

第6章 海外展開支援事業の現状と支援ニーズ

中小企業支援機関に対するアンケートの概要

- ・ 地方自治体、商工会議所、政府系機関など 195 機関に支援事業に関するメールでのアンケートを実施し、90 機関から回答を得た。
- ・ このうち 80 機関が海外展開に関する支援事業を行っており、その合計件数は 243 件に上る。平均すると、1 機関当たり約 3 件の支援事業を実施している。

海外展開支援事業の概要

- ・ 支援事業の目的としては、「輸出」、「輸入」、「業務提携」、「現地法人の設立」、「進出後の事業運営」の順に多く、「撤退」に関する支援を目的とした事業は極めて少ない。
- ・ 方法としては、「情報提供」、「マッチング」、「コンサルティング」および「講習会」の順に多い。特に、「情報提供」を含む事業は 130 件に上っている。

企業の支援ニーズ

- ・ 一方、企業が海外展開にあたって、活用した公的な機関あるいは民間企業による支援事業において、最も利用度が高かったのは「取引先の支援」であり、4 割弱の企業が利用している。これに次ぐのは「銀行や商社のセミナー等」である。公的な支援では、国の機関による支援事業の利用度が高かった。
- ・ 企業が今後、利用したいと考える支援事業については、「現地の法律・税制」、「輸出入手続き」、「現地のニーズ・競合状態」などに関する調査をあげる企業が多く、ベーシックな調査に関する需要が多いといえることができる。
- ・ ただし、自由回答やヒアリングでは「具体的なコンサルティング」や「親身な相談相手」を求めているケースもあり、企業による温度差が大きい。

支援事業の今後の方向性

- ・ 支援機関が想定する支援事業の方向性は目的、方法ともに現状の延長線上にある。ただし、目的においては、地域の特性に応じて、特定の産業や特定の国・地域に重点を置くケースがみられた。
- ・ また、方法においては、情報提供およびコンサルティング内容の「具体化」や「専門化」、他の機関との「連携」、「協力」に対する志向が打ち出されている。

1. 支援事業の現状

(1) 中小企業支援機関に対するアンケートの実施状況

本調査の一環として、中小機構が関係機関と連携しながら支援事業を展開するにあたり必要な情報を入手すること、また、中小企業からの相談に対して関係機関が実施している支援事業の実態を把握しておくこと、のために、支援事業に関係が深いと考えられる諸機関を対象にメールアンケートを実施した(以下、「支援機関アンケート」とよぶ)。支援機関アンケートの内容は、支援事業の現状、支援事業の今後の方向性である(詳細については資料編の資料3をご参照)。アンケートの送付先は、都道府県および政令指定都市、都道府県等中小企業支援センター、各地の商工会議所、その他政府系機関である。分野別のアンケート送付数と回答数は下のとおりであった。

	送付数(件)	回答数(件)	回答率(%)
都道府県および政令指定都市	60	39	65.0
都道府県等中小企業支援センター	60	34	56.7
各地の商工会議所	47	10	21.3
その他の政府系機関	28	7	25.0
合計	195	90	46.2

(2) 海外展開支援事業の概要

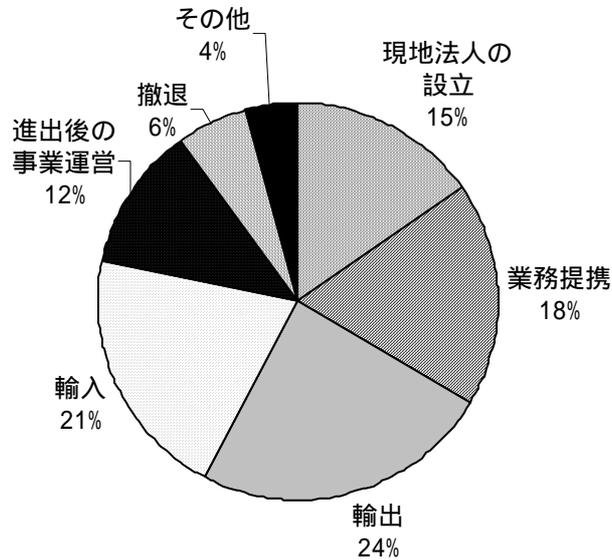
支援機関アンケートに対する回答を得た90機関のうち、海外展開に関する支援事業を行っていなかった機関は10機関である。残りの80機関は何らかの支援事業を実施しており、その合計件数は243件に上る。平均すると、1機関当たり約3件の支援事業を実施していることになる。実際には、事業の数は機関によってばらつきがあり、支援事業が1件というケースが21機関ある一方で、最多では10件の支援事業を行っている機関もあった。こうした違いは、機関の立地する地域経済の特性によるところが大きいと考えられる。

