



日本の中小企業がインドに輸出 する際の問題点と対策

2024年9月14日

松田博司

セミナーの目的

日本の中小企業がインド市場へ輸出を通して参入する際に、戦略策定および実行のヒントをご提供します。



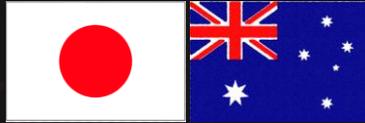
自己紹介：松田 博司

最期は笑って



20代

- 営業マンを経て渡豪、無人島で真珠養殖、しかし最後はクビ、会計士に



30代

- 会計監査を経て、業務プロセス改善・ERP導入プロジェクト参画



40代

- 中国4拠点で日系企業の相談窓口（主に会計・税務・アドバイザー）



50代

- インド2拠点で日系企業の相談窓口を経て、日印間M&Aのマッチング支援



60代

- 経営コンサルタントとして中小企業の経営改善・承継・成長のハンズオン支援



セミナーの内容

インド市場の機会

インド市場のリスク

マクロ情報を収集するだけでなく、分析整理すること

市場参入・最終顧客へのリーチの難しさ

段階的な市場参入戦略のすすめ

インドへ輸出する際の主要な問題点と対策

ご参考情報：中小企業のインド市場展開ハンズオン支援体制モデル（案）

インド市場の機会

●巨大な消費者市場:

- 14億人以上の人口を持つインドは、世界で最も急成長している消費者市場の一つです。
- 中産階級の拡大により、可処分所得が増加しており、消費財やサービスの需要が高まっています。

●デジタル経済の成長:

- インターネット利用者の急増に伴い、eコマースやフィンテック市場が急成長しています。
- スマートフォン普及率の向上により、モバイル経済も拡大しています。

●製造業の拡大:

- 「メイク・イン・インド」政策を通じて、製造業が成長しており、日本企業にとって生産拠点としての可能性が広がっています。



インド市場のリスク

●政治・経済の不安定性:

- 政治的な不安定や規制の突然の変更がビジネスに影響を与えるリスクがあります。

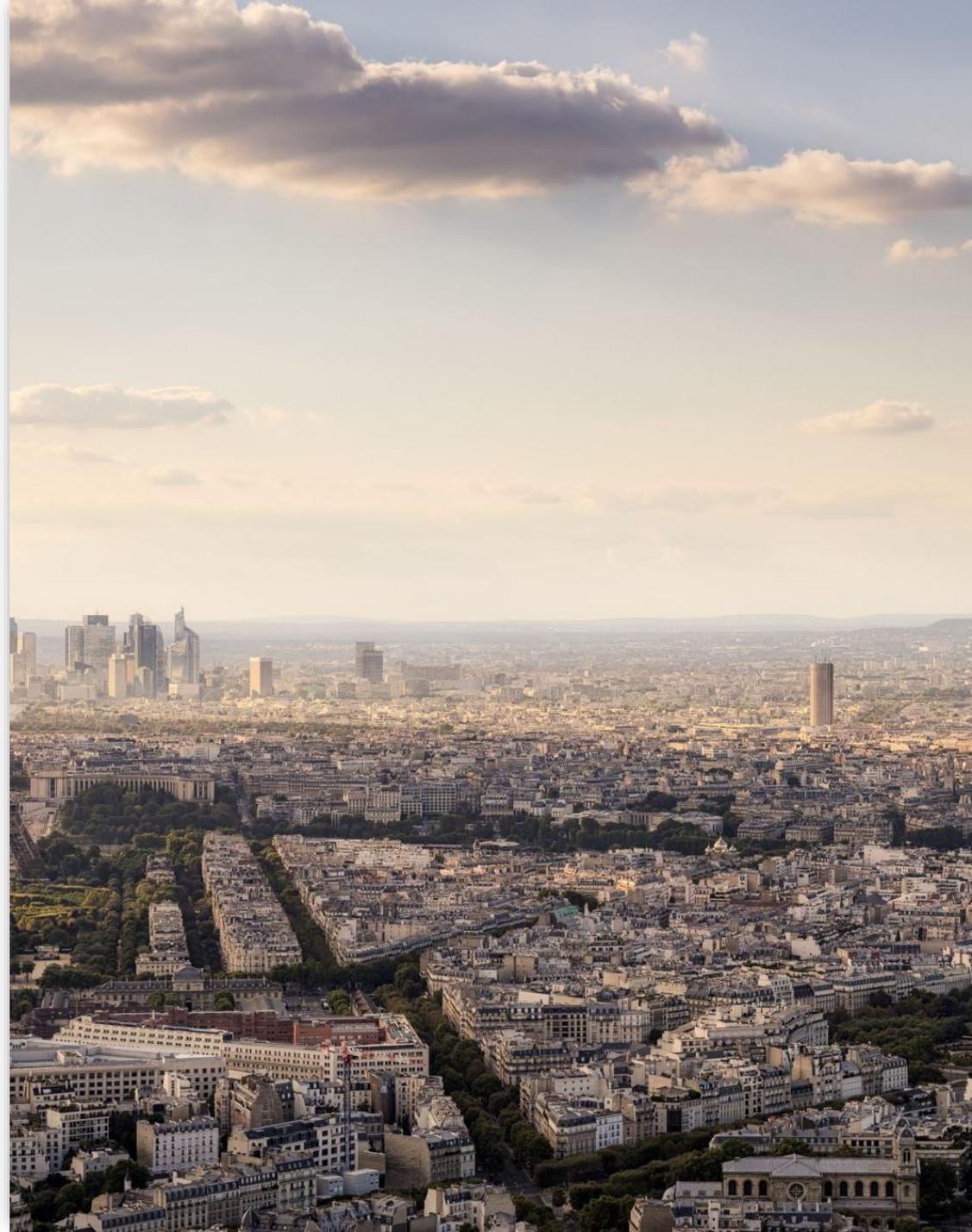
- 経済成長は持続的ですが、インフレや為替リスクなどの経済的リスクも存在します。

