



# 管内中小企業等のアジア進出への支援体制

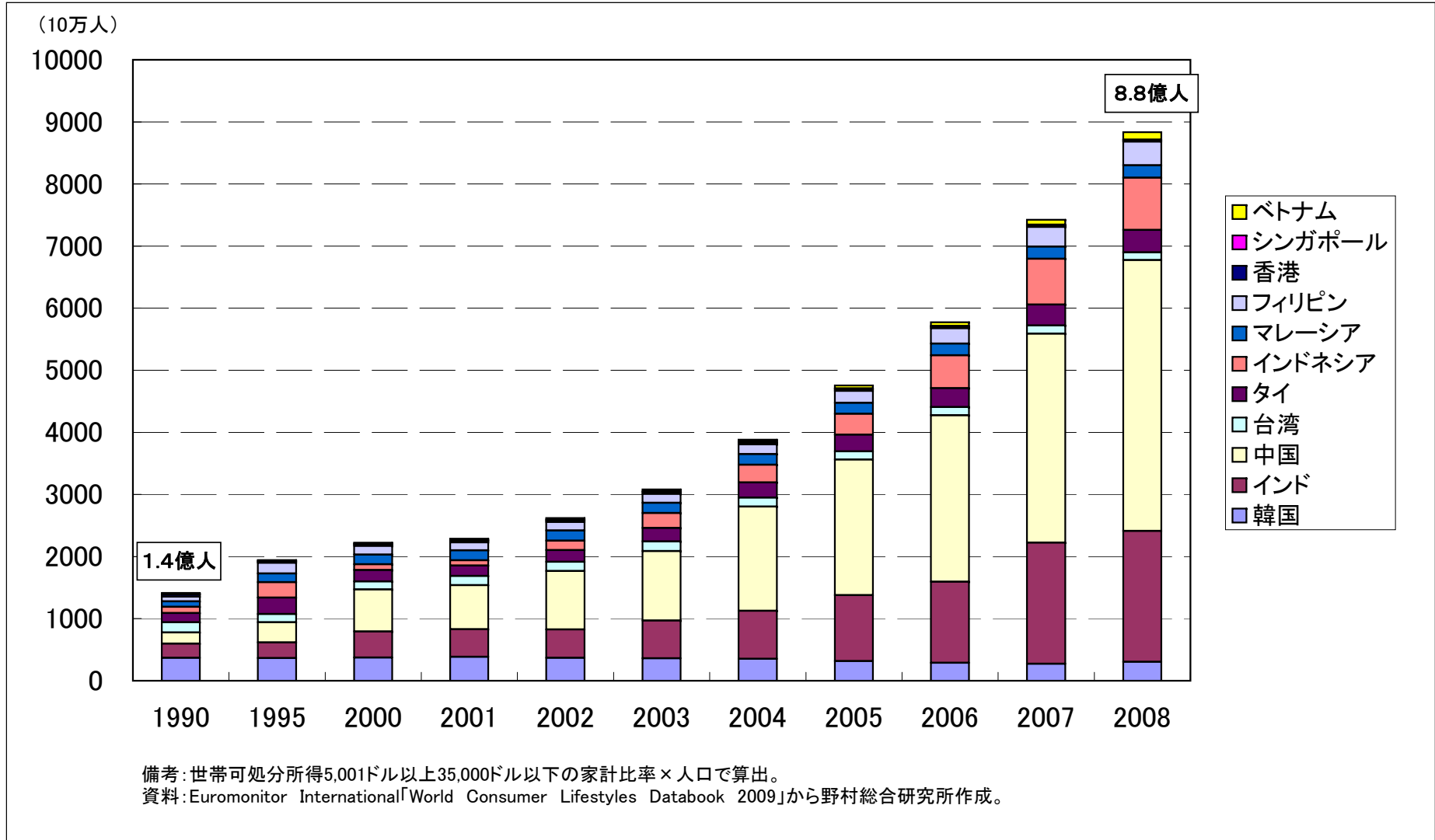
平成23年2月4日公表

九州財務局

問合せ先  
九州財務局 理財部 金融監督第一課  
TEL 096-353-6351 内線 (3081 3084)