これらの事業に関して「目的」と「方法」の面からアンケート調査を実施しているが、これらについては複数回答となっている。1つの事業が複数の目的および方法で構成されているケースが多いためである。例えば、企業が海外展開の準備段階を進めるにしたがって、「情報提供」から始まり、個別の「コンサルティング」へ、場合によっては「現地調査への同行」へと進むパッケージとして、1つの支援事業を実施するようなケースが想定される。

目的については、「輸出」、「輸入」、「業務提携」、「現地法人の設立」、「進出後の事業運営」の順に多く、「撤退」に関する支援を目的とした事業は極めて少ない。

図表 6 - 1 支援事業の目的

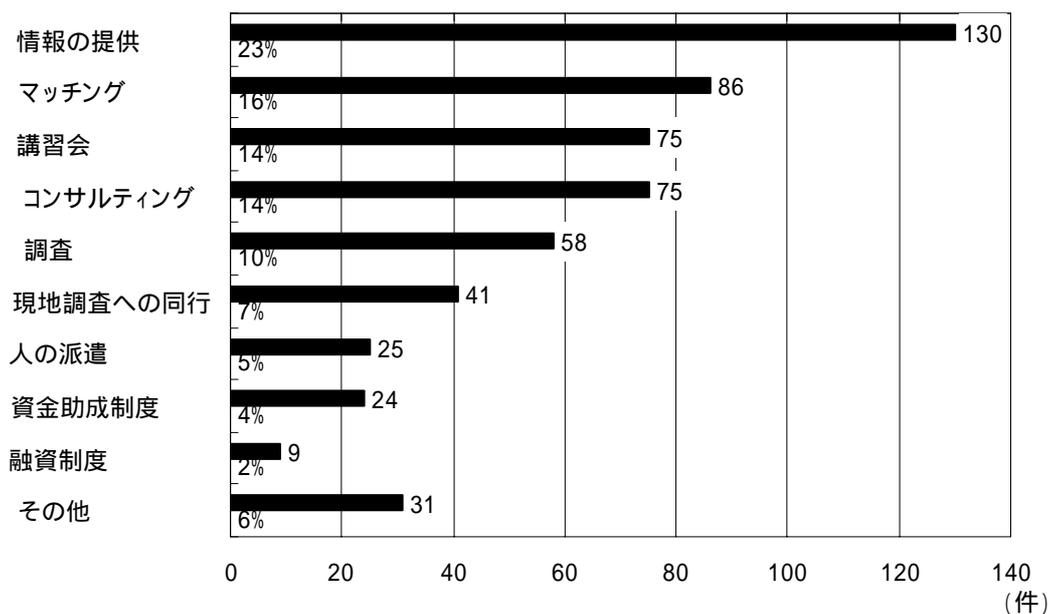
N = 856
(MA)



方法としては、「情報提供」、「マッチング」、「コンサルティング」および「講習会」の順に多い。特に、「情報提供」を含む事業は130件に上っている。支援事業の合計件数は243件なので、支援事業の半分以上が「情報提供」に関与していることになる。一方、件数として少なかったのは、「融資」、「資金助成」、「人の派遣」である。

図表 6 - 2 支援事業の方法

N = 554 (MA)

