

海外進出の展開可能性の検討

例：キッチン用品メーカー製品の輸出

テーマ		評価/課題
現状分析および 体制整備	<インフラ> 生産ラインの調整 出荷体制の調整	調整可能 梱包資材調達必要 人員確保？
	<ノウハウ> 貿易に詳しい人材の確保	新規採用または 外部委託
	<人材> 英語を話すスタッフの確保	新規採用または 外部委託
情報収集	<グローバルな観点> 高品質の製品に理解のある地域 世界的に自炊する人口が減っている 比較的物価の高い地域 <内的な観点> 国内のブランディングに活かせる地域	・アジア・北米・ ヨーロッパのGDP、 生活習慣、市場規模の調査 ・大陸別で拠点になりそうな国の調査
目的の明確化	売上増加 海外からの評価を知りたい	

初期計画

1月

- 人材
新規採用・外部委託にかかる費用算出
- 情報収集
アジア・北米・ヨーロッパを中心にGDP、生活習慣、市場規模、
拠点になりそうな国の調査
- 資金的リソースの算出
準備段階の予算の算出
進出に割ける予算の算出

2月

- 進出地域の選定
- 地域別の市場調査、競合調査、法的規制の調査、展示会など認知機会の調査、テスト販売
計画など事業計画の基になる情報の精査
- 進出地域別の目標設定

3月

- 進出地域別に調査の結果、設定した目標をもとに事業計画を策定
- 人材面の課題クリア（新規採用・外部委託契約先決定）

4月

- 物流関連、資金回収の整備
- 各種許認可申請・資料準備（翻訳など）

5月

- 現地視察

6月

- 営業活動（販路確保）開始
展示会、テスト販売、現地ディストリビューターへの営業