済成長を実現するためには、海外の成長市場の取り込みが不可欠であるが、モノを海外に直接輸出した中小企業の割合は1%にとどまっており、我が國中堅・中小企業の海外展開は遅れている。

これまでの経済産業省の取組

令和2年度以降、中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業（中堅・中小企業の輸出を支援する民間事業者による新たなビジネスモデルを育成する事業）を通じて、こうした「輸出支援ビジネス」※の実証を支援している。

※「輸出支援ビジネス」とは、海外への輸出を行っている／目指している中堅・中小企業（以下、被支援企業という）の海外展開を支援するビジネス全般のことを指します。

海外事業展開を行う際の課題

- ✓ 現地でのビジネスパートナーや海外ビジネスを担う人材といった「人材」の不足や、海外の制度や現地市場に関する情報といった「情報」の不足などが中堅・中小企業の海外展開の大きなハードルの一つとなっている。
- ✓ 近年のコロナ禍における世界的なEC市場の拡大や、新たなマーケティング手法の出現などデジタル化の進展は、海外展開を試みる中堅・中小企業にとっての販路開拓の大きなチャンスである一方、人材、ノウハウなどに乏しい中堅・中小企業が単独で海外展開にあたっての課題や環境の変化に対応することは難しい。

輸出支援ビジネス活用の必要性

輸出を行いたいと思っている中堅・中小企業は、社内リソースの観点や、資金的な制約から、海外事業展開に必要な人材やノウハウを社内で確保することが困難である。このため、外部リソースとして専門的知見を提供している中堅・中小企業の海外事業展開を後押しするビジネスプレイヤーが必要となる。

調査目的

海外展開フェーズごとに指標を設け、輸出支援ビジネスのマッピングを実施するとともに、輸出支援ビジネス支援企業・機関に対してヒアリングを実施することにより、ビジネスモデルの特徴を可視化し、輸出支援ビジネスが包含している課題・改善点を明らかにする。

調査手法の概要

- 先行事例調査から輸出支援ビジネスの特徴を明らかにし、輸出支援ビジネスのマッピングを行った上でインタビュー調査を通じて当支援ビジネスのあり方を検討する。

01 輸出支援ビジネスの特徴

輸出支援ビジネスプレイヤー

各海外展開フェーズにおける輸出支援ビジネスを整理し、課題の所在を特定し解決策を検討する。

海外販路開拓

- ・ 企業調査・与信調査
- ・ 海外市場調査
- ・ 商談開催
- ・ 会員向けEC
- ・ 海外ECモール出品
- ・ 海外プロモーション

貿易・物流

- ・ 現地物流
- ・ 海外資材調達
- ・ 輸出入貿易
- ・ 通関
- ・ 関税

グローバル人材

- ・ 海外人材採用・紹介
- ・ 海外現地人教育
- ・ グローバル人材育成
- ・ 就労ビザ申請代行

資金調達・保険

- ・ 資金調達
- ・ 海外展開資金融資
- ・ 海外取引信用保険
- ・ 輸出保険

法律・会計

- ・ 海外商標・特許申請
- ・ 契約書作成・締結
- ・ リーガルチェック
- ・ 海外税務・会計
- ・ 海外法務

アウトソース

- ・ 海外販売代理店
- ・ メンテナンス代行
- ・ 海外送金

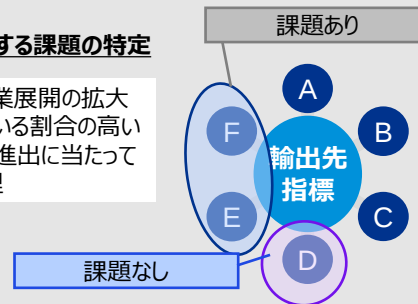
02 マッピング指標の設定

輸出先・取扱い商材

日本企業の進出意欲の高い国や、貿易をはじめ海外展開志向の強い商材製品を整理しマッピング指標を設定する。

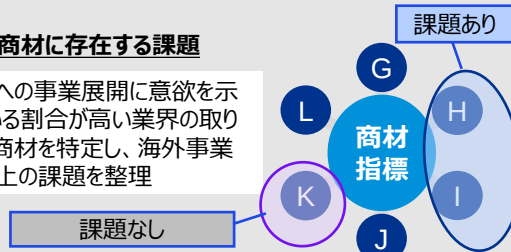
輸出先に存在する課題の特定

今後海外事業展開の拡大を目指している割合の高い国を特定し、進出に当たっての課題を整理



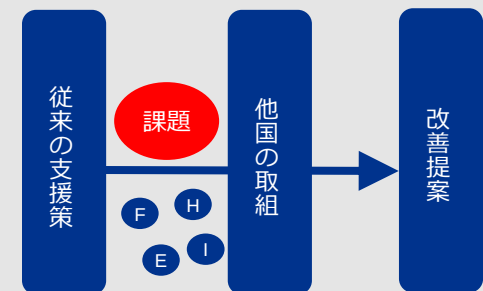
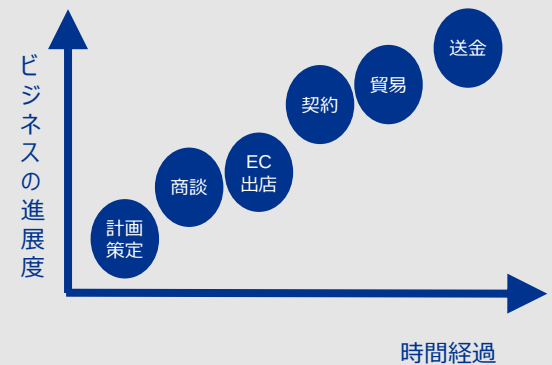
取扱い商材に存在する課題

海外への事業展開に意欲を示している割合が高い業界の取り扱い商材を特定し、海外事業展開上の課題を整理

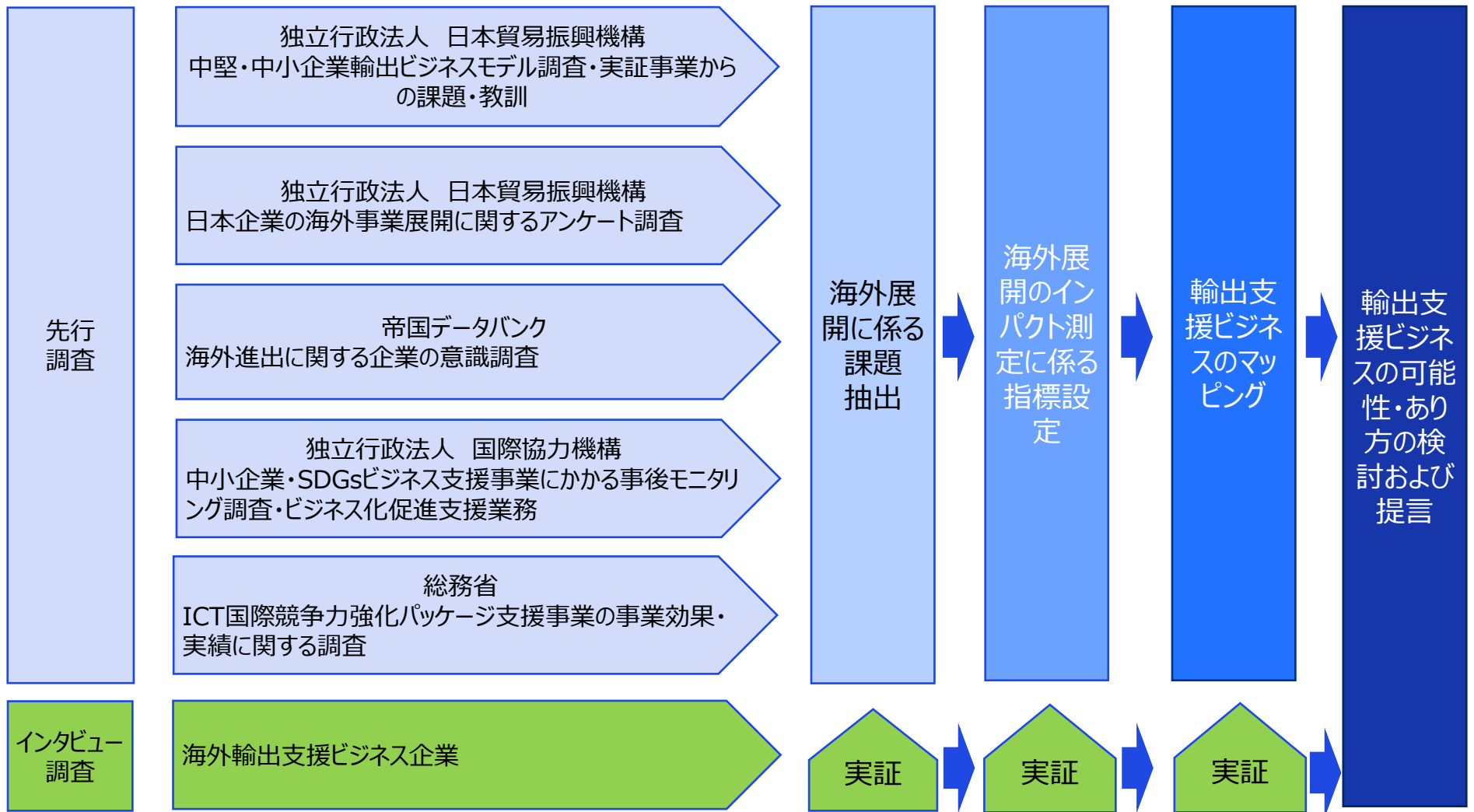


03 支援ビジネスのあり方に係る検討・提案

輸出支援ビジネスのマッピング



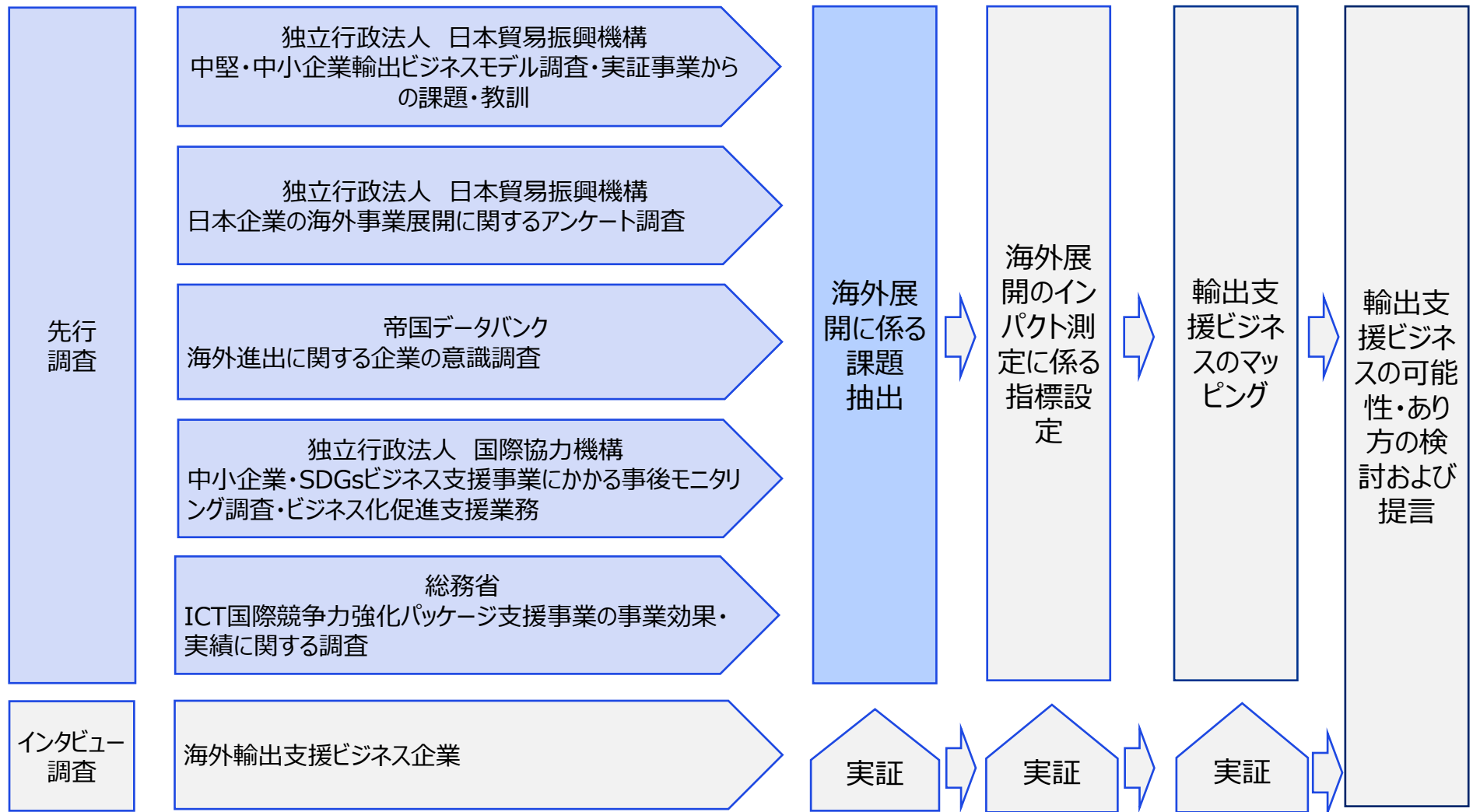
海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（全体像）



02

海外展開を行う中堅・中小 企業が抱える課題の整理

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（全体像）



海外進出の動向

- 事業拡大を図る国・地域の変遷を時系列に沿ってみてみると、米国（49.0%）の回答比率が最も高く、初めて首位となった。
- これまで首位を維持していた中国（45.9%）は、米中摩擦の影響などがあり前年から割り買いが減少し、ベトナムに次ぐ3位に後退。

海外進出動向

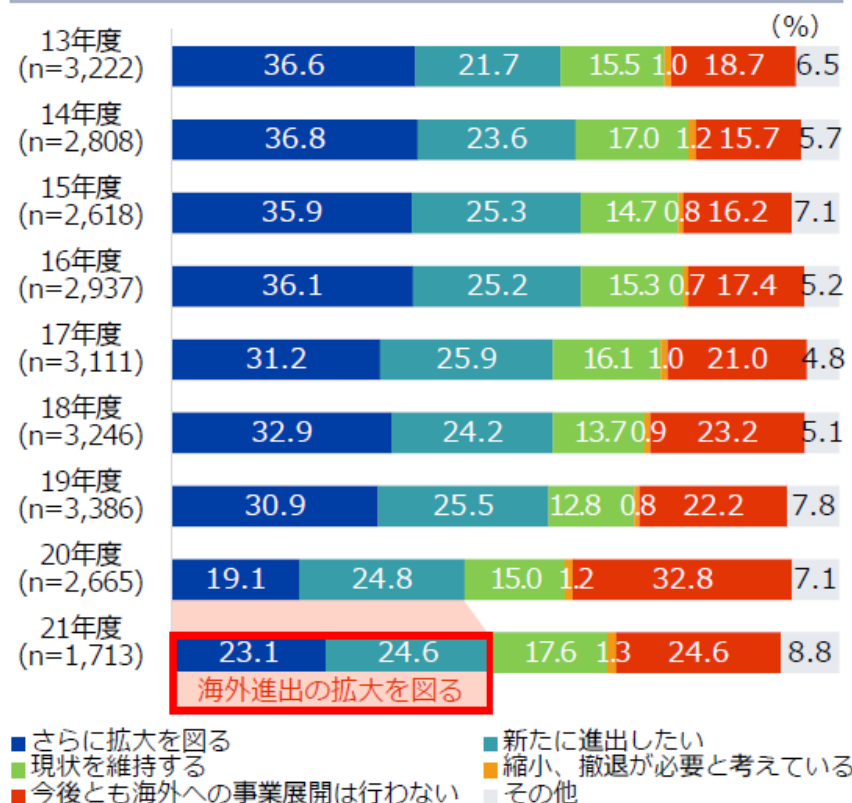
(複数回答、%)

	2021年度		2020年度		2019年度		2018年度		2017年度		2016年度	
	(n=810)	順位	(n=1,156)	順位	(n=1,871)	順位	(n=1,800)	順位	(n=1,703)	順位	(n=1,654)	順位
米国	49.0	(1)	40.1	(3)	31.9	(4)	30.2	(4)	31.8	(4)	33.4	(3)
ベトナム	46.0	(2)	40.9	(2)	38.9	(2)	34.0	(2)	35.3	(2)	32.9	(4)
中国	45.9	(3)	48.1	(1)	46.3	(1)	49.9	(1)	44.7	(1)	46.4	(1)
タイ	38.4	(4)	36.7	(4)	32.7	(3)	31.8	(3)	33.3	(3)	35.5	(2)
西欧	34.9	(5)	30.4	(6)	25.3	(6)	21.4	(6)	22.5	(6)	20.4	(8)
台湾	32.3	(6)	33.3	(5)	26.8	(5)	24.7	(5)	26.5	(5)	24.6	(5)
シンガポール	26.8	(7)	25.1	(8)	20.0	(8)	18.2	(8)	20.3	(8)	21.4	(7)
インドネシア	25.8	(8)	25.8	(7)	22.3	(7)	20.8	(7)	21.4	(7)	24.5	(6)
マレーシア	23.7	(9)	23.1	(9)	15.3	(11)	14.2	(11)	15.3	(10)	15.0	(10)
香港	23.3	(10)	20.2	(10)	17.2	(9)	17.1	(9)	19.6	(9)	19.5	(9)
インド	20.5	(11)	17.5	(12)	15.7	(10)	16.1	(10)	14.0	(11)	14.4	(11)
フィリピン	18.4	(12)	17.8	(11)	12.0	(12)	9.9	(13)	11.0	(13)	11.8	(13)
韓国	16.8	(13)	15.5	(13)	10.7	(13)	12.9	(12)	13.0	(12)	14.4	(11)
カナダ	13.8	(14)	12.5	(14)	5.1	(18)	3.2	(19)	3.8	(20)	4.4	(17)
オーストラリア	13.6	(15)	10.7	(16)	5.9	(15)	5.1	(15)	4.3	(16)	4.4	(17)
中・東欧	10.5	(16)	9.3	(17)	5.4	(17)	4.3	(17)	5.9	(15)	6.1	(15)
ミャンマー	9.5	(17)	11.1	(15)	10.0	(14)	8.1	(14)	8.5	(14)	10.4	(14)
ロシア・C I S	9.3	(18)	8.1	(19)	5.1	(18)	3.6	(18)	4.3	(16)	4.2	(19)
メキシコ	8.6	(19)	7.4	(20)	3.7	(20)	2.9	(20)	4.2	(19)	5.9	(16)
カンボジア	8.3	(20)	8.9	(18)	5.8	(16)	4.4	(16)	4.3	(16)	4.2	(19)
ASEAN6	69.8		65.4		69.4		65.7		67.4		69.1	
(参考)												
英国	18.9	-	16.8	-	7.3	-	6.3	-	6.6	-	-	-
西欧 (英国を除く)	33.6	-	28.2	-	23.5	-	19.4	-	20.5	-	-	-

海外進出の動向

- 今後の海外進出方針は、「さらに拡大を図る」と「新たに進出したい」との回答が47.7%と前年度に比べると拡大しているものの、「現状維持」も前年度の15.0%から17.6%に増加し、新型コロナウイルスの影響からの回復にまでは至っていない。
- 「今後とも海外への事業展開は行わない」との回答は減少し、僅かながら明るい兆しもみえる。

今後の海外進出方針（全体、時系列）



（注）nは「無回答」を除く企業数。

今後の海外進出方針の選択理由（自由記述）

海外進出の拡大を図る

- ・ コロナ禍でグローバルなサプライチェーンの断絶を経験。安定的な製品供給のためには複数の製造拠点を持つことの重要性を再認識（化学）
- ・ 海外拠点がある方が営業、情報収集、マーケティングに有利（商社・卸売）
- ・ 海外でシステム開発、製作業務を分担（情報・ソフトウェア）

現状を維持する

- ・ コロナ禍での拡大は困難で、現状維持が妥当（商社・卸売）
- ・ コロナ禍で海外拠点の生産計画が当初計画を大きく下回り、計画水準に戻ることが最優先（医療品・化粧品）
- ・ エリア拡大は一段落。現在は各拠点の事業複合化が課題（化学）

今後とも海外への事業展開はしない

- ・ 日本産の原材料、国内での自社製造が売り（飲食料品）
- ・ 世界のオンライン化により海外拠点は不要。直販で対応可能（アパレル）
- ・ 製品が多品種かつオーダーメイド品が多く、海外拠点で生産するメリットが少ない（電子部品・デバイス）
- ・ 現地拠点を置く予定はないが、代理店の発掘は継続して行う（精密機器）

海外ビジネス展開状況

- 当法人が行った類似業務から海外事業展開の継続・断念状況を見てみると、全体では69%の企業がJICA民間連携事業終了後も事業展開を継続中との回答している一方で、**売上計上している企業は30%に過ぎず、利益まで計上できている企業は13%に過ぎない**。海外事業展開においては、その導入時の支援のみならず、事業が『継続』できるための**支援**も企業の持続的な成長を支えるうえでも重要である。
- 分野別に見てみると、売上及び利益を計上できている分野と計上できていない分野が存在していることが判明した。例えば、教育分野、職業訓練・産業育成・民間セクター開発分野については、初等教育や基礎的な技術訓練等を対象にしているケースでは、日本で既に確立したコンテンツを展開できるため売上実現の割合が特に高かった。また、日本の農水産資機材の信頼性が高いことから利益の実現にまで至っている割合が高くなっている。他方、産業廃棄物分野については、売上を計上できている割合が低かった。更に、産業廃棄物分野については、事業継続中の割合が著しく低いという傾向があった。本事業で検討する取扱い商材を検討するうえで類似業務の成果も有効に活用する。

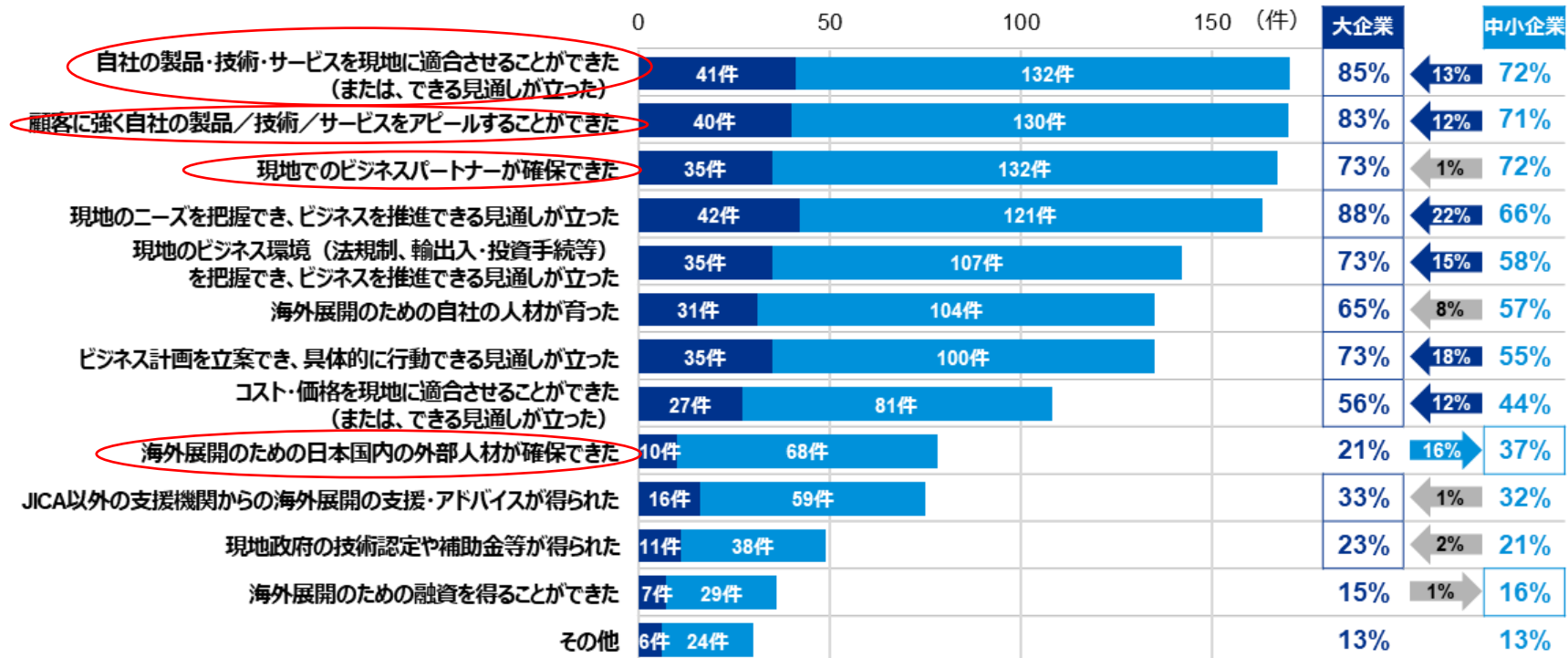
	全体 (件)	事業 継続中	売上 実現	利益 実現	断念・ 撤退
運輸・交通	N=14	93%	21%	0%	7%
環境・エネルギー	N=41	63%	24%	15%	37%
教育	N=13	77%	62%	15%	23%
職業訓練・産業育成・ 民間セクター開発	N=19	74%	47%	5%	26%
水の浄化・水処理	N=34	76%	32%	6%	24%
農林水産	N=82	71%	29%	18%	29%
廃棄物処理	N=33	52%	15%	15%	48%
保健医療・福祉	N=47	72%	34%	15%	28%
防災・災害対策	N=39	62%	31%	10%	38%
その他	N=15	60%	20%	7%	40%
合計	N=337	69%	30%	13%	31%

出所：国際協力機構

海外ビジネス展開状況（海外ビジネスの継続理由／要因）

- 当法人が実施した類似業務にて判明した海外ビジネスの継続理由／要因は、以下の通り。
- ✓ 製品・技術・サービスを現地のニーズに適合できた点、顧客へのアピールにより需要を喚起した点、現地におけるビジネスパートナーを確保できた点が海外ビジネスを継続させる理由として重要である。
 - ✓ 海外ビジネスの継続理由として想定されるほぼ全ての項目において、大企業の選択割合が高かった。しかし、海外展開のための日本国内の外部人材確保については、中小企業の選択割合が大企業よりも高かった。

事業対象国でのビジネス展開の継続状況【n=231】 ※ビジネス展開の継続状況で「継続している」と回答した事業数



■ 大企業 ■ 中小企業

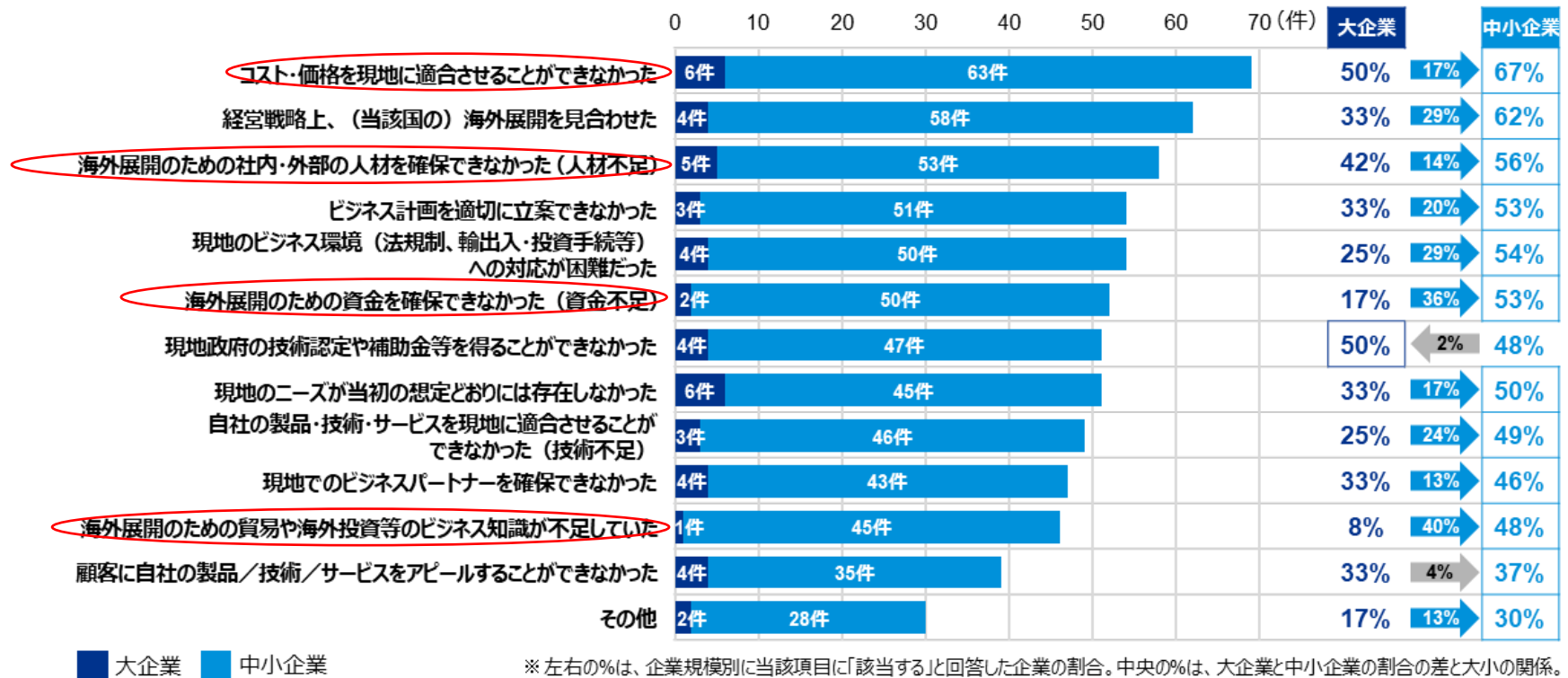
※ 左右の%は、企業規模別に当該項目に「該当する」と回答した企業の割合。中央の%は、大企業と中小企業の割合の差と大小の関係。

出所：国際協力機構

海外ビジネス展開状況（海外ビジネスの断念理由／要因）

- 当法人が実施した類似業務にて判明した海外ビジネスの断念理由／要因は、以下の通り。
 - ✓ **コスト・価格を現地に適合できなかったこと、事業化の目途が立たず事業撤退への経営戦略変更、人材不足が主な断念理由である。**
 - ✓ **海外ビジネスの継続理由として想定されるほぼ全ての項目において、中小企業の選択割合が大企業に比べて高かった。その中でも特に、資金確保とビジネス知識の項目については、大企業に比べて中小企業が選択する割合が著しく高かった。**

