

第3章 関連機関ヒアリング調査

■「中小企業国際化支援機関へのヒアリング調査」のまとめ

国際化支援機関へのヒアリング調査の中から「①中小企業の国際化支援メニューの利用状況、最近のニーズの傾向について」「②中小企業の国際化支援の実効性を高めるための重要ポイントに関する意見」「③各中小企業国際化支援機関の今後の国際化支援に関する考え方」「④当機構の国際化支援活動との連携や当機構への要望などについて」の4項目についてのポイントを下記にまとめる。

①中小企業の国際化支援メニューの利用状況、最近のニーズの傾向について

一般的に経営資源の乏しい中小企業では、国際化に向けての人材、資金、情報力・ノウハウ、ネットワークなど多くの面での支援を必要としており、実際、各機関の状況を見ても中小企業からの相談数が増加しているとともに、その相談内容も多岐に渡るようになってきている。そのような中、各国際化支援機関とも自らの強みを強化する形で量・質両面にて実効性の高い支援体制づくりに力を入れている。

日本貿易振興機構 (JETRO)	利用頻度の高いメニューは「貿易相談」と「展示会」。海外進出の相談、展示会開催とも増加している。昨年度から力を入れている施策は「国内へのパイヤーの招聘」、海外展示会では数居の高い企業への海外展開の足掛かりになると考えている。
日本商工会議所	中小企業国際化支援委員会をスタートし各商工会議所での支援事業の普及取り組みを強化。他の支援機関との連携、中小企業の国際展開の事例づくり、海外留学生を中小企業に紹介するなどの人材面の支援、国際化に向けての課題や問題点の調査研究などの実施を考えている。
商工組合中央金庫	金融・資金面の相談だけでなく海外進出方法などについても相談を受けるなど支援ニーズが高まっている。中小企業の国際化が重要な政策課題になっているのを受け、国内外の全103店舗に「中小企業海外展開サポートデスク」を設置し支援内容の充実を図っている。
日本貿易保険	中小企業、特に新規に海外進出を始めた企業、これから始める企業の貿易保険の認知度が低いので、認知を広め有効利用してもらうようにする。地域の中小企業の掘り起こしを目的として貿易保険セミナー開催地を拡充。地方の経済産業局、商工中金との協力も進めている。
三菱東京UFJ銀行	新規進出・進出後とも相談が増えており、内容も専門的・高度になっている。その中で個々とマスでの両面での対応強化を図っていく。個々では相談対応人員の増強、マスではセミナーの質・量両面での充実で、テーマを絞ってより深い議論になる内容形式を考えている。

②中小企業の国際化支援の実効性を高めるための重要ポイントに関する意見

中小企業に対しては画一的な対応ではなかなか支援効果が発揮されず、まず、最初に企業の聞き取りを支援機関側で丁寧に行い、それぞれの置かれる環境や保有する経営資源の内容、目指す方向性などをしっかりと把握することが必要で、その上でそれぞれの企業に応じて適切な内容・タイミングで支援を提案していくことが重要という意見が多い。

日本貿易振興機構 (JETRO)	国際化を成功させるためには資金、人材、情報、機会(商談機会等)が必要。単に求められるものを提供するだけでなく本当に必要なサービスをタイミング良く提示する事が重要。だからこそ各企業の置かれている状況の丁寧な聞き取り、把握が支援の成功に欠かせない。
日本商工会議所	中小企業への支援ではまず相談内容の十分な聞き取りが重要。各地商工会議所に寄せられる相談は経営全般にからむものが多く、その事業展開の選択肢の一つとして海外展開を考えるスタンスで対応。具体的海外進出計画前の企業の経営体質の強化も支援している。
商工組合中央金庫	中小企業は情報・資金など全てを揃えられる場合は少ない。だからこそ各種機関による支援をタイミングよく提供する事が重要。情報提供・コンサルティングでもタイミングの良い支援により現地の肌感覚のあるトレンド・ニーズについて機会を逃さず提供する事が大切。
日本貿易保険	海外ビジネスの基本的手続きとして、相手先企業の信用力調査や契約内容等の文書化など慎重にリスクを図ることが重要。保険の支払に関しても文書の整備状況が影響してくる。取引先信用調査も2008年から継続的に支援している。
三菱東京UFJ銀行	中小企業の海外展開で手薄になる部分を補うのが支援の要諦。海外進出に出ていく場合は人員が鍵。現地工場などだけでは行いにくく、国内親会社でも負担の大きい、総務・労務・マーケティングなどの部分で銀行のソリューションで助言、補完、代行をしていくことが必要。

③各中小企業国際化支援機関の今後の国際化支援に関する考え方

各国際化支援機関とも中小企業の国際化の重要性や政府の方針の流れを受けて、支援内容の充実、より丁寧で利用し易い仕組みづくり、企業ニーズ把握の強化、企業の“目”を海外に向けさせる啓蒙などの活動を強化する意向である。また、各機関とも他の機関との有機的な連携を強めることにより、単独では実現が難しい中小企業が求める多種多様な支援ニーズに広く深く対応できるような枠組みを整備していきたいと考えている。

日本貿易振興機構 (JETRO)	中小企業の海外展開は政府の支援予算などの後押しと連動してジェット口も推進強化を行う。中小企業のニーズに応じて持続的な海外展開の成功させていくためにはジェット口の支援だけでは難しく、経営・人的な問題・資金調達の問題などで各機関との連携強化を深めたい。
日本商工会議所	中小企業はこれから海外展開せざるを得ない状況にある。一方、中小企業の実態として必要性は感じつつも余裕はないという現実があるので、まずは啓蒙活動を進めることが必要。海外展開のメリット、デメリットを現地視察やセミナー活動などを通じて情報提供と啓蒙を進める。
商工組合中央金庫	商工中金は中小企業と運命共同体。投資的的確性など海外展開の見通しについて中小企業と同じ目線での判断を強化。今後、より多様でニッチな市場でも海外展開が進む。今まで以上に現地状況を肌感覚で理解し判断力を高める。情報面でも各機関と連携や強化したい。
日本貿易保険	政府方針として中小企業の海外展開を強化する流れもあり、貿易保険の周知活動を強化していく必要がある。また、中小企業のニーズに対応してわかりやすく丁寧に説明し、利用促進を図ることが重要。商工中金・銀行・損保などと低利融資制度の実施で業務協力している。
三菱東京UFJ銀行	海外進出する中小企業の多様化するニーズに応じていきたい。ビジネスマッチングのニーズが強今後も強化する。フルサポートを求める場合は関連会社や専門家と連携し支援。セミナーは地方公共団体・ジェット口などと連携、ファイナンス面でもJBIC、JICA、地銀等と連携。