※ 記載されている内容は、おおむね1月中～下旬までに得られた情報に基づくものです。

# 1. アジアにおける中間層人口の増加



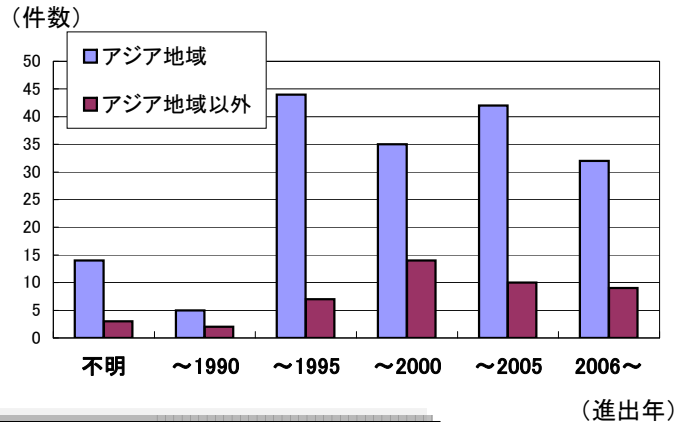
## 2. 管内企業の海外進出の状況



管内企業は、中国を中心としたアジア方面へ進出中

進出国別 ※ ( )内は件数

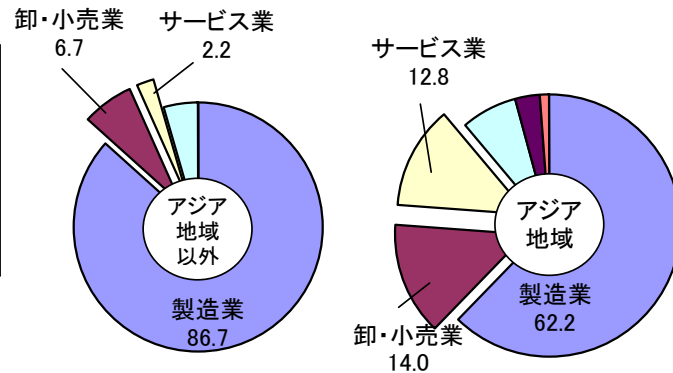
- 1位 中国 (109)
- 2位 アメリカ (25)
- 3位 台湾 (10)
- 4位 韓国 (10)
- 5位 タイ (10)



製造業を中心として進出しているが、アジア地域では卸・小売業やサービス業の進出も比較的多い

業種別 ※ ( )内は件数

- 1位 製造業 (146)
- 2位 卸・小売業 (27)
- 3位 サービス業 (23)

