

～意外な回答結果から、海外進出『第 3 の目的』と成功の秘訣が浮き彫りに～

## 【Digima～出島～アンケート調査 vol.1】

### 海外進出企業 100 社に聞いた「進出理由」と「国選びのポイント」

株式会社 Resorz（本社：東京都目黒区、代表取締役：児嶋 裕貴）が運営する、海外進出支援に特化したプラットフォーム『Digima～出島～』（URL：<http://www.digima-japan.com/>）では、海外進出を検討したことがある経営者および担当者 100 名に「海外進出に関するアンケート」を実施。海外進出を検討した「理由」や、進出国を検討した際の「選定ポイント」に関する回答結果を分析しましたのでお知らせいたします。

#### 【調査概要】

タイトル：『海外進出に関するアンケート調査』 / 調査方法：インターネットによる自主調査

調査対象：自社の海外進出を検討したことのある経営者もしくは担当者 / サンプル数：100

調査期間：2014 年 1 月 21 日～2 月 12 日

#### ◆ 販路拡大、コストダウンに次ぐ、海外進出『第 3 の目的』とは？

最初の質問は、「海外進出を検討した主な理由」について。海外進出の目的として、主なものは、「（１）コストダウンを狙った製造拠点」「（２）販路拡大先の市場」の 2 つが挙げられるかと思います。今回の調査でも、そうした目的が回答を二分するかと予測していましたが、結果は少し違っておりました。

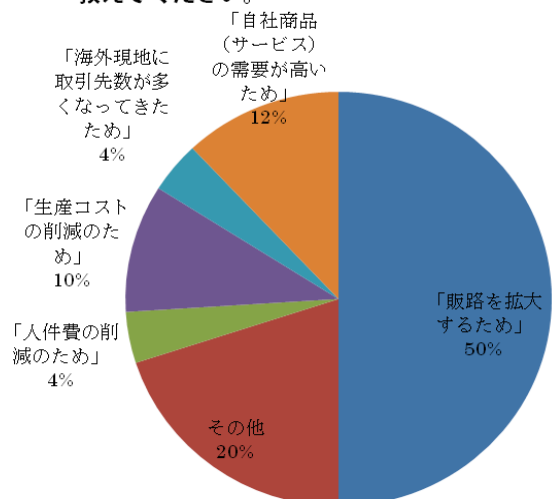
まず、海外進出を検討した企業のうち 50%の企業が「販路を拡大するため」と回答。「自社商品（サービス）の需要が高いため（12%）」と合わせ 6 割を占める企業が、「販路拡大先の市場」として海外進出を検討したこととなります。これは予測の範囲内と言えるでしょう。

一方で、これまで海外進出の理由として上げられることが多かった「コスト削減」という観点では「人件費」及び「生産コスト削減のため」という 2 つの数字を足してもたった 14%に留まりました。

これは予測よりもかなり少ない数字で、日本企業の海外進出の流れが大きく変化していることを感じさせる結果と言えるでしょう。

結果として、3 割近い企業が、上記以外の目的で海外進出を検討しているということになります。そこで、注目したいのが、20%にも及ぶ「その他」という回答です。その多くが国内での事業とは別の

