

地政学リスク、ウィズコロナ時代における 中小企業の海外ビジネス促進に向けて [提言概要版]

2022年10月20日

日本商工会議所・東京商工会議所

中小企業を取り巻く厳しい経営環境

・ 国内市場の縮小

…日本の総人口は2008年の1億2,808万人をピークに、2053年には1億人を下回る予測

・ 急激な円安、原材料価格高騰等で利益を圧迫

…為替相場は、2022年1月1日の1\$=115円が、10月には1990年以來の1\$=149円台の円安水準をつけた。価格転嫁が追いつかず、事業者の利益を圧迫

新たな活路として、海外需要の取り込みを考えるも…

- ・ 販売先の確保、売上が立つか心配
- ・ 現地の市場動向やニーズがわからない
- ・ 海外ビジネスに対応できる人材がない
- ・ 現地の法規制や許認可への対応ができるか不安
- ・ 取引相手が信頼できるか不安 etc...

成長著しいアジア市場

(実質GDP、年間変化率、%)	2021	2022 (予測)	2023
世界GDP	6.0	3.2	2.7
先進国・地域	5.2	2.4	1.1
アメリカ	5.7	1.6	1.0
ユーロ圏	5.2	3.1	0.5
日本	1.7	1.7	1.6
新興市場国と発展途上国	6.6	3.7	3.7
アジアの新興市場国と発展途上国	7.2	4.4	4.9
中国	8.1	3.2	4.4
インド	8.7	6.8	6.1
ASEAN原加盟国5か国	3.4	5.3	4.9

(出典：IMF 2022年10月世界経済の成長率予測)

海外市場の需要取り込みに向けた政府の方針

- ・ 海外への直接輸出又は直接投資を行う中小企業の比率を今後5年間で10%向上させる
…成長戦略フォローアップ（2020年7月）
- ・ 農林水産物・食品の輸出額を2025年に2兆円、2030年に5兆円にすることを目指す
…成長戦略フォローアップ（2020年7月）、食料・農業・農村基本計画（2020年3月）

海外需要の取り込みは、これからの日本にとって必要不可欠。そのためには、**海外ビジネスを販路拡大の新たな道筋として選択**できるよう、**中小企業の課題・不安を取り除くとともに、円安も機に輸出等の拡大に向け、海外ビジネスへの一歩を後押しする環境を整えることが重要。**

基本的考え方①～③ 3～5

I. 中小企業が海外ビジネスにチャレンジするためのさらなる後押しを ... 6～10

1. 海外ビジネスへの挑戦を後押しする情報の拡充 6
2. 海外販路開拓の加速に向けた環境整備①② 7～8
3. 海外ビジネスに対応できる国内外人材の確保、育成への支援拡充 9
4. 海外ビジネス（進出後・撤退等）に伴う各種課題への支援体制強化 10

II. グローバル経済環境での競争力強化に向けたさらなる支援を ... 11～13

1. 原材料等の安定的な調達環境の確保 11
2. 経済連携協定・投資協定の拡大と活用促進、経済安全保障の確保 12
3. 国際サプライチェーンでの競争力強化に向けたカーボンニュートラル、人権対応の推進 ... 13

III. 地域一体で海外ビジネスに挑戦する後押しを 14～15

1. 地域における輸出機能強化への支援 14
2. 地域の事業者同士の連携による海外ビジネスへのチャレンジに対する支援 15

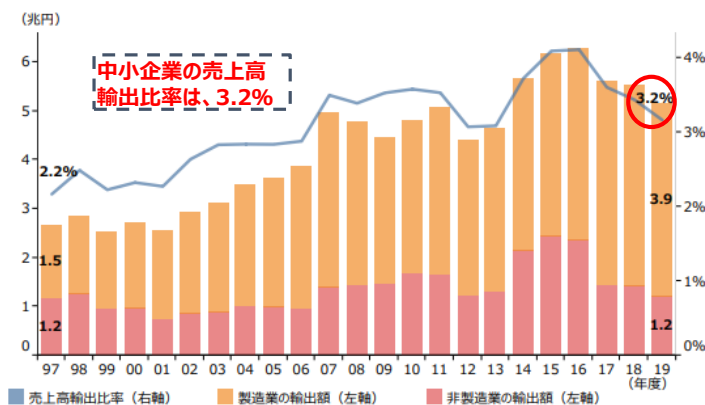
参考資料：商工会議所の取組み事例 1～5 16

IV. まとめ：中小企業の海外ビジネス促進に向けて 22～24

【中小企業こそ世界で稼ぐ】

- この30年間、日本が長らく停滞していた間に世界は大きく成長を続けた。このままでは日本だけが取り残され「失われた40年、50年」を歩いていくことになりかねない。
- 人口減少に伴う国内市場縮小や昨今の原材料価格高騰等の厳しい経済環境の中でも中小企業が生き残り、成長を続けていくためには、経営者自身が時代の変化に合わせ「世界で稼ぐ」という強い決意と覚悟、リスクを一つずつ乗り越えていく粘り強い姿勢が求められる。
- このためには、海外市場へのチャレンジに伴う課題や不安を低減するとともに、経営者の背中を後押しする支援施策の提供と拡充が重要となる。
- 特に、世界のEC市場規模は拡大を続けており、日本の中小企業にとっても海外市場獲得のチャンスが訪れている。海外にチャレンジする中小企業のすそ野を広げ、昨今の円安を好機に輸出を拡大し、日本経済の成長エンジンとしていくことが重要である。

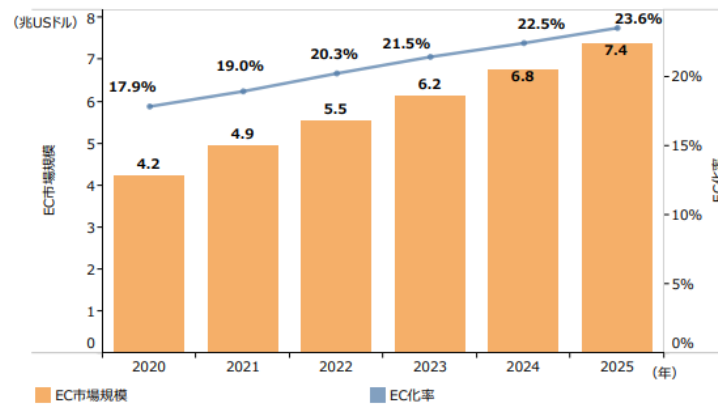
中小企業の業種別輸出額及び売上高輸出比率の推移



資料：経済産業省「企業活動基本調査」再編加工
 (注) 売上高輸出比率は、中小企業の売上高に占める中小企業の輸出額（製造業・非製造業の合算）を算出したもの。

(出典：2022年版中小企業白書)

世界の BtoC -EC市場規模 (推計)



