

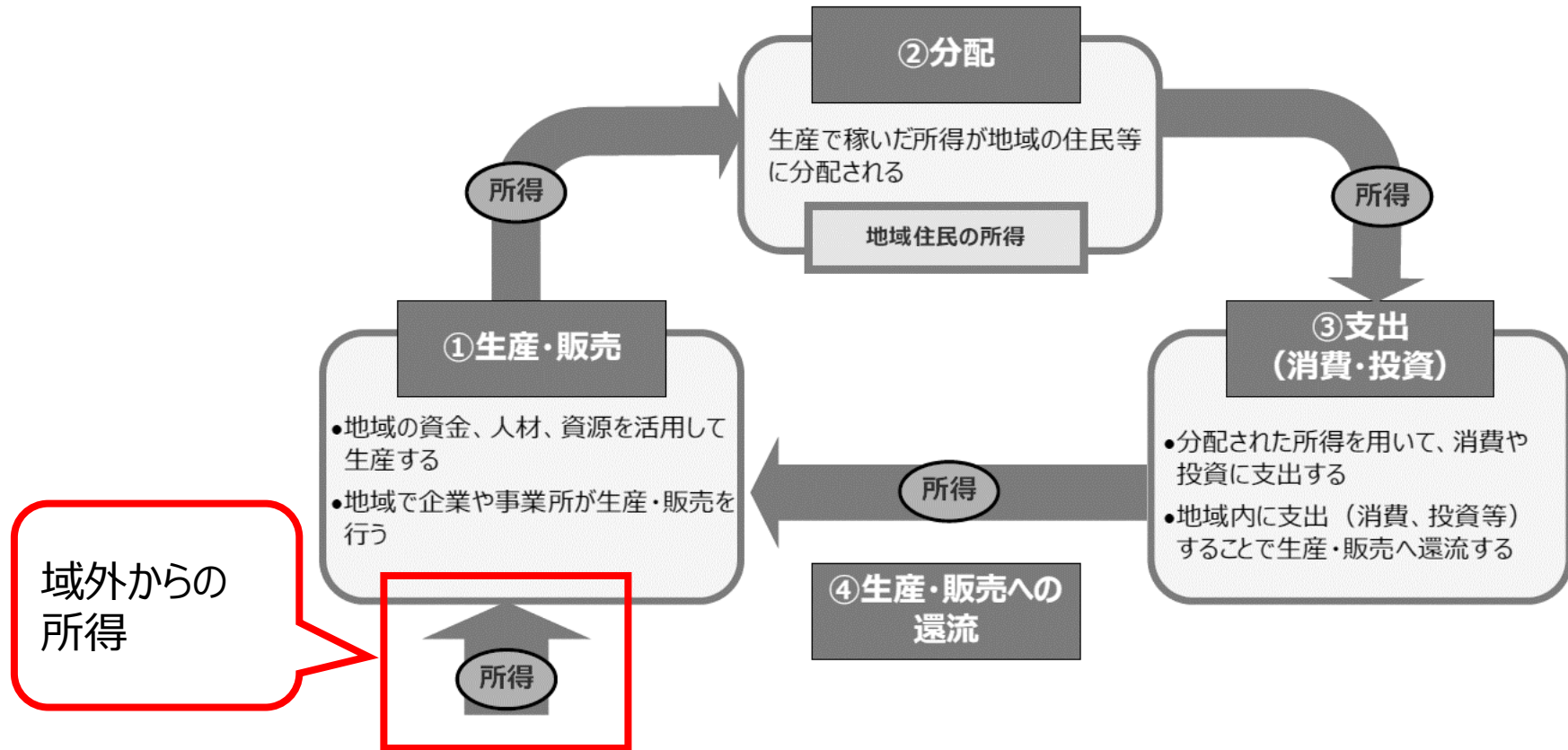
# 域外資金獲得のための 中小企業支援施策

令和4年1月24日

中小企業庁 経営支援部 創業・新事業促進課

# 本日主にお話したいこと

- 地域で経済循環構造を構築するためには、**地域内外から所得を稼ぐことが必要**であり、本日は、域外、特に**海外**からの所得を稼ぐことの重要性、そのための支援策を紹介する。

