

こんな声かけで海外展開・貿易取引のニーズをつかもう

ここでは「輸入・仕入円滑化ニーズ」と「輸出・販路拡大ニーズ」に分け、ニーズを引き出すための声かけ、トークの展開法を解説する。

①~③ 竹内 心作

④~⑧ 星 武志

株式会社アスタリスク
代表取締役

輸入・仕入円滑化ニーズ

声かけ1

同業者の中には
原材料を海外から仕入れる
企業も多いようですね



こんなトークを展開しよう

担当者：同業者さんでは原材料を海外から仕入れる先も多いようですね。御社でも仕入先を海外にシフトすることについて検討されたことはありますか

経営者：貿易コスト、為替コストなどを勘案しても、国内より安価で調達できる場合があるみたいだね。うちでも検討したいんだけど輸入の流れがいまいちよく分からなくて…

担当者：弊行には外国為替や海外展開をご支援する専担部署があり、輸入取引に関する資料もご提供できます。よろしければ、仕入れを海外からの輸入に変更した場合について、一緒にシミュレーションしてみませんか
経営者：ぜひお願いしたいな

経

済のグローバル化やインターネットの普及を背景に、個人が外国企業と取引をするのも珍しい時代ではなくなりました。しかし、いまだに多くの中小企業が貿易取引に漠然とした不安を抱え、二の足を踏んでいるという実態がある。

特に輸入取引に関しては、仕入れを海外にシフトすることでコストの削減につながる可能性がある一方で、基本的な流れを経営者が理解できていないケースが多い。涉外担当者は、本部のサポート部署や外部の支援機関を活用して、まずは経営者とともに大まかな流れを確認してみよう。



直接取引に不安があれば
まずは商社を紹介する

輸入取引は「間接貿易」と「直

接貿易」に大別できる。

① 間接貿易

これは売主と買主の間に商社などの第三者が介在して行われる取引だ。貿易取引において発生し得るリスクは商社がカバーしてくれるが、相応の手数料を支払う必要がある。取引先（買主）が外国企業と直接コミュニケーションを取ることには不安を持っているならば、ビジネスマッチングで国内の貿易商社を紹介するとよい。

② 直接貿易

直接貿易は市場の開拓、外国企業との商談、船会社へのブックイング、通関の手配や代金決済などの貿易実務をすべて自社で行わなければならない。海外取引の経験がない中小企業にとってはかなりハードルが高いので、担当者は本部の担当者や専門家と連携して取引先を支える体制を素早く整えることが重要だ。

そのうえで、仕入れを海外にシフトした場合の輸入取引の流れをシミュレーションし、資金面のみならず金融機関としてサポートできる部分は積極的に提案しよう。

声かけ2

海外から商材を仕入れて
商品ラインナップを
拡充しませんか



商品のラインナップが豊富なことは、他社との差別化につながる重要な要素だ。特に流通・小売企業は、調達能力の差がそのまま業績に直結する傾向にあるため、海外から新しい商材を仕入れるためのルート開拓は経営戦略上とても大切になる。しかし、多くの中小企業が外国で商材を発掘するのは困難だという先入観からチャンスを逃している。

涉外担当者は本部や外部支援機関と連携し、中小企業が取り組みやすい仕入方法を提案しよう。例えば、日本貿易振興機構（JETRO）はTPPという国際ビジネスマッチングサイトを運営している。これは日本と海外約170カ国の企業を結ぶためのもので、加工食品や服飾品などの商材力テ

こんなトークを展開しよう



いながらにして効率的に情報収集ができるだろう。これらを活用することで、輸入取引で最も手間のかかる商材・相手先の発掘をすいぶん省力化できる。



販売・回収までの
つなぎ資金融資を検討

以降のステップは、サンプルを請求して実際の商品を確認、物流コストを勘案し注文するロットを決定、と進んでいくが、契約の際には商品代金の前払いが必要となる。仕入資金の手当てが先行するため、販売・回収するまでの期

間について資金需要が発生する。担当者は輸入取引のフォローを行いながら、並行してつなぎ資金融資の準備を整えておこう。

相手先への支払い後、貨物が日本に到着し通関手続きに進むが、一部の毛皮製品や医薬品など、輸入規制には注意が必要だ。特に偽ブランド品は本人が知らなかった場合でも強制的に没収されてしまう。商品のラインナップを拡充するつもりが不測のトラブルで損害を被ることのないよう、担当者は経営者との情報共有を怠らないようにしよう。