

『中小企業の東南アジア進出に関する実践的研究』  
第1回研究会 議論のポイント

日時：2012年5月8日(火)14:00～16:30

場所：関経連会議室

参加者：公的機関、経済団体、企業、研究者、APIR関係者等、40名

<研究会をはじめるにあたって>

冒頭、APIR事務局、リサーチリーダーの大野泉から、本研究プロジェクトの概要および研究会がめざすところを説明。日本の中小企業が「ものづくり」をアジア等の海外で展開するために、日本および投資受入国レベルでとるべき具体的施策を検討し、提言をとりまとめる。実践的な研究をめざしており、オープンな研究会方式により、関係機関・企業・専門家等から幅広く意見を伺いながら進めていく。参加者との議論を通じて関係者とのネットワーク構築にも努めたい。

研究統括の林敏彦から、APIRの研究の3本柱について説明。大学の研究所ではないので研究のための研究はしない。また企業の調査部でもないので、個別企業の利害を超えたオール関西、オールジャパンに資する研究をしていきたい。成果として、報告書だけでなく、研究会を通じた参加者間の相互学習も重視したい。

<報告>

大野健一(政策研究大学院大学)——「ものづくり中小企業とベトナム—関西とベトナムの相互発展のために—」

- ・日越双方の中央・地方政府、経済団体、個別企業レベルでは、すでに日本のものづくり製造業の進出について非常に強い関心がある。これを現実の投資につなげるためには、相互訪問・調査・セミナーにとどまらず、進出支援担当者(ファシリテータ)間の交流、戦略、詳細準備が必要。
- ・日本のものづくり中小企業のベトナムへの大量誘致は、両国の産業ニーズに合致している。今後は日越官民の実務レベルで、次の具体的作業に取り組むべき：①情報交換・相互協議の拡大、②中小企業進出支援の工夫、受け皿としての現地工業団地・貸し工場の整備、③受入省・市の計画能力・誘致戦略のレベルアップ、④ロジスティックスの改善、⑤電力供給の確保、等。
- ・理論レベルの武装も必要で、例えば、①日本型ものづくりの将来ビジョン(日本のものづくりやアジアの生産ネットワークはどのような姿になるべきか、日本型ものづくりの継承・発展は国内あるいは日本人でなくてもよい、産業盛衰は不可避で日本は新しい産業と雇用を作り出せばよい)、②中小企業の分類と海外展開支援策の整理、③空洞化懸念に対する回答の準備(海外展開が国内の生産、雇用に及ぼす影響に関する既存研究のレビュー等)。

領家誠(大阪府商工労働部商工振興室経済交流促進課参事)——「大阪のものづくり中小企業と支援、その現状と課題—ベトナム展開の可能性」

- ・大阪はものづくり中小企業の集積地だが、事業継承の問題もあり年々、事業所数が減っている。特に9人以下の零細企業で減少が顕著。海外進出に関心をもつ中小企業が増えている。
- ・大阪府の中小企業支援は、橋下知事時代に「総合商社化」した、直接支援へと転換。また新産業の誘致・育成(国際戦略特区)とあわせて、ものづくり中小企業の自立的な「変革と挑戦」(海外展開を含む)を支援する方針を打ち出した。ただし、全ての中小企業に海外進出を促しているのではなく、あくまでも進出を希望する企業に支援するスタンス。
- ・中小企業は多様なので、幾つかのタイプに分類して支援策を考える必要あり。例えば、①オンリーワン企業(GTN)は自己完結型で複数のサプライチェーンに所属するので国内にいて問題ない。あるいは大手企業と組んで海外進出する場合が多いので支援ニーズは比較的少ない。—

方、②零細中小企業は単一工程を専業し、大手との直接取引が少ないので、2次・3次のサプライヤーは現地裾野企業とのマッチングが必要。このタイプの企業には、「海外進出まで」の支援のみならず、「進出後」の支援も必要になる。