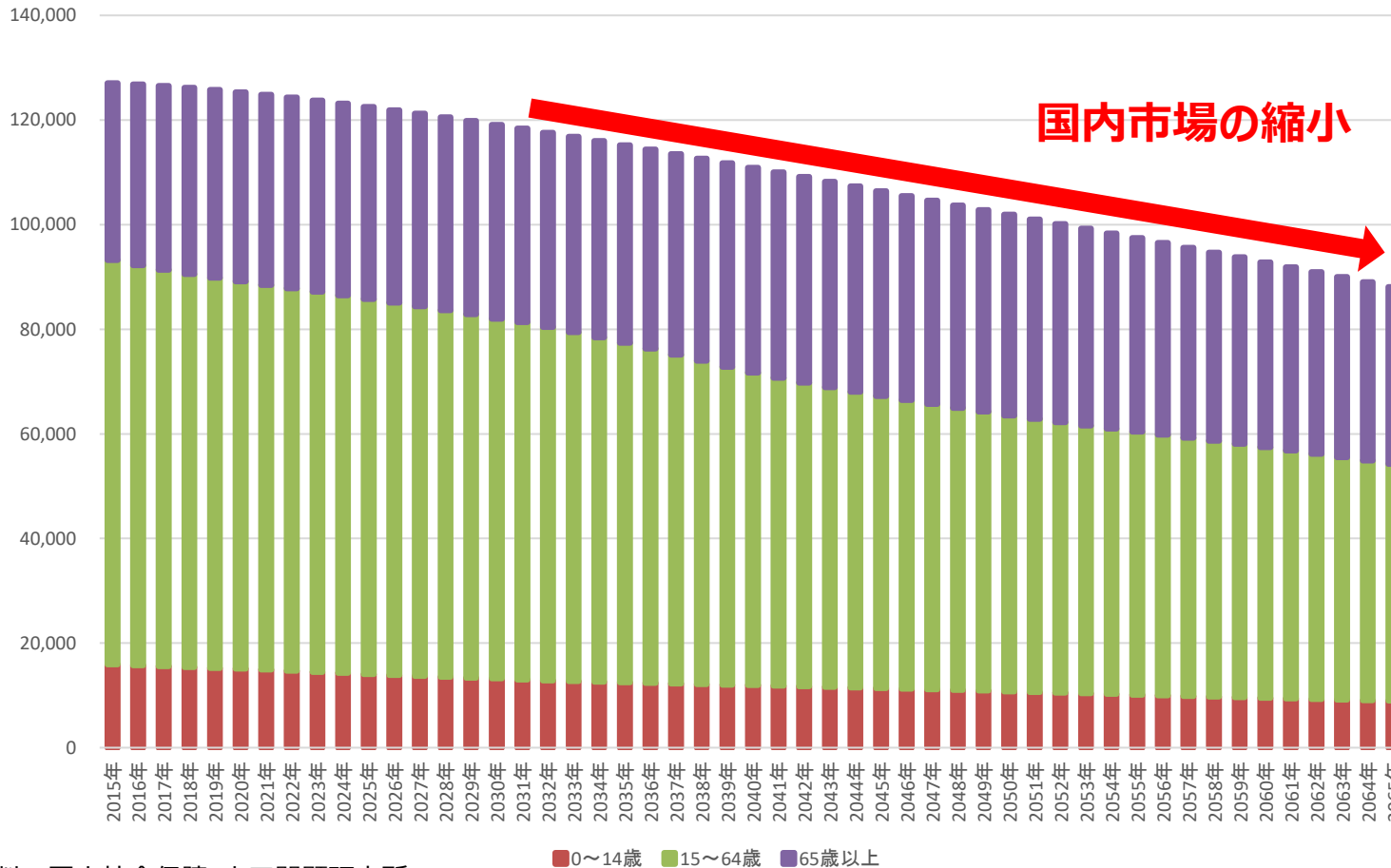


# 1. 海外展開について

# 減少する日本の人口

- 人口減少などを背景に国内市場が縮小する中、今後も国内の中小企業が成長を続けていくためには、**海外への販路拡大が必要**。

人口の推移予測 単位：千人



今後も現在の売上を維持するためには・・・

生産性の向上

付加価値の向上

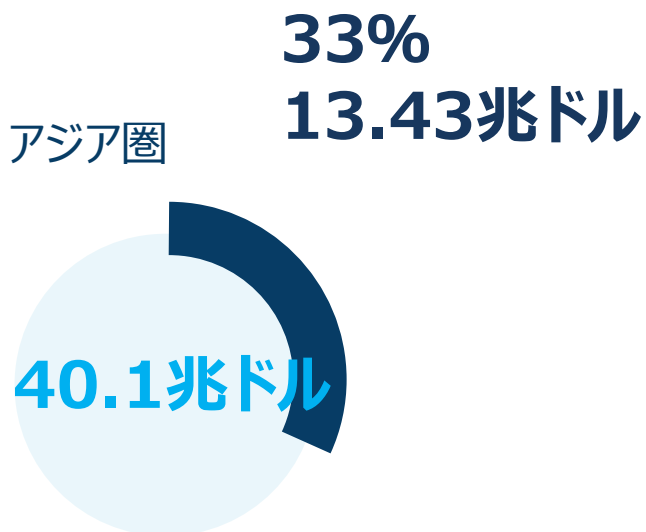
新たな販路の開拓  
etc..