Q1貴社が海外進出を検討した、主な理由について教えてください。

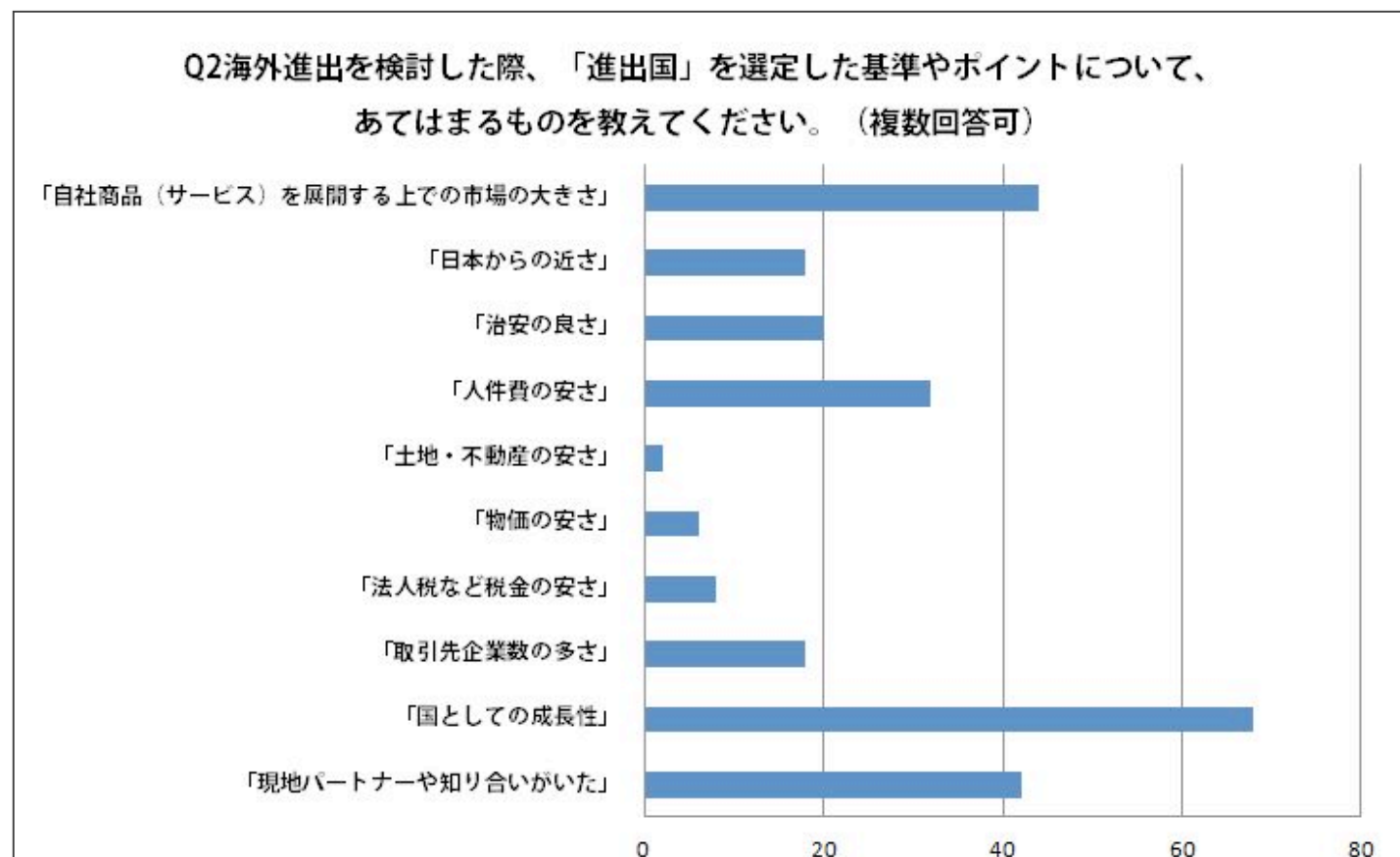


「新規事業」を始めるため、といったものでした。販路拡大先としてでもなく、コストダウンセンターとしてでもなく、新しいビジネスの場として、「海外」を捉えているということになります。もちろん、自社が既に日本で展開していることとシナジーを生むような事業を展開するのがベストですが、なかには全くの新規立ち上げを行うケースも増えているようです。自社事業の国内市場における閉塞感などが影響していると推測されますが、今後こうした形での進出が、ますます増加していくのではないのでしょうか。

## ◆ 海外進出成功の秘訣は「現地パートナー」。進出国の選択基準から浮き彫りに

次に、そうした海外進出の目的を達成するための「進出国選び」についても調査を実施しました。結果、「自社商品（サービス）の市場の大きさ」を進出国の選定基準とした企業は 44%におよび、進出理由として「販路の拡大」のニーズが高かったことを裏付ける結果となりました。

さらに注目すべき結果として「その国の今後の成長性」と回答した企業が最も多く 68%という結果が出ています。現状における「市場の大きさ」に対し、1.5 倍近い回答数が上がったことは、自社既存製品の販路拡大先としての成長性を期待していることともに、「全くの新規事業を行う」という観点からの期待が大きいことの表れと言えます。



一方、コストに関する選択項目については、「人件費の安さ」が健闘しているものの、軒並み低い結果となっております。特に、「法人税や税金の安さ」といった、これまで海外進出のメリットとして声高に叫ばれていたことが選択基準になっていないのは非常に意外な結果となりました。

これは、現地拠点を設けず、現地販売代理店や EC サイトを通じて、海外進出を行う企業も多くあるためだとも考えられますが、やはり「コストダウンセンター」としての海外の役割が減じていると感じざるを得ません。

また、もう一つ 40%を超える回答が集まったのは「現地パートナーや知人がいた（42%）」という選択基準です。海外進出においては、現地の法令や規制など、越えなければいけないハードルが数多くあります。それをクリアするためには、当然ながら現地パートナーの力が必要になります。そのため、選択基準として優良な現地パートナー

の有無が重要になっていると考えられます。しかしそれを裏返せば、国としての成長性は抜群だけれども、良い現地パートナーが見つからない……、といったことで、その国への進出に二の足を踏んでしまうという事態が生じていると言えます。

「Digima～出島～」への問い合わせにおいても、「海外法務」や「海外税務」における専門家への相談や、「提携先パートナーの開拓」については非常に多く寄せられています。現地の実情や市場感、今後の国としての成長率などを見極めて進出し、進出国でしっかりとビジネスを成功させるには、あらゆる局面それぞれにおいて専門性を持った支援パートナーを探すことが重要なポイントとなっていると言えるでしょう。

## ◆ 次回のアンケート調査結果レポートでは……

今回の Vo.1 に続き『Digima～出島～海外進出に関するアンケート』の Vo.2 では、「進出検討の際、どのように調べたのか？」や「検討段階で、現地視察は何回おこなっているのか？」、「現地視察では、どんなことをしたのか？」についてのアンケート調査結果について発表いたします。これから海外ビジネスについて情報収集をされる企業様や、現地視察を予定している企業のご担当者様は必見です。発表は3月下旬頃を予定しております。

## ◆ 「Digima～出島～」とは？

本サービス「Digima～出島～」(URL：<http://www.digima-japan.com/>) は、海外進出に関する全ての情報が集約された海外進出情報の専門ポータルサイトです。「グローバル市場で成功する日本企業を10,000社作る」をモットーに、海外進出サポートのプロフェッショナル企業のみを掲載し紹介していくことで、日本企業の海外進出の敷居を下げ、日本市場の活性化を目指します。紹介対応ジャンルは下記のとおりです。

(進出サポートジャンル例)

海外進出総合サポート／コンサルティング／拠点設立・登記代行／市場調査／海外広告・海外SEO／海外視察／海外販路拡大／翻訳・通訳／多言語サイト制作／海外向けECサイト構築／物流・輸出サポート／海外展示会／海外商標・特許取得／海外人材採用・紹介／海外労務サポート／グローバル人材育成 など

---

<お問い合わせ先>

株式会社 Resorz 広報担当：高島・鷺澤

〒153-0051 東京都目黒区上目黒 3-34-1-4 号

TEL：03-6451-2717 / MAIL：[press@resorz.co.jp](mailto:press@resorz.co.jp)

URL：<http://resorz.co.jp/>