

徹底
解説

アジアにおける 海外展開支援会社の選定方法

✈ 海外展開支援会社とは

コンビニエンスストアやアパレルなど、日本の小売業が海外展開した成功事例はありますが、グローバル展開する企業の多くは、自社で海外展開のノウハウを持っておらず、文化も国民性も異なる海外各国に向けたマーケティングや販売戦略でつまずきやすい傾向です。

海外展開支援会社は、このような企業のサポートをすべく、海外展開全般に関する支援をサービスとして提供しています。進出先のリサーチ、戦略立案、施策運用など、対応している支援内容は会社によって多岐にわたります。海外展開の経験がない企業や、社内リソースが限られている場合、海外展開支援会社を利用することで、ビジネスの海外展開をスピーディかつスムーズに進めることが可能になります。

一方で、対象国や、支援が必要な内容により、お客様に最適な支援会社は異なります。海外展開支援を依頼する前に、支援会社がどのようなサポートを実施しているのか、しっかりと見極めることが重要です。

✈ 海外展開支援会社を決める前にやるべきこと

海外展開支援会社を決定する前に、自社内で明確にしておくべき点を2つ、解説します。

事前に準備しておくことで、海外支援展開会社を探す際、自社の状況に適した支援内容を基に選びやすくなります。

POINT 01 なぜ海外展開をするのかを明確化

まずは、海外外進出する**目的と動機を明確に**しましょう。どういう状態であれば海外展開が成功したと言えるのか、そのためには何をしないといけないのか、など、頭で考えるだけでなく、**書き出して整理**してみましょう。

POINT 02 サポートしてほしい内容を明確化

支援会社により、担う業務や期間、費用は様々です。**サポートしてほしい内容を明確に**しておけば、支援会社も何を求められているか掴みやすくなり、ミスマッチが起きにくくなります。

✈ 海外展開支援会社を決める前にやるべきこと

POINT 01 なぜ海外展開をするのかを明確化

海外展開をする理由を明らかにするためには、5W1Hの軸で整理すると良いでしょう。これらをドキュメントに起こし、可視化することでお問合せや商談時に有効活用できます。具体的な目標や、達成したい成果、短期的・中期的な目的も整理した上で相談を進めることがおすすめです。

| 検討すべき軸 | 例 |
|--------------------------------|---|
| Why なぜ 海外展開したいのか | <ul style="list-style-type: none">・新たな成長機会を探したい・グローバルに認知を獲得したい |
| When いつ 海外展開すべきか | <ul style="list-style-type: none">・国際的なイベントがある時・マクロ環境や情勢が適している時・円安下での輸出による収益性向上 |
| Where どの国 に展開すべきか | <ul style="list-style-type: none">・需要が高い市場・規制や競争状況を配慮した市場 |
| What 何 を展開するのか | <ul style="list-style-type: none">・自社の強みとなる商品/サービス・当該国で日本産の類似のものが少ない商品 |
| Who ターゲット は誰なのか | <ul style="list-style-type: none">・拡大したいペルソナ属性 日本好き、富裕層、主婦etc.. |
| How どのように 展開するのか | <ul style="list-style-type: none">・デジタルマーケティングを活用する・OMO*を活用する・支援会社や現地パートナーと連携する |

※OMO… Online Merges with Offline

✈ 海外展開支援会社を決める前にやるべきこと

参考 ▶ マーケティングフレームワーク

海外展開支援会社を決める前に自社内で仮説を持ち、マーケティングのフレームワークを実施することをお勧めします。フレームワークを行う際は、あまり時間をかけずにアイデア出しすると良いでしょう。海外展開のリスクを自社内で仮説として立てておくことで、支援会社の決定や施策実施の際に留意点がわかり、判断しやすくなります。

PEST分析

外部環境の影響を4つの軸で予測し
リスクヘッジに備えるフレームワーク

Politics : 政治
Economy : 経済
Society : 社会
Technology : 技術

SWOT分析

4つの軸で、内部環境と外部環境を
相関的に把握するフレームワーク

Strength : 強み
Weakness : 弱み
Opportunity : 機会
Threat : 脅威

3C分析

マーケティングの環境分析に
特化したフレームワーク

Customer : 顧客
Competitor : 競合
Company : 自社

他にも、4C分析やペルソナ分析、カスタマージャーニー分析など、海外展開するサービスや商品に必要なフレームワークは複数あります。取捨選択し、見つけた課題や目的に即したものを選んで実施してみましょう。

