



# 中小企業の海外展開支援について

---

平成22年2月15日

中小企業庁

# **<目 次>**

- 1. 中小企業が海外展開をする理由**
- 2. 中小企業の海外拠点における経営上の課題**
- 3. 中小企業の輸出に関する課題**
- 4. 中小企業を対象とした主な海外展開支援施策**

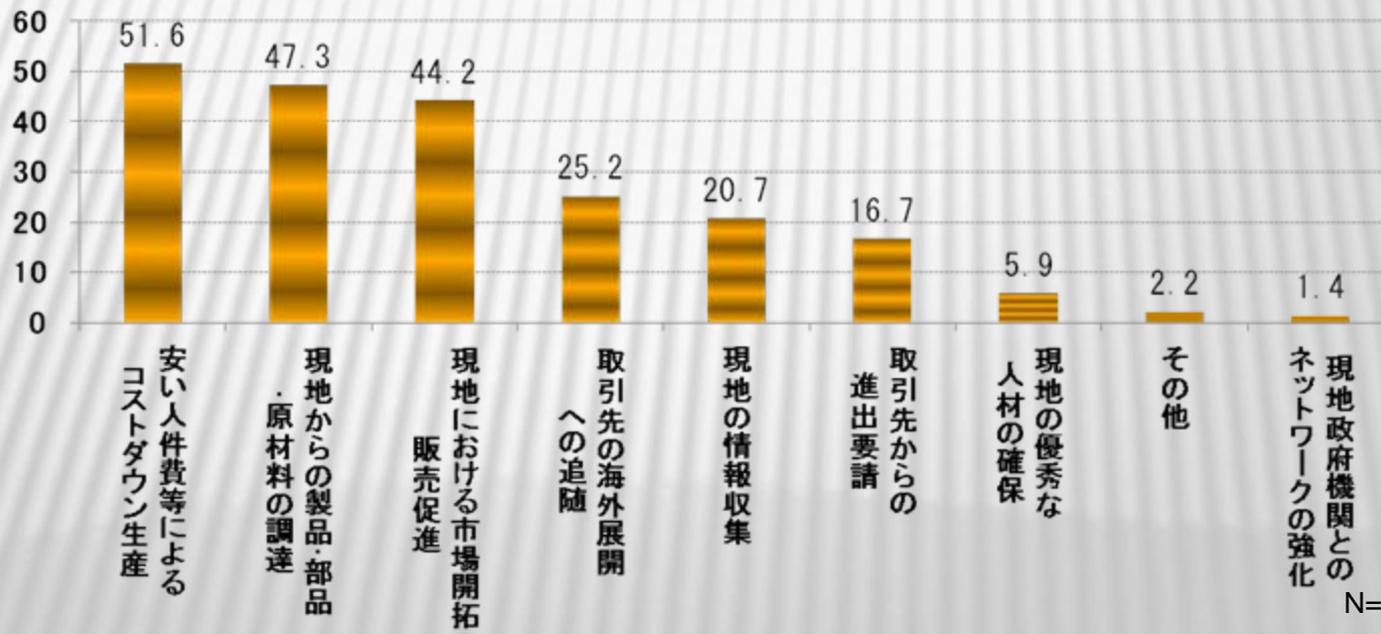
# 1. 中小企業が海外展開をする理由

◆中小企業は、少子高齢化に伴う国内市場の縮小に直面する中で成長する新興国市場や成熟した欧米消費市場の開拓が重要と認識。