④中小機構の国際化支援活動との連携や当機構への要望などについて

各国際化支援機関ともそれぞれの機関が持つ「強み」を活かし本機関のみならずさまざまな国際化支援機関と今まで以上に緊密に連携を強化し、今後も更に拡大すると考えられる国内中小企業の国際化に向けてその実態・ニーズを反映した効果的な支援活動を協力のもと実施していきたいという意向がある。

日本貿易振興機構 (JETRO)	中小企業の場合は海外展開が可能な体制を整えるまでに一定の経営面・資金面等の準備が必要になる。その面で中小企業の総合的な経営支援を行っている中小機構に期待。体制が整えられたところでJETROが実施の展示会や商談会等に繋げるような連携ができると良い。
日本商工会議所	会員の中小企業から受ける相談は多種多様で日商では対応できない部分がある。中小機構のスキームを利用する事によって問題解決に繋がることもある。例えば現地視察や現地ネットワークを利用した情報収集等を一緒に行うことにより相互の支援効果を高められると思う。
商工組合中央金庫	現在本部同士の連携だが将来的に双方の拠点間や現場でも連携できると理想的である。特に企業が海外展開を検討する初期段階では中小機構が中小企業に特化している機関ゆえに中小企業でも利用し易いと考えているが、知らない企業も多いので紹介を進めていきたい。
日本貿易保険	中小機構とは日頃から協力関係にある。連携としては中小機構に寄せられる中小企業からの貿易相談を通じて貿易保険制度の紹介をしてもらうなど、支援アドバイザーの方の企業への助言・提案のひとつとして貿易保険の知識を持っていただくなどが考えられる。
三菱東京UFJ銀行	中小機構とは情報交換やセミナーでの協力関係にある。今後連携を強めていきたい。連携方法としてはセミナー協力を第一に今後の連携強化を考えていきたい。国の制度等で中小企業の信用問題を解決する支援があると良い。海外展開で常に問題となる人材の育成支援も重要。

ヒアリング票 NO.1：日本貿易振興機構（JETRO）

機関名	独立行政法人 日本貿易振興機構（JETRO）
所在地	〒107-6006 東京都港区赤坂1丁目12-32 アーク森ビル

【機関概要】

- ・ 2003年、日本貿易振興機構法に基づき、前身の日本貿易振興会を引き継いで設立された経済産業省所管の独立行政法人。役職員数は日本国内約830名、日本国外約850名。日本の貿易の振興に関する事業、開発途上国・地域に関する研究を幅広く実施している。主な事業は中小企業等の国際ビジネス展開の支援、地域活性化に向けた対日投資や地域間連携の促進、在外日本企業の海外ビジネス展開支援、貿易投資相談・情報提供、ビジネスに役立つ各種海外情報の収集・提供、経済連携協定(EPA)への協力、開発途上国経済発展支援、アジア経済研究所における開発途上国研究などである。

①当機関の国際化支援メニューの特徴

- ・ ジェトロの国際化支援目的は海外への輸出促進（販路拡大）と海外進出（拠点作り）。主な支援メニューとしては、1. 海外経済・貿易情報の提供 2. 海外取引・開拓の機会の提供 3. 海外進出の実現支援の3つに分けられる。支援の対象となる業種は製造業、繊維、食品、日用品、医療が主。
- ・ ジェトロの支援の特徴は、貿易相談を皮切りに、相談だけにとどまらず各種支援メニューを活用し、ジェトロが出展を取りまとめる海外の展示会に参加でき、商談する機会を得られることにある。海外進出の相談にあたっては、現地のビジネスサポートセンター（オフィス機能）を利用しながら拠点作りが行えるなど、実際に海外展開、海外進出が行える支援体制が充実している。
- ・ 海外に72事業所を有し、現地に精通した専門相談員が駐在。またジェトロの強みは、海外でのネットワークであり、実践的な支援効果を高めている。
- ・ 情報提供の面では、ライブラリーや海外調査サービスなどが利用できる。海外駐在員による最新の情報提供をはじめとして、豊富なサービスメニューを有し、多様な相談に応じられる体制を整えている。

②中小企業の国際化支援メニューの利用状況・最近のニーズ傾向について

【利用頻度が高い支援メニュー】

- ・ 貿易相談は年間約85,000件。どこに進出したらよいか、進出するにあたって現地情報が欲しい、取引先を探したい、具体的に困っていることへの対処法など、多様な相談に対応している。
- ・ 出展を取りまとめる海外の展示会は2009年64件、2010年70件以上と増加。アジア、欧米など業種・分野に応じて幅広くカバーしている。

【国際化支援メニュー利用企業の最近のニーズ】

- ・ 海外進出の相談が増加している。円高の局面では輸出が厳しくなっているが、国内での取引が低迷する中で、海外への販路拡大を求めて進出したいという相談、意欲が増している。
- ・ 業種では特に、地方の食品、地場産品の海外への売り込みが多く、地方自治体も積極的に取り組んでいる。国内で農業が立ち行かなくなっている中、東アジアなどでは、おいしくて良い物を高くても求める富裕層のマーケットが存在するという情報を受け、海外展示会への出展などの動きが活発化している。
- ・ インフラ・プラントビジネス、環境・エネルギー分野での海外展開がここ数年、特に増えており、新興国のみならず、米国での新幹線導入など、欧米先進国での需要もみられる。

【新たに取り組んでいる、または取り組もうとしている施策】

- ・ ジェトロでは昨年度より海外バイヤーの招聘に特に力を入れている。海外展示会では敷居が高いという企業に対して、より参加しやすい形態として国内に海外バイヤーを招聘して、海外展開を進める足掛かりとなる支援を実施している。

