

愛知県支部

中小企業の海外進出に関する調査と事例研究

グローバルな経済環境が目まぐるしく変化している中で、日本経済を支えている中小企業の存在は大きいといえます。中小企業は、国内産業の激変に対応するのみでなく、海外事情も理解し、自らの技を研ぎ澄まし積極的に海外に進出することにより、海外現地に溶け込み現地経済に貢献し、自社の存在意義を発揮することが真に望まれています。

今回、海外経営実践研究会では、現在特に中国を中心とした海外進出に最前線で行き届いている中小企業の経営者に、海外戦略の勘所などを直接伺いました。それに基づいた執筆者のキーポイントを示し、海外進出を希望する中小企業や、その支援を行う中小企業診断士のキーノートとなるよう、フィールド調査を実施し、本報告書をまとめ上げました。

1. 海外進出の必要性

中小企業の海外進出は、国内外の景気低迷、国内市場の縮小、経済のグローバル化などにより必要となってきたおり、成長する海外市場とつながりを持つことが重要です。

2. 海外進出の現状

海外進出している企業の半数が、中小企業です。進出地域では、アジアの新興国が増加しています。業種としては、従来の製造業から卸売業及びサービス業を中心とした非製造業に移行しており、進出目的は「安い労働力」から「拡大する海外マーケット」へ変化しています。

3. 海外進出の進め方・手続き及び留意事項

海外進出の計画立案に際し、下記の事項をステップにしたがい検討することが重要です。

目的の明確化、国・地域の決定、進出形態の決定、日本本社への利益還元、撤退ルール、現地確認など

次に現地法人設立の手続きについても、検討事項として下記の事項があります。

進出対応チーム、合弁契約の決定事項、設立の手続き、取引契約、債権回収、資金調達、危機管理、仲介貿易など

これらの事項をさらに細目に分け、検討ポイントを詳細に説明しました。

4. 進出事例

海外進出をした企業 12 社から、進出した背景・理由、事前の準備事項、失敗成功のノウハウなどを聞き取り調査し、キーポイントを要約しました。

進出地域別では、中国 8 社、ベトナム 2 社、台湾・タイ・マレーシア各 1 社、業種別では製造業 8 社、ITサービス・商社各 2 社、飲食業 1 社です（1 社は 2 地域に異業種で進出）。