

contents
ジェトロ山口
釜山派遣レポート
YMFGアジアニュース
財団国際部からのお知らせ

発行 (一財) 山口県国際総合センター

日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

(一財) 山口県国際総合センター

山口県下関市豊前田町3-3-1

TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信

INTERNATIONAL NEWS

KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

輸出初心者企業に向けて海外ビジネス入門セミナーを実施

ジェットロ山口は、2023年7月21日（金）に宇部市役所と共催で、「海外ビジネス入門セミナー ～輸出チャレンジしてみませんか～」を開催しました。本事業は、宇部市内の事業者を対象に、ジェットロ海外展開支援部 主幹 小林寛 より「海外展開を通じた、自社製品・サービスの魅力・価値の“再”発見」、ジェットロ山口 新輸出大国コンシェルジュ 池田利政 より「輸出はそんなに難しくない」、というテーマで講演を行いました。今回は、セミナーにて説明のあった、中小企業の海外ビジネスを取り巻く環境や、実際に輸出に取り組む企業の事例、ジェットロの支援策とその活用事例などについて記載していきます。

■はじめに

「輸出」や「海外展開」という言葉は中小企業にとってややハードルの高いもののように捉えられることが多いかと思います。しかし、実際にジェットロ支援を通じて海外展開に取り組んでいる企業は、なにか「特別な企業」というわけではありません。海外展開はあくまで企業戦略の一つであり、取り組むことで得られるメリットもあります。そこでジェットロでは「海外ビジネスに興味はあるけれど、何から始めたらよいかわからない」などお考えの企業の皆様を対象に、本セミナーを実施いたしました。

■中小企業の海外展開を取り巻く環境

少子高齢化により日本国内の市場が縮小していく一方で、海外では人口増加・経済成長による消費購買力の増加など、日本企業を取り巻く環境は日々変動しています。日本の人口がこれから減少していくのに対し、世界人口は2022年時点で約80億人であるのが、2058年には100億人を超えるといった予測も出ています¹。

日本の名目GDPが長らく停滞している傍らで、2010年に名目GDPで日本を追い抜き、世界2位の経済大国に躍り出た中国や、順当にトップで経済成長を続ける米国、各国が顕著な経済成長を見せるASEANなど、海外に目を向

けると多くの成長市場があることが分かります。

そういった海外市場の成長に合わせて、以前と比べてより規模が小さく、また分野でも多種多様な日本企業が海外展開に挑戦する時代となり、ジェットロが支援している企業も小規模化・多種多様化してきています。それに応じて企業様の「支援ニーズ」も幅広いものになってきていることを日々感じています。

■「輸出」に必要な知識や事柄

さて、皆さんは「輸出」と聞いてどういったことを思い浮かべるでしょうか。英語を使用してのカタログ・ホームページ作成や貿易実務、海外の取引探しなど、様々なことが挙げられるかと思いますが、そのどれもがとても大きなハードルに感じられるかもしれません。

しかし、上記のような事柄は輸出して初めの段階から大きな金額を扱う場合には必要ですが、小さい金額から始めることのできる「個人輸出（B to C²）」であればこういったことをすべて行う必要はありません。個人輸出であれば、英語を使用しての業務も最初はGoogle翻訳等を行うことで充分であり、貿易実務についても郵便局から郵送すれば難しい手続きは不要です。

貿易実務や、海外の取引先探しもちろん大事なのですが、個人輸出を始める際には「マーケ

¹国連 World Population Prospects 2022
<https://population.un.org/wpp/>

²B to C = Business to Consumer（企業から個人消費者への販売のこと）

ティング」も大事になってきます。どこの、誰に、何を売りたいのかということを確認にし、対象市場を絞っていく等の戦略をたてる必要がありますが、まずは難しく考えずにSNS等で自社商品・サービスを発信してみるところから始め、反応を見てから対象市場を決めていくということから始めてみるというのも一つの手として挙げられるかと思えます。

いきなり完璧な戦略を立てようとせず、小さなところから始めてみて、やりながら細かい戦略を決めていくといったやり方で進めることにより、あまりコストをかけずに「輸出」の方法についても学んでいけるかと思えます。