●法規制の複雑さ:

- インドの法規制は複雑で頻繁に変更されるため、法令遵守が難しい場合があります。

●インフラの未整備:

- 特に地方部ではインフラが未整備であり、物流や通信などの面でビジネスに支障が出る可能性があります。



項目	特徴	潜在的リスクや機会	想定される対策
人口統計	▶多言語、多文化、多宗教の多様性国家	▶同じ商品でも地域によって売れない可能性	▶商品特性に応じたターゲットマーケティング ▶地域毎の購買行動パターンの理解 ▶顧客セグメントに合わせたコミュニケーション方法 ▶多言語対応の広告宣伝 ▶地域文化を尊重したブランディング ▶現地パートナーの協力
	▶若年層が多く、息の長い人口ボーナス	▶雇用が確保されれば、世界最大の消費大国として成長 ▶デジタルネイティブな消費者 ▶ブランドスイッチの速さ ▶商品によっては価格に敏感	▶国際的なトレンドに敏感な若年層に訴求するブランドマーケティング ▶SNSやインフルエンサーマーケティングでブランドコミュニケーションと囲い込み ▶コスパとブランドのバランス ▶戦略的な価格設定と適正在庫管理
政府機構	▶世界最大の民主主義国家	▶政策決定プロセスは民主的に行われるため、時間がかかることが多い ▶地方政府の権限が強いため、ローカルで運用が異なる可能性 ▶ローカル特有の法規制もあり	▶長期的な視点で計画策定 ▶地方政府との関係構築 ▶毎年の国家予算案で方向性管理と長期戦略をアップデートしていく必要 ▶現地パートナーの協力
司法機構	▶英国コモンローに基づく ▶しかし、司法インフラ上のボトルネックのために、訴訟はコストも時間もかかるとみられている ▶ビジネスは基本的に信頼関係に基づく	▶訴訟社会であり、一旦訴訟となれば、膨大な時間とコストがかかる ▶信頼関係が崩れると、契約不履行や代金回収遅延の問題	▶ビジネスは契約関係に基づくことが意図されているものの、契約の実行は、信頼関係が物を言うので、なるべく訴訟は避ける ▶訴訟の前に、仲裁や調停といった代替的な紛争解決手段を活用