③中小企業に向けた国際化支援の利用促進の取り組み

- ・ ジェト口が行う支援内容のPR方法は、訪問による案内や説明が基本。提供資料のようなパンフレット、資料を作成して、ジェト口の役員や担当者が国内各地の産業集積地、地方自治体、商工会議所、銀行を訪問し案内を実施。また、各団体、組織で中小企業の集まるセミナーや説明会が開催される機会を利用して説明を行うなど地道な取り組みを行っている。
- ・ さらにWEBサイトを通じての利用促進も充実させており、サイトへのアクセス件数は2009年で約1億5000万件に上っている。

④中小企業の国際化支援での重要なポイント・成功要因に関する意見

- ・ 国際化を成功させるには、資金、人材、情報、機会（商談機会、取引先とのマッチング機会）が必要。ジェト口では情報と機会について支援を行っている。情報は進出先のマーケット情報や制度などで、ライブラリーや海外ミニ調査サービスなどで提供。機会は海外展示会やバイヤー招聘を通じて提供している。
- ・ ジェト口が提供できない支援としては、資金の提供や助成、人材の手当てなど。ジェト口側としては、資金面、人材面の問題をクリアすることが、支援成功のポイントと考えている。
- ・ 人材確保はどの支援機関が支援を行うにしても必要である。支援体制が整っていても支援を受ける企業側に海外事業を進められる人材がいなければ、瞬間的なものに留まってしまい、海外展開を成功させることはできない。ジェト口では直接人材を手当てすることはできないため、セミナーなどを通じて海外展開における人材の必要性を説くことで、中小企業側の意識付けをして間接的な支援をしている。
- ・ 貿易相談は、事業形態、分野、進出・検討の事業ステージやこれまでの海外進出経験の有無など、多種多様な内容も取り扱っている。各相談に対して、単に求められたサービスを提供するだけでなく、本当に必要な支援サービスを適切に選択し、タイミングよく提供することに努めている。例えば同じマーケット情報でも、事業ステージ、タイミングによって、重要度や意味合いは大きく異なる。そのためには各企業の置かれている状況から求めていることを十分に聞き取り、把握することが支援を成功させる上で重要と考えている。

⑤今後の国際化支援に関する考え

- ・ 国内中小企業の海外展開に関しては、促進している政府が予算を付けて後押しをしているので、ジェト口としてもこの機会を捉えて推進していく考え。
- ・ 中小企業のニーズに応えて、最終的に持続的な海外展開を成功させていくには、ジェト口の支援だけではやり切れない部分がある。他の支援機関との連携が必要であるため、今後は連携を強化していく。
- ・ 連携する機関は中小機構、金融機関、日本貿易保険、日本政策金融公庫・国際協力銀行、商工会議所など。ジェト口でできない経営に関する支援は中小機構、資金面での支援は商工中金などの金融機関と考えている。ジェト口では貿易に関する情報や展示会・商談の機会の提供を行う。連携強化により、それぞれの機関で相談を受けている中小企業の支援充実を図る。
- ・ ジェト口の事業、機能としては、ある程度必要な情報提供や支援が行える体制を構築している。より支援効果を上げるためには必要な支援をいかにタイミングよく提供できるか、精度を上げられるか、更には支援件数を増やしていけるかがポイント。手を差し伸べるべき企業に対して地道に支援することを深めていきたい。

⑥当機構国際化支援活動との連携

- ・ 中小機構とジェト口がそれぞれの役割を果たすことで、中小企業の海外展開が実現できれば良いと考えている。例えば、ある企業がジェト口の展示会に単独で出展しても商談できるような体制が整っていないならば、まず中小機構の支援を受け経営面・資金面での準備を行わせる。その上で、海外展開が可能な体制を整えたところで、ジェト口の展示会や商談機会等を利用して海外展開に繋げていく。

⑦当機構への要望・問合せ等

- ・ 中小機構との連携を始めているが、現在のところは大きな問題や要望は出ていない。ジェト口側として中小機構がどのようなことをやっているかは、もっと深く勉強すべきで、連携の成果を早く上げられるようにしたいと思っている。

ヒアリング票 NO.2：日本商工会議所

機関名	日本商工会議所
所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内 3-2-2 東京商工会議所ビル 6F

【機関概要】

- ・商工会議所は現在、全国で 514 あり、「その地区内における商工業の総合的な発展を図り、兼ねて社会一般の福祉増進に資する」という目的を持ち独自に活動している。日本商工会議所（以下、日商）は各地の商工会議所が円滑に事業を進められるよう、商工会議所間の意見調整や情報提供、国内外の経済団体との提携を図る組織である。
- ・商工会議所は各地の企業を会員として直接的にサービスを提供。全国の会員数は 135 万にのぼる。

①当機関の国際化支援メニューの特徴

- ・中小企業に対する支援は地方の商工会議所が会員企業に対してそれぞれ独自に行う。それに対し、日商は各商工会議所を会員としており、中小企業に対する直接的な支援というよりも、商工会議所の活動が円滑に行くような総合調整や環境整備、情報提供など大きな枠組みでの支援が主となっている。
- ・日商の国際化に関する活動としては、1. 中小企業の国際化支援、2. 経済使節団の派遣および受け入れ、3. 国際経済、通商政策などに関する情報提供ならびに調査・研究（活動の一環で商談会や視察会、講演会も行われる）、4. 多国間・二国間経済委員会の運営（大手企業の参加になるが、投資環境の改善などがテーマとなるので、間接的には中小企業にもメリットが出る）、5. 在外日本人商工会議所との連携（上海、ソウル、東南アジア等、海外進出の規模の大きなエリアで組織され、投資上の要望等をまとめて環境改善を図っている）、6. 貿易関係証明書の発給（関税率の減免が受けられるので特定原産地証明は企業のメリットは大きい）、7. 研修生の受け入れ、8. セミナー、説明会の開催、などを行っている。

