

2024 年度岡山大学実践コミュニケーション論 レジューメ【A クラス】

第 3 セッション (第 2 課題)

第 9 回 12 月 04 日(水): 第 2 課題 (2-1) の説明

第 10 回 12 月 11 日(水): 課題解決の話し合い

第 11 回 12 月 18 日(水): プレゼンテーション (第 2 課題の解決策の発表) 及び振り返り

・次の資料の配付 (PBL 提示の都度配付):

- ① KPT 法と PDCA サイクル (PBL セッションを通じて作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/kpt-pdca.pdf>
- ② 自己の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-personal.pdf>
- ③ チームのメンバーの振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-member.pdf>
- ④ チーム全体の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-team.pdf>

PBL 第 2 課題と説明

作成時の留意点

課題: (モノの国際移動の関連課題) 有望商品の**輸出企画書**の作成

著作権侵害に気を付け、出所を明らかに!

ねらい ⇒ 輸出のマーケティング情報入手方法のヒントや輸出の仕組みを知り、「企画書」作成のポイントをつかむ。

新規事業立ち上げ担当の上司から有望商品の輸出を企画するよう指示されました。下記の**情報入手先の参考サイト**を活用しながら、各チームで関心のある商品及び産地を絞り込み輸出企画書を作成してみてください。

まず、商品選びから始めよう!

選ぶ商品に条件を付けていないので、**関心のある商品の選択から始める**こととなります。

なお、この企業は、輸出は未経験のため、調べた**輸出の仕組みや流れ**の概要説明を企画書に入れることも考えられます。

また、海外のマーケティング情報において、選択した商品の売れている根拠 (市場規模や時期も含む) を示す二次データがネット等でヒットすれば、これを示すことにより「**売れる需要**」があることの裏付けとして企画書の説得力が増します。

「**売れる需要**」の (調査結果の) **情報**は、下記の**輸出企画書のポイント**の、特に「**なぜ**」「**誰に**」「**どのくらいの量**」「**どのように販売する**」に直結します。

ここでは、全てのポイントを網羅するのが大変であるようなら、少なくとも「選んだ商品（商品の特定と HS コード）」、その商品の「輸出相手国・地域」、その商品を「選んだ理由」、「輸出規制」、「輸出規模」は調べるようにしましょう

輸出企画書のポイント

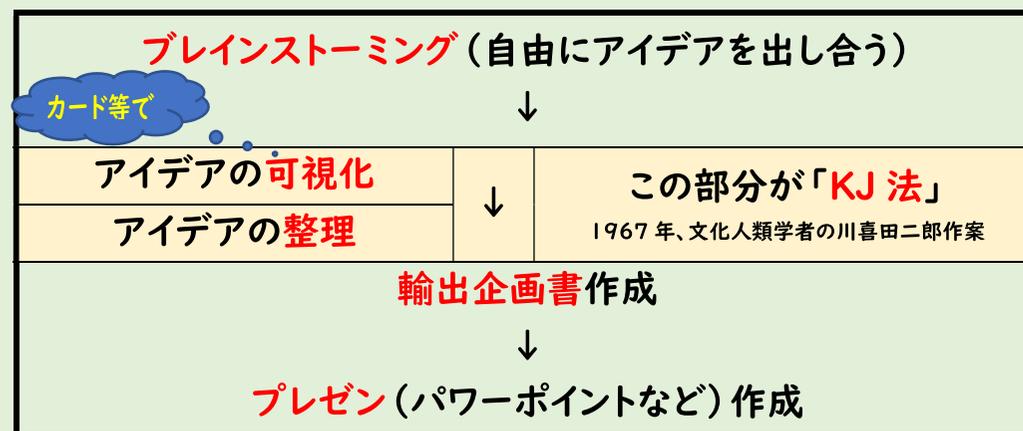
輸出企画書には、誰が（輸出事業を担当する者）、何を（商品の特定と HS コード）、なぜ（商品を選んだ理由）、いつどこへ（輸出相手国・地域（輸入規制）、輸出時期）、どのくらいの量（輸出数量、輸出規模、市場規模）を、どのような輸出手続き（輸出通関、輸出規制*）をし、誰に（販売先）、どのように販売する（商品仕様、販売価格、販売方法（時期、ルート）、販売規制、プロモーション）のか等を、必要に応じ入れます。なお、ここでは資金面や利益面の計画は考慮しないものとします。*輸出規制 <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/export-import-kisei.pdf>