マクロ情報を収集するだけでなく、分析整理すること

項目	特徴	潜在的リスクや機会	想定される対策
ビジネス慣習・文化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Jugaad</i>: 低コストでのイノベーションがますます増えている ▶ “物事がうまくいっているのなら、それでいい” 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 模倣品がすぐに出回り、価格競争力の低下、ブランド価値棄損の可能性 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 知的財産の保護強化 ▶ 製品認証取得で低品質な模倣品と差別化 ▶ <i>Jugaad</i>での製品開発でリバースイノベーション
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Biraadri</i>: 同類の個人がコミュニティをつくる 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 閉鎖的なコミュニティによる市場参入の難しさ ▶ 地元密着型のビジネスは、非常に細分化されたセグメント単位で行われ、相互に激しく競争するようなことはない（そこでは何らかの非公式な価格カルテルがある可能性が大きい） ▶ 例えば、トラック運転手、流通機構、サリーショップ、セメントメーカー 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 文化や価値観を尊重し、長期的な視点での関係構築 ▶ 現地パートナーの協力
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Pahunch</i>: 「コネクション」や「アクセス」を意味する概念で、特定の人物や権力者、リソースへいかに要領よくアクセスし、関係を持てるか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Pahunch</i>を持たない人は、チャンスが巡ってこない可能性（潜在的な機会不平等） 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 潜在的に機会不均等な環境 ▶ <i>Pahunch</i>を持つ現地パートナーの協力、ネットワーキング

マクロ情報を収集するだけでなく、分析整理すること

市場参入・最終顧客へのリーチの難しさ

購買意思決定プロセスの違い

- 地方・州によって文化・消費様式が異なる
- 消費様式は商品特性による
 - 食料品は保守傾向
 - 衣料品は保守傾向から成熟へ
 - 家電・自動車は比較的抵抗なし・オープン



複雑な流通経路と価格

- 伝統的流通網の影響力大
 - パパママショップ（家族経営、零細）の影響力大
- 顧客への信用取引（掛売り）
- しぶとい価格交渉
- 利便性（近さ、単品販売、自宅配送）

ターゲット顧客ニーズは？継続的に買ってもらえる仕組みは？どんな目標をもってPDCAサイクル回す？

段階的な市場参入戦略のすすめ

LTVの最大化



顧客の声を蓄積するプロセス



直接投資

(駐在員事務所/支店
/独資/合併/M&A)