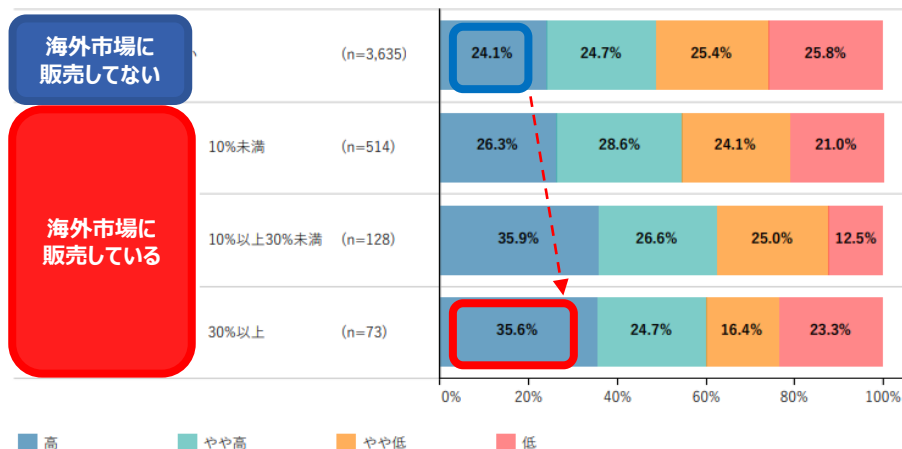
資料：eMarketer, Jan 2022
 (注) 旅行やイベントの子割、料金支払い関連、税金、送金、フードサービス、ギャンブル等は含まれない点に留意。

(出典：2022年版中小企業白書)

【海外ビジネス促進に向けた人材育成と支援体制のさらなる強化】

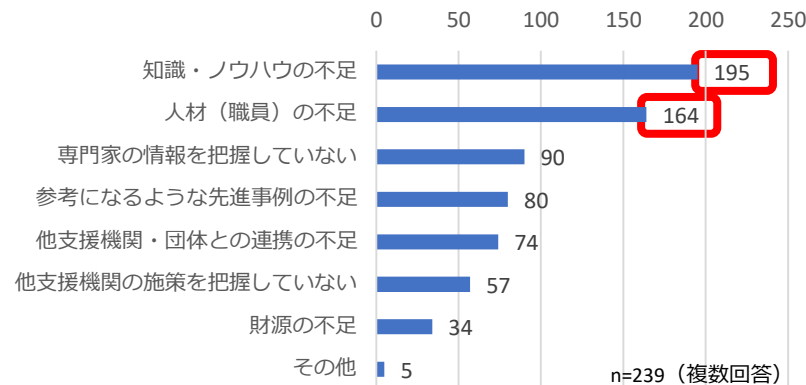
- 「新しい資本主義」による成長と分配の好循環を実現するためには、生産性向上を通じた更なる成長が必要。海外ビジネスへの取り組みと労働生産性との間には正の相関関係が見られることから、中小企業が海外市場に挑戦するための支援が重要。
- 海外ビジネスは、経営者自身の強い意志と実行力に加え、社内人材の存在も重要。また、国内取引とは異なる事項への対応については都度相談ができる体制があることが有用であることから、身近な相談窓口である商工会議所の能力強化も重要。
- 政府においては設定した各種KPI達成に向けた重点施策の一つとして、中小企業と支援者側双方の能力強化を図ることが必要である。

海外売上高比率別、労働生産性の水準（2018年）



(出典：2020年版中小企業白書、小規模企業白書)

海外ビジネスに関する会員企業からの相談対応にあたっての商工会議所の課題



(出典：日本商工会議所「2022年度 商工会議所における国際ビジネス支援活動に関する調査」)

【地域産業や特性を活かした地域一体での海外ビジネス取組推進】

- 中小企業の海外ビジネスは、経営体力、商材や販売ノウハウなど各社各様であることから、国や関係機関による各種支援施策も個社支援が中心となっている。施策は個々の実情に対応できるよう、充実したものになっている。
- 一方、海外の展示商談会においては、**地域一体で出展する方が個別出展よりも注目度が高く、ブランディング強化の有力な方策**であるという声も聞かれる。また、地域団体商標や地理的表示制度の活用も進んでいる。
- これまでの**個社支援の更なる拡充と合わせて、中小企業の新たな海外ビジネスへの取組方策として、地域一体での取り組みについてより一層強力な支援をすることが、今後、中小企業のさらなる海外ビジネスの促進、ひいては地域経済の活性化につながるものと考えられる。**

【事業者の声】

- 企業単独では現地でのプレゼンスが弱く、情報収集や連携先の発掘において限定的となるため、一定程度の組織規模で取り組むことが効果的。
(九州・食品製造販売事業者)
- 地域単位での海外ブランディングにより、顧客への訴求力・提案力を高めることで、地域産品の高付加価値向上を実現している。
(新潟県燕市、倉庫・物流事業者)



地域団体商標 登録件数
735(2022年8月末現在)



GI登録産品数
119(2022年8月4日現在)

1. 海外ビジネスへの挑戦を後押しする情報の拡充

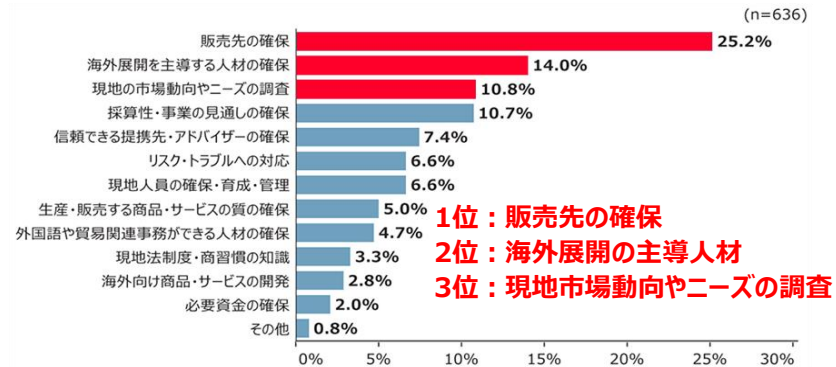
課題（事業者の声）

- 経営体力が限られる中小企業にとっては、進出先での売上見通しが立たないと海外展開に踏み切れない。
- 各機関から海外ビジネスに関する多様な支援施策が提供されているが、自社に適した支援施策の活用に至るまでは難しい。
- 急に変更があった規制の詳細や現地で発生したトラブル等のビジネスに直結する具体的な情報が日本では入手しづらい。

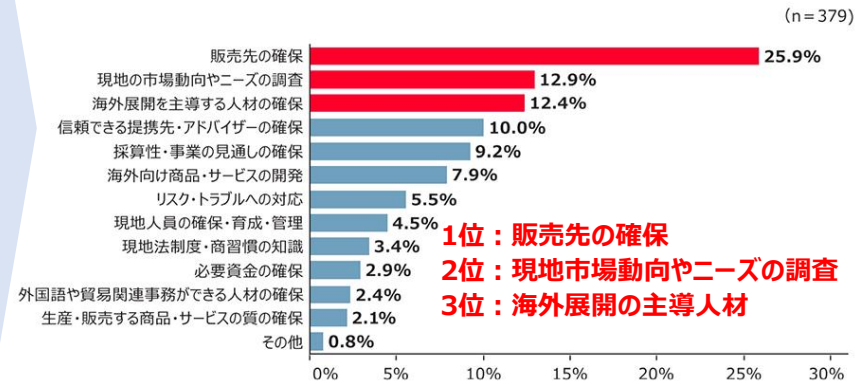
提言事項

- **各国・地域における業界別市場規模、競合の状況、規制、流通の仕組み等、市場に関する具体的な情報を提供**
- **各省庁や関係機関等が提供している支援施策を海外ビジネスのフェーズ毎に整理し、事業者がワンストップで情報を得られる仕組みの整備**
- **これまで企業が直面したトラブル・対応事例について、現地特有のネガティブな情報も含め国・地域別に提供**

