

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

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、少子高齢化の進展やデフレの長期化による消費低迷などにより、国内市場は縮小傾向にある。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。
- ② 人口減少が始まっているわが国では、若年層を中心とした労働力人口が減少を続けており、人材不足感は深刻さを増している。
- 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。
- 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。なかでもアジア地域への進出が年々高まっており、平成24(2012)年には約2/3(65.3%)に達している。
- ⑤ 成長著しいアジアでは、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も増えている。わが国の国際協力のあり方について、2003年改定の政府開発援助(ODA)大綱が11年ぶりに見直されることになっている。

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、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い。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。
- 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。

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ており、次代の産業として成長が期待されている。規制緩和を推進し、国際競争力のある産業の育成が重要である。

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。

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。

最重点要望

※印は、新規要望

- ①ワンストップ支援のあり方の見直し ☞中小企業向けの海外展開支援は、窓口を一本化すべき。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べき。意欲のある中小企業がより多く支援出来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。応募に係る手続きの簡素化、1年単位の研修を可能とすべき。
- ③ODA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。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の積極的推進を明記すべき。

グローバルな視点で競争力を強化するための支援

①F/S(フィージビリティスタディ)支援の実効性を高めるための見直し

☞公的機関による中小企業へのF/S(事業可能性調査)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)。海外の現地調査には時間がかかるため、1年以上の調査期間を設けるなど、より実効性のある仕組みとすべき。

②中小企業の国際標準・規格・認証の活用促進※

☞海外展開や輸出促進を図るため、各国の標準規格の取得費用や安全規制に係る費用に対する補助制度を創設すべき。

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、とりわけアジア・新興国での増設が必要である。

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。

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※

☞わが国の技術が正当に評価される規格化の取り組みが必要。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。

②国際展開のための資金調達・金融支援

☞国際展開する中小企業の増加に伴い、新たなリスクに挑戦するための資金調達ツールの多様化や現地調達手段の充実が必要。海外版の無担保・無保証の制度融資も検討すべき。

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る。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。