



中小企業の海外展開の現状について

平成22年10月

中小企業庁

中小企業の海外展開ニーズの高まり

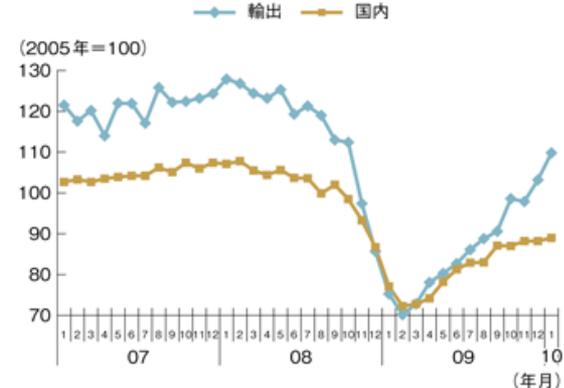
背景

○リーマン・ショックを契機に世界経済は急速に悪化し、我が国経済も大きな打撃を受け、景気が回復しきらない中で、急激に円高が進行し、我が国経済は更なる打撃を受けている。

○人口減少下の我が国市場は、中長期的な拡大が見込めない状況。

輸出及び国内の出荷指数

リーマン・ショックによる我が国経済への影響は大きい。



資料：経済産業省「鉱工業出荷内訳表」

中小企業の海外展開ニーズの高まり

○一方、アジアをはじめとする新興市場は、中間所得者層の拡大によって著しい成長を遂げており、その成長を取り込むことは、中小企業にとっても重要。

○しかしながら、現状では、大企業と比べて輸出を行っている中小企業の割合は低く、中小企業は、今後、積極的に海外展開を進めていくことが必要。

<参考>2009年のGDP成長率

リーマン・ショックの影響で、世界経済全体はマイナス成長であるにもかかわらず、アジアでは堅調な伸びを示している。
(日本:-5.3% 米国:-2.5% ユーロ圏:-3.9% 中国:8.7% インド:5.7% ASEAN-5:1.7%)

中小企業の海外展開の重要性

○中小企業の海外展開は我が国政府の中でも重要な政策課題。

<新成長戦略>

当省での産業競争力部会での議論も反映させた形で、6月18日に政府全体として「新成長戦略」を閣議決定。

【新成長戦略「成長戦略実行計画」に掲載】

早期実施事項として「中小企業の海外展開支援パッケージの創設」を挙げており、2020年までに「中小企業の海外事業の拡大」を実現することを目標とする。

<産業構造ビジョン>

成長戦略基本方針を踏まえ、産業構造審議会に新たに産業競争力部会を設置し、施策検討・立案を実施。本年6月3日に「産業構造ビジョン2010」をとりまとめた。

【産業構造ビジョンに掲載】

「アジアをはじめとする海外の新興国は市場規模が拡大し、購買力が伸びていくことが見込まれる。そうした中で、中小企業も大企業からの受注生産に依存するのではなく、自社ブランドでの取引を行い、自ら成長する海外の市場と繋がっていくことが重要となっている。こうしたことから、中小企業の国際展開の課題を克服するために、海外展開の準備段階から、契約段階までを、国内外で一貫して支援することが重要となる。(抜粋)」

地域における中小企業の海外展開の取組

○海外展開を志向する中小企業は、各地域に存在。これらの中小企業の海外展開ニーズの高まりを受け、既に様々な取組が行われている。

<取組の例>

- ・地方自治体が地域の中小企業をとりまとめてミッションを派遣
- ・農業団体が生産者等を取りまとめて海外バイヤーとのマッチング支援を実施
- ・産業クラスターに参画する地域の中小企業が集まり、海外で商談会を開催
- ・地方銀行が、融資先の中小企業をとりまとめて海外見本市へ出展



海外見本市出展



セミナー開催