代理店等と業務提携
/越境EC

直接・間接輸出



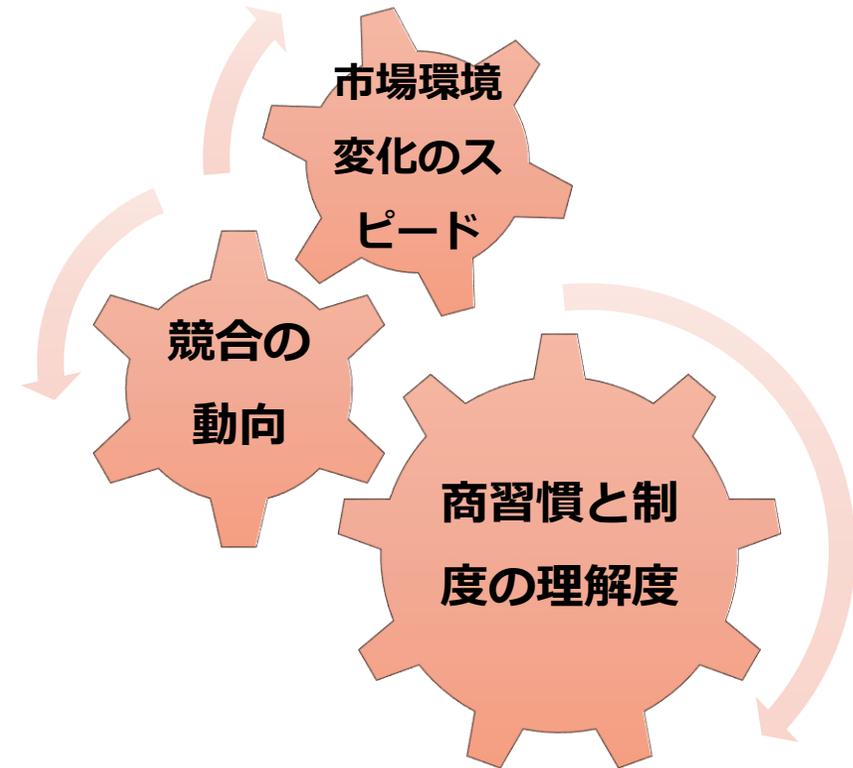
市場機会の識別と
事業性評価

事業機会の識別と
パートナー販売網の活用

収益基盤の確立と事業戦略
の方向づけ

インドへ輸出する際の主要な問題点

- 法規制とコンプライアンス
- 関税および税制
- 物流とサプライチェーン
- 代金回収と為替変動
- 業務・資本提携



日系企業が直面するビジネス運営上の共通問題

法規制の主要な問題点

複雑な輸入規制

インドでは、製品の輸入に関して多くの規制があり、手続きが煩雑であり、輸入業者にとって大きな負担となっています。

製品認証の必要性（FSSAI、BIS、CDSCOなど）

インド市場に製品を供給するためには、食品にはFSSAI、工業製品にはBIS、医薬品・医療機器にはCDSCOなどの認証を取得する必要があるため、これが市場参入の大きなハードルとなります。

知的財産権の保護リスク

インドでは、知的財産権の保護が十分でなく、模倣品や特許侵害のリスクが高いことが企業にとっての課題となっています。

事例：対象範囲が拡大しつつあるBIS規制

IS強制認証の増加

- 従来、インド標準規格局が定めるインド標準規格（IS）認証なしで輸入可能であった品目に関して、IS認証取得を義務付ける動きが加速しています。これにより、日系企業のサプライチェーンに影響を及ぼしています。

ISIマークの表示要件

- 強制認証対象品目は、品質管理令（Quality Control Order: QCO）により指定され、IS準拠証明に基づくISIマークの表示が義務付けられています。外国製造業者もIS認証を取得する必要があります。

認証取得の手続きと期間

- IS認証取得には時間を要するため、企業は早めに対応する必要があります。QCO発行省庁のウェブサイトを確認し、自社が使用している品目が対象かどうかを把握することが重要です。

違反に対する罰則

- IS認証を取得せずに対象品目を製造・輸入・流通・販売することは禁止されており、違反した場合はBIS法による罰則が適用されます

BIS規制：インドで販売される製品の品質と安全性を確保するために、インド規格局（Bureau of Indian Standards）が定めた強制的な認証制度です。

法規制の問題に対する対策

現地での法的助言の活用

- インドの規制に詳しい現地弁護士やコンサルタントを活用する。

認証取得の準備

- 必要な認証を事前取得するための手続き。

知的財産権の登録

- 事前に商標や特許をインドで登録し、侵害リスクを低減。

日本政府、商工会議所、業界団体

- 個々の企業努力ではいかんともし難い場合、政府等からの働きかけ、ロビー活動が功を奏することもある。

関税の問題点

関税構造の複雑さ

インドの関税制度は多層的で非常に複雑であり、輸入業者にとって理解と遵守が難しいものとなっています。

商品によって異なる関税率と見直し頻度

商品ごとに適用される関税率が異なり、頻繁に見直されるため、輸入業者は常に最新の情報を把握する必要があります。

GSTの適用と輸入品への影響

インドのGST（物品サービス税）は輸入品にも適用され、関税と合わせた負担が増加するため、企業は価格設定や利益率の管理に苦慮しています。

GST体制下での輸入関税の計算例

- 実効税率は**30.98%**
- IGSTについては販売時の仮受GSTと相殺可（CREDITABLE）
- 具体的な計算例は以下の通り（嗜好品にはGST補償税も課される）

項目	税率		
①輸入価額（CIF価格+荷揚費用）			100.00
②基本関税 Basic Custom Duty (BCD) **	10%	①×税率	10.00
③社会福祉課徴金**	10%	②×税率	1.00
④ 小計			111.00
⑤統合GST (IGST) *	18%	④×税率	19.98
合計		④+⑤	130.98
関税合計		②+③+⑤	30.98
* CREDITABLE（相殺控除可能）		⑤	19.98
** Cost		②+③	11.00