✈ 海外展開支援会社を決める前にやるべきこと

POINT 02 サポートしてほしい内容を明確化

社内リソースや知見により、一気通貫でのサポート、もしくは施策ごとのサポートなど依頼内容は様々です。海外展開に必要なタスクのうち、何が足りていないのか・どこを強化したいのかを切り分けることで、支援会社からサービス紹介を受けた際も具体的なイメージが湧きやすくなります。下記を参考に、サポートしてほしい内容を明確化しましょう。

市場調査

市場の成長性や消費者ニーズを把握するためのサポート



- ・オンラインアンケート
- ・現地座談会

戦略立案

社内のアクションプラン設計に必要なノウハウ面でのサポート



- ・目標設定
- ・コンプライアンス
- ・文化的な規制

テストマーケティング

市場に合わせた価格戦略や販売チャネル、サービス調整を行うためのサポート



- ・海外現地販売
- ・ポップアップストア
- ・サンプリング

展示会・セミナー

製品やサービスを現地市場で紹介し、現地ネットワークを構築するためのサポート



- ・海外展示会への出展
- ・現地でのセミナー開催

海外展開支援会社の選び方



✈ 海外展開支援会社の選び方

海外展開支援会社を選定する際に、必ず押さえておくべき3つのポイントを解説します。

POINT

01

海外展開支援の**実績が豊富か**



POINT

02

一気通貫の支援が可能か



POINT

03

支援の**得意な地域**はどこか



✈ 海外展開支援会社の選び方

POINT 01 海外展開支援の実績が豊富か

近年、海外へ進出する企業が増えている中で、それに比例して、海外展開支援会社も増加しています。しかし中にはほとんど実績のない支援会社も存在します。信頼できる支援会社を選ぶために、下記の点に注意しましょう。

- ▶ 各支援会社のコーポレートサイトや公開されている事例集から、どのような実績があるのかを確認します。支援実績のある業種や規模、対象市場の国や地域、実施した施策の内容などをチェックすることが重要です。
- ▶ 直接支援会社に問い合わせて、成功事例や失敗事例について詳しく質問することも効果的です。失敗事例については、どのような問題が発生し、どのように対応したのかを知ることで、支援会社のリスク管理の能力を評価することができます。
- ▶ 過去のクライアントの声や評価も参考にしましょう。ユーザーから見た対応力やコミュニケーションの質、アフターサポートの充実度などを知ることができます。



✈ 海外展開支援会社の選び方

POINT 02 一気通貫の支援が可能か

海外展開においては、事前の計画や準備段階から施策の実施、施策の実施後のアフターサービスまで、一気通貫で支援可能な会社が望ましいです。一気通貫することで、コミュニケーションが効率化でき、全体的なコスト削減も見込む事が可能です。海外進出した段階では、まだ事業が成功したとは言えません。進出後、**いかに自社のビジネスの認知拡大・エリアに根付いて展開していくかが重要**になるため、下記の点に注目しましょう。

① 事前計画と準備段階の支援

市場調査や現地の法規制の確認など、事前の準備が整うように支援してくれるかをチェックします

② 施策の実施支援

実際のマーケティング施策の展開や現地でのプロモーション活動のサポートが可能かどうかや、現地スタッフの教育、現地パートナーシップの構築などの現場に必要な対応にも実行する能力があるかを確認します

③ アフターサービス・継続的な改善提案

施策の実施後、販売実績等のデータフィードバックや、成果を分析し改善点を提言できるかどうかを確認します
進出後も、現地の市場変化や競争状況に適応するため、定期的に改善点や次の施策、新しいマーケティング戦略を提案してくれるかなど、長期的に自社のビジネスの成長をサポートしてくれるかが重要です



✈ 海外展開支援会社の選び方

POINT ③ 支援の得意な地域はどこか

海外展開支援会社は、特定の地域に強みを持っていることが多く、海外の国や地域を強みとする支援会社を選ぶことで、効率的に海外展開を進めやすくなります。

特定の地域に強い支援会社の特徴は、現地の情報収集や分析に長けていて、最新の市場動向や消費者トレンドへのアンテナが高いことです。また、地域特有の文化や商習慣も理解しています。豊富な情報を自社の戦略に活かせ、現地でのマーケティング施策もスムーズに進み、海外展開が成功しやすくなります。

さらに、得意な地域においては、現地に協業先のネットワークを持っているほか、新たに現地企業とのパイプを作ることも得意です。このようなリレーション構築が迅速かつ効率的に行われることで、初期のビジネス展開もスムーズに進められるでしょう。



Fun Japan Communicationsの 海外展開支援サービス

.....

