

日ASEANにおける中小企業

～日本商工会議所の活動と中小企業のASEAN展開～

清水 新一郎

日本商工会議所



ご説明内容

1. 商工会議所の国際業務（P2）

1-1. 多国間・二国間経済委員会の活動

1-2. ASEAN意識調査2022

2. 中小企業の海外展開支援（P10）

2-1. 中小企業を取り巻く環境と課題

2-2. 海外展開イニシアティブ

2-3. 求められる支援策

3. インバウンド観光と地方分散（P17）

4. 日本商工会議所として（P19）

1-1. 活動 - 多国間・二国間経済委員会

● 第39回日馬経済協議会合同会議@KL



- ✓ 8月1日、マレーシア・クアラルンプールにてアズミン・アリ上級大臣を来賓に「マレーシアと日本におけるポストコロナでの課題と新たなビジネス機会」をテーマとして議論
- ✓ アズミン・アリ大臣より、革新的で高付加価値の新分野（電気・電子、製薬、デジタル経済、航空宇宙、化学）などへの投資拡大のみならず、技術移転、エコシステム構築、国内産業への日本の関わりが期待
- ✓ マレーシア国内におけるデジタル化の進捗により、生産性向上とコスト削減を実現させる一方、都市と地方間のデジタル格差拡大の是正について議論

● セミナー「比・マルコス政権の政策」

- ✓ 10月7日、東京外国語大学大学院 日下教授を講師に迎え、日比経済委員会を対象に「再来 マルコスのフィリピン - 有権者の期待と政権の課題」をテーマにセミナーを開催

● セミナー「ASEAN情勢セミナー」

- ✓ 10月12日、4月に実施したEABC調査「Business Outlook Recovery Measures」についてJETROジャカルタ事務所より結果報告およびASEANのマクロ状況とインドネシア、タイの最新情勢についてセミナーを開催

● 意見交換「DTI・セブCCI・マニラ企業」

- ✓ 6月29日、クリエイティブ産業における日比連携促進

● 意見交換「ラオス商工会議所」

- ✓ 9月27日、ラオス商工会議所副会頭、企業11社と「今後の物流インフラ開発」について意見交換

1-1. 活動 - 多国間・二国間経済委員会

4

● 第28回日ASEAN経済大臣会合



- ✓ 9月18日シエムリアップにて開催。政府から日ASEAN50周年に向け経済界と共に策定を進める「日ASEAN経済共創ビジョン」をプレゼン、各国へ協力を求めた
- ✓ 産業界からは、AJBC, JETRO, FJCCIAが出席し、ビジネスの現状と課題の報告・提言を実施
- ✓ AJBCより、ウィズコロナの中での各国経済界との交流促進、日ASEANビジネスウィーク等、中小企業のASEAN展開に向けた取り組みを報告
- ✓ グローバル・バリューチェーンのアップグレード、スタートアップとの連携、DX、人材の相互交流などを通じ、日ASEAN産業界が連携し、海外展開にチャレンジできる環境整備支援を要請

● 第55回EABC会合



- ✓ ASEAN+3域内の経済協力および経済成長の深化のため民間部門の意見提供
- ✓ ASEAN+3域内の民間分野における協力を強化し、域内貿易・投資の促進
- ✓ ASEAN10か国+3各国の商工会議所等を通じて、ハイレベルの産業界代表3名を選出
- ✓ 2023年はインドネシアが議長国、日本が共同議長国



1-1. 活動 - 多国間・二国間経済委員会

5

日ASEANビジネスウィーク2022（2022年5月）

危機のときこそ、企業自らが変革し、チャレンジする力が試される。
「**変化への挑戦**」をキーワードとして、中小企業こそ海外展開に取り組み、
商工会議所や関係機関の支援を得ながら、旺盛な需要を誇るASEAN
のダイナミズムを自社の成長に取り込んで欲しい。



（1）ASEAN意識調査2022

齋藤AJBC副会長(IHI相談役)、タンスリ・ムニール氏ら日ASEAN経済界代表を招き、企業間の課題について議論

- ✓ 日ASEANの長い歴史の中で、日ASEAN双方の企業が果たしてきた役割の大きさ、更なる連携拡大の必要性を確認
- ✓ ASEANの声に耳を傾け、日本企業として改善に向けたアクションに努めることを表明。人材育成、外国人材活用の必要性について議論した。