相殺控除可能な輸入時のIGST（クレジット）は、現金等価物に相当するので、有効なプランニングとマネジメントが必要となる

FTA/CEPAネットワークの有効活用で 関税負担の軽減とサプライチェーンの最適化

品目	具体的な品目例	基本関税率	日印CEPA税率
自動車部品	エンジン部品、ブレーキシステム	10-15%	0-5%
鉄鋼製品	熱延鋼板、冷延鋼板	7.5-10%	0-5%
電子機器	半導体、集積回路	10-20%	0-8%
化学品	有機化学品、プラスチック原料	7.5-10%	0-5%
機械類	工作機械、ポンプ	7.5-10%	0-5%
化学製品	医薬品、塗料	7.5-10%	0-5%
産業機械	印刷機械、包装機械	7.5-10%	0-5%
家電製品	テレビ、冷蔵庫	10-20%	0-8%
医療機器	MRI装置、人工呼吸器	7.5-10%	0-5%

- 上記に加えて、特定の産品が原産品として認められるためには、品目別規則に従う必要があります。そのため、輸入品毎に規則を徹底的に理解することが大切です。
- 原産地証明は日本の商工会議所で発行されます。これは通関申告で、特定の国や地域間の貿易協定に基づく関税優遇措置を受けるために必要です。

関税の問題に対する対応策

FTA/EPAの活用

- 日本とインドの経済連携協定を活用し、サプライチェーンを最適化し、関税の削減を図る。

現地生産の検討

- 高関税の商品については、現地での製造を検討し、関税コストを削減

価格戦略の見直し

- 関税を織り込んだ価格設定や付加価値の提供による競争力の強化する。

関税ヘルスチェックのすすめ

- 定期的に関税ヘルスチェックを行い、関税率の変更に迅速に対応する。

間接税の問題点

複雑なGSTの税率構造

5%、12%、18%、28%の異なる税率が存在し、商品やサービスによって適用されます。

税率が異なるため、事業者にとって理解しづらく、コンプライアンス負担が大きいです。

頻繁な税率変更

政府による税率変更が頻繁で、事業者がこれに対応するためのコストが増加します。

中小企業への負担

GSTの申告や税務手続きが複雑で、中小企業にとって大きな負担となっています。

技術的な問題

GSTポータルでの申告時に技術的な障害が発生し、申告が遅れるケースが多いです。

GSTの概要

- **目的:** 中央政府および州政府の複雑な間接税体系を一元化し、経済の効率化を図る。
- **税区分:**
 - **CGST** (中央物品・サービス税)
 - **SGST** (州物品・サービス税)
 - **IGST** (統合物品・サービス税)

- **主要物品の税率区分**

税率	主要物品例
0%	生鮮食品、牛乳、卵、果物、野菜
5%	包装済み食品、紅茶、コーヒー、医薬品、肥料
12%	冷凍食品、バター、チーズ、携帯電話
18%	家電製品、コンピューター、自動車部品、化粧品
28%	高級車、タバコ、炭酸飲料

GSTの概要 – 複雑な仕入税額控除方法

GST体制下では、購入時の仮払税を販売時の仮受税と以下の順番でマッチングして控除する



仕入税額控除の順番 ■ First ■ Second ■ Third

No.	仮払税	仮受税に対する控除		
		CGST	SGST	IGST
1	CGST	✓	X	✓
2	SGST	X	✓	✓
3	IGST	✓	✓	✓

- SGSTは同一州の仮払税（インプット）と仮受税（アウトプット）のみ控除可能
- それぞれの州で3つのクレジットプール（控除グループ）を設ける必要（GST納税義務のある事業活動が行われる拠点）

インプットタックスクレジット（ITC）の活用は以下の条件を満たす場合のみ

- 帳簿及び領収書などの関係書類の保存
- 物品やサービスの受領
- ベンダー（物品供給者/サービス提供者）によるコンプライアンスの遵守（実際にGST納税等）
- GSTNを通じて期限内の月次申告の実施
- その他一定の要件