✈ Fun Japan Communicationsの海外展開支援サービス

弊社では、海外展開において重要とされる現地市場の調査から、プロモーション、現地での展開までを一気通貫のサポートが可能です。準備段階の調査から施策の実施、実施後の分析や改善、次の施策の提案といったアフターサービスまで行っております。デジタルとリアルでの施策は、下記をご参考ください。どの施策が自社に必要なか、依頼したいサービス内容に迷った際もお気軽にご相談ください。



✈ Fun Japan Communicationsの海外展開支援サービス

マルチカントリーでアジアをネットワーク化しているのは、
FUN! JAPANだけ。

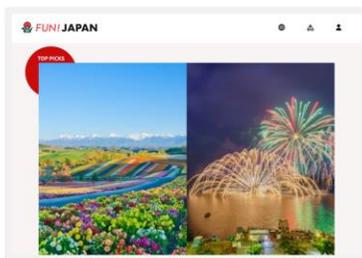


✈ Fun Japan Communicationsの海外展開支援サービス

市場にマッチしたサービスを現地目線で展開



日本好きのための
WEBメディア

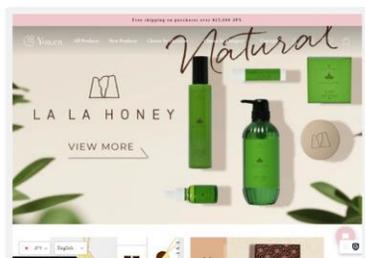


日本全国のおでかけスポットから、旅のヒント、グルメ、エンタメまで、旬な情報を発信しています。

<https://www.fun-japan.jp/jp>



アジアの働く女性のための
プラットフォーム



日本のアイテムやイベントを通して、になりたい自分になるきっかけを見つける・探せる場所です。

<https://youen-id.com/>

FUN! JAPAN

アジア対象各国出身の
外国人マーケターが
多数在籍



現地目線でのマーケティング活動を行うことで、会員とのエンゲージメントを高め、アクティブなマーケティングソリューションを実現しています。

FUN! JAPAN Collection

FUN! JAPAN会員を
テーマ別に最適化



多様化/小集団化された市場ニーズに対して、テーマ会員を活用した独自のマーケティングソリューションです。

<https://collection.fun-japan.jp/en/>



世界の日本好きが集まる
チャット掲示板

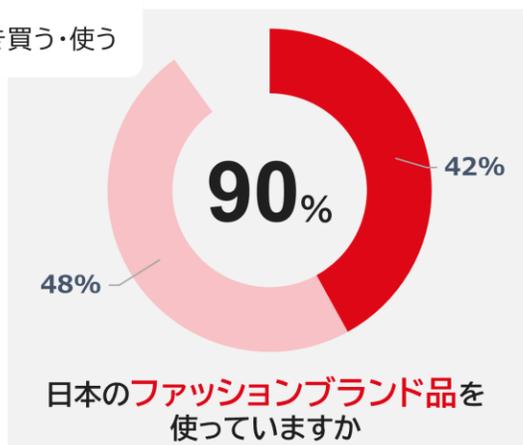
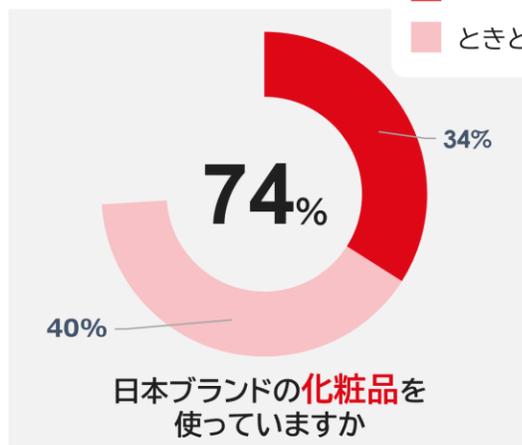
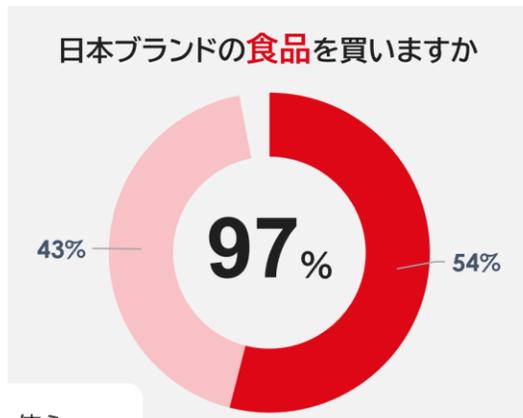
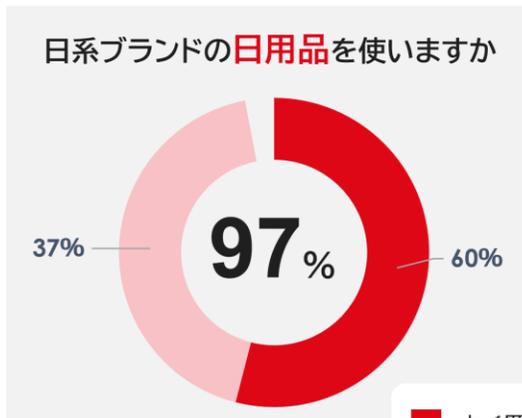