海外展開実施企業が最も強く感じている課題



海外展開を実施していない企業が最も強く感じている課題



2. 海外販路開拓の加速に向けた環境整備①（越境ECの推進）

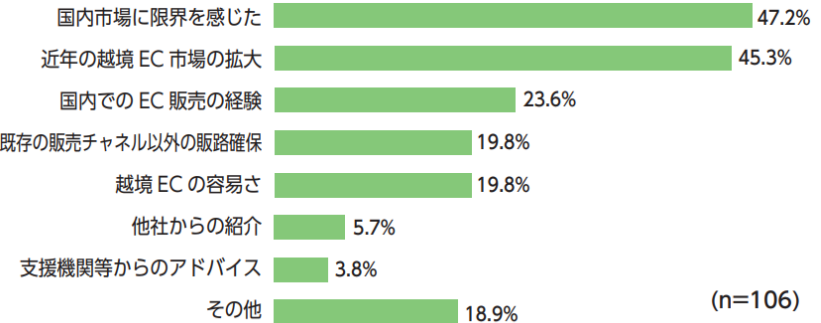
課題（事業者の声）

- コロナ禍を契機として、越境ECモールに出店したものの、マーケティング面の知識・ノウハウの不足により、売上が立たない。
- 越境ECを始めたが、円安とはいえ、関税や送料がのしかかる価格に対して現地客に購入してもらうには本当に難しく、悩んでいる。
- 産地企業の場合、下請け企業が多いため、越境ECで企業間（BtoB）取引ができるようになればよい。

提言事項

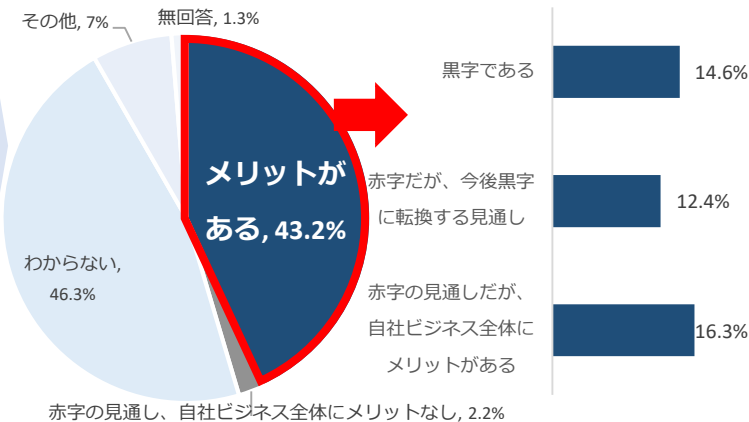
- **越境ECの活用促進に向け、JETROが連携する海外ECバイヤーの拡充、日本商品特集ページをより多くの海外ECモールで開設**
- **越境ECテストマーケティング事業の拡大**
- **越境ECサイト構築や各種越境ECサイトへの出店・運営に係る費用の助成拡充**
- **中小機構ジェグテック事業での海外企業とのマッチング推進**
- **越境ECサイト構築や各種越境ECサイトへの出店に際し、セキュリティ面が脆弱な中小企業に対し、セキュリティ強化に向けた対策支援**

越境ECの開始を考えたきっかけ（複数回答）



(出典：日本政策金融公庫「越境 ECに関するアンケート調査結果」)

中小企業における海外EC事業のメリット



(出典：JETRO「2021年度 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」)

2. 海外販路開拓の加速に向けた環境整備②

課題（事業者の声）

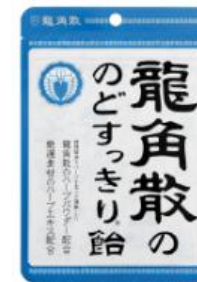
- 現地市場のニーズや規制に対応した商品・サービスのローカライズに苦慮する。また、一定のロット数の受注が見込めない状態で設備投資等に踏み切るのはリスクが大きい。
- 海外のパートナー候補や取引相手が信頼できるか不安。
- 類似品やサービスが出回ることが不安。
- 海外企業の並行輸入により正規代理店との価格問題が発生。

提言事項

- 現地市場ニーズ・規制に即した開発・改良、設備投資、マーケティング等、**海外市場で通用する商品・サービス創出、販路拡大に向けた専門家からの提案型支援拡充**
- 海外企業の**実在確認や信用情報、取引実績等を中小企業が確認しやすい環境整備**や**民間信用調査機関利用時の費用助成**
- 海外バイヤー等を招へいし、地域企業がその**商品の品質の高さや安全性等をリアルでPRできる機会の提供・拡充**
- 模倣被害防止に向け、海外での知財出願手続、どの国でどのような手続きをすべきかなど、**商品・サービスの特徴にあわせたコンサルティングの提供**
- **正規代理店を通さずに海外で自社商品を販売されてしまう並行輸入被害に対する対策事例（事前策/発生時対策）の共有**

中国国内で製造された模倣品の例

○ 正規品パッケージ × 当社商品ではありません



商品名が異なります

マークが異なります

(出典：龍角散ウェブサイト)

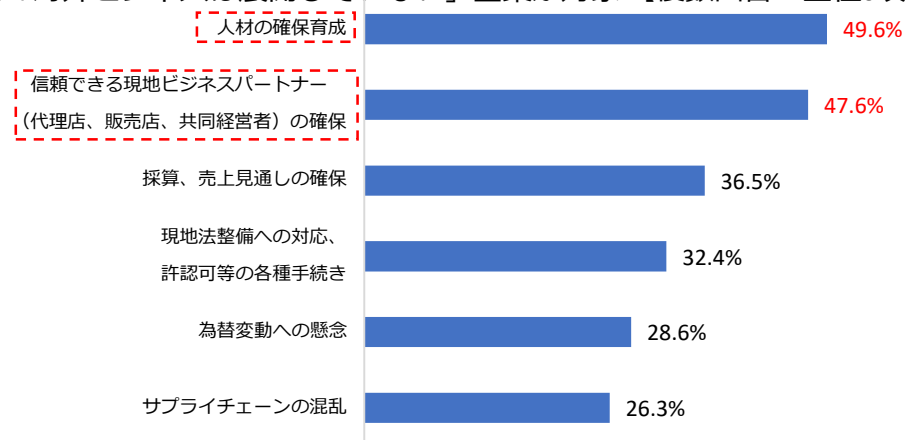
3. 海外ビジネスに対応できる国内外人材の確保、育成への支援拡充

課題（事業者の声）

- 海外ビジネスを担当できる国内人材の確保・育成が大変。
- 商社OBを受け入れたが、経験分野と担当業務の分野が異なっていたためすぐにやめてしまった。
- 高度外国人材とのマッチングイベントがどこで開催されているかわからない。
- 良い高度外国人材を採用できてもすぐにやめてしまう。業務内容と本人のスキルとのミスマッチが起こらないようにする工夫が必要。