②中小企業の国際化支援メニューの利用状況・最近のニーズ傾向について

【国際化支援メニュー】

- ・日商の国際化支援の取り組みとしては、日商ホームページでの「中小企業国際化支援ナビゲーター」による海外事情、投資、貿易に関する情報提供や政策提言、ミッションの派遣（対中国）、海外との交流推進、海外取引、海外事業のサポート（21 年度貿易取引 3,778 件受信）、国際ビジネスパーソンの育成（日商ビジネス英語検定）、在外日本人商工会議所との連携、二国間・多国間経済委員会の活動などを行っている。
- ・中小企業への直接支援は主には各地の商工会議所や東京商工会議所（以下、東商）の事業となる。中心的な機能は相談機能であり、資金繰り、知的財産保、会社設立、各種相談窓口の問い合わせなど、あらゆる相談が寄せられる。国際化支援に関しては、それなりのまとまった件数があり、東商では「東京中小企業応援ネットワーク」を開設して、海外展開に関する相談対応を行っている。

【国際化支援メニュー利用企業の最近のニーズ】

- ・中小企業の国際事業に関する相談内容をみると、海外の制度など基礎的、基本的な問い合わせが多く、一通りの対応は日商内でカバーできる。流動的な情報や専門的な相談など、内容によってはジェト口や中小機構、東京都中小企業振興公社などを紹介するなど、連携しながら対応している。
- ・相談を受けるエリアとしては中国が 5、6 割を占め、ベトナム、インドなど新興国への関心が高まっている。相談企業は円高の影響が強く、海外へ出て行かないとじり貧になるという危機感が強い。
- ・ただし、各商工会議所の実績からみると、514 会議所のうち、国際化に関する活動をしていると回答のあった先は 3 割程度の 170 会議所程度であり、全体としては、まだそれほど中小企業の海外展開が進んでいないのが実情である。国際化に関する活動を行う会議所を 6 割程度に引き上げる目標を持っている。
- ・中小企業としては「海外への直接投資はリスクが大きく、なかなか踏み出せない」や、「まずは貿易から始めたい、始めるべき」という意見が強い。しかしながら、輸出だけの海外展開では円高の状況下では輸出競争力が弱いという問題があり、次のステップとして委託生産、直接投資という順番で考えている。
- ・在外商工会議所に寄せられる相談では、投資に関するものが多い。在外商工会議所は現地に出た企業の集合体であり、現地では税務、財務、労働の問題が大きい。

【新たに取り組んでいる、または取り組もうとしている施策】

- ・ 中小企業国際化支援特別委員会を昨年 11 月に設置、本年 2 月からスタートし、各商工会議所での支援事業を普及する取り組みを始めている。
- ・ 今後の具体的な取り組みは、他の支援機関との連携の検討、中小企業の国際展開の事例集作り、人材支援の面で、海外からの留学生を中小企業に紹介する事業（東商では就職希望のある留学生と中小企業をつなぐ WEB サイトの作成を予定している）、国際化に向けての課題や問題点の調査・研究、各商工会議所を対象にした国際化促進に向けたセミナーなどを考えている。
- ・ 中小企業の国際化支援は、日商の活動の 2 本柱の 1 つとして位置づけられており、より積極的に推進していく方針を持つ。（もう 1 つは中小企業の IT 化）

③ 中小企業に向けた国際化支援の利用促進の取り組み

- ・ 国際化を進める取り組みとしては、啓発、啓蒙セミナーを積極的に進めていきたいと考えている。中小機構、ジェトロ等と連携しながら各地で実施する予定。具体的な方法については 3 団体でこれから本格的に検討していく。

④ 中小企業の国際化支援での重要なポイント・成功要因に関する意見

- ・ 中小企業への直接支援は、まず企業からの相談内容を十分に聞き取ることが重要。相談内容のレベルは様々だが、経営全般にからむ相談が多く、中小企業が円滑に事業を進める選択肢の 1 つとして海外展開を考えている。海外展開に関する問い合わせは、進出以前の問い合わせが多く、日商は進出国の基本的な制度など 1 次情報を主に提供。海外展開の検討において、どのエリアで、どのような形態で展開するかという段階の相談は、日商のできる範囲を超えた内容については中小機構、ジェトロなどの適切な支援機関との連携が必要。

⑤ 今後の国際化支援に関する考え

- ・ 中小企業はこれから海外展開せざるを得ない状況にある。商工会議所の活動は地域性が高くなければならず、企業の海外展開に関する内容は、以前まで地域にとっては会員の減少につながり望ましくないという見方もあった。国内需要の低迷、円高環境の中で中小企業が疲弊している現在では、積極的に海外展開の支援を進めていく状況となっている。
- ・ 一方、中小企業の実態は、海外展開するまでの余裕がなく、必要性は感じつつも、あまり進んでいない。その為日商では、まずは中小企業への啓蒙活動を進めることが必要と考えている。東商でも中小企業国際展開推進委員会を作っており、具体的に海外へ展開するためのミッションを出す、インドネシア、中国など進出する国のターゲットを絞って、進出するメリット、デメリット含めて情報を集めて啓発する、現地を見る、セミナーを行うなどの活動を始めている。

⑥ 当機構国際化支援活動との連携

- ・ 会員の中小企業から受ける相談に対して、日商では対応できない部分について、中小機構が持っているスキームを利用すると円滑に進むと思っている。そのようなケースでは中小企業に中小機構を紹介したり、相談に乗る中で、中小機構と一緒に現地に行ったり、中小機構の現地のネットワークを活かして情報収集をしたりする連携ができると思う。
- ・ 商工会議所には全国に中小企業の会員企業があるので、そのメリットを活かして、中小機構が持っているサービスを会員企業へ周知することができ、利用を進めることができる。

⑦ 当機構への要望・問合せ等

- ・ 今後、中小機構はじめ、他の支援機関との連携を考えていくところ。日商ができないサービスについては中小機構のスキームを利用させてもらう。

ヒアリング票 NO.3 : 商工中金

機関名	株式会社 商工組合中央金庫 (商工中金)
所在地	〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目 10 番 17 号

【機関概要】

- ・フルバンク機能を持った政府系金融機関。中小企業等協同組合その他主として中小規模の事業者を構成員とする団体及びその構成員に対する金融の円滑化を図るために必要な業務を営むことを目的とし、預金の受け入れ、債券の発行、国際為替、手形を通じた短期金融など、「幅広い総合金融サービス」を行っている。
- ・全ての都道府県に最低 1 カ所は拠点を持ち、店舗数は国内 99 カ所。アメリカ合衆国 (ニューヨーク市) に海外支店、香港・上海に駐在員事務所を開設している。