（2）中小企業の更なるASEAN展開

既にASEANへ事業展開する地方の中小企業3社を招き、モデレーターを加えてパネルディスカッションを実施

- ✓ 各社ASEANへ事業展開するまでの経緯、なぜASEANか、についてショートプレゼンを行い、海外進出の必要性を議論
- ✓ ASEANの進化の速さ、アジア人材の有能さに触れ、アジア人材の活用、日本とASEAN双方方向の人材交流の必要性について、各社より指摘。



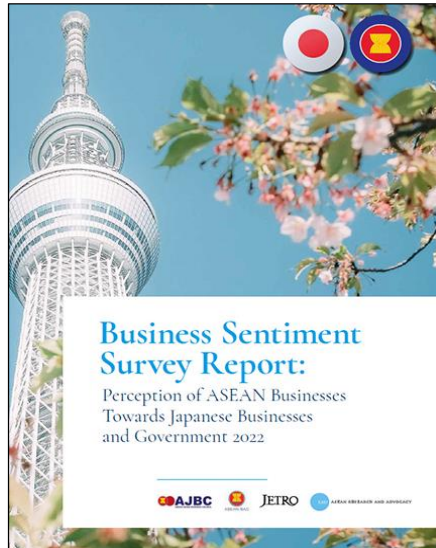
1-2. 活動 - ASEAN意識調査2022

6

ASEAN意識調査2022

実施期間：2022/1/18～2/25

回答数：アンケート459社、インタビュー調査42社



STRENGTHS



STRENGTHS COMPARED TO OTHER MAJOR ECONOMIES

92.4% **NO.1**

technical know-how /
knowledge

88.0% **NO.1**

planning and efficient project
execution

80.4% **NO.1**

SMEs as strategic business
partners

70.6% **NO.1**

technology transfer

WEAKNESSES



PRICING

75.4%

pricing is area Japan face
most competition

76.7%

pricing is area Japan will lose
competitiveness in next decade



FLEXIBILITY

39.2%

perceive Japan to be a
flexible partner



COMMUNICATION

76.7% **NO.4**

ranked US first on
communication and openness



DECISION MAKING

65.3% **LAST**

ranked China first on speed of
decision making

1-2. 活動 - ASEAN意識調査2022

7

 Top Rank
  Second Rank
  Third Rank

(Value in %)