海外ビジネス展開における課題・懸念材料について

※「海外ビジネスは展開していない」企業が対象【複数回答・上位6項目】



出典：日本商工会議所LOBO調査結果（2022年7月）

提言事項

- 海外ビジネスの基礎から実践まで **体系的に修得できる教育プログラムの提供・拡充**
- ABICなど、**海外ビジネスの知識を有する国内人材と企業を効果的にマッチングする機関の更なる活用推進**
- これから**有望なマーケットとなるインドなどの若者を留学生といった形で多く受入れ、海外ビジネスを担う高度外国人材として育成・活躍促進**
- 高度外国人材との**マッチングイベント（国内外問わず）を一元的に確認できる情報サイトの周知強化・掲載コンテンツの強化**
- 高度外国人材との**ミスマッチが起こらないよう、外国人材のスキルと企業での業務内容を丁寧にマッチングし、企業の受入れ体制整備まで一連で支援する体制の整備・拡充**

4. 海外ビジネス（進出後・撤退等）に伴う各種課題への支援体制強化

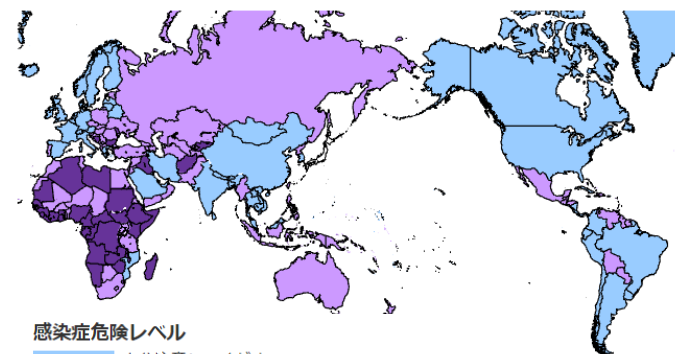
課題（事業者の声）

- 海外でトラブルがあった際、現地弁護士費用が高額で、中小企業が単独で負担する余力がない。
- 現地駐在員へのメンタル面を含めた医療・健康サポートについて、どこに相談し頼っていいかわからなかった。
- 排水など環境規制が強化され、追加投資が必要になった。
- アフリカでODAビジネスに取り組んでいるが、コロナ禍中は日本政府の渡航制限が厳しくて現地に行けなかった。また、事業化支援制度で書類対応等の事務負担が大きい。
- 現地進出企業が一部店舗を撤退しようとしたときに、その企業グループ全体にメスが入り、移転価格の問題に発展した。

提言事項

- JETRO「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」事業の体制拡充などを通じ、**現地法規制等への対応について中小企業が海外で日本語による相談ができる仕組みの整備**
- 医療環境が不十分な国・地域において、**メンタルケア等の駐在員の健康・医療サポートに課題を抱える中小企業向けに相談窓口の設置**
- 企業に影響の大きい**現地税務・通関・労働・環境に関する規制情報を各国・地域別にまとめ、変更の際には迅速に更新情報と対処方針を提供する体制の拡充**
- 現地日本人商工会議所等の**日系コミュニティの紹介、参画呼びかけ**
- JICA・ODA事業での**渡航制限の機動的な緩和、事務負担の軽減**
- **撤退や移転等に伴い発生したトラブル・対応事例の共有・提供**

感染症危険情報
(2022年7月20日時点)



感染症危険レベル

- レベル1 十分注意してください。
- レベル2 不要不急の渡航は止めてください。
- レベル3 渡航は止めてください。(渡航中止勧告)
- レベル4 退避してください。渡航は止めてください。(退避勧告)

(出典：外務省HP)

1. 原材料等の安定的な調達環境の確保

課題（事業者の声）

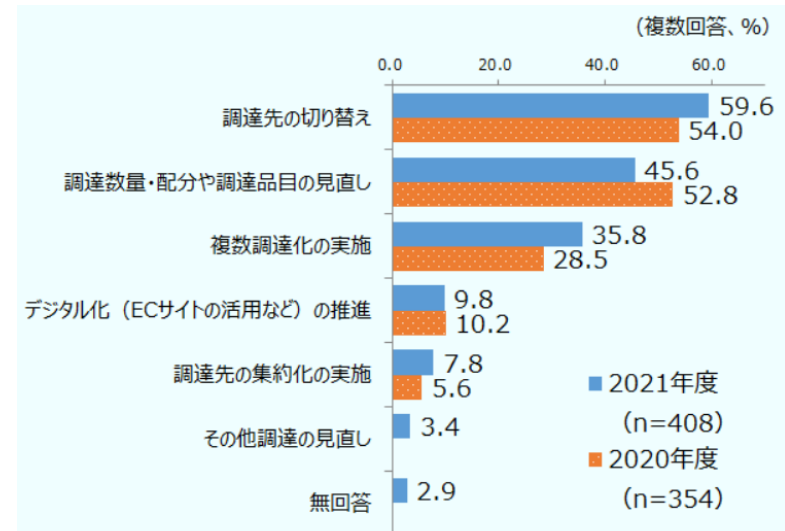
- 鉄鉱石を焼き固めたペレットの10%強をロシアとウクライナから輸入。数か月程度は在庫があるため、生産に影響はないが、長期化する場合にはブラジル産を中心に調達先の変更を検討。
- 北方四島産のウコが入荷していない。代替としてモンリオール産を加工しているが、味、見栄えは劣っているため取引先からの評価が不安。
- 肥料は、中国の生産調整により、昨年からリン酸とカリウムが世界的に不足。飼料の原料が世界規模で逼迫し、品不足・価格高騰、さらに収益が圧迫。
- ロシア産の輸入材が入ってこないのが痛い。ロシア材は耐久性・強度が他と比較にならないほど優秀な木材であり、ロシア材の代わりに集成材で対応する予定だが、強度・耐久性・不燃性で劣ってしまう。

（出典：2022年4月22日 一般社団法人北海道商工会議所連合会「ロシアによるウクライナ侵攻に関する経済影響調査」）

提言事項

- **原材料等の調達網見直しに必要な代替調達先国や事業者の探索、品質等に関する相談体制の整備・拡充**
- **調達網見直しにかかる各種リサーチ費用への助成**
- **調達網混乱に備え、原材料等の備蓄強化のための在庫積み増しに対する無利息融資制度等、金融支援の強化**

サプライチェーン見直しをする日本企業の調達見直し内容



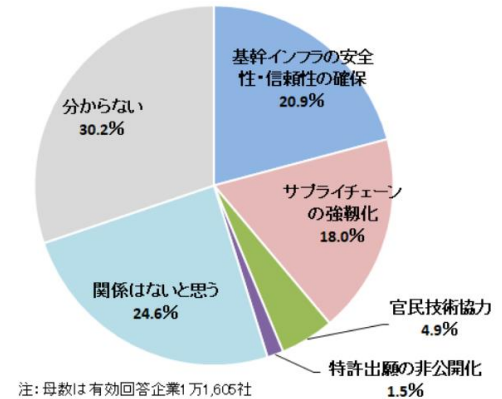
（出典：JETRO 2021年度「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」）

2. 経済連携協定・投資協定の拡大と活用促進、経済安全保障の確保

課題（事業者の声）

- 米国へアルミ製品を輸出しているが、2018年から通商拡大法232条の適用により、10%の追加関税が課されることになった。適用除外のためには毎年申請しなければならないが、関税割当枠に入れるかどうか見通せない。また、申請手続きの負担が大きい。
- 中小企業は、EPAの活用効果や関税メリットを知らない場合が多く、原産地証明書取得のための関係企業から材料情報提供の協力を得るにも苦労する。
- 自社の製品や技術が輸出規制の対象であるのか、どのような流出リスクがあるかわからない。専門家のアドバイスが欲しい。
- 経済安全保障の重要性は理解できるが、法律の施行により、過剰な負担がかかることが心配。

