

地域の魅力を世界へ！

—— 地方銀行における取引先の海外展開支援

総合企画室 副調査役 若井 菜々子

- 地方銀行は、地域の魅力を世界へ伝えようと、お取引先の海外展開を様々な面から支援しています。
- 例えば、コロナ禍における海外展開支援オンラインイベントの開催、自行の海外拠点と連携した取引拡大支援、外部企業と協力のした“お手軽海外展開”企画の実施、といった取り組みを行っています。
- 政府が、「海外ビジネス投資支援パッケージ」を取りまとめ、中小企業の海外展開を後押ししているなか、地方銀行も、地域の発展の一助となるよう、引き続き取り組みを進めてまいります。

はじめに

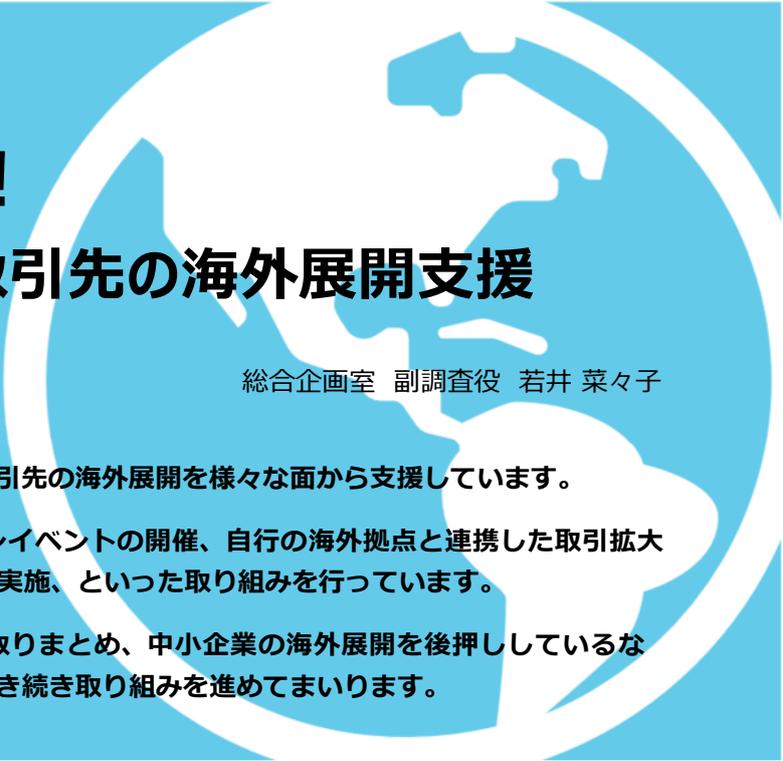
日本各地には、その土地の特産品や古くからの伝統、繊細で確かな技術力などの特色を活かした様々な製品を扱う中小企業が多く存在します。わが国の人口が減少し続けるなか、アジア・アフリカを中心に今後も更なる発展が見込まれる海外市場に事業を展開していくことは、これからの中小企業にとって重要なカギのひとつです。しかし、海外展開には、言葉の壁や海外との慣習・文化の違い、貿易実務の煩雑さなどが付いて回り、地方の人手不足が加速するなか、地域の中小企業が個社で対応するにはハードルが高い場合もあります。地方銀行は、そうした地域のお取引先に対し、様々な面で支援を行っており、地方銀行全体の2022年度の支援先数は15,156先です。

本稿では、お取引先の海外展開にあたり、地方銀行がどのような支援を行っているかについて、支援事例も交えながらご紹介していきます。

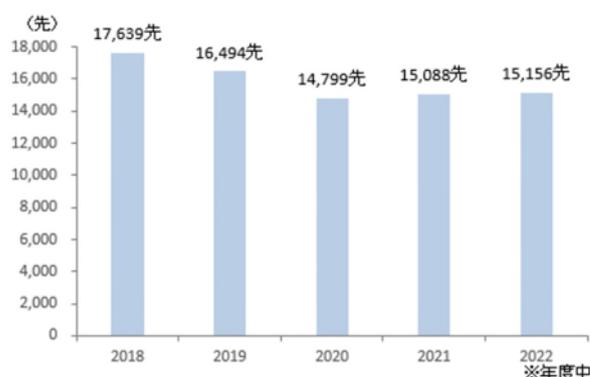
地方銀行が行う海外展開支援

(金融面の支援)