China	Japan	US	EU
-------	-------	----	----

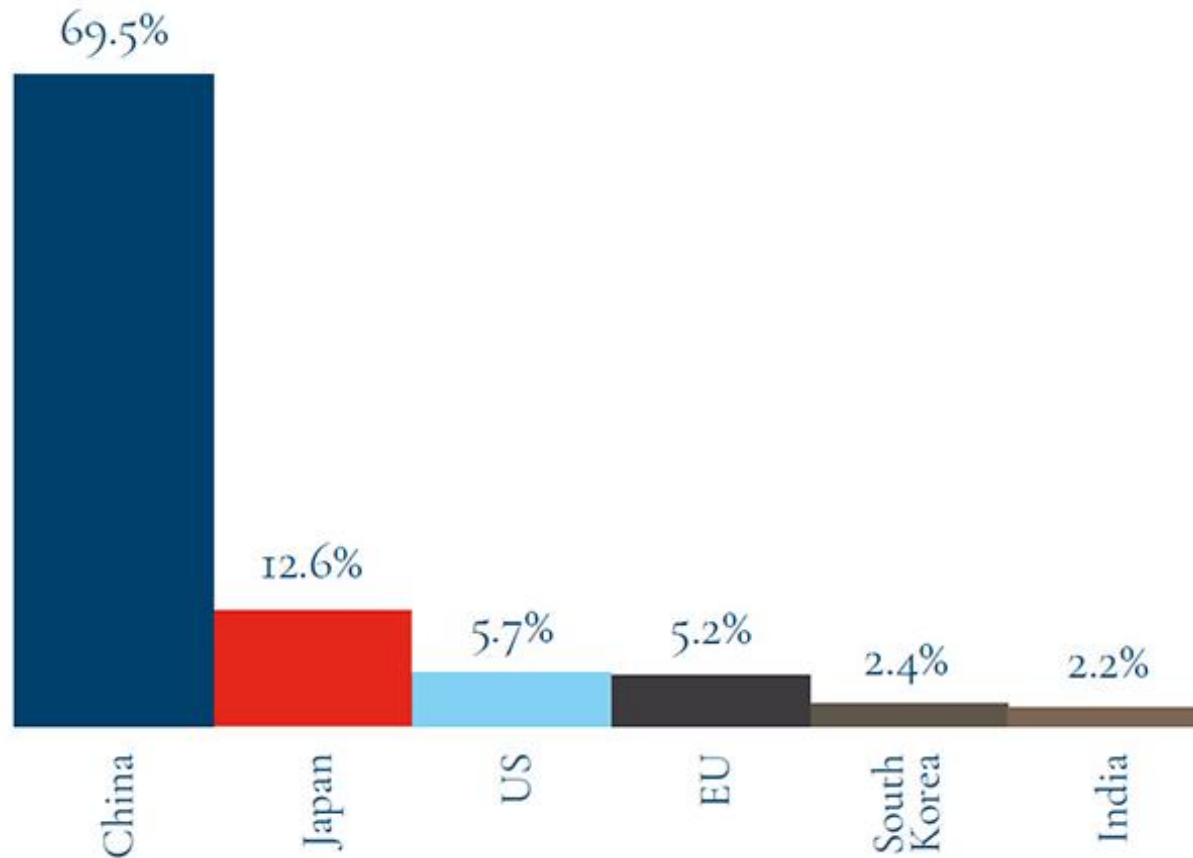
OPPORTUNITIES

Top 3 countries that will help boost ASEAN's economic recovery	78.4	73.2	64.7	46.2
Countries with the strongest industrial capability among ASEAN's trade partners	16.9	14.3	14.9	12.1
Governments that are most supportive to their private sector establishing a presence in ASEAN	33.8	32.7	10.2	8.5
Countries perceived to be the best balancing alternative trade partners of ASEAN in the midst of US-China trade tensions	X	37.5	X	23.1
Countries perceived to be the most likely leader in helping ASEAN's Industry 4.0 digital transformation	32.2	29.2	13.9	9.2
Countries perceived to be the most likely leader in helping ASEAN transform to become a Sustainable ASEAN	21.4	37	9.4	21.4