資料：国立社会保障・人口問題研究所

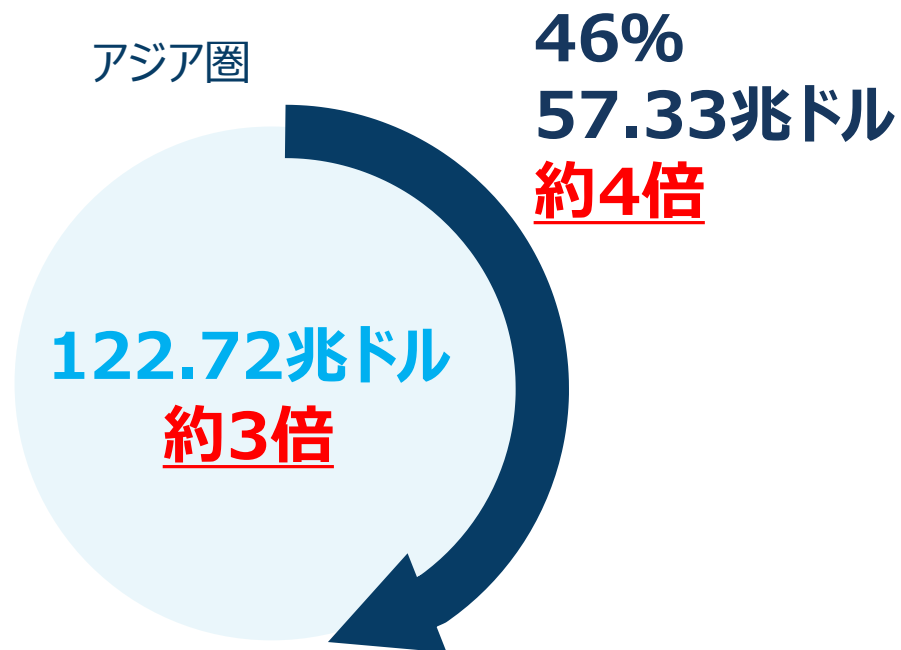
# 海外市場はアジア圏を中心に更なる成長が見込まれる

- 海外市場は成長を続け、2050年には2010年比で**約3倍**の成長が見込まれる。特に、**アジア圏**では、**市場全体の成長を上回る約4倍の成長**が見込まれる。