①機関の国際化支援メニューの特徴

- ・商工中金の海外展開支援業務は、金融面では、輸出・輸入の貿易決済、海外送金、先物為替予約等の為替業務、外国企業との取引に伴う入札保証、契約保証などの各種保証、海外進出資金の融資、海外現地法人への資金調達。情報面では、海外の投資環境などの情報提供、セミナー、海外中金会 (上海、大連、香港、ニューヨーク、バンコック、クアラルンプール) による海外進出企業相互の情報交換の場の提供などがある。
- ・海外ネットワークはニューヨーク、上海、香港の 3 拠点に加え、中国、ASEAN 地域の提携機関 (三菱 UFJ 銀行の大連支店、タイ王国投資委員会、ジェットロ・ハノイセンター) に職員を派遣。外国金融機関 (スタンダード・チャータード銀行-アジア中心、交通銀行-中国、バンコック銀行-タイ) との業務提携があり、現地で円滑に保証や融資が受けられる金融サポートを行っている。海外各地に事務所を持つジェットロなどとは異なり、商工中金が独自で保持する海外ネットワークのエリアはやや限定的。
- ・輸出入金融支援スキームとしては、次の 3 つがある。1 . L/C (Letter of Credit) 開設・ユーザンス供与 (中小企業が海外企業から商品を輸入する際に、海外企業に対して、商工中金が中小企業の保証をする)、2 . 輸出手形買取 (中小企業が商品を輸出する際に、商工中金が海外企業の手形を買い取って、中小企業へ早く資金化して渡す)、3 . 契約履行保証の発行 (例えば、中小企業が海外の工事の受注を受ける際に、商工中金が中小企業に代わって保証する)
- ・海外進出支援スキーム (融資の支援) としては、主に次の 3 形態がある。1 . 親子ローン (中小企業が海外に設立した現地法人に直接貸し出すのではなく国内の親会社に貸し出す) 2 . 現地法人貸付 (海外現地法人に直接貸し出す) 3 . スタンドバイ・クレジット (海外の金融機関に商工中金が保証を入れることにより、中小企業が海外の金融機関から貸し出しを受けられるようにする)
- ・商工中金の支援は金融・資金面が中心である。最近の傾向として、資金面以前の相談として、海外展開に関する相談や情報提供が求められるケースも増えている。ただし、商工中金の提供できる情報は基本的な 1 次情報にとどまり、専門的なものになると、他の支援機関を頼ることが多い。

②中小企業の国際化支援メニューの利用状況・最近のニーズ傾向について

【利用頻度が高い支援メニュー】

- ・商工中金の扱う海外送金は年何万件とあり、海外展開支援業務の中で、ベースとなる取引となっている。取扱量は前年比 3 割増。
- ・一般的に、中小企業が海外展開を始める場合、最初は細い取引で海外との商取引が始まり送金のやり取りが起こる。ロットが大きくなると何らかの信用供与を受けながら取引を推進する形となり、更に現地への進出となれば、一旦は自己資金、見通しがつくと次の段階で借入などの資金調達を行う。進出当初では、現地の会社単独では借入しにくいので国内の親会社が借入れて現地会社へ貸付け (親子ローンの利用)、現地法人が根付いてくると、直接現地での借入 (現地法人貸付)、更に進んで海外金融機関を利用して現地での資金調達のニーズが出てくると、スタンドバイ・クレジットが利用される。中小企業は事業の成長段階に応じて、必要なメニューを利用しており、現在、融資形態では親子ローンの利用が圧倒的に多い。

【国際化支援メニュー利用企業の最近のニーズ】

- ・海外展開の支援実績としては中国が最も多く、次いで北米、タイ。従来は自動車関係で北米が多く、親会社の進出に伴って付いていく形が多かったが、90 年代以降、香港などが増え、最近では加速度的にアジアが増えている。アジアへの進出については、中小企業が自ら海外への進出を模索する傾向が強い。

商工中金としては、ニーズがあればどのエリアでも支援するが欧州などアジア以外の案件は数える位しかない。

- ・ 業種は、従来は製造業が主体だったが、最近 2~3 年では小売・卸売業が増えている。ジャパンブランドを活かした日本の店舗が進出しており、それに伴って店舗に供給する加工会社などの進出も起こっている。

【新たに取り組んでいる、または取り組もうとしている施策】

- ・ 金融・資金面の相談だけでなく、進出の仕方等について相談を受けるなど、中小企業からの支援ニーズが高まっている。政府においても中小企業の海外展開支援が重要な政策課題となっていることを受け、ジェット口と業務協力を本年 2 月 1 日に結んだところである。国内外の全 103 店舗に「中小企業海外展開サポートデスク」を設置し、従来の金融業務に海外に進出したい中小企業のニーズを聞いて、海外に強いジェット口の機能を紹介したり、情報提供をしたり始めている。
- ・ 中小機構とも同様に、これまで以上に協力を強め、中小機構の海外サポート機能を商工中金の顧客企業に紹介、情報提供していく支援を進めて行く所存である。実際に海外進出している企業にとって有益な情報を得られるのはジェット口、これから海外に進出しようという段階で、準備を進めたり、勉強したり、相談できるのは中小機構という位置付けと思っており、商工中金としては、中小企業からの相談に応じて両者に協力を求めていく。

③ 中小企業に向けた国際化支援の利用促進の取り組み

- ・ 支店サイドでの広報や、プレスリリース(提供資料③「NEWS RELEASE」のような発表)、必要に応じて新聞広告を行うことなどが、主な PR 活動になる。ジェット口との業務協力のリリースは日経新聞でも取り上げられたが、反響という面ではまだまだで、これからの告知が必要になる。