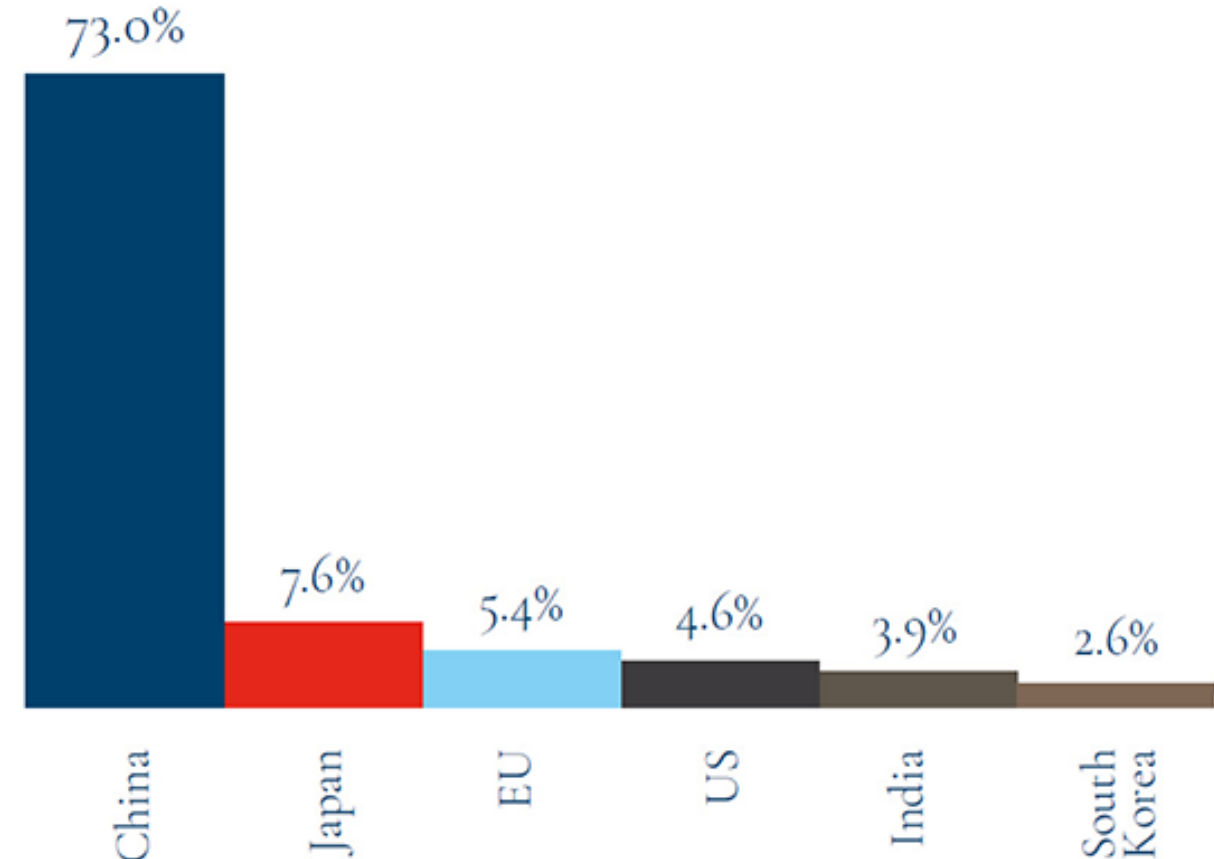
1-2. 活動 - ASEAN意識調査2022

8

Countries likely to dominate ASEAN's trade and investment in the next decade



Countries perceived to achieve economic dominance in ASEAN in the next decade



1-2. 活動 - ASEAN意識調査2022

日本の強み

- ✓ **【高度な技術・技術移転】**他国と比べ優れた財務体質と技術を有し、それらをASEANに持ち込んでくれることから、我々は新たに技術開発する必要がない（ブルネイ）
- ✓ **【強いブランド力・文化・技術・品質】**トヨタや無印良品など、日本は常に品質の顔であり続けてきた（インドネシア）
- ✓ **【クリエイティブ・生産性】**（ラオス）
- ✓ **【ビジネスネットワーク・技術協力】**日本とマレーシアの技術を組み合わせ、新製品を生み出せないか（マレーシア）

ASEANの強み

- ✓ 若くて豊富な労働力、エネルギッシュ、英語能力
- ✓ 高い起業家精神とデジタル・イノベーションマインド
- ✓ ビジネススピード

日本の弱み

- ✓ **【サプライチェーン】**日本の中小企業を支援する必要がある。そうすれば、より提携しやすくなる（カンボジア）
- ✓ **【内向性】**日本の中小企業は非常に内向き。輸出や外国人との取引に抵抗があるように感じる（インドネシア）
- ✓ **【意思決定が遅い・細かすぎる】**（ラオス）
- ✓ **【言語・コミュニケーション】**英語が出来ない（マレーシア）
- ✓ **【革新性・起業家精神】**日本の中小企業は常に大企業を頼り、自らイノベーションを生み出していない（ミャンマー）
- ✓ **【プロモーション・マーケティング】**（フィリピン）