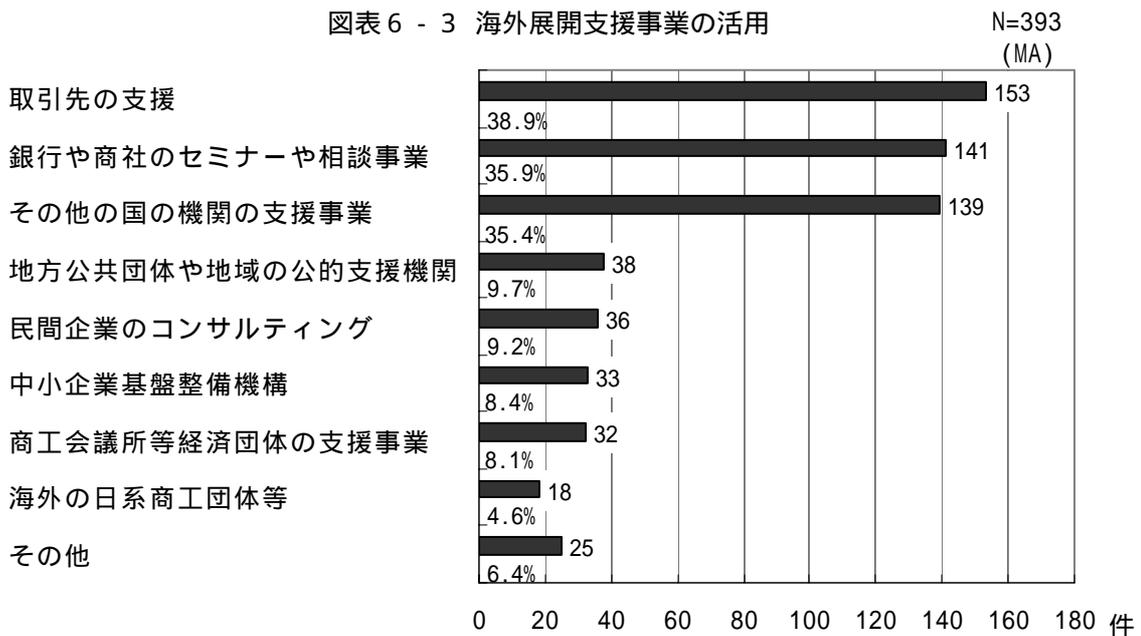


2. 企業の支援ニーズ

(1) 支援事業の利用状況

海外展開企業が海外展開にあたって、活用した公的な機関あるいは民間企業による支援事業の件数は615件であった(393社による複数回答)。最も利用度が高かったのは「取引先の支援」であり、4割弱の企業が利用している。これに次ぐのは「銀行や商社のセミナーや相談事業」である。

公的な支援事業については、中小機構も含めた「国の機関による支援事業」の利用度が高く、次いで「地方公共団体や地域の公的支援機関」、「商工会議所等経済団体の支援事業」と続いている。



(2) 利用したい支援事業

中小企業に対するアンケート調査から企業が今後利用したいと考える支援事業に関する回答結果をみると、利用したい支援事業として41社、88件の回答があった。このうち65件については、大きな意味で調査に関する事業である。特に、件数が多かったのが、「現地の法律・税制」(21件)、「輸出入手続き」(10件)、「現地のニーズ・競合状態」(9件)などに関する調査であり、ベーシックな調査に関する需要が多い。本設問では支援事業として31の項目を設けていたが、そのうち13項目につ

