

## 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～

平成25年7月11日

東京商工会議所

### 基本的な考え方

○わが国の経済社会を取り巻く環境は大きく変容しており、アジア諸国をはじめとした新興国の成長は著しく、経済のグローバル化が大きく進展している。

特に、アジア諸国を中心とした新興国は経済成長期を迎えており、2022年には、新興国の経済規模は先進国にほぼ等しくなると予測されている。

わが国が世界の成長力を自らの成長に取り込み、持続的な経済成長をしつつ、世界経済に貢献していくためには、中小企業においても、そのダイナミズムを十分にとり込んで成長の原動力にしていく必要がある。

○国内では、東日本大震災の急激な落ち込みから立ち直りつつあるものの、少子高齢化の進展による需要の減少やデフレの長期化に加え、原材料価格や電力料金の高騰、先進国の長引く低迷などを背景とした輸出の伸び悩みなど、閉塞感が高まっている。

企業の国際展開は、国内での一時的な空洞化や雇用の喪失をもたらす可能性があるとしても、中長期的には国内からの中間財の輸出や生産の拡大、それに伴う雇用の回復といったリターン効果が期待できることから、中小企業としても、グローバルな視点で新たな可能性を開拓していくことが求められている。

### I. 最重点要望（中小企業の視点に立った支援体制の強化）

#### 1. ワンストップ支援体制の強化

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、各省庁や支援機関の支援策ごとに異なっており、要件や手続きが複雑で、分かりにくいのが現状である。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である。

#### 2. 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である。情報が少ない海外や支援拠点が少ない地方においては、情報力・機動性等に優れた民

間企業も積極的に活用して、体制を整備すべきである。

### 3. 情報の一元化

国際展開に関する支援情報は、各省庁や支援機関ごとに一方的に情報が提供されている状態である。中小企業には、どの省庁からどの支援機関を通じて、どのような支援が受けられるのか分からず、調べることも容易でない。縦割りになっている省庁や支援機関の壁を超えて、中小企業があらゆる国際展開の支援情報が一元的に得られるよう、抜本的に体制を見直すべきである。

## II. 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、いわゆる社会的課題解決型産業やサービス産業の多くは、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いる。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とともに、その果実を国内に還流させる仕組みを構築すべきである。

### 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。国内外の人材や人材をはじめアジアの活力を呼び込めるだけの競争環境を整えることが求められる。

### 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

バイヤー招へいやMICEの積極的な誘致、外国企業とのコラボレーションの推進などにより、地域の資源を活かして発展する中小企業のグローバル化を支援すべきである。観光をはじめとした産業は今後、世界レベルで市場規模の拡大が見込まれており、効果的・継続的な海外プロモーションの展開が必要である。

### 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

を行うべきである。

### Ⅲ. グローバルな視点で競争力を強化するための支援

#### 1. F/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）。新興国などでは統計やデータが揃わず、現地調査に時間がかかることも多く途中で打ち切るなど、支援が十分に活用しきれない。公的支援の実効性が上がるよう、仕組みを見直すべきである。

#### 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・育成を充実すべきである。

#### 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

海外進出する企業の増加に伴い、在外日本人商工会議所で現地企業や進出した日系企業との交流・相談・商談の希望が増えており、交流をきっかけにビジネスにつながることも多い。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出来るよう体制を充実すべきである。

#### 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。特に、製造業が海外の工業団地に進出する際、用地の規模が広大すぎて、中小企業の希望には合わないことが多い。中小企業に見合う規模になるよう、細分化した用地やレンタル工場の提供等、中小企業が利用しやすい仕組みを構築すべきであり、レンタル化によって相対的に割高になる場合は、一定の支援も検討すべきである。

（海外展示会の出展に掛る助成範囲の拡大）海外の展示会の出展には、通関や届出等の諸手続きが煩雑で費用や手間がかかるため、助成範囲を拡大すべきである。海外見本市・展示会への出展は、商品・製品の輸送や撤去はもとより、海外への渡航など、国内に比べて多額のコストがかかる。出展の機会を促進すべく、助成対象となる海外見本市・展示会を拡大し、個々の企業が単独で出展する場合でも助成対象とすべきである。また、出展費用だけでなく輸送費や設

営・撤去費用、渡航費の一部にまで対象範囲を拡大することが必要である。

## IV. 国内外の環境整備の促進

### 1. 資金調達・金融支援

中小企業が現地の金融機関から資金調達する場合には、債務保証や保険の拡充が必要であるが、金融機関の複雑な手続きに加え、様々な保証料・保険料・手数料などが加わり、大企業に比べて資金調達が割高になっている。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さらなる充実、貿易保険の活用・利便性向上と合わせて、負担を軽減する方策が必要である。

### 2. 知的財産権等の保護・強化

模倣品・海賊版拡散防止条約（ACTA）は、平成24年にわが国として批准しており、早期発効・参加促進等による知的財産権の保護強化が急務である。また、海外進出に際しての懸念材料の一つである知的財産権の保護に関しては、高額な費用がかかる外国特許取得のための特許料・翻訳料・弁理士費用、商標登録にかかる費用について、さらなる支援が求められる。また、海外における知的財産権訴訟費用などの補助制度についても、創設を検討すべきである。

### 3. FTA（自由貿易協定）・EPA（経済連携協定）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、わ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る、率先して高いレベルの経済連携を進めるべきである。

### 4. 投資協定・租税条約・社会保障協定等の締結

海外進出した国による事業資産の国有化や、突然の規制強化により事業を断念せざるを得なくなるなどのカントリーリスクに対処すべく、投資協定の締結推進が必要である。また、税金・保険料の二重課税や二重払いの問題を解消すべく、租税条約・社会保障協定等の締結も推進すべきである。

以上

平成25年度第7号 平成25年7月11日 第651回常議員会決議
--