また、企業の外部環境（OT 分析*によるマイクロ環境（5-Forces*：アメリカの経済学者、マイケル・ポーターが提唱する「5 つの競争要因」に関する分析フレームワーク）やマクロ環境を含む）も内部環境（SW 分析*）も触れなくてよいこととします。なお、輸出事業自体の起ち上げの目的（輸出事業の目的）についても経営者が判断したこととしてここでは考えません。

なお、経営者の判断する「輸出事業」への参入戦略の分析手法については、後述する演習問題に出てくる「貿易事業参入の基本的な流れを押さえておこう」の中の「事業参入のための企業戦略の分析手法の例」を参照してください。

*OT 分析及び SW 分析は SWOT 分析のことです。*5-Forces ☞ 詳しくは「輸出マーケティング関連資料」 <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/2021marketing.pdf> を参照

各チームでの進め方



出所「いらすとや」 https://www.irasutoya.com/2016/07/blog-post_53.html

演習：【考えておこう】「報告書・企画書・提案書」と「プレゼン」の違いをコミュニケーションのツールとしての視点から考えてみよう！

各チームで100文字以内でまとめてみてください。ヒント☞ <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/report-presentation.pdf>

輸出の場合、商品の選定と共に、その商品をどこの国の誰【販売先】に売なのか、誰が買ってくれるのか、買ってくれる人（バイヤー）を探すのがポイントになります。最終消費者や使用者に流れる販路を持つ**現地の販売店**や**日本の輸出商社**を探すという方法がまず考えられます。

PREP 法による輸出企画書/プレゼンのまとめ方の一例

<p>P = Point (要点)</p>	<p>日本のどこどこのメーカーが造ったこの商品をどこの国のどのような人々に買ってもらいたい。そのために、その様な販路を持つその国の有望販売店又は日本の輸出商社を、このような方法*で探そうと考える。</p>
<p>R = Reason (理由)と E = Example (理由の裏付け)</p>	<p>どこそこの国では、この手の日本の商品が飛ぶように売れているとニュースやSNSで紹介されている。 市場規模/輸出規模もこれくらいあるようだ。 輸出規制もその国の輸入規制もこのようになっていてハードルは高くない。</p>
<p>P = Point (要点)</p>	<p>この手の商品が売れてるチャンスにこの商品を扱いたいので、有望販売店又は輸出商社を、早速、探すプランを構築したい。</p>

*「取引先発見方法」のヒント：<http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/torihikisaki.pdf>

○ 取引先発見方法の一例（輸出だけでなく輸入にも対応します）

- ・業界、取引先、取引関係者などの人脈による紹介
- ・取引銀行による紹介
- ・JETRO（日本貿易振興機構）の利用
- ・JETROの貿易投資相談支援や次のサービスの支援なども利用してみよう。
 - 海外フリーフィングサービス（出張の際、JETRO海外事務所が蓄積している一般経済情報や現地市場等の情報提供サービス）
 - 海外ミニ調査サービス
 - TTPP (Trade Tie-up Promotion Program: 国際的なビジネスパートナー探しを支援するサイト)
 - ビジネス取得サービス
- ・商工会議所、貿易関係団体、在外機関、日本政府の在外公館などの利用
 - ⇒「〇〇国大使館/領事館商部課」などで検索
- ・日本人会の利用：「〇〇国 日本人会」で検索。
- ・会社年鑑、商工人名簿、電話帳、業界紙などの活用