◆中小企業は、経済のグローバル化による国際競争の進展に伴い、商品の価格、品質面での競争力を強化するために、世界規模での生産ネットワークを利用する必要性に直面。

◆上述の生産ネットワークの発展に伴い、取引先企業の海外展開が進み、海外市場への関与を余儀なくされる中小企業が増加する可能性。

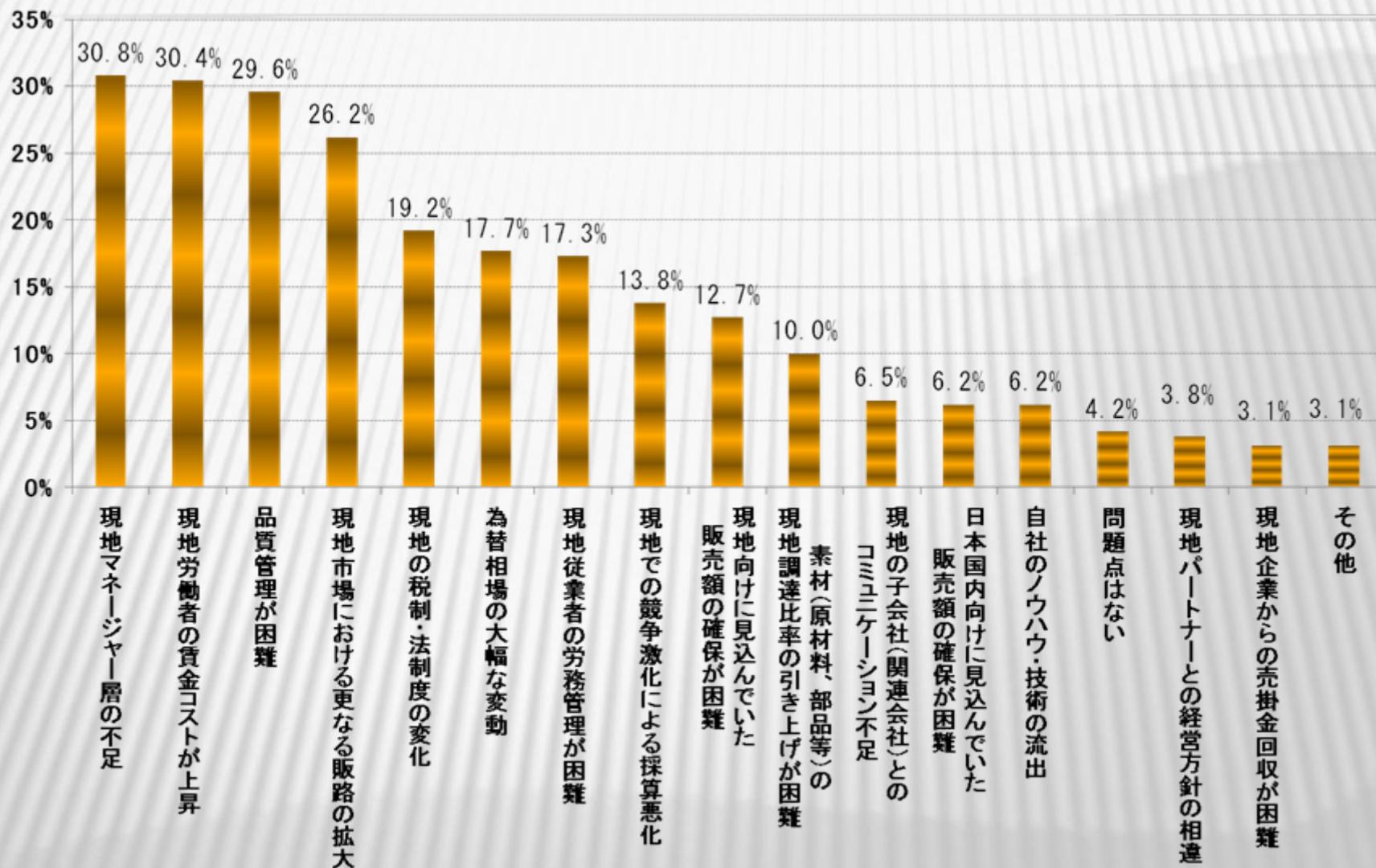
中小企業が海外展開をする理由



N=1,178社

(出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング「中小企業の新商品・新サービスの開発に向けた取組及び販売戦略に関する調査」(2009年3月)、中小企業庁「2009年版 中小企業白書」