断念した理由【n=106】 ※ビジネス展開の継続状況で「断念した」と回答した事業数



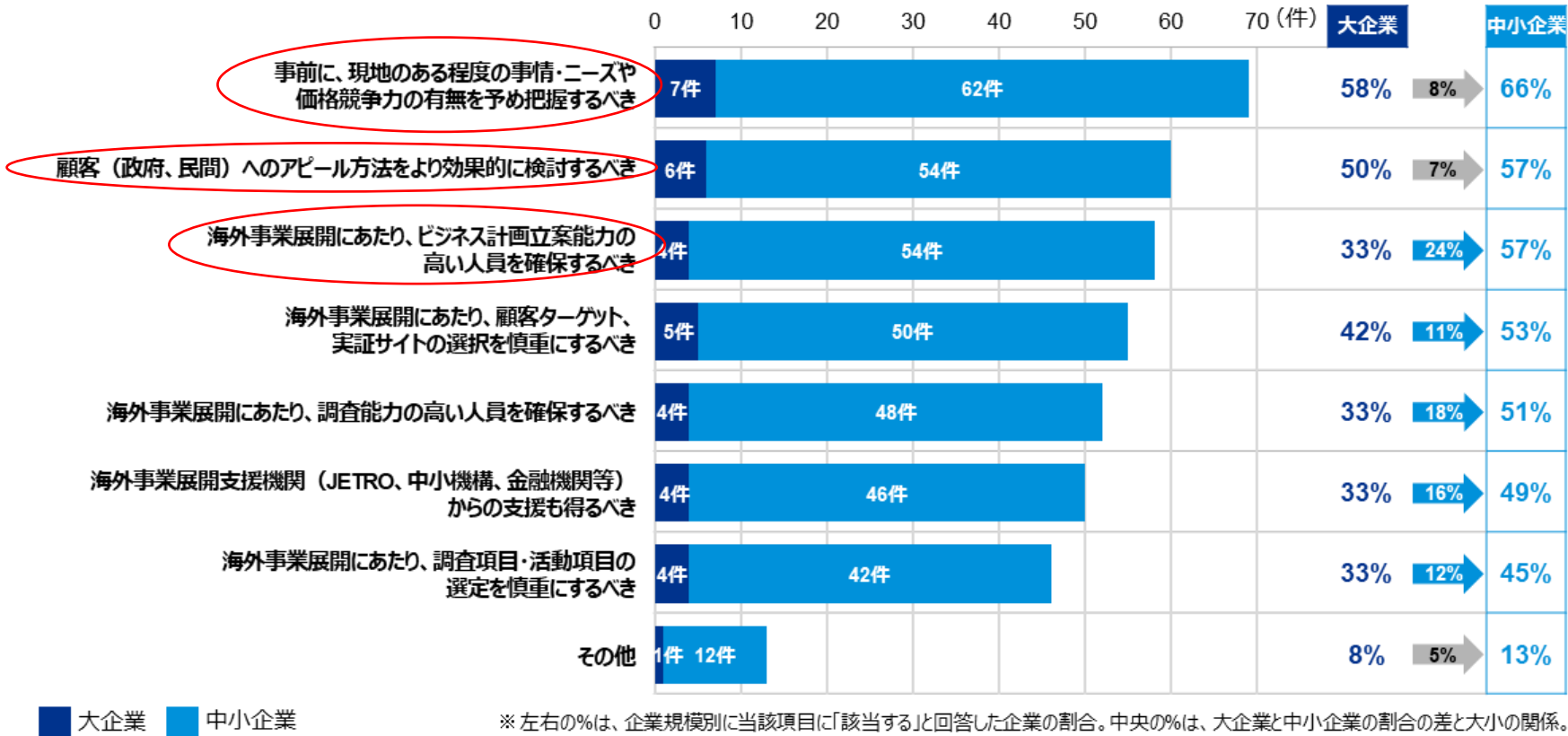
出所：国際協力機構

海外ビジネス展開状況（海外ビジネス展開の断念回避策）

- 当法人が実施した類似業務にて判明した海外ビジネスからの撤退を回避する方策は、以下の通り。
- ✓ 事業開始段階での現地状況の把握、より効果的な顧客へのアピール方法の検討が海外ビジネスからの撤退を回避する上での主な方策である。

✓ 中小企業にとっては、特に「ビジネス計画立案能力の高い人員の確保」が重要である。

回避するための改善策【n=106】 ※ビジネス展開の継続状況で「断念した」と回答した事業数



※ 左右の％は、企業規模別に当該項目に「該当する」と回答した企業の割合。中央の％は、大企業と中小企業の割合の差と大小の関係。

海外ビジネス上の課題（重要国・地域における主な課題）

- 先行事例を分析してみると、今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。次いで、「人材」、「輸送」などが続いていた。
- 海外展開を行う上で、対象国に対するコネクションや商慣習を知見を有した適任者を見出す点を課題と挙げる回答や、現地での協力者（現地パートナー）の確保に課題を感じている回答が多いことが判明した。

今後の最重要国・地域の課題・不足事項

（複数回答、%、%ポイント）

全体・国・地域	研究・開発	調達	生産	輸送	貿易制度	販売・営業	人材	財務・金融・為替	情報	その他	無回答
全体(n=1,242)	14.0	9.5	16.3	20.5	20.0	49.3	29.3	6.8	18.6	8.9	6.4
中国(n=361)	14.7	10.8	21.1	17.2	27.1	46.0	25.8	7.5	17.5	11.4	5.8
米国(n=279)	17.6	7.2	16.5	26.9	15.1	54.1	34.4	7.2	20.4	7.9	6.8
西欧(n=122)	14.8	8.2	15.6	25.4	18.9	47.5	25.4	4.1	15.6	2.5	7.4
ベトナム(n=85)	8.2	21.2	17.6	22.4	18.8	56.5	31.8	7.1	14.1	3.5	4.7
台湾(n=57)	15.8	3.5	8.8	10.5	15.8	49.1	29.8	5.3	19.3	10.5	10.5
タイ(n=54)	14.8	16.7	16.7	16.7	16.7	63.0	40.7	3.7	16.7	5.6	5.6
香港(n=41)	19.5	4.9	2.4	22.0	9.8	48.8	29.3	4.9	14.6	14.6	7.3
インドネシア(n=36)	2.8	11.1	13.9	11.1	19.4	44.4	16.7	11.1	19.4	11.1	5.6
インド(n=34)	11.8	8.8	23.5	20.6	29.4	41.2	20.6	5.9	14.7	11.8	8.8
シンガポール(n=27)	14.8	3.7	3.7	22.2	14.8	59.3	37.0	-	25.9	3.7	3.7

（注）①nは、今後の輸出方針で、「さらに輸出の拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業のうち、今後の最重要国・地域で回答した企業数。

②最重要輸出先上位10カ国・地域のみ掲載。

③塗りつぶしは、全体、さらには各国・地域で最大の課題・不足事項。

④太字は全体との差が5%ポイント以上。

出所：日本貿易振興機構

海外ビジネス展開上の課題（重要国・地域における主な課題）

- 今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業は代理店の発掘に課題を感じている割合が高く、「人材」を挙げた企業は海外展開を担う人材不足、雇用コスト、専門性に課題を感じていることが判明した。
- 「輸送」を課題とした企業は輸送コストの高騰を課題としていた。また、「貿易制度」を課題とした企業は関税や輸出規制、ルールの運用などに課題とし挙げる企業が多いことが明らかとなった。

重要課題・不足事項の詳細

「販売・営業」での課題・不足事項の頻出語とコメント例

順位	抽出語	企業数	主な記載例※	(注) 最重要国・地域に輸出を行う際の「販売・営業」の課題・不足事項で具体的に回答した企業483社から集計。
1	販売	103	販売代理店(12)	
2	現地	91	現地代理店(11)	
3	代理	64	代理店(63)	

販売代理店がない（最重要輸出先：中国、業種：電子部品・デバイス、企業規模：中小企業）／**現地代理店**の営業力が弱い（西欧（英国除く）、プラスチック製品、中小企業）／**代理店**が林立してベストがよくわからない（インドネシア、金属製品、中小企業）／**代理店**を通していないため、渡航が難しい状況では、営業活動に大きな制限を受けている（米国、印刷・同関連、中小企業）

「人材」での課題・不足事項の頻出語とコメント例

順位	抽出語	企業数	主な記載例※	(注) 最重要国・地域に輸出を行う際の「人材」の課題・不足事項で具体的に回答した企業289社から集計。
1	人材	130	人材不足(15) 人材確保(11) 現地人材(6)	
2	現地	58	現地人材(6)	
3	不足	54	人材不足(15)	

現地市場開拓を行う**人材不足**（韓国、その他製造業、中小企業）／**人材不足**（語学スキル、経験、知識不足）（中国、その他製造業、中小企業）／顧客とのやり取り、輸出関連業務の**人材確保**（台湾、飲食料品、中小企業）／**現地人材**雇用及び雇用に関わる現地の法令（タイ、商社・卸売、中小企業）

「輸送」での課題・不足事項の頻出語とコメント例

順位	抽出語	企業数	主な記載例※	(注) 最重要国・地域に輸出を行う際の「輸送」の課題・不足事項で具体的に回答した企業214社から集計。
1	輸送	74	輸送費(23) 輸送コスト(19)	
2	高騰	41	運賃高騰(5)	
3	コスト	38	輸送コスト(19)	

現在はコンテナ不足による**輸送費**の高騰、今後は輸送方法の確立等（西欧（英国除く）、商社卸売、中小企業）／**輸送費**が高く価格競争に不利（西欧（英国除く）、プラスチック製品、中小企業）／国内、海外輸送共に**輸送コスト**が高騰気味（米国、繊維・織物、中小企業）／海運は**運賃高騰**、抜港等の混乱（ベトナム、その他製造業、中小企業）

「貿易制度」での課題・不足事項の頻出語とコメント例

順位	抽出語	企業数	主な記載例※	(注) 最重要国・地域に輸出を行う際の「貿易制度」の課題・不足事項で具体的に回答した企業200社から集計。
1	規制	40	輸入規制(9) 輸出規制(5)	
2	輸出	26	輸出規制(5)	
3	輸入 関税	24	輸入規制(9) 関税率(5)	

輸入規制が比較的厳しい（インドネシア、金属製品、大企業）／**輸入規制**が他国地域に比較して煩雑、且つ難しい（中国、医薬品・化粧品、中小企業）／米中貿易関係摩擦による**輸出規制**（中国、その他製造、大企業）／現地での輸入**関税**や通関の突然のルール変更（インド、商社・卸売、中小企業）

海外ビジネス展開上の課題（企業規模別課題）

- 海外ビジネス展開を行う場合、もしくは行う予定の場合における課題を調査したところ、「社内人材（邦人）の確保」を挙げる企業が最も多く、「言語の違い」、「文化・商習慣の違い」、「海外進出に向けた社内体制の整備」が挙げられた。中小企業においては、「事業資金の調達」を課題として挙げる割合が大企業を上回り、資金・財務面が課題となっている点がことが判明した。
- 海外進出の有無に関わらず、「社内人材（邦人）の確保」はともにトップとなっており、共通の課題として認識されている。

企業規模別課題		(%)		
		全体	大企業	中小企業
1	社内人材（邦人）の確保	45.2	50.3	44.0
2	言語の違い	37.9	36.0	38.4
3	文化・商習慣の違い	37.3	39.4	36.8
4	海外進出に向けた社内体制の整備	36.6	43.8	34.8
5	進出先の経済情勢に関する情報収集	33.9	38.3	32.8
6	進出先の政治情勢に関する情報収集	33.7	36.5	33.0
7	現地人材の確保・育成	33.5	39.1	32.2
8	法規制・制度の把握	33.1	39.0	31.6
9	外国為替レートの変動	29.9	30.5	29.7
10	提携先・パートナーの発掘	29.1	28.9	29.2
11	代金・投資回収	24.9	21.5	25.8
12	販路の確保や開拓	23.7	22.7	23.9
13	海外進出の戦略立案	22.2	26.9	21.0
14	事業資金の調達	20.3	13.4	22.0
15	赴任者らの安全確保	19.3	22.3	18.6
16	現地での生産・品質管理	17.3	18.9	16.9
17	技術や知的財産流出	15.2	14.6	15.3
18	現地での資源・材料の確保	15.1	15.4	15.0
19	進出先の自然災害に関する情報収集	14.7	16.2	14.4
20	インフラの未整備	11.0	11.9	10.8
	その他	8.5	7.3	8.7

海外進出あり	
社内人材（邦人）の確保	46.8
外国為替レートの変動	43.5
進出先の経済情勢に関する情報収集	41.3
進出先の政治情勢に関する情報収集	41.2
海外進出に向けた社内体制の整備	40.4

(%)	
海外進出なし	
社内人材（邦人）の確保	45.5
言語の違い	40.6
文化・商習慣の違い	38.5
海外進出に向けた社内体制の整備	36.1
現地人材の確保・育成	33.4

中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業の振り返り(R2年度)

- 実証事業に参加した企業が支援した企業数を確認すると、ビジネスモデルによって支援した企業数が大きく異なることが分かった。本邦企業と外国企業のマッチングを支援するプラットフォームビジネスについては、比較的多くの企業を支援する傾向であることが分かった。

No.	企業	分野	ビジネスの概要	支援企業数※	備考
1	FASBEE株式会社	越境EC	衣服の海外向け販売プラットフォーム	2	実証事業を経てLOCONDO.jp（日本の衣類販売EC）との協業も実現した。
2	Inagora株式会社	越境EC	酒類の輸出支援	30	酒蔵メーカーとの取引を実現している。
3	クラウン貿易株式会社	越境EC	中小企業向け販路拡大支援	50	実証事業実施時、50メーカー100アイテムの取り扱いがあった。
4	株式会社アイスタイル	越境EC	化粧品の販路拡大支援	—	今後の支援計画についての記載はあったが、現在の支援企業数について言及なし。
5	株式会社いつも	越境EC	中小企業向け販路拡大支援	—	支援企業数について言及なし。
6	株式会社グローバルブランド	越境EC	日本産製品のマーケティング、プロモーション	100	2020年6月26日～2021年1月31日、アプローチ企業201社、参加企業100社。
7	株式会社ピアラ	越境EC	日本産製品のブランドマーケティング	—	支援企業数について言及なし。
8	株式会社ロクトーナ	越境EC	オンラインジュエリーフェア、ジュエリー輸出支援	106	2020年7月・11月、2021年1月の合計3回オンラインジュエリーフェアを開催。

※ 原則、本邦企業の支援数を記載。報告書に記載された実証事業以前の支援実績も含めた。本邦企業を対象としたビジネスではない場合、外国企業の支援/協業数を記載。

中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業の振り返り(R3年度)

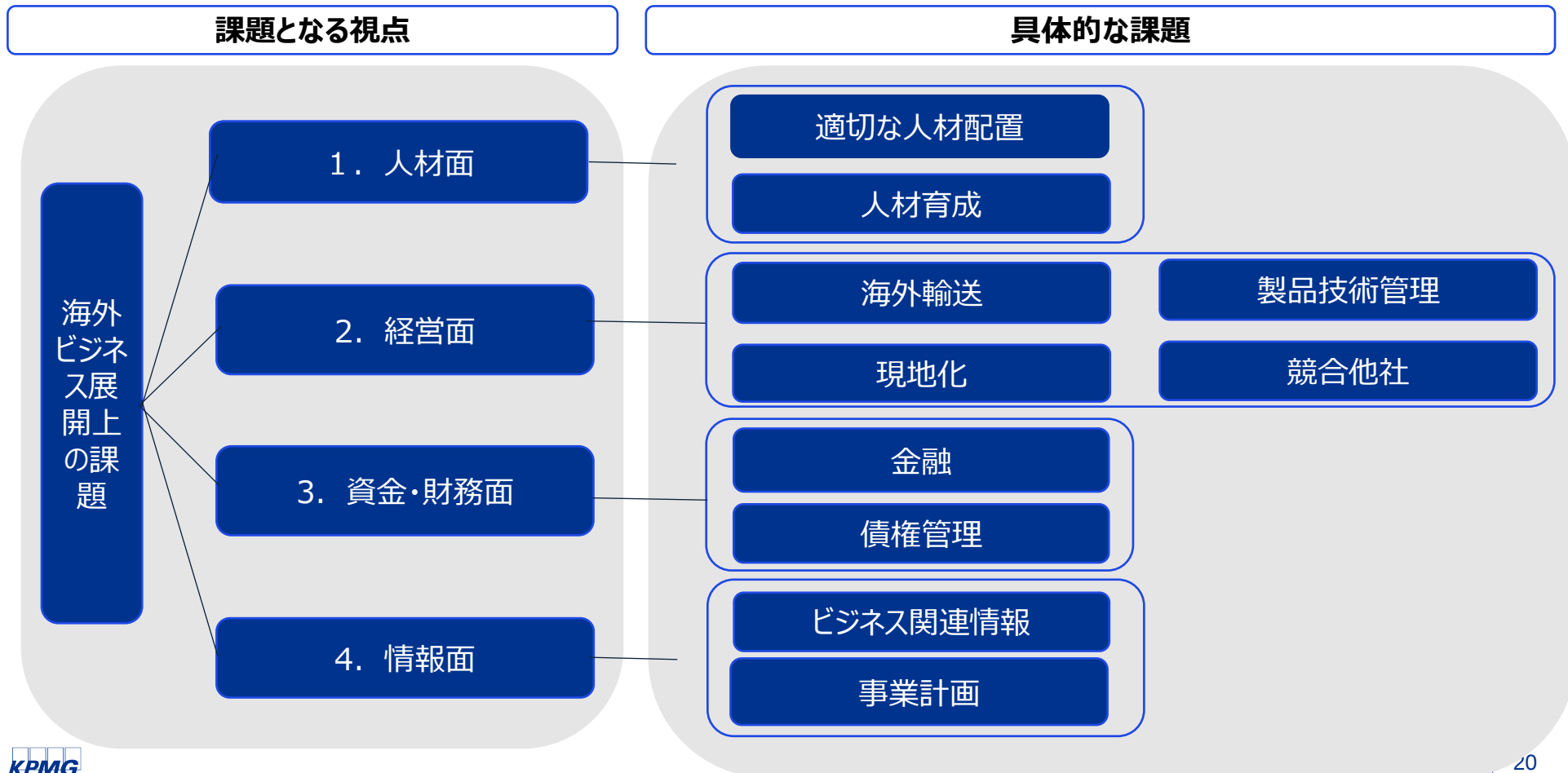
- プラットフォームを展開するビジネスが幅広い企業を多数支援しているという傾向とは異なり、ニッチな分野を支援する輸出支援ビジネスについては少数の企業と深く関与する傾向にあることが分かった。

No.	企業	分野	ビジネスの概要	支援企業数※	備考
1	株式会社Fesbase	越境EC	生鮮食品（寿司セット）の輸出	4	提案サービスに協力いただき、海外への輸出を行った豊洲市場の仲卸の数は4社であった。
2	株式会社NCネットワーク	越境EC	Web商談会システム	124	商談会に出展した本邦企業と日系企業の数。
3	株式会社マクアケ	越境EC	海外からの応援購入プラットフォーム	—	支援企業数について言及なし。

※ 原則、本邦企業の支援数を記載。報告書に記載された実証事業以前の支援実績も含めた。本邦企業を対象としたビジネスではない場合、外国企業の支援/協業数を記載。

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（全体像）

- 日本国政府は、成長戦略のなかで中堅・中小企業の海外進出を重要な政策課題として位置づけている。こうしたなか、国や自治体に加え、民間企業による積極的な海外展開支援を追い風として、大企業だけでなく、中堅・中小企業を含む日本企業がより一層の海外進出を目指すことが期待されている。一方で、企業にとって、人材面、経営面、資金・財務面、情報面などが海外に進出する際のリスクとして顕在している。



海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（ヒト）

- 海外事業展開を行う上で、適材な人材が十分そろっていない点を課題として掲げる企業が多い。求められるスキルとしては、輸出に係る専門知識や、語学スキルといったミクロ的なスキルに加え、海外事業戦略や営業戦略といったマクロ的なスキルにまで及んでいる
- 人材に係る課題として育成（リスクリングを含む）方法に係るノウハウ不足や、外部委託する際の金銭的、時間的な観点も課題となっている

課題	主な内容	想定される解決手段
適切な人材配置	■ 現地顧客を開拓するために適切な人材を見つけられない ■ 自社における適切な人材の不足（語学スキル、経験、知識不足） ■ 海外事業戦略を立案できる部署・人材の不足 ■ 現地商習慣を熟知している現地ビジネスパートナーを見つけられない ■ 現地人材の雇用及び雇用に関わる現地の法令に明るい材を見つけられない ■ 税関業務に精通している現地ビジネスパートナーを見つけられない	・ 海外人材採用・紹介
人材育成	■ 人材育成に係る時間・体制的余裕がない ■ 社内で明確な人材育成戦略がない ■ 人材指導。育成に係るノウハウが乏しい ■ 現地語教育体制への対応不足 ■ 人材育成にかかるコストを捻出できない	・ 海外現地人材教育、グローバル人材育成

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（モノ）

- 新型コロナウイルスの感染拡大や、ロシアによるウクライナ軍事侵攻といった相次ぐ情勢変化の影響で国際輸送費が高騰しているのみならず、コンテナの確保が困難な状況による機会損失が生じている
- 多様化する対象国でのニーズに応えるスペック対応の困難性や、セルサイドの希望販売価格とバイサイドの購入可能価格とのギャップを埋める経営努力の困難性が課題として挙げられる
- 販売後のメンテナンス体制構築や模倣品対策といった知的財産権の対応が課題となっている

課題	主な内容	想定される解決手段
海外輸送	■ コンテナ不足による輸出機会の免失 ■ 国際輸送費の高騰 ■ 輸送日数の増加 ■ サプライチェーンの再考、再構築の必要性	■ 現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関 ■ 物流コンサルティング
現地化	■ 現地のニーズに適したスペック対応（オーバースペックの回避） ■ 価格に見合ったスペックの絞り込み ■ プロダクトアウトだけでなくマーケットインの観点からの製品開発・仕様変更 ■ ターゲット顧客の受容価格帯を把握したうえでの価格戦略 ■ 原価構造を分析し、機能分析を行った上でのコストリダクション ■ 販売後の維持管理体制の構築	■ 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング ■ 海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略
製品技術管理	■ 技術流出、情報漏洩リスク管理 ■ 特許申請、特許取得プロセスを確認 ■ 秘密保持契約等法務実務 ■ 修繕維持体制の構築	・ 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（モノ）

- ブルーオーシャン市場は少なく、また、Eコマースの進展により市場への参入障壁が低くなっている
- 市場調査、マーケット戦略、価格競争力の確保などが成功のためのキーファクターとなっている

課題	主な内容	想定される解決手段
競合他社	▪ 市場プレイヤー調査（内資企業、日系企業、日系以外の外資企業調査） ▪ マーケット戦略（価格戦略、ニッチ戦略、ポジショニング戦略、ブランディング） 自社ブランド認知度向上の難しさ ▪ 商品の価格競争 ▪ バリューチェーンの再構築	▪ 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング ▪ 海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略 ▪ 海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（カネ）

- 大企業に比べ資金面で劣る中堅・中小企業にとって海外事業展開に係る事業資金の確保や、企業内における国内事業及び海外事業におけるポートフォリオマネジメントが重要となる
- 貿易保険や急激な為替変動への対応といったリスクマネジメント、コンティンジェンシー・マネジメントが経営上重要な課題となる
- 外国企業を相手にした与信管理、決済管理、送金管理、資金保全管理が重要となる

課題	主な内容	想定される解決手段
金融	■ 海外事業展開に係る事業資金の確保及び借入先の確保 ■ 貿易保険実務対応	■ 金融、貿易保険
債権管理	■ 決済手段に係るリスク ■ 販売先に関する情報不足（与信管理の難しさ） ■ 海外送金に係る障害 ■ 債権回収、債権保全に係るリスク	■ 企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し）

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（情報）

- 企業情報、市場規制、貿易規程といった情報入手の困難性に加え、対象国での商慣習、ルールの運用実態に関する情報を事前に入手することが難しく、予測可能性が低い点が実務上の課題となっている。

課題	主な内容	想定される解決手段
ビジネス関連情報	- 販売先に関する情報不足 - ECサイトや提携相手に関する情報不足 - 経済インフラ・社会インフラに係る情報不足 - 情報漏洩やサイバー攻撃への懸念 - 輸入規制が複雑で理解が困難 - 輸入規制が厳しく市場参入が困難 - 米中貿易関係摩擦による輸出規制の影響 - 現地での輸入関税や通関の突然のルール変更 - 貿易に関する規程と執行とのギャップ - 通関や関税支払いに係るリスク	- 企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し） - 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング
事業計画	- 適切な収支計画を策定するだけの売上情報、経費情報、投資情報、キャッシュフロー情報を収集できない - ビジネスプランを策定する情報を収集できない - サプライチェーンの崩壊	- 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング - 企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し） - 海外現地人材教育、グローバル人材育成

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題および想定される解決手段（まとめ）

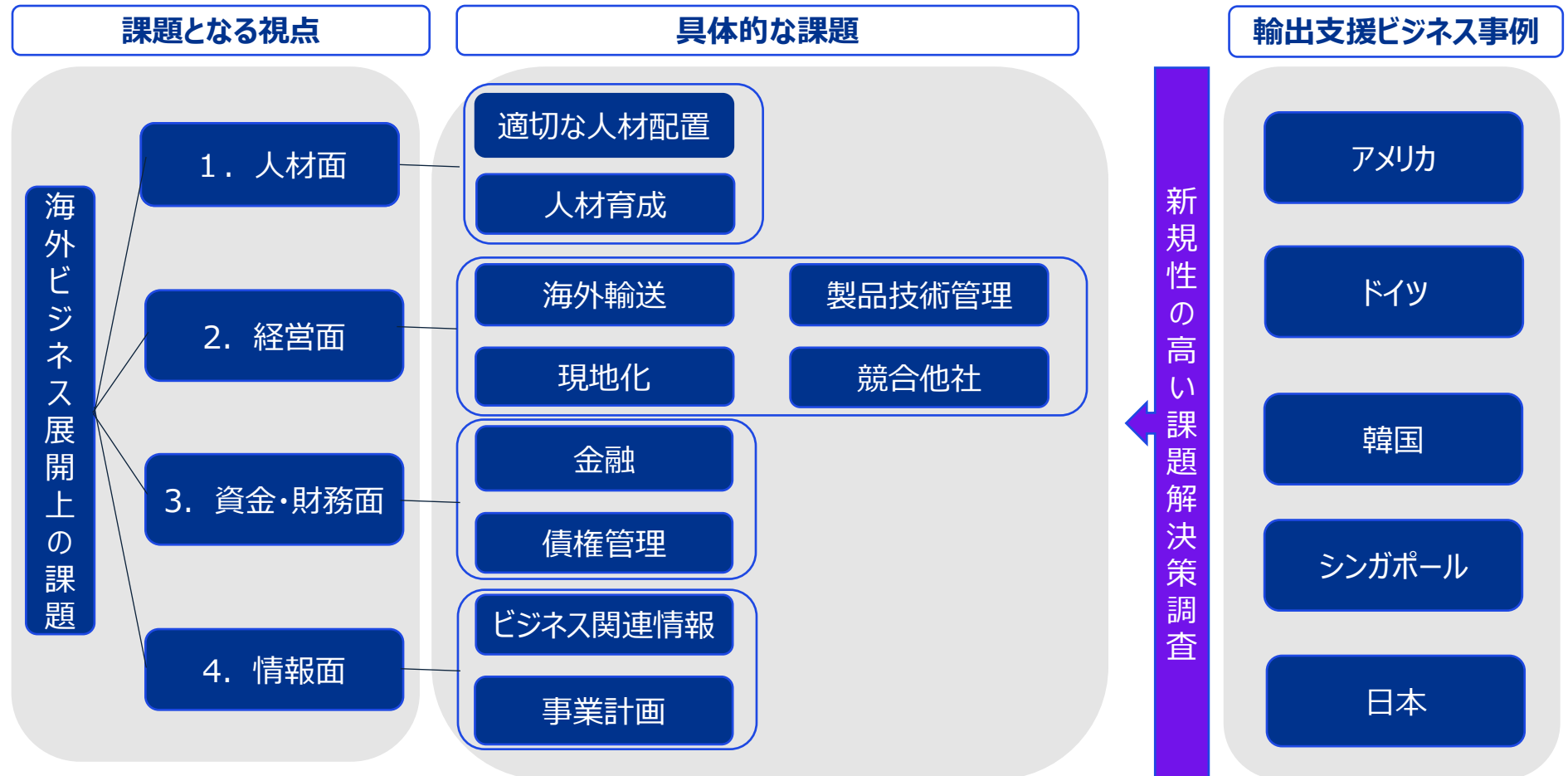
課題	想定される解決手段
適切な人材配置	海外人材採用・紹介
人材教育	海外現地人材教育、グローバル人材育成
海外輸送	- 現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関 - 物流コンサルティング
現地化	- 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング - 海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略
製品技術管理	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング
競合他社	- 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング - 海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略 - 海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック
金融	金融、貿易保険
債権管理	企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し）
ビジネス関連情報	- 外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し） - 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング
事業計画	- 海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング - 企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し） - 海外現地人材教育、グローバル人材育成

03

輸出支援ビジネスの構築を行っている企業の事例

課題に対する輸出支援ビジネスの事例調査

- 先行調査から明らかとなった中堅・中小企業が抱える具体的な課題についてアメリカ、ドイツ、韓国、シンガポールといった諸外国における輸出支援ビジネスの事例および日本における輸出支援ビジネスの事例を調査・とりまとめを行った。



03-1 ヒトに関する課題に取り 組む輸出支援ビジネス企業

輸出支援ビジネス企業（ヒト）

- 海外事業展開を行う上で、適材な人材が十分そろっていない点を課題として掲げる企業が多い。
- 求められる人材を社内、社外の視点で分析を行うと、社内に海外事業展開を遂行するうえで必要なスキル、経験、ノウハウを有している人材の不足や人材育成ノウハウ・コスト不足について、社外には現地でのビジネスを展開するうえでの代理店や貿易取扱い業者、地元有力者といったビジネスパートナーの不足が課題となっている。

課題① 適切人材

- 現地顧客を開拓するために適切な人材を見つけられない
- 自社における適切な人材の不足（語学スキル、経験、知識不足）
- 海外事業戦略を立案できる部署・人材の不足
- 現地商習慣を熟知している現地ビジネスパートナーを見つけられない
- 現地人材の雇用及び雇用に関わる現地の法令に明るい人材を見つけられない
- 税関業務に精通している現地ビジネスパートナーを見つけられない

課題② 人材育成

- 人材育成に係る時間・体制的余裕がない
- 社内で明確な人材育成戦略がない
- 人材指導。育成に係るノウハウが乏しい
- 現地語教育体制への対応不足
- 人材育成にかかるコストを捻出できない

海外現地人材教育、グローバル人材育成
海外人材採用・紹介



輸出支援ビジネス企業（ヒト）

- グローバルな事業展開を行っている人事コンサルティング企業・人材紹介企業多数存在している。これらの企業は、アメリカ国内人材だけでなく国際人材の確保をソリューションを提供することもある。
- 人材育成については人事コンサルティング企業・人材紹介企業がオンライントレーニングを提供していることが確認された。また、各地に存在するUSEACs（公的機関）ではカウンセリングサービスや情報提供等を受けられる。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①適切人材	JER HR Consulting LLC	採用支援、リーダーシップ開発と組織トレーニングプログラムなど多様な人事関連サービスを提供している。	682	不明
①適切人材	Heidrick & Struggles International Inc	採用支援、リーダーシップと企業文化の形成に焦点を当てたコンサルティング業務など人事関連サービスを提供している。	110,832	1,846
①適切人材	Hudson Global Inc	採用支援に関するサービスを提供している。	18,596	1,300
②人材育成	U.S. Export Assistance Centers (USEACs)	主要都市にある輸出支援機関（公的機関）である。	N/A	N/A



輸出支援ビジネス企業（ヒト）

- ドイツは伝統的に手工業・製造業が強く、人材育成に関して時間と資金を提供する習慣が他のEUに比べ強い傾向にある。人材育成機関に関してはMacromedia GmbH社のように補助金が支給され高度専門技術訓練や再教育を支援している。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①適切人材	New Work SE	海外に住んで働く人のための世界最大のソーシャルネットワークおよび情報ポータルを提供企業。デジタルネットワーキングの機会と、グローバルマインドの交流機会を提供している。	37,786	1,712
①適切人材	ACCURAT Informatik GmbH	製造、貿易、輸送等に関わる専門家の派遣及びこれら分野に係る人材育成業務を提供している。	70,222	18,469
②人材育成	商工会議所	会員企業に対して従業員に対する再教育事業を支援し、分野ごとの専門家を派遣し人材教育を実施している。	非公表	435
②人材育成	Macromedia GmbH	国境を超えて求められるスキルにフォーカスした人材育成プログラムを提供している。主にデザイン、イベント、ゲーム、コンピューターサイエンス、マーケティング、メディア、ファッション、スポーツの分野で資格のある職業訓練を提供している。	5,364	323