2010年の世界市場規模



2050年の世界市場規模

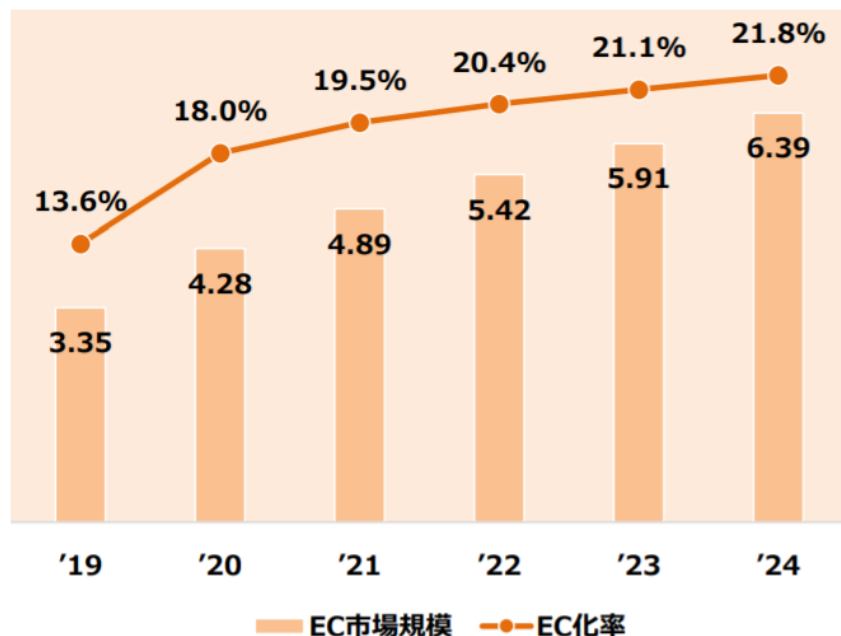


# 中小企業の海外展開の現状と課題

- 特に、コロナ後の成長が顕著なEC（電子商取引）市場の活用が重要。

## コロナ後の成長が顕著なEC市場

図表 7-4：世界の BtoC-EC 市場規模（単位：兆 US ドル）

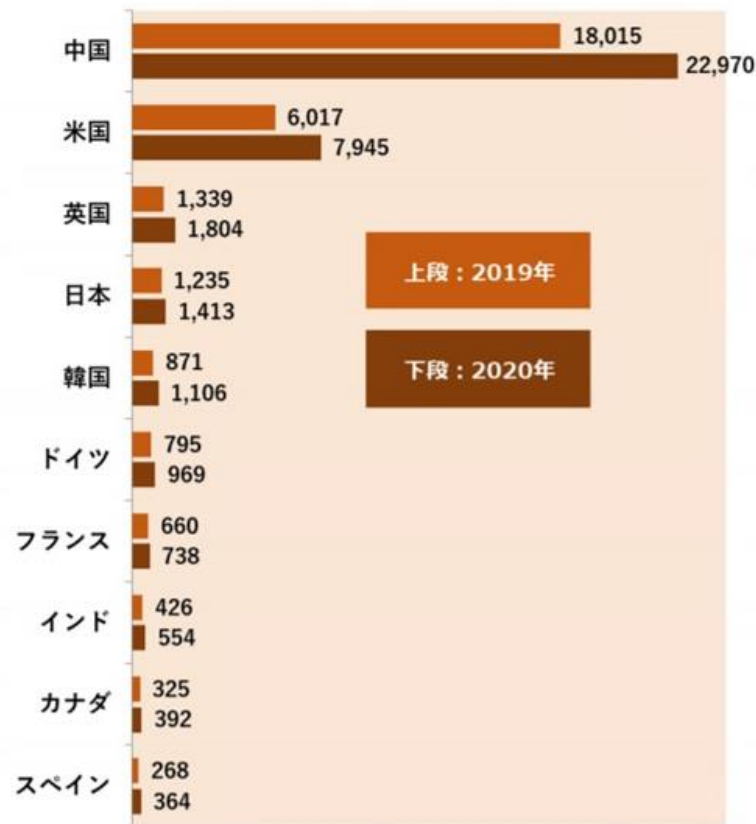


出所：eMarketer, December 2020 をもとに作成

但し含まないもの：旅行やイベントのチケット、料金支払い関連、税金、送金、フードサービス、ギャンブル等

## 国別のEC市場規模

図表 7-5：国別 EC 市場規模（単位：億 US ドル）



出所：eMarketer, May 2020、Dec 2020 をもとに作成

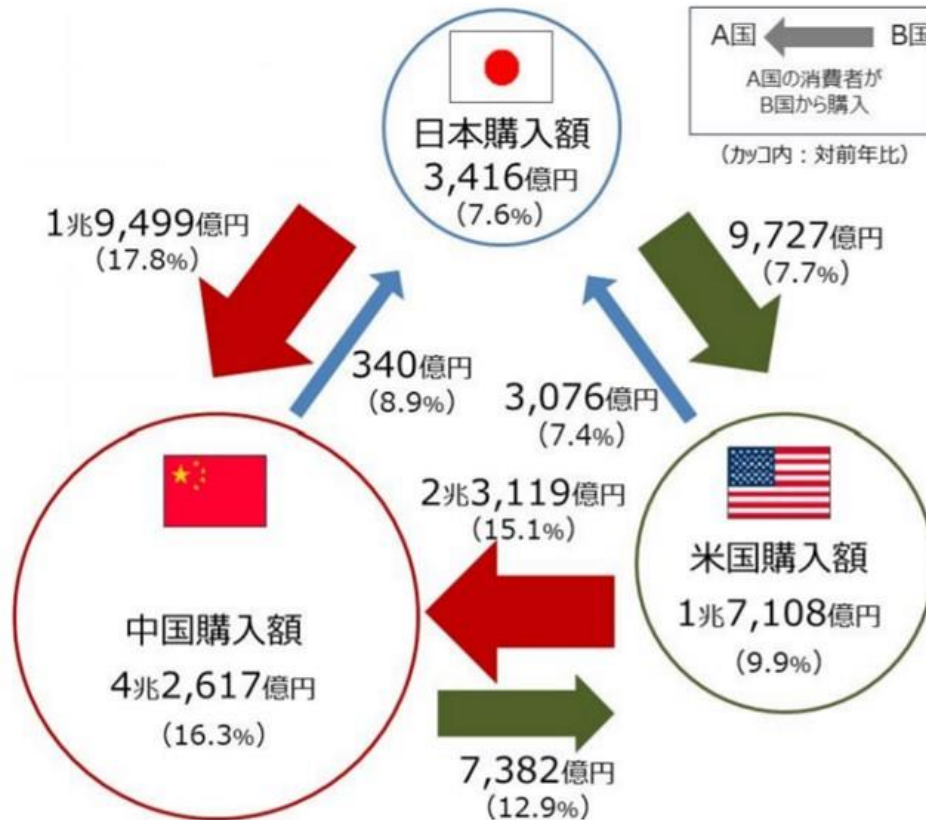
ただし含まないもの：旅行やイベントのチケット、料金支払い関連、税金、送金、フードサービス、ギャンブル等。また中国は香港を含んだ数字ではない。

# 越境ECの国別の伸び

- 米国及び中国向けの売上高及びその伸び率が大きい。

図表 1-8：日本・米国・中国3ヵ国間の越境EC市場規模

(単位：億円)