ITの活用

- HPの作成
- IT媒体の活用 ⇒ パナー広告、リスティング広告などの活用
- ECサイトの活用 ⇒ B2B や B2C などの活用

用語

- B2B: Business to Business 電子商取引の1つの形態を示す言葉で、企業間取引のこと。
- B2C: Business to Consumer 電子商取引の1つの形態を示す言葉。企業間取引(B2B)ではなく、消費者向けの小売りを意味する。インターネット上のオンライン店舗などによる種々の商品やサービスの販売を示す。

SNSの活用

- ・業界紙や専門紙などの印刷媒体などへの広告の活用
- ・輸出入会社の活用：「〇〇国 〇〇商品 輸出入会社」で検索。
- ・海外見本市・商談会の活用 J-Messe など

演習:【調べておこう】JETRO (ジェットロ) って、何？
ジェットロの「J-messe」も調べてみて。



情報入手先の参考サイト

《輸出 HS コードを把握し他法令規制を調べてみよう》

・税関 HS コード(関税分類の概要) http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1201_jr.htm

・HS コードの調査:

⇒神戸税関業務部関税鑑査官: 受付時間 平日 8時30分~17時15分 TEL:078-333-3118 FAX:078-333-3147 E-mail: kobe-bunrui@customs.go.jp

⇒総務省 日本標準商品分類(平成2年6月改定) https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/syuhin/2index.htm → 日本標準商品分類 <https://www.e-stat.go.jp/classifications/terms/30>

HS コードの調べ方一例: 調べたい商品の日本標準分類コードを調べる→上の総務相のサイトにある「中分類」から、そのコードに当たる HS コードを調べる。

⇒HS コードと JAN コードについて: <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/hs.code-jan.code.pdf>

・輸出統計品目表 <https://www.customs.go.jp/yusyutu/index.htm>

選んだ商品の HS コードを調べよう!

調査演習: 先に見た「関税分類の概要」の「りんご」の輸入の HS コードを、今度は輸出統計品目表で確認してみよう。またどういふ他法令の規制を受けま
すか調べてみよう。

《輸出規模を調べてみよう》

・輸出統計の調査

①日本からの輸出実績 <http://www.customs.go.jp/toukei/srch/index.htm?M=01&P=0>

選んだ商品の HS コードで調べよう!

調査演習: 「板チョコ」の輸出 HS コードは 1806.32 000 です。この輸出 HS コード 9 桁を使用して、輸出の上位国・地域 5 位までの数量と金額をリストしてみよう。なお、「詰め物をしたもの(filled)」とは、チョコの内部に例えばフルーツペーストを入れたものとかをいいます。(税関のサイト https://www.customs.go.jp/tokyo/kondan_kenkyushiryo/20180202_bunrui_5.pdf の 50 頁を参照)

調べ方 ☞ 上のサイトの財務省の貿易統計における「品別国別表」にて、「輸出入の指定」を「輸出」にし、「統計年月の指定」を 2022 年の『年内の累計』にし、「品目の指定」を「品目コード指定」にして「HS コード 9 桁」を入れ、「表示件数の指定」を『200』にして、検索します。

エクセルでの形式の方が調査しやすいので、「CSV 形式ダウンロード」を活用します。

②相手国の日本からの輸入実績 国連貿易センター UNITC 貿易統計で香港を調べてみよう: <https://www.trademap.org/Index.aspx> メール: mas@optic.or.jp パスワード: nagamitsu1950

・ジェトロ世界貿易投資報告 2022 年版 <https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2022.html> の以下の「資料」における統計サイトから次の調査演習をして下さい。

☞ 表 10 日本の商品別輸出(2021 年) P.10 https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/gtir/2022/shiryo.pdf

調査演習: 2021 年の統計の世界欄において、日本から輸出した商品で一番落ち込んだ商品と一番伸びた商品の「伸び率」を調べ、その商品について、いづれの国地域がその伸び率に一番影響を与えていましたか、調べてください?