④ 中小企業の国際化支援での重要なポイント・成功要因に関する意見

- ・ 中小企業は情報、資金などすべての機能が自前で揃っているわけではないので、金融機関、中小機構はじめ外部のいろいろな関係機関の力、知恵を借りる必要がある。必要な支援をタイミングよく提供できることが支援する上で、最も重要と思う。
- ・ 情報提供の面では、現地のニーズを的確につかみ取った情報を、機会を逃さずに提供することが重要である。モノがよければ現地で売れるとは限らず、現地のトレンド、ニーズに合わせて提案しなければならない。現地の肌感覚のある情報提供やコンサルテーションができると良い支援になる。商売はタイミングが大切であり、必要なものが必要な時に手に入るようにしなければならない。

⑤ 今後の国際化支援に関する考え

- ・ 海外は国内以上のリスクがあり、海外に投資をしても回収ができない場合がある。商工中金は中小企業と運命共同体であり、投資が適正か、海外展開の見通しについて中小企業と同じ目線で判断している。
- ・ 投資の有効性に当たっては、商工中金として、現地のマーケットの情報を調べた上で判断、必要に応じてジェット口などからの情報をもらって判断しており、投資が過大であると判断した場合は、中小企業とよく協議して、無理な融資は行わないようにしている。
- ・ 今後もアジアが中心になると思われ、より多様な細かい市場、ニッチ市場などでの海外展開が進んでくると思われる。体制が整っていない企業の進出も増え、現地の肌感覚がないと判断も難しくなり、海外情報面でも連携や強化が必要になってくると思われる。
- ・ 中国では現地企業相手の販売代金の回収に苦労が多いなど、相手先の信用状況が把握できないと商工中金としても融資ができにくい状況にある。中小機構では倒産防止共済制度(販売先が倒産した際に手当てする積立制度)があり、その中国版、海外版があるとよいかもしれないが、難しい問題だと思う。

⑥ 当機構国際化支援活動との連携

- ・ 今後は、これまで以上にきめ細かく連携を強めていきたいと思っている。全 103 ある窓口の全てがうまく連携できているとは思わない。現在は本部同士の連携であり、本部が窓口となって、本部で受けた協力事案をお互いの現場へ伝える形の連携となっているが、将来的には拠点間や現場同士でいろいろな連携ができれば理想的と思う。

⑦ 当機構への要望・問合せ等

- ・ 商工中金では、中小機構、ジェット口ともに連携を強めていくが、特に海外展開を検討する初期段階ではジェット口は敷居が高い感じもあり、中小機構の役割が大きいと感じている。相談に来る中小企業では中小機構の支援サービスを知らない企業も多く、紹介、利用を進めていきたいと考えている。

ヒアリング票 NO.4：日本貿易保険

機関名	独立行政法人 日本貿易保険 (NEXI)
所在地	〒101-8359 東京都千代田区西神田 3-8-1 千代田ファーストビル東館 3階

【機関概要】

- ・ 日本貿易保険 (NEXI) は、日本政府 (経済産業省) が 100% 出資する独立行政法人。貿易保険の業務を NEXI が行い、政府は通商政策上の判断から貿易保険制度の企画・立案、国対国の交渉などを担当している。

① 機関の国際化支援メニューの特徴

- ・ 貿易保険は通常の民間の保険、海上保険などでは救済することのできない事象が起きた時に、日本の企業が行う海外取引 (輸出、輸入、海外投資、あるいは海外融資) に伴う危険をカバーする保険。海外展開する企業のリスクを軽減する役割を担っている。
- ・ リスクは非常危険、信用危険の2種類に区別される。非常危険は為替制限・禁止、戦争、内乱など国情の急激な変化や天変地異など、信用危険は契約相手側の倒産や債務不履行など。貿易保険はこれらのリスクをカバーしている。
- ・ 貿易保険は派生商品を含めるといくつかの種類があるが、大きくは次の3つに分けられる。
 - ① 貿易一般保険：日本の会社が輸出をして代金回収できない、輸出契約に基づいて製造したが、代金が回収できないなどの事態が発生した場合など、物を輸出する時の保険。NEXI が扱う中で、最もオーソドックスな保険である。
 - ② 海外投資保険：日本の会社が海外に出資や権利等の投資をして、それに見合う配当、送金が得られない場合の保険。
 - ③ 海外事業資金貸付保険：海外に事業資金を融資して、返済されない場合の保険。対象は金融機関が多いが、一般の企業が投資をしながら融資もするようなケースもある。
- ・ 中小企業関連の保険としては、貿易一般保険の派生商品として、中小企業輸出代金保険を 2005 年に創設している。事業規模の小さい中小企業向けに、手続きを簡素化、融資が受けやすいように質権設定をできる形にして、利用しやすいようにハードルを下げている。

② 中小企業の国際化支援メニューの利用状況・最近のニーズ傾向について

【利用頻度が高い支援メニュー】

- ・ 保険金の引受実績でみると、2009 年度は全体で 8.9 兆円。リーマンショック以降の金融危機等の影響による輸出金額の減少に伴い、引受実績は減少となっている。保険種別では貿易一般保険が 76% を占め、海外事業資金貸付保険が 20% 程度を占める。中小企業は金額ベースで全体の 5%、件数ベースでは 10% 程度であり、規模的には小さい。中小企業の場合も貿易一般保険が中心となっている。

【国際化支援メニュー利用企業の最近のニーズ】

- ・ 中小企業で貿易保険を使っている企業は、昔から貿易を行っていた企業が多く、一部の企業に留まっている。最近では中小企業で、海外展開への機運が高まっていると思われるが、新規に海外進出を始めた企業では、貿易保険を知らずに利用しないで海外展開している企業も多いのではないかと考えている。
- ・ 輸出先、取引先は中国、韓国、インドネシアなど、アジアが圧倒的に多く 4 割を占める。最近アジアが増えたということではなく、エリアの変動は特にはない。
- ・ 業種は、基本的にモノの輸出なので、製造業が多い。ただし商社が仲介することも多い。

【新たに取り組んでいる、または取り組もうとしている施策】

- ・ 貿易保険の認知を広げる取り組みを進めたいと考えている。中小企業では貿易保険の制度、サービスの認知度が低い。特に新規に海外進出を始めた企業、これから海外へ出て行こうとしている企業への周知が不足している。