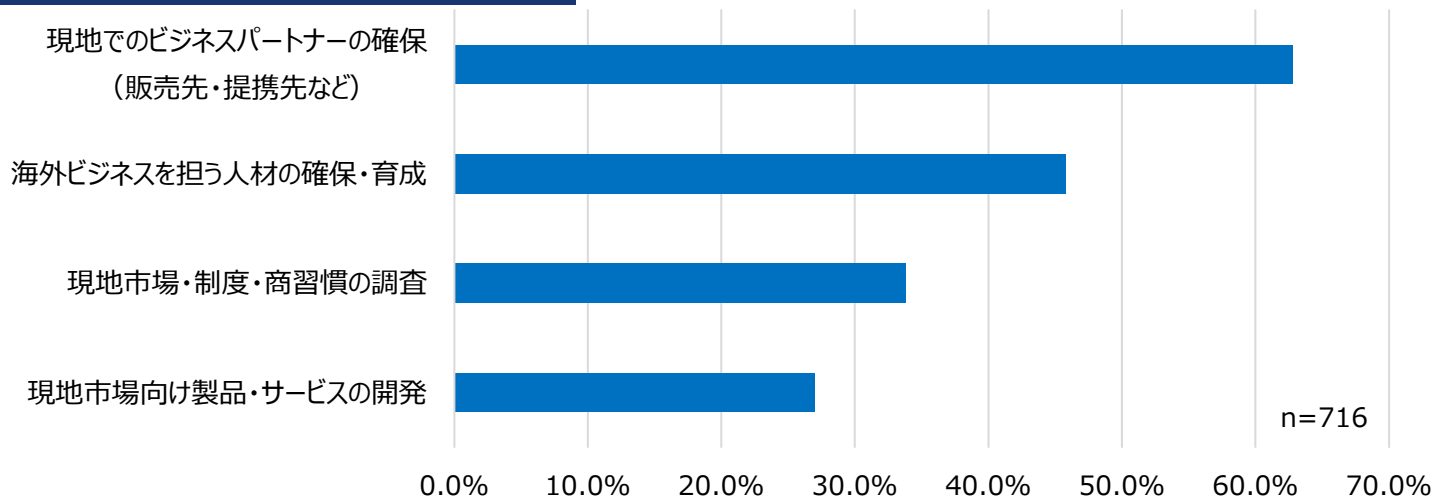


資料：令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）（経済産業省）

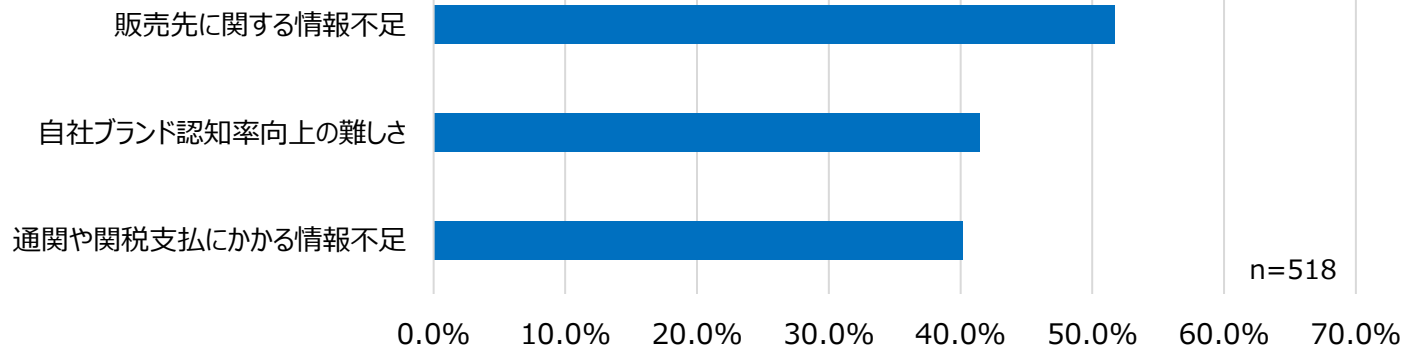
# 中小企業が海外展開に取り組むには多くの課題が...

- 実際に海外展開を行うにあたっては様々な課題があり、必ずしも自社だけで解決できる課題だけではない。

## 海外展開を成功させる上で重要なポイント



## 実際に越境ECを利用している企業が直面している課題





# 中小企業庁が実施する主な海外展開支援施策

- ブランディング、プロモーション等のための取組や現地での情報収集等を支援し、新たな海外での販路開拓を後押し。

## (1) 海外展開のための支援事業者活用促進事業

令和4年度当初予算案額：5.5億円

### 【JAPANブランド育成支援等事業】

**新商品・サービスの開発・改良、ブランディング等を実施することにより、海外のマーケットで通用するよう商品力・ブランド力を高め、新たな海外での販路開拓を支援。**

補助率	上限額	補助対象経費
2/3以内 ※採択3年目の場合／国内販路開拓の場合には1/2以内	500万円 ※複数者による共同申請の場合1社毎に500万円嵩上げし、最大2,000万円まで引き上げ。	・マーケティング調査費 ・広報費 ・委託・外注費(WEBプラットフォーム上のサービス利用費を含む) ・専門家等への謝金 ・展示会等出展費 ・試作品開発費(原材料費、機器・設備費、デザイン費) 等

### 【現地ニーズ等活用促進事業】

**海外ビジネスに直結するニーズや最新のトレンド情報を、JETROを通じて、現地のディストリビューターやマーケティング会社から直接入手し、これらを中小企業が扱いやすい形に加工・編集した上で**即座に情報提供**し、海外市場開拓を支援。**

## (2) デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業

令和3年度補正予算額：12.4億円

### 【デジタルツール活用型】

**越境ECを積極的に取り入れたブランディング、プロモーション等を実施することにより、海外のマーケットで通用するよう商品力・ブランド力を高め、新たな海外での販路開拓を支援。**

補助率	上限額	補助対象経費
2/3以内	500万円 ※複数者による共同申請の場合1社毎に500万円嵩上げし、最大5,000万円まで引き上げ。	・マーケティング調査費 ・広報費 ・委託・外注費(WEBプラットフォーム上のサービス利用費は対象外) ・専門家等への謝金 ・設計デザイン費 等