《輸出先の DUTY と VAT を調べてみよう》

調査演習:「板チョコ」の輸出 HS コード 1806.32 を使って、ワールドタリフでシンガポールの関税 (DUTY) と消費税 (VAT) を調べてみてください。



World Tariff: Your User ID is **nagamitsu_reo** Your password is **nagamitsu1751**

<https://ftn.fedex.com/wtonline/jsp/wtoMainUL.jsp?pageName=wtoMain.jsp¤t=Search%20Options>

《海外マーケティングを調べてみよう》

JETRO のサイトで調べてみましょう

・JETRO のサイトから入ります。

ジェトロのサイト <https://www.jetro.go.jp/> から一番上に並ぶ「**産業別に見る**」にポインターを持って行くと次の各内容がプルダウンして表示されますので、その中から興味のある産業を選びます。

農林水産物・食品 ファッション・繊維	デザイン (日用品) コンテンツ	サービス産業 ライフサイエンス	機械・機器 環境・エネルギー	インフラ・プラント
-----------------------	---------------------	--------------------	-------------------	-----------

選ぶと、右に「**～のコンテンツの一覧**」(例えば、「ファッション・繊維」を選ぶと「ファッション・繊維の**コンテンツの一覧**」)が表示されるので、これをクリックします。

クリックにより表示された中の「**ニュース・レポート**」のリストにある「**マーケティング情報**」をクリックして、調査します。

例えば、「農林水産物・食品の**コンテンツの一覧**」をクリックすると「**海外マーケティング基礎情報**」以外に「**市場価格調査**」(品目別及び主要都市別)の情報も得られます。

調査演習:「農林水産物・食品のコンテンツの一覧」から、次の 2 点を調べてください:

- (1)「海外マーケティング基礎情報」: 香港の「味覚、嗜好上の特徴」はどのようになっていましたか?
- (2)「市場価格調査」: 香港では「ロッテ ガーナミルク 袋型」はいくらで売られていましたか?
また、販売店のターゲットとしてどの層を狙っていましたか?



ロッテのサイトより

商標や地域ブランドの登録状況について調べておこう:

- (1) 地域団体商標 (地域ブランド) 検索: 特許庁「地域団体商標検索ページ」 <https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/index.html>
- (2) 商標登録検索: 特許庁「商標を検索してみよう」 https://www.jpo.go.jp/support/startup/shohyo_search.html → 簡易検索サイト <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>
- (3) 国際商標登録の先行商標調査: WIPO が提供している Global Brand Database <https://www3.wipo.int/branddb/en/>
- (4) 種苗法 品種登録検索: 農水省「品種登録データ検索」 <http://www.hinshu2.maff.go.jp/vips/cmm/apCMM110.aspx?MOSS=1>
- (5) 世界の「無料データベースでの商標登録の検索」 <https://www.tm106.jp/?p=2781>