経済安保の自社への影響



(出典：帝国データバンク「経済安全保障に対する企業の意識調査」)

提言事項

- 同盟・同志国間における保護主義的ルールの撤廃に向けた粘り強い交渉の継続
- 経済連携協定・投資協定の具体的メリットも含め、中小企業への周知強化、活用促進
- 経済安全保障推進法による調査、政府の勧告や命令等の各種規制の具体化においては、実際に部品の供給や保守管理を務める中小企業の声も丁寧に拾い上げ不安を払拭するとともに、事業活動に過度な負担や影響が出ないように、十分に配慮
- サプライチェーン途絶リスク軽減に向け、国内生産回帰への重点的支援継続、周知強化

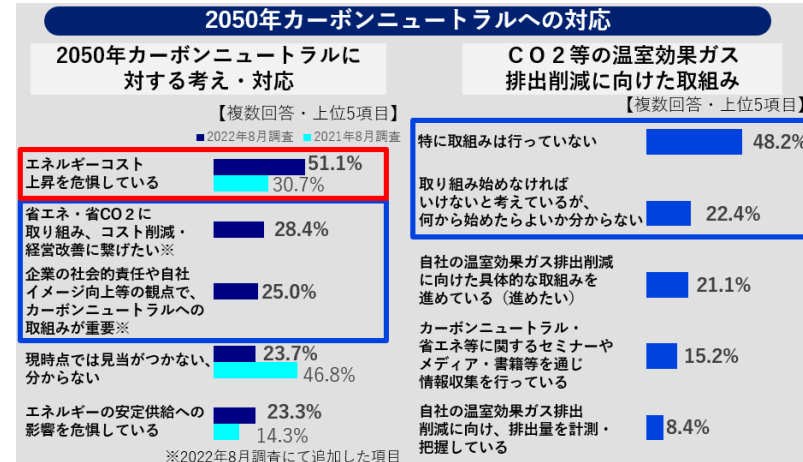
3. 国際サプライチェーンでの競争力強化に向けたカーボンニュートラル、人権対応の推進

課題（事業者・各地商工会議所の声）

- カーボンニュートラルへの理解が進んでいないのが現状と思われる。
- 取引先や金融機関から温室効果ガス排出量を「削減」「把握」するよう求められている。
- サプライチェーンの排出量削減に向けてサプライヤー支援プログラムを実施する企業も出てきている。目標を達成できないサプライヤーは、取引を失う可能性もある。
- 人権を尊重する経営を実践する上で、具体的な取り組み方法が分からない

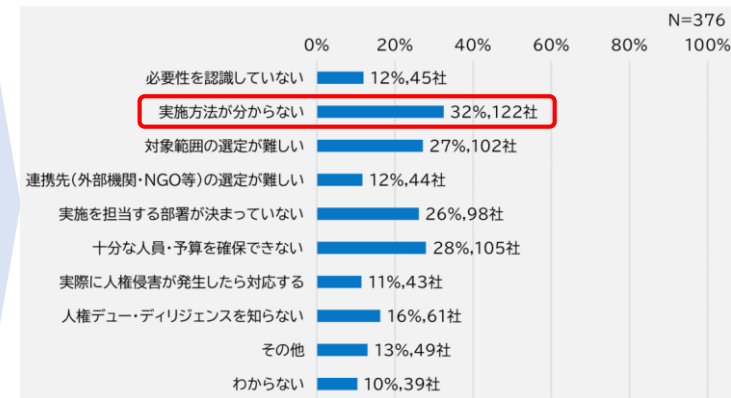
提言事項

- 中小企業に対する**脱炭素支援施策・制度の周知強化、手続の簡素化**
- カーボンニュートラルに関する**情報提供、専門家による指導**や**簡便なツールの提供**による**排出量計測・把握の支援、省エネ・脱炭素型設備導入等への資金面での支援の拡充**
- **国際サプライチェーンでのカーボンニュートラルや人権対応に関する相談体制の拡充**および**ガイドラインを含め関連支援施策の周知強化**
- **金融機関のサステナブルファイナンス活用推進**



（出典：日本商工会議所LOBO調査(2022年8月)）

人権デュー・ディリジェンスを実施していない理由



（出典：経済産業省、外務省「日本企業のサプライチェーンにおける人権に関する取組状況のアンケート調査」）

1. 地域における輸出機能強化への支援

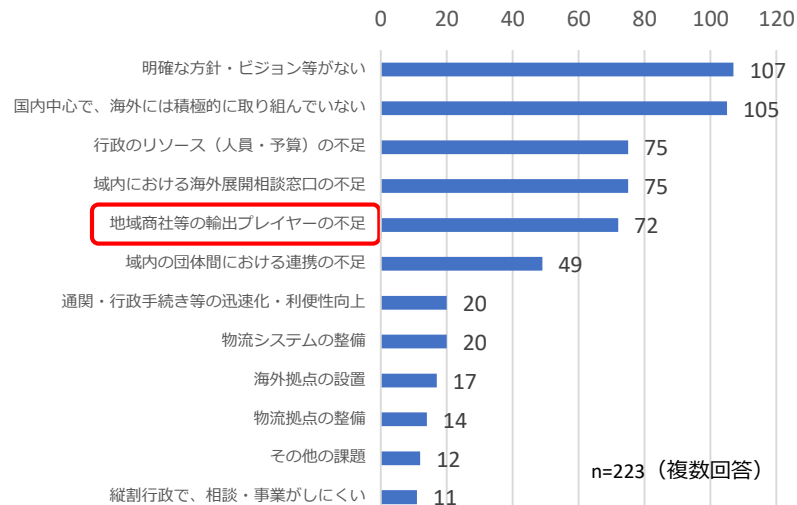
課題（事業者の声）

- 規制緩和により、地方銀行による地域商社の設立が活発化しているが、地域商社では、輸出に向けた貿易実務、マーケティング、物流、現地市場とのコミュニケーションなどのノウハウが不足。
- 地域商社は地域中小企業の課題解決に資するものの、ビジネスとしての採算性、事業の安定的な運営が難しいところもある。
- 混載便が少ないため、少量の注文でもコンテナ単位での輸送や航空便での輸送を使用せざるを得ず、コスト高で売上に影響。
- 周辺の冷蔵・冷凍倉庫が不足していることに加え、輸送航路や活用できる船等の選択肢が少ない。

提言事項

- **海外ビジネスに取り組む地域商社の事例の共有、活用可能性と課題・支援策などの検討**
- **地域商社同士の連携促進等による小口貨物の集約混載など国際物流サービスの拡充に向けた支援**
- **輸出拠点となりうる港湾・空港ならびに港湾・空港周辺の物流施設（冷蔵・冷凍倉庫等）の整備**