銀行といえば、まずは金融面での支援が挙げられます。ここでは、企業のニーズのうち主な3つに対応する金融サービスについてご紹介します。1つ目は、資金調達です。海外拠点の進出時や、現地での運転資金などの資金ニーズに



海外進出支援および海外ビジネス支援の取り組み実績



- ▲ 当協会「地方銀行における『地域密着型金融』に関する取り組み状況」 (https://www.chiginkyo.or.jp/regional_banks/initiative/community_based/) より

は、通常の国内の融資とは異なる方法を提供することが多く、具体的には、親子ローン、スタンドバイL/C、クロスボーダーローンなどがあります。2つ目は、貿易代金の決済で、代表的な決済サービスに、外国送金や、輸入時の



輸入信用状の開設、輸出時の輸出手形の買取・取立などがあります。3つ目は為替リスクヘッジです。為替リスクとは、外国為替相場の変動によって、利益や損失が生じるリスクのことで、そのリスクを小さくすることを為替リスク

ヘッジといいます。銀行が提供する代表的な手法として、為替予約、クーポンスワップ、選択権付為替予約（通貨オプション）などが挙げられます。

【海外展開支援に関連する企業ニーズと対応する金融サービスの例】

企業ニーズ	金融サービス	サービス概要
資金調達	親子ローン	銀行から本社（日本）に対して融資を行い、それを原資に本社が現地子会社（海外）に対して資金を貸付。
	スタンバイL/C	本社（日本）から依頼を受けた銀行が、海外の提携銀行へL/C（Letter of Credit. 信用状）を発行。これをもって、海外の提携銀行から現地子会社（海外）に直接融資。
	クロスボーダーローン	現地子会社（海外）に対し、銀行から直接融資。
貿易代金決済 （輸出入）	外国送金	日本円または外貨による、海外への送金または海外からの資金の受領。
	輸入信用状の開設	国内企業の依頼を受けた銀行が、海外の企業（輸出者）に対し、代金の支払いを確約する内容の信用状を発行。
	輸出手形の買取	国内企業が振り出した輸出手形を銀行が買取り。
	輸出手形の取立	国内企業が振り出した輸出手形を、銀行が海外の企業（輸入者）へ送付。銀行に入金された手形代わり金を、国内企業に支払い。
為替リスクヘッジ	為替予約	将来の決済に使用する為替レートを、銀行との間で取り決めておく手法。
	クーポンスワップ	将来の一定期間の間における決済に使用する為替レートを、銀行との間で取り決めておく手法。
	選択権付為替予約 （通貨オプション）	将来の特定日に外貨を一定の為替レートで売る権利または買う権利を銀行から前もって購入する手法。

※上記は一例であり、銀行によって取り扱う商品・サービスは異なります。

（非金融面の支援）

地方銀行は、非金融面でも、お取引先の海外展開をサポートしています。

企業が海外展開するにあたり、なによりも重要なのは、情報です。各地の市場・経済の動向を始め、商談の進め方や貿易実務などの取引の基本、トラブルに巻き込まれないようにするための現地の商慣習や法律など、集めなくてはならない情報は多岐にわたります。一方で、人員が限られる中小企業が、海外に渡航しつつ多方面の情報を得ることは容易ではありません。このため、地方銀行は、セミナーを開催したり、個別ニーズに合わせて現地を調査したりすることを通じ、お取引先に対して多種多様な情報の提供を行います。

