

# 中小企業の国際展開に関する重点要望

2015年7月9日  
東京商工会議所

## 1. 中小企業を取り巻く国際展開に関する現状

- ① 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2000年に比して2013年には約2.3倍に増加し、3社に1社以上(34.7%)が中堅中小企業。「日本再興戦略」にも2017年度までに新たに1万社の中小企業の海外展開を実現することが目標に掲げられている。
- ② 新規に設立された現地法人を時期別・地域別に見ると、2013年度ではアジア地域が約65%を占め、経済成長や人口増により購買層が拡大する新興国の需要を獲得しようとしている。
- ③ アジアでの進出法人数を業種別に見ると、製造業、卸売業が多くを占めているが、近年はサービス業の進出が増えているほか、情報通信業の伸び率も高い。
- ④ 海外に子会社を保有する割合は大企業の30.2%と比較し、中小企業は13.4%と低いことから、潜在的な拡大余地があると考えられる。

- ⑤ 輸出や直接投資を進める上で中小企業が求める支援は、「販売先の紹介」「法制度・商習慣に関する情報提供・相談」「市場調査・マーケティングの支援・情報提供」等が多い。
- ⑥ 海外への直接投資を見直す傾向にある大企業に対して、中小企業では円安傾向に転じた2012年末以降も増加している。
- ⑦ 円安傾向となって以降、大企業が輸出額を伸ばす一方で、中小企業の輸出額は低く推移していることから、今後中小企業は、直接投資とともに円安を背景とした輸出の拡大も考えられる。
- ⑧ 海外に拠点を設けた企業においては、その後、進出先の経済情勢の悪化や環境変化により、別地域への移転や事業撤退・縮小などの事業再編が増加している。

## 2. 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への関心が高まる中、行政・公的支援機関による支援メニューも増加している。一方で専任者を置く余裕がない中小企業には、各機関毎に提供される情報を比較し、煩雑な申請手続きや審査に対応することが難しい。結果として海外進出を躊躇し、世界に通用する品質、技術、サービス等を有する企業でも、海外市場を取り込めていない。
- 中小企業が輸出の拡大や、海外拠点を設け販路拡大を目指す上でも人材は不可欠であるが、その確保・育成は課題となっており、海外進出を見送る中小企業の理由には「人材不足」が多い。
- 途上国は、環境、教育、インフラ整備、裾野産業の成長を通じ、自国の中小企業の育成を図ろうとしている。そうした中、本年2月に決定した「開発協力大綱」では、わが国の中小企業を含む民間との連携強化が明記されたことから、途上国の支援には、中小企業を一層取り込んでいくことが必要。

## 最重点要望

- ①ワンストップ支援体制の整備 行政や公的支援機関がそれぞれ実施する助成・委託事業に関して、申請に係わる手続きを一元的にワンストップで可能とする体制を構築し、申請者の利便性を高めるべき。また、意欲ある中小企業がより多くの支援機会を得られるよう、予算の確保や支援メニューの多様化を図るべき。
- ②グローバル展開を推進する人材の育成 中小企業において海外取引や海外進出を担う人材の育成、確保は極めて重要であることから、人材の即戦力化や、海外の諸制度やビジネス環境に関する知識・ノウハウの修得支援など、グローバル人材の育成を一層充実すべき。
- ③中小企業支援に向けた実効性の高いODA予算の活用 途上国の開発課題の解決につながるビジネスを検討する海外進出未経験の中小企業に対して、政府開発援助(OA)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、基礎調査に対する支援を拡充するとともに、迅速な調査を開始できるような体制を整え、より実効性を高めるべき。

## 3. 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には、中小企業やベンチャー企業が多数存在し、わが国の次代の産業として成長が期待されていることから、規制緩和を一層進め、国際競争力のある産業として育成すべき。
- ②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 海外プロモーションの展開やバイヤー等の招へいを通じて、MICE(国際会議等)の誘致や地域資源の活用を図りながら、新たなビジネスや提携を進める中小企業のグローバル化を一層支援すべき。
- ③クール・ジャパンの推進による関連・周辺産業への波及効果拡大 世界から高い評価を受け、共感を呼ぶクール・ジャパンについては、高い潜在力を持つコンテンツ産業の競争力を一層強化し、海外展開を図ると共に、公的機関等との連携を進め、関連・周辺産業への波及効果拡大を図るべき。

## 4. グローバルな視点で競争力を強化するための支援

- ①中小企業の輸出拡大策の推進 国際競争力ある製品等を国内で生産する中小企業に対し、輸出拡大を目指した海外販路開拓や製品開発等の戦略づくりなどの支援策を一層推進すべき。
- ②経済連携協定(EPA)の活用促進 TPP等の交渉の進展を踏まえ、中小企業によるEPAの活用を促進するための支援策を強化すべき。
- ③アジア・新興国での中小企業向け活動拠点の整備 海外での販路開拓や現地生産を模索する中小企業にとって、レンタル可能なオフィスや工場の提供は有効であり、とりわけアジア・新興国で増設すべき。
- 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 在外の日本人商工会議所など各支援機関が、現地政府や商工会議所等との連携を強化し、日系企業の活動環境を整えることは有効であることから、現地企業や日系企業との交流・商談機会などに一層取り組めるよう体制を拡充すべき。

## 5. 国内外の環境整備の促進

- ①グローバル市場での基準認証や知的財産の獲得 わが国の技術が正当に評価される規格化の取り組みと共に、わが国主導の国際規格の確立と普及啓発を戦略的に実施すべき。また、中小企業製品の輸出促進を図るためには、各国の国際標準・規格・認証の活用が求められるが、その取得費用や安全規制に係る費用について補助制度を新設・拡充すべき。
- ②国際展開のための資金調達・金融支援 中小企業による発展途上国でのBOPIビジネス(低所得者層向け)など、開発効果の高い事業向けの資金調達ツールの多様化や、行政や公的支援機関が実施するF/S調査に基づき進出を目指す中小企業への無担保・無保証の制度融資を検討すべき。
- ③海外進出後、事業再編する中小企業への支援 海外進出後に経済情勢等の変化により、当該国でやむを得ず事業再編する中小企業に対し、再編が円滑に進むよう支援策を強化すべき。