

広範なサービス分野の海外展開の促進

平成24年5月18日

内閣府

広範なサービス分野の海外展開の促進

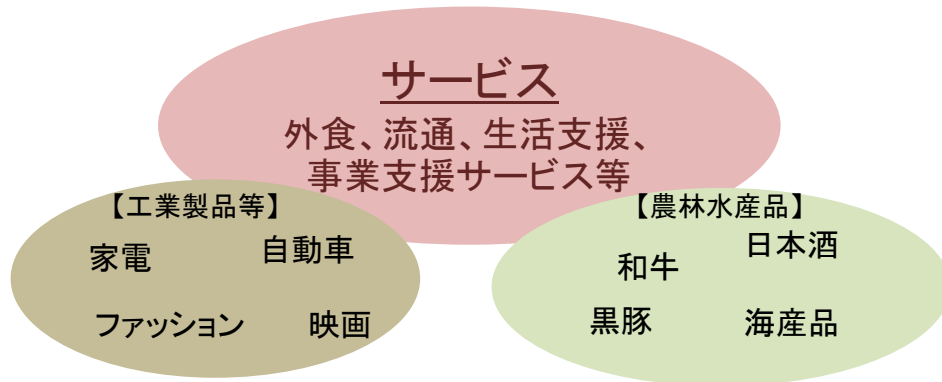
背景

・少子高齢化により国内市場が縮小

⇒輸出ができないサービス業の発展には、成長力の高いアジア地域等への海外展開が必要不可欠

⇒工業製品や農林水産品を、それらの財を活用するサービスと一体として付加価値を付けて海外展開することが重要

【サービスを核とした海外展開の概念図】



- ・サービス業の海外展開は、国内空洞化に直結しない
- ・海外戦略を担う新たな雇用の創出、展開先地域からの日本産品への需要拡大が期待
- ・現地で日本のノウハウ・文化の発信拠点を形成、日本への観光客の増加

課題

- ・中小企業等が単独で海外展開を進めるための情報やノウハウ、資金や人材が不足
- ・投資分野等において、海外の諸規制も存在

対策

1. 事業者の海外展開のサポート

- 海外展開を検討する企業等を中心に、金融機関、商社、JETRO等幅広い関係者による、海外の最新情報や海外展開のためのノウハウを共有するための仕組みの形成
- 海外ミッションの派遣や個別企業の進出支援

2. 資金調達の円滑化

- 海外展開を進める上で必要となるローカルファイナンスに対する貿易保険等の支援制度の一層の活用

3. 人材育成/訓練に対する支援

- 現地で必要となる日本のノウハウを持つ人材の育成、従業員訓練に対する支援措置の整備

4. 積極的な通商交渉等の実施と各種協定の活用拡大

- 「トップセールス」を含む二国間政府の対話チャネルの確立
- EPA・BITの交渉加速化・協定充実

広範なサービス分野の海外展開の促進

平成 24 年 5 月 18 日
内 閣 府

少子高齢化に伴い国内市場が縮小する中、輸出のできない流通・サービス業がアジア地域の高い成長力を活かして発展するには、海外展開が不可欠の要素。また、我が国の工業製品や農林水産品を、それらの財を活用するサービスと一体として海外展開を図ることも重要となっている。実際に、顧客ニーズにきめ細かく対応する能力を有する我が国の流通・サービス業では、アジア地域を中心に成功事例が増加しつつある。

流通業等の海外展開は、製造拠点を国外に移す場合と異なり、国内産業の空洞化に直結しない。むしろ、海外戦略の実施、体制構築等のため国内に新たな雇用をもたらし、あるいは展開先の店舗等に日本産の物産や製品等を供給し、日本発のノウハウ・文化の発信拠点となることに大きく貢献。これは、展開先地域における日本や日本産の財への関心を喚起する効果も期待され、日本への観光客の増加や、我が国製品・製品の需要増大にもつながるもの。加えて、流通・サービス分野では多くの女性が活躍しており、女性の起業、雇用の拡大にも寄与。

しかしながら、中小企業をはじめとする個別企業が単独で海外展開を進めるためには、情報収集やノウハウ構築、人材育成面で様々なハードルが存在し、海外の諸規制もある。このため、以下のような方向で検討を進めることが必要。

1. 事業者の海外展開のサポート

- ・ 海外展開を検討するサービス関連企業等を中心に、関係者（JETRO、金融機関、商社、コンサルタント、国・地方自治体等）が情報（アジア地域を始めとする各国／都市ごとにビジネスを行う上での諸制度・規制の把握や消費者ニーズ等の分析）やノウハウを共有するための仕組みの形成
- ・ 政府とJETRO等による海外ミッションの派遣や個別企業の進出支援の実施

2. 資金調達の円滑化

- ・現地法人を通じて海外における店舗展開等を進める上で必要となるローカルファイナンスに対する貿易保険等の支援制度の一層の活用

3. 人材育成／訓練に対する支援

- ・現地で日本のノウハウを活かしたビジネスを展開するために必要となる人材育成／従業員訓練に対する支援措置の整備

4. サービス分野に係る積極的な通商交渉等の実施と各種協定の活用拡大

- ・「トップセールス」を含む二国間（地方自治体レベル含む）政府の対話チャンネルを確立
- ・クールジャパン、ヘルスケア、インフラ（教育サービス等のシステム産業）等の潜在的な産業分野も意識しながら、EPA（投資・サービス章）や投資協定（BIT）の既存交渉の加速化、対象国・規制緩和（投資の自由化分野の拡大等）の拡充など協定の充実を促進
- ・在外公館等に所要の人員を配置し積極的なプロモーション活動を実施