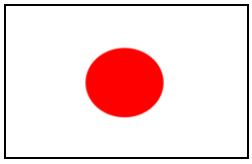
YMFG

アジアニュース

2026 年 11 月

【海外拠点】山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所
【現地駐在】HD 銀行(ベトナム・ホーチミン)、DIAI India Pvt.Ltd.(インド・バンガロール)、
ICMG Consulting India Pvt.Ltd. (インド・バンガロール)



【山口フィナンシャルグループ営業戦略部】

海外展開の相談を、事業の次の一手につなげるには

１．はじめに

「海外に可能性は感じるが、何から始めればよいか分からない」「人手や費用をかけても成果につながるか不安」。地域の中小企業の経営者からは、こうした声が多く聞かれます。

海外展開は、最初から進出国や販売方法を決める必要はありません。まずは、自社が抱える経営課題を整理し、小さく情報収集と検証を始めることが大切です。本稿では、相談前に準備することと、相談後の進め方を分かりやすくご紹介します。

２．相談の入口となる「3 点」

立派な事業計画や詳しい海外調査は必要ありません。まずは、頭の中にある考えを、次の 3 点に沿って整理してみてください。

<目的>

売上先を増やしたい、調達コストを見直したい、技術を生かせる相手を探したいなど、解決したい経営課題。

<商品・サービス>

主力の商品・サービス、現在の顧客や用途、他社との違い、顧客から評価されている点。資料がなくても、口頭で説明できる範囲で十分です。

<希望時期>

いつ頃までに、何を判断したいか。例えば「半年以内に市場性を確認したい」「来年度の計画に盛り込めるか見極めたい」といった目安。

答えが固まっていなくても問題ありません。分からない点を含めて共有いただくことで、優先順位や確認すべき事項を一緒に整理できます。

３．相談後の流れ

相談後は、お取引店と当社グループの関係部署が、経営上の目的、商品・サービスの特徴、社内の体制などを整理します。必要に応じて企業を訪問し、商品や技術、製造現場を拝見しながら、海外で生かせる強みを確認します。

次に、海外拠点・海外出向者や現地のネットワークに加え、外部の専門機関などと連携

し、対象となる地域や産業が抱える課題、企業や生活者のニーズ、商習慣、規制などを確認します。各機関が持つ知見や支援制度も活用しながら、現地で求められていることと自社の技術・ノウハウを照らし合わせ、どのような形であれば新たな価値を提供できるかを検討します。

こうして見えてきた可能性をもとに、対象とする顧客、提供する価値、販売・提供の方法、必要な体制、想定されるリスクを整理します。YMFG が各機関との連携をつなぎ、専門的な助言を取り入れながら、経営者の考えを実現可能性のある事業計画へ具体化していきます。

事業計画を整理する過程では、計画の実行に必要となる現地パートナーや販売先、製造委託先などの候補も具体的になります。計画を固めてから一律に相手を探すのではなく、検討の進み具合に応じて候補企業や協業先との対話を重ね、得られた情報や反応を計画に反映しながら、事業の形を磨いていきます。

事業の方向性が見えてきた段階では、現地企業とのオンライン面談、現地視察、サンプル評価、見積り、テスト販売、実証事業など、負担を抑えた方法から検証をはじめます。その結果を踏まえて、事業計画や連携先を見直し、一度に大きな投資をするのではなく、次の段階へ進むかを判断します。

<相談の流れ>



出典：筆者作成

相談内容や検討段階に応じて、現地ニーズの把握、事業計画の策定、候補企業との対話、実証など、必要な取組みを組み合わせます。自社の人員や予算、事業の優先順位を踏まえ、計画と現地での検証を行き来しながら、事業化に近づけていきます。

４．相談を通じて得られるもの

相談を通じて得られるのは、海外へ進出するかどうかの結論だけではありません。現地の評価や取引条件を知ることで、限られた経営資源をどこに配分するかを考える材料が得られます。また、自社では当たり前だと思っていた技術や対応力が、海外では強みとして評価されることがあります。反対に、価格、仕様、納期、認証、販売体制など、事前に見直すべき点も明らかになります。検討の結果、進出を見送ったり、対象国や販売方法を変えたりすることもあります。それも、不要な投資を避けるための重要な成果です。海外から得た反応は、新たな用途の発見、商品の改良、国内での営業方法の見直しなど、既存事業の強化にも生かせます。

海外展開の相談は、自社の強みと課題を外部の視点で見直し、次に取るべき行動を見極める機会となります。

５．終わりに

海外展開の相談にあたり、国や具体的な計画が決まっていなくても構いません。「解決したい経営課題」「対象となる商品・サービス」「判断したい時期」の３点を、お取引店へお聞かせください。まずは情報を集め、現地の反応を確かめる。その小さな一歩が、新たな売上機会の発見や既存事業の見直しにつながります。

（山口フィナンシャルグループ営業戦略部 高木 岳史）