ASEANの弱み

- ✓ 高度な技術力、品質管理、緻密さ
- ✓ 生産性
- ✓ 企業倫理

2-1. 中小企業の海外展開支援 - 中小企業の現状と課題

10

中小企業を取り巻く厳しい経営環境

➤ 国内市場の縮小

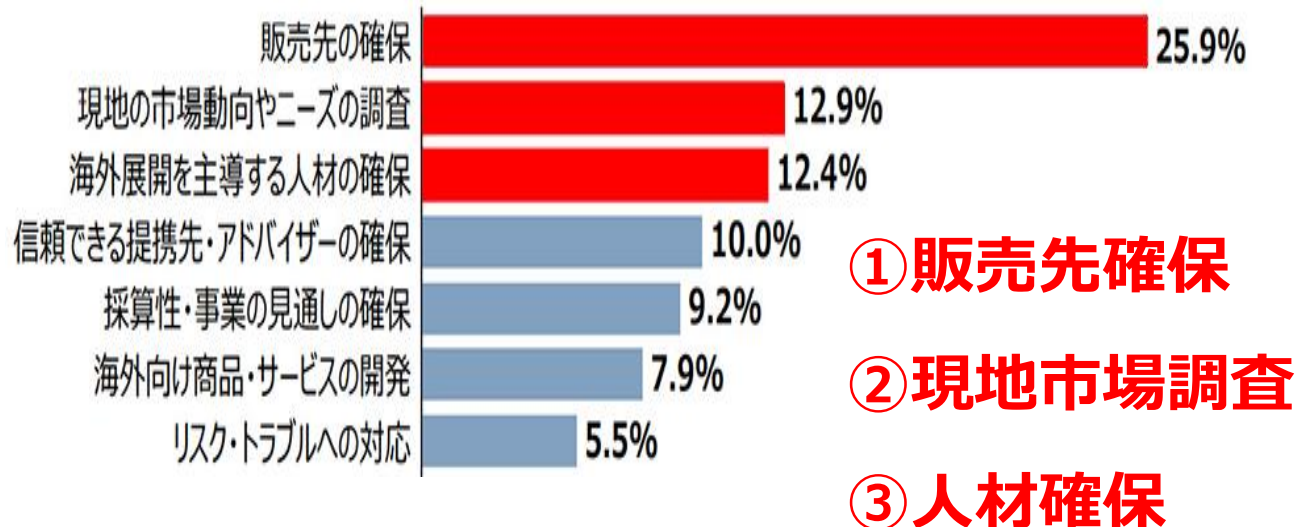
日本の総人口は2008年の1億2,808万人をピークに、2053年には1億人を下回る予測

➤ 新型コロナウイルス感染症の蔓延、急激な円安、原材料価格高騰等で利益を圧迫

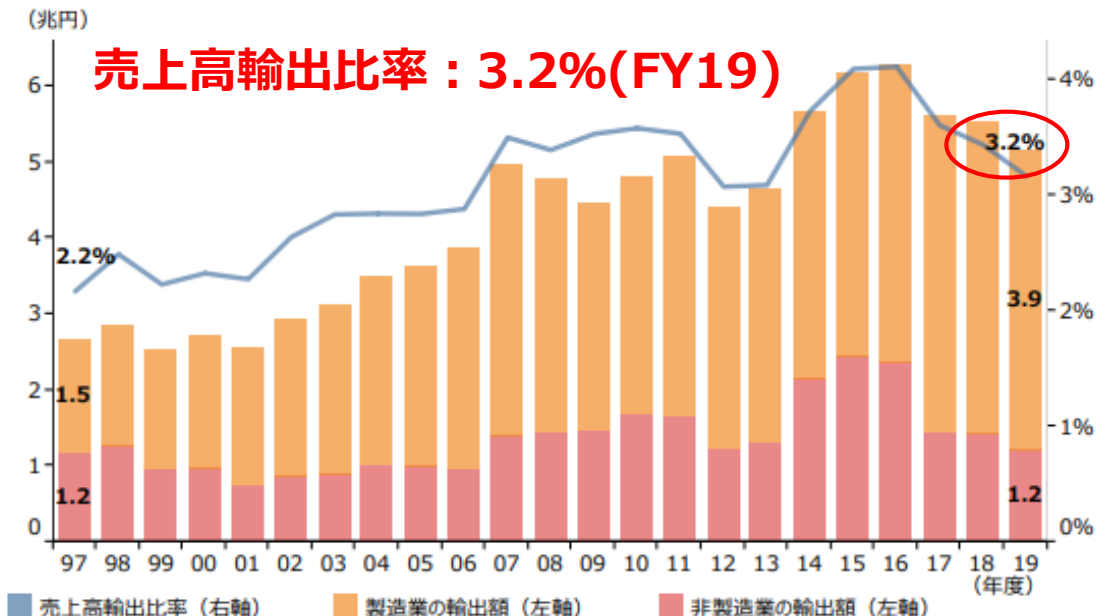
1998年以来、24年ぶりの1\$=146円台を記録。価格転嫁が追いつかず、事業者の利益を圧迫。

海外展開未実施企業が感じる課題

(n=379)



(出典：2022年版中小企業白書)