GSTの概要ー複雑なコンプライアンス

報告書名	目的	期日
GSTR-1 (月次)	外部供給	翌月10日
GSTR-1A (月次)	外部供給 (GSTR-1) の修正	翌月20日 (GSTR-3B申告前)
GSTR-2A (月次)	内部供給	自動生成
GSTR-2B (月次)	内部供給	自動生成
GSTR-3B (月次)	月次申告	翌月20日
GSTR-6 (月次)	ISD申告	翌月13日
GSTR-6A (月次)	供給者によってISD受領者に提供される詳細	自動生成
GSTR-9 (年次)	年次申告	翌年12月31日

- 上記コンプライアンスをネットワーク上のGSTポータルで行う
- 年1回、GST監査も受ける
- 輸出会社は、輸入者のコンプライアンスに迅速に協力してあげる必要

間接税の問題に対する対策

専門家の助言を活用

- インドの間接税に精通した税理士やコンサルタントを活用し、正確な申告を行う。
- 州ごとの税制差異についての詳細なアドバイスを受ける。

適切な税務管理システムの導入

- GST対応の税務管理ソフトウェアを導入し、正確な税務処理を自動化する。
- 税務申告のプロセスを標準化し、ミスを最小限に抑える。

定期的な税務ヘルスチェック

- 定期的に税務ヘルスチェックを実施し、税制の変更に迅速に対応する。

マニュアル化とトレーニング

- 定期的にマニュアルを更新する。
- 税務担当者へのトレーニングを実施し、最新の税務知識を維持する。

国際税務の問題点

代理店PE（恒久的施設）課税

代理店の活動や契約内容により、恒久的施設の事実認定を受けると、日本法人はインドに拠点はなくとも輸出により獲得した事業所得に課税を受けることがあります。

関連企業間取引の規制（SVB vs 移転価格税制）

インド税務当局は関連企業間の取引価格が市場価格に基づいているか厳しく監視しています。現地法人設立後、親子関係取引による不適切な価格設定は、追徴課税や罰金の対象となる可能性があります。

複雑なドキュメンテーション要件

移転価格に関する文書の作成が義務付けられており、不備があると罰則が課されることがあります。

輸出企業でも国際税務には要注意！

- **代理店PE（恒久的施設）課税**
- 日本の会社がインドの代理店を通してインド国内の顧客に販売する場合、PE（Permanent Establishment：恒久的施設）の事実認定により課税を受ける可能性
- **SVB(Special Valuation Branch)**
- 親会社など資本関係のある海外の関連会社から物品を輸入する場合、低価格での取引を阻止することを目的とした制度。関税の過小評価を阻止。
- **移転価格税制**
- 日本と異なる主なポイント
 - 国外関連者の定義が広い
 - 対象取引が広範囲
 - 単年度検証
 - 厳格な文書化要件
 - アグレッシブな調査
 - 多額の追徴課税やペナルティなど

長期化する税務訴訟と対策

・長期化する税務訴訟

- ・約2兆件が係争中
- ・伝統的な紛争処理ルート（税務当局レベルの三審制と高裁、最高裁）で係争する場合、少なくとも10年以上かかることも
- ・膨大な時間とコストを要する
- ・不確実性と心理的負担

