



アルメニア視察の際の現地教育機関訪問



「海外ビジネス EXPO」における「相談会」

4 オリジナルサービスをどんどん開発して、それを使ってもらう。
これまで1万件ぐらいの相談を受けていると、色々な穴が見えてくる。これでそれを解決する方法、サービスを開発して提供する。

児嶋 進出相談のマッチングサービスについては、相談する側は無困つてていることがわかるので、逆説的にそれを解決する方法、サービスを開発して提供する。

ビジネスプラットフォームとして、収益はどこから上げているのですか。

児嶋 進出相談のマッチングサービスについては、相談する側は無困つてていることがわかるので、逆説的にそれを解決する方法、サービスを開発して提供する。

してみると、我々は日本の窓口であったり、プロモーション代行業であったりします。

2つ目は現地視察のアレンジ料。視察手配や商談のアポイント獲得は実費を頂いております。

3つ目は、自治体や公的機関、海外都市の政府、大使館などへのコンサルタント料です。日本企業を誘致したいという海外の政府機関や投資機関から年間の販促費を頂いて、その市のプロモーションをイベントやWEB広告、紙媒体でやってあげる。メディアを通して啓蒙して、興味がある人はセミナーや視察の企画もしています。そこまでして上げると海外の市政府からその報酬をいただけるわけです。

児嶋 私は、学生時代や転職のタイミングなどでよく海外を放浪していました（笑）。若かった当時は日本が息苦しいということから海外に出て行っていたのですが、その頃思つたのは「もったいない！」ということでした。日本には世界に通用する良いサービス、モノの考え方がある。全世界50ヶ国を見ているので、爪切り一つとつても、このクオリティを超えるものは他にはないということはわかります。けれどもそのメーカーは外に出て行つていません。あるいはマークで日本で流通しているけれど、日本のものと知られていない。

また、前職でホーチミンにおいて、現地の韓国、中国の進出企業と日本の企業を比べると、大きく2つ違つています。それは「覚悟」です。彼らは国内マーケットが小さい。だから海外のマークで出て行く覚悟が違います。

もう一つは「バックアップ体勢」。韓国ならKOTORAという組織があり、そこはジェットロとはまったく違つて、公的機関でありながら、担当している企業の海外進出が成功するとインセンティブが出る。バックアップ体勢の本気度が違う。情報提供して終わるではない。プロジェクトにコミットするわけです。

日本も民間でどこまでできるかわからないけれど、バックアップ体勢をつくらなければ駄目だと思いました。

彼らのビジネスを可能とするネットワークはどうやって作ったのですか？

児嶋 私は、学生時代や転職のタイミングなどでよく海外を放浪していました（笑）。若かった当時は日本が息苦しいということから海外に出て行っていたのですが、その頃思つたのは「もったいない！」ということでした。日本には世界に通用する良いサービス、モノの考え方がある。全世界50ヶ国を見ているので、爪切り一つとつても、このクオリティを超えるものは他にはないということはわかります。けれどもそのメーカーは外に出て行つていません。あるいはマークで日本で流通しているけれど、日本のものと知られていない。

また、前職でホーチミンにおいて、現地の韓国、中国の進出企業と日本の企業を比べると、大きく2つ違つています。それは「覚悟」です。彼らは国内マーケットが小さい。だから海外のマークで出て行く覚悟が違います。

もう一つは「バックアップ体勢」。韓国ならKOTORAという組織があり、そこはジェットロとはまったく違つて、公的機関でありながら、担当している企業の海外進出が成功するとインセンティブが出る。バックアップ体勢の本気度が違う。情報提供して終わるではない。プロジェクトにコミットするわけです。