輸出支援ビジネス企業（ヒト）

- 人材派遣や人材育成支援など、日本の輸出支援ビジネス企業と同様のサービスを行っている企業が存在している。また、シンガポールでは、外国の企業が多く進出していることも特徴的である。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①適切人材	MANPOWER STAFFING SERVICES (SINGAPORE) PTE LTD	正社員の登用や派遣社員の募集、イベント人材の募集やアウトソーシング等、企業ニーズにあった人材を提供している。世界80か国にオフィスを有し、70年以上の歴史がある。	不明	不明
①適切人材	MICHAEL JAMES CONSULTING PTE LTD	不動産、製造、エンジニアリング サービス、消費財、小売業、金融サービス等の人材紹介を専門とする。	不明	不明
①適切人材	HRnetGroup Limited	1992年に設立され、現在はアジアの15都市に900人以上のコンサルタントを抱える人材紹介会社である。	不明	不明

輸出支援ビジネス企業（ヒト）

- 韓国では、アジア通貨危機後の失業者対策から始まり、その対象者を若年層、海外就職希望者に拡大させながら国を挙げて海外人材の育成を図っている。KOTRAが実施主体となっている主要政策の一つ「K-Move」事業では、海外就職、海外インターン、海外ボランティア、海外起業を支援し、グローバル人材育成から海外進出支援を支援している。
- 「Contact KOREA」では、外国人を採用したい韓国企業と、外国人高度人材間の情報交流のためのポータルサイトを運営している。グローバル人材を必要とする国内企業を対象にした人材ニーズ調査、グローバル人材の発掘、採用インタビュー、履歴の確認、ビザ取得のための推薦、韓国国内の定着まで様々なサービスを提供している。
- 民間企業では、日本のマイナビ・リクナビに類似する就職・転職情報のプラットフォームを提供するSaraminHR、Job Koreaが、人材紹介の面で輸出ビジネス支援を提供している。
- 人材育成面では韓国生産性本部が産業教育機関として、海外展開を含む各種教育の提供、コンサルティングの提供を行っている。

「K-Move」とは

KOTRA（大韓貿易投資振興公社）が推進する、韓国青年海外就職支援事業。韓国人材の採用を検討している日本企業と、日本での就職を検討している韓国内求職者との交流を促進するために、様々な支援が行われている。

近日行われるイベントとして、例えば、2023年5月17・18日に大阪で韓国人材オンライン採用博覧会の開催が企画されている。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①適切人材	SaraminHR Co Ltd	求人情報ポータルサイトを開発、運営。求人情報ポータルサイトを通じて、ヘッドハンティング、人材派遣、公募支援サービスなどを提供している。	12,399	455
①適切人材 ②人材育成	KOTRA (大韓貿易投資振興公社)	韓国政府系の貿易投資促進団体。1962年に全国貿易振興機構として設立。韓国政府の政策の一つ「K-Move」事業の実施主体となり、グローバル人材育成から海外進出支援を一貫して支援している。	N/A	N/A
②人材育成	The Korea Productivity Center (韓国生産性本部)	韓国企業の生産性向上・競争力向上を目的に設立された韓国政府系機関。産業教育機関として海外展開を含む各種教育の提供、コンサルティングの提供	N/A	N/A



輸出支援ビジネス企業（ヒト）

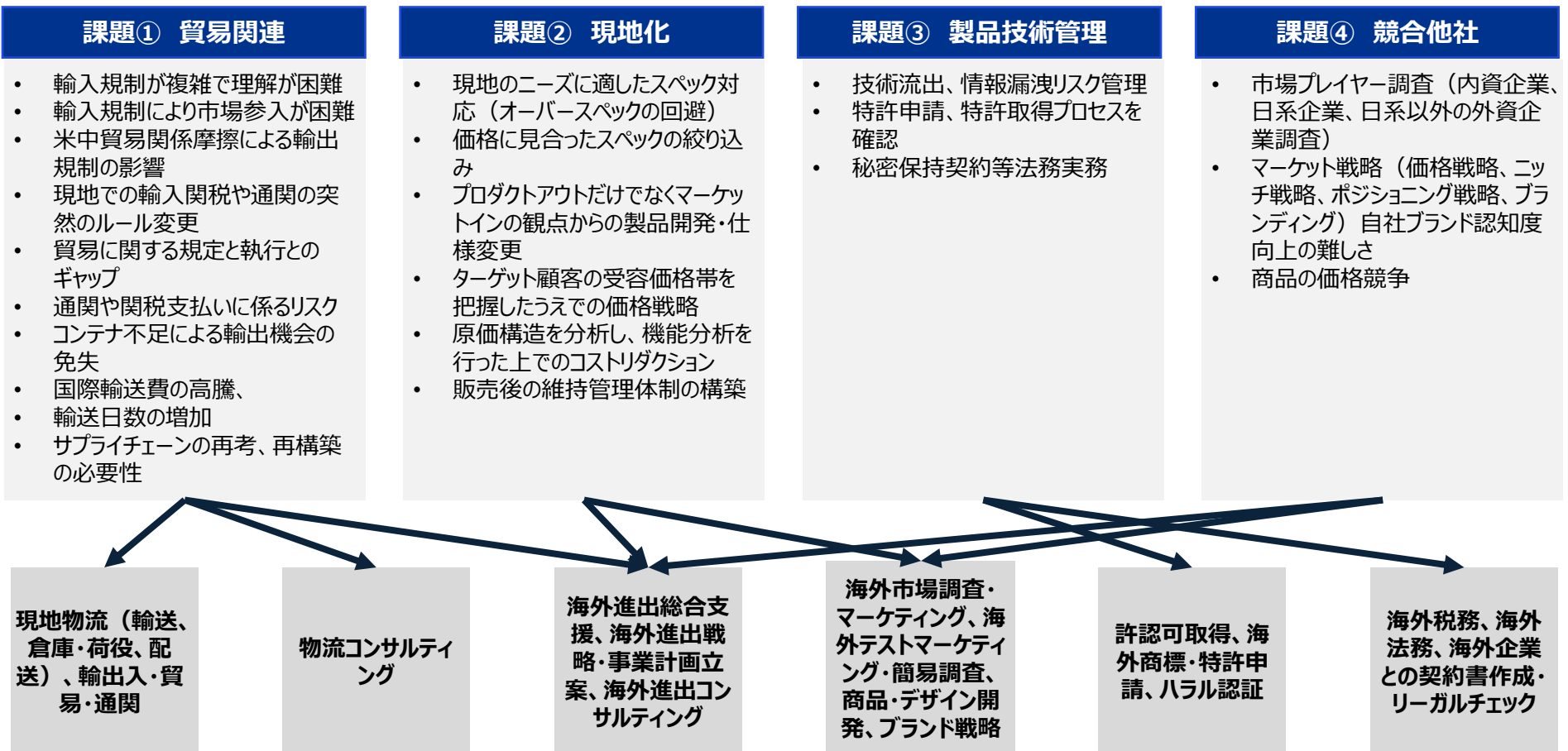
- 海外ビジネス展開に係る専門的な知見・経験不足を補う人材育成やリクルーティングに関連するビジネスを提供する支援企業が存在する。
- 社内の国際化のステップとして、高度外国人材紹介事業や外国人雇用支援事業を展開する企業が増加している。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①適材人材	株式会社Linc	来日外国人材の、住宅探し、就職・転職、アルバイト、大学入学など、マッチングサービスによって一気通貫でサポート。	不明	不明
①適切人材	リンクアンドモチベーション	経営学・社会システム論・行動経済学・心理学などの学術的成果を取り入れた、基幹技術「モチベーションエンジニアリング」を用い、多くの組織と個人の変革をサポート。	32,644	1,493
②人材育成	神田外語キャリアカレッジ	外国語大学や専門学校を母体とする教育機関として、語学を起点にグローバル社会における課題の解決やプロジェクトを推進できる人材の育成に取り組んでいる。	不明	不明
②人材育成	株式会社One Terrace	人財流動化を促す新たなプラットフォームを提供するため、人材、システム、マーケティング支援を実施。ベトナム、インド、ミャンマーにも拠点を展開している。	不明	不明

03-2 モノに関する課題に取り 組む輸出支援ビジネス企業

輸出支援ビジネス企業（モノ）

- 国際輸送網の構築、国際輸送費用・時間の効率化に係る支援ビジネスを提供する企業へのニーズが高まっている。
- 海外進出に当たり社内での不足人材や経験・ノウハウを補うコンサルテーションや海外マーケット調査、ブランディング、製品の現地適合性調査といった支援ビジネスの需要は引き続き旺盛である。
- 現地法制や輸出入規定、知的財産権保護といったソフト面での支援の重要性が高まっている。





輸出支援ビジネス企業（モノ）

- 特定国への進出を支援する海外進出コンサルティングを担う企業から、輸出書類の作成が可能なソフトウェアの提供まで幅広い輸出支援ビジネスが存在する。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①貿易関連	HERD COMMODITIES LLC	貨物の航空・海上輸出入サービスを提供する。	不明	10人未満
①貿易関連	cargoflip	中小企業のサプライチェーン管理をソフトウェアで支援する。	不明	不明
①貿易関連	FasTrack Global Expansion Solutions	輸出に関わる企業のすべての部門（経営幹部、マーケティング・営業、研究開発、生産、出荷・物流、財務）をサポートする。	不明	不明
①貿易関連	InterMart, Inc.	輸出書類の作成などを行うソフトウェアの提供する。	不明	不明
②現地化	EntryIndia	インド市場への進出を支援する。	不明	10人未満



輸出支援ビジネス企業（モノ）

- ドイツの特色として世界92 カ国140 都市に所在する在外ドイツ商工会議所（AHK）や、世界各国50 ヶ所以上に拠点を置くドイツ貿易・投資振興機関（Germany Trade & Invest : GTAI）が一般的な市場情報の提供から個別のコンサルティング、各プログラムにおけるデレゲーション等の企画・アレンジ等を担っている

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①貿易関連	J Bunting Beteiligungs AG	小売、貿易、eコマースに係る業務を広く取り扱っている業者であり、特に紅茶などの食品輸出を得意とする専門商社である。	209,105	11,922
①貿易関連	Schnellecke Group AG & Co. KG	陸上輸送フォワーダー。倉庫保管、ジャスト イン シーケンス方式による部品供給、モジュール アセンブリ、工場輸送及び梱包を自社独自のプラットフォームを活用して効率的に顧客に業務を提供している。	128,018	15,671
①貿易関連	Emons Spedition GmbH	サプライ チェーン全体の中で、道路、鉄道、航空、海上、ロジスティクスのすべての輸送モードをカバーし、最適な輸送方法を顧客に提供している。	42,280	1,473
②物流	Jumia Technologies AG	アフリカの経済をオンライン化し、中小企業や大企業の成長と新しい消費者へのリーチを支援し、新しい世代が生活を築き、コミュニティをより良くするためのソリューションを提供している。	19,555	4,484
④競合他社	RSM GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft	顧客の海外進出時の会計・税務相談から、海外展開計画のサポートを行っている。また、進出先での会社設立の支援業務も行っている。	15,807	840



輸出支援ビジネス企業（モノ）

- 国際物流支援やEコマースによる販売支援など行っている。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
②物流	CROWN WORLDWIDE PTE LTD	倉庫の設置から、システムの設置、商品の受け取り、保管、配送の継続的なロジスティクスまで、アウトソーシングサービスを提供している。	不明	不明
②物流	N-Box Shipping Pte. Ltd.	輸入業者と輸出業者が製品を最初から最後まで簡単に出荷できる、物流プラットフォームを提供している。	不明	不明



輸出支援ビジネス企業（モノ）

- ExportBoucher.comに登録している企業のうち、総合物流サービス（国際輸送+現地物流）を提供する企業数は101社、国際輸送サービスを提供する企業数は79社である。物流サービスを提供する会社が物流に関するコンサルティングを提供することも多く、また業界団体 Korea International Trade Association（KITA）では中小企業に対して無料の助言サービスも提供している。
- 製品の現地化や現地ニーズに則した商品開発を前面に支援メニューとしている輸出支援ビジネス企業はほとんどいない。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高 (百万円)	従業員 (名)	KITAによる助言サービス
①貿易関連	Hanwha Corp	韓国の大手総合商社。火薬、防衛、貿易、機械の4つの事業分野で事業を展開。貿易事業では原料から消費財まで幅広く扱う。	5,077,848	4,751	韓国貿易協会（KITA）は、中小貿易業者の物流改善を支援し、競争力強化を後押しするためのコンサルティングを無料で提供する支援を実施した。 【期間】2019年4月～（1度のみ利用可） 【専門家】フォワーダー、倉庫業、保険業、商社等の実務者、専門家 【対象企業】中小企業先着100社 【支援対象企業選定基準】 ・ 韓国国内に事業所を有する中堅・中小企業 ・ 自社の物流に改善意志のある企業 ・ 自社の現状および物流に関する定量データを提出できる企業 【サービス内容】 ・ 輸出入、物流の診断と効率化 ・ 輸出入運送費の削減 ・ 全体的な輸出入物流手順 ・ FTAの活用と関税 ・ 保険の最適化 ・ 倉庫利用効率化など （参考： https://www.kita.net/mberJobSport/cmmrcPrcafsSport/IgistCnsl/disconsultClinic.do）
①貿易関連	Hyundai Glovis Co Ltd	総合物流事業社。車両輸送サービス、保管サービス、インバウンド・アウトバウンド物流、国内物流サービス、一般貨物、軍事物流、コンサルティング・サービスを提供。また、インバウンドおよびアウトバウンドの物流システムを通じて、追跡、留置、到着予定時刻などの情報を体系的に提供。	2,093,142	1,631	
①貿易関連	CJ Logistics Corp	総合海運・物流企業。コントラクトロジスティクス、フォワーディング、海上輸送、宅配、国際エクスプレス、引越サービスなどロジスティクス・サービスを提供。	1,090,190	6,351	
①貿易関連	Seobu T&D Co Ltd	石油販売と石油化学事業が主要業務。貨物ターミナルの運営や貨物自動車用駐車場の賃貸も行っている。	9,297	531	
①貿易関連	Dongbang Transport Logistics Co Ltd	韓国の国際貨物フォワーダー。港湾荷役、陸上輸送、海上輸送、重量物輸送・据付、フェリー荷役、海外輸送サービスを提供。	57,274	735	
③製品技術管理	金・張法律事務所	韓国最大規模の総合法律事務所。1973年に設立。	不明	260人以上	
④競合他社	Nemo Partners	韓国の地場経営コンサル。230名のコンサルタントを擁し、経営コンサルティングサービスを提供。	不明	230	



輸出支援ビジネス企業（モノ）

- 中堅・中小企業の貿易を支える物流企業や、特定商材を取り扱う専門商社など分野が多岐にわたり、専門性を極める形で多様化している。
- 本邦企業の海外展開が盛んになるにつれ現地法制や知的財産権、会計・税務などの法的、税務的なソフトスキルを提供する企業も比例して増加している。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①物流	西濃シエンカー株式会社	DBシエンカーが全世界に展開するロジスティクスネットワークと西濃運輸の日本全国をカバーする輸送網の双方を効果的に活用し、幅広いロジスティクス業務を基幹としたサプライチェーンソリューションを提供。	—	300
①物流	横浜冷凍株式会社	国内に展開されている物流ネットワークを活用し、水産品・農畜産物などの冷蔵・冷凍保管事業と、水産品・農畜産品などの加工・販売・輸出入を行う食品販売事業を展開。	115,257	1,652
②貿易	日本通運株式会社	国内外地域における貨物自動車運送表や倉庫業を行うロジスティクス事業を軸とし、警備輸送事業、重量品建設事業、物流サポート事業を展開。	1,763,282（連結）	73,350（連結）
②貿易	豊島株式会社	各種繊維品（綿花・羊毛等の素材から、原糸、テキスタイル、製品まで）の卸売、輸出入及び三国間貿易を展開し、ビル用大型電気機器及び建設資材の販売、ビル設計・施工・監理を行う。	181,450	574
③製品技術管理	須藤内外国特許事務所	中小企業の知財活動に関して、特許や商標等の出願から権利化後や紛争解決までサポート。	—	—

03-3 カネに関する課題に取り 組む輸出支援ビジネス企業

輸出支援ビジネス企業（カネ）

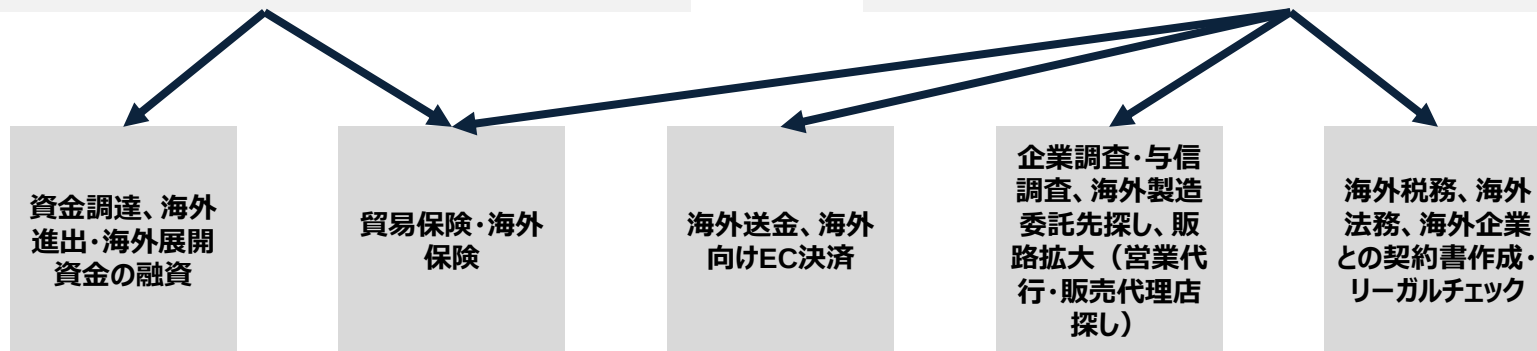
- 大企業に比べ資金面で劣る中堅・中小企業にとって海外事業展開に係る事業資金の提供は公的機関が重要な役割を果たしている。
- 外国企業や外国に居住する消費者を相手にした与信管理、決済管理、送金管理、資金保安全管理はが民間企業が重要な役割を果たしている。

課題① 金融

- 海外事業展開に係る事業資金の確保及び借入先の確保
- 貿易保険実務対応

課題② 債権管理

- 決済手段に係るリスク
- 販売先に関する情報不足（与信管理の難しさ）
- 海外送金に係る障害
- 債権回収、債券保全に係るリスク





輸出支援ビジネス企業（カネ）

- 金融機関では貿易を行う企業向けのソリューションの提供だけでなく、米国輸出入銀行や海外民間投資公社（OPIC）の政府保証を活用した、中長期的なプロジェクトへの資金調達の支援も行っている。決済処理サービスを提供するフィンテック企業も多数存在する。また、アメリカの中小企業庁は、中小企業に対して直接資金を貸し出すのではなく、パートナーである金融機関と中小企業との間の金銭消費貸借契約の保証を行う。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①金融	WELLS FARGO	銀行であり、貿易・サプライチェーンファイナンス（グローバルなネットワークを活用し、リスクの軽減、コストの削減、サプライチェーン取引の合理化の支援）などのソリューションを提供する。	不明	不明
①金融	PayPal Holdings Inc.	PayPalアカウント間やクレジットカードでの支払い、口座振替による送金を行うサービスの提供する。	25,371(100万USD)	30,900
①金融	Galileo Processing Inc.	BtoBペイメントプラットフォームなど多様なフィンテックを活用したサービスを提供する。	1,242	381



輸出支援ビジネス企業（カネ）

- 資金面に関しては、民間企業よりも公的な機関が中心となって中堅・中小企業を支援している。AKA ドイツ輸出信用銀行（AKA-Bank）やKfW-IPEX 銀行（復興金融公庫（KfW）の輸出・プロジェクトファイナンス部門）、ドイツ投資開発公社（Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft m.b.H（DEG））などが輸出支援を行う。さらに経済エネルギー省委託の下、ユーラーヘルメス信用保険会社（Euler Hermes AG）が輸出信用保証・投資信用保証などを提供している。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①金融	CRIF Burgel GmbH	B2B2C ビジネスに係るID管理、リスク管理、および不正管理を念頭に統合的なソリューションを提供している金融情報サービスプロバイダー。	7,930	305
②債権管理	Easycash GmbH	Eコマースやオムニチャネルにおける決済処理サービス提供プロバイダー。決済端末のサブスク販売や世界各国の支払い手段への対応を図ることによりドイツ企業の海外展開をサポート。	78,557	1,254
②債権管理	"Real" Inkasso GmbH & Co. KG	売掛金の期日管理、督促代行、回収遅延債権のほう手続きの代行といった債権回収サービス プロバイダー。	7,238	240



輸出支援ビジネス企業（カネ）

- シンガポールには金融サービス企業（Fintech）が多く存在し、輸出に関連して、送金サービスや決済サービスなどを支援している。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（人）
②債権管理	InvoiceInterchange	オンラインで請求書を販売することで、キャッシュフローを得る仕組みを提供している。	不明	不明
②債権管理	M-DAQ Pte. Ltd.	アラジンという電子商取引プラットフォームを提供している。外国為替リスクを軽減すべく、購入時点の為替レートで取引が可能である。	不明	不明
②債権管理	2C2P	包括的な決済プラットフォームを提供しているフィンテック企業である。	不明	不明
②債権管理	Codapay	ゲームに特化した独自のショップサイトを運営しており、またCodapayという決済サービスも提供している。	不明	不明
②債権管理	MatchMove Pay Pte Ltd.	バーチャルアカウントや国際送金システム等を活用し、経費管理やデジタルバンキングなどのプラットフォームサービスを提供している。	不明	不明

輸出支援ビジネス企業（カネ）

- 金融機能としては一般の市中銀行、地方銀行に加えて、輸出入、海外投資、対外経済協力に必要な金融商品（各種ローン、各種保証、ファクタリング、信用状、各種投資等）を提供する韓国輸出入銀行が主要な役割を果たしている。
- 韓国貿易保険公社は様々な貿易保険商品を提供し、また国内外企業の信用調査も行う。
- 決済サービス、企業調査・信用調査の支援は、主に民間企業が担っている。
- 法律に基づく債権回収や債権保全を支援する法律事務所は韓国国内で約1400がある。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①金融 ②債権管理	Samsung Life Service Claim Adjustment Co., Ltd	年金保険、医療保険、企業福祉保険などの商品、退職年金商品、企業・家族向け住宅ローンやクレジットローンなどのローン商品、資金・信託管理 商品などを提供。 2000年1月法人化。	20,088	2,331
②債権管理	Hecto Financial Co Ltd	決済処理サービスのサプライヤー。リアルタイム銀行振込、バーチャルアカウント、携帯電話課金、ギフトバウチャー、クレジットカードによるオンライン決済などのサービスを提供。	100,460	426
②債権管理	Kginicis Co Ltd	クレジットカード、デビットカード、電子送金処理、ポイントカード、POS機器などの決済サービスなど総合的なサービスを提供。	97,257	234
②債権管理	NICE Information Service Co Ltd	企業格付、個人格付、企業情報、資産運用、債券評価等のサービスを提供。また、ATM、CD VAN、クレジットカード決済、税務会計、キャッシュマネジメント等の金融サービスも提供。	46,592	723
②債権管理	Korea Ratings Corp	債券、ABS、CPなどの有価証券の信用格付サービスや企業価値評価サービスを提供	10,045	187



輸出支援ビジネス企業（カネ）

- 中堅・中小企業の海外事業展開を支援する公的機関が資金、貿易保険といった金融面からのサポートを展開している。
- エコマースの進展により越境市場での代金決済サービスを提供する支援ビジネスは民間企業が中心となっている。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①金融	日本政策金融公庫	中小企業事業では、多様な中小企業・小規模事業者に対して、融資、信用保険、証券化支援といった多様な金融手法を活用しながら、それぞれの企業に見合った形での幅広い支援を行っている。	11,612,700	7,436
①金融	日本政策投資銀行	出資・融資・債務保証等の業務を基本として、新金融技術を活用した業務と、社債や長期借入金による資金調達に加え、国の財政投融资計画に基づく財政融資資金、政府保証債等の長期・安定的な資金調達を行う。	145,694	1,257
②債権管理	GMOペイメントゲートウェイ 株式会社	GMOインターネットの子会社として、決済代行事業を軸に、決済活性化事業、金融関連事業を展開し、電子商取引をはじめとした事業者に対し、決済処理サービス及び EC 周辺サービスを提供。	50,298（連結）	714（連結）
②債権管理	株式会社 メタップス	ファイナンス及びマーケティングを2つの事業の柱としながら、新たにDX支援事業を立ち上げ、SaaSサービスの展開や、ブロックチェーン技術を活用した新規サービスの開発を提供。	5,739（連結）	229（連結）

03-4 情報に関する課題に取り組む輸出支援ビジネス企業

輸出支援ビジネス企業（情報）

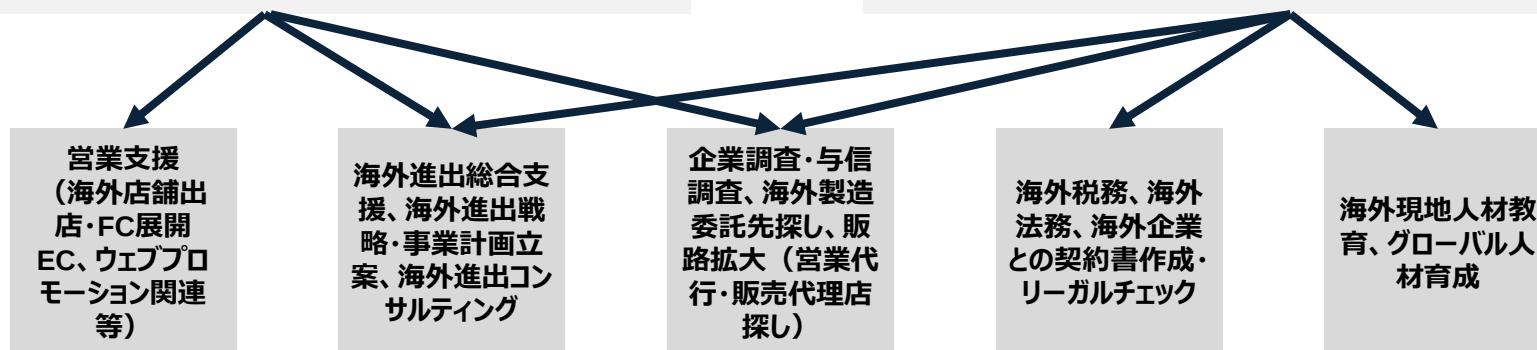
- 現地でのビジネスパートナー確保は重要な経営課題となっている。そのような環境下においては、現地のマーケット情報収集・分析、ビジネスパートナー探索、海外進出に係る支援ビジネスのニーズが高い。
- 海外進出をサポートするプラットフォームとしてオンライン、オフラインでの海外事業展開支援プラットフォームの提供ニーズが高い。

課題① ビジネス関連情報

- 販売先に関する情報不足
- ECサイトや提携相手に関する情報不足
- 経済インフラ・社会インフラに係る情報不足
- 情報漏洩やサイバー攻撃への懸念

課題② 事業計画

- 適切な収支計画を策定するだけの売上情報、経費情報、投資情報、キャッシュフロー情報を収集できない
- ビジネスプランを策定する情報を収集できない
- サプライチェーンの崩壊





輸出支援ビジネス企業（情報）

- ウェブマッチングプラットフォームや世界中の輸出入貿易データを集めたデータベースを運営する企業、デジタル技術を活用してビジネスの効率化をはかるソフトウェア企業などが存在した。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①ビジネス関連情報	EXPORTHUB	取引先となるサプライヤーやメーカーを探すためのプラットフォームを運用する。	不明	不明
①ビジネス関連情報	Datamyne	世界中の輸出入貿易データを集めたデータベースを運営する。	不明	不明
②事業計画	Liquidity Services Inc	余剰在庫をオンラインマーケットプレイスで販売し、余剰在庫による損失の発生を防ぐ小売り向けサービスなどを提供している。	27,694	614
②事業計画	Salsify Inc.	EC向けデジタルセルフ（顧客が商品の発見や検索、購入の際に利用する、小売業とのあらゆるデジタルなタッチポイントのこと）などを提供している。	14,947	840



輸出支援ビジネス企業（情報）

- 従来の見本市や展示会といったオフラインでのイベント企画からWebやインターネット技術、SNSを活用したオンラインでの海外事業展開が中心となりつつある

解決する課題	企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（名）
①ビジネス関連情報	Zaland SE	ファッションおよびライフスタイル関連商品を取り扱うウェブサイトおよびアプリを運営。	1,345,129	17,043
①ビジネス関連情報	Mutares SE & Co KGaA	ヨーロッパに本社を置き、アジア、アフリカ、アメリカ大陸に拠点を持つEコマース業者。とりわけ自動車・二輪といったオートモーティブ分野、これに関連したサービスパーツ、グッズを取り扱っている。	325,305	14,129
①ビジネス関連情報	Takkt AG	Eコマース事業者。とりわけ業務用機器のB2Bオムニチャネル流通を得意とし世界に耐久性の高いビジネス機器を販売している。	153,035	2,712
①ビジネス関連情報	eBay GmbH	二酸化炭素排出量削減を目指したEコマースプラットフォームを提供。二酸化炭素排出量の少ない製品や中古品の活用を目指したECプラットフォームを展開	156,305	151
①ビジネス関連情報	ad pepper media International NV	デジタルマーケティングを展開。世界 50 か国以上の顧客に対してオンライン マーケティング戦略を開発している。	14,497	249
①ビジネス関連情報	Smaato Holding AG	デジタルマーケティングお活用した顧客の収益化をサポート。独自のプラットフォームを顧客に提供しマーケティングサポートを実施している。	4,259	167



輸出支援ビジネス企業（情報）

- シンガポールでは、海外から企業を誘致し、輸出支援ビジネスに関して、会社設立手続きなどの初期段階から業務実施フェーズに至るまで、包括的に支援する企業が多くみられる。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①ビジネス関連情報	TREND MICRO (S) PTE LTD	クラウドセキュリティやネットワーク監視、IoTセキュリティ等のセキュリティ製品を提供している。	不明	不明
①ビジネス関連情報	EB2BCOM (ASIA PACIFIC) PTE LTD	ベンダー企業やインテグレート企業と連携して、セキュリティコンサルティング、サイバーセキュリティの導入サービス等を提供している。	不明	不明
①ビジネス関連情報	Y Ventures Group Ltd	世界の主要ブランドと提携し、さまざまなオンライン市場を通じて複数国で製品を販売しているEコマース企業である。	3,354	25

