

2. 輸出取引について

Q1

当社では、初めて製品の輸出をしたいと考えていますが、取引相手の選定はどのように行えば良いのでしょうか。

A1

輸出取引の相手先を選定する一般的な方法について説明します。

輸出取引を開始するにあたっては、相手国・地域の市場調査を行うことが第一歩となります。調査すべき項目は多岐にわたりますが、輸出取引を成功させるためには、十分な事前調査が欠かせません。

1. 市場調査

自社の取扱う商品・製品の相手国における市場規模や、求められる品質・技術の水準、現地での販売価格等について調査します。輸出取引の成否を検討するためには、個別商品や業界の事情だけでなく、商慣習、生活習慣、カントリーリスクの有無など、経済、社会、政治状況に至る幅広い角度から情報を集める必要があります。

現在では海外事情に関する情報源も多く、書籍や雑誌、インターネット等を通じて、有益な情報を得ることができます。また、ジェトロ（日本貿易振興機構）や都道府県等の海外拠点を通じて、現地情報の提供を受けることができる場合もあります。対象となる商品・製品が現地の消費者向けのものである場合などは、現地に赴き、自らの目で市場動向を確認することも重要なことと言えるでしょう。

2. 取引先の選定

市場調査で得た情報に基づいて、「販売ターゲットの絞込み」、「現地での販売手段と宣伝方法」、「現地での価格設定」などを決定した後に、次のような方法によって具体的な取引先候補の選定を行います。

- ・日本商工会議所やジェトロ、都道府県・市の商工経済部門等の貿易促進機関や、在日大使館、在日商工会議所等相手国の出先機関が提供する海外企業情報の活用。
- ・国際見本市、展示会、商談会への出展。
- ・外国企業録（ダイレクトリー）や海外の雑誌、専門誌、新聞、インターネット等の活用。
- ・国内外の取引先からの紹介。

取引開始の可能性のある相手が見つかった場合、取引先候補の信用力を確認する必要があります。先に挙げた情報源の他に、民間の信用調査機関も多数存在しますので、事業内容や財務状態、貿易取引の経験などについて調査します。なお、個別企業の信用調査は有料となる場合が多いため、費用対効果に配慮する必要がありますが、輸出代金回収に直結する問題ですので、慎重に検討することをお勧めします。