いては関心が示されなかった。具体的には、「事業計画の策定（販売目標や生産目標の設定など）」や「人材訓練」など、特定の分野に踏み込んだ支援である。

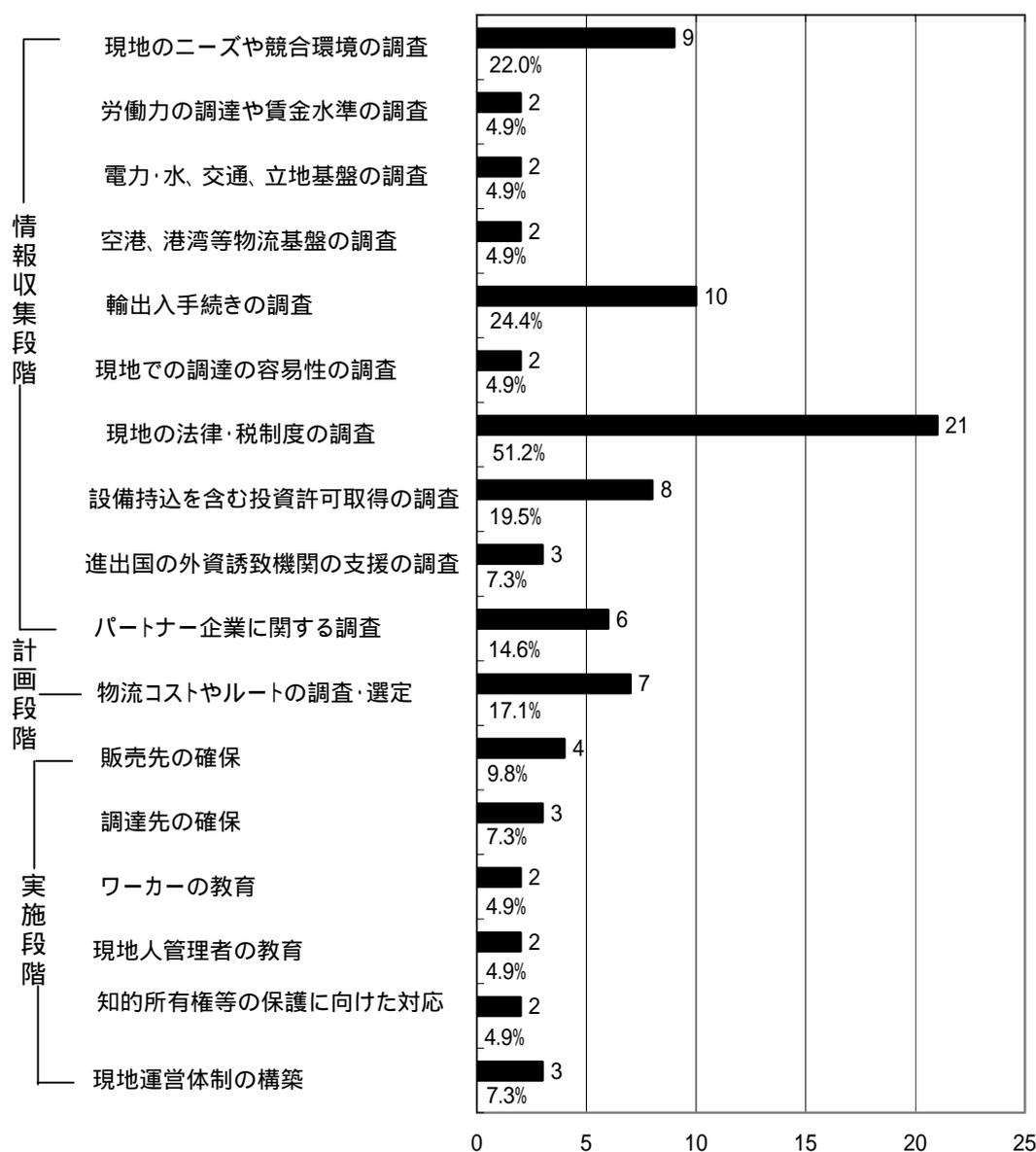
海外展開に向けた準備の段階別にみると、情報収集段階の項目への回答が最も多く、回答企業数も多い。一方、計画段階の項目に関しては回答が少ない。

しかし、自由回答部分を抜粋してみると、「現地弁護士」、「会計士の紹介・仲介」および「具体的なコンサルティング」に対する要望や親身な相談相手を求めるケースもあり、企業による温度差があるのではないと思われる。