輸出支援ビジネス企業（情報）

- 中小企業の抱えるビジネス関連情報、事業計画に関する課題は、中小零細の地場経営コンサルが支援している。中小企業を主要顧客としている地場の主要なコンサルはNemo Partners、KPC、KMACである。
- Samsung SDS、SK C&C、Entru Consultingが韓国国内の「3K」はシステムインテグレーターとしてITコンサルが主軸事業。McKinsey、Bain、BCG等の大手戦略系コンサル、IBM、アクセンチュア等のIT系コンサル、KPMG、EY等の会計系コンサルの顧客は大手企業が中心である。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①ビジネス関連情報 ②事業計画	Nemo Partners	韓国の地場経営コンサル。230名のコンサルタントを擁し、経営コンサルティングサービスを提供。	不明	230
①ビジネス関連情報	NAVER Corp	韓国を代表する検索ポータルサイトやLINEを提供。ニュース、辞書、地図、デジタルコミックコンテンツ、SNS、Eコマース、動画、オンライン決済をベースとしたフィンテックサービス、クラウドサービスを提供している。	655,210	4,678
①ビジネス関連情報	iMarketKorea Inc	産業資材を中心としたEコマース企業。資材調達サービス、グローバル調達サービス、原材料調達サービス、企業向けB2Bショッピングモールサービス、調達・戦略に関する総合コンサルティングなどのサービスも提供。	301,050	427
①ビジネス関連情報	Echomarketing Co Ltd	デジタルマーケティング支援。データマーケティング、モバイルマーケティングのサービスを提供。	22,072	245
①ビジネス関連情報	FSN Co Ltd	デジタルマーケティング支援。メディアによる一貫したマーケティング・コミュニケーションを提供。デジタル技術を駆使した最適なソリューションを提供。	20,358	108



輸出支援ビジネス企業（情報）

- 新型コロナウイルスの蔓延や国際物流費用の高騰を受け、中堅・中小企業が進出先国に赴く機会が減少している。
- Webシステムを活用した電子商取引、オンライン展示会・見本市といったICT技術を活用した輸出支援ビジネスへの期待が高まっている。

解決する課題	企業名	業務内容	売上高（百万円）	従業員（名）
①ビジネス関連情報	株式会社ジグザグ	越境EC支援サービス『WorldShopping BIZ』を開発・運営。海外販売を始めたい事業者向けに、多言語対応・海外決済・海外配送までを行う。そのほか、売り手だけではなく、買い手の海外ショッピング支援を行う。	—	—
①ビジネス関連情報	株式会社SECAI MARCHE	生鮮食品ECプラットフォームを展開。生産者に必要な受発注、決済、物流等のフルフィルメントソリューションを一貫して提供し、東南アジアのホテル・飲食店200社以上の顧客が利用している。	—	—
①ビジネス関連情報	株式会社インドネシア総合研究所	インドネシアの市場調査、進出サポート・コンサルティング、SNSを活用したプロモーション、通訳翻訳、セミナーでの講師派遣を提供。	—	—
①ビジネス関連情報	株式会社かいほつマネジメント・コンサルティング	ODAを通じた途上国での調査・分析、専門技術の移転や住民・組織の強化を目的としたプロジェクトを実施。企業が海外進出するための市場調査やパートナーの発掘、事業運営にかかるアドバイスなど提供。	—	—
②事業計画	株式会社ピアラ	ヘルスケア&ビューティ及び食品市場の通販DX事業を軸に、事業開発から商品開発、インフラ整備、ブランディング、オンライン・オフラインでの新規顧客の獲得から既存顧客の育成等を、一気通貫の専門ソリューションとして提供。	12,657（連結）	189（連結）

03-5 特に参考になる事例



特に参考になる事例（Flexport：デジタルフォワーダー）

企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
Flexport	国際貨物フォワーダー、ソフトウェアサービス	不明	1000～5,000人	デジタルフォワーダー	https://www.flexport.com

企業概要

- 2013年に創業。カリフォルニア州サンフランシスコが本社の非上場企業。
- Flexportはグローバル貨物輸送およびロジスティクスプラットフォームを提供する。
- 競合企業はIcontainers（スペイン）、Shippio（日本）。

輸出支援ビジネスの概要（顧客、ニーズ、サービスの種類等）

- 従来、特に国際貨物の場合、サプライチェーン上には多くの物流業者や書類が介在し、各種貿易業務、フォワーダー業務に多くの工数がかかっていた。デジタルフォワーダー貿易業務をクラウド上で一元管理し、可視化・効率化を実現するサービスを提供するビジネスモデルである。
- 公式ホームページでは、価格表の公開をしていない。

輸出支援ビジネスのビジネスの概要



いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- あらゆる物流を簡単に追跡：海上、航空、陸上での貨物の追跡ができ、マイルストーンの更新、例外アラート、陸揚げコスト、在庫の影響を瞬時表示。
- 多くの過程・作業を削減：物流サプライチェーンに関わるすべての人・過程のスピードアップを実現。
- より適切な意思決定のためのデータを提供：顧客のより適切な意思決定のため、輸送時間、着荷コスト、コンテナ利用率などの指標にデータを構造化し、保存、提供。

インパクト

- 同社サービスを利用した顧客1社あたり、年間平均208時間の業務量の削減に寄与した。
- 30万トン以上の温室効果ガスをオフセットし、顧客の環境負荷の軽減に貢献。

※ロゴ、画像、企業概要はFlexport社のホームページより引用。



特に参考になる事例（行吟信息科技有限公司：インフルエンサーマーケティング・ソーシャルコマース）

企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
行吟信息科技有限公司 Xingin Information Technology (Shanghai) Co., Ltd.	ECマース	27,281百万円	不明	ECプラットフォームの運営、倉庫・物流サービス、ネット決済サービス等	https://www.xiaohongshu.com/

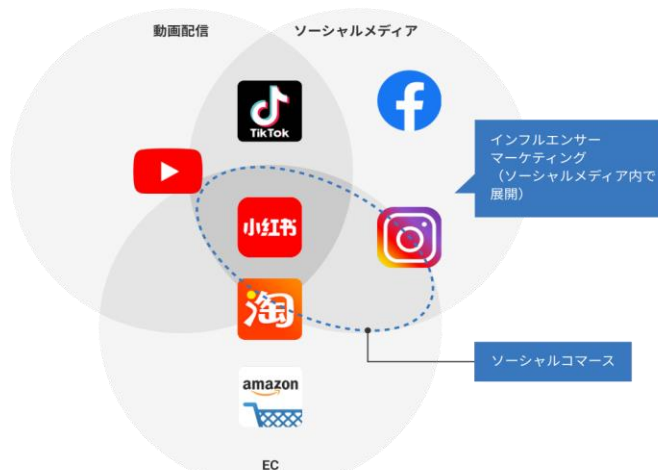
企業概要

- 2013年に創業。中国上海が本社の非上場企業。
- 中国のSNSおよび電子商取引プラットフォーム（小紅書）を運営している。
- 市場は中国が中心。一方で、Twitter、Meta、Instagram等の米国企業でもソーシャルメディアとECマースが接続する動きが活性化している。

輸出支援ビジネスの概要（顧客、ニーズ、サービスの種類等）

- インフルエンサーマーケティングは、インフルエンサーを活用して商品・サービスの宣伝を行うビジネスモデル。ソーシャルコマースは、ソーシャルメディアから直接商品を購入するビジネスモデル。
- 行吟信息科技有限公司（小紅書）の主要な収入源は広告主からの広告収入。
- 料金はインフルエンサーのプロフィール、フォロワー数等によって大きく異なるのが一般的。公式ホームページでは、価格表の公開をしていない。

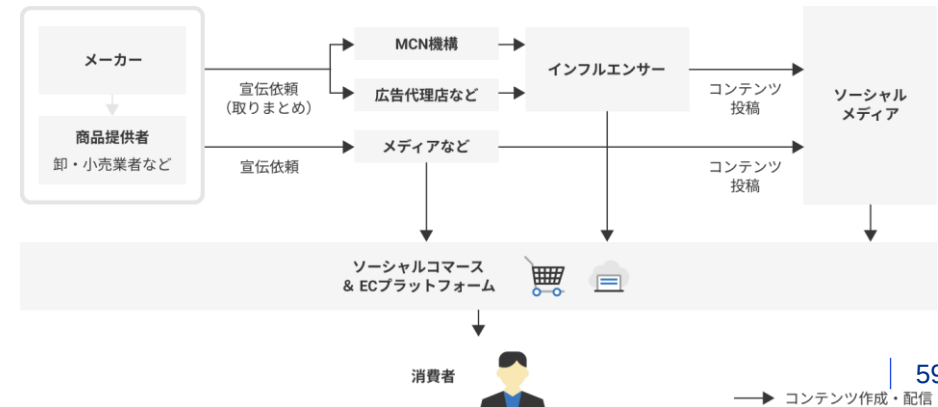
インフルエンサーマーケティングとソーシャルコマースの領域



いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- ソーシャルメディアの利用時間は2010年前半から大きく拡大している。インフルエンサーによるマーケティングは効果が高く、顧客に売上拡大の機会を提供している。

コンテンツ作成・配信のバリューチェーン



※本スライド内の画像は全てSpeedaから引用

特に参考になる事例（Tridge：農産品特化型のオンラインプラットフォーム）

企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
Tridge	物流、サプライチェーン	不明	501～1000人	食品・農産品の買い手と売り手をマッチングさせるオンライン取引プラットフォームの開発・運営	https://www.tridge.com/

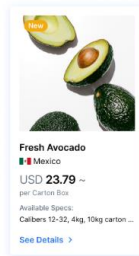
企業概要

- 2015年に創業。顧客が世界中の食品・農産品供給を活用するためのソリューションを提供するオンラインプラットフォームを運営する非上場企業。
- 取引（Transaction）における世界市場のギャップを埋める(Bridge)ことで世界貿易を実現することをビジョンに掲げる。TridgeはTransactionとBridgeを掛け合わせた造語。
- 事業展開国は60か国。農産品を中心に扱う商品数は1400品目。

輸出支援ビジネスの概要（顧客、ニーズ、サービスの種類等）

- Tridgeがサプライヤーとして必要工程を全て管理し、顧客が求める商品を届けするソリューション『Tridgeフルフィルメントソリューション』を開発・運営
- 世界の食品・農産品の買い手と売り手をマッチングさせるオンライン取引プラットフォームを開発・運営。150か国以上の食品・農産物をリーズナブルな価格で調達可能。
- 公式ホームページでは、価格表の公開をしていない。

Tridgeフルフィルメントソリューションのビジネスモデル



Request for Quotations
 Selected Product: Fresh Avocado, Mexico 🇲🇪
 Your Contact Information: Esther Howard, SunnyVile Production - South Korea, esther@sunnyvile.com, 821025274680
 Destination Country: - Select Country -
 Submit

Why Import from Tridge?
 ✓ Safe transaction
 ✓ Quality-assured products
 ✓ Hassle-free shipment
 ✓ Various origins and specifications
 Some of our notable buyers who trust us:
 Alibaba, Dole, Walmart, Costco, Lotte Mart, Indofood, ABInBev

いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- グローバルに食品と農産品を通年、供給することが可能になる。
- 全てのリスクはTridgeが負い、顧客が詐欺等のリスクを負わない。
- Tridgeが配送各ステップでの品質管理を担う。
- グローバルおよびローカルカバレッジを有する物流網を持つ。

※画像・ロゴは同社ホームページより引用



特に参考になる事例（Sourcing Playground）

企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
Sourcing Playground	ソフトウェア	不明	不明	サプライヤー/工場のデータベースやインサイトの提供	https://sourcingplayground.com/sourcing-solutions/

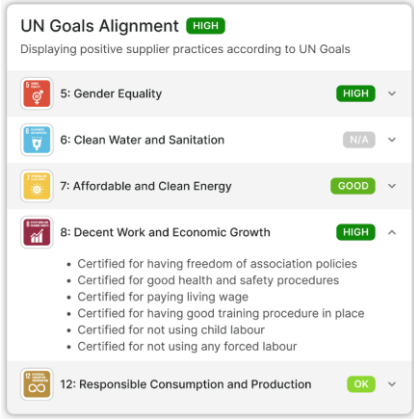
企業概要

- Sourcing Playgroundは、2017年に設立された英国を拠点とするSaaSスタートアップ企業である。
- テクノロジーを活用してサプライチェーンに環境・社会的インパクトを与えるとともに、企業が透明性を最大化し、業務をデジタル化できるようにすることを目指す。

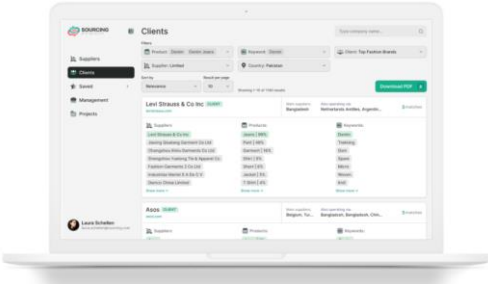
輸出支援ビジネスの概要

- 200万社以上のサプライヤーや工場のデータベースを提供する。企業は本サービスを活用することで、ESGスコアや業界ベンチマークを活用してサプライヤーをより深く分析することが可能になる。
- データベースに基づいた企業のブランド、小売業者、生産工場とのグローバル取引に関するインサイトを提供する。その結果、企業は国別・製品別のマクロ分析が可能になり、生産量の増加や多様化に向けた新市場を特定できる。
- 公式ホームページでは、価格表の公開をしていない。

ESG関連スコアの分析イメージ図



データベースのイメージ図



いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- 中小企業単独のコネクションや情報網だけでは十分に得られない多数のサプライヤーを見つけることができる。調達要件に合ったサプライヤーとのマッチングがより容易になる。
- サプライヤーがESG関連スコアを満たしているのかを知ることができる。そのことによって、中小企業はサプライチェーンの透明性を向上させることができる。

※本スライド内の画像は全て企業ウェブサイトから引用

特に参考になる事例（Tradefox）

企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
Tradefox	ソフトウェア	不明	不明	リサイクルビジネスのデータベースやインサイトの提供	https://get.tradefox.co/about/

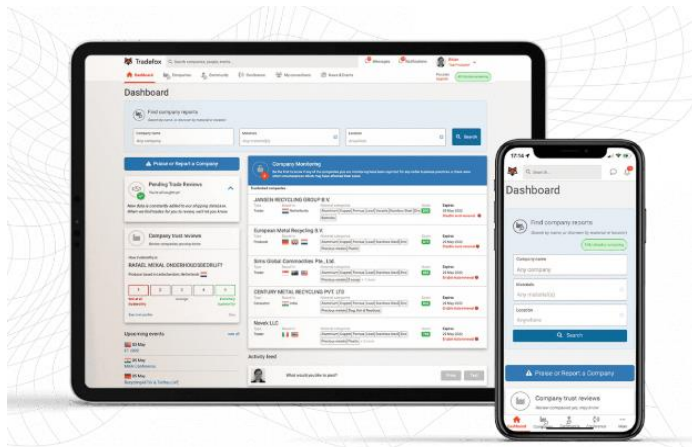
企業概要

- Tradefoxはオランダのスタートアップで、工業原料の売買や仲介を行う企業にB2Bソフトウェアソリューションを提供する。
- プラットフォームを通じて、ニュース、市場価格、取引先や競合他社のビジネス情報、金融サービス、文書作成ツール、オンラインマーケットプレイス、エンドツーエンドの取引ワークフロー管理およびファイナンスツールなどを提供する。

輸出支援ビジネスの概要

- 企業がTradefoxのプラットフォームを活用することで、工業原料取引のリスクが軽減され、取引も容易になる。テクノロジーによってコミュニケーションプロセスを統一することで、市場の非効率性を解消し、面倒な作業を減らし、ビジネスそのものに注力できるようにする。
- 月額125ドルの有料プランでは毎月50件の取引レポートを閲覧することができる。中小企業が導入しやすい価格水準である。

取引先ネットワークのモニタリングイメージ図



いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- 貿易を行うにあたって必要とされているコミュニケーションプロセスをテクノロジーによって統一することで、非効率性が解消される。人員が少ない中小企業にとって、事務作業にかかる時間を短縮することで、業務そのものに注力できるようになる。
- 私たちは、工業原料の貿易に関するあらゆるサービスをワンストップで提供するため、中小企業は多数の業者と契約せずに貿易を始めることができる。

※本スライド内の画像は全て企業ウェブサイトから引用

特に参考になる事例（IncoDocs）

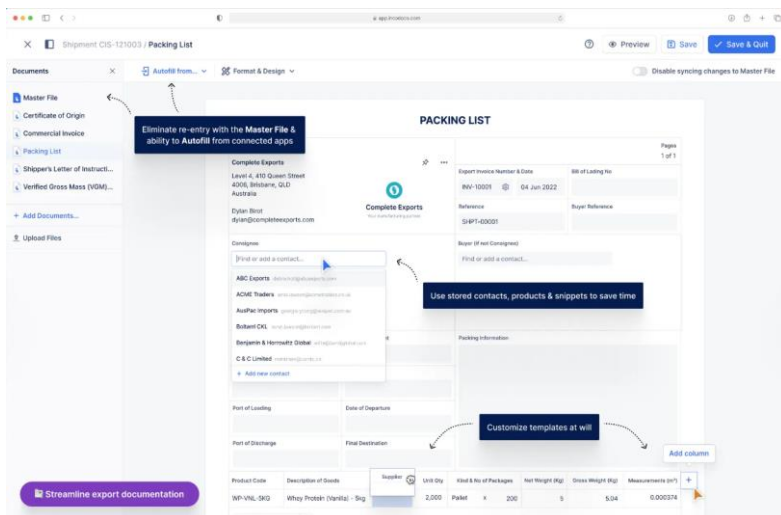


企業名	業種	売上高（百万円）	従業員（人）	サービス内容	ホームページ
IncoDocs	ソフトウェア	不明	不明	輸出文書作成ソフトウェアの提供	https://incodocs.com/

企業概要

- IncoDocsは2016年創立のオーストラリアのスタートアップで、中小企業のために安全な輸出文書作成ソフトウェアを提供している。自動化され、透明性の高い、完全なデジタル・サプライチェーンへの移行を加速させることを目標とする。そのために、中小企業のグローバルな貿易と文書作成を簡素化し、ペーパーレス作業を可能にするIncoDocsプラットフォームを開発した。

文書作成のイメージ図



輸出支援ビジネスの概要

- 企業がIncoDocsのシステムを活用することで、共有ワークスペースからデジタルで輸出文書に関する作業を行うことができる。また、IncoDocsのワークスペースを輸配送管理システム、会計システムなどのバックエンドシステムと統合することで、ドキュメント作成とその他のワークフローを自動化できる。
- 1 か月あたり300 件の書類を作成するプランは月額139ドルであり、中小企業が導入しやすい価格水準である。

いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

- 輸出を行うためには、必要とされる文書や事務手続きが多数存在する。人員の少ない中小企業にとって文書作成などの業務がテクノロジーによって簡略化されれば、より簡単に輸出ビジネスに取り組むことができる。

文書テンプレートのイメージ図



※本スライド内の画像は全て企業ウェブサイトから引用

特に参考になる事例（業界：スマートパッケージング）

スマートパッケージングとは

- 製品の保護といった通常の機能に加え、エンドユーザーや流通企業にとって有益な技術を取り入れた包装手法である。食品・飲料、医療・製薬、パーソナルケア業界を中心に多くの用途がある。
- スマートパッケージングは、輸出企業を直接的・間接的に支援する技術である。
- 市場性が高く、2021－2030年のCAGR5%と見込まれている。
- スマートパッケージングに関わるコストにより製品コストが上がるため、商業的な使用が限定されていることが課題になっている。

輸出支援ビジネスの概要（プレイヤーの一例）

- 食品・飲料業界：Pillsy（米国：スマートボトル製造）、Honeywell（米国：シリアル化ソリューション）、Tetra Pak（スウェーデン：AR技術）
- 製薬：Pfizer（米国：医薬品のシリアル化、医薬品の模倣品対策）
- その他：Antalis Packaging（スマートパッケージング）、Stora Enso（フィンランド：包装材・紙パルプ）、National Packaging Group（米国：段ボール）凸版印刷（日本：デジタルクーポン）

スマートパッケージングのバリューチェーン



スマートパッケージングの活用例

- 食品・飲料業界：賞味期限の延長や鮮度管理を行うセンサ、製品の品質、温度、水分量などを表示する電子ディスプレイ
- 製薬：医薬品のシリアル化によるトラッキング
- EC：寸法パッケージング（Dimensional Packaging）

いかに中小企業の輸出ビジネスのハードルを下げるか

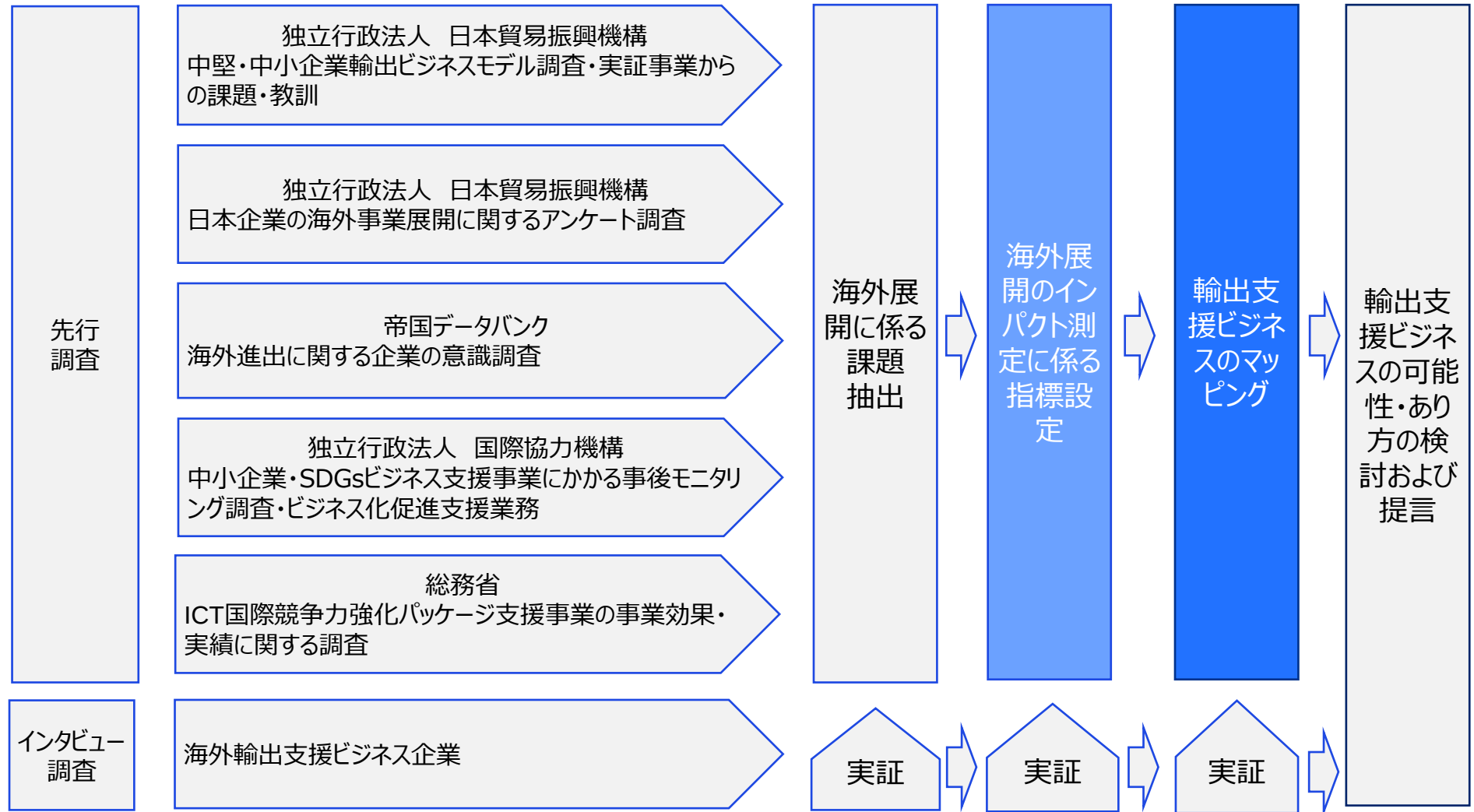
- 食品・飲料業界：スマートパッケージングにより食品ロスによる潜在的な売上減少を削減できる。
- 製薬業界：サプライチェーン上で生じる廃棄や模倣品による損失を低減でき、増収も可能にする。

※Speedaから引用

04

輸出支援ビジネスのマッピング

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（全体像）



輸出支援ビジネスのマッピング方法

- Step1では、「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」を基に、輸出支援ビジネスを類型化する。
- Step2では、マッピングを行うための8つの指標を設定する。
- Step3では、Step2で設定した指標別に輸出支援ビジネスをマッピングする。
- Step4では、マッピング結果をまとめた上で、本調査で深掘りする輸出支援ビジネスを絞り込む。

マッピングの流れ



Step1 : 輸出支援ビジネスの類型化

- 「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」の8つの「支援ジャンル」のサブカテゴリーレベルでマッピングを行う。類似のカテゴリーの支援にまとめて調査した。また、本調査では「インバウンド消費」を輸出支援ビジネスに加えて分析した。日本国内から越境してサービスや物品を輸出することだけでなく、旅前、旅中、旅後に外国人観光客向けに日本国内の物品やサービスを売ることもある種の輸出に値すると捉えた。

「Japanブランド」上のカテゴリー	1.海外ビジネス全般に関わるサポート	2.海外販路開拓・マーケティング・ブランディング		3.資金調達・保険	4.拠点設立	5.会計・法律	6.グローバル人材関連	7.貿易・物流	8.委託先・アウトソーシング	インバウンド消費
サブカテゴリー	海外進出総合支援	海外向けECサイト構築	海外向けEC決済	資金調達	海外会社設立・登記代行	海外法務	海外人材採用・紹介	現地物流	海外製造委託先探し	店舗型旅行代理店
	海外進出戦略・事業計画立案	多言語サイト制作	海外ECモール出品代行	海外進出・海外展開資金の融資	海外工場設立・工業団地・レンタル工場	海外企業との契約書作成・リーガルチェック	海外現地人材教育	輸出入・貿易・通関		オンライン型旅行代理店
	海外進出コンサルティング	海外WEBプロモーション	ソーシャルメディアで海外展開	海外保険	海外店舗出店・FC展開	海外税務・会計	グローバル人材育成	海外資材・材料調達		宿泊施設
	M&A	海外広告・プロモーション	企業調査・与信調査			海外商標・特許申請	就労ビザ申請代行	混載支援		レジャー施設
	通訳	海外市場調査・マーケティング	販路拡大（営業代行・販売代理店探し）							飲食
	翻訳	海外テストマーケティング・簡易調査	海外送金							小売り（コンビニ、免税店、ドラッグストア、百貨店等）
	海外視察	現地アポイント取得代行	現地日本人向けプロモーション							観光地域づくり法人（DMO）
	視察アレンジで共通	海外現地PRイベント開催	ハラル認証							医療ツーリズム
		海外展示会出展								旅客輸送
		商談会開催								コミュニケーション等

人材・パートナー探しに関する支援で共通

許認可等取得支援で共通

【分析上のカテゴリー凡例】

総合支援	営業
物流	人材・パートナー
金融	許認可・法務・会計等
インバウンド	

Step2 :輸出支援ビジネスのマッピングに用いる指標

■ 輸出支援ビジネスの特徴を特定し、マッピングするため、計9つの指標を設定した。

指標	設定理由	分類方法	情報ソース
①海外展開フェーズ	支援を時間軸で整理するため	海外展開計画策定、商談、契約、貿易手続など	『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索
②事業ライフサイクル	支援を①のは別の観点で時間軸から整理するため	導入期、成長期、成熟期、衰退期	『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索
③進出先国	支援を場所で整理するため	全世界、特定の国、イスラム教圏など	先行調査、ヒアリング
④取り扱い商材	支援を対象とする産業で整理するため	全産業、製造業（食品）、農林水産業など	先行調査、ヒアリング
⑤支援の種類	支援の種類を整理するため	ヒト、モノ、カネ、情報、その他	『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索
⑥企業のニーズの大きさ	ニーズの大きな支援を把握するため	大、中、小の3段階	先行調査、ヒアリング
⑦供給側の企業数	ニーズの供給量を把握するため	数値または%	『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索に掲載されている企業数
⑧支援の付加価値の大きさ	付加価値の小さな支援（誰がやっても内容・成果が同じ）を特定するため	大、中、小の3段階	先行調査、ヒアリング
⑨ビジネスモデルとしての新規性	各輸出支援ビジネスに含まれる新規性のあるビジネスを特定するため	新規性がある、新規性がないの2段階	先行調査、ヒアリング

Step3 : 指標別マッピング (①海外展開フェーズ、②事業ライフサイクル段階別)

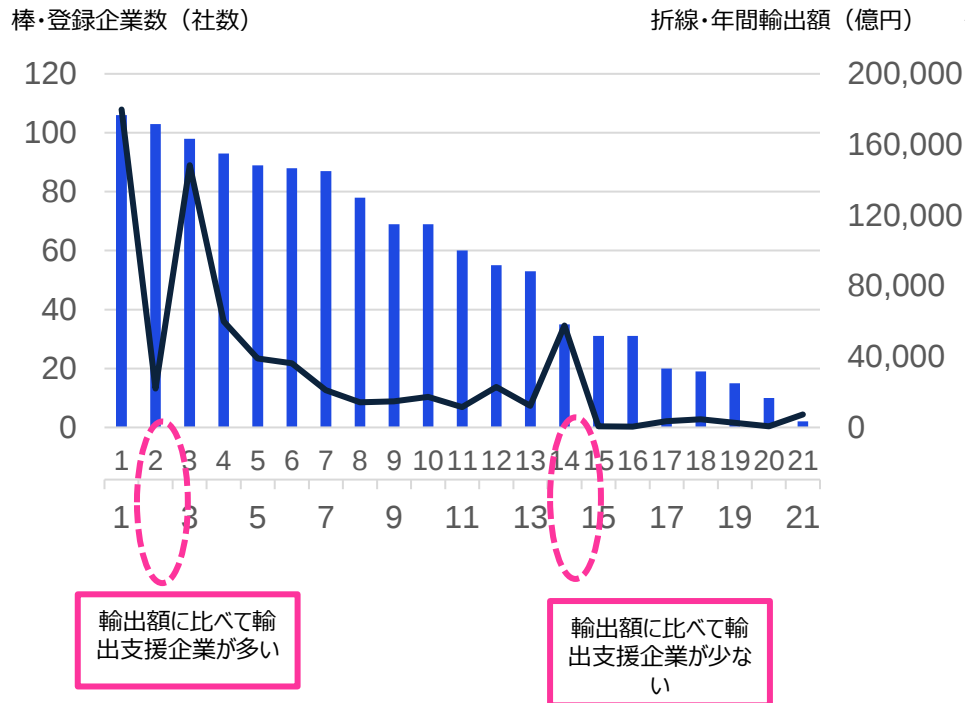
■ 各種段階毎の輸出支援ビジネスをマッピングすると以下の通りである。

段階		導入期		成長期		成熟期		衰退期			
カテゴリー・民間事業者		戦略策定段階		事業計画策定段階		計画実行・立上段階		販路拡大・面的拡大段階		出口段階	
総合支援	コンサル、商社、銀行等	①海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング									
		ワンストップ支援サービスの提供、専門家からのアドバイザー提供、新たなビジネスモデルの開発									
物流	陸運、海運、空運、宅配、倉庫、フォワーダー、商社	物流コンサルティング					混載支援 資材調達				
		①現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関									
金融	銀行、コンサル、VC、保険、決済	資金調達、海外進出・海外展開資金の融資									
		M&A					海外保険				
		各種公的支援（助成金、委託調査等）					海外送金、海外向けEC決済				
							M&A				
営業	コンサル、マーケティング、広告、EC	海外視察、現地アポイント取得代行					現地日本人向けプロモーション				
		海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略									
							海外店舗出店・FC展開				
							EC、ウェブプロモーション関連				
							海外展示会出展、海外現地PRイベント開催、商談会開催				
							特設サイトの提供				
人材・パートナー	人材派遣、信用調査、人材コンサル	企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し）									
		②海外人材採用・紹介、海外現地人材教育、グローバル人材育成									
		人材育成、オンライン講座等の提供									
		マッチング支援									
許認可・法務・会計等	法律事務所、会計事務所、コンサル、通訳	海外会社設立・登記代行、海外工場設立・工業団地・レンタル工場									
		海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック									
		許認可取得、海外商標・特許申請、ハラル認証									
		就労ビザ支援									
		通訳、翻訳									
		進出国に関する各種情報提供（Web、セミナー、アドバイザー等）									