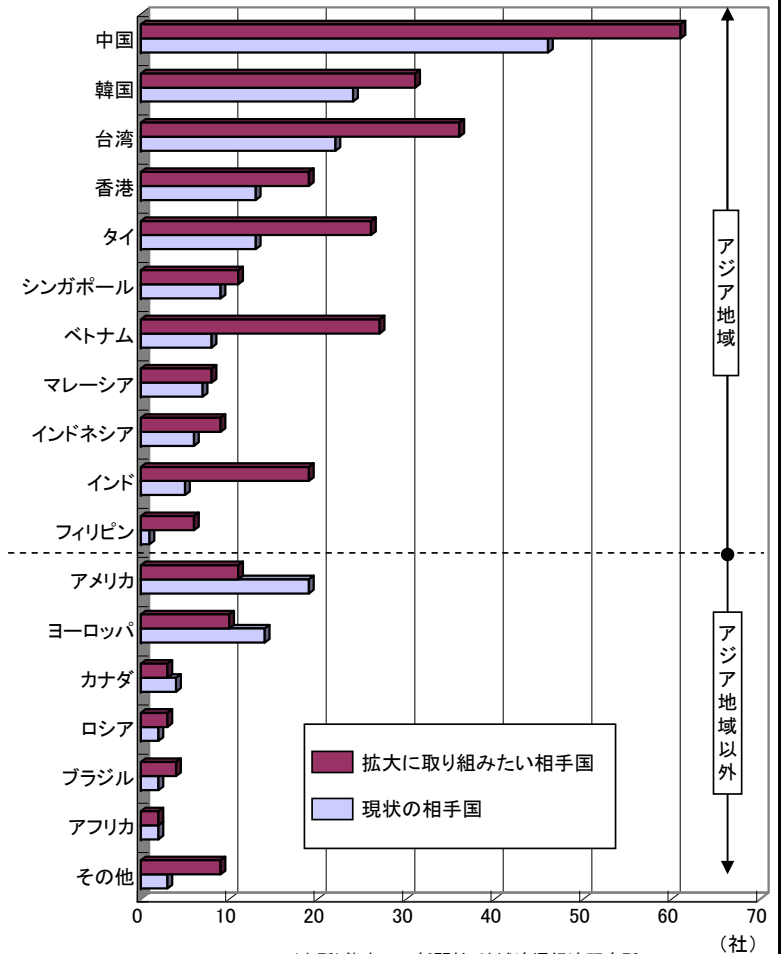


◎サービス業の進出例  
クリーニングサービス、喫茶店やラーメン店などの飲食店

(出所)財団法人九州経済調査協会「九州・山口企業の海外進出2010」



中国やインド、ASEAN諸国を中心にアジア地域各国とは更なるビジネス拡大が見込まれる



(出所)熊本日日新聞社・地域流通経済研究所  
「熊本県内企業の経営者意識調査」(2010年12月)

### 3. 海外進出企業の声

#### 海外進出の動機・背景

##### 海外での旺盛な需要

・中国の地方都市は、富裕層が多いわりにお金を使う場所が少なく、有力なビジネスモデルを有するサービス業（飲食、美容等）にとっては、成長性のある魅力的なマーケット。（コンサルティング業）

##### 新たな市場を目指して

・国内市場は飽和状態となっており、かといって成長の見込める関連製品の市場は大手が押さえているため、市場の拡大が出来るアジアへ進出。（食品メーカー）

##### 支援機関との出会い

・商談会の席上でJETROの職員と出会い、その後、製品の有望性を買われJETROによる輸出企業支援リストにあがった。（食品メーカー）

#### 企業から見た金融機関への期待

##### コンサルティング機能の充実

・海外の企業のリサーチを行い需給状況を把握し、取引先を紹介して欲しい。（食品加工業）  
・金融機関同士で現地の顧客を結びつける試みをして欲しい。（コンサルティング業）

##### 目利き能力の充実

・有望なビジネスモデルを持っていても、財務状況が厳しい会社に融資しない傾向がある。海外進出の際は資金が必要なため、もっと投資的な感覚で融資をして欲しい。（コンサルティング業）

##### 相談窓口の一本化及び明確化

・国、自治体、銀行、民間が連携した取組みを進めて欲しい。ひとつの事業でさまざまなところに話を持っていかないといけないのは不便（ワンストップサービスの実施）。海外進出に際し、まずはどこに相談したらいいのか分からない。（コンサルティング業）

##### 資金調達（海外進出企業）

・現地進出企業が資金調達する際、現地にある動産（家畜）を担保として日本の金融機関から融資を受けたい。（畜産業）

#### 海外進出に当たっての問題・課題

##### 現地パートナー探し

・現地での仕事をうまく運ぶためには、地域のさまざまな情報（販売チャネル、市場ニーズ、現地の法律・商慣習）に精通した現地でのパートナーをいかに見つけるかが鍵。（食品メーカー、酪農業）