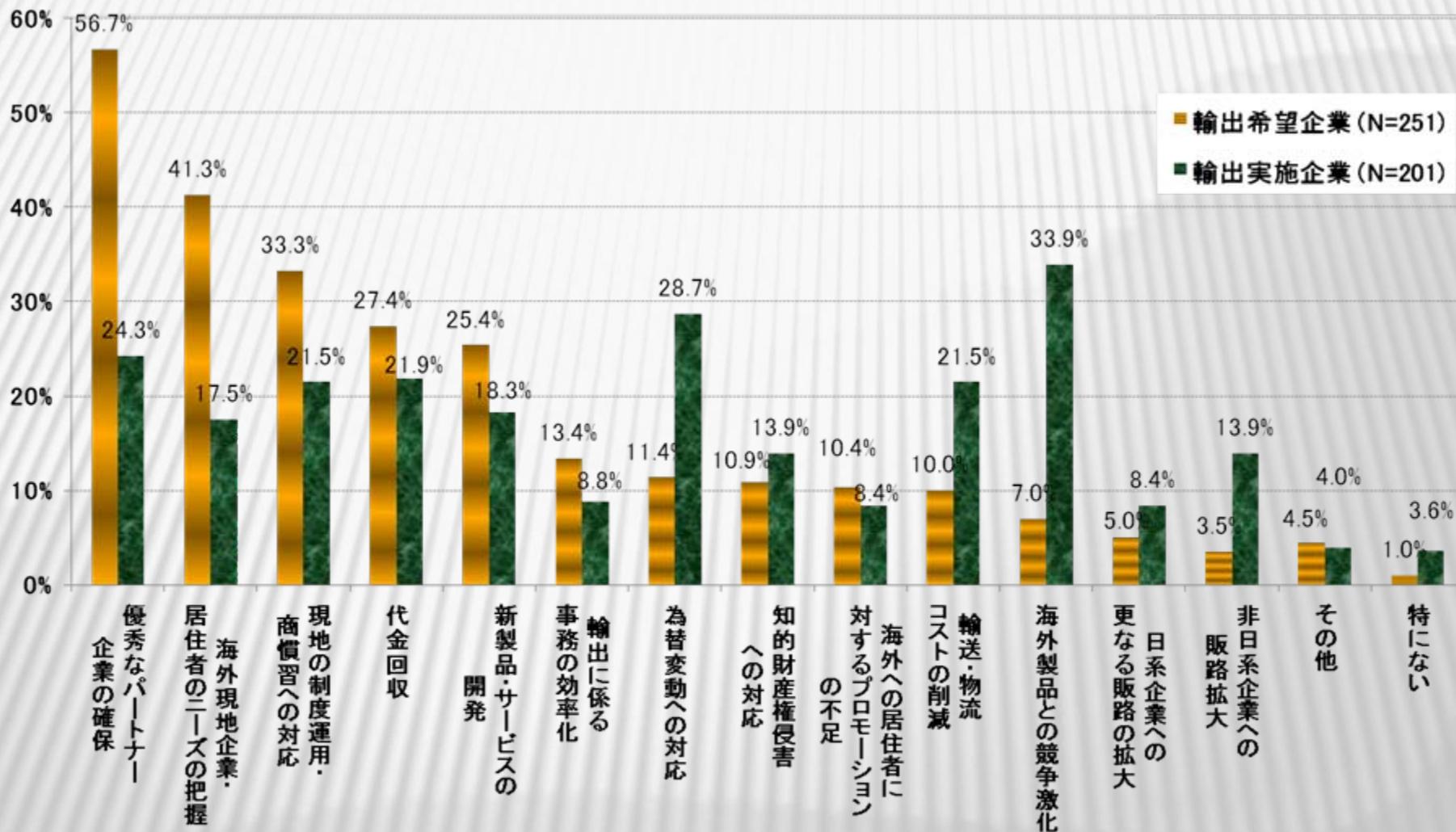
## 2. 中小企業の海外拠点における経営上の課題



N=408拠点

(出所) (株)野村総合研究所「グローバル化における経営環境の実態に関するアンケート調査」(2007年12月)  
 中小企業庁「2008年版 中小企業白書」

### 3. 中小企業の輸出に関する課題



(出所) (株)野村総合研究所「グローバル化における経営環境の実態に関するアンケート調査」(2007年12月)  
中小企業庁「2008年版 中小企業白書」

## 4. 中小企業を対象とした主な海外展開支援施策

①海外情報提供

②海外販路開拓支援

③JAPANブランド戦略展開支援

④人材育成支援

## 4-①. 海外情報提供

### 事業概要

#### ◆ 講演会・セミナーの開催

全国の中小企業に海外展開のメリットと留意点を情報提供。

#### ◆ 国際化支援レポート

成功事例や支援実例を収集、分析し、情報提供。

#### ◆ 世界各国の貿易・投資制度・手続の情報提供・アドバイス

調査レポート、貿易投資相談事例の提供、貿易・投資手続の流れ、海外の経済状況、法規制についての個別相談。

#### ◆ 国際展開に向けた経営アドバイス

「経営支援」の観点から、企業の個別事業に即して、海外事業展開の課題に対してアドバイスを実施。

#### ◆ 進出候補地へのミッション派遣

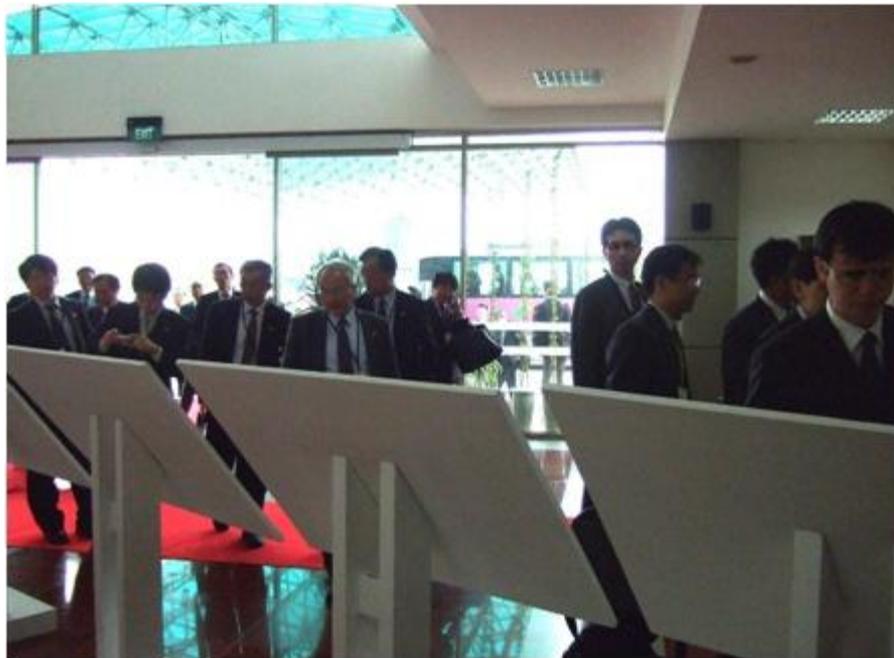
海外展開の対象として関心の高い国々(20年度は、ロシア、インド、ドバイ、ベトナム)へ、投資環境や市場視察を行うミッションを派遣。

#### ◆ 現地F/S専門家同行派遣

現地に専門家が同行し、F/S(事業化可能性調査)にアドバイスを実施(20年度は、インド、ベトナム、台湾)。

# 海外情報提供の具体的事例

## ミッション派遣の様子 (2009年3月 ベトナム投資・ビジネスミッション)



↑ タンロン工業団地の訪問(ハノイ)



↑ ベトナム企業との個別商談会(ホーチミン)