③ 中小企業に向けた国際化支援の利用促進の取り組み

- ・ 各地で説明会を積極的に進めているところである。従来、貿易保険セミナーを年 3 回、東京、名古屋、大阪でやっているが、本年度はさらに、地域の地場の中小企業を掘り起こすことを目的として、札幌、仙台、広島、九州で開催する予定である。新規顧客を開拓するため、地方の経済産業局、商工中金と共催する形でセミナーを開催し、参加者募集の協力を得ている。

④中小企業の国際化支援での重要なポイント・成功要因に関する意見

- ・ 海外ビジネスの基本的な手続きとして、初めて海外取引を行う際に、取引先企業が本当に信用できるかどうかを判断するために、売買契約をしっかりと文書で行うことが、必要であることを伝えるようにしている。日本国内であれば、ある程度日本的なビジネス慣行が通用するが、海外では、問題が起こって保険を払う場合などでは、売買契約の文書が重要になる。
- ・ 新たな取引先企業の場合は、取引前に、相手方の支払能力、信用力の調査をしておくことも、リスクを避ける上で必要である。海外の展示会や見本市で知り合っ、単に食事会をして信頼し、取引を行うというのは危険が大きい。
- ・ 海外バイヤー信用調査については、1社当たり3件まで無料とする取り組みを2008年から継続して行い、支援している。信用調査の実務は海外の同様の機関や、各国の帝国データバンクのような民間調査機関などからの情報を入手し、実施している。

⑤今後の国際化支援に関する考え

- ・ 中小企業の国際化支援はNEXIの事業の重要な柱の1つである。政府も中小企業の海外展開支援を強化していく方針を持ち、NEXIとしても、周知活動を含めて、対応強化する必要があると考えている。
- ・ 企業に対してまずは貿易保険を知ってもらい、利用促進することが支援に繋がると考えている。そのために、広報、周知活動の充実を図っていかねばならないと考えている。
- ・ NEXIとしては、特定の業種やエリアなどに注力し対応を強化するという考えではなく、保険を利用してきた顧客のニーズに応えることが大切と考える。中小企業に対しては、わかりやすく説明する努力、丁寧に対応することが、保険を利用していただく上で、利用を促進する意味でも大切と考えている。
- ・ NEXIは役職員150名、地方は大阪に支店があるだけなので、ネットワークは圧倒的に不足している。いろいろな機関との連携を重要視しており、全国にネットワークを持つ金融機関や中小企業の団体などと連携していきたい。商工中金とはセミナーでの協力の他、貿易保険の紹介を全国の支店でしてもらい、低利融資制度を作ってもらいなどの連携をしている。民間の銀行や損保会社とも業務委託、業務提携して、保険の案内や受付窓口をしてもらっている。商工会議所とも昨年、業務協力を結んでおり、会員企業への案内やセミナー、商談会をするような活動を行っている。

⑥当機構国際化支援活動との連携

- ・ 中小機構とは同じ独立行政法人であり日頃から協力関係にある。中小機構との連携では、保険の周知活動、中小機構に寄せられる貿易相談を通じて紹介してもらいなど、中小機構が持っている色々なチャネルを使って貿易保険の紹介をしてもらえると良いと思う。

⑦当機構への要望・問合せ等

- ・ 貿易保険制度の説明は結構大変であり、利用申し込みの手続きにも説明が必要となる。強いニーズがない限りは、即利用に繋げることは難しいと思うが、一部の地域や企業の団体で、貿易保険のある程度まとまった申し込み件数があれば、業務協力をお願いしたい。中小機構との連携は、企業からの相談を受けるアドバイザーの方に貿易保険の知識を持っていただき、中小機構のネットワークを使って、そのエリアで顧客への説明や申し込み手続きの前さばきをやっていただきたい。NEXIの事務所は、東京と大阪に限られている為、中小企業にとって地元でも貿易保険の相談ができればメリットは大きいと思う。

ヒアリング票 NO.5 : 三菱東京 UFJ 銀行

機関名	株式会社 三菱東京 UFJ 銀行
所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-7-1

【機関概要】

- ・ 2006 年 1 月、東京三菱銀行と UFJ 銀行が合併して誕生した、三菱 UFJ フィナンシャル・グループ傘下の都市銀行である。邦銀随一の幅広い内外ネットワークを有し、さまざまな切り口で国際業務、外為取引を支援する機能をもっている。

①当機関の国際化支援メニューの特徴

- ・ 組織的に強固な支援体制が全国的に整えられている。全国の支社が窓口となり、支社から上がる海外進出の相談、ニーズを本部が受けている。本部に配置された IBP (インターナショナル・ビジネス・プロモーター) が各支店から上がる相談をさばいて、各事案の担当者、地域、活用できるソリューションを調整、それを受けて本部の国際業務部、法人業務部が企画提案や情報提供などを行っている。
- ・ アジアデスクを設置し、特にニーズの強いアジアを重点的に支援できる体制をとっている。本部にアジア関連の関係者をまとめたアジアデスク、各拠点にアジア推進担当者 (中国担当、インド担当など) を配置し、両者が連携して情報共有して相談事案に対応している。
- ・ カントリーアドバイザー制度を導入し、より専門的な相談に対応している。カントリーアドバイザーはアジアの拠点長経験者であり、それぞれの国の知見が深く、労務、当局がらみの話など深いレベルの相談ができる。カントリーアドバイザーによるセミナーも実施し、総勢 72 名で全国をカバーしている。
- ・ 情報発信型の支援メニューとしては、セミナー及び、会員制サイト、書籍 (海外投資ハンドブック) がある。セミナーは海外拠点網からの情報を入れて、タイムリーかつ詳細な情報を提供している。インドは大企業が中心になるが、中国は大半が中小企業になる。会員制サイトは複数あり、アジアや欧米など特定の地域の情報をタイムリーに提供、質問にも対応する双方向のサービスとなっている。会員資格は当行との取引があることである。海外投資ハンドブックは地域ごとに簡単な情報を盛り込んだ 200P 程度の書籍である。
- ・ 海外での販路拡大に関する取り組みとして、関連会社の三菱 UFJ リサーチコンサルティング株式会社において、「販路開拓プログラム」を設けている。販売戦略の構築から PR ツールの作成などのコンサルティングを行っており、相談によっては直接バイヤー紹介を行うケースもある。関連会社の役割分担はケースバイケースであり、当行単独、関連会社と連携、あるいは他のコンサルティング会社と連携するなど、顧客の中小企業の進出形態や意向によって様々な支援体制を組んでいる。
- ・ 支援メニューの費用について、セミナーは無料、関連会社や外部の専門家を使ったコンサルティングは有料、双方向で行う会員向けサイトは年会費を取って運営している。