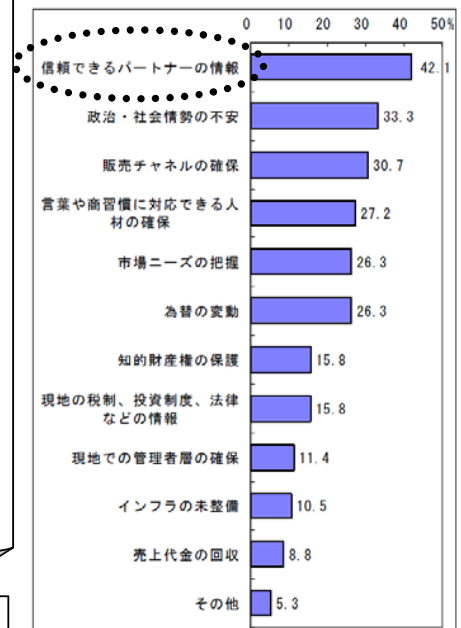
##### 商慣習や文化の違い

・海外では納期や仕様など契約がきちんと守られないことが多く、常に確認する必要がある。（システム開発業）公的機関でさえ、約束事を守らないことも（誘致企業で税金免除の契約だったが、いまだに還付がない）。（食品加工業）  
・日本人と中国人の考え方の違いは大きい。中国人は売るための努力は惜しまない。日本人は買うときは細かい注文をつけるが、売るときは自身の考えを押し付けようとする傾向が強い。価値観が成熟しているという面もあるが、柔軟性も必要（中国では、大人数で頻りに外食する習慣があるが、現地に進出の際、単一メニューで勝負しようとした飲食店が失敗した例がある）。（コンサルティング業）

##### 規模・費用

・海外輸出を行う中小企業の場合、小口の取引が多く、輸送コストが割高となりがち。（食品加工業）

○経営者に聞く海外ビジネスの課題

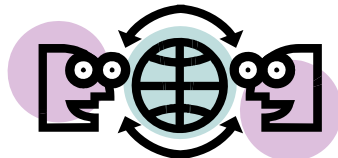


（出所）熊本日日新聞社・地域流通経済研究所「熊本県内企業の経営者意識調査」（2010年12月）



## 4-①. 企業の海外進出に向けた金融機関の取組み

### 取組み方針、体制



#### 【地域銀行の例】

- 駐在員事務所で現地支援**  
取引先の求めに応じて、現地事情のレクチャーや、商談・視察同行（通訳）等の支援を行っている。
- アジアデスクの設置**  
取引先からの中国ビジネスに関するサポート依頼はここ最近増加中。本部にアジア対応室を設け、営業店からの情報の集約、駐在員事務所からの情報の提供など、国内での企業の支援ニーズに対応。
- 海外に通じる人材の育成**  
職員の計画的な海外派遣（現地大学での語学研修1年、海外実務研修1年。平成6年から実施し、現在8期目）により、派遣職員の語学力向上や地元事情の精通を図る。
- 現地銀行との業務提携**  
香港の現地銀行と業務提携し、農産物・海産物及び同加工品を中心とした輸出支援を実施。また、為替リスクを回避するために人民元での決済を望む中国企業が多いことに対応して、顧客の商談の機会を広げるため、人民元建て決済取扱いを準備中。
- 現地銀行との連携**  
駐在員はいないが、現地の大手行などと連携をとっており、情報収集能力は他行に劣っていないと自負する。海外に拠点をおく予定は今のところないので、要望があれば出張で対応していきたい。

#### 【協同組織金融機関】

それぞれの規模により様々な取組み方針・体制となっている。  
独自に特徴的な取組みを行う中小金融機関がある一方で、中央組織の協力（貿易投資相談、海外視察支援、ビジネスフェアの開催支援等）を仰ぎながら取引先支援に取り組みたいとする金融機関、顧客ニーズがないとして支援体制のない金融機関もある。

### 管内金融機関の海外進出状況

H銀行	上海(中国)駐在員事務所 派遣職員2名 現地採用職員1名
O銀行	香港駐在員事務所 派遣職員2名 現地採用職員2名
K銀行	上海(中国)駐在員事務所 派遣職員2名 現地採用職員1名

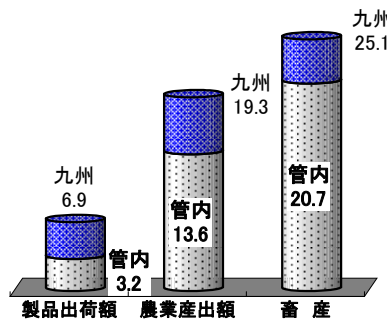
### 貿易セミナー等の開催

- H銀行  
「日中ものづくり商談会@上海2010」開催
- O銀行  
「香港トピックス」の放送  
※ 地元ラジオ放送番組「朝感ラジオ」で、毎週駐在員事務所から香港情報を発信。16年目突入の長寿コーナーとなっている。  
「中国市場開拓セミナー」開催
- M銀行  
「タイ国貿易セミナーin宮崎」開催
- K銀行  
「台湾への食品輸出に向けた『国内商談会』」開催  
「第11回中国国際食品・飲料品展覧会（SIAL CHINA 2010）」への出展企業及び視察団派遣