- ・ MOBIO(ものづくりビジネスセンター大阪)としては、今まで築いた国内のマッチングプラットフォームを中小企業の海外展開支援に活用していくことを目指したい。また、相手国の現地にいる支援者と顔が見える関係をつくることも必要。

#### <質疑応答、意見交換>

青井登志子氏(近畿経済産業局国際事業課長)からの冒頭コメント

- ・ 全国レベルの取組みをうけて、「近畿地域中小企業海外展開支援会議」を2010年10月に設置(実務者会議には、現在、約50機関が参加)、2011年6月に「近畿地域中小企業海外展開支援行動計画」を策定。関係機関と連携しながら、海外展開に関心のある中小企業の発掘や各種セミナー開催等を通じた情報提供、ミッション派遣・受入れ、商談会等を実施してきた。
- ・ 本年4月末には行動計画を改訂し、外務省、国際協力機構(JICA)、海外産業人材育成協会(HIDA)、太平洋人材交流センター(PREX)、全国中小貿易業連盟(全中貿)が新たに参加。人材育成や販路拡大に対する取組みが強化されたところ。
- ・ 支援会議の成果が求められており、今年度は「ベトナム経済交流会議(仮称)」や3つのWGを立ち上げ、マーケティングや人材育成面の取組みも強化して、中小企業の海外展開支援のさらなる環境整備に努めていく予定。

#### 参加者の意見

- ・ 「グループ進出」: 大阪ではリード企業と地方銀行が中心になり、ベトナム工業団地にグループで中小企業が進出する可能性の検討が始まっている。(他方、空洞化懸念もあり、自治体は率先してグループ進出を支援する立場ではない模様。)
- ・ 「ものづくり中小企業コンプレックス構想」: 大阪は単工程の工場が多く集合しないと部品がつかれないので、経済特区に「中小企業コンプレックス構想」を立ち上げては如何か。ベトナムでは現地日系大手企業が高性能部材の調達問題に直面しているが、この対応策にもなる。
- ・ 企業戦略における国内市場と海外市場の関係(事例紹介): 日本に残す技術と海外に売る技術を分け、日本では新商品開発や用途開発を中心に行い、海外で(国内でも競争が激しい)汎用品を販売して収益をあげている。技術や設備は売るが日本から仕入れ、研修・コーディネート費用を徴収するビジネスモデルで取組んでいる。
- ・ 販路の問題: 裾野型中小企業が出にくい理由として、顧客が見つかるのかという販路問題がある。ベトナムで進出済の大手日系企業と、大阪中小企業との商談会を秋に行う予定。
- ・ アンカー企業を誘致する戦略も必要。
- ・ ベトナム側(省や工業団地管理者)の能力強化の必要性: ベトナム側と日本側で工業団地が備えるべき条件について認識が乖離している(例えば、地耐震の問題、貸し工場の必要性)。最近、ベトナムから省単位で続々と投資誘致ミッションが来ているが、しっかり準備している省と、そうでない省の差が大きい。日越間に立って動いてくれる現地のキーパーソンの有無が鍵。
- ・ JICAの研修事業の一環として、省や工業団地担当者を招聘して日本の工業団地を視察してもらうのも、日本の企業が求める条件について理解を深めてもらう上で有用か。
- ・ 国内の支援機関とJETRO、JICA等との連携強化: 事業者に近いところに位置し、個別中小企業のニーズをしっかりと把握している組織(例えば、MOBIO)と海外にネットワークをもつ経済協力機関が連携することは重要。
- ・ 中間組織のパフォーマンスを高めるためのインセンティブも必要ではないか。
- ・ 中小企業の海外展開を支援するために現地で取組んでいくエントリーポイントとして、①土地(工業団地・貸し工場、日本語ワンストップサービス)、②工業人材(人材育成・マッチング)、③販路開拓を中心に考えては如何か。

以上