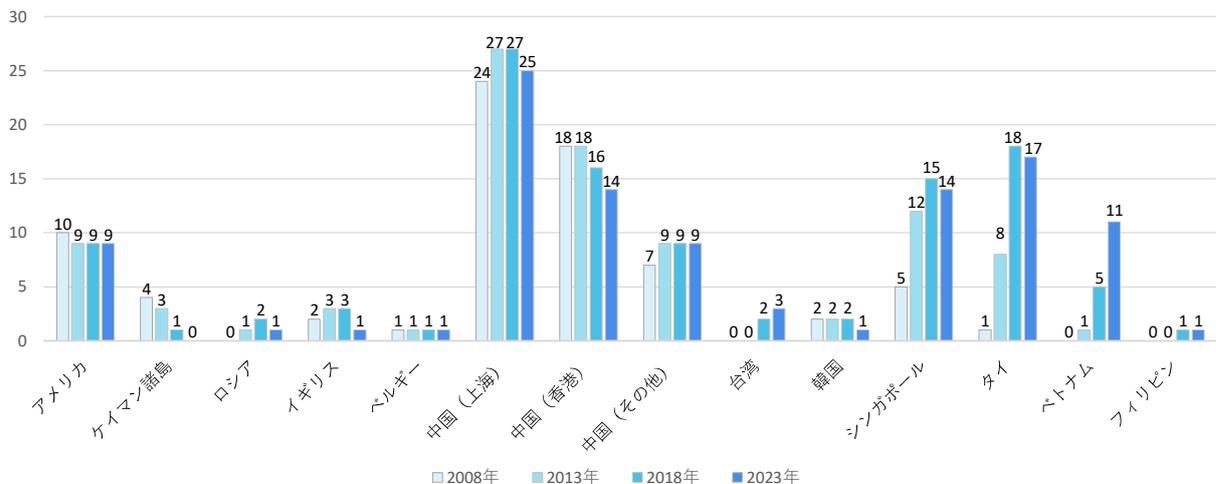
また、中小企業にとっては、海外の膨大な数の企業のなかから、信頼して取引を続けられる先を探すことも、大きな

課題のひとつに挙げられます。こうしたお取引先には、国内外の企業を集めた商談会・交流会の開催や、個別企業との商談のセッティング、現地視察のアテンドなどといった販路開拓のための支援を行ったり、その後の現地企業とのやり取りをサポートしたりしています。

このほか、現地での販売にあたっては、商品をどのようにアピールしていくかなどのプロモーションを支援したり、現地に拠点をもちたいお取引先がいれば、進出地域や進出形態の提案を行ったりすることもあります。

地方銀行のなかには、支店や駐在員事務所などの海外拠点を有する銀行もあり、2023年4月1日現在、地方銀行62行のうち約6割にあたる36行が、海外拠点を設置しています。所在地は世界の19都市にわたり、その数は107拠点です（巻末グラフ参照）。

【地方銀行の海外拠点数の所在地別推移】



このグラフは、2008年～2023年の期間における地方銀行の海外拠点の数を所在地ごとに表したものです。中国を中心に、アジアに拠点多いことが分かります。また、シンガポールやタイ、ベトナム、フィリピンとい

た東南アジア地域の拠点数が増えてきています。

※2008年8月1日、2013年8月1日、2018年8月1日、2023年4月1日の各時点において、地方銀行62行が設置している海外拠点（支店、駐在員事務所、現地法人）の数。

また、多くの地方銀行が、現地の銀行や現地に拠点を持つコンサルティング会社、国際協力機構（JICA）や日本貿易振興機構（JETRO）などの政府系機関といった外部機関と連携をしています。先述のような支援は、お取引先の二