■「個人輸出」の方法

それでは実際に個人輸出はどのように行えばよいのでしょうか。ここでは例としていくつか紹介いたします。

まずはSNSを利用したPRです。世界的に利用者数の多い、Facebook、Instagram、TwitterやLinked-in等にて英語で自社商品について発信するという方法で、コストをかけることなく、各市場での自社商品の優位性を調査することができ、また、SNS上にて引き合いが来る可能性もあります。引き合いが来た場合には日本郵便の「EMS（国際スピード郵便）」（30kgまで郵送可能）で郵送するなどすれば、難しい手続きなども不要です。

次に海外のECモールに出品するという方法もあります。「輸出」というとモノを海外に郵送するイメージが強いですが、AmazonやAlibaba等の海外ECモールに出品することも立派な輸出です。上にて述べた2つのモールは比較的成本手間もかかってしまうため、まずはコストがあまりかからず、小さな海外モールを探してみるのがお勧めです（LAZADA,Shopee等）。

上記の2つでも難しく感じハードルが高いと

いった方には、ジェトロが展開する「Japan Mall」に登録することを検討いただければと思います。Japan Mallについては前回のメッセ海外通信でも簡単にご紹介させていただきましたが、以下にてより詳しくサービス内容を説明いたします。

■「Japan Mall」のご紹介

Japan Mallとはジェトロが世界各国で連携するECバイヤーに商品する事業であり、世界中の約60社のECバイヤーと連携しています。原則、国内納品・国内買取・円建て決済で取引が完結するため、複雑な輸出手続きが不要となっている点が、本事業の強みとなっています。

Japan Mallは調達を希望するECサイトのバイヤーにジェトロが紹介し、バイヤーが希望する商品を買取り、現地のECサイトの倉庫にストックし、消費者に販売するという流れになります。連携するECサイトの多くは日本国内に調達拠点があるため、原則日本国内の取引・納品、返品リスクがない輸出支援プログラムとなっています。バイヤーから商談リクエストが来た際にはジェトロが商談のアレンジやサンプル依頼時の調整などを行いますので、海外企業とのやり取りに不安がある企業様にも安心してご利用いただけるサービスとなっております。

また、海外ECバイヤーと成約した企業様には現地のECサイトでのプロモーション支援を実施いたします。プロモーション支援としては2つのプランをご案内しております。

一つ目が「シンプルプラン」というもので全商品対象プロモーションへの参加が可能なプランとなっております。参加費は無料で、ECサイト内での特設サイトの設置や、ECサイトの会員企業向けのメールマガジンの発信など、全商品を対象としたプロモーションを実施します。

二つ目がプレミアムプランというもので、シ

ンプルプランと同様に、全商品対象プロモーションへの参加に加え、自社商品専用のプロモーションの実施を行います。また、プロモーション後には売上実績などのプロモーション結果のフィードバックも行います。プレミアムプランは有料プランとなっており、各ECサイトによる審査がございますので、この点ご注意ください。審査に通過しなかった場合でも、シンプルプランにてプロモーションを実施いたします。本事業について詳細はジェトロホームページ³にてご案内しておりますので、ぜひご確認ください。

■「個人輸出」の次のステップ

これまで説明した方法にて個人輸出を行い、少しずつ引き合いが来はじめ、商品が売れる自信もついてきたら、次はもう少し大きな取引にチャレンジしてみたいと思うようになるかもしれません。そういった場合はB to B⁴ビジネスにチャレンジしてみましょう。B to Bビジネスの始め方としては、

- ①ジェトロの「Japan Street」に？
- ②ジェトロの「商談会」（国内商社マッチング）に参加する
- ③海外の関連展示会を視察に行く（市場調査・仕入れ先の確保）

等が挙げられるかと思いますが、前回のメッセ海外通信にてご紹介した「新規輸出1万者支援プログラム」にご登録いただき、各企業様の課題に応じたサービスを利用するというのもよいかと思いますが。同プログラム内ではJapan Mallのほかにもさまざまなジェトロのサービスをご案内しております。