## 4-②. 販路開拓支援

### 事業概要

#### ◆輸出有望案件の発掘・輸出支援

国内各地で、専門家による輸出有望案件を積極的に発掘するとともに、海外販路開拓に向けた支援(商品改良、展示会等でのブースレイアウトや販売価格等のアドバイス、現地に同行し商談支援)を実施。

#### ◆海外展示会への出展支援

中小企業の国際化、販路開拓を支援するため、海外の有力な展示会・見本市等への出展を支援。

#### ◆海外展開支援コーディネーターリテイン事業

海外での販路拡大及び技術・デザイン等の提携を現地企業とマッチング支援するために専門家をリテイン。

#### ◆TTPP事業(トレード・タイアップ・プロモーション・プログラムデータベース提供事業)

日本及び海外の企業がビジネス希望案件をネット上で登録、検索、閲覧できるマッチングサイトの運営。

# (参考)販路開拓支援の具体的事例①

## パリでの展示会出展支援の様子



↑ 展示会の様子



↑ 日本ブースの様子

**展示会名：メゾン・エ・オブジェ**

開催地：フランス・パリ

分野：インテリア関連ギフト、ホームテキスタイル製品、テーブルウェア 等

開催期間：2009年1月23日～27日（5日間）

来場者数：75,755人（展示会全体）

## 販路開拓支援の具体的事例②

### 香港での展示会出展支援の様子



↑ 展示会の様子



↑ 日本ブース・チョコの試食を勧める様子

**展示会名：HOFEX2009**

開催地：中国・香港

分野：食品・飲料

開催期間：2009年5月6日～9日（4日間）

来場者数：32,479人（展示会全体）

## 4-③. JAPANブランド戦略展開支援

### 事業概要

#### ◆JAPANブランド育成支援事業(個別プロジェクト支援)

地域産品の輸出を促進するため、世界に通用する地域産品のブランド力(「JAPANブランド」)確立を目指し、地域の小規模事業者等と輸出産品プロデューサー等が一丸となって行う新商品・デザインの開発や評価、海外見本市出展等の取組を支援。