ズ・課題に応じて、こうした自行海外拠点や外部ネットワークと一緒にすることもあります。

ここからは、地方銀行が行ったお取引先の海外展開について、非金融面の支援に関する実際の事例をご紹介します。

地方銀行の支援事例

コロナ禍でもオンラインを駆使してお取引先を海外と繋ぐ（第四北越銀行）

新潟県に本店を置く**第四北越銀行**は、新型コロナウイルス感染症の流行により、海外への渡航や対面でのイベントが制限されるなか、オンラインを活用したイベントを開催し、お取引先の海外展開を積極的に支援し続けています。2020年8月に開催したオンラインセミナーでは、“ニューノーマル攻略法”と題し、コロナ流行の終息が見えないなかでの新たな海外展開支援の手法を紹介しました。オンラインの場合、参加者の反応を十分感じ取ることができないというデメリットはありますが、日常的に取引先とコミュニケーションを取っている営業店と連携しながら、アフターフォローすることでカバーしています。反対に、オンラインだからこそそのメリットが多くあり、例えば、開催地まで足を運ぶ必要が無いことや、興味がある内容だけを部分的に聞くこともできるようになったことから、参加するお取引先にとって気軽であるという点が挙げられます。これにより、銀行側としても、より柔軟なテーマ設定ができるようになったと言えます。また、距離の問題が解消されたこ

とで、県内の遠隔地からの参加に加え、お取引先の海外拠点からの参加もあったそうです。

第1回	海外展開【ニューノーマル】攻略法!～東南アジア編～
第2回	現地コンサルタントが語るベトナムの「今」と「未来」
第3回	世界の「アリババ」オンラインセミナー&個別商談会
第4回	東南アジア4カ国オンライン個別商談会
第5回	現地コンサルタントが語り尽くすアフリカ開拓の秘訣

▲ 第四北越フィナンシャルグループがコロナ禍の2020年度に開催した、海外展開支援に関するオンラインセミナー・商談会のテーマ（2021年3月期ディスクロージャー誌より）。

アフターコロナで様々な制限が緩和されてきた現在においても、オンラインのメリットを活かした様々なイベントを実施しています。これまで、海外市場の視察といえば、その国まで赴くことが当然だったところ、カンボジアのショッピングモールと県内のお取引先をオンラインで繋ぐことで、日本にいながら現地視察ができるイベントを開催



しました。さらに、ベトナムの人材会社と協力し、現地の職業訓練学校と県内のお取引先を繋ぎ、各教室の見学や、現地の学生との交流をオンラインで行う人材支援のイベントも行いました。今後は、リアルとオンラインのハイブリット形式で、双方の良さを活かしながらイベントを開催していく方針です。

なお、同行は、2023年7月から、コンサルティング事業部のなかに、海外展開支援に係る専門チーム「海外ビジネス支援ライン」を設置し、より一層お取引先の海外展開支援に力を入れています。海外進出支援は企画段階から軌道に乗るまで長期間にわたる支援が必要となり、また先行きが見通しづらい面もあります。そのようななかでもお取引先をしっかりとサポートしていくことが大事だとのこと。また、今後は、取引先から海外展開の相談を受けてか

ら動き始めるのではなく、政府系機関等とも連携しながら、取引先の海外展開に係る潜在ニーズを掘り起こし、提案型のサポートを強化していきたいとのことでした。

▲ 第四北越銀行が開催した海外展開支援イベント。同行提供。

台北駐在員事務所が現地の言葉で直接、取引先の“想い”をアピール（秋田銀行）

秋田銀行が2016年に台湾の台北市に開設した駐在員事務所には、現在、行員2名と現地スタッフ1名の計3名が常駐しています。主な業務は、お取引先の台湾市場への進出支援や現地企業とのマッチング支援、現地の経済等に関する情報収集、台湾企業や金融機関、政府機関等との交流・関係強化などです。同行が設立した地域商社である詩の国秋田(株)の台北支店の役割も担っています。



▲ 写真は秋田銀行ウェブサイト (<https://www.akita-bank.co.jp/corporation/project/kaigai/>) より。

台北事務所は、同行の従来からのお取引先である造園事業者の、台湾における事業拡大の支援を行っています。そのお取引先はもともと、台湾で日本料理店などを経営する現地企業と取引があり、料理店の庭にある樹木の剪定等を請け負っていました。台湾における事業を拡大したいという同社の意向を受け、同事務所が中心となり、台湾の造園事業者に対し、取扱商品の写真や資料を提供するなど、働きかけを行いました。その結果、その造園事業者が石の灯籠