次パートではジェトロのサービスである「新輸出大国コンソーシアム⁵」、「TAKUMI NEXT⁶」を利用して海外展開につなげた企業様の事例をご紹介します。

■海外展開に取り組む中小企業の事例

これまでのお話で「輸出」とは何も特別な企業だけができるものではなく、誰しものが気軽にチャレンジできるものであることが分かったかと思います。ここからは実際に海外展開に取り組む中小企業の事例をご紹介します。

・株式会社外山刃物（新潟県三条市）

『海外展示会への出展などを通じて気づいたフォーラムの「価値」』

株式会社外山刃物は新潟県にて園芸ばさみや利器工匠具の製造を行う従業員数26名の企業です。日本だけでなく、海外にもさまざまな園芸文化があるなかで、「海外のお客様の率直な反応や声も反映しながら当社製品の新たな進化につなげたい」、「使う人の使いやすさや心地よさをさらに追求したい」という思いで海外展開に踏み出しました。

同社はジェトロの「新輸出大国コンソーシアム」事業を活用し、ハンズオン支援の専門家から米国市場の価値観、商流といった特性や、評価されるウェブサイトの構造や製品写真の見せ方、さらにはオンラインを活用したマーケティング手法など市場調査における重要な点を学び、米国の市場特性に合ったマーケティング手法を

³ジェトロホームページより「海外におけるEC販売プロジェクト」

https://www.jetro.go.jp/services/japan_mall.html#page02

⁴B to B = Business to Business（企業から企業への販売のこと）

⁵ジェトロホームページより「新輸出大国コンソーシアム」

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

⁶ジェトロホームページより「TAKUMI NEXT 2023」

https://www.jetro.go.jp/services/takumi_next/

身に着けていきました。

また、リアルでの商談会が難しいコロナ禍においてはジェトロの「TakumiNext2021」に出展し、海外企業との商談を行うことで自社製品の海外における反応を把握。出展を通じて日本に古くから伝わる自社製品のフォームが海外のお客様には特別に映り、また切れやすさも高い評価をいただけるということが分かりました。展示会にて実際に複数受注をいただいただけでなく、米国に現地法人のある国内企業からのオファーで自社経由での米国小売店への販路を広げることができました。

ジェトロのホームページでは「ジェトロ活用事例⁷」としてJapan Mall含む、ジェトロのサービスを活用して海外ビジネスに挑まれた企業様をご紹介しますので、そちらもご確認ください。

■海外バイヤーとの商談時における留意点

これまで輸出を全くしたことがないといった企業様は、海外のバイヤー（顧客）とお話をする機会もほとんどないことかと思えます。このパートではそういった企業様に向けて、海外のバイヤーと商談する際の留意事項をいくつかご紹介いたします。

海外展開を行う際に、顧客に対して「商品そのもの」（品質、価格、こだわりなど）を前面に出して売ろうすると商談がうまくいかないケースがあります。

これは自分が売り込もうとしている商品の「価値」を、顧客も同じく大切にしている（はず）と思い込んでしまっていることに起因しています。視線を顧客に合わせて、顧客が理解しやすい「魅力・価値」で商品の説明をすること

が重要になってきます。

また、案外見落としがちなのが「世界共通の価値」をアピールするということです。近年、ESG（Environment、Social、Governance）やSDGsに取り組んでいるということ自体が世界共通で評価されるようになってきており、これらの取り組みを対外的にアピールすることが自社ブランドのイメージ向上にもつながります。こういった取り組みは、一見難しいことのように思えますが、多くの日本企業が昔から続けてきていること、例えば「環境に配慮した排水処理をしている」、「環境に配慮したエコ梱包にしている」なども十分アピールポイントになります。すでに実施されている場合は商談の場だけでなく、自社ホームページ等でも自社の取り組みとしてアピールすることが有効かと思えます。