### 事業イメージ



# JAPANブランド育成支援等事業

令和4年度当初予算案において措置予定  
(上記予算成立を前提としており、今後内容が変更等される場合あり)

- 進出先に合わせた製品のローカライズや試作品の開発、ブランディング、テストマーケティングといった、様々な準備やトライアルのための取組を支援。

## 補助額：上限 500万円

※1社ごとに500万円上限額を高めし、最大で2,000万円



- ✓ 海外向けの商品を製造し販売したが、商品の売上げが伸び悩んでいる…



- ✓ 海外向けに商品開発や自社製品の改良をしたい



- ✓ 現地の展示会に出展したいが、出展費用や外国語版のパンフレットが必要…



- ✓ 海外展開事業に取り組むたいが、相談できる知り合いの専門家がない…



## 補助率：補助対象経費の2/3以内

進出先の商習慣や文化を事前に調査し、対応した商品を開発することが重要です。**市場調査から販売戦略立案に係るコンサル経費**の補助を受けることができます。

進出先の市場に合わせた商品開発・改良費用、試作品のテスト販売、知的財産権取得費用に係る経費の補助を受けることができます。

展示会は自社製品の強みや魅力を伝え、商談に繋げることのできる重要な場となります。当補助金では**出展費から運営サポート費用**まで一連の経費の補助を受けることができます。

補助事業を通して、海外展開における専門知識を持つ**「支援パートナー」**が提供する**支援サービス**を受けることができます。

# デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業

公募に向けた準備中  
詳細は後日HPに掲載予定

- 越境ECを積極的に取り入れたブランディング、プロモーション等の取組を支援。

補助額：上限 500万円

※1社ごとに500万円上限額を嵩上げし、最大で5,000万円

補助率：補助対象経費の2/3以内



- ✓ 過去に越境ECサイトを構築したが、商品の売上げが伸び悩んでいる…



- ✓ 自社の強みをうまく表現、発信できない…
- ✓ 海外において他社商品との差別化を図りたい！



- ✓ 自社商品をもっと海外の人々に知ってもらいたい！



- ✓ プロモーション・ブランディングを自社でやりたいが、知り合いの専門家がない…



ただ掲載するだけではなく、**商品のブランディングや適切なプロモーションを実施**することが重要となります。当補助金ではこれらに係る経費の補助を受けることができます。

**商品のコンセプトや世界観の確立から発信**まで一連のブランディングに係る経費の補助を受けることができます。

SNSやインフルエンサー等を活用した**プロモーション**に係る経費の補助を受けることができます。

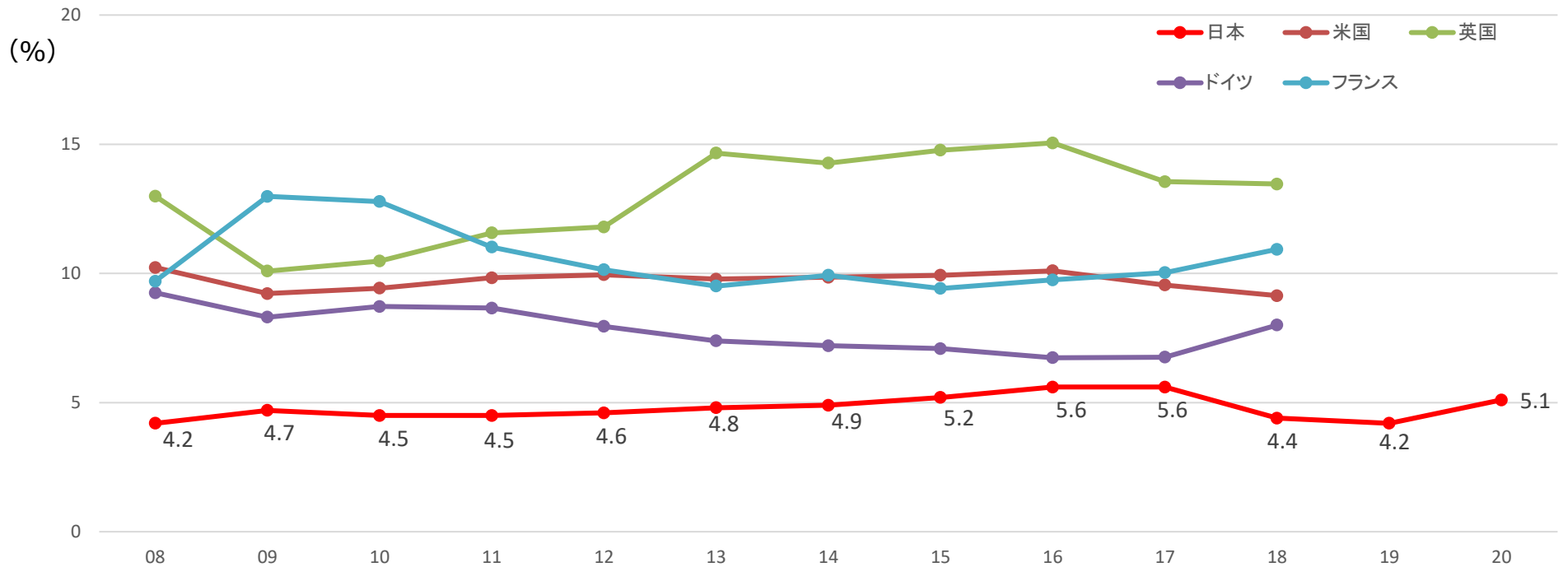
補助事業を通して、ブランディングやプロモーション分野の専門知識を持つ「**支援パートナー**」が**提供する支援サービス**を受けることができます。