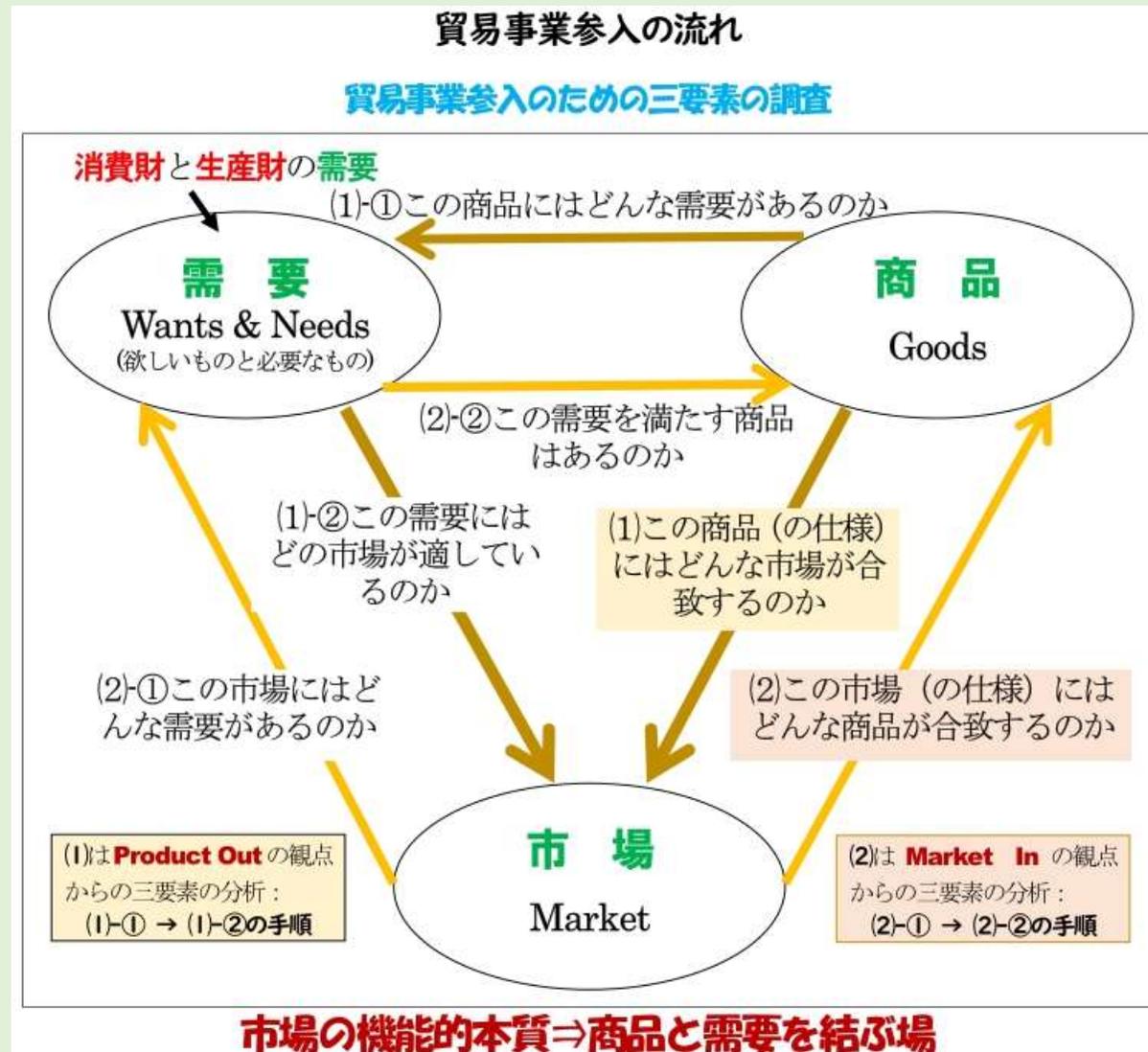
RYUKA「国際登録出願(マドリットプロトコル)の概要」日本での商標登録出願が前提
https://www.ryuka.com/jp/business/service/trademark_madoritt/

参考→商標権等の調査例:「おかやま夢白桃」の例 <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/hakuto-shohyo.pdf> (特許庁「区分一覧」 https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/ruiji_kijun/ruiji_kijun11-2020.html)

PBL のグローバル課題についての基礎知識

演習:【考えてみよう】輸出事業や輸入事業へ参入する手順って、どんなイメージ? 各チームで考えてみよう

・貿易事業参入の基本的な流れを押さえておこう⇒ <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/marketing-claim-okadai.pdf>



PBL のグローバル課題についての基礎知識

・国際売買取引で使用する基本的な貿易条件を押さえておこう。

INCOTERMS® 2020 の 11 種類の引渡条件の理解

国際売買契約
費用の範囲と混同しないように!