資料：経済産業省「企業活動基本調査」再編加工

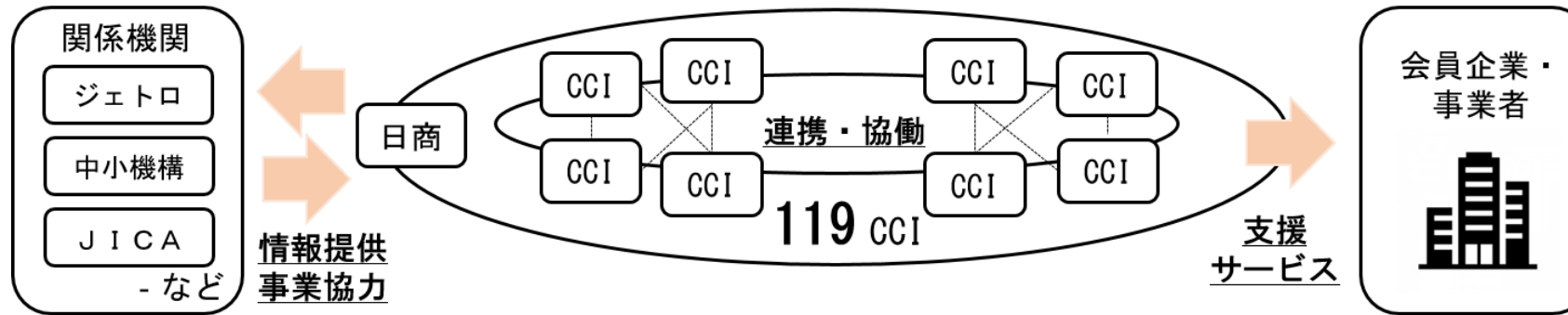
(注) 売上高輸出比率は、中小企業の売上高に占める中小企業の輸出額（製造業・非製造業の合算）を算出したもの。

2-2. 中小企業の海外展開支援 - 海外展開イニシアティブ

11

日本商工会議所：海外展開イニシアティブの推進

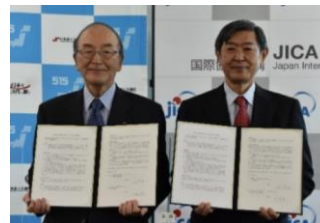
会員企業の海外展開・国際ビジネス支援に精力的に取り組む各地商工会議所との連携・協働を図るネットワークを構築し、会員向け支援・サービスの強化に寄与



他団体との連携促進

JICAと連携覚書締結（2021年4月）

- 相互の幅広い内際ネットワーク活用
- ビジネスチャンスの創出
- 各地CCIと会員企業の国際化強化



海外展開支援担当者向け研修会開催

- JETRO、中小企業、JICAより支援施策を説明
- 各支援策を活用した海外展開の事例紹介



海外展開促進への情報提供・普及啓発

海外展開支援特設ページ開設

- 中小企業の海外展開を後押しするため、様々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）

フェーズ	1	2	3	4	5	6	7	8
準備	1. 海外展開の必要性の認識	2. 海外展開の目標設定	3. 海外展開の調査・分析	4. 海外展開の計画立案	5. 海外展開の資金調達	6. 海外展開の人的資源確保	7. 海外展開の法的・税務的対応	8. 海外展開のリスク管理
実行	1. 海外展開の実施	2. 海外展開のモニタリング	3. 海外展開の評価・改善	4. 海外展開の拡大・発展	5. 海外展開の持続的発展	6. 海外展開の社会的責任	7. 海外展開の環境配慮	8. 海外展開の未来展望