（自由回答の事例は、資料編の資料4 - 問7-2を参照）

図表6 - 4 利用したい支援事業

N = 41
(MA)



以上でみたように、現状の支援事業の利用という点では、取引先や銀行・商社など民間企業によって提供される支援と、国の機関によって提供される支援を合わせて利用しているという中小企業が少なくないことがわかった。

また、今後の支援施策の利用については、選択肢型の回答では情報収集段階における支援に対してニーズが高いことが伺えるが、自由回答では企業それぞれに個別具体的な意見が上げられている。前者に対しては、民間企業や進出候補国の政府機関なども無料の情報提供サービスを行っているところが多く、その情報の整備が課題と考えられるが、それより一歩進んだ計画段階あるいは実施段階においては、自由回答のように企業毎の事情に応じた個別コンサルティングによる支援をより充実していく必要があると言えるだろう。

企業ヒアリングから

中国 無錫市に進出した電気機器メーカー

中小機構の支援で効果的であったのは、いろいろな人を紹介してもらったことである。特に現地の邦銀を紹介してもらい付き合いができたことや、その銀行からリース会社を紹介してもらったことなどが現地の立ち上げに効果的であった。

中国 青島市に進出した染色会社

海外展開に関する事案が出たときに、中小企業としてはまずどこに行ったらよいかかわからない。そこで我々が海外に進出したいという時に、海外のことを何でもワンストップで相談することのできる窓口があるとよい。そこで全て対応できなくとも、受けた相談を適切な部門に振り分ける窓口であればよい。相談のしやすさも重要である。アドバルーンを上げて認知度を高めて欲しい。

タイの企業と業務提携をしている電気・電子部品メーカー

ジェットロのタイの事務所にある部屋を借りて情報収集に当たったが、ネット環境や資料が整っていること、相談サービスがあることなどがよかった。

3 . 支援事業の今後の方向性

支援機関の考える方向性

事業の実施主体である支援機関は、支援事業の方向性について、どのように考えているのであろうか。支援機関アンケートでは、今後の海外展開支援に関する「目的」と「方法」の方向性について、自由記述方式で回答を得た。

(自由回答の事例は、資料編の資料4 - を参照)

目的

現状の支援目的については、既述のとおり、「輸出」、「輸入」、「業務提携」、「現地法人の設立」の順に事業件数は多い。今後の方向性においては、「海外における販路開拓」を想定したものが多く散見された。

興味深かったのは、地域の特色が打ち出されたケースがあった点である。目的は「販路開拓」や「海外進出」であるが、「県内 IT・コンテンツ産業」、「食と観光」など、地域における有望産業や基幹産業に対する支援を打ち出しているケースがある。また、国・地域についても、中国、東アジアおよびロシアなど、ニーズや事業機会を考慮し、重点を置く方針を打ち出しているケースもある。

方法

現状の支援方法については、すでにみたように、情報提供、マッチング、講習会コンサルティングが事業件数としては上位を占めている。今後の方向としても基本的には、これらの方法を通じての支援を想定している機関が多い。

しかし、多くの回答に共通してみられた傾向の1つとして、情報提供およびコンサルティング内容の具体化・専門化があげられる。基礎的な情報は銀行やコンサルティング会社などの民間セクターや海外現地の政府機関などによっても提供されている。支援機関としては、より企業のニーズに踏み込んだ内容の情報提供が望ましいという姿勢が伝わってくる。

もう1つとしては、他の機関との協力・連携である。協力・連携の対象は、民間企業、国の機関、海外現地の政府機関などさまざまである。当然のことながら、組織の人的資源や予算には限りがある。すでに、海外展開支援に関する資源（経験・ノウハウ）を蓄積している組織の能力を上手く活用することは、重要な方法だと思われる。

自由回答だけにその内容は多様であるが、具体的な試みに言及している機関もある。（例えば、アジアの公的人材機関との提携による、研修生の受け入れ、マッチング、バーチャル商談会の設置及び出展企業に対するサポートなど）