■終わりに

今回はすぐに始めることのできる個人輸出から次のステップであるB to B ビジネス、また、実際にジェトロのサービスを活用して海外展開された企業様の事例までご紹介いたしました。皆様の輸出に対するハードルを少しでも下げることが出来ればと思い、さまざまお話しさせていただきましたが、輸出に対する不安を完全に取り除けるものとは思っておりません。ジェトロでは今回ご紹介したもののほかに、多くの海外展開を目指す企業様向けのサービスをご案内しております。輸出を少しでもご検討いただいている企業様にはぜひお気軽にジェトロ山口宛にご連絡・ご相談ください。

（TEL:083-231-5022）

（まとめ：ジェトロ山口 黒木）

⁷ジェトロホームページより「ジェトロ活用事例」

https://www.jetro.go.jp/case_study/

釜山派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)

松村 康代

～ビジット釜山パスで釜山の観光がより便利に～

アンニョンハセヨ！

ビジット釜山パス（VISIT BUSAN PASS）という外国人向けの観光フリーパス券が2023年の2月に発売されました。これは、有料観光施設30カ所以上を自由に入ることができ、他にも飲食店での割引など、さまざまな特典を受けることができるパス券です。パスは24時間券（4万9千ウォン）と48時間券（6万9千ウォン）があります。今回は、実際に24時間パスを使い、釜山の観光をしてみましたので紹介します。

1日目、最初にパスを使ったのは、海雲台（ヘウンデ）にあるブルーラインパークという観光列車でした。パスの有効期限は初回の利用から24時間です。正午にパスを利用しましたので、翌日の正午前までパスを使うことができます。釜山の海を一望できる観光列車に乗り、気持ちのいいスタートとなりました。列車を降りた後は、釜山エックスザスカイ（BUSAN X the SKY）とミュージアムワン(MUSEUM1)へ。釜山エックスザスカイは、海雲台ビーチの近くにある98～100階の展望台で、オープン以来、多くの人気を集めています。また、メディアアートの現代美術館であるミュージアムワンでは、映像美を思う存分楽しむことができます。夕方にはダイヤモンドベイのヨットツアーに参加しました。夕日に照らされた広安里（クァンアンリ）や海雲台といった海辺の人気観光スポットの海からの眺望は格別で一度は見ておくべきでしょう。そしてこの日の最後は、ホテルアクアパレスにあるスパでサウナと温泉に入り、一日の疲れを癒しました。今回挙げた施設はどこもパスで利用ができます。スパもビジット釜山パスが使えるなんて便利ですね。

翌日は、釜山の観光名所を循環しているシティツアーバス一日券を利用することにしました。シティツアーバスに乗れば、人気観光スポットも簡単に行くことができます。バスを利用し、海岸散策路で人気を集めているヒンヨウル文化村で下車、散策をした後、向かったのは松島（ソンド）海上ケーブルカーです。ケーブルカーや松島龍宮吊橋で松島の風景を堪能し、ここでパスの有効期限の24時間が到来しました。施設利用額は全部で15万ウォン分ですが、パスを使ったため、お得に観光スポットを巡ることができました。なお、ビジット釜山パスが有効期限を迎えても、シティツアーバ

スの一日券は引き続き利用が可能でしたので、バスを利用しチャガルチ市場で降り、国際市場やB I F F広場で買い物をしました。

パスは実物カードとアプリの2つあります。実物はプリペイド式の交通カード機能も搭載しています。釜山の観光を十分に満喫できるビジット釜山パス、ぜひ有効活用してください！



ビジット釜山パスカード（24時間券）



シティツアーバス

YMFGアジアニュース

山口銀行大連支店
渡 邊 丈 晴

中国自動車市場と電気自動車普及に伴う変化

1. はじめに

中国では昨年12月にゼロコロナ政策が実質終了し、国内出張者はもとより、日本からの出張者も増え、ようやくコロナ後のビジネスが活性化していることを感じます。今回は、コロナ禍でも大きな成長を遂げた中国の新エネルギー車を中心に、中国の自動車市場についてご紹介致します。

