

富山県海外販路開拓サポートデスクより

環日本海経済交流センター 海外販路開拓支援マネージャー 田中 正明

昨今は、富山県産の食品、伝統工芸品、化粧品、エコ洗剤、飲料水やアルコール飲料、ギフト品などの海外市場への販売についての相談が増加傾向にある。これは全国的な傾向と考えるべきで、競争は激しさを増していくものと思われる。ほとんどは海外市場でビジネス経験のない中小の会社であるので、今回は輸出取引につき、その意思決定のプロセス、及び、基本的ないくつかの取引上の“取決め”につき記述することにする。更に、このような中小企業へのきめ細かいサポートがビジネスの成否に大きく影響するであろうことを申し添えたい。理由は、この分野の中小企業は、機械工業等の下請け中小企業が大手企業に引っ張られて海外展開したという経緯とは異なり、単独でかつ独力で海外展開しなければならないのが一般的と考えられるからである。

1. バイヤーとの折衝の始まり

(1) 取引先が本邦の商社、海外バイヤーの本邦子会社あるいは本邦の購入代理店であり、かつ彼等が本邦で主契約者として直接に買付を行う場合は、純然たる国内取引であり、通常の国内用契約書に署名し、本邦での受渡し場所に搬入し、決済条件に従い本邦で代金を受領すればよい。商品保証が要求される場合には、あくまで、本邦の購入者への保証として、本邦で対応可能な条件を設定しておけば安全ということになる。海外の買主が商品の検品や生産現場を視察するために本邦を訪問してくる場合も、売り手側は取引関係の原則を踏まえて適切に対応すればよい。又、交渉は主契約者となる本邦の会社との間で行われるので、通常は日本語で事足りる。

(2) 次に、本邦の交渉相手が、海外バイヤーの代理人（エージェント）になる場合は、交渉ルートとしてこのエージェントと通常は日本語で話すことになる。しかし、売買契約は海外バイヤーと、直接、交わすことになるので、取引上の権利義務は海外バイヤーと本邦の売り手が負うことになり、純然たる海外との取引（貿易取引）

になる。

(3) 本邦に海外バイヤーの関係先が存在しない場合は、全てにつき、海外バイヤーとの直接の取引となり、純然たる貿易取引となる。

従い、上記(2)及び(3)に関する意思決定プロセスと契約行為は、下記に記述している「2」及び「3」を踏まえて実施することが求められる。これは海外貿易に慣れない小企業が単独で対処するには、かなり苦痛を伴うものであり、少なくとも“英語”による国際通信と国際契約実務を助ける“支援サービス”が提供されることが必要と考えられる。この支援サービスの有無がこの種の取引の成否に関係するといっても過言ではなかろう。

以下に、「2」及び「3」の貿易取引実務の要領につき解説する。

2. 海外市場での販売開始についての意思決定プロセス

(1) 市場調査

① 本邦にて対象となる市場に関わる情報を収

集・分析する。又、対象市場の歴史、政治、経済、社会についての見解を専門家より聴取しておく。

- ② 商談会等によりバイヤーの感触を探る。又、対象となる市場に自ら出向き（出来れば対象市場に精通した会社や個人をコンサルタントとして共に）市場調査をする。
- ③ 対象市場で開催される展示会に出展し市場動向の理解に努める。
- ④ 試験的にネット販売などに載せて、より具体的に市場の反応をみる。
- ⑤ 出来ればアンテナ・ショップに商品を置き、より具体的に市場の実勢を知るようにする。
- ⑥ その他

(2) 海外市場でのビジネス・プランの作成

A) 直接販売

海外市場に於いて輸出者が自らの販売会社を設立し、自らの費用と責任でマーケティングを行う。市場で直販を行うか、あるいは現地代理店を設定し販売を行うか、あるいはその組合せで販売をするかにつき検討する。

B) 間接販売

現地に販売代理店を設定し現地での販売は彼等に委ね、自らは本邦より商品の輸出を行う。

① 総販売代理店方式

海外市場に於いて総販売代理店を設定し、末端までの販売は全て総販売代理店に任せる。

② 複数販売代理店方式

地域（テリトリー）別に代理店を設定し、それらの複数代理店に地域毎の販売を委ねる。

本邦の輸出者がマーケティング費用の全てを現地代理店に委ねる訳にはいかない場合、即ち、市場での販売金融、在庫金融、広告宣伝、等々の販売促進費用につき応分

の分担が必要となる場合は、その具体的内容につき、現地販売代理店とよく協議して決定する。

(3) 最終的にいかなる販売方式を採用するかについては、輸出市場の状況や場合によっては幾つかのビジネス・モデルを想定して、それぞれの場合の事業採算について検討を行い、方針を決定する。事業の採算性についての検証は通常、F/S（フィージビリティ・スタディ）と呼ばれており、主に以下について分析・検討される。

- ① 対象国の政治・経済情勢
- ② 業界や市場の動向
- ③ 輸出取引に関わる法制・規則等
- ④ 資金調達を含む財務面についての諸問題について
- ⑤ 労働市場について
- ⑥ 販売数量見通し、販売・管理費、諸経費、金融コスト、利益目標等

以上を勘案して「事業計画案」を策定する。なお、事業計画案は、通常、1～5か年の期間で作成されるケースが多いと考えられる。なお、前提条件にかなりの変動要因を想定しなければならない場合には、設定条件毎にいくつかのケースを作成する場合もある。

