

中小企業の国際展開に関する重点要望 ～新たな次元の中小企業グローバル戦略～

平成26年7月10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。

わが国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12(2000)年に比して平成24(2012)年には2.1倍に増え、3社に1社以上(34.9%)が中堅中小企業となっている。アジア地域への進出は、平成24(2012)年には約2/3(65.3%)に達しており、平成25(2013)年以降は、中国に加えて、インドネシアやインド、タイなどへの関心が高まっている。

○人口減少が始まっているわが国では、少子高齢化の進展や長期にわたる消費低迷等から国内市場は縮小傾向にあり、若年層を中心とした労働力人口も減少が続き、人材不足感は深刻さを増している。新たな成長戦略の下、成長経済に移行する取り組みが続いているが、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。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。

○成長著しいアジア地域では、環境、教育、インフラ整備、裾野産業の育成など、国際協力に対するニーズが多様化しており、自国の中小企業を育成し、成長に繋げたい途上国が増えている。わが国の国際協力を取り巻く環境も大きく変化しており、平成15(2003)年改定の政府開発援助(ODA)大綱は、平成26(2014)年に11年ぶりに見直されることになっている。

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、世界経済はもとより国際協力等に積極的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取り込んで成長の原動力にしていく必要がある。

I. 最重点要望（中小企業の視点に立った支援体制の強化）

※印は新規要望項目

わが国の中小企業は、国際展開について関心は高いが、経験がなく、人材も乏しいことから、海外へ踏み出すことに躊躇する企業が多く、世界に通用する品質、技術、サービス等を有しているが、海外市場のニーズを取り込めていない。

行政による中小企業向けの海外展開支援は増加しているが、助成や委託を受けられる企業は限られる。専任者を置く余裕のない小規模・中小企業には、省庁毎に縦割りに提供される情報を比較し、申請に係る煩雑な手続きや審査の対応に膨大な時間を割くことは難しいのが現状である。

急速に市場規模が拡大する新興国・途上国への販路拡大、進出・起業を希望する中小企業が増えているが、発展途上にある現地のニーズや事業パートナー候補の把握、自社製品の参入可能性等の情報を適切に踏まえた課題解決型のビジネスモデル形成が出来ていない。

1. ワンストップ支援体制の強化

中小企業向けの海外展開支援は、窓口を一本化すべきである。国や自治体を含めた公的支援の中から最適・最新情報の取得、申請手続き、助成や委託事業の事前審査等もワンストップで提供することが必要である。意欲のある中小企業がより多くの支援を受けられるよう支援数の拡大、支援不可となった企業には理由の開示・次善の支援策の提供など、細やかな対応が求められる。

2. グローバル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、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。応募に係る手続きの簡素化、1年単位の研修を可能とするなど、制度の見直し・充実が必要である。

3. ODAにおける中小企業の活用※

途上国の開発課題の解決に繋がるビジネスを検討している中小企業に対して、政府開発援助（ODA）予算を活用した現地ニーズ等の情報収集や事業パートナー形成、事業計画案の作成など、途上国における民間ビジネス振興に繋がる基礎調査に対する支援を積極的に拡充すべきである。ODA大綱の改定に当たっては、新たな成長戦略を踏まえ、中小企業の製品・技術等を活用した途上国

における開発事業や民間ビジネス振興を積極的に推進することを盛り込むべきである。

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（事業可能性調査）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の完了が原則（単年度主義）となっている。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、清算のために途中で打ち切るなど、支援が十分に活用しきれない状況にある。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. 中小企業の国際標準・規格・認証の活用促進※

グローバル・ネットワーク時代において、国際標準化への取り組みは、企業にとって必須項目となっている。海外展開や輸出促進を図るためには、各国の標準規格に関する情報提供や取得費用・安全規制に係る費用に対する補助制度の創設が必要である。

3. アジア・新興国での中小企業向け活動拠点の整備

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。

4. 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。

IV. 国内外の環境整備の促進

1. 基準・認証のグローバルスタンダードの確立※

わが国が有する優れたものづくりや最先端技術、コンテンツの強みを最大限に活かすため、わが国の技術が正当に評価される規格化の取り組みが必要である。政府はリーダーシップを発揮し、わが国主導の国際規格の確立と普及を戦略的に実施すべきである。

2. 国際展開のための資金調達・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。なお、海外版の無担保・無保証の制度融資も検討すべきである。

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

海外進出先の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26年度第6号 平成26年7月10日 第663回常議員会決議
--