・よって、代替的な紛争解決ルートをプランニングすべき

- ・DRP（紛争解決パネル）
- ・APA（事前確認制度）
- ・MAP（相互協議手続き）
- ・AAR（事前裁定制度）など

国際税務の問題に対する対策

実態と代理店契約書の内容確認

- 代理店PEの事実認定を受けないよう、専門家によるリスク評価と対策を講じる

市場価格に基づく価格設定

- 関連企業間取引において、公正な市場価格に基づいた価格設定を行う。

移転価格ポリシーの明確化

- 企業内で統一された移転価格ポリシーを策定し、従業員に周知徹底する。

移転価格文書の整備

- インドの税務当局の要求に対応するため、関連文書を正確に作成・保管する。

サプライチェーンの問題点

インフラの未整備

特に地方部では物流インフラが未整備で、納期の遅延や輸送コストの増加が発生しやすいです。

道路状況や港湾の混雑が輸送に悪影響を及ぼすことがあります。

在庫管理の困難さ

過酷な気候変動に加え、複雑な流通網により、正確な在庫管理が難しい場合があります。

需要予測の不確実性が高く、過剰在庫や在庫不足のリスクがあります。

サプライヤーの不安定性

現地サプライヤーの品質や納期が安定しない場合があります、供給チェーンに支障をきたす可能性があります。

サプライチェーン問題に対する対策

物流パートナーの最適化

- ・ 信頼性の高い物流パートナーを選定し、配送ルートのお最適化を図る
- ・ 地方部への効率的な輸送を実現するため、地域に根ざしたパートナーシップを構築する。

在庫管理システムの導入

- ・ 高度な在庫管理システムを導入し、リアルタイムで在庫状況を把握する・
- ・ 需要予測アルゴリズムを活用し、在庫リスクを最小化する。

サプライヤーとの関係強化

- ・ サプライヤーと長期的な関係を築き、品質管理を徹底する
- ・ 複数のサプライヤーを確保し、供給リスクを分散する。

代金回収の問題点

信用リスクの高さ

インド市場では、取引先の信用リスクが高い場合があり、支払い遅延や不払いのリスクが存在します。

支払い遅延

一部のインド企業では、資金繰りの問題や書類手続きの煩雑さから、支払いが遅れることが頻繁にあります。

法的手続きの複雑さ

支払いが滞った場合、法的手続きを取る必要がありますが、インドの司法制度は時間がかかるため、回収が困難になることがあります。

代金回収問題に対する対策

取引前の信用調査

- 取引開始前に、相手企業の信用調査を徹底し、信用リスクを事前に評価する。
- 信用状（L/C）や前払いなどの支払い条件を設定し、リスクを軽減する。

契約書の明確化

- 支払い条件や遅延時のペナルティを明確にした契約書を作成し、法的な対応力を強化する。

日本貿易保険（NEXI）の活用

- 日本貿易保険（NEXI）を利用して、輸出取引における代金不払いリスクに備える。
- NEXIの保険に加入することで、万が一の不払い時に保険金が支払われ、損失をカバーできる。

為替変動の問題点

為替レートの変動

インドルピーと日本円の為替レートは変動しやすく、収益が予想外に減少するリスクがあります。

急激な為替変動が企業の収益性に大きな影響を与える可能性があります。

輸出入コストの変動

為替変動により、輸出入にかかるコストが変動し、価格設定が難しくなります。

円高が進行すると、輸出品の価格競争力が低下し、インド市場での販売に影響を及ぼします。

不確実性の増大

為替市場の不確実性が増すと、長期的な事業計画の策定が困難になり、リスクが増大します。

為替変動問題に対する対策

為替予約の活用

- 為替予約（フォワード契約）を利用し、将来の為替レートを固定して収益を安定化。

通貨オプションの利用

- 通貨オプションを活用し、為替変動リスクをヘッジしつつ、為替レートの変動に対応。

インドルピー建て取引の検討

- 日本円に加え、インドルピー建て取引を検討し、為替変動の影響を最小化。

JBICの為替変動対応支援

- JBICの「為替リスク対応支援」を活用し、リスクを軽減。
- JBICは為替リスクに対応した融資や保証を提供し、企業の収益性を支援する。

業務提携の問題点

ディストリビューターや代理店の選定リスク

信頼できるディストリビューターや代理店を見つけることが難しく、契約後のパフォーマンスが不安定になることがあります。

ブランドコントロールの困難さ

ディストリビューターや代理店がブランドイメージを適切に維持できない場合、消費者の信頼を損なう可能性があります。

コミュニケーションの課題

言語や文化の違いによって、効果的なコミュニケーションが難しい場合があります。

業務提携の問題に対する対策

パートナーの 慎重な選定

- 過去の実績や評判を基に、信頼できるディストリビューターや代理店を慎重に選定する。

契約内容の明確化

- ブランド管理やマーケティング方針について、契約書で明確に定める。

定期的な コミュニケーション

- 定期的な訪問やオンラインミーティングを通じて、パートナーとのコミュニケーションを強化する。

定期的な トレーニング支援

- ブランドや製品に関するトレーニングを提供し、代理店が適切に顧客に対応できるよう支援する。



まとめ

•主要な留意点：

- インド市場の魅力的な機会と潜在的なリスク
- マクロ情報を収集するだけでなく、分析整理し、段階的な市場参入戦略を策定すること
- 戦略実行過程で直面する問題を想定し、対策を練ること