日本も民間でどこまでできるかわからないけれど、バックアップ体勢をつくらなければ駄目だと思いました。

日本の一つ一つの企業は海外での成功、失敗のノウハウを共有するメリットを感じていません。その手助けを

我々がする。助け合いの場の提供。

個々の企業のやることには限界があるのです。それならば考え方を変え、みんなで情報を共有するよう

な、皆にメリットがあるかたちで行つて、いくことが必要だと思います。

グローバル市場で成功する日本企業を1万社つくる！

株式会社Resorz 代表取締役社長

児嶋 裕貴

日本企業で海外進出を考えているところは多い。そんな時に頼りになるのは、これまでジェットロと相場は決まっていたが、ベンチャー企業のResorzは、海外ビジネス支援プラットフォーム「Digima～出島～」を通じ各種無料のサービスや情報を提供することで、新手のベンチャーながら、この分野で存在感を高めている企業。同社の代表の児嶋裕貴氏に、そのユニークなビジネス戦略について訊ねた。



御社の掲げる「グローバル市場で成功する日本企業を1万社つくる」とはどのようなことですか？

ちなみに、EUの圏内の中小企業の約2割が海外進出しているというデータがありますが、一方、日本はまだ1パーセントに満たないとされています。今後はもつと日本企業の海外展開を増やし、今の10倍＝10%まではなって欲しいという希望からつけたキャッチフレーズです。

具体的にはどのようなサービスを提供しているのですか？

我々が行っている「サービス」は4つあります。

1 海外サポート企業との「マッチング」 海外ビジネスをしたい企業の問い合わせをうけて、無料でマッチングする。

2 情報提供 全世界の15媒体と提携しており、全世界のニュースを提供しています。公的機関、金融機関のものが多いでいますが、我々のものは「現地でこんな日本製品が売れている」というような民間の視線でのニュースで、コラム提供、オンライン上での情報提供も含まれます。

3 「場」の提供 我々はプラットフォーマーであり、コンサルタントではありません。月何百件の問い合わせの全てに直接お答えすることはできません。そこで連携している各国民間企業による、1社1社の課題に即した、きめ細かな支援やコンサルティングの「マッチング」を行なうことで、我々は日本企業の海外進出のハードルを下げていきたいと考えていますからね。

それを解決してくれる支援団体は今のところなく、公的機関ができるることは諸般の事情から限界があります。民間企業による、1社1社の課題に即した、きめ細かな支援やコンサルティングの「マッチング」を行なうことで、我々は日本企業の海外進出のハードルを下げていきたいと考えていますからね。

それが、我々が行なっている「サービス」です。

その為のネットワークは、2011年から、6年間かけて世界中を飛び回つて作り上げました。海外ビジネスは魑魅魍魎の世界。日本人を騙そうとする企業も多いので、必ず一度面談をして、企業実態や実績を確認した上で登録してもらいます。海外に行つて、生の声を聴くと日本だけにいわゆる「壁」がない噂も耳に入りますし、横の繋がりができると誰かに聞けばすぐわかります。

どうしてこういうビジネスを始めたのかよく聞かれますが、「儲かるから」というよりは、「やる意義がある」ということから始めたビジネスです。我々の行つていることはある意味、国益の追求だと思っています。

これまで日本企業の海外進出は「失敗の山」でした。どこかでそのナレッジを溜めていかないと、ずっと失敗し続けてしまう。

日本の一つ一つの企業は海外での成功、失敗のノウハウを共有するメリットを感じていません。その手助けを

我々がする。助け合いの場の提供。

個々の企業のやることには限界があるのです。それならば考え方を変え、みんなで情報を共有するよう

な、皆にメリットがあるかたちで行つて、いくことが必要だと思います。

日本の一つ一つの企業は海外での成功、失敗のノウハウを共有するメリ

カトを感じていません。その手助けを

我々がする。助け合いの場の提供。

個々の企業のやることには限界があるのです。それならば考え方を変え、みんなで情報を共有するよう

な、皆にメリットがあるかたちで行つて、いくことが必要だと思います。

日本の一つ一つの企業は海外での成功、失敗のノウハウを共有するメリ

カトを感じていません。その手助けを

我々がする。助け合いの場の提供。

個々の企業のやることには限界があるのです。それならば考え方を変え、みんなで情報を共有するよう

な、皆にメリットがあるかたちで行つて、いくことが必要だと思います。