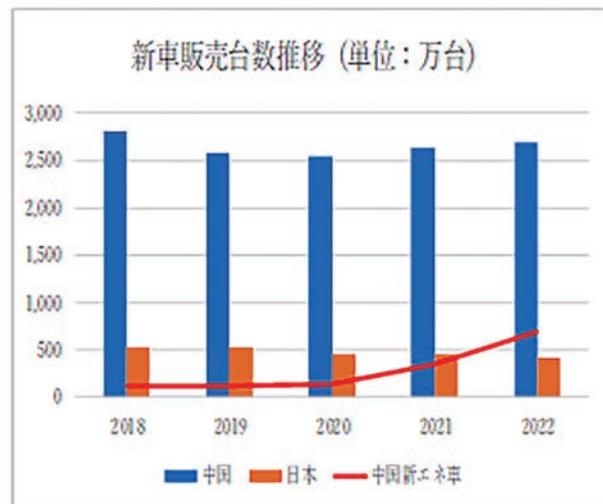
2. 中国の自動車市場

右の図は、中国汽車工業協会、および、一般社団法人日本自動車工業会の統計を元に作成した、直近5年の新車販売台数の推移を表したものです。

中国の新車販売台数は、米中貿易戦争や新型コロナウイルス発生から前年比減少が続いていました。しかし、2020年の2,531万台を底に、直近2年間は前年比増加となり、2022年は2,686万台まで販売台数が回復しています。また、コロナ禍において、新エネルギー車（NEV：電気自動車（EV）、プラグインハイブリッド車（PHEV）、燃料電池自動車（FCV）を含む）の販売が加速し、特に2022年のEV車の販売数は536万台とほぼ倍増（前年比184.0%）となり、日本の新車販売台数を追い越すまでに成長しました。

中国政府は、2016年に新エネルギー自動車政策の目標（ロードマップ1.0）を発表、2020年には新たに改訂版であるロードマップ2.0を発表しています。その中で、数値目標として、全体の販売台数に占めるEV車の比率を2025年で20%程度としています。また、全国的な社団法人である中国汽車工程学会は2030年に40%を目標としています。それら目標を掲げる中で、新エネルギー車への補助金支給を長年実施していましたが、2022年末に支給が終了しました。そのため、2022年度は支給終了に伴う駆け込み需要もあり、新エネルギー車の販売台数は大幅な増加率（前年比195.6%）であったことから、占有率は24.6%となっています。

補助金は終了しましたが、その他の面でも新エネルギー車を利用するメリットはあります。例えば、上海や北京等の大都市では、渋滞や環境汚染の面からガソリン車のナンバープレートの発行数を制限しています。上海では入札方式が取られ、一時はナンバープレートの落札価格が10万元以上（日本円で約200万円）に高騰していました。一方で、新エネルギー車の場合は、ナンバープレートが無償で提供されていたため、急速にガソリン車から新エネルギー車への乗り換えが進み、大都市部では新エネルギー車のナンバープレートである緑色ナンバー（ガソリン車は青色）が増加しています。補助金支給が終了したことから、新エネルギー車販売が鈍化する事も考えられますが、中国自動車メーカー



各社もEV車種のラインナップを増強しており、しばらくはEV車の販売数は増加トレンドが続く事が予想されます。

3. 電気自動車普及に伴う変化

次に、ここ数年で電気自動車が普及している事に伴う、変化についてご紹介致します。

広州は、中国華南地方の最大都市で、香港・マカオとも近い南方都市であることから、4月でも既に30度を超える日もあります。コロナ禍で遠方の出張ができず、この4月に約3年ぶりに広州へ出張したのですが、まず驚いたことが、タクシーが全てEV車に変わっていたことです。移動中に現地タクシードライバーから聞いたところ、2019年から徐々にEV車への移行が進んだようです。ちなみにこの写真のタクシーは、補助金等の利用までは聞くことが出来ませんでした。価格4~5万元（日本円で約80~100万円）で手に入れたようで、一度の充電で400km程度走行可能とのこと。広州は、北京や上海と並ぶ大都市で、もちろん人口も多いのですが、市内を走る自動車もEV車が多かったことから、妙に静かだったことも印象に残っています。



広州で利用したタクシー

4. 終わりに

各国がカーボンニュートラル経済の実現を目指す中、自動車メーカー各社や異業種からの参入など、EV車に関するニュースを見かける頻度は多く、年々技術開発は競争が増している印象を受けます。一方で、自動車に限らず、中国に関する情報を新聞やニュースを通じて知ることはできますが、やはり現地にいることで、改めてその実情・変化を体感することも多いです。