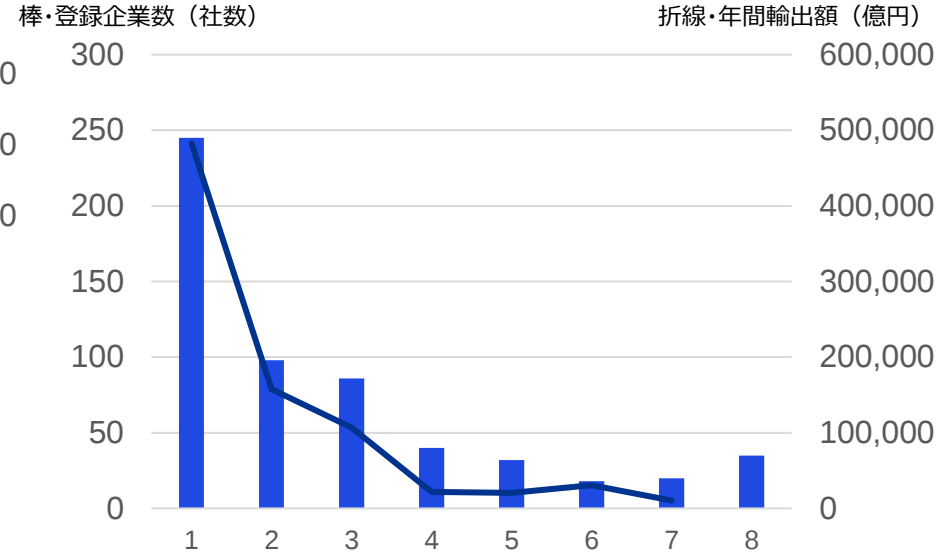
Step3 :指標別マッピング (③進出先国別)

- 図表「被支援企業の国別の傾向」(登録企業数(社数))は、「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」のデータベースに登録している企業が対応可能としている国・地域を集計した結果である。シンガポールは輸出額に比べて輸出支援企業が多く、韓国は輸出額に比べて輸出支援企業が少ないものの、概ね、登録者数の多く国・地域と日本からの国別・地域別輸出額は相関の関係にある。
- 日本からの輸出額は多いものの「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」にチェック項目がないため輸出支援企業の登録者数が不明な国もある(例えば、オランダ(日本からの輸出額14位)、メキシコ(同16位)、英国(同17位)、カナダ(同18位)、ロシア(同19位)、ベルギー(同20位)、UAE(同21位))。

被支援企業の国別の傾向



被支援企業の地域別の傾向



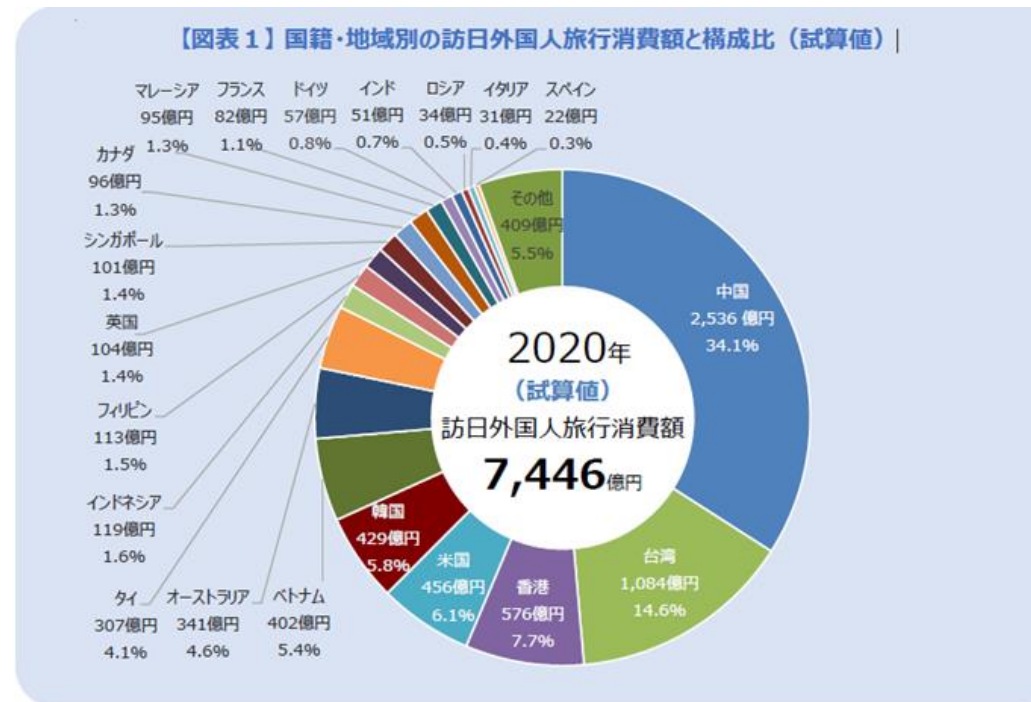
登録企業件数(左)は「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」に登録されている企業数。

年間輸出額(右)は財務省貿易統計「日本からの輸出国別」を基に作成。地域別の傾向に関して「北米」の件数はアメリカのみでカナダは含まれない。

Step3 :指標別マッピング（インバウンド消費カテゴリーの③進出先国別）

- 2020年1-3月期の1人当たり旅行支出を用いて試算した結果、2020年暦年の訪日外国人旅行消費額は7,446億円と試算された。（新型コロナウイルス感染症の影響により、4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査は中止）
- 国籍・地域別では、中国2,536億円（構成比34%）、台湾1,084億円（同14%）、香港576億円（同7%）、米国456億円（同6%）、韓国429億円（同5%）の順で多くこれら上位5カ国・地域で全体の68%を占める。

国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比（試算値）



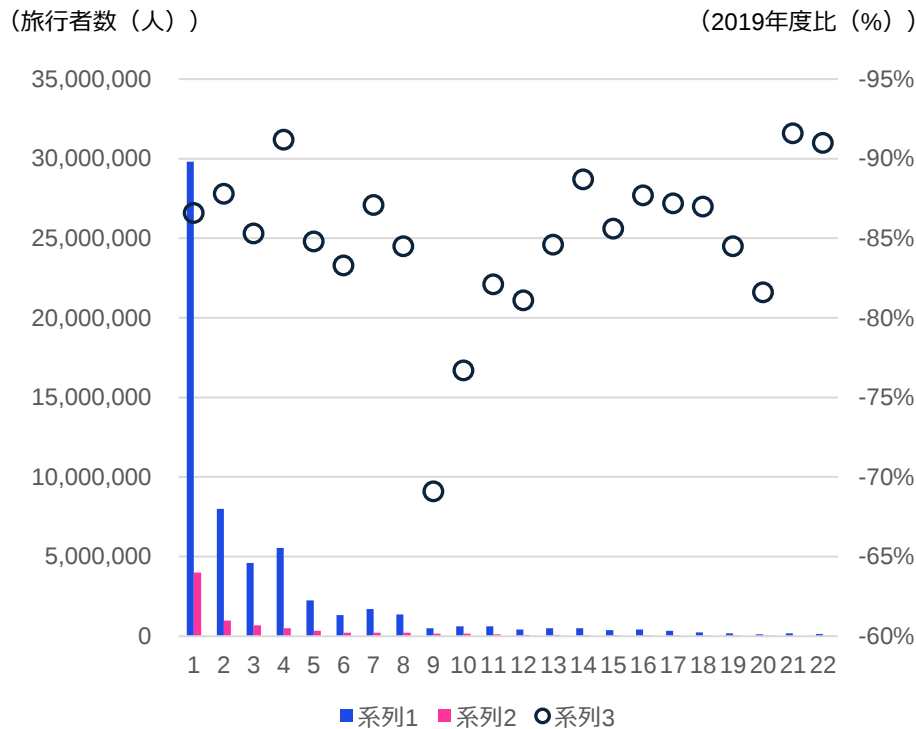
出典：観光庁「【訪日外国人消費動向調査】2020年の訪日外国人旅行消費額（試算値）」より引用

本資料に掲載している2020年の数値は試算値である。
本資料中の「クルーズ客」は船舶観光上陸許可者、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。
四捨五入による端数処理により、合計値が一致しない場合がある。

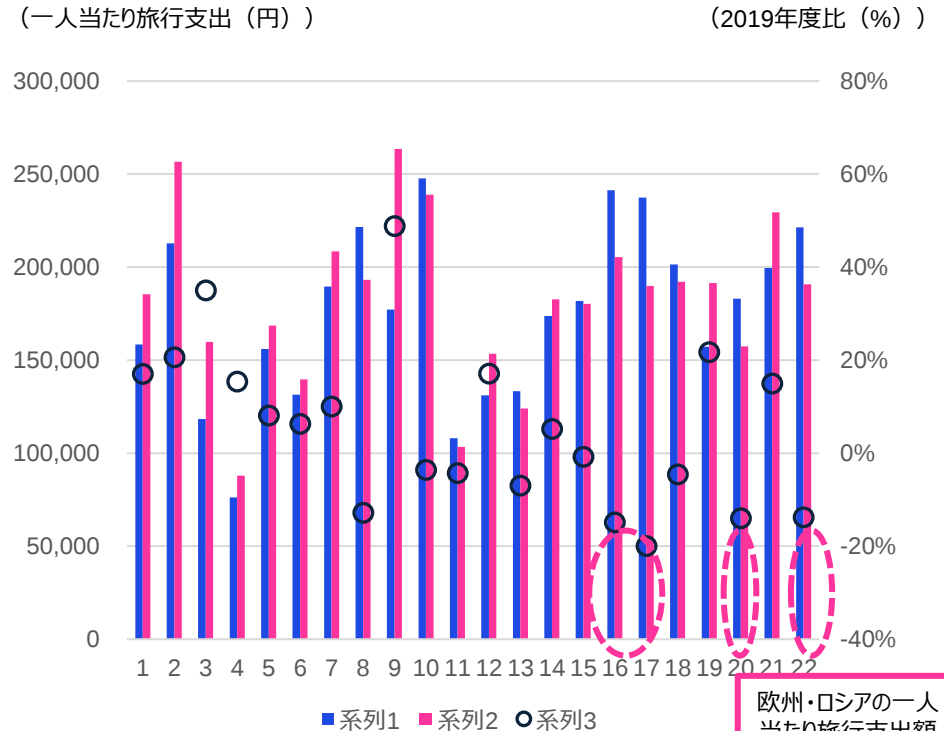
Step3 : 指標別マッピング（インバウンド消費カテゴリーの③進出先国別）

- 訪日外国人旅行者数は、全ての国籍・地域別で新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。
- 訪日外国人 1 人当たり旅行支出は、新型コロナウイルスの影響は限定的である。一人当たり旅行支出が増えた国がある一方、欧州諸国やロシアでは一人当たり旅行支出額が減少している。

国籍・地域別の訪日外国人旅行者数（試算値）
（新型コロナウイルス前後）



国籍・地域別の訪日外国人 1 人当たり旅行支出（試算値）
（新型コロナウイルス前後）



欧州・ロシアの一人
当たり旅行支出額
の減少が目立つ

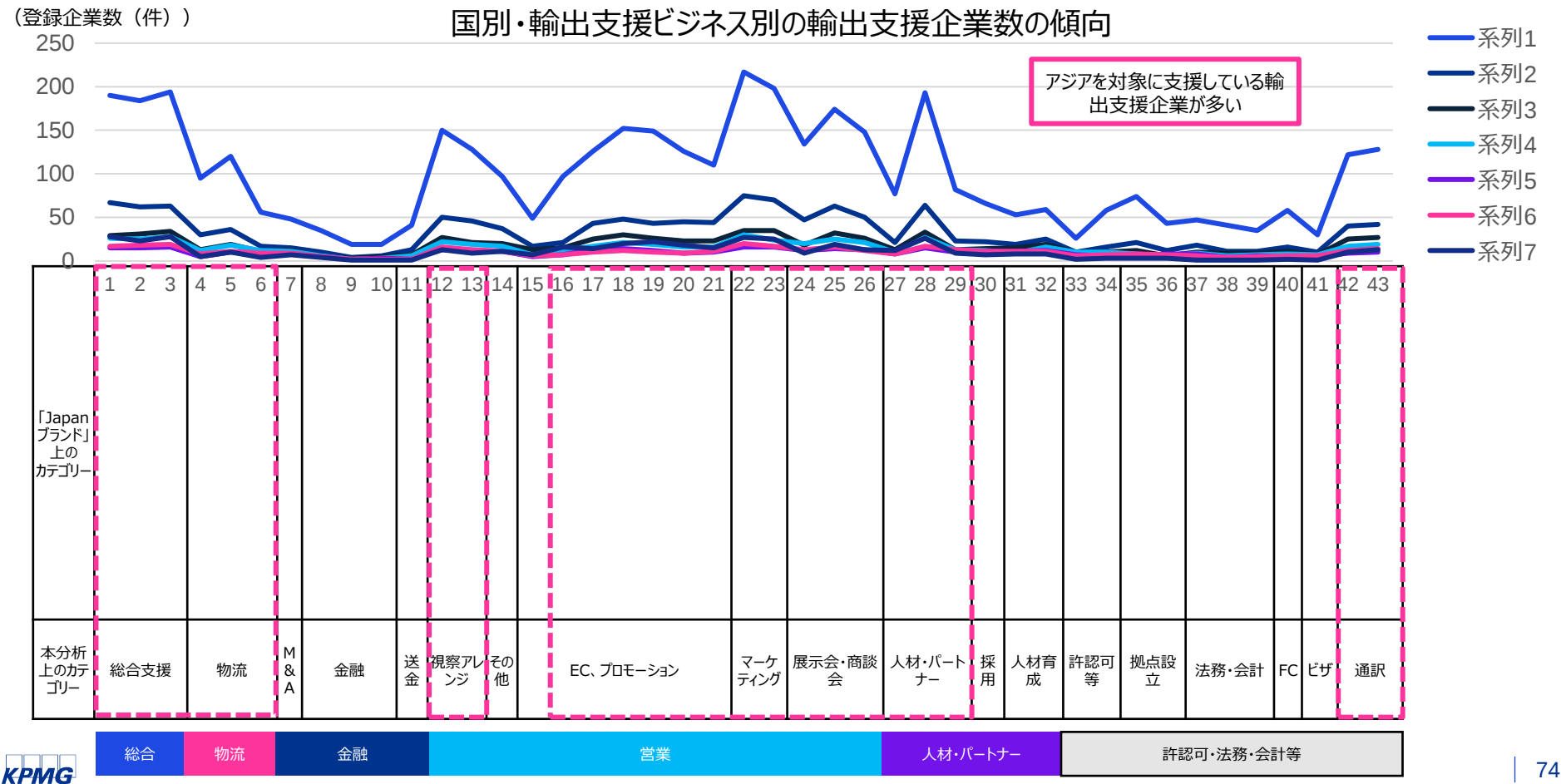
出典：観光庁「【訪日外国人消費動向調査】2020年の訪日外国人旅行消費額（試算値）」を基に作成

注1）出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2020年1-3月期調査結果

注2）出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」（暫定値）、法務省「出入国管理統計」船舶観光上陸許可数。一般客の旅行者数は、訪日外客数からクルーズ客の人数（船舶観光上陸許可数）を除いたもの。

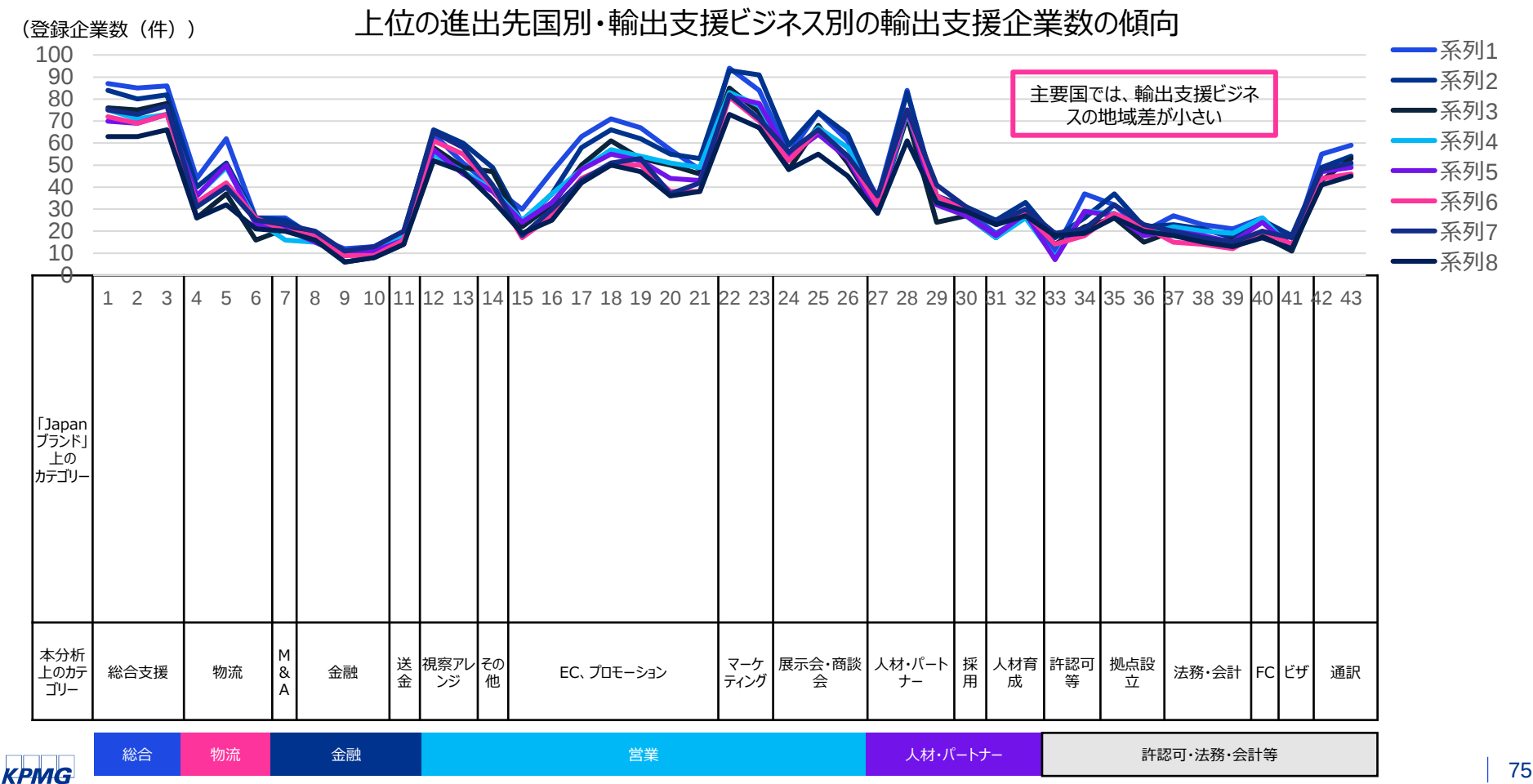
Step3 :指標別マッピング (③進出先国別)

- 輸出支援企業はアジアを対象とした支援が多い。
- 販路拡大・製造拠点を東アジア、東南アジア、南アジアに求める本邦企業が多いため、「総合支援」、「物流」、「視察アレンジ」、「マーケティング」、「展示会・商談会」、「人材・パートナー」、「EC、ウェブプロモーション」等の輸出支援企業は、特にアジアを対象に支援を提供している。
- 金融機関、会計事務所、法律事務所もアジアが多いが、相対的に地域差が小さい。



Step3 :指標別マッピング（③進出先国別）

■ 「『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」データベースに登録している企業が対応可能としている国・地域のうち、上位8か国の輸出支援ビジネスの傾向を確認したところ、前頁のグラフと比較すると、輸出支援ビジネスの地域差が小さいことがわかった。日本からの輸出の多い国には各種輸出支援ビジネスが整っている。

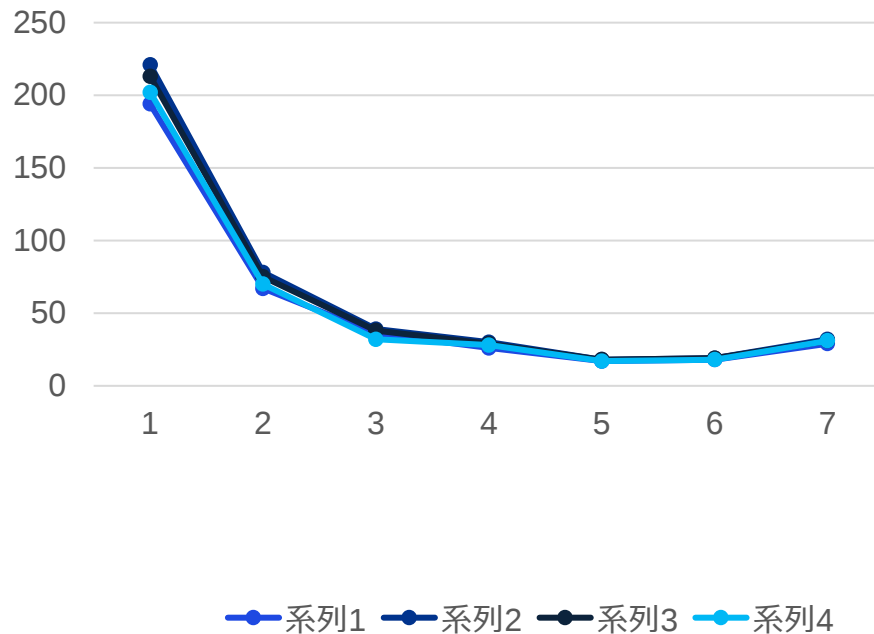


Step3 :指標別マッピング（③進出先国別）

- 被支援企業の海外展開段階を地域別に確認したところ、特筆すべき特徴は確認されなかった。
- 被支援企業が提供可能な輸出支援額を地域別に確認したところ、「指定なし」を除くと、全体的に101万円～500万円、501万円～1000万円が多い。

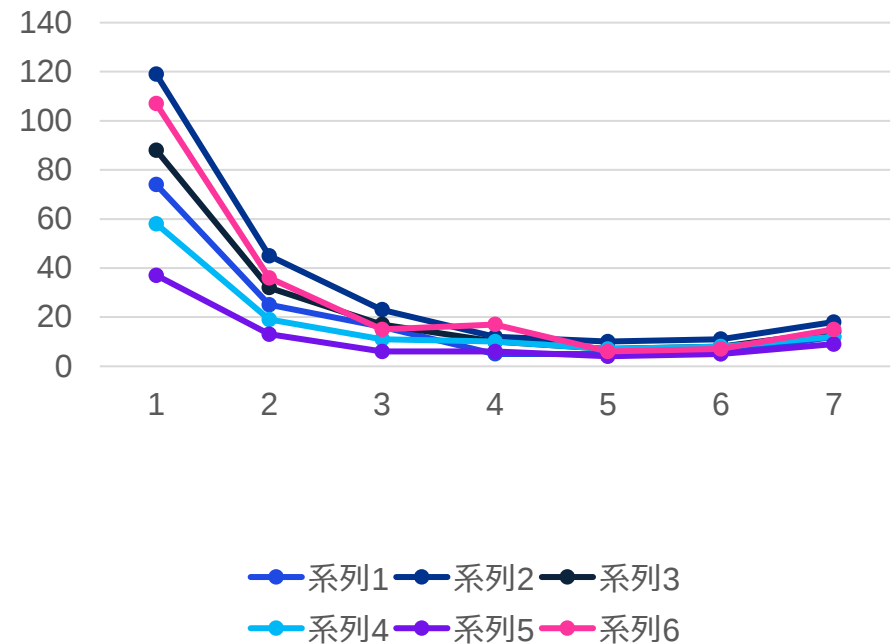
被支援企業の進出地域×海外展開段階

(登録企業数(件))



被支援企業の進出地域×提供可能な輸出支援額

(登録企業数(件))

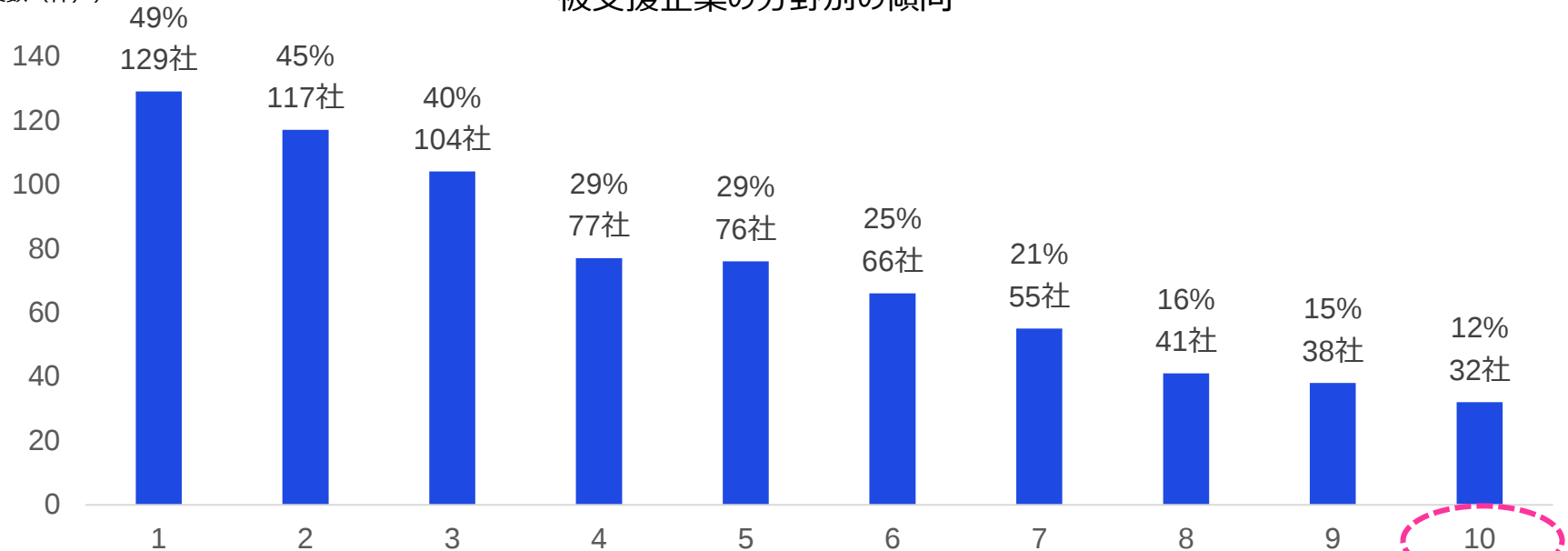


Step3 :指標別マッピング (④取り扱い商材・分野)

- 被支援企業の取り扱い商材・分野のうち最も多い商材・分野は製造業であった。次いで卸売・小売、飲食・外食、農林水産となっている。IT・通信は最も少なく、全体のわずか12%であった。
- 『JAPANブランド育成支援等事業』支援パートナー検索」に登録されている輸出支援企業のうち40%の企業は、取扱い商材・分野に関わらず全業種対応可能としている。

(登録企業数(件))

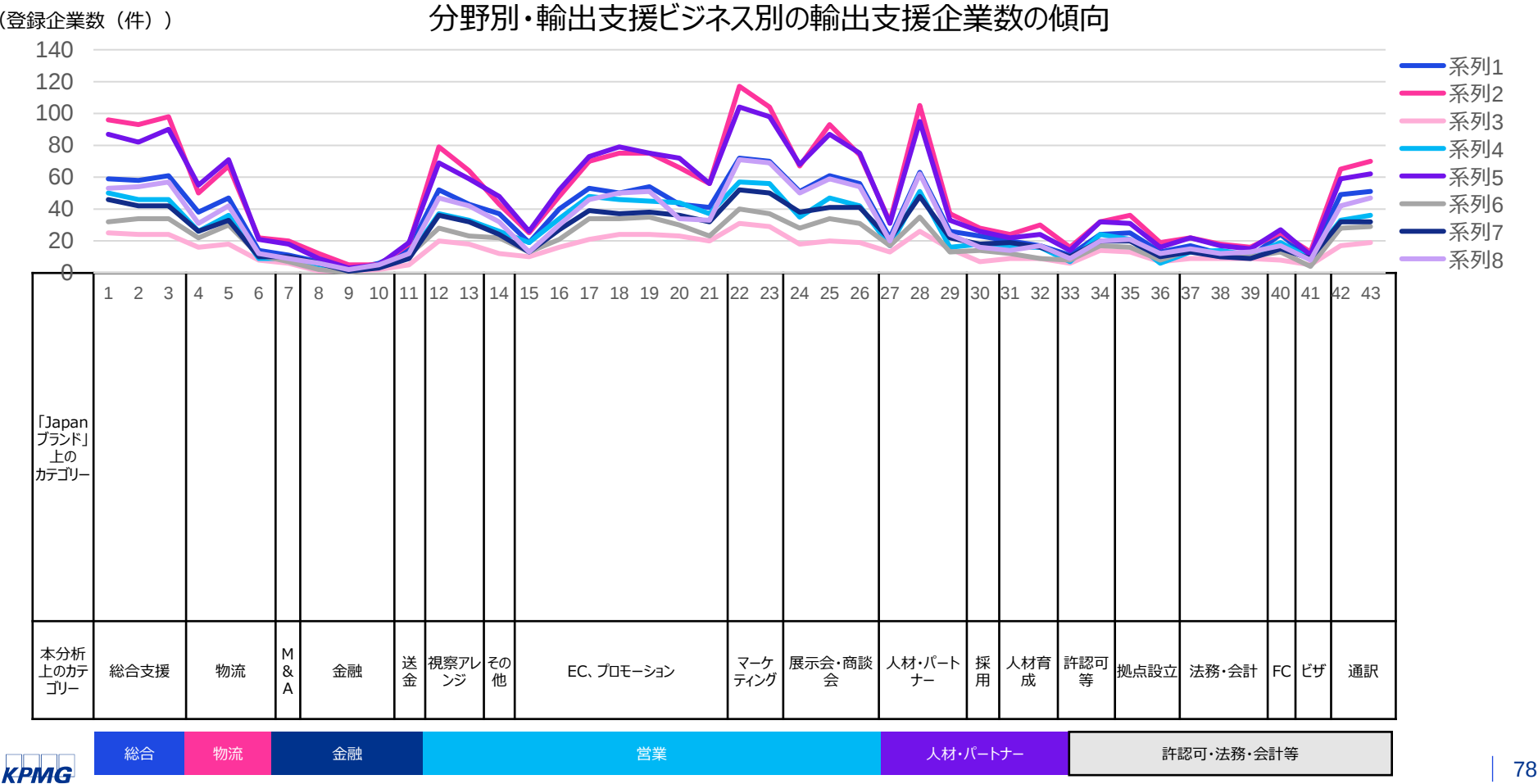
被支援企業の分野別の傾向



全業種対応可能な輸出支援企業は全体の4割いるものの、今日のデジタル社会の状況を鑑みて、IT・通信分野に対応可能な輸出支援企業が相対的に少ないことは問題である。

Step3 :指標別マッピング (④取り扱い商材・分野)

■ 「総合支援」、「視察アレンジ」、「マーケティング」、「展示会・商談会」、「人材・パートナー」、「EC・ウェブプロモーション」を提供する輸出支援企業の顧客は、製造業と卸売・小売業に多い。次いで多い傾向にあるのは、飲食・外食業と農林水産業である。



Step3 :指標別マッピング (⑤支援の種類)