地域における海外展開・国際ビジネスの課題・問題点



（出典：日本商工会議所「2022年度商工会議所における国際ビジネス支援活動に関する調査」）

輸送ルート別のコスト比較



（出典：農林水産省「効率的な輸送物流の構築に向けて」）

2. 地域の事業者同士の連携による海外ビジネスへのチャレンジに対する支援

課題（事業者の声）

- 事業者単独では情報収集や連携先の発掘において限定的で、実務的にも心理的にも海外展開進出へのハードルは高い。一程度の組織規模で取り組むことが効果的。
- 海外で販路開拓しようとしても相手にされず、詐欺まがいの被害を受けた企業もあり、現地情勢に詳しい連携先が不可欠。商工会議所や市、地方銀行など信頼性のある組織のネットワークを活用できると助かる。
- 海外においても地理的表示（GI）を活用できるよう、より多くの国とのGI相互協定があるといい。

帯広市の製菓メーカーがマレーシアの製菓メーカーと共同開発したハラル大福



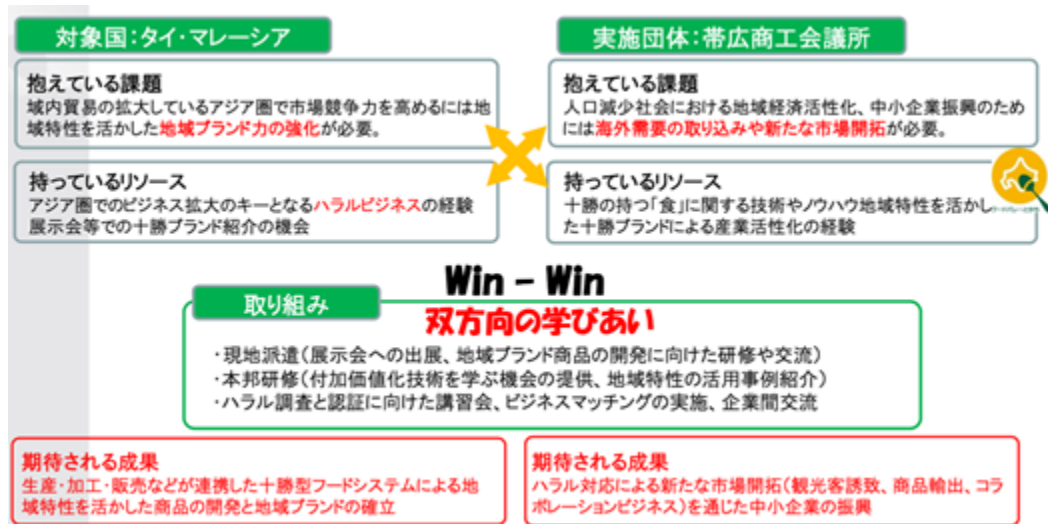
北海道・十勝地方では、行政や商工団体、農林漁業団体、大学・試験研究機関、金融機関など40もの関係機関が連携し、「食」と「農林漁業」を柱とした地域産業政策「フードバレーとかち」を推進している。

提言事項

- **地域一体となった海外ビジネスへの取組み推進、事例の共有**
- **各種助成のインセンティブ付与等を通じ、地域の事業者同士の連携による海外ビジネスを推進するコーディネーター機能を担う組織の掘り起こし**
- **継続的な海外ビジネスの実施に向けた地域団体商標を活用した地域ブランド戦略策定・プロモーション・販路開拓等に対する支援拡充、GI相互認証相手国・対象品目の拡大**
- **インバウンドとの連携も見据えた、地域産品の越境ECへの共同出品ならびにプロモーション等に対する支援の拡充（支援の複数年度化、予算の拡充等）**
- **地域産品の海外販路開拓、プロモーションに取り組む商工会議所など地域経済団体に対する助成・支援の拡充（海外での商談会、展示会への共同出展などBtoB販路開拓事業、テスト販売や物産展などBtoCプロモーション強化事業に対する助成金、ノウハウ支援等）**

帯広商工会議所：地域食産業の技術を活かした海外ビジネス支援

- 北海道・十勝地方では、行政や商工団体、農林漁業団体、大学・試験研究機関、金融機関など40もの関係機関が連携し、「食」と「農林漁業」を柱とした地域産業政策「フードバレーとかち」を推進。
- 帯広商工会議所は海外ビジネスを通じた地域産業活性化に着目。十勝の強みである「菓子・乳製品・食肉産業」に関する技術やノウハウを中小企業の海外ビジネス支援に活かすことを考案。また、マレーシアとの連携により、ハラル対応による新たな市場開拓を通じた中小企業の振興を進めている。
- 事業に参加した製菓メーカーは、現地製菓メーカーとマレーシア市場向けのハラル大福の共同開発を開始し、委託製造契約を締結したほか、現地法人を設立。また、現地の日系大手スーパーでハラル大福を販売して販路を開拓し、さらに日本国内で製造するお菓子でハラル認証を取得し、同国に輸出を開始した。



沼津・三島・熱海・伊東・下田商工会議所：地域一体となった中国ECサイトでの特産品販売

- 沼津・三島・熱海・伊東・下田商工会議所等で構成される「伊豆地域富士山静岡空港利用促進連絡会」は、中国ECサイト内に伊豆地域の特産品を販売する特設ページ「伊豆館」を開設した。
- 本特設ページには、地域素材を生かした食品など13商品を掲載しており、商品のオススめの食べ方や地元で採れたこだわりの材料、パッケージに描かれた地域の自慢の風景などを紹介している。また、参加事業所は商品を指定の国内倉庫に発送するだけで中国への販売が可能な仕組みとなっている。
- これまでに発送した商品は全て完売するなど反響は大きく、インバウンド復活後には対面販売との連携も期待される。

1 西浦生诔蜂蜜



不进行任何加热、加糖处理,保持采摘状态的纯蜂蜜,即为生蜂蜜。

西浦蜜柑和百花蜂蜜,产于沼津市西浦地区位于富士山下骏河湾边,自然环境十分优美。这里的蜜柑花蜜采集时间,1年只有2周,珍贵的花蜜制成的蜜柑蜂蜜,特点是色泽通透、口感清爽。



日本伊豆西浦蜂蜜 生诔蜂蜜...

生蜂蜜

营养美味口感好

活动价 ¥112 起

立即抢购 >

中国最大級のメッセージングアプリWeChatに伊豆地域の特産品を販売する特設ページを開設

松山商工会議所：越境ECサービスを活用した海外ビジネス支援

- 愛媛県は、「チーム愛媛」体制で農林水産物をはじめとした県産品の販路拡大、売れる商品づくりのサポートなどを継続的に実施。
- 松山商工会議所においても、海外視察団派遣、専門家派遣による北米販売支援、台湾の展示商談会への出展支援、海外ビジネス支援セミナーの開催等を実施。
- 中小企業の海外ビジネスの課題として、①魅力的な製品はあるが、輸出等の業務に携わるマンパワーがない、②展示会などでは販売が好調なもの、継続的な取引につながらない、③特に規制や物流の面でハードルが高い、といったことがわかってきた。
- そこで、民間物流会社が提供する越境ECサービスと連携し、海外取引未経験でも簡単に越境ECが可能な体制を整備。また、SNSを活用した現地プロモーションの実施、オンライン展示会への出展など、新たなツールを活用した支援を開始した。