②中小企業の国際化支援メニューの利用状況・最近のニーズ傾向について

【利用頻度が高い支援メニュー】

- ・ 新規進出の相談、進出後の相談がともに増えている。新規進出相談は半期で約 800 件、進出後相談は約 200 件であり、新規進出相談が多い。
- ・ アジアの相談が圧倒的に多く、中でも中国が一番多く、半期で 1,400 件の相談がある。次にタイ、ベトナムが各 200 件程度で、韓国が続く。
- ・ 新規進出の目的は大きく分けて次の 3 つである。1 . 海外で、低コストでモノを作って日本に入れる、2 . 国内での納入先企業 (大手) の海外進出に伴って、サプライヤーとして付いていく、3 . 海外での販路開拓のために出て行く。最近の傾向としては、1 のケースが減少し、2、3 が増えてきている。2 のケースは、一時落ち着いていたが、最近また、増えてきている。国内の需要が縮小傾向にある中で、需要の旺盛なアジア、新興国のマーケットを見据えた動きが活発である。

【国際化支援メニュー利用企業の最近のニーズ】

- ・ 最近の傾向として、相談内容が専門的、高度になってきている。単に海外に出たいという漠然とした相談は少なく、中国に進出した企業で、現地の労働コストが上がって次の移管先を探す相談や、一旦進出を果たした企業で、次のステージとして効率化を求める相談などが増えている。例えば効率化の相談では拠点ごとに分散している経理機能を集約するとか、各拠点の資金をまとめて必要なところへ必要なだけ貸し出す仕組みなど提案している。

- ・ サプライヤーに付いていくケースでは、国の制度や規制について1つ1つ教えて欲しいという要望が多い。ビザの制度、資金調達にしても国によって色々であり、諸規制について情報提供している。
- 【新たに取り組んでいる、または取り組もうとしている施策】**
- ・ 今後の取り組みとして、相談してくる個々の中小企業への対応の強化及び、中小企業全体を対象としたマスでの対応の強化の両面を考えている。
 - ・ 個々への対応強化としては、相談に対応する人員の増強を図る。中小企業からの相談は増えており、現状の人員ではカバーしきれていない部分がある。
 - ・ マスへの対応強化としては、セミナーの質・量両面での充実を図る。頻度を増やすとともに、内容もこちらからの一方的な情報提供だけでなく、パネルディスカッションのような形で、テーマを絞ってより専門的で深い議論に入ってもらおうと考えている。セミナー後のアンケートなどを通じて個々の企業の相談内容を聴取し、より深いレベルの相談に繋げていく。

③中小企業に向けた国際化支援の利用促進の取り組み

- ・ 各支店の担当者が中小企業の最も身近な窓口になる。支店担当者がセミナーの案内をしたり、アジア推進担当者から受けた情報を伝えたりしている。セミナーは情報ツールを使って、過去のセミナーへの出席状況、登録情報により、興味のある地域やテーマの合致する企業へ送っている。

④中小企業の国際化支援での重要なポイント・成功要因に関する意見

- ・ 海外進出に伴い手薄になる部分を補うことが支援のポイントになる。中小企業が海外に出て行く場合、一番の鍵となるのは人員の問題である。現地で経営戦略を練ったり、立ち上げた工場のオペレーションをしたりする人が手薄になりがちであり、銀行のソリューションを使いながら補足する、助言する、代わってできることがあれば代行するなどの支援が必要となる。現地での総務・労務やマーケティング活動の手伝いなどであり、現地の工場だけではできず、親会社でも負担が大きい部分をサポートする。

⑤今後の国際化支援に関する考え

- ・ ビジスマッチング、海外支援のフルサポート、海外拠点での日本語対応など、海外進出していく中小企業のニーズにできるだけ応えていきたいと考えている。
- ・ ビジスマッチングのニーズが非常に強い。商談会を上海、幕張などで開催しており、今後もできるだけ推進する。
- ・ 初めて海外に出る企業では、国の制度の説明から会社の立ち上げまでのフルサポートを求めるニーズが強い。これに対して、関係会社や専門家を使いながら、コンサルティングを行い会社設立までサポートしていく。
- ・ 海外拠点で日本語サービスを求める企業が多い。支店から遠隔地であっても、ニーズに合わせてできるだけ対応するようにしている。現地スタッフの教育は各支店や組織全体で力を入れている。
- ・ 他機関との連携について、セミナーでの協力を主体として地方公共団体やジェトロなどと連携しており、ファイナンス面でも、今後、JBICやJICA、中小企業信用保証協会などと組んでパッケージ型サービスができると良いと考えている。また、金融信金や地銀との連携も進めており、信金や地銀と取引のある中小企業で海外ニーズが発生した場合、海外については当行がサービスを提供することで、信金や地銀の顧客企業についてもサポートしたいと考えている。

⑥当機構国際化支援活動との連携

- ・ 当行の中小企業部に中小機構との連携の担当窓口を持っており、定期的に情報交換やセミナーでの協力をしている。中小企業の海外への関心が高まっていることを受けて、海外については国際業務部とも連携するようになってきている。
- ・ 連携方法としては、まずはセミナーでの協力が第一になる。個社別の対応をどうしていくかについては次のステップとして、当行ができるスキームを提案しながら進めることになると思う。

⑦当機構への要望・問合せ等

- ・ 国の制度として、中小企業の信用を補完するような制度ができると良い。中小企業の海外進出が活発になる一方、規模が小さい企業の場合は信用が充分でないためにどこまで支援できるかという問題が起これば、より安心して支援できるような制度ができると良い。
- ・ 人材育成のサポートをして欲しい。中小企業の海外進出では人材不足が常に問題になる。方法は色々あると思うが、当行としても協力してサポートしたい。