- 各輸出支援サービスをヒト、モノ、カネ、情報に分類すると以下の通りである。支援の種類は対価の対象で分類している。ヒトは対価の対象が役務や人材である場合、モノは対価の対象が物品や書類である場合、カネは対価の対象がカネ（の流れ）である場合、情報は対価の対象が情報である場合に分類している。

類型	輸出支援ビジネス	ヒト	モノ	カネ	情報	類型	輸出支援ビジネス	ヒト	モノ	カネ	情報
総合支援	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング	○			○	人材・パートナー	企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大	○			○
物流	現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関	○			○		海外人材採用・紹介	○			
	物流コンサルティング・混載支援	○			○		海外現地人材教育、グローバル人材育成	○			
	資材調達		○			許可・法務・会計等	海外会社設立・登記代行、海外工場設立・工業団地・レンタル工場		○		○
金融	資金調達、海外進出・海外展開資金の融資			○			海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック	○			○
	海外保険		○	○			許認可取得、海外商標・特許申請、ハラル認証		○		○
	海外送金、海外向けEC決済			○			就労ビザ支援		○		
	M&A		○		○		通訳、翻訳	○			
営業	海外視察、現地アポイント取得代行				○	インバウンド	旅行代理店				○
	海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略		○		○		宿泊施設	○	○		
	海外店舗出店・FC展開		○		○		レジャー施設	○	○		
	EC、ウェブプロモーション関連		○		○		飲食		○		
	海外展示会出展、海外現地PRイベント開催、商談会開催		○		○		小売り		○		
							DMO	○			○
							医療ツーリズム	○	○		
							旅客輸送	○			
							コミュニケーション等	○	○		○

Step3 :指標別マッピング (⑥ニーズ)

- 新たな国での販売促進を目指す企業の総合支援に対するニーズは、導入期ほど高くなる。
- 昨今の政治経済情勢から自社サプライチェーンを見直す企業が多く、また物流DXをソリューションとして提供する支援企業が増えてきている。そのため、既に現地でオペレーションをしている企業の物流ニーズは高い。
- 公的機関からの補助金等を除くと導入期の金融ニーズは限定的であり、事業が成長するにつれて金融ニーズは高まる。

類型	輸出支援ビジネス	導入期のニーズ	成長期以降のニーズ	根拠
総合支援	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング	高い	中	• JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。」p.20 • (仮説) 総合的なコンサルに対するニーズは常に高い。一方、海外事業戦略・海外進出に対するコンサルティングに対するニーズは導入期以降は小さくなる
物流	現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関	中	高い	• JETRO調査によると、新型コロナウイルス、ウクライナ問題、物価・エネルギー価格の高騰等の影響を受け、バリューチェーン再構築の取り組みが求められている。また、JETRO調査によると、コロナ禍における海外市場開拓手段としてのEC活用が進展。輸出入に対するニーズは高まっている。
	混載支援、物流コンサルティング	中	高い	• 同上
	資材調達	低い	中	• JETRO調査によると、新型コロナウイルス、ウクライナ問題、物価・エネルギー価格の高騰等の影響を受け、バリューチェーン再構築の取り組みが求められている。現地物流に比べて、資材調達が必要な業種は主に税増業に限られ、その分ニーズは低い。
金融	資金調達、海外進出・海外展開資金の融資	高い	高い	• 補助金・委託金等の公的支援に対するニーズは常に大きい。一方、金融機関からの資金調達ニーズは、企業の進出段階によって異なる。導入期（計画最適段階）のニーズは小さく、計画実行段階になるとニーズが徐々に大きくなる。
	海外保険	低い	中	• 特定の国・商材のみでニーズがある。
	海外送金、海外向けEC決済	低い	高い	• (仮説) 導入期は売買機会が少ないが、成長期以降は売買機会が増え、送金・決済ニーズは高まる。
	M&A	低い	低い	• TDB調査（p.2「海外への進出状況（複数回答）」）によると、資本提携による海外進出は全体の1.7%、海外進出ある企業の6.8%。

Step3 :指標別マッピング (⑥ニーズ)

- 「販売・営業」を課題・不足事項として挙げる中堅・中小企業は多く、マーケティングや商談機会の提供、展示会への出展等、営業面の支援ニーズは導入期、成長期以降を通じて高い。
- 海外人材不足を自社の海外展開における課題として考えている中堅・中小企業は多い。ほぼ全ての事業フェーズにおいて現地パートナーの確保と海外人材の採用に関するニーズは高い。

類型	輸出支援ビジネス	導入期のニーズ	成長期以降のニーズ	根拠
営業	海外視察、現地アポイント取得代行	中	低い	JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。」p.20
	海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略	高い	中	- JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。」p.20 (仮説) 大規模投資を伴う投資に踏み切る前に、小規模でも市場の生の声、反応、反響を確認するニーズは大きい
	海外店舗出店・FC展開	中	中	- JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。」p.20 (仮説) 一度立ち上げれば、それ以降の支援ニーズは小さくなる。しかし、売買機会が増えれば次店舗出店等の支援ニーズは高まる。
	EC、ウェブプロモーション関連	中	中	- JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項として、「販売・営業」を挙げる企業の割合が最も高い。」p.20 (仮説) 一度立ち上げれば、それ以降の支援ニーズは小さくなる。しかし、売買機会が増えれば規模拡大等の支援ニーズは高まる。
	海外展示会出展、海外現地PRイベント開催、商談会開催	高い	高い	JETRO調査によると、販売見直しをしている企業のうち、中小企業では「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」(40.1%)は多い。P.40
人材・パートナー	企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大(営業代行・販売代理店探し)	高い	高い	- JICA調査の結果、信頼できる現地パートナーの確保は中小企業にとって最重要課題の一つ。海外事業に不慣れな企業にとってはニーズは特に高い。 - JETRO調査によると、販売見直しをしている企業のうち、中小企業では「バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進」(40.1%)や「自社製品・サービスの越境EC販売の開始・拡大」(31.2%)が多い。P.40
	海外人材採用・紹介	高い	高い	- JETRO調査「今後の最重要国・地域の課題・不足事項」において「人材」を挙げる企業の割合が2番目に高い。」p.20 「人材」では、国内での人材不足のニーズが大きい。P.21
	海外現地人材教育、グローバル人材育成	中	中	(仮説) 人材教育に対するニーズは高いが、即効性はなく、人材採用に比べるとニーズは低い

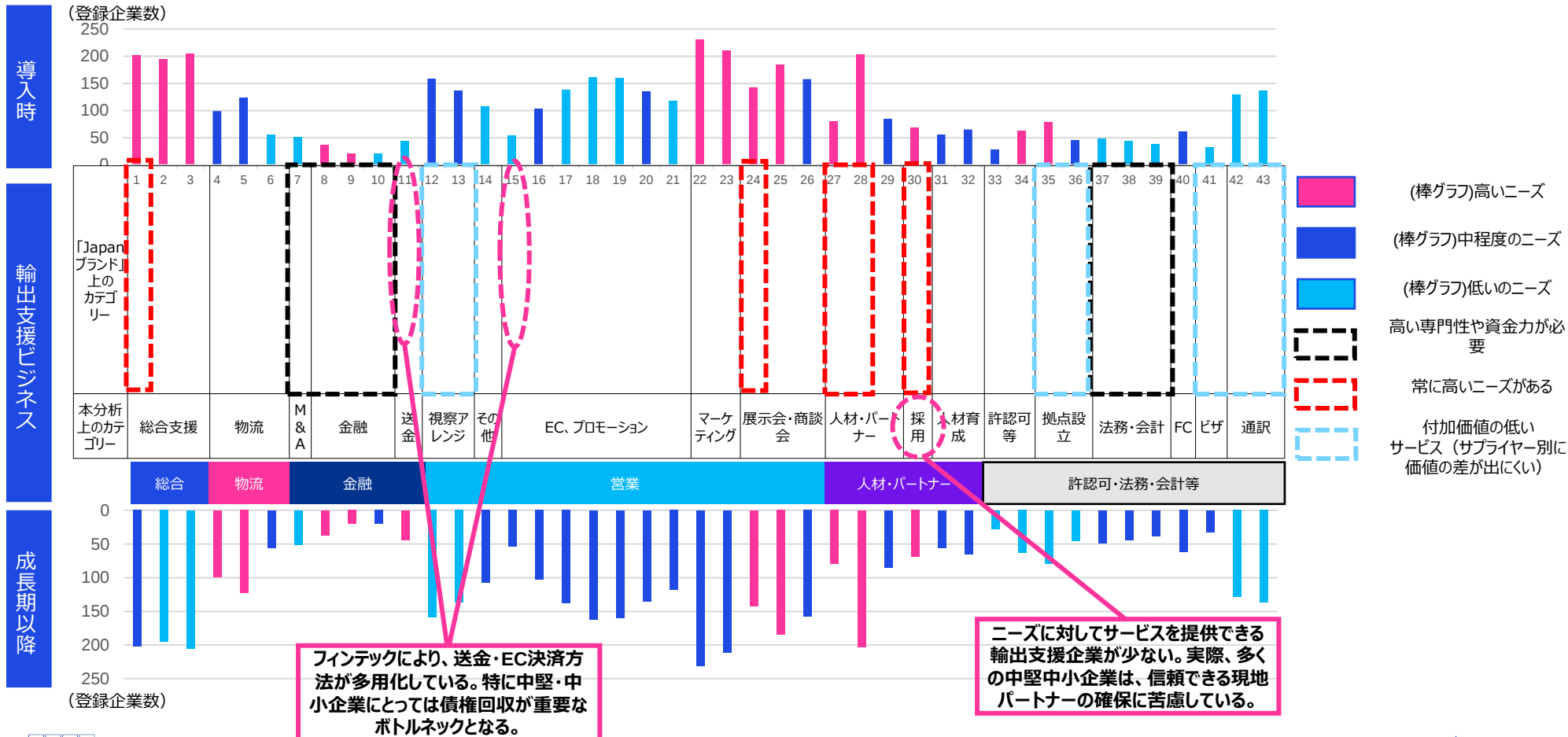
Step3 :指標別マッピング（⑥ニーズ）

- 現地法人を新たに設立したいと考えている中堅・中小企業は多い。特に導入期での現地法人の設立支援に関するニーズは高い。
- 海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェックは事業フェーズが進むほどニーズは高まる。

類型	輸出支援ビジネス	導入期のニーズ	成長期以降のニーズ	根拠
許認可・法務・会計等	海外会社設立・登記代行、海外工場設立・工業団地・レンタル工場	高い	中	• TDB調査（p.2「海外への進出状況（複数回答）」）によると、「現地法人の設立」を検討する企業（全体の8.1%）は「直接的な進出」をする企業（全体の13.7%）の中で最も多い。 • TDB調査（p.2「海外への進出状況（複数回答）」）によると、「生産拠点」を検討する企業（全体の5.5%）は「直接的な進出」をする企業（全体の13.7%）の中で2番目に多い。
	海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック	低い	中	• （仮説）導入期の企業の場合、相対的にニーズが小さい。成長期以降の企業の場合、相対的にニーズは大きい。
	許認可取得、海外商標・特許申請、ハラル認証	中	中	• 特定の国に進出する企業の場合、ニーズがある。
	就労ビザ支援	低い	中	• TDB調査（p.2「海外への進出状況（複数回答）」）によると、「直接的な進出」をする企業は全体の13.7%。こうした企業に対して成長期以降ニーズがある。

Step3 : 指標別マッピング (⑥ニーズ× ⑦供給側の企業数× ⑧付加価値)

- 参入障壁の低い領域、またはニーズの大きい領域では、輸出支援ビジネスのプレイヤー数は多い。
- 高い専門性や資金力が必要な領域、または、ニーズの小さい領域では、輸出支援ビジネスのプレイヤー数は少ない。
- ニーズの高い領域ではプレイヤーが多くなるが、海外人材の採用のプレイヤーは相対的に少ない。
- 中堅・中小企業にとっては債権回収が重要なボトルネックとなる。フィンテックによる新たな送金、決済方法が増えている中、輸出支援企業の数は少ない。



Step3 :指標別マッピング (⑨新規性)

- 総合支援、営業、人材・パートナーの輸出支援ビジネスの多くでDX関連案件は増えている。一方、サービスそのものに新規性はない。
- 物流面の輸出支援ビジネスでは、デジタル技術により物流・情報流の見える化が進み、効率的な国際輸送とトラッキングが可能になった。
- 金融面の輸出支援ビジネスでは、決済方法の多様化やブロックチェーン等の技術革新が起き、新たなビジネスが多く誕生している。

類型	輸出支援ビジネス	新規性のあるビジネス	主な輸出支援プレイヤー
総合支援	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング	DX関連案件は増えているがサービスに新規性はない	—
物流	現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関	物流DX デジタルフォワード	Shippio、Ship&Co Flexport(米)
	混載支援、物流コンサルティング	物流DX	新星流通サービス、白金運輸
	資材調達	特になし	—
金融	資金調達、海外進出・海外展開資金の融資	クラウドファンディング、ブロックチェーン（ICO、VALU等）	Campfire、READYFOR、カオ（韓国）、tZero（米国）
	海外保険	ネット完結型保険、DXによる全社変革の保険	アクサダイレクト生命、平安保険（中国）
	海外送金、海外向けEC決済	バーコード決済、キャリア決済、QR決済、仮想通貨決済	PayPay、Docomo、KDDI、メルカリ、Line STANDAGE、GMO ペイメントゲートウェイ、メタップス、SBI FinTech Solutions
	M&A	DX関連案件は増えているがサービスに新規性はない	—

類型	輸出支援ビジネス	新規性のあるビジネス	主な輸出支援プレイヤー
営業	海外視察、現地アポイント取得代行	特になし	—
	海外市場調査・マーケティング、海外テストマーケティング・簡易調査、商品・デザイン開発、ブランド戦略	DX関連案件は増えているがサービスに新規性はない	—
	海外店舗出店・FC展開	特になし	—
	EC、ウェブプロモーション関連	インフルエンサーマーケティング・ソーシャルコマース	ソーシャルワイヤー、UUUM、行吟信息科技有限公司（中国）
	海外展示会出展、海外現地PRイベント開催、商談会開催	オンライン展示会 Web3.0/DAO(分散型自立組織)での売買	EventHub、SoVeC、ドリコム
人材・パートナー	企業調査・与信調査、海外製造委託先探し、販路拡大（営業代行・販売代理店探し）	DX関連案件は増えているがサービスに新規性はない	—
	海外人材採用・紹介	転職プラットフォーム	LinkedIn（米） Bizreach、Wantedly
	海外現地人材教育、グローバル人材育成	DX関連案件は増えているがサービスに新規性はない	—

Step3 :指標別マッピング (⑨新規性)

- 許認可・法務・会計等の輸出支援ビジネスでは、デジタル技術を用いたリーガルテックサービスが誕生した。また、機械翻訳やAI翻訳による翻訳・通訳サービスも登場し、ウェブ上では無料のサービスも多く登場している。
- インバウンド消費面では、デジタルを用いた技術革新に加え、新型コロナウイルスの影響もあり、新たなビジネスが多く誕生している。

類型	輸出支援ビジネス	新規性のあるビジネス	主な輸出支援プレイヤー
許認可・法務・会計等	海外会社設立・登記代行、海外工場設立・工業団地・レンタル工場	特になし	－
	海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック	リーガルテック	リーガルフォース Hubble
	許認可取得、海外商標・特許申請、ハラル認証	特になし	－
	就労ビザ支援	特になし	－
	通訳、翻訳	機械翻訳	Microsoft (米) ポケットーク

類型	輸出支援ビジネス	新規性のあるビジネス	主な輸出支援プレイヤー
インバウンド	旅行代理店	バーチャル観光、オンライン観光	HIS、クラブツーリズム 他多数
	宿泊施設	在宅ワーク、ワーケーション	三菱地所、Workcation Portal
	レジャー施設	レジャーサブスク、メタバース /VR	ORIGRESS PARKS
	飲食	クラウドキッチン（デリバリー販売）、テイクアウト、モバイルオーダー	Kitchen Base、Oisix他多数
	小売り	RaaS(Retail as a Service)、D2C (Direct to Customer)	b8ta Japan、no-ma, by Reveal Kroger(米)、Amazon Go(米)
	DMO	特になし	－
	医療ツーリズム	オンライン診療	Medifellow、亀田総合病院、アポロ病院グループ (印)、セブランス病院 (韓国)
	旅客輸送	MaaS(Mobility as a Service)、カーシェア、自動運転、配車	トヨタ、ナイル、Sun Asterisk,Uber(米)、Waymo One (米)
	コミュニケーション等	C X (顧客体験) 訪日外国人向けの情報提供、自動翻訳・通訳	アクティバリューズ、エクスペリサス、mov、Kotozna、Payke

Step3 :指標別マッピング (まとめ)

	総合支援	物流				金融			
	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング	現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関	混載支援	物流コンサルティング	資材調達	資金調達、海外進出・海外展開資金の融資	海外保険	海外送金、海外向けEC決済	M&A
①海外展開フェーズ	導入期～成長期	導入期～成長期～成熟期	成長期～成熟期	導入期	成長期～成熟期	導入期～成長期～成熟期	成長期～成熟期～衰退期	成長期～成熟期	導入期、衰退期
②事業ライフサイクル	戦略策定～事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	戦略策定～事前計画策定	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	戦略策定～事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大～出口戦略	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	戦略策定、衰退期
③進出先国	世界中（アジアが特に多い）	世界中（アジアが特に多い）	世界中（アジアが特に多い）	世界中（アジアが特に多い）	世界中（アジアが特に多い）	世界中	世界中	世界中	世界中
④取り扱い商材（※全産業を除く）	全商材・分野（製造、卸売・小売が多い）	全商材・分野（製造、卸売・小売が多い）	全商材・分野（製造が多い）	全商材・分野（製造が多い）	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野
⑤支援の種類	ヒト、情報	ヒト、情報	モノ	ヒト、情報	モノ	カネ	モノ、カネ	カネ	モノ、情報
⑥企業のニーズの大きさ	大	中	中	中	中	中	中	中	中
⑦供給側の企業数	多（登録企業200社以上）	多（登録企業100社以上）	不明	不明	中（登録企業50社以上）	中（登録企業50社未満）	少（登録企業25社未満）	中（登録企業50社未満）	中（登録企業50社以上）
⑧支援の付加価値の大きさ	高	中	中	中	中	高	高	低～中	高
⑨ビジネスモデルとしての新規性	DX関連案件、支援のデジタル化は増えているがサービスに新規性はない	物流DX	デジタルフォワード	物流DX	特になし	クラウドファンディング、ブロックチェーン（ICO、VALU等）	ネット完結型保険、DXによる全社変革の保険	バーコード決済、キャリア決済、QR決済、仮想通貨決済	DX関連案件、支援のデジタル化は増えているがサービスに新規性はない
プレイヤー	コンサル、商社（地域商社）、銀行等	陸運、海運、空運、宅配、倉庫、フォワード、商社	陸運、海運、空運、宅配、倉庫、フォワード、商社	物流コンサル		銀行、コンサル、VC	保険	銀行、決済、フィンテック	銀行、コンサル、VC

Step3 :指標別マッピング (まとめ)

	営業					人材・パートナー		
	海外視察、現地 アポイント取得代 行	海外市場調査・ マーケティング等	海外店舗出店・ FC展開	EC、ウェブプロモ- ーション関連	海外展示会出展、 海外現地PRイベ ント開催、商談会 開催	企業調査・与信 調査、海外製造 委託先探し、販 路拡大	海外人材採用・ 紹介	海外現地人材教 育、グローバル人 材育成
①海外展開 フェーズ	導入期～成長期	導入期～成長期 ～成熟期	導入期～成長期 ～成熟期	導入期～成長期 ～成熟期	導入期～成長期 ～成熟期	導入期～成長期	導入期～成長期 ～成熟期	導入期～成長期 ～成熟期
②事業ライフサイ クル	戦略策定～事前 計画策定	戦略策定～事前 計画策定～計画 実行・立上～販 路拡大・面的拡 大	計画実行・立上 ～販路拡大・面 的拡大	計画実行・立上 ～販路拡大・面 的拡大	事前計画策定～ 計画実行・立上 ～販路拡大・面 的拡大	戦略策定～事前 計画策定～計画 実行・立上～販 路拡大・面的拡 大	戦略策定～事前 計画策定～計画 実行・立上～販 路拡大・面的拡 大	戦略策定～事前 計画策定～計画 実行・立上～販 路拡大・面的拡 大
③進出先国	世界中（アジアが 特に多い）	世界中（アジアが 特に多い）	世界中（アジアが 特に多い）	世界中（アジアが 特に多い）	世界中（アジアが 特に多い）	世界中（アジアが 多い）	世界中	世界中
④取り扱い商材	全商材・分野 （製造、卸売・小 売が多い）	全商材・分野 （製造、卸売・小 売が多い）	全商材・分野 （製造、卸売・小 売が多い）	全商材・分野 （製造、卸売・小 売が多い）	全商材・分野 （製造、卸売・小 売が多い）	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野
⑤支援の種類	情報	モノ、情報	モノ、情報	モノ、情報	モノ、情報	ヒト、情報	ヒト	ヒト
⑥企業のニース の大きさ	中	大	中	大	中	大	大	中
⑦供給側の企業 数	多（登録企業 150社以上）	多（登録企業 200社以上）	中（登録企業 50社以上）	多（登録企業 100社以上）	多（登録企業 100社以上）	中（登録企業 50社以上）	中（登録企業 50社以上）	中（登録企業 50社以上）
⑧支援の付加価 値の大きさ	中	中～大	中	中	中	中～大	中～大	中～大
⑨ビジネスモデル としての新規性	特になし	DX関連案件、 支援のデジタル 化は増えている がサービスに新 規性はない	特になし	インフルエンサー マーケティング・ ソーシャルコマー ス	オンライン展示 会 Web3.0/DAO (分散型自立組 織)での売買	DX関連案件、 支援のデジタル 化は増えている がサービスに新 規性はない	転職プラット フォーム	DX関連案件、 支援のデジタル 化は増えている がサービスに新 規性はない
プレイヤー	コンサル、マーケ ティング、商社	コンサル、マーケ ティング	広告、EC、コンサル、 マーケティング	広告、EC、ウェブ 制作、商社	広告、EC、コンサル、 マーケティング	信用調査	人材派遣、人材 コンサル	人材派遣、人材 コンサル

Step3 :指標別マッピング (まとめ)

	許認可・法務・会計等				
	海外会社設立・登記代行、海外工場設立・工業団地等	海外税務、海外法務、海外企業との契約書作成・リーガルチェック	許認可取得、海外商標・特許申請、ハラル認証	就労ビザ支援	通訳、翻訳
①海外展開フェーズ	導入期～成長期	成長期～成熟期～衰退期	導入期～成長期～成熟期	成長期	導入期～成長期～成熟期
②事業ライフサイクル	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大～出口戦略	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大
③進出先国	世界中（アジアが多い）	世界中※契約書作成・リーガルチェックではアジアが多い	世界中（アジアが多い）	世界中（アジアが多い）	世界中（アジアが多い）
④取り扱い商材	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野（製造、卸売・小売が多い）
⑤支援の種類	モノ、情報	ヒト、情報	モノ、情報	モノ	ヒト
⑥企業のニーズの大きさ	中	中	中	中	低
⑦供給側の企業数大	中（登録企業50社以上）	中（登録企業50社未満）	中（登録企業50社以上）	中（登録企業50社以上）	多（登録企業100社以上）
⑧支援の付加価値の大きさ	低～中	大	中	低	低
⑨ビジネスモデルとしての新規性	特になし	リーガルテック	特になし	特になし	機械翻訳
プレイヤー	コンサル、代理業務	法律事務所、会計事務所	知財コンサル、法律事務所、代理業務	コンサル、代理業務	通訳、コンサル等

Step3 :指標別マッピング (まとめ)

	インバウンド消費								
	旅行代理店	宿泊施設	レジャー施設	飲食	小売り（コンビニ、免税店、ドラッグストア、百貨店等）	観光地域づくり法人（DMO）	医療ツーリズム	旅客輸送	コミュニケーション
①海外展開フェーズ	－	－	－	－	－	－	－	－	－
②事業ライフサイクル	－	－	－	－	－	－	－	－	－
③進出先国	中国、台湾、香港、米国、韓国（訪日外国人の上位5か国）								
④取り扱い商材	－	－	－	－	－	－	－	－	－
⑤支援の種類	情報	ヒト、モノ	ヒト、モノ	モノ	モノ	ヒト、情報	ヒト、モノ	ヒト	ヒト、モノ、情報
⑥企業のニーズの大きさ	－	－	－	－	－	－	－	－	－
⑦供給側の企業数大	－	－	－	－	－	－	－	－	－
⑧支援の付加価値の大きさ	－	－	－	－	－	－	－	－	－
⑨ビジネスモデルとしての新規性	バーチャル観光、オンライン観光	在宅ワーク、ワーケーション	レジャーサブスク、メタバース/VR	クラウドキッチン、テイクアウト、モバイルオーダー	RaaS、D2C	特になし	オンライン診療	MaaS(Mobility as a Service)、カーシェア、自動運転、配車	CX（顧客体験）、訪日外国人向けの情報提供、自動翻訳・通訳
プレイヤー	HIHIS、クラブツーリズム他多数 ブツーリズム他多数	三菱地所、Workcation Portal	ORIGRESS PARKS	Kitchen Base、Oisix他多数	b8ta Japan、no-ma、by Reveal、Kroger(米)、Amazon Go(米)	－	Medifellow、亀田総合病院、アポロ病院グループ（印）、セブランス病院（韓国）	トヨタ、ナイル、Sun Asterisk、Uber(米)、Waymo One（米）	アクティバリューズ、エクスペリサス、mov、Kotozna、Payke

Step4 :深掘りする輸出支援ビジネスの絞り込み（まとめ）

- 先行調査および諸外国調査、輸出支援ビジネスのマッピングの結果を踏まえ、深掘して調査・分析する支援ビジネスカテゴリーを以下の6つに絞り込んだ。

支援ビジネスカテゴリー	支援ビジネス	選定理由
総合支援 営業	地域商社	諸外国の事例を分析してみても、地域に根差した中堅・中小企業の海外事業展開をICT技術等を活用して支援するポテンシャルが高いため。
物流	陸・海・空運、混載、倉庫、通関	新型コロナウイルス蔓延やロシアによるウクライナ侵攻などによる物流の混乱、サプライチェーンの崩壊等解決課題が明らかとなったため。
金融	決済、フィンテック	決済手段に係るリスクやフィンテックを活用した簡易・安全決済に対するニーズが高いため。諸外国の先進的なテック企業による
人材・パートナー	人材派遣、人材コンサル	先行調査から社内人材の確保・能力向上、現地ビジネスパートナー確保が重要な経営課題と認識している企業が多いため。
許認可・法務・会計等	知財	進出先国での知的財産権や貿易制度、許認可等専門的な知見を海外進出を行う上でのボトルネックとして課題に掲げる企業が多いため。
インバウンド	インバウンド消費	インフルエンサーを活用した日本製品の海外発信等ウイズコロナ時代でのICTビジネス支援が求められているため。

Step4 :深掘りする輸出支援ビジネスの絞り込み

■ 以下の6つの輸出支援ビジネスについて深掘り調査（インタビュー調査）を行う。

	総合支援	物流	金融	人材関連	人材関連	許認可・法務・会計等	インバウンド消費
	海外進出総合支援、海外進出戦略・事業計画立案、海外進出コンサルティング	現地物流（輸送、倉庫・荷役、配送）、輸出入・貿易・通関	海外送金、海外向けEC決済	海外人材採用・紹介	海外現地人材教育、グローバル人材育成	海外商標・特許申請	コミュニケーション等
選定理由	地域商社は、地方の中小企業の海外展開支援の中核を担っている。	新型コロナウイルス、ウクライナ問題、物価・エネルギー価格の高騰等の影響を受け、バリューチェーン再構築の取り組みが求められている	キャッシュレスやフィンテックにより伝統的な送金や決済を超えた新たなニーズとサービスが生じている。	信頼できる現地パートナーの確保は中小企業にとって最重要課題の一つ。海外事業に不慣れな企業にとってはニーズは特に高い。	今後の最重要国・地域での課題・不足事項において「人材（社内人材の育成）」を考える企業は多い。	技術流出、情報漏洩等から守る知的財産の保護に対するニーズは増加している。	
①海外展開フェーズ	導入期～成長期	導入期～成長期～成熟期	成長期～成熟期	導入期～成長期～成熟期	導入期～成長期～成熟期	導入期～成長期～成熟期	－
②事業ライフサイクル	戦略策定～事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	戦略策定～事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	戦略策定～事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	事前計画策定～計画実行・立上～販路拡大・面的拡大	－
③進出先国	世界中（アジアが特に多い）	世界中（アジアが特に多い）	世界中	世界中	世界中	世界中（アジアが多い）	中国、台湾、香港、米国、韓国（訪日外国人の上位5か国）
④取り扱い商材	全商材・分野（製造、卸売・小売が多い）	全商材・分野（製造、卸売・小売が多い）	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	全商材・分野	－
⑤支援の種類	ヒト、情報	ヒト、情報	カネ	ヒト	ヒト	モノ、情報	ヒト、モノ、情報
⑥企業のニーズの大きさ	大	中	中	大	中	中	－
⑦供給側の企業数大	多（登録企業200社以上）	多（登録企業100社以上）	中（登録企業50社未満）	中（登録企業50社以上）	中（登録企業50社以上）	中（登録企業50社以上）	－
⑧支援の付加価値の大きさ	高	中	低～中	中～大	中～大	中	－
⑨ビジネスモデルとしての新規性	DX関連案件、支援のデジタル化は増えているがサービスに新規性はない	物流DX	バーコード決済、キャリア決済、QR決済、仮想通貨決済	転職プラットフォーム	DX関連案件、支援のデジタル化は増えているがサービスに新規性はない	特になし	CX（顧客体験）、訪日外国人向けの情報提供、自動翻訳・通訳
プレイヤー	コンサル、商社（地域商社）、銀行等	陸運、海運、空運、宅配、倉庫、フォワーダー、商社	銀行、決済、フィンテック	人材派遣、人材コンサル	人材派遣、人材コンサル	知財コンサル、法律事務所、代理業務	訪日外国人向けサービスIT