#### ◆JAPANブランド戦略展開事業(全国事務局)

JAPANブランドの海外販路開拓を戦略的に支援する全国事務局を設置。。(※平成21年度においては日本商工会議所・全国商工会連合会に設置)。輸出戦略プロデューサーを中心に情報発信・広報等の戦略的プロモーションを行うとともに、バイヤーとのマッチング(B to B)や消費者に試験的に販売を行うテストマーケティング(B to C)等を実施。

#### ◆生活関連産業海外市場開拓支援事業

アパレル・デザイン・日用品などの生活文化になじみ深い製品について、日本のライフスタイルそのものの発信による「日本ブランド」の訴求力向上とあわせた海外への販路開拓を支援。具体的には、今後大きな市場拡大が見込まれるアジアや、世界へのトレンド発信・世界からのバイヤー参集の拠点である欧州をターゲットにした販路開拓を実施。

#### ◆映画・アニメの海外展開後方支援事業

映画・アニメビジネスの海外情報収集拠点の整備や、エンタメロイヤー等専門家によるサポート体制の構築など、コンテンツ産業の海外展開の後方支援を行う。

# JAPANブランド戦略展開支援の具体的事例

## ニューヨークでのテストマーケティングの様子

海外に期間限定の販売拠点を設置し、現地で実際に試験販売を行いながら消費者の反応を探る取組を実施



←出品されたJAPANブランド商品の例

(左)川口の鑄物の鍋「i-mono」

(右)会津塗りの技術をもとに作られた  
モダンな漆器「BITOWA」

JAPANブランド製品の期間限定アンテナショップ  
内の様子→

(左)現地の消費者にJAPANブランド製品を紹介。  
(右)ショップ内のディスプレイの様子



開催地：アメリカ・ニューヨーク（フェリシモデザインハウス）

分野：テーブルウェアなどの日用雑貨品等

開催期間：2009年5月18日～5月30日

## 4-④. 人材育成支援

### 事業の内容

#### ◆AOTS(海外技術者研修協会)国内受入研修

我が国製造技術の現場等を活用した産業人材育成の視点から、中小企業の海外現地法人における技術者・管理者等を本邦に受入れ、日本語、日本文化等の導入研修の後、企業内に受入れ、製造技術等の研修を実施。

\* 研修受講人数: 47社、126人

研修受講者の国籍: 中国、タイ、フィリピン、マレーシア、インドネシア、ベトナム、インド、モンゴル

#### ◆AOTS(海外技術者研修協会)海外研修

日本から講師を派遣し、海外において現地技術者・管理者等を対象に生産管理、品質管理等に係る集団研修を実施。

\* 研修受講人数: 334社、702人

講師派遣先: 中国、タイ、フィリピン、マレーシア、インドネシア

#### ◆JODC(海外貿易開発協会)専門家派遣

我が国製造技術の現場等を活用した産業人材育成の視点から、中小企業の海外現地法人等の技術・管理・経営能力の向上を図ること及び海外進出後の立ち上げ等を指導する事を目的として、現地法人の技術者・経営者等に対して、専門家を派遣。

\* 専門家派遣人数: 7社、7人

専門家派遣先: 中国、タイ、フィリピン、ベトナム

(注)実績はすべて平成20年度

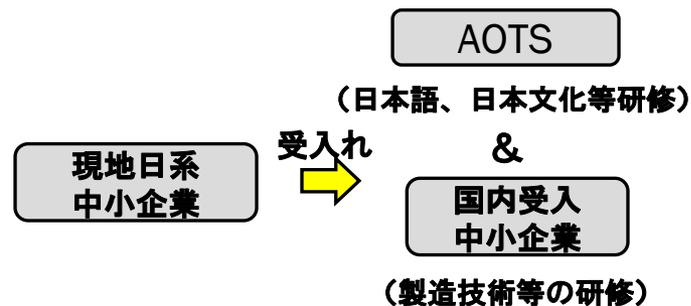
# 人材育成支援の具体的事例

## 技術指導風景



↑ 2006年9月～2007年8月 タイでポンプ・送風機用鋳物の増産体制確立に関する技術指導を行う様子

### ○ 研修事業スキーム



### ○ 専門家派遣事業スキーム

