

本レポートは、信金中金の海外駐在員が最新のトピックスについて報告します。本稿では「海外販路開拓」をテーマに販路構築の手法と傾向、米国・ベトナムでの販路開拓のポイントをお届けします。

今月のトピックス「海外販路開拓」

1. 海外販路開拓手法と引き合いの傾向（海外業務推進部）
2. 米国販路拡大のポイント（ニューヨーク駐在員事務所）
3. 販路開拓市場としてのベトナム（ベトナム駐在職員）

1. 海外販路開拓手法と引き合いの傾向

■ 海外への販路構築手法

海外にモノを販売する方法には、大きく「間接販売」と「直接販売」の2種類があります。

間接販売には、越境 EC や海外に販路を持つ国内商社等（国内バイヤー）による販売などがあり、比較的自社の手間が少なく取り組める反面、海外での販売にかかるノウハウや顧客情報を得ることが難しくなります。

他方、直接販売には、現地商社等（現地バイヤー）や現地パートナーによる販売のほか、海外に現地法人を設立して自社で直接海外の顧客に販売する方法などがあり、長期的に持続可能な販路が構築しやすい反面、物流や決済、言語対応など自社での対応事項が増えるという特徴があります。

それぞれの手法の概要やメリット、デメリットは以下の通りです。

手法	間接販売	直接販売
<p>こちらは信用金庫とそのお取引先向けとさせて頂いております。</p> <p>ご覧になりたい場合は、お近くの信用金庫（検索はこちら）までご相談ください。</p> <p>続きを読む</p>		