## 4-②. 金融機関の「食」への取組み

### I. 製品出荷額と農業算出額

【全国に占める割合(%)】



〈出所：経済産業省「工業統計調査」、農林水産省「農業産出額」〉

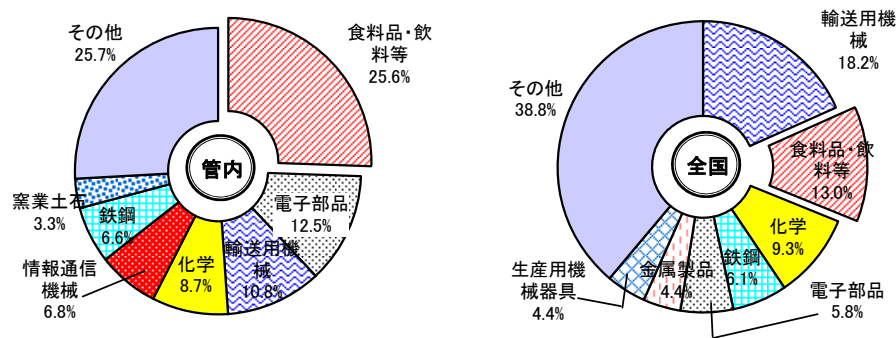


製品出荷額は全国の約3%である一方、農業産出額は約14%を占める。

また、農業では畜産の割合が高く、産出額は全国の約20%を占める。

全国に比べ食料品・飲料等の割合が高く、約2倍！

【製品出荷額の業種別割合(%)】



〈出所：経済産業省「工業統計調査」〉

(注)「1. 県民総生産」は平成19年度、「2. 製品出荷額と農業算出額」は平成21年度のデータである。

### II. 食の商談会

産業構造を背景として、「食」に関する商談会が盛ん！

【「食」の商談会の一例】

金融機関も積極的！



商談会の模様  
(H銀行)

- 「くまもとアグリ・フードフェア2010」  
(H銀行)
- 「食品関連ビジネスマッチング商談会」  
(O銀行)
- 「みやざき食と農の商談会2010」  
(宮崎県内金融機関)
- 「南の逸品商談会 in Tokyo 2010」  
(鹿児島アグリ&フード金融協議会)  
鹿児島県内金融機関
- 「かごしま食&アグリ・マッチングフェア2011」  
(K信用金庫)
- 「食の商談会」  
(熊本県、熊本市、JETRO、九州経済産業局など)
- 「食の見本市」  
(福岡市・熊本市・鹿児島市)

自治体、官公庁も積極的に開催！

## 4-③. 特徴的な中小金融機関の取組み

### K信用金庫の取組み

#### 企業の海外進出を積極的にサポート！

県内企業と中国ほかアジア方面やロシアなどとの貿易を支援するため、平成2年より現在に至るまで20年間に渡り、トレードミッション＝通称「TOBO会」を現地で年に数回開催し、焼酎、魚、木材、緑茶などの海外ビジネスマッチングを積極的に実施。

平成14年からは買付け・売込みに特化した小規模ビジネスツアー「ミニTOBO会」も開始。

海外富裕層拡大に伴い、国の取組みでもある農林水産品の輸出促進のため、県産品の中国・東南アジア・ロシアなどへの輸出を販路拡大、販売チャネルの面で支援。

支援メニューは、人的ネットワークを活用した県産品の売込み、商談会開催など、ビジネスマッチングが中心。

平成22年11月には中国・大連市と経済貿易協力協定を締結し、地元企業の紹介、商談会の定期的な開催を通じて経済交流を拡大。

○トレードミッション開催回数25回  
(総参加者数：約800名)  
訪問先 中国15回 ベトナム3回 ロシア2回

○最近の成約実績  
20年度：7件  
21年度：9件  
22年度(上期)：6件

～「TOBO会」の由来～

発足当時のNHK大河ドラマ「翔ぶが如く」における台詞「泣こかい、飛ぼかい、泣こよかひっとべ」(困難にぶつかった時、何もせずその場で泣きくれているより、思い切って行動してみよう)から命名。