3. 海外市場での販売をスムーズに展開するために、相手先と英文による各種の取り決めを交わしておく必要がある。取引で発生する諸問題につき見解の相違による後日の紛争を避けるためにも、英文による取り決めを締結しておくのが一般的である。主たる取決めにつき、以下、説明する。

富山県海外販路開拓サポートデスクより

(1) 販売代理店契約

(Distributorship/ Distribution Agreement)

販売店代理店 (Distributor) に自社製品を買い取らせ、彼等に市場での販売を任せる場合に締結するもので、織込むべき主な内容は以下の通り、

- ① 独占販売権 (Exclusive) か非独占販売権 (Non-Exclusive) にかについて
- ② 販売地域 (テリトリー) の特定
- ③ 協業禁止条項 (Non-Competition Clause)
- ④ 補償条項 (Indemnification)
- ⑤ 著作権の帰属
- ⑥ 契約を終了させるための条項 (Termination Clause)
- ⑦ 契約終了時の義務
- ⑧ 最低発注量 (Minimum Order Quantity)
- ⑨ その他

(2) 販売代行契約 (Agency AgreementあるいはDealer Agreement)

現地に口銭ベースの販売代行者 (販売エージェント/ディーラー) を設定する場合に、織込むべき主な内容は以下の通り、

- ① 独占販売権 (Exclusive) か非独占販売権 (Non-Exclusive) にかについて
- ② テリトリー (販売地域) の特定
- ③ 競合禁止条項
- ④ 補償条項
- ⑤ Commission (コミッション) (代理店手数料) 条項
- ⑥ 契約を終了させるための条項
- ⑦ 契約終了時の義務
- ⑧ その他

(3)-1 売買契約書 (Sales Agreement)

① ウィーン売買条約適用の有無

日本も加盟しているウィーン売買条約 (United Nations Convention on Contracts for the International Sale Goods(CISG)) の適用がある場合、これを除外するかどうか決定する。中国を含め、ウィーン売買条約の加盟国は増加しているので、これに留意しなければならない。日本法や欧米法とは相当に異なる内容があるので、明確にしておく必要がある。

② 危険負担・引渡し・所有権の移転時期

海外取引の場合には、インコタームス (ネットの情報を参照) に準拠し取り決めることが多い。

③ 代金支払い方法・支払時期

④ 保証条件

保証の範囲と保証期間を定める。もし、保証しないのであれば "As it is" (現状あり姿) として引き渡すことを定めることになる。

⑤ 第三者からのクレームについての補償

⑥ その他

(3)-2 一般取引条件

これはどの取引でも適用される条件 (不可抗力や紛争の解決、知的所有権について等) のことを云い、「一般取引条件」 (General Terms and Conditions) と呼ばれる。形式は特に決まったものはないが、売買契約書の裏面に記載されるので、「裏面約款」と称される。一般取引条件とは次のようなものである、

① 包括合意 (Entire Agreement)

本契約書の条件が全てである事を記載

② 調整禁止 (No Adjustment)

③ クレーム (Claim)

商品の欠陥に対する賠償請求について

- ④ 保証 (Warranty)
- ⑤ 不可抗力 (Force Majeure)
- ⑥ 仲裁 (Arbitration)
- ⑦ 債務不履行 (Default)
- ⑧ 保険 (Insurance)
- ⑨ その他、準拠法、譲渡禁止、知的所有権等についての条項

(4) 守秘義務契約書 ((Confidentiality/Non-Disclosure Agreement(NDA))

- ① 守秘義務の対象となる機密情報の範囲・定義
- ② 機密情報の例外
例外的に機密情報として扱わないという情報について定めるのが一般的である。
- ③ 機密情報の開示範囲
- ④ 情報の返却・破棄
- ⑤ 完全合意条項に注意
Entire Agreement (完全合意条項) とは、本体の契約書を締結する際に、それ以前に合意したものは一切失効し、契約書だけが効力を有すると定める条項のことをいう。
- ⑥ 守秘義務に反した場合の措置
- ⑦ その他

(5) Letter of Intent (LOI)、又はMemorandum of understandings(MOU)

契約前でも契約後でも関係なく、重要な内容につき口頭で確認あるいは合意された内容、あるいは今後の進め方につき互いに合意に至った場合などには、文書を作成し、互いに署名をしておくことが肝要である。勿論、議事録の体裁をとることでも構わない。このような確認書をLOIやMOUと呼ぶ。一般的には法的拘束力はない (Non Legally Binding) 場合が多いといえる。従い、後に紛争が生じて、このLOI記載内容を根拠に相手に対し損害賠償請求等の契

約責任を追及することは原則できない。但し、内容によっては、お互いに法的拘束力がある合意とする場合はその旨を明確に定めておくことが肝要になる。

但し、LOIというタイトルさえつけておけば、法的拘束力がないということではないので注意を要する。

— 了 —

(参考資料)

今迄の環日本海経済ジャーナルの“富山県海外販路開拓サポートデスクQ & A”に、以下のように種々のテーマにつき記述しているので、参考に供してもらえれば幸いです。

- 2012年12月No.89 「債権保全」
- 2013年 3月No.90 「国際商取引の形態」(前編)
- 2013年10月No.91 「国際商取引の形態」(後編)
- 2014年 3月No.92 「プラント国際商談」
- 2014年 9月No.93 「新興国でのマーケティング」
- 2015年 3月No.94 「中国における食品のEコマース」
- 2015年 9月No.95 「海外法人経営に関わる三つの重要テーマ」