3言語同時翻訳の会員制掲示板サイトで、ユーザーのボーダレスなテキストコミュニケーション運用が可能です。

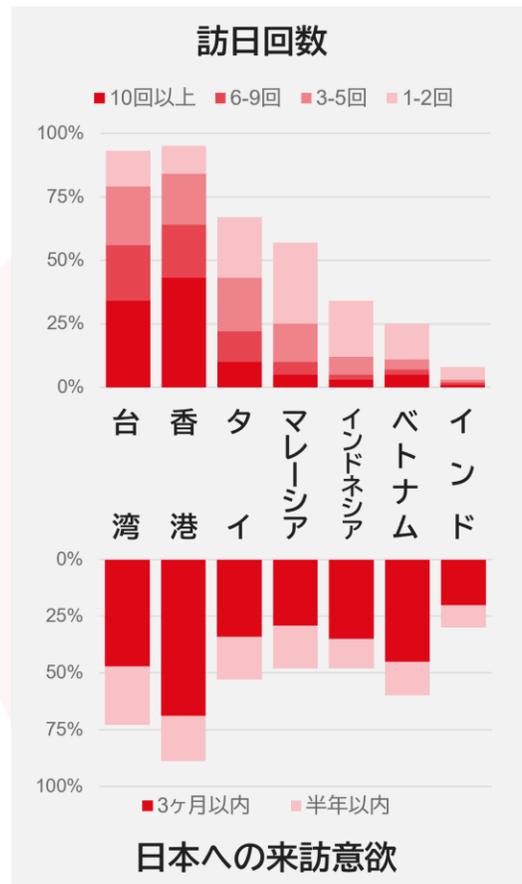
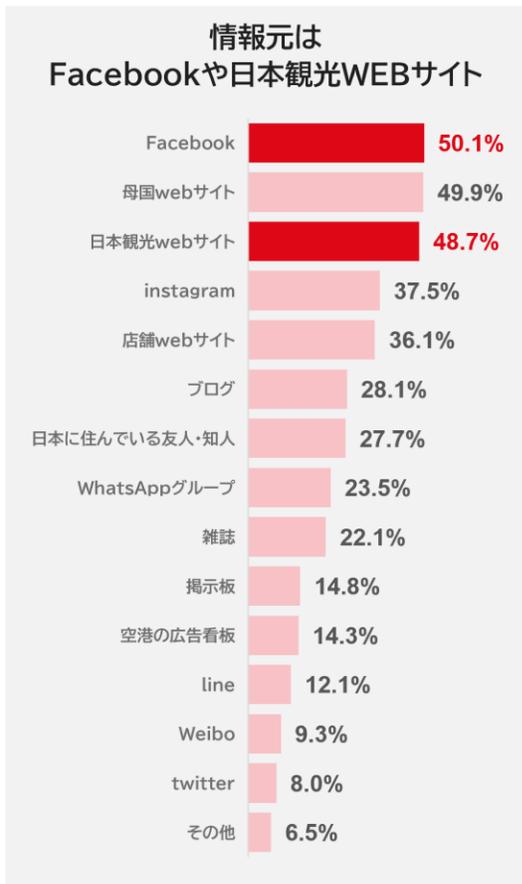
<https://kizuna.fun-japan.jp/>