や石鉢などに興味を持ってくれたことで取引に繋げることができました。

お取引先からは、「商談の肝となるところのコミュニケーションをサポートしていただきありがたかった」と喜ばれたとのこと。同行は、地域に寄り添う地方銀行が、現地に拠点をもち、現地の言葉で現地の企業とやり取りすることで、お取引先の「熱量」や「想い」を直接伝えることができるという点が、地方銀行が海外に拠点を持つ強みであると話します。

今後、同行は、台湾拠点の強みを活かしながら取引先企業の台湾展開の支援を深めることはもちろんのこと、それ以外の地域への展開ニーズに対しても、商品の特徴や強み、そして生産者の想いを汲み取り、伝えられるような力を、行員一人一人が高めていき、商品の価値を理解してもらったうえで購入してもらえるような好循環を作り上げていきたいとのことでした。



▲ 同社が取り扱う石の灯籠や石鉢。秋田銀行提供。

地元のおいしい魅力を伝える第一歩、“お手軽海外展開”（筑波銀行）

茨城県に本店を置く**筑波銀行**は、県内の食品事業者の海外展開への第一歩を支援しようと、中小企業向けコンサルティング等を営む㈱フォーバルとともに“お手軽海外展開”を企画しました。これは、自社製品を、シンガポール向けにライブ配信で紹介しながらECサイトで販売でき（ライブコマース）、その後の販路開拓に向けたサポートまで、ローコストで受けられるというものです。販売に必要な手続きは、フォーバルが代行します。

同行は、海外への販路拡大に興味がありそうな事業者に声をかけ、参加者を募る役割を担いました。これまでお取引先の販路拡大を支援するなかで収集し蓄積してきた、お取引先の商材やニーズなどのデータベースを活用し、“食品事業者”かつ“輸出経験がほとんどあるいはまったくない先”に絞ってお声がけをし、その結果、30社ものエントリーを集めました。そこから、実際にライブコマースに参加した先は12社で、1社1製品、具体的には、干し芋や、さつまいものキャラメル、あん肝を加工した製品など12品が、シンガポールに向けて販売されることになりました。ライブコマースでは、現地の商社社員が実際に商品を試食しながら紹介すると、視聴者からのたくさんのコメントおよび商品の購入申込状況がリアルタイムで届きます。反応はとてよく、用意していた商品がすべて完売したとのこと。実際に配信を見ていたお取引先も、飛ぶように物が売れていく様子を、海外の購買力の高さを感じたと言います。

本企画を通じ、同行は、県内のものが世界に十分に通用することを実感したとのこと。しかし、地域の中小企業が、海外向けに製品を販売することは簡単なことではありません。現地の言語でのやり取りや、貿易に係る様々な事

務処理、海外向けの安定した商品生産など、人手やコストがかかることも課題に挙げられます。実際、今回の企画に参加した事業者のうち、継続した取引を開始できたのは数社とのこと。今後は、お取引先が海外への販売を継続していきけるような仕組み・環境づくりまで支援ができるよう、そして、県内の魅力ある商品を、自治体・支援機関およびフォーバルをはじめとした民間企業と連携し、発信していきけるよう取り組んでいきたいとしています。



▲ いずれも実際のライブコマース画面。筑波銀行提供。

おわりに

政府は、国内企業の収益力を強化するため、2022年12月に技術と意欲ある日本企業の海外ビジネス投資をサポートするための「海外ビジネス投資支援パッケージ」を取りまとめ、そのなかで中小企業への支援を特に強化させています。国全体で中小企業の海外展開を後押しする流れのな

か、地方銀行も、ご紹介したようにお取引先の海外展開支援に対し多面的な支援を行っています。これからも、地域の魅力を世界へお届けし、地域の発展の一助となるよう、取り組みを進めてまいります。