越境ECサポートブックの作成

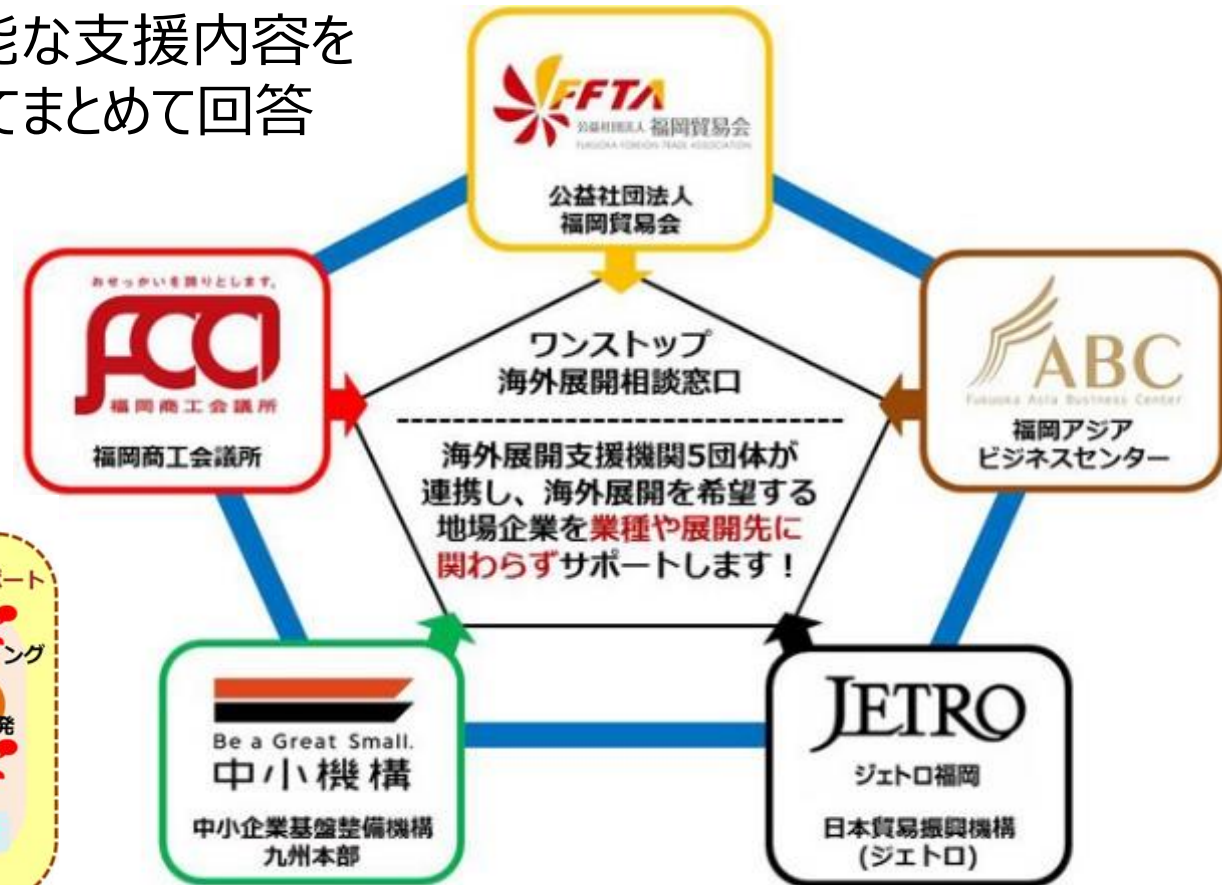
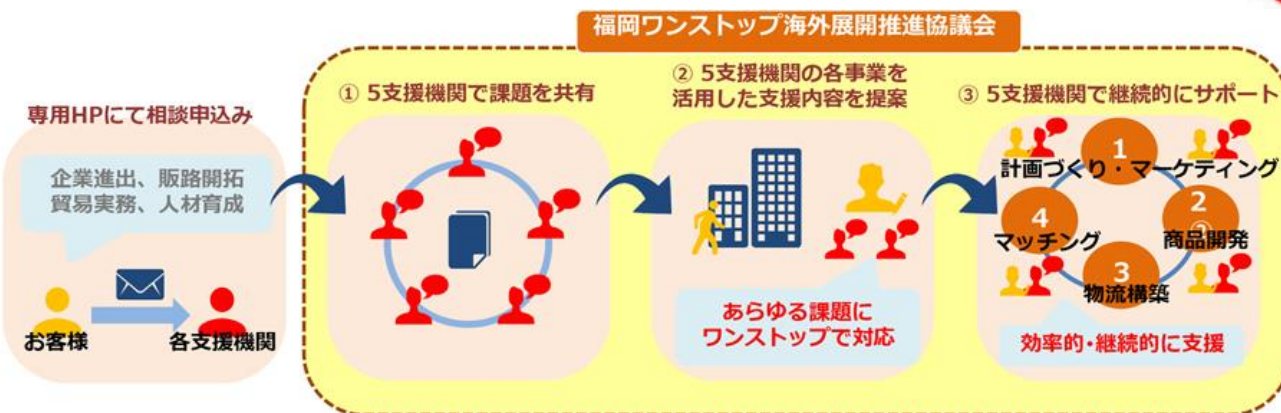
- 越境ECの全体像把握
- 出店イメージ把握のため、体系的に解説