今回は自動車をテーマにしましたが、山口銀行大連支店では中国に関する様々な情報を発信しています。ご質問等ございましたらお気軽にご相談下さい。

(山口銀行大連支店 渡邊 丈晴)

【参考文献】

- ・JBIC中国レポート2022年度3号「新エネルギー自動車（NEV）をめぐる中国の政策動向」（https://www.jbic.go.jp/ja/information/reference/reference-2022/contents/china2022_03.pdf）
- ・三菱UFJリサーチ&コンサルティンググローバルレポート（2022年9月12日）「中国新エネルギー自動車政策の達成状況と今後の見通し」（https://www.murc.jp/library/report/global_220912/）
- ・日経新聞(2023年4月26日)「充電ポイントでお茶 日常に溶け込む中国EVのリアル」（<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC243VM0U3A420C2000000/>）
- ・JAMA - 一般社団法人日本自動車工業会ウェブサイト(https://www.jama.or.jp/statistics/facts/four_wheeled/index.html)
- ・中華人民共和国中央人民政府ウェブサイト(http://gov.cn/zhengce/content/2020-11/02/content_5556716.htm)
- ・中国汽車工程学会ウェブサイト(<http://www.sae-china.org/news/society/202010/3957.html>)

財団国際部からのお知らせ

令和5年度貿易実務セミナー受講者募集中です

(一財)山口県国際総合センターでは、県内の貿易関係業務に従事する者を対象として、貿易に関する基礎的な知識の習得や貿易実務の能力向上を図るため、以下の科目・レベル別の貿易実務セミナーを開催します。

1. セミナー実施内容

講師:(全科目) 石川 ゆき 氏 (坂田貿易支援事務所 代表)

(基礎編の一部)下関市立大学経済学部経済学科教授

(実践編(輸入)の一部) 門司税関下関税関支署職員

科目	内容	対象
基礎編	輸出と輸入のそれぞれの仕組みや国際的な取り決め(リスク、インコタームズ、取引交渉、売買契約、取引条件など)について、基礎的な知識の習得を図ります。	貿易実務の経験 1年未満及び貿易未経験者
実践編(輸出)	輸出(輸出許可・承認、相手国の輸入規制など)に関する貿易実務の能力向上を図ります。	貿易実務の経験 1年以上が望ましい
実践編(輸入)	輸入(輸入承認、輸入割当、相手国の輸出規制など)に関する貿易実務の能力向上を図ります。	
貿易実務書類(英語)の解説	貿易取引における実務書類(英語)について、取引交渉から決済までの書類の実例を確認し、書類の作成を学びます。	

2. 開催日程

科目	日時	定員	受講料	申込期日
基礎編	9月6日(水) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	2,000円	講義終了
実践編(輸出)	10月10日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	全科目 受講の 場合 9,000円
実践編(輸入)	11月7日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	
貿易実務書類(英語)の解説	12月12日(火) 10:00~16:00	33名 ※会場定員104席	3,000円	

※申込期限を過ぎた場合でも各科目の定員に達していない場合は、受講を認める場合がありますので、当財団までお問い合わせください。

- 会場 海峡メッセ下関 8階会議室
- 主催 一般財団法人山口県国際総合センター
- 共催 山口県、下関市、山口県商工会議所連合会、下関商工会議所、日本貿易振興機構(JETRO)山口貿易情報センター
- 後援 公益財団法人やまぐち産業振興財団

受講申し込み等のお問い合わせは、(一財)山口県国際総合センター国際部

(電話 083-231-5778) まで

ホームページからでも受講申込書をダウンロードできます。

<http://www.kaikyomesse.jp/zaidan>

皆様の受講をお待ちしております!



中国への貿易相談は 海峡メッセ下関に お任せください！



NEW

OPEN

新しく貿易相談受付フォームを開設しました！

お気軽にご相談ください！



山口県国際総合センター



https://www.kaikyomesse.jp/zaidan/international/int_support2/