Step4 :深掘りする輸出支援ビジネスの絞り込み

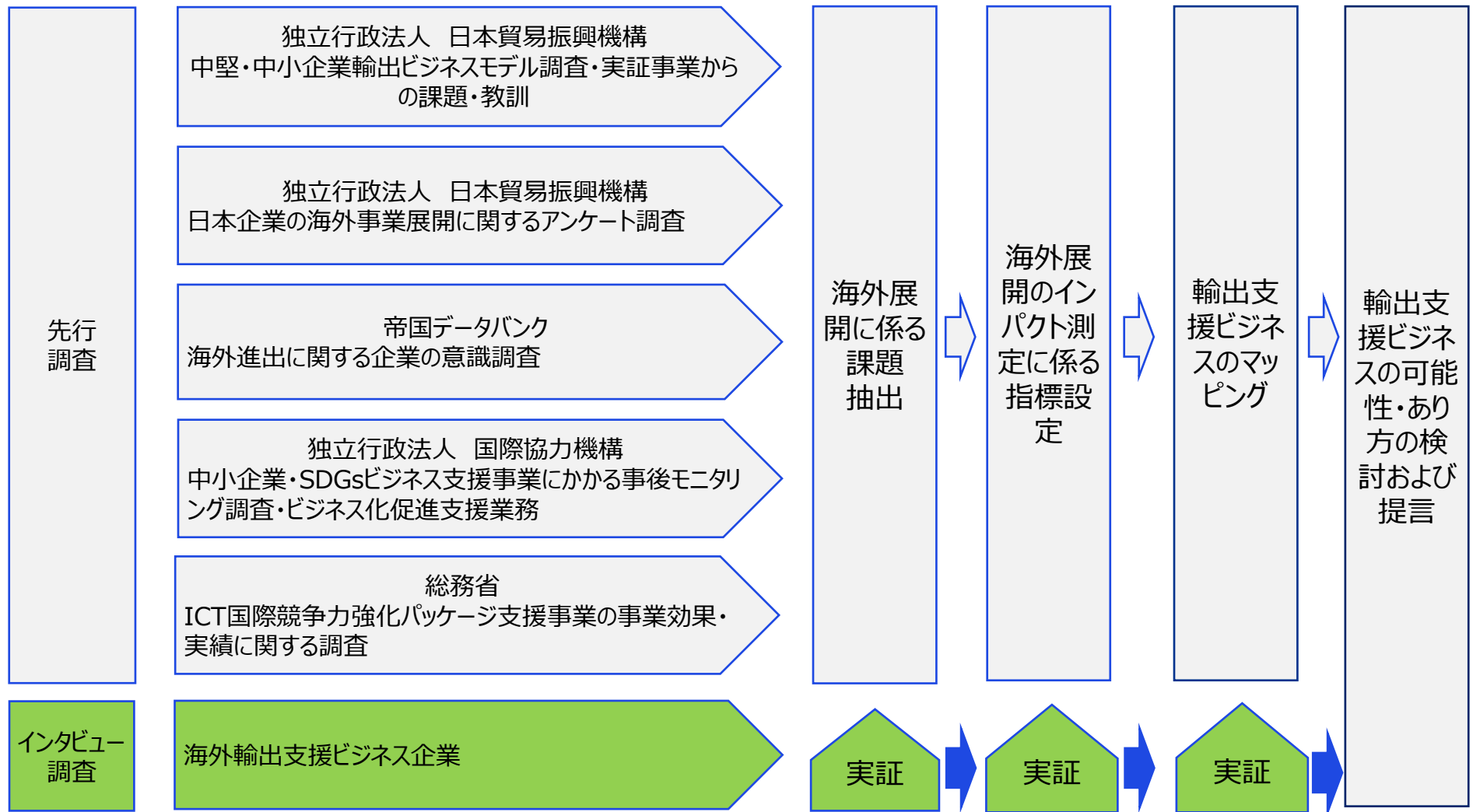
■ 6つの輸出支援ビジネスを段階別にマッピングすると以下の通りである。



05

輸出支援ビジネスを提供する
国内企業ヒアリング

海外展開を行う中堅・中小企業が抱える課題（全体像）



輸出支援ビジネスを提供する国内企業

- インタビュー調査は、輸出支援ビジネスを提供する国内の企業にインタビューを行った。
- コロナ禍の情勢を踏まえ、原則Web会議システムを利用したオンラインでのインタビューを実施した。

対象カテゴリー	
物流	陸運、海運、空運、宅配、倉庫、フォワーダー、商社
人材・パートナー	人材派遣、信用調査、人材コンサル
総合支援	地域商社、コンサルティング会社、銀行等
インバウンド	コンサル、マーケティング、広告、EC
許認可・法務・会計等	法律事務所、会計事務所、知財コンサル、通訳
金融	銀行、コンサル、VC、保険、決済、フィンテック

ヒアリング項目
1. 貴社のビジネスに関するご質問 1.1 貴社が展開する輸出支援ビジネスの概要についてご教示下さい。 ✓ 事業内容 ✓ 提供する輸出支援サービスの概要 ✓ 強み ✓ 組織体制 ✓ サービスを提供するためのパートナー ✓ 実績 1.2 どのような競合他社がいますか。また、貴社はどのように競合他社とサービスの差別化を図っていますか。 1.3 現在貴社が提供していないものの、今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネスの種別や技術、国・地域、商材等がありますか。また、そのように考える理由を教えてください。例：貿易関係のデータベースの提供・アフリカへの進出支援・日本の海産物の輸出支援等。 1.4 諸外国において貴社のサービスに類似するが、特筆すべきサービス／ビジネスモデルを持ち合わせている例があればご教示下さい。 2. 被支援企業に関するご質問 2.1 被支援企業の特色（特に多い進出先国や取扱い商材等）がありましたらご教示下さい。 2.2 被支援企業はどのような海外展開フェーズ（導入期・成長期・成熟期等）で、貴社に支援を依頼することが多いですか。 2.3 被支援企業はどのような課題やニーズを抱えていることが多いですか。 3. 経済産業省やその他公的機関に対する要望・意見等

05-1 インタビュー対象企業一 覧（ロングリスト）

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

- ヒアリング先は、「JAPANブランド育成支援等事業」における「支援パートナー」に記載されている企業や、中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業への企業に加え、マッチングの過程で新たに発見された新規性の高い企業などを中心に選定を行った。

物流

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
西濃シエンカー株式会社	—	580	海上輸送、航空輸送、通関業務などをワンストップで展開している国際物流企業。
白金運輸株式会社	—	—	中国、ベトナム、シンガポールに拠点を有する物流企業。小口混載輸出や冷凍冷蔵輸出入業務も実施。
SGホールディングス	11,882（連結）	52,325（連結）	宅配便事業を始め、流通加工サービスなど3PLやフォワーディングなど国際輸送、海外現地物流などのロジスティクスも展開している国際物流企業。
豊島株式会社	3,000	574	綿花・羊毛等の原糸・原料から、テキスタイル、最終製品まで繊維品の卸売・輸出入を手掛ける専門商社。米国、ブラジル、フランス、イタリア、インドネシア、ベトナム、中国等に海外事業所を有する。
Ship&co	—	—	クラウドベースの送り状発行システムを提供する。

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

物流

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
アジア福岡パートナーズ			https://afpjp.com/pages/19/
株式会社Linc	100	20	外国人材の日本における教育・進学・就職などの人材紹介を展開。
株式会社フォースバレー・コンシェルジュ	100	—	外国籍人材の日本への就職支援を行う人材紹介企業。
リンクアンドモチベーション	1,380（連結）	1,493（連結）	組織変革事業、個人向け資格取得・教育事業、人材紹介・派遣事業など、人事関連分野を総合展開してる。
株式会社ネオキャリア	100	3,539	企業の外国人材採用支援及び企業への海外人材の紹介を行っている人材紹介企業。
株式会社One Terrace	692	—	高度外国人材紹介事業や外国人雇用支援事業などを展開。
地球人.jp株式会社	—	—	食品製造や外食産業を中心としたグローバルな人材サービス（特定技能外人、技能実習生等）を提供するとともに、外国人留学生の支援サービスを提供。
株式会社グロービス	—	691（連結）	グローバル人材育成や組織開発のための企業内研修を展開。
株式会社タナベコンサルティング	1,772	592（連結）	

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

人材・パートナー

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
フォワード・インターナショナル株式会社	—	—	海外ビジネス支援、企業向けグローバル人材開発研修サービスなどを提供。
インサイトアカデミー株式会社	95	—	グローバル人材育成特化型eラーニングサービスを提供。
株式会社ウィル・シード	10	65	ベトナムとタイの現地ビジネスパーソンとともに課題に取り組むオンライン研修を提供。
アルー株式会社	365	—	短期海外派遣型研修などを提供。
株式会社スパイスアップ・ジャパン	2	—	オンライン海外フィールドワーク研修などを提供。
サイエストホールディングス株式会社	63	48	海外ビジネス顧問派遣、海外ビジネスサブスクリプションコンサルティングなどを提供。
株式会社ICCコンサルタンツ	50	85	海外企業視察付き研修などを提供。

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

総合支援

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
北海道総合商事 （北海道銀行）	150	18	商品貿易及び売買業務 貿易コンサルティング業務 等
ふじのくに物産 （静岡銀行）	10	3	プラットホーム構築事業 新規事業構築支援 海外輸出支援
地域商社やまぐち （山口銀行）	50	15	農林水産物（加工食品、飲料、生鮮等）の卸売および販売業務 商品開発にかかる企画 等
Oita Made （大分銀行）	20	17	県産品販売業（ショップ・ECサイト運営） 観光業 等
京都アンプリチュード （京都中央信用金庫）	－	－	伝統工芸品の販売支援を重視。織物や漆といった素材に新たな視点で改良を加えて「WAZAI」というブランド名で展開し、ホテルなどに提案する。
株式会社キットブルー	10	－	北海道の神恵内・岩内・泊、3つの町村が連携して立ち上げた地域商社である。ナマコやウニの輸出拡大を志す。
株式会社メイク	10	75	国際輸送、通関業務、国際人材育成、越境ECプラットフォーム展開など企業の国際化支援事業を展開
株式会社サンクゼール	－	－	ジャム・ワイン、その他食品の製造販売、ワイナリー、レストラン、売店等の直営及びフランチャイズ展開及び久世福商店オンラインマーケットプレイス「旅する久世福e商店」の運営
株式会社ジェイネット	3	10	グループPB食材国内・海外卸販売
株式会社ジグザグ	114	－	越境EC支援事業を展開。 自社ECサイトの越境対応サービス「WorldShopping BIZ」を提供。

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

インバウンド

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
WAmazing株式会社	2,452	－	調査・分析から戦略設計、受入環境整備、観光商品の造成や磨き込み、販売整備やプロモーション、SNSなどの情報発信まで一括したインバウンド観光支援を行う。
株式会社BRICK's	80	95	インバウンドビジネスを推進・検討している企業の側面支援を行う。
株式会社アクティバリューズ	192	－	インバウンドなど外国人を接客する店舗向けに、外国語が話せなくても自ら外国語で接客できるアプリ「talkappi（トークピ）」を含む観光分野のCX（顧客体験）プラットフォームを提供。
株式会社mov	1,080	－	国内企業に向けてインバウンドマーケットのニュースを提供する「訪日ラボ」、インバウンドソリューションの一括比較・資料請求ができる「訪日コム」、インバウンドに関わるコンサルティングサービスを提供。
Kotozna株式会社	32	－	インバウンド向けにSNSを使った多言語同時翻訳チャットサービス「Kotozna chat（コトツナチャット）」の開発・運営。
エクスペリサス株式会社	－	－	海外富裕層向け体験プランのプラットフォーム「XPERISUS.com」の運営。世界の富裕層向け旅行代理店へプロモーションメールを配信するサービス「Japan Vista(ジャパンビスタ)」を提供。
ENGAWA株式会社	99	42	海外・インバウンドに向けたコミュニケーション支援を展開。外国語メディアの運営、KOL・インフルエンサーマーケティング、日本の魅力を発信していく「OMOTENASHI Selection」の運営などを行う
株式会社Payke	－	－	バーコードをスマホでかざすと商品のあらゆる情報や口コミを利用者の母国語で閲覧できる訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」を開発・提供。
TakeMe株式会社	40	20	訪日外国人向けのプロモーションサービス「TakeMe インバウンド」も展開。
株式会社MATCHA	10	－	世界中から資金を集める越境クラウドファンディング「Japan Tomorrow」を運営。外国人目線でのメディア運営の知見を活かし、クライアントのインバウンド課題をサポートするインバウンドプロデュース事業を展開。

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

許認可・法務・会計等

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
プロパティ	13	—	顧客企業の海外進出において、知的財産関連(特許/意匠/商標/著作権/商品化権)の調査、法務書類の支援、翻訳、市場調査等。 https://www.property.ne.jp/company/profile/
NGBk株式会社	41,175	308名	外国出願の仲介サービス（特許・意匠・商標）、外国知的財産権の関連サービス（調査・解析、紛争処理支援、セミナー開催）等。 https://www.ngb.co.jp/about_us/overview/
千代田国際法律会計事務所	—	—	弁護士・会計士・税理士による本邦企業の海外展開に係るワンストップサービスを展開。
坂本国際特許商標事務所	—	—	特許、実用新案、意匠、商標等の知的財産に関する業務を専門とする弁理士事務所。特に、機械(メカ)系・IT/ソフトウェア系の分野を得意としている。
株式会社Hubble	60	—	契約業務における摩擦や無駄な負担をなくし、より効率的なコラボレーションを実現するプロダクトの開発・提供。
株式会社LegalOn Technologies	17,850	—	LegalForceなどの法律業務に関するソフトウェアの研究・開発・運営・保守。

輸出支援ビジネスを提供する国内企業

金融

企業名	資本金（百万円）	従業員数（名）	業務内容
GMOペイメントゲートウェイ株式会社	13,323（連結）	799	様々な決済方法を選択できる通販・ECサイトの総合決済システムを提供
株式会社 メタップス	11,252（連結）	224	ECサイトやリアル店舗に対し、クレジットカード、コンビニ、電子マネー、QR決済まで幅広い決済サービスを提供。また、国内及び海外の顧客に対し、オンラインからオフラインまでデータを活用した一気通貫型のマーケティング支援サービスを提供。
株式会社ペイジェント	400	—	インターネット・携帯電話上での電子商取引に係る収納代行業務を提供。
SBI FinTech Solutions株式会社	1,454	—	中小企業向けに資金調達の課題を解決するファイナンスサービスの提供及び、多彩な決済手段をワンストップで導入できるオンライン決済サービスを提供。
マネーツリー株式会社	100	83	金融データプラットフォーム「Moneytree LINK®」をベースに、資産管理サービス「Moneytree®」および、企業向けにデータ連携サービスを提供。
SATORI株式会社	4,523	166	プライベートDMP内蔵マーケティングオートメーションツール「SATORI」を展開。
株式会社ユニラボ	100	187	BtoB受発注プラットフォーム「アイミツ」の運営。
スマートキャンプ株式会社	100	125	SaaSマーケティングプラットフォーム「BOXIL SaaS（ボクシルSaaS）」、オンライン展示会「BOXIL EXPO（ボクシルエキスポ）」、インサイドセールスの最適化を実現するツール「BALES CLOUD（ベイルズクラウド）」などを提供。
株式会社STANDAGE	—	—	デジタル貿易総合プラットフォームサービス「DIGITRAD」（デジトラッド）」を展開。貿易の売り手と買い手のマッチングから、決済・ファイナンス、貨物配送に至る全ての貿易業務を完結できるブロックチェーン技術を基盤としたサービスである。
株式会社トレードワルツ	—	—	貿易に関わるプレイヤーの間で一気通貫の情報共有ができる貿易プラットフォーム「TradeWaltz®」を提供する。

05-2 インタビュー要旨

インタビュー概要（企業名：A株式会社）

物流

企業概要

- 倉庫などのアセットをもたない国内大手フォワーダー。あらゆる貨物に対して、最適なロジスティクス・輸送ソリューションを提供している。
- 日本企業が40%で、ドイツ企業が60%の株主構成。航空輸送、海上輸送、コントラクト・ロジスティクス（倉庫業）を有する。

実績

- 全世界に2100以上の物流拠点を有する。

強み

- 日本とドイツの合併会社であるため、幅広い物流網を有する。
- 財閥系ではないため、幅広い会社と自由に取引が可能。

社外パートナー

- あらゆるベンダーがパートナーになり得る。例えば、日本の輸送会社（トラック）や地方の通関業者、倉庫会社等である。

課題

- コロナ禍では運賃の高騰により、大きな利益を得た。直近では供給過剰であり、運賃が下落している。

被支援企業（顧客）の特色

- 輸出は自動車パーツ等が多い。輸送量の総量では大企業が多いが、顧客数では中小企業が多い。
- 中小企業は輸出より輸入が多い。
- 地域はアジア、北米、欧米が中心でアフリカはほとんどない。

被支援企業の課題やニーズ

- 日本国内のトラック輸送費用は既に高く、また、2024年のトラックドライバー規制により、今後さらに顧客の負担は増える見込み。
- 中国や欧米では景気が減退している。不況の影響を大きく受ける中小企業の場合、輸出自体が伸びていない。

競合他社

- 商社、フォワーダーの同業他社
- MAERSK等の異業種がフォワーダー業に参入。大きな業界再編が起きる可能性がある。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- ポテンシャルとしては、食品（和食等）やヘルスケア（薬やおむつ等）分野は日本の価格競争力がある。ボリュームも見込めることから今後伸びるのと考えている。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 特になし

その他

- 温度管理が必要な商品の場合、輸送量が少なく毎日出荷・輸送している商品でない限り、混載サービスを利用できない。（例えば、温度調整が必要なリンゴの場合、収穫時期が1週間違うと混載できない。リンゴを毎日輸出する国はほとんどないため、リンゴを混載にすることができない）
- 日本の港湾は24時間営業していない、IT化していないなどの問題がある。また、港湾労働者を雇用する必要があるため港湾利用料は高い。

インタビュー概要（企業名：B株式会社）

物流

企業概要

- トラック輸送から始まった企業であるが、そのほか他にも倉庫、鉄道貨物輸送等、など総合物流業として顧客の生産・流通に関わる幅広い支援を行っている。
- 県の実証事業として混載事業を新たに立ち上げている。

実績

- 全社のうち15～20%が国際関係事業の売上である。

強み

- 大手企業にはないような小回りがきくスピード感のある対応ができる
- 国内外の様々な輸送方法を組み合わせたサービスを提供している。

社外パートナー

- ベトナムにフォワーディング事業と倉庫事業の2つの現地法人を設立している。
- 現地の同業他社とパートナーを組むことがある。

課題

- 生産拠点や流通拠点が東北にある企業がほとんどである。

被支援企業（顧客）の特色

- 被支援企業の業種によるが、製紙や医療の物量が多い。医療機器（完成品）や農機具の輸出が増えている。
- 輸出を行っている企業は成長期・成熟期である。創業間もない企業は日本国内での販売実績拡大に注力している傾向がある。

被支援企業の課題やニーズ

- 新型コロナウイルスやウクライナ戦争による影響で、小口混載事業のニーズは以前より高まっている。
- 物流費の削減やコンテナ在庫に関する支援を行っている。そのほか他にも食品等などの日本製品を海外で販売するための総合的な支援ニーズがあると感じる

競合他社

- 競合は同業のフォワーディング、国際物流サービスを提供する企業である。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 地場の中小企業が海外展開をしたいと考えていてもハードルが高いため、物流＋αの総合的な貿易支援が求められている。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 様々な支援事業が存在していて、相談しやすい体制もあると感じている。しかし、事業名称から内容が想像できないこともあるためPRや平易な用語で説明する等などの工夫があると良い。

その他

- 3年にわたり県の実証実験を行い、需要が見込めると判断し、2022年に小口混載事業を始めた。コンテナ1つに満たない小口の商品を海外に輸出したい場合、これまでは地元から東京港までトラックで輸送し、東京港から海外に輸送するしかなかった。そのため、地元の港から輸送して釜山港で再分配する小口混載を始めた。

インタビュー概要（企業名：株式会社C）

物流

企業概要

- フランス向けに日本の弁当箱等のキッチン用品を販売する100%越境EC企業として2008年に創業
- 2018年から顧客の輸出を支援。C社は、オンラインストアの注文データを自動的に同期し、配送ラベルを作成できるオンラインサービスである。追跡番号が自動でストアに同期され、手書き・手入力による配送ミスの削減、大幅な時間の節約が可能になる

実績

- 約2,000社のアクティブユーザー。
- 一年前と比較してeBay、Amazon、Shopifyを使う顧客が30%増加。

強み

- 時短、生産性向上、セキュリティリスク低減、ヒューマンエラー低減に貢献。
- 佐川急便、ヤマト運輸とのAPI連携。

社外パートナー

- 運送会社とAPI連携のみで他の社外パートナーはいない

課題

- 人材マネジメント。営業のための人的余力が社内がない
- BtoBのセラー（顧客）ニーズを取り込めていない

被支援企業（顧客）の特色

- 衣料・ファッション、食品、家電、ゲーム等が多い
- BtoCビジネスのセラーが多い。越境ECと国内ECの割合は半々
- 顧客の業歴は様々な老舗メーカーからベンチャーまで多様
- 欧米、オーストラリアが多い。現状、BtoBの多いアジアは少ない

被支援企業の課題やニーズ

- 配送作業の効率化に対するニーズ・期待も非常に大きい
- 顧客の言語でのカスタマーサービスの提供
- 越境EC向けのマーケティング

競合他社

- 日本国内には競合他社は少ない
- 類似のビジネスモデルではないが、間接的には、独自の運送システムを提供する運送会社（ヤマト等）も競合

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- アジア向けの配送
- 欧州の競合企業はシステム提供と販売請負サービスを同時に提供（日本では、欧州と同様のサービス提供ができない制度になっている）

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 特になし

その他の要望

- 京都の大学生向けにビジネスを紹介できる機会を提供してほしい
- 創業年数と資本金額により中小企業を対象とした補助金を得られにくい

インタビュー概要（企業名：D株式会社）

人材・パートナー

企業概要

- 創業15年。日系企業に対して高度外国人材の採用を支援している。
- 革新的な取り組みとして愛媛県の企業と高度外国人をマッチングさせる取り組みを実施中。今後、採用した人材に対してベネッセと連携した日本語教育を提供する予定である。

実績

- アジアは20カ国、世界30カ国でリクルートを常時実施
- 大企業から中小企業まで幅広く対応

強み

- 特定国に特化せずグローバル対応可能
- 独自の試験で高度人材の能力を比較可能
- インド国家技能開発公社（NSDC）とMOUを結ぶ唯一の日系企業
- 英語を社内公用語化していること

社外パートナー

- ベトナム、ミャンマー、中国に現地事務所
- インド、ネパールに現地パートナー

課題

- 高度外国人材（東南アジアや南アジア）をさらに増やす必要あり
- 日本から現地に帰る人材（還流人材）の有効活用を実現する必要あり

被支援企業（顧客）の特色

- 被支援企業は業種・規模等多様多様。海外展開フェーズも様々
- 労働力確保のために、外国人の採用に積極的な企業（外国人を望んでいるわけではなく結果として外国人となっている企業）が多い。
- 大企業はグローバル化教育に投資しているが、中小企業にはこれに投資できていない企業が多い

被支援企業の課題やニーズ

- 人手不足に悩んでいる。特にIT人材の不足が顕著
- 中小企業にとって語学が外国人採用の壁になっている。日本語力の高い中国、韓国、香港、台湾、ベトナムの人材は、待遇面で日本での就労を望まなくなっている。

競合他社

- BtoGビジネスにおける競合企業はパソナ
- 高度人材の採用支援をしている企業・ビジネスモデルは海外にない

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- パートナー企業の選定や外資規制等のビジネス環境に起因する要因で海外展開から撤退している事例が多い。最初から、自社に現地出身者を雇用しておけば、これらの問題は未然に回避できる

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 経済産業省が主導して愛媛モデル（先に日本で就職を望む外国人に対して内定を出して、その後、日本語教育を提供する）のような支援を提供してほしい

その他

- 現地パートナーと日系企業のマッチングは容易でなく、ゆえにこのマッチングを支援するビジネスはない。

インタビュー概要（企業名：株式会社E）

人材・パートナー

企業概要

- 2000年創業。海外で働きたい日本人人材の紹介、日本で働きたい外国籍人材（海外・日本在住）の紹介、海外拠点がある国における人材紹介が主要サービスである。
- 外国人材の紹介サービスは2016年から開始しており、合計700社に対して、4,000名以上内定者を出している。

実績

- これまで合計33か国の国籍の人材を紹介している。

強み

- いずれかの国籍に特化しているのではなく、優秀な人材を様々な国のデータベースを使って紹介している。

社外パートナー

- マベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、台湾に拠点を設け、それぞれの国で人材紹介事業を行っている。

課題

- 日本就職というトレンドは2018～2019年頃にあったもので、現在は円安の影響で魅力が下がっている。

被支援企業（顧客）の特色

- 顧客は、電気系メーカーやエネルギー系企業が多い。従業員数が500人未満の企業が多い。
- 社歴の長い企業が多い。そのような企業は30代の従業員が不在で、外国籍の20代の若手の獲得に意欲的である。

被支援企業の課題やニーズ

- 言葉が壁となっており、日本語を話せる外国籍のニーズが高い。
- 想像よりも採用した人材の日本語習得スピードが遅いこと。外国籍の従業員が社内に馴染まないという意見がある。

競合他社

- 技術・人文知識・国際業務ビザをメインに人材紹介を行っている。競合する社は100社近くいると認識している。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 特定技能に関する支援、特定技能の登録支援のニーズが高まると想定している。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 現在は銀行が間に入り、企業を紹介してもらえることもあるのだが、地方自治体や政府機関とのつながりも作っていただければ考える。

その他

- 地方企業の顧客が多いが、より多くの地方の中小企業とつながるような仕組みがあれば、それらの企業に求職者を紹介できると思われる。
- 当社の利用は成功報酬型（100～120万円/1人）であり、費用を払えない中小企業が多い。人材紹介に活用できるような補助金があれば、求職者の紹介が広がるだろう。

インタビュー概要（企業名：F株式会社）

総合支援

企業概要

- 2015年に地元地銀と地域企業との出資で設立された。
- 設立以来、地域密着商社としてロシアの輸出入事業推進と国内および中国・東南アジアを中心とした海外への北海道産品の販路拡大を目指し活動している（ロシア事業については、ロシアによるウクライナ侵攻を受け、現在は新規の案件受付は停止）。

実績

- 地元の食品関連企業が主で、100社以上との取引実績がある。

強み

- 国内商社と同様の業務を行っているが、地元地銀を通じて現地企業の信用調査ができる点などを強みとする。

社外パートナー

- 通関やフォワーディングを行うパートナー企業が4社いる。
- ベトナムや香港については、食品を扱う現地パートナー企業がいる。

課題

- 地元には農産物や海産物が多いが、全国区のブランド品以外（お米や小豆等の農産物）の差別化が難しい。

被支援企業（顧客）の特色

- 顧客は地元の食品関連企業が主である。
- 輸出先のうち3～4割がロシアで、その他は主に香港や台湾等のアジア圏である。

被支援企業の課題やニーズ

- 販売イメージが未だなく、輸出の仕方（手続き面）がわからないという企業が多い。
- どうやって売り先を見つけたらよいか分からないという相談も多い。

競合他社

- 全ての国内商社が競合となる。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 差別化が難しい日本産の農産物のPRを専業で行う企業はほとんどいない。
- ウマミルという企業が行っているような試食サービス。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 国内の輸送運賃が高いため、輸送費に関して補助金があると良い。
- 国ごとに業界マップ（コンビニや食品卸等）があると、輸出事業者向けに有益な情報となる。

その他

- 食品を輸出する際には宗教の影響（マレーシア等）も考慮する必要がある。ハラル対応は基本的に難しい。
- 地元の港で、フォワーディング企業が台湾、香港、シンガポール向けの冷凍混載サービスを行っている。

インタビュー概要（企業名：G株式会社）

総合支援

企業概要

- 2017年に設立された、株主が地元地銀、ベンチャーキャピタル（地方創生ファンド）、民間企業6社（うち4社が食品、2社が食品系包材会社）の地域商社である。
- 設立当初は首都圏への地場製品の売り込みを目的としていた。

実績

- 海外取引実績は約1年半、定期的に韓国へ日本酒を輸出する。

強み

- 地元地銀の取引先と連携して、地域の商材とのコネクションを有していること。韓国や香港等に現地事務所を有していること。

社外パートナー

- 通関業者や物流会社等と連携して商材の展開をしている。
- 現地でのニーズはジェトロ事務所を通じて情報を得ている。

課題

- 地域商社としては規模が大きいため、ノウハウの蓄積や専門的な人材の確保等は難しい。

被支援企業（顧客）の特色

- 自社で輸出を行うことが難しい中小企業が主である。
- 成熟した企業もあれば、導入期の企業もある中で、共通しているのは今後成長が見込める企業という点である。海外展開に積極的である企業の商材を取り扱うことが多い。

被支援企業の課題やニーズ

- 韓国や中国等の実績が中心であるが、タイ等からも引き合いが来たことがあり、東南アジアへの輸出拡大を目指したい。EUや北米は動物性の食品輸出が難しい。FDAの認可を取得するための手続きや商品登録の手続きが煩雑であるため、EUや北米への輸出は諦めることも多い。

競合他社

- 全ての国内商社が競合となる。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 自社ノウハウや人員が十分でないことがあるため、専門人材を補えるようになると良い。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 当社は中小企業であるが、大企業のグループ会社であるためみなし大企業として扱われることも多く、活用できる補助金事業・制度が少ない。そのため、企業区分を緩和して欲しい。

その他

- 地元の日本酒の評判が高まることで、県全体の日本酒の価値が高まっていることを実感する。特定の商材が地域全体へ良い影響をもたらす事例といえる。
- 知財関係の保険、信用保険、ファクタリング等が拡充されるとより良い。
- 特に海外の情報（与信を含む）を得たいときには、現地情報を収集することが困難であり、輸出（支援）を諦めるケースもある。

インタビュー概要（企業名：H株式会社）

総合支援

企業概要

- 2022年7月に地元信用金庫が金融庁の認可を得て100%出資して設立した地域商社。
- 「新しい伝統工芸」の創出をテーマに、現在の生活空間を引き立てる素材や意匠に着目して、新しいインテリア素材や商材を提案する「WAZAI」事業に取り組む。

実績

- 国内での販売実績が多い。
- 創業間もないため海外での実績は少ない。

強み

- 地元に実店舗のショールームを持っている。
- 伝統工芸をインテリア・プロダクト等の意匠に活かす提案ができる。

社外パートナー

- 伝統和傘の老舗メーカーと連携。外国人向けの営業・販売で協力している。

課題

- 独自ブランドのインテリア素材としての認知度が低い。
- 中小企業を支援している企業であるが、純粋な中小企業ではない。そのため、補助金・助成金の対象にならない。

被支援企業（顧客）の特色

- 伝統産業を扱う企業が多い。
- ECを含め海外での販売実績の少ない中小零細企業が多い。

被支援企業の課題やニーズ

- 海外営業に特化した社員がいない企業が多い。
- Shopify等を使えばローコストでEC可能。しかし、プロモーションを大規模に打たなければ（少なくとも1,000万円超）、投資コストを回収できるほどの集客が期待できない。
- プロモーションをして売上・受注が増えすぎると、製造能力が足りない・追いつかない企業が多い。

競合他社

- 伝統産業商社
- 扱う商材が地元の伝統工芸であり、海外に競合企業はいない。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- ガラス以外の素材であれば何にでも塗ることのできる漆。漆を社寺・仏閣以外の製品に使うことで、製品に日本の伝統工芸という新たな付加価値を提供できる

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 地域商社が活用可能な補助金制度・仕組みを創設していただきたい。
- BtoB向けのバイヤー紹介支援、海外の展示会出展支援

その他

- 地域商社なくして、中小の伝統工芸サプライヤーは自力で海外展開できない。こうした企業の輸出増加のためには、地域商社の存在が不可欠。

インタビュー概要（企業名：I株式会社）

総合支援

企業概要

- 2016年創業。I社はソーシャルイノベーションと新たなテクノロジーを活用して、「言葉のカベ」の解消に取り組む。
- 宿泊事業者向けの情報発信、コミュニケーションツールを提供する自社ブランド品が主力製品。
- 2019年にJTBBと国内での独占販売契約を締結し、同社から業務提携の出資を受けている。

実績

- 国内の300以上の宿泊施設で導入済み。

強み

- 109か国語の対応言語
- JTBBと独占契約を締結していること
- 5つ以上の翻訳エンジンを複合的に組み合わせていること、ボタン一つで別の翻訳を表示できること

社外パートナー

- 旅行代理店経由で市場開拓を進めているものの、そのほかに協業するパートナーはない。

課題

- 新型コロナウイルスにより外国人観光客向けのサービスが後退。外国人観光客向けのサービスを拡大していく必要あり。
- 宿泊施設のバックヤードにいる従業員向けのサービスの開発