輸出者 ←-----→ 輸入者

a b c d e f g h i j

Ex-Godown

内国貨物 外国貨物

本邦にある貨物 本邦にない貨物

本船(外航船)

◎ = 貨物の引渡場所

①輸出者が輸入者に貨物を輸出者の工場引渡す。⇒EXW (Ex Works) 工場渡し

②輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、輸送費着払い、船積港のCYで引渡す。⇒FCA (Free Carrier) 運送人渡し

③輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、運賃着払い、船積港の船上で引渡す。⇒FOB (Free on Board) 本船渡し

④輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、船積港の船側で引渡す。⇒FAS (Free Alongside Ship) 船側渡し

⑤輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、仕向港までの運賃元払い、船積港の船上で引渡す。⇒CFR (Cost and Freight) 運賃込み

⑥輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、仕向港までの運賃及び海上保険料元払い、船積港の船上で引渡す。⇒CIF (Cost, Insurance and Freight) 運賃保険料込み

⑦輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、仕向港までの輸送費元払い、船積港のCYで引渡す。⇒CPT (Carriage Paid to) 輸送費込み

⑧輸出者が輸入者に貨物を輸出通関後に、仕向港までの輸送費及び海上保険料元払い、船積港のCYで引渡す。⇒CIP (Carriage and Insurance Paid to) 輸送費保険料込み

⑨輸出者が輸入者に貨物を輸入通関前に、仕向港の船上で引渡す。⇒DAP (Delivered at Place) 仕向地持込渡し

⑩輸出者が輸入者に貨物を輸入通関前に、仕向港の船卸し後に引渡す。⇒DPU (Delivered at Place Unloaded) に卸荷持込渡し

⑪輸出者が輸入者に貨物を輸入通関後に、輸入国の指定場所で車上で引渡す。⇒DDP (Delivered Duty Paid) 関税持込渡し

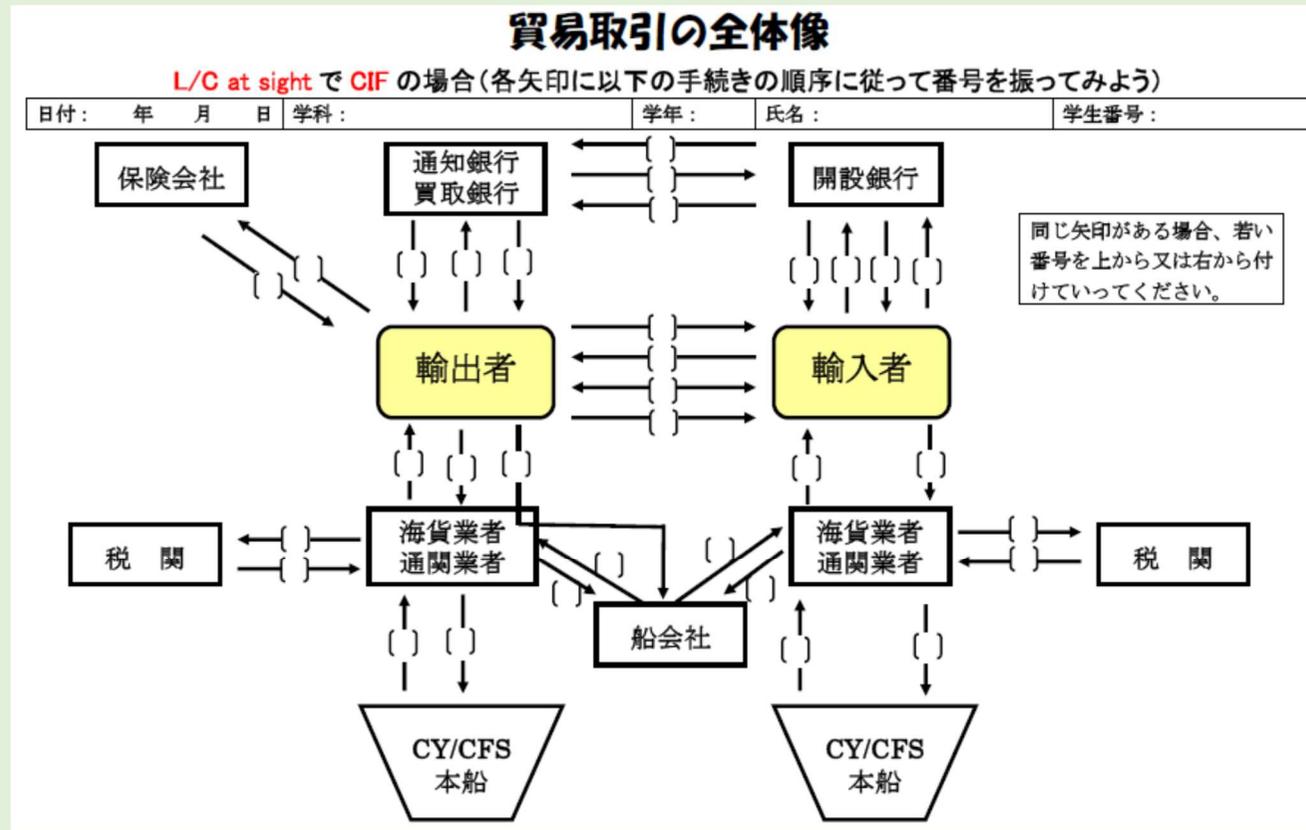
質問：上の各引渡しの説明は、イラストのアルファベットのいずれの場所に当たりますか？下欄にアルファベット入れて答えなさい。