## 2. 創業について

# 創業の実態と各国比較

- 我が国の開業率は2020年度時点で5.1%であり、諸外国と比較して低い水準

## <各国開業率の推移>



(出典)中小企業白書 (2021年版)

日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」(年度ベース)

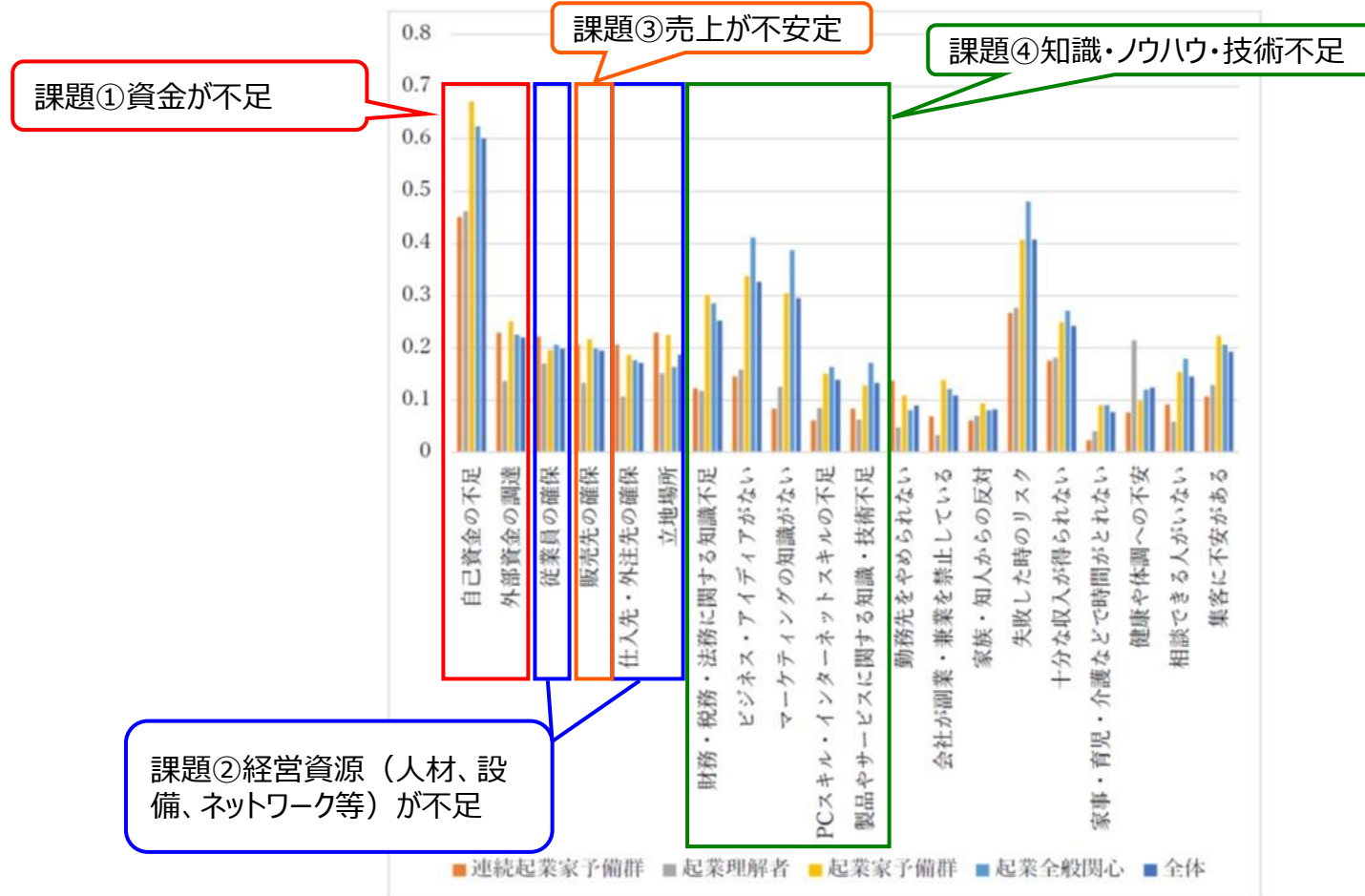
アメリカ：United States Census Bureau「The Business Dynamics Statistics」

イギリス、ドイツ、フランス：eurostat

# 創業希望者が抱える課題

- 起業を阻害する要因として、創業希望者は、①資金不足、②経営資源の不足、③売上が不安定、④知識・ノウハウ不足等の課題を抱えている。

<起業予備軍等にとっての起業阻害要因 (N=10,001) >



(資料) 独立行政法人経済産業研究所「日本の起業家と起業支援投資家およびその潜在性に関する実態調査」(2019年3月)