•成功の鍵：

- リスク管理と対応策：**諸問題に対する具体的な対策を講じることで、リスクを最小限に抑える。
- 現地パートナーシップの重要性：**信頼できる現地パートナーを見つけ、協力体制を強化する。
- 市場の理解と適応力：**インド市場の文化や消費者行動を理解し、柔軟に適応する。

インド市場展開のハンズオン支援体制モデル案 (ご参考)

日本の支援機関だけでなく、インド大使館は、中小企業支援室を設置、JIIPAなどとも組んで積極的にインド市場参入支援している



現地ディストリビューター
や代理店

- 現地ディストリビューター
- 商品のマーケティングリサーチや分析
 - 卸売り&小売り
 - VMD
 - EC取引支援等

- 日印国際産業振興協会 (JIIPA)の取り組み
- 日印政府間交渉・代表団派遣
 - 専門サービス (展示会 出展サポートなど)
 - B2Bマッチメイキング
 - 販売代理店としてマーケティング・販売支援 (新橋に事務所あり)

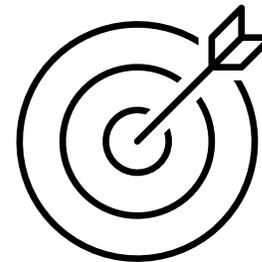
[JIIPA \(npo-jiipa.org\)](http://jiipa.npo-jiipa.org)

インド大使館や認定NPO法人など

中小企業のインド市場展開

現地コンサルティング事務所

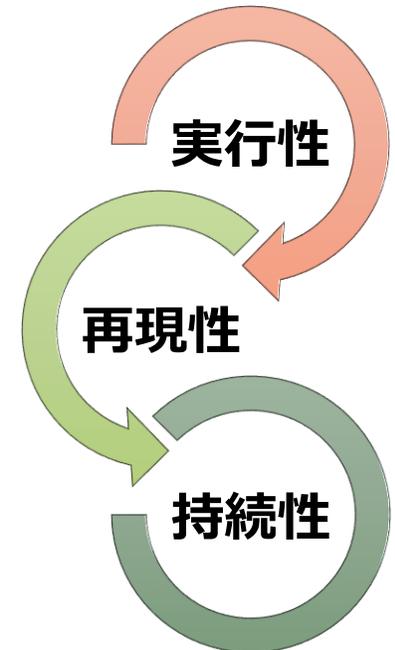
中小企業診断士



実行性

再現性

持続性



インド展開支援のための補助金と融資（ご参考）

補助金

中小企業庁

- 小規模事業者持続化補助金（海外販路開拓）
- ものづくり補助金（グローバル枠）
- IT導入補助金（海外販路開拓）

JETRO

- 中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金

特許庁

- 中小企業等海外展開支援事業費補助金

各地方自治体

- 海外販路開拓支援事業補助金

融資

日本政策金融 公庫

- 海外展開・事業再編資金
- 成長応援資金
- クロスボーダーローン
- 輸出関連資金
- スタンバイ・クレジット制度

商工中金

- 海外事業支援資金
- 環境配慮型事業支援資金

国際協力銀行 (JBIC)

- 海外投資クレジット
- 海外事業資金貸付

日本貿易保険 (NEXI)

- 貿易保険付き融資

ご清聴ありがとうございました。



松田博司
公認会計士・中小企業診断士
野原監査法人

hiroshi-matsuda@nohara.or.jp

クレイマン（インド）

hiroshi.matsuda@krayman.com

090-4568-3744



免責事項

- 本セミナー資料は、一般的な情報提供を目的として作成されたものであり、特定の状況における専門的なアドバイスを提供するものではありません。従って、本資料の内容に基づいて行われる一切の行為に対して、当社は責任を負いかねます。
- また、本資料に含まれる情報は、作成時点での最新の情報に基づいていますが、予告なく変更される可能性があります。当社は、提供される情報の正確性や完全性を保証するものではなく、資料の使用によって生じるいかなる損害についても一切の責任を負いません。
- ご利用者は、具体的な状況に応じて、適切な専門家のアドバイスを得ることをお勧めいたします。