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

<http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/incoterms2020-rikai.pdf>

・国際売買取引全体の仕組みを押さえておこう

貿易取引全体の理解: <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/kibi-kokusai-boeki-zentaizou.pdf>



演習:【考えてみよう】諸君は**税関**に身近に接することがあると思いますか。

演習:次の税関の動画を見ての感想を話し合おう。

税関ってどんなところ? <https://www.youtube.com/watch?v=ai1pu3ftM1E>

税関 その使命 <https://www.youtube.com/watch?v=z0H3KFRVqcY>

各チームのプレゼン

本課題をチームでまとめた後、プレゼンを実施します。

- ・プレゼンは各チームごとにパワーポイントなどを利用して教室全員に向けて発表します。発表時間は各チーム 6 分位（パソコン設定準備時間は別）までとします。
- ・各プレゼン後、発表したプレゼン内容について、ここは良かったとか、ここをこうした方が良いのではないかななどのコメントをしてあげてください。
- ・全てのチームのプレゼンが終了した後に、どのチームが一番良かったかを評決します。

⇒評決の用紙：<http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/2022assessment-1.pdf>（クラス全体で 1 枚配布：切り離して使用）

第 15 回目の成果発表の際には、今回の発表で気づいたことなどを反映し、さらに改良・改善バージョンで臨んでください。

※各チームへの簡単なコメント：<https://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/comments-on-export-proposals.pdf>

プレゼンテーション評価の採点方法

採点は、話し手の評価として、「聴きやすい」と「説得力がある」という点について、またスライドの内容と構成として、「分り易い」と「良くまとまっている」という点について、

話し手の評価	聴きやすい	説得力がある
スライドの内容と構成	分り易い	良くまとまっている

次の点数で評価することにします。

素晴らしい:5 点	良い:4 点	普通:3 点	もっと工夫が欲しい:2 点
-----------	--------	--------	---------------

振り返り作業

本 PBL 授業の始めに配付しました、次の資料を作成し、お互い評価しましょう。

- ①KPT 法と PDCA サイクル (PBL セッションを通じて作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/kpt-pdca.pdf>
- ②自己の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-personal.pdf>
- ③チームのメンバーの振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-member.pdf>
- ④チーム全体の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-team.pdf>