# 産業競争力強化法に基づく創業支援事業への支援

- 現在、創業者にとって身近な存在である市区町村が中心となって、下図スキームに沿って創業支援が行われている。全国1,741のうち1,456市区町村が計画の認定を受けており（人口カバー率98%）、平成26年度～令和2年度において約22万人の創業を実現。
- 創業無関心者に対して創業に関する理解と関心を深める取組である創業機運醸成事業を含む創業支援等事業計画については、230市区町村が認定を受けている。

国

経済産業大臣及び総務大臣が、創業支援等事業実施指針（創業支援等事業計画で策定すべき内容等）を策定

申請

認定

創業支援等事業計画の認定を受けようとする市区町村

【創業支援等事業計画】の作成

市区町村と創業支援等事業者（認定経営革新等支援機関、地域の経済団体、金融機関、土業、県センター、NPO等）が行う創業支援等事業について市区町村が計画を作成

市区町村

連携

創業支援等事業者

民間のノウハウを活用して創業を支援する事業者（認定支援機関、経済団体、金融機関等）

創業支援事業

創業支援等事業

創業機運醸成事業

ワンストップ相談窓口、マッチング支援、  
ビジネススキル研修、専門家によるハンズオン支援等 **特定創業支援等事業**

・創業無関心者等に対して創業に関する理解と関心を深める取組全般が対象。  
・例えば教育現場等での起業家教育、若年層向けのビジネスプランコンテストの開催、短期間で創業を体験できるプログラムの実施等  
・対象は、事業を営んでいない個人（全世代が対象）

支援

創業者

創業希望者  
創業後5年未満の者

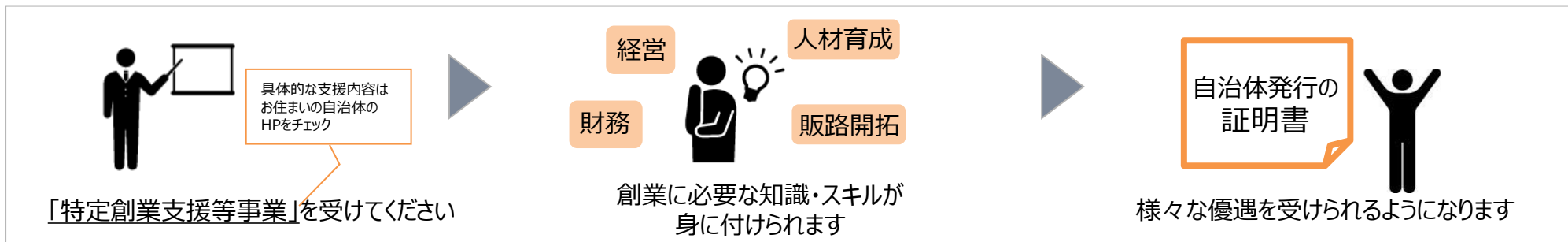
特定創業支援を受けた創業者

普及啓発

創業無関心者等

起業について現在関心がない者をはじめとした事業を営んでいない個人

各自治体において、「特定創業支援等事業」として国が認定している創業支援を受け、証明書を受け取ることで、創業時に様々なメリットが受けられます。



## (1) 登録免許税の軽減措置

設立形態	通常の税率	軽減措置適用後の税率
株式会社	資本金の額×0.7% ※15万円に満たないときは、 1件につき15万円	資本金の額× <b>0.35%</b> ※7.5万円に満たないときは、 1件につき7.5万円
合名会社 合資会社	1件につき6万円	1件につき <b>3万円</b>
合同会社	資本金の額×0.7% ※6万円に満たないときは、 1件につき6万円	資本金の額× <b>0.35%</b> ※3万円に満たないときは、 1件につき3万円

## (2) 創業関連保証特例活用時の優遇

本来は創業2か月前から対象となる創業関連保証の特例について、**事業開始後6か月前**から利用の対象になる。

## (3) 日本政策金融公庫の融資制度での優遇

- **新創業融資制度**  
新たに創業するもの、創業後税務申告未了の者に対して条件と課されている自己資金要件（創業資金総額の1/10以上）を満たす者として利用できる。
- **新規開業支援資金**  
貸付利率の引き下げが可能。

## (4) 小規模事業者持続化補助金の補助上限増額

販路開拓等へ活用可能な持続化補助金の補助上限額が、**50万円から100万円**へ引き上げられる。  
(※令和元年度補正予算)

## (5) 自治体ごとのサポート

自治体によっては、補助金や融資等に紐づくさらなるメリットを設定している場合がありますので、各市区町村に確認ください。



### **3. その他中小企業施策全般について**

# その他中小企業施策全般について

## ■ 2021年度版中小企業施策利用ガイドブック

[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/g\\_book/2021/index.html](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/g_book/2021/index.html)

## ■ ミラサポプラス

(補助金/税/認定など様々な支援制度や事例等を掲載)

<https://mirasapo-plus.go.jp/>