民間物流会社と連携し、米国、台湾向け越境ECサービスを開始

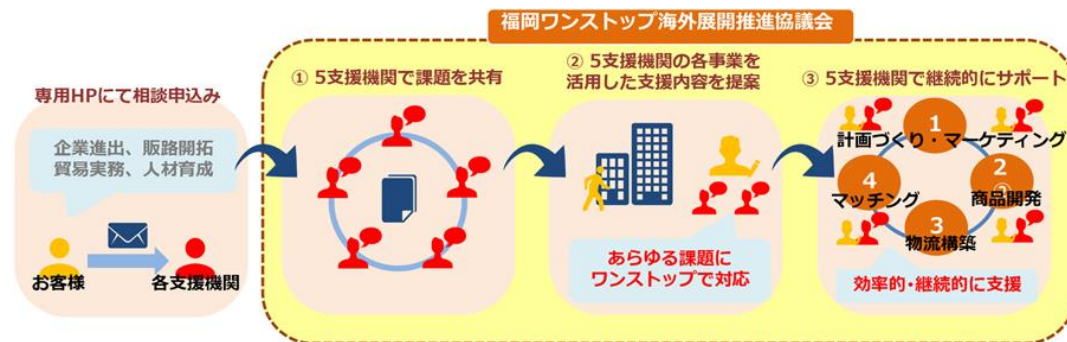
福岡商工会議所：ワンストップ相談窓口による海外ビジネス支援

- 福岡商工会議所、福岡貿易会、福岡アジアビジネスセンター、JETRO福岡、中小機構九州本部が連携。それぞれの強み・ノウハウを持ち寄り、「ワンストップ」での支援を実施。
- 専用HPから入力された事業者からの問合せは、各支援機関に同報される。各支援機関はそれぞれが提供できる支援内容を商工会議所に送り、商工会議所が事業者に対してまとめて回答するスキーム。
- 事業者は個別に問い合わせることなく、商工会議所への1つの問合せで5つの支援機関に同時に相談でき、かつそれぞれが得意な支援施策を一度に受け取ることが可能となっている。



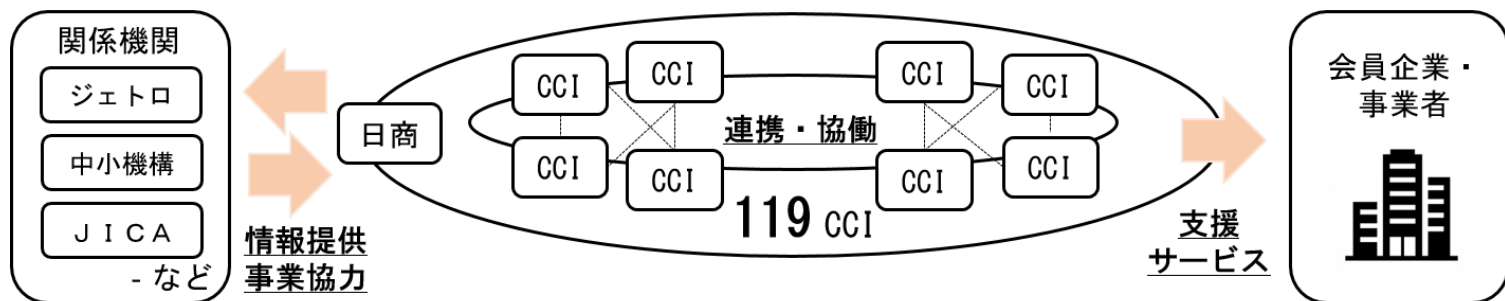
商工会議所への1つの問合せで5つの支援機関に相談可能な体制を構築

(出典：福岡商工会議所ウェブサイト)



日本商工会議所：海外展開イニシアティブの推進

会員企業の海外展開・国際ビジネス支援に精力的に取り組む各地商工会議所との連携・協働を図るネットワークを構築し、会員向け支援・サービスの強化に寄与。



他団体との連携促進

JICAと連携覚書締結（2021年4月）

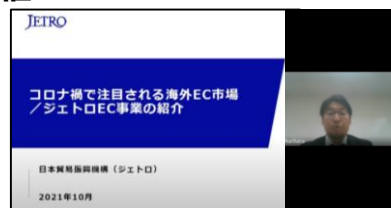
相互の幅広い国内外ネットワークを活用し、日商・JICAが事業協力や情報共有などに取り組むことで、全国の中小企業の海外展開促進と開発途上国の課題解決などを通じたビジネスチャンスの創出を図り、各地商工会議所と会員企業の国際化を一層強化。



覚書を取り交わした三村会頭とJICA・北岡理事長（当時）

海外展開支援担当者向け研修会の開催

JETRO、中小機構、JICAよりそれぞれの海外展開支援施策を説明いただくとともに、各支援施策を活用して海外展開を実現した中小企業から事例を発表いただく研修会を開催。



越境EC支援事業を紹介するJETRO

海外展開促進に向けた情報提供・普及啓発

海外展開支援特設ページの開設

中小企業の世界への新たな一歩を後押しするため、さまざまな国際ビジネス情報を集約・発信。

海外展開支援施策一覧（フェーズ別早見表）

越境ECサポートブックの作成

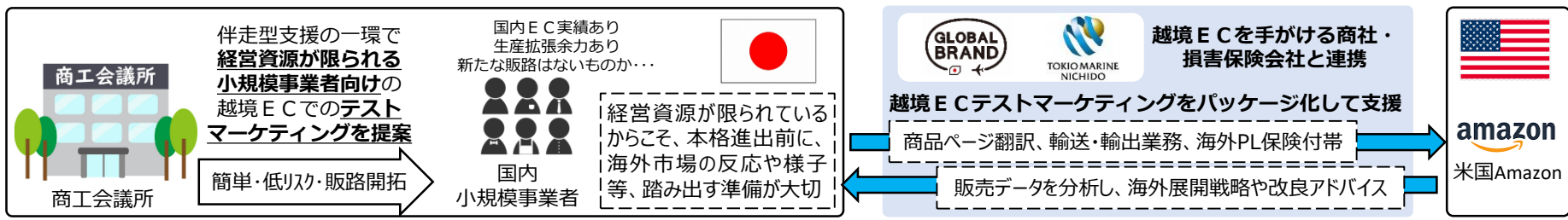
越境ECの全体像を把握してもらうとともに、実際に出店するイメージを持っていただけるよう、体系的に解説したサポートブック「越境EC/海外販売の基礎知識」を作成。



越境EC/海外販売の基礎知識（表紙イメージ）

日本商工会議所：小規模事業者向け越境ECテストマーケティング支援

日本商工会議所は、越境ECを手がける商社・損害保険会社と連携し、地域の小規模事業者による海外ECモール（米国Amazon）でのテストマーケティングを支援。**国内倉庫への商品納入で完結し、海外PL保険が付帯する簡単・安心な越境ECを実現。**デジタルと物流網の発達・整備により、**国内の小規模事業者も世界のEC市場（100兆円規模）へのアクセスが容易に。**



事例：(株) 姫野一郎商店 (竹田商工会議所・大分県)

【乾燥しいたけ粒等】品質とこだわりを訴求して競合差別化

「しいたけ」が「SHIITAKE」として 世界に羽ばたく日を



Japanese Company Floods US Market With New Shiitake Mushroom Products

The company has relied entirely on its long reputation in mushroom production and export that spans 140 years since it was founded.

Top in the list of the shiitake mushrooms is the dehydrated premium shiitake mushroom that comes in 100g packets with low calories and high nutrition content.