被支援企業（顧客）の特色

- 国内の宿泊施設は、新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。現在回復の途上である。

被支援企業の課題やニーズ

- コロナ禍の影響により、インバウンド産業が落ち込んでいる。資金的な体力が十分にある企業は少なく、積極的な投資を控えている企業が多い。
- 観光業界はいまだに紙媒体を多く利用している。観光業界ではデジタル化に向けた課題がある。

競合他社

- チャットボットサービスであれば、talkappi（トークピ）があるが、国内のホテル・旅館向けのサービスにおける競合企業はいない。海外であれば、バウチ（VOUCHI）社がある。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 中東諸国における多言語サービス需要の高まり
- キャッシュレス決済に対応したカードキーや朝食券等のクーポンを管理できるカードキー

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 特になし

その他

- 公的支援は申請書類や手続きが煩雑である。利用しやすい制度にしたい。

インタビュー概要（企業名：株式会社J）

インバウンド

企業概要

- 2011年創業。ユーザーが商品のJAN Code（バーコード）をアプリで読み込むことで、母国語で商品概要、商品の使い方、口コミ、レビュー等を確認できるアプリケーションを開発、提供している。日本に行く時の便利アプリとして台湾や香港等で広く認知されている。
- 主力はインバウンド（訪日外国人）向けのサービス。一部では、アウトバウンド（海外で日本製品を販売する小売店）向けのサービスも展開している。

実績

- 2019年時点では、アプリの総利用者は400万人。

強み

- 国内最大級の多言語化された商品データベースを有している。
- 店舗に置かれている商品の9割以上をカバーしている。

社外パートナー

- ウェブマーケティング会社、インフルエンサー
- データベースの多言語化をする翻訳会社
- 地域商社（沖縄大貿易会で自社製品を導入）

課題

- 新型コロナウイルスの影響で多く影響を受けた。従業員は1/5程に減少。現在、体制を立て直している。

被支援企業（顧客）の特色

- 顧客は、食品（お菓子、レトルト食品、ハラル）、化粧品、薬等の小売りや旅館・ホテルが多い。
- ユーザーの地域では、台湾、香港、タイ、ベトナム、韓国が多い。また、ユーザーには若い女性が多い。

被支援企業の課題やニーズ

- 多くの小売店では、日本の商品の良さ、正しい魅力を十分に発信できておらず、販売機会を逸している。また、外国語対応に追われ、業務負担が増えている。
- 地方に行くほど多言語対応に苦慮している企業が多い。機械翻訳の精度は上がってきているが、日本語の機械翻訳の精度はまだ低い。

競合他社

- 狭義では、国内外とも競合他社はいない。
- 広義では、Google、Amazon等が競合になり得る。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- モバイルOTA（オンライン・トラベル・エージェンシー）サービス

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 海外での日本物産イベント等に自社製品のサービスを導入することで輸出支援が可能になる。

その他

- 新型コロナウイルスの影響で人材が旅行業界から流出した。一度離れた人材を再び旅行業界に戻すような公的支援が必要である。
- 韓国では韓国国内で製造した製品を海外でPRする際、政府がPR費用の半額を補助している。日本でも同様の支援があると有意である。
- 航空業界、ホテル業界の輸送・収容能力増大に向けた支援が必要である。

インタビュー概要（企業名：株式会社K）

インバウンド

企業概要

- ドライブイン事業で創業し、現在は地域商社として活動している。
- アウトバウンド向けのクラフトビール事業部（自社製クラフトビールの製造・販売）、フードクリエイティブ事業部（地元産品・物産品の企画、製造、販売）、インバウンド事業部（外国人観光客や県外観光客の誘致やエコツアーの企画・販売）がある。

実績

- 自社製のクラフトビールの売上が10年で10倍以上になる。地元鉄道の特急に採用された。

強み

- 地元素材に拘ったクラフトビールの製造が強い。
- 優秀な高度外国人材を積極的に採用し生産性向上に努めている。正社員は15名のうち高度外国人材は6名。

社外パートナー

- 地元の環境産業
- 土産物メーカー
- いちご農園等の体験型観光に取り組む事業者

課題

- 人材面：少子高齢化で過疎化が進む日光市では、人材が集まらない。
- クラフトビールの資材面：瓶素材が不足し、生産停止になりかかった。

被支援企業（顧客）の特色

- コロナの影響で外国人の来店は減った。最近、ようやく外国人来店客が増えはじめた。ハラル系の顧客も増えている。

被支援企業の課題やニーズ

- 地方の中小企業には外国人材の種別等についての知識が十分になく、自社でどのように外国人材を活用できるか知見がない企業が多い。輸出・インバウンド消費の増加には、高度外国人材の活用が有効であるものの、こうした人材の活用ノウハウが限られている。

競合他社

- 小売店事業者が競合他社であるが、地域の競合他社とは良い関係を築き協力関係にある。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 過去、害獣（ジビエ）の商品化に試みたことがあるが、栃木県は残留放射能の問題があり、商品化に至っていない。将来、ジビエを商品化したい。害獣問題は、自然保護の観点からも重要である。ジビエの商品化には地元の公共セクター（県レベル）の協力が必須である。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 特になし

その他

- Japan Brandを活用して、日本の商社、台湾の商社と連携して台湾でのクラフトビールの販売強化を目指した。その際、ボトルネックになったのは輸送費と物流倉庫である。輸出を増やすためには、現地で倉庫を有する現地商社の協力が不可欠であった。

インタビュー概要（企業名：株式会社L）

インバウンド

企業概要

- 2019年創業。33診療科、500人以上の優秀な日本人専門医ネットワークによる海外日本人向けオンライン診療・医療相談を提供している。
- テストマーケティング中ではあるが、外国人向けオンライン診療・医療相談事業（医療ツーリズム関連）も行っている。

実績

- オンライン診療・医療相談は全世界140か国で提供している。

強み

- 500人ほどの専門医ネットワーク（33診療科）が構築できている点が強みである。

社外パートナー

- 医療相談・オンライン診療サービスは保険会社など多数のパートナー（兼サービス導入先）がいる。医療ツーリズムはコンサルティング企業がパートナーである。

課題

- 新型コロナウイルスの影響で医療ツーリズムはシュリンクした。その反面、医療相談・オンライン診療については追い風となった。

被支援企業（顧客）の特色

- 保険会社と提携して保険商品の一部に組み込む場合や、駐在員を派遣するような大企業にサービスを取り入れてもらう場合などがある。

被支援企業の課題やニーズ

- 同社設立の要因の一つでもあるが、海外在住の日本人（駐在員を派遣する企業）から医療相談・オンライン診療サービスのニーズがある。
- 日本人以外については、日本での質の高い医療を受けたいというニーズがある。

競合他社

- 医療ツーリズムについてはの大きな競合他社は存在していない。

今後ニーズが高まると考えるビジネス

- 日本での定期健診や難病治療のニーズは引き続き高まる。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- スタートアップ企業にとって、後払い精算は不安である。
- 様々な支援制度や助成金が存在していることは理解しているが、どこに情報がまとめられているのか、どのように情報を得たら良いのか不明確である。

その他

- 国内で実績を作らずに海外ビジネスを展開したが、VCなどからの評判は良くなかった。そのため、設立当初は個人投資家からの資金調達を行った。
- 医療ツーリズムビジネスは国内経済への波及効果がある（同社のビジネスではまだ達成することはできていない）。例えば、医療相談を受けた顧客に対して、国内医療機関宛の紹介状を書き、日本の医療機関への診療につなげることが可能だ。

インタビュー概要（企業名：弁理士法人M）

許認可・法務・
会計等

企業概要

- 2006年に設立された。特許商標事務所として、中小企業が海外で特許出願を行うための支援を行っている。顧客の大多数は大手企業であるが、大手企業とのビジネスを通じて培った海外特許事務所とのコネクションを活かして中小企業を支援している。
- 米国、欧州、カナダ、中国、韓国、台湾、インドなど全世界に連携事務所がある。

実績

- 大企業、中小企業ともに多数の支援実績がある。

強み

- 全世界をカバーしている点と在籍する職員の経験（各専門分野の弁理士、知財戦略コンサルタント、元特許庁審査官・審判官、中国弁理士など）が強み。

社外パートナー

- 知的財産を専門に扱える法律事務所との連携する。また、全世界に連携事務所があり、世界の知的財産権制度のある全ての国に対応している。

課題

- 日本は知財に関する訴訟が少ないため、アメリカや中国などと比べると訴訟対応の経験が少ないことである。

被支援企業（顧客）の特色

- 顧客の主要な出願先はアメリカ、中国、ヨーロッパである。取り扱う製品によっては韓国や台湾への出願もある。
- 製造業、IT企業など多様な業界の企業がいる。近年では、中国でネット販売するために商標を取ろうとする事例が多い。

被支援企業の課題やニーズ

- 中小企業は販売力が弱い。売上が立てば、製品技術の法的な保護に使える予算が増えるため、販売に関する支援が必要だ。
- 中小企業やスタートアップがビジネスをスケールするための支援も必要だ。

競合他社

- 大手企業をクライアントに持つ特許商標事務所であれば、ほとんどが国際特許出願を行っているため、そのような特許商標事務所が競合となる。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- シャインマスカットなどの日本のブランド食品が流出している。現在は食品に関する支援サービスを積極的に展開できていないが、今後は展開していきたい。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 公的制度の活用を推進するためには、様々な公的機関と民間の橋渡しが必要だ。

その他

- 商標をはじめとした知財に対する企業の認識が高まっている。例えば、楽天やアマゾンなどのECサイトに商品を掲載する場合、システムから「商標を侵害している」と指摘されることがある。そのため、商標を侵害していないことを証明して、エラーを解除する必要がある。企業はこのようなことを契機に知財の重要性を理解する。

インタビュー概要（企業名：株式会社N）

金融

企業概要

- 中小貿易事業者のための分散型総合商社プラットフォームを提供している。輸出者として貿易を行うことに加えて、中小貿易事業者を束ねてプラットフォームを提供している。輸出を希望する企業（主に中小企業）から製品を購入する。そして、自社のプラットフォームを利用している中小貿易事業者とマッチングし、中小貿易事業者が実際に貿易に関する各種業務を担っている。提供するサービスは、デジタル総合商社のようなイメージである。

実績

- 全世界を対象としているが、特にアフリカの扱いが多い。

強み

- 中小貿易事業者に対するコンサルテーションを実施するのではなく、実際に売り買いすることを強みとする。

社外パートナー

- 地銀がパートナーである。ニーズの掘り起こしのため、2週間に1回ウェビナーを開催している。

課題

- 当社のサービスに登録するコンシェルジュ（企業を支える商社の役割）が足りていない。

被支援企業（顧客）の特色

- アフリカに限定すると売れる商品は少ない。農業・インフラ・ヘルスケア・教育はアフリカ中近東向け、焼酎・伝統工芸品は米国やEU4か国向け、その他化粧品は中国を含めた全世界にオンラインで販売している。

被支援企業の課題やニーズ

- 代金決済サービスのニーズが伸びていくと考えている。
- 改正資金決済法が参院通過、デジタル通貨をより多く取り扱えるようになった。貿易で活用するためには相手国の法制度も関係してくる。アフリカでは銀行が整っていないことが多いため需要はあると考える。

競合他社

- 新規性の高いビジネスモデルであり、同種ビジネスを提供している競合他社は存在していない。

今後ニーズが高まると考える輸出支援ビジネス

- 特に北米は購買力が高く、ビジネスが成長している。日本の化粧品は東南アジア、ウイスキーは中国で人気がある。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 事業期間が短く、ビジネスの実証が難しい。当社はアフリカにターゲットを絞っているが、商品輸出に4カ月かかってしまったため、事例数を積み上げられなかった。

その他

- 当社のサービスを活用する、中小企業（製品を持つ）は十分に集まってきている。特に、日本酒についてはこれまで20社以上から引き合いがあった。

インタビュー概要（企業名：株式会社O）

金融

企業概要

- 2017年8月立ち上がったブロックチェーン技術を活用した貿易情報連携プラットフォームの実現に向けたコンソーシアムが企業設立のきっかけである。2020年4月に運営事業体となる社を大手通信企業が設立（準備会社の位置づけ）し、2020年10月に7社共同出資を行い、11月事業を開始した。貿易に関わるプレイヤーの間で一気通貫の情報共有ができる自社貿易プラットフォームを提供する。

実績

- 大手企業を中心に約30社に導入した。

強み

- 産業横断型のコミュニケーションを推進しようとしている点とブロックチェーン技術を用いてデジタル化を実現しようとしている点。

社外パートナー

- 貿易コンソーシアムをきっかけに生まれた企業であるため、総合商社や保険会社、物流企業など多数のパートナー企業がいる。

課題

- 中小企業の同社サービス利用が進まない原因は広報、補助金、身近な成功事例が不足しているためだ。

被支援企業（顧客）の特色

- 中小企業からの問い合わせは小さな荷主や小さなフォワーダーが多い。酒屋（いくつかチェーン店を持ち、海外のワインを輸入している）や海外への中古車の輸出業、ドイツから機械の輸入業（外資系企業の日本法人）などから問い合わせがあった。

被支援企業の課題やニーズ

- 中小企業にとっての課題は3つある。1つ目は売り先の発掘、2つ目は商談が決まっても貿易手続きが煩雑で、貿易をやめてしまうこと、3つ目は危険物や機械類の取引時の、法律チェックやコンプライアンスチェックである。

競合他社

- 1企業や1業界のなかでのデジタル化は進んでいることもあるため、業界特化型のプレイヤーは多数存在するが、業界横断型のサービスを提供する企業は日本に存在しない。

今後ニーズが高まると考えるビジネス

- 中小企業の場合、手元業務効率化よりも売上を上げられる製品サービス。

ビジネスモデル実証事業に係る要望・意見等

- 中小企業向けに同社サービスを広報するための支援や、中小企業が同社サービスを導入できるようにする補助金制度などがあれば良い。

その他

- 中小企業向けに同社サービスを普及させるためには、地方の中小企業のコミュニティに入りこみ、身近な成功事例を経営者に示すことが重要である。東京の企業であれば、「リモートワークができること」が成功ストーリーになるが、地方の中小企業に訴求するためには、「売上が10倍になる」などのストーリーが必要だ。

06

調査結果報告会

調査結果報告会の概要

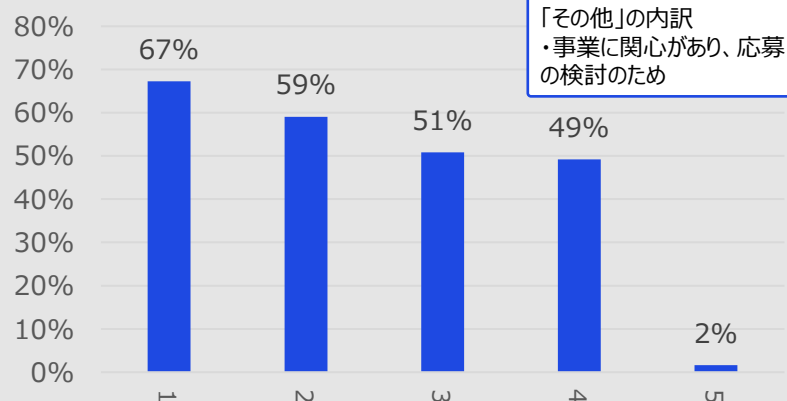
開催日時	2023年3月9日（木）13：00～14：00
開催場所	Microsoft Teamsによるオンライン開催
目的	中堅・中小企業の輸出拡大のため、「輸出支援ビジネス」の国内外事例の調査結果を基に、最新の動向や特徴、中堅・中小企業の活用の可能性や経済産業省の海外展開支援策について説明する。
アジェンダ	1. 海外展開を行う中堅・中小企業の動向（あずさ監査法人）－10分 2. 輸出支援ビジネスの動向と今後の活用可能性（あずさ監査法人）－25分 3. 経済産業省の海外展開支援策について（経済産業省）－10分 4. 質疑応答－10分
広報先	経済産業省、JETRO、商工会議所、総務省、JICA等のウェブサイトまたはメーリングリストで広報した。
参加登録人数	191名
当日参加人数	117名（経済産業省・あずさ監査法人の関係者を除く）
アンケート回収人数	61名
会場からの質問（抜粋）	・ ものづくり商業サービス補助金のグローバル市場開拓枠の申請は令和4年度に「デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業費補助金」を獲得した企業も申請できるのでしょうか。本日説明があった補助金を申請するにはJETROの新規輸出1万者支援プログラムに登録しないと申請できないのでしょうか。 ・ 岩手のB社の事例で、商品の毀損や顧客のクレーム、訴訟リスクに対する責任分担など、どのような体制になっているのかわかれば教えてください。 ・ 中小の事業者が躓くポイントは多々あるものの、輸送コストが最大の課題のように考えています。コロナ後、高騰していることは否めませんが、小ロットでも格安の輸送手段(混載)があればお知らせください。また、「決済」についてはPayPal、WISEを希望される海外のお客様が多いですが、他に望ましい方法があればお知らせください。
改善点	・ 質疑応答の時間が十分に確保できず、一部の質問には報告会終了後にメールで回答した。開催時間を75分とし、質疑応答の時間を十分に確保する必要があった。 ・ 運営事務局側からTeamsのカメラも制御できる設定とすべきだった。

事後アンケート調査結果（2023年3月10日10:30現在。有効回答61件。）

- 本セミナーに参加した理由は、「輸出支援ビジネスに関する情報収集」が最も多く、次いで、「海外展開を行う中堅・中小企業の動向に関する情報収集」、「自社、顧客、関係会社の輸出（インバウンド消費）を増やすための情報収集」、「経済産業省の海外展開支援策に関する情報収集」であった。
- 本セミナーを知ったきっかけで最も多いのは、JETRO、次いで経済産業省、総務省であった。

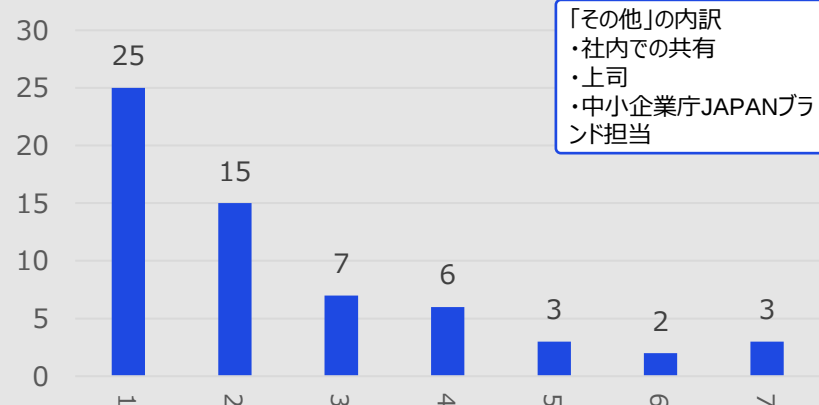
Q

本セミナーに参加した理由を教えてください。該当するものすべてを選択してください。（複数回答可）



Q

本セミナーをどこで知りましたか。

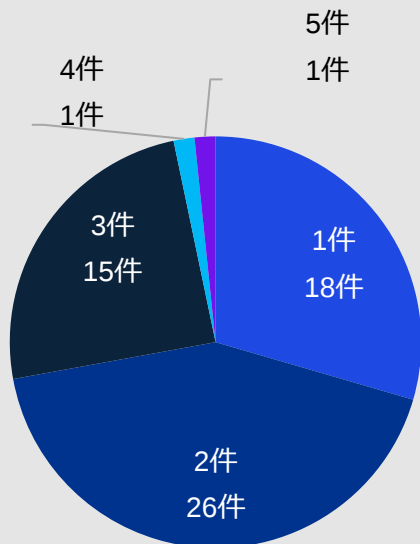


事後アンケート調査結果（2023年3月10日時点：有効回答61件）

- オンラインセミナー全体の満足度に関して、非常に満足が30%、やや満足が43%であり、全体の7割超が満足している。
- 良かった点を自由記述で確認したところ、「具体的でわかりやすかった」が最も多かった。
- 悪かった点、改善点を自由記述で確認したところ「内容が難しい、抽象的でわかりにくい」が最も多かった。

Q

今回のオンラインセミナー全体の満足度について、当てはまるものを1つ選んでください。



Q

上の設問でその満足度を選ばれた理由（良かった点や悪かった点、改善点等）をご記入ください。

良かった点	件数
具体的でわかりやすかったため	18
補助金、公的支援について知れたため	6
時間配分が適切であったため	2

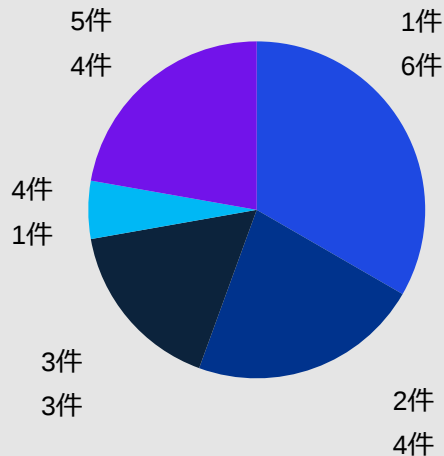
悪かった点・改善点	件数
内容が難しい、抽象的でわかりにくい	5
知りたい情報がなかった	2
運営が悪かった	1
投影資料が小さかった	1
その他	2
・ 大変興味深い内容でしたが、駆け足でちゃんと理解する前に終了してしまいました。事前に資料をいただけたら質問も出来たのではないかと思います。補助金についてもっと詳しく説明がほしいと感じました。 ・ 輸出支援をもっと一気通貫のイメージで考えていた。各課題に応じた支援事例が多く、とりまとめ支援に繋がる事例をもっと聞きたかった。	

事後アンケート調査結果（2023年3月10日10:30現在。有効回答61件。）

- 輸出やインバウンド消費の拡大に関する課題のうち、最も多い課題は社内の人材不足や知見不足であった。次いで、物価、輸送費の高騰を背景に、費用・補助金を課題として挙げる企業が多かった。また、海外バイヤーや、現地のパートナーの確保を課題として挙げている企業も複数社存在した。

Q

輸出やインバウンド消費の拡大に関して、お悩みの点や、困りごとがあればお書きください。



【人材不足・知見不足】

- ・ 情報・知識の不足 頼るところがありません。
- ・ もっと勉強したい。
- ・ どのように攻めたらよいか検討中である
- ・ 食品製造業です。認証システム等について知りた
- ・ 用できない等、中小企業ならではの課題もあります。
- ・ 中小企業ですの、「人材不足」が最も苦しい課題
- ・ 輸出に関する専門的な知識をスタッフがまだ習得できていない。

【費用・補助金】

- ・ 輸送コストが海外バイヤー、日本の中小事業者にとつての一番の課題と考えています。日本国で貨物の定期便を持って、世界各地・輸出重点エリアなどに送ることはできないものではないでしょうか。
- ・ 弊社支援業者ですが、複数年の補助がないと中小企業の海外チャレンジが中々続かない
- ・ 輸出のための、現地における機材デモやテスト（試行）などを行う支援プログラムに関する情報
- ・ JAPANブランド補助の採択率が低く3年計画を1

年で終えた企業が再チャレンジするが今回14次もの補助と一体になり複雑化

【社外パートナー】

- ・ 海外バイヤーとの接点がすくない
- ・ 現地パートナー探し
- ・ 日本の中小企業のグローバル展開希望と支援者のマッチング

【商材】

- ・ 商社ですの、海外バイヤーの開拓と海外で競争力の高い日本製品の開拓

【その他】

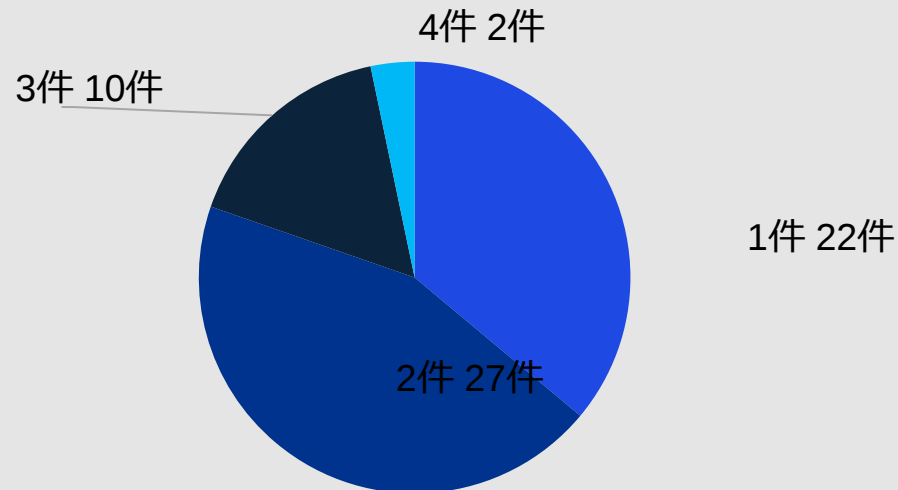
- ・ 鯨製品は輸出出来ないことが悩みです
- ・ 食品の物流は、規制や商品リスクの問題が大きく、難しい。特に訴訟リスクの大きい米国は、商社がリスクヘッジのため、インポーターとなることを避ける傾向が強い。
- ・ 輸出拡大
- ・ 輸出先の国の検疫をはじめとする通関関係の詳細情報が得られにくい。

事後アンケート調査結果（2023年3月10日10:30現在。有効回答61件。）

- 令和5年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」に関して、「非常に関心がある」が36%、「ある程度関心がある」が44%で、全体の8割が関心ありと回答した。

Q

経済産業省では、令和5年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の実施を検討しています。貴社の令和5年度の同事業へのご関心について教えてください。



07

本調査からの示唆及び提言

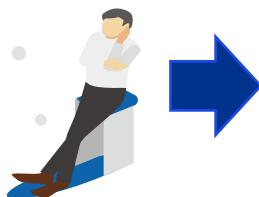
輸出支援ビジネスの今後について（得られた示唆と提言）

- 輸出支援ビジネスは、業務のデジタル化を進めて業務効率化を図っている。
- 公的な輸出支援ビジネスについては認知度が高い傾向があるが、民間レベルにおいても輸出支援ビジネスに取り組む企業は多く存在する。

企業の悩み

公的な輸出支援ビジネスに比べ民間企業が提供するサービスは、有料な分要求に色々応じてくれるがサービス料金が気になる。。。

輸出による海外展開を行いたいけれども、制度対応やマーケティングなど専門的な知識を持っている人材が揃っていない。。。



新たな解決策

- ・ 従来中堅・中小企業が民間の輸出支援ビジネス企業を利用する際にボトルネックと感じていた報酬対価についても、デジタル技術の革新や、民間企業間の競争激化により利用しやすい価格帯のサービスを打ち出している企業も多くなってきている。
- ・ 日本人の労働コスト、リクルートの難しさを考えると現地の商習慣を熟知している優秀な外国人材の活用が進んでいる。

提言

輸出支援ビジネスを提供している民間企業は多く存在するも、公的機関は民間企業に比べ料金が安いこともあり公的機関が利用される傾向にある。民間の輸出支援ビジネスプレイヤーの取組をよりPRすることにより一層の周知を行うことが必要である。例えば、支援の入り口では公的機関が担うとして、海外展開導入期以降本格的な輸出段階に当たっては民間プレイヤーに橋渡しを行うなどの協働も考えられる。

中堅・中小企業を対象にしているビジネスでは、低コストでの提供が普及のカギとなる。デジタル技術を利用した先進的な取り組みを行っている支援プレイヤーなどを対象に補助金や助成金による支援を通じてユーザーである中堅・中小企業の利用料金の低減を後押しが必要である。

さらに、輸出支援ビジネスの内容が益々多様化・複雑化していく中で、今後はそれぞれの支援ビジネスを理解し、初期段階から一気通貫で中小企業と輸出支援ビジネス事業者との間を仲介するようなコーディネーターの存在が重要になってくると考えられる。

輸出支援ビジネスの今後について（得られた示唆と提言）

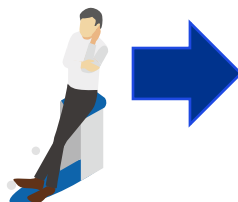
- 昨今の国際情勢を踏まえ、国際物流の混乱を輸出ビジネスを行う際の課題として挙げる中堅・中小企業が多い。
- 輸出支援を行うビジネスプレイヤーもこの混乱を商機と捉え、中堅・中小企業の輸出企業に寄り添った小回りの利くサービスメニューの新規開発や、業務のデジタル化による物流の効率化・簡素化を行う企業も現れてきた。

企業の悩み

輸出を行いたいサプライチェーンが崩壊し、商品を海外に輸出するコンテナの確保が難しい。。。

越境Eコマースを始めたが、商品を海外に発送するなど物流については誰に相談すれば良いのか。。

新型コロナウイルスの蔓延などにより国際物流費が高騰し採算が合わない。。



新たな解決策

- ・ 仕向け地別にコンテナを満載にする荷物を組み合わせるのが難しかったが、小口貨物の混載事業へのニーズが高まっている。小口貨物の効率的な輸送により輸送コスト及び輸送時間の短縮を図っている。
- ・ 船積依頼書類作成や通関手続きといった国際物流や、商品発送後の代金決済までをワンストップでサービス提供を行う民間企業も出てきている。
- ・ 取引台帳はブロックチェーン技術を採用し改ざんリスクを低減し安全性を高めている。

提言

従来、商社や輸送業者、フォワーダー業、倉庫業など分業化されていた国際物流を、共通のプラットフォームを開発・提供することで専門的な知見を有していない利用者の利便性を向上させている支援ビジネスプレイヤーが登場してきている。輸出拡大による我が国の国際競争力の強化のためには、国際物流のDX化を推し進めている民間事業者への支援の強化を図ることが望ましい。物流会社に求められるニーズがこれまでよりも拡大してきており、より正確に、より効率的に輸送するニーズが高まっている。今後はトラッキングやスマートパッケージなどのDX化に伴い、先端技術の導入など他業種との連携が一層進むものと考えられる。

本報告書は、経済産業省の委託により有限責任 あずさ監査法人が実施した調査結果を取りまとめたものです。本報告書は委託者である経済産業省に対して提出したものであり、本報告書を閲覧あるいは本報告書のコピーを入手閲覧した第三者の本報告書の利用により被る損害・損失に対して、有限責任 あずさ監査法人は直接ないしは間接の責任を負うものではありません。有限責任 あずさ監査法人は、調査時点で入手した情報に基づき本報告書を適時に取りまとめるよう努めておりますが、本報告書の内容は、本調査の対象に含まれない特定の個人や組織が置かれている状況への適用を想定しておりません。また、本報告書の情報を受け取った時点及びそれ以降において、その情報が最新かつ正確、完全であることを保証するものではありません。



ここに記載されている情報はあくまで一般的なものであり、特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものではありません。私たちは、的確な情報をタイムリーに提供できるよう努めておりますが、情報を受け取られた時点およびそれ以降においての正確さは保証の限りではありません。何らかの行動を取られる場合は、ここにある情報のみを根拠とせず、プロフェッショナルが特定の状況を綿密に調査した上で提案する適切なアドバイスをもとにご判断ください。

© 2023 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

二次利用未承認リスト

報告書の題名 令和４年度中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業
(輸出支援ビジネスプレイヤー調査) 調査報告書

委託事業名 令和４年度中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業
(輸出支援ビジネスプレイヤー調査)

受注事業者名 有限責任あずさ監査法人

項	図表番号	タイトル
9	—	海外進出動向
10		今後の海外進出方針
11		海外ビジネス展開状況
12		事業対象国でのビジネス展開の継続状況
13		海外ビジネスの断念理由
14		海外ビジネス展開の断念回避策
15		今後の最重要国・地域の課題・不足事項
16		重要課題・不足事項の詳細
17		企業規模別課題
18		中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業の振り返り(R2年度)
19		中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業の振り返り(R3年度)