

中小企業の国際展開に関する重点要望 ~グローバルな視点に立った競争力の強化を~

平成25年7月11日
東京商工会議所

中小企業を取り巻く経営環境と国際展開の現状

- ① わが国では、少子高齢社会の進展に伴い国内市場が縮小し、デフレの長期化による消費の低迷、円安の進行による原材料価格の上昇が続いている。一方、海外では、成長著しいアジア・新興国が台頭し、日本ブランドの国際競争力は低下している。
- ② 電力料金の上昇は止まらず、エネルギーの安定供給に対する不安が高まっている。
- ③ わが国の企業の国際展開意欲は旺盛であり、海外の現地法人数は平成13(2001)年に比して平成23(2011)年には1.96倍に増え、4社に1社以上(約27%)が中堅中小企業。

- ④ 海外に子会社を保有する割合は、大企業(28.2%)と比較すると、中小企業(12.1%)は低く、潜在的な進出意欲は強い。なかでも中国をはじめとするアジアへの進出が年々高まっており、平成20(2008)年には約8割(78.3%)に達している。
- ⑤ わが国の輸出依存度は14.0%、韓国の46.0%を大きく下回っており、平成12(2000)年度に輸出を開始した中小企業のうち半数近くが5年以内に撤退している。撤退企業比率も、大企業(2.4%)より中小企業(3.6%)の方が高い。

中小企業の国際展開における重点課題

- 中小企業の国際展開について関心は高いが、経験がなく、海外へ踏み出すことに躊躇する企業が多い。潜在的には世界市場に通用しうる品質の製品等を作っているが海外市場ニーズを取り込めていない。
- 海外進出した後に撤退する企業の多くは、販売不振(需要の低下・市場動向の把握の失敗、販売ルート確保の失敗等)や現地パートナーとの不和などが指摘されており、事前のF/S(事業の可能性調査)が十分に出来ていないことが一因。
- 国内外で公的機関を中心に数多くの相談・支援が実施されているが、省庁毎に情報が分散しており、助成等の周知期間が短すぎて、中小企業は的確な支援が得られない。

最重点要望

中小企業の視点に立った支援体制の強化※

- ☞(ワンストップ支援機能の強化)国際展開支援の委託事業や助成制度は、募集時期や支援数、対象国や対象業種などが、支援策ごとに異なり、要件や手続きが複雑で分かりにくい。中小企業の視点に立ち、従来の相談だけでなく、利用できる支援・助成金等の申請、事前審査まで、ワンストップで可能にすべき。
- ☞(国内外一気通貫の支援)中小企業の国際展開には、国内の支援だけでなく、現地における情報提供や相談、継続的なフォローアップなど、一気通貫の支援が不可欠。情報が少ない海外においては、情報力・機動性等に優れた民間企業も積極的に活用して、体制を整備すべき。
- ☞(情報の一元化)国際展開に関する支援情報は、省庁や支援機関ごとに縦割りで大変分かりにくい。中小企業が一元的に情報を得られるよう、抜本的に体制を見直すべき。

海外の需要を取り込むための支援

①わが国企業が国際競争力を持つ分野の育成

☞環境や防災、医療・福祉などの社会的課題解決型産業は、中小企業やベンチャー企業が多数存在し、次代の産業として成長が期待されており、官民連携によって国内外市場の拡大を図り、国際的なビジネスとして発展させるべき。

②地域の資源を活用したグローバル戦略特区※

☞国際的・戦略的な地域の取り組みを活かした最先端のビジネス拠点となる戦略特区は、地域の活性化と、グローバル市場で成長を目指す中小企業や国際的に活躍する人材の育成を促し、地域経済の発展のために必要である。

③インバウンドの推進による中小企業のグローバル化支援

☞海外からのバイヤー招へいや海外プロモーションを展開してMICEの誘致を図り、地域の資源を活かして新たなビジネスや提携を進める中小企業の活力を引き出し、地域のグローバル化を支援すべき。

④クール・ジャパンの推進※

☞世界が共感するクール・ジャパンは、日本ブランドや日本的な価値の国際理解の増進だけでなく、成長の起爆剤として期待されており、クリエイティブな取り組みやそれを担う人材の育成を促し、オールジャパンで実効性のある支援を行うべき。

グローバルな視点で競争力を強化するための支援

①F/S支援の実効性を高めるための仕組みの見直し

☞公的機関による企業への助成等は、募集から実施、報告や清算まで年度内完了が原則(単年度主義)。海外での現地調査には時間がかかるため、仕組みを見直すべき。

②国際展開を推進する人材の育成

☞国際展開を担う人材の育成は極めて重要であり、大学等によるグローバル教育徹底、産学連携による新たなグローバル人材の育成、ODA等を活用した人材採用・育成を充実すべき。

③在外日本人商工会議所や現地商工会議所との連携強化

☞海外で現地企業や日系企業との交流・商談の機会が増えており、在外日本人商工会議所が現地商工会議所等との連携を強化して、積極的な取り組みができるよう、体制を充実すべき。

④グローバルな展開を促進する支援

☞(新興国での活動拠点の整備)海外の販路開拓や現地生産を模索する中小企業にとって、レンタルできるオフィスや工場は有効であり、新興国での増設が必要である。

☞(海外展示会の出展に掛る助成範囲の拡大)海外の展示会は、販路開拓に有効だが、新興国への輸送リスクや、渡航コストも嵩むため、助成の対象範囲を拡大すべき。

国内外の環境整備の促進

①資金調達・金融支援

☞中小企業向けの資金調達ツールの多様化や現地調達手段の充実、貿易保険の活用・利便性の向上が必要である。

②知的財産権等の保護・強化

☞偽造品の取引防止に関する協定(ACTA)の参加促進を図るべき。

☞外国特許取得のための特許料や商標登録にかかる費用等について、支援を拡充すべき。

③FTA・EPA締結推進による競争条件の実現

☞世界の成長力を自らの成長に取り込み、我が国が世界経済に貢献していくためには、新たな貿易・投資ルールの形成を主導する必要があり、率先して高いレベルの経済連携を進めるべき。

④投資協定・租税条約・社会保障協定等の締結

☞途上国等のカントリーリスクや進出企業の二重負担等を回避するため、協定・条約の締結を推進すべき。