The mushrooms are harvested from logs in the Oita region of Japan and are 100% non-GMO as no chemicals are used in the garden care.



課題・きっかけ

海外展開の実績はあるが、現地競合品への対策やインターネット検索での認知度向上等の海外での**販売拡大策に課題。**

成果・分析結果

日本産の安心感やこだわりの栽培方法等に訴求して差別化。**中国産競合商品よりも3~4倍高価でも売上好調。**海外での販売拡大策の知見を得た。

評価ポイント・強み

- ストーリー
- 日本製・安心感
- 商品の総合力

事例：おばあちゃん (株) (小山商工会議所・栃木県)

【プロポリスのど飴】高い機能性を強みに更なる高付加価値化



昭和の時代、重い病を患った祖母に、家族がプロポリスを飲ませ、少しずつ健康を取り戻した原体験から、一切妥協しない商品づくりを展開(写真左：おばあちゃん)。



課題・きっかけ

国内での販売実績や商品力には自信がある一方、**越境ECの機会がなかった。**商工会議所の**経営指導員の後押し**で本事業に参画。

成果・分析結果

プロポリス含有率等の**機能性が予想を上回る高い評価。**海外の健康意識の高い消費者層に向け、さらなる**高価格帯を狙える商品**として本格的な越境EC展開に着手。

評価ポイント・強み

- 機能性
- 独自性
- 特別感

※本事業は、中小企業庁「小規模事業者対策推進事業費補助金（地域力活用新事業創出支援事業）」を活用し、2021年度に全国9商工会議所・30事業者が参画して実施。2022年度も本事業を実施中。

- 厳しい経済環境の中で中小企業が生き残り、成長を続けていくためには、**経営者自身が時代の変化に合わせ「世界で稼ぐ」という強い決意と覚悟、リスクテイクの姿勢を持つことが求められる。**政府や関係支援機関においては、下記に重点的に取り組み、海外へのチャレンジに伴う**課題や不安を低減し、経営者の背中を後押し**することが重要。
- **海外ビジネスへの取り組み支援**
 - ✓ **現地市場のより具体的な情報の提供、情報の入手し易さの向上**
 - ・ 予見可能性の向上に向け、現地市場動向や現地トラブル・対応事例の提供、海外ビジネスの取り組み段階に応じた形で整理したウェブサイト等各機関の支援施策をワンストップで得られる仕組みの整備
 - ・ 現地市場ニーズ・規制に即した開発・改良、設備投資、マーケティング等、海外市場で通用する商品・サービス創出、販路拡大に向けた専門家からの提案型支援拡充
 - ✓ **取引先紹介並びに信用照会**
 - ・ 海外企業の実在確認や信用情報、取引実績等を中小企業が確認しやすい環境整備や内外金融機関、民間信用調査機関利用時の費用助成
 - ・ 現地日本人商工会議所等の日系コミュニティの紹介、参画呼びかけ
 - ✓ **越境ECの更なる活用推進による海外販路の拡大**
 - ・ 海外ECバイヤーの拡充、日本商品特集ページをより多くの海外ECモールで開設など、JETROや中小機構の各種支援施策の一層の充実、越境ECテストマーケティング事業拡大
 - ✓ **人材の確保、育成への支援拡充**
 - ・ 海外ビジネスを体系的に修得できる教育プログラムの提供・拡充、ABICなどの海外ビジネスの知識を有する国内人材と企業を効果的にマッチングする機関の更なる活用推進

➤ 海外ビジネス強化に向けた支援

✓ 経済安全保障並びにサプライチェーンへの対応

- 原材料等の調達網見直しに必要な代替調達先国や事業者の探索、品質等に関する相談体制の整備・拡充
- 調達網見直しにかかる各種リサーチ費用への助成並びに調達網混乱に備え、原材料等の備蓄強化のための在庫積み増しに対する無利息融資制度等、金融支援の強化
- サプライチェーン途絶リスク軽減に向け、国内生産回帰への重点的支援継続、周知強化

➤ 経済連携・投資協定に関する支援

- 経済連携協定・投資協定の具体的メリットも含め、中小企業への周知強化、活用促進

➤ カーボンニュートラルに関する支援

- 中小企業に対する脱炭素支援施策・制度の周知強化、手続の簡素化
- カーボンニュートラルに関する情報提供、専門家による指導や簡便なツールの提供による排出量計測・把握の支援、省エネ・脱炭素型設備導入等への資金面での支援の拡充、金融機関のサステナブルファイナンス活用推進

➤ 地域一体となった海外ビジネスへの取り組み推進

✓ 地域の事業者同士の連携推進

- 地銀、地域商社等地域一体となった海外ビジネスへの取組み事例の共有・推進、地域の事業者同士を連携し海外ビジネスを推進するコーディネーター機能を担う組織の掘り起こし、地域産品の越境ECへの共同出品、プロモーション等に対する支援の拡充

✓ 商工会議所による地域一体での海外ビジネス支援体制強化に向けて

- JETRO、中小機構、JICA、地方銀行など支援機関の各地拠点と商工会議所との連携促進、身近な支援機関である商工会議所のスキル向上に向けた研修会開催、海外展示商談会やマーケティング実施等での商工会議所への支援強化

- **急激な円安の進行により、輸入コスト増のデメリットは必然的に被ってしまうが、輸出等の海外ビジネスによるメリットを享受するためには、事業者の能動的な取り組みが必要。単独では実務的、心理的にハードルの高い海外ビジネスに中小企業がチャレンジしていけるよう、商工会議所としても支援していくことが重要。そのため、日本商工会議所は下記事項を通じて、各地商工会議所の取り組みを促していく。**

具体的には、

- ・ 海外展開イニシアティブの更なる推進を通じ、ワンストップでの相談対応が可能となるよう、JETRO、中小機構、JICA、地方銀行などの支援機関の各地拠点と商工会議所との更なる連携促進
- ・ 地域産品の共同出品や越境ECテストマーケティング事業等を通じた越境ECの更なる推進
- ・ 地域一体での海外ビジネス促進に取り組む商工会議所への支援強化（専門家派遣、ブランド戦略検討やプロモーション、展示商談会や海外視察会、マーケティング実施等）
- ・ 海外ビジネスに関する相談の一次対応が円滑にできるよう、担当する商工会議所職員に対し関連知識やノウハウを段階的に修得できる研修会の提供

日本商工会議所は2021年4月に「海外展開イニシアティブ」をスタートさせ、会員企業の海外ビジネスを支援すべく、各地の商工会議所によるネットワーク構築を進めている。

商工会議所は、いわば海外ビジネス支援の「かかりつけ医」として、企業からの相談を親身になって受け止め、課題を整理し、必要に応じて関係機関と協力しながら対応していくことが求められる。そのためには、商工会議所自らが海外ビジネスに関する知識・ノウハウを蓄積するとともに、専門的知見を持つ機関との連携を円滑化する仕組み作りを進めていく必要がある。

折しも、政府は今年8月、中小・中堅企業の海外進出に向けた支援を強化するため、「海外ビジネス投資支援室」を内閣官房に新設した。商工会議所としても、政府、JETRO、中小機構、JICA、地方銀行などの関係機関と緊密に連携し、中小企業の海外ビジネスへの挑戦を力強く後押ししていく。