



# 海外展示会 出展検討のチェックリスト

中小企業の海外展開については <https://q.paccloa.co.jp/lm/221> もご参照ください

## 予算

- ① 海外展示会出展予算を捻出できる  
国により異なるが、出展費用総額 約100～500万円（一回当たり）
- ② 担当者を確保（社内登用、新規採用等）できる  
ビジネス英語で商談できる担当者の採用、社内から登用の場合専門研修等 約50～500万円/年
- ③ 海外仕様に対応できる  
相手国に合わせた仕様変更、英文カタログ・HP等の販促ツールの準備、  
商談の為の渡航等、国内販売では発生しない費用負担が継続的に発生  
約50～500万円（1アイテム）（←企業の既存ツール、商品特徴により大きく異なる）

## ゴール設定

- ④ どのくらいの費用をかけていくら輸出したいか、3年分の販売数値目標を設定している
- ⑤ 海外販路開拓に向け、**仮説**を立てたことがある  
\* どの国の・どのユーザーに・どのくらいの価格で売れそうかを社内で一度は議論した  
\* ネットや知人を通じ競合や市場調査・現地視察の実施等、出来る範囲で具体的な行動を起こした
- ⑥ 『4年で黒字化できない場合撤退』など、何をもって輸出を断念するかの目安がある

## 輸出環境

- ⑦ 輸出に必要な環境の整備が出来る  
安全保障貿易管理、海外規格・現地輸入規制準拠、知的財産管理（特許、商標、意匠）  
海外PL保険、その他
- ⑧ 直接輸出の社内体制がとれる  
設計部、製造部（海外向け特別仕様）、営業部（海外交渉）、経理部（海外送金、外国為替）  
その他（英語HP、越境EC、海外Webマーケティング、英文契約書等）
- ⑨ 社内コンセンサスがとれている  
“海外販路拡大”という目標に向かって全社が一丸となれる  
社長だけ、営業部だけ、の思いでは最後まで続かない