✈ Fun Japan Communicationsの海外展開支援サービス

日本に親和性の高い人達が多く、FacebookやFUN! JAPANのような訪日メディアをよく閲覧

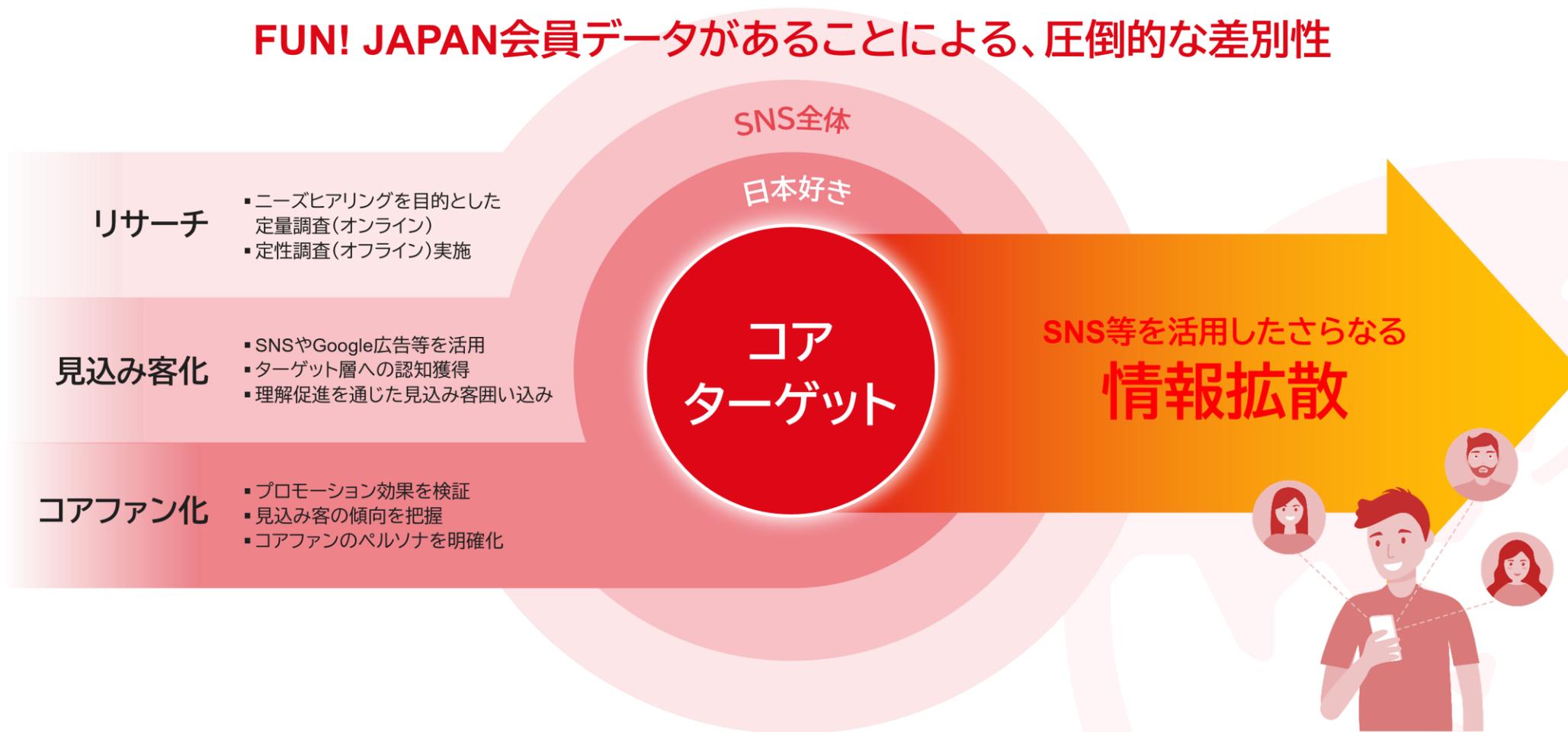


よく買う・使う
ときどき買う・使う



✈ Fun Japan Communicationsの海外展開支援サービス

FUN! JAPAN会員データがあることによる、圧倒的な差別性



✈ 会社概要

社名：株式会社Fun Japan Communications 設立：2016年8月31日

代表取締役社長：山内 浩世

事業内容：メディア事業、EC事業、プロモーション事業（インバウンド／海外展開支援）、市場調査事業

所在地：〒108-0075 東京都港区港南2-16-5 NBF品川タワー5階

主要株主：株式会社JTB 株式会社三越伊勢丹ホールディングス

コーポレートサイト：<https://fj-com.co.jp/>

お問い合わせ

資料ダウンロード