#### ○具体的取組み例

##### 1. 各種県産品(焼酎、木材)の輸出支援

- ・5焼酎酒造メーカーの輸出を支援。平成21年薩摩川内港から大連へのコンテナ輸出を支援。(付き合いのある中国企業の販路に着目し、焼酎を売込み。)
- ・丸太・住宅・住宅内装など様々な形で木材の輸出を支援。平成20年10月杉丸太輸出を支援。(中国国内の家具の一大産地へ鹿児島県産木材を売込み。)

##### 2. 中国以外の国(ロシア・中央アジア、ベトナム)への輸出入支援

- ・中国同様、焼酎等の輸出のほか、中古自動車の輸出を支援。(商談会を開催、個別商談もセッティング)
- ・カザフスタンの市場調査を実施し、市場開拓の余地を確認するほか、チャイナ＋ワンの国であり、経済成長著しいベトナムからの輸入の取組みも進捗。(現地でのネットワークを生かし、個別商談会を開催。)

##### 3. 中国商標登録問題

上海の商標登録事務所と連携し、抜け駆け商標登録の発見、中国輸出に取り組んでいる企業や、自社ブランドを守りたいと考えている企業等に問題提起を実施。

##### 4. 日本のノウハウ・サービスの売り込み

『物』の売込みと同時に、日本の『技術・システム・サービス』などの売込みを支援。(鹿児島の医療インフラ、豊富な温泉資源、黒豚などの食が連携した海外富裕層向け医療観光誘致、中国での日本式結婚式場開設等。)

#### ○企業の海外進出支援の苦労点

海外に拠点がない「信用金庫」であることから、人的ネットワークの形成が不可欠。「日本人の心のわかる外国人パートナー作り」が一番の苦労点。お互いの信頼関係の構築に結びつくようなビジネスを行うことで、地道にパートナーを形成。

#### ○今後の課題

トレードミッション等により企業を商談の入り口まで連れて行くのみではなく、さらに踏み込んだアドバイス(人脈形成)の実施が必要。

## 4-④. 海外進出に関する金融機関の声

### 支援に当たっての問題・課題

#### 金融機関側のノウハウ不足

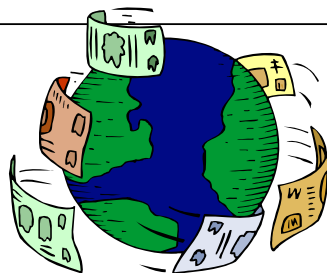
・支援について最も大事なことは、現地の情報に精通する人材の確保である。しかしながら、このような人材を金融機関で探したり、責任をもって顧客に紹介することは現状では困難。

#### 各機関との連携強化

・今後新規にアジアへの進出又は輸出入取引を希望する顧客ニーズは潜在的に相当あると思われる。一方で一つの金融機関のみでは現状の取組み体制が不十分であることから、上部組織の信金中金や先進金庫からの情報や援助を仰ぎつつ進めていく必要がある

#### 決済の問題

・取引先から売買代金の代わりに「壺」が送られてきたといった話もあるなど、債権回収に関わるリスクがある。



### 金融庁等の中小企業のアジア地域等への進出支援体制の整備・強化策について ※

#### 情報提供・相談面における支援

・JETROの国内及びアジア拠点への金融機関職員の派遣は歓迎、機会があればぜひ参加したい。職員の研修やスキルアップの場として期待出来る。

#### 資金供与面での支援の課題

・海外現地法人に関する情報（信用情報、成長面など）が十分把握できるのであれば、どの程度金融面での支援が出来るか判断しやすい。

#### その他

・方向性は正しいので、具体的な部分を早期に明確化していただくことを期待する。

※ 平成22年12月21日公表「本邦金融機関、国際協力銀行及び日本貿易振興機構等の連携による中堅・中小企業のアジア地域等への進出支援体制の整備・強化について」