2-2. 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

12

- 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い合わせは、各支援機関に同報される。各支援機関はそれぞれが提供可能な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
- 事業者は個別に問い合わせる必要なく、商工会議所への一つの問い合わせで5つの支援機関に相談可能。かつ、それぞれが得意な支援施策を一度に受けることが可能



(出典：福岡商工会議所ウェブサイト)

2-3. 支援 - 中小企業が海外ビジネスにチャレンジするための後押し

13

厳しい経営環境の中で中小企業が生き残り、成長を続けるためには、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が必要。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

① 海外ビジネスへの挑戦を後押しする情報の拡充

② 海外ビジネス(進出後、撤退等)に伴う各種課題への支援

③ 海外販路開拓の加速に向けた環境整備

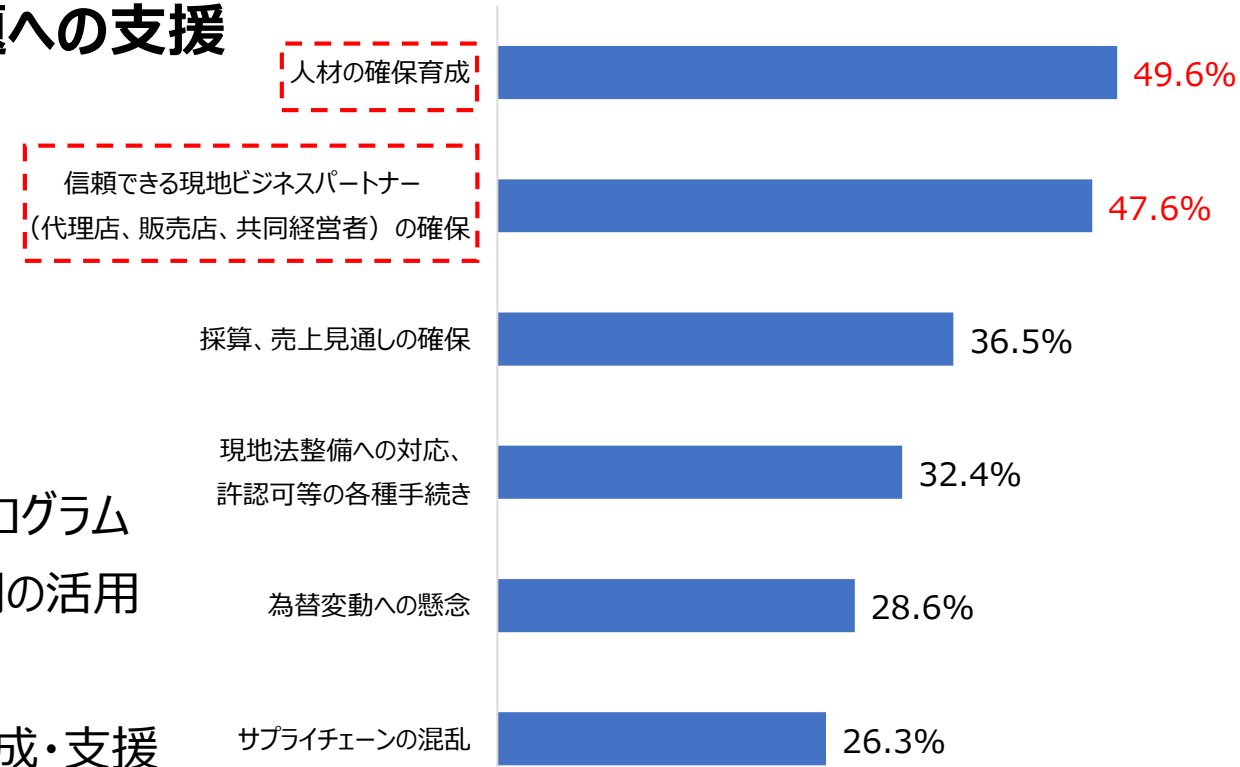
- 越境ECの活用促進
- 越境ECサイト構築、出店・運営に係る費用の助成

④ 国内外の人材確保、育成への支援拡充

- 国内人材が海外ビジネスを体系的に修得出来る研修プログラム
- 海外ビジネスの知識を有する国内人材とのマッチング機関の活用
- 高度外国人材とのマッチング（情報サイトの周知・拡充）
- 受入企業の社内制度改革、国内人材への英語研修助成・支援

海外ビジネス展開における課題・懸念

出典：日本商工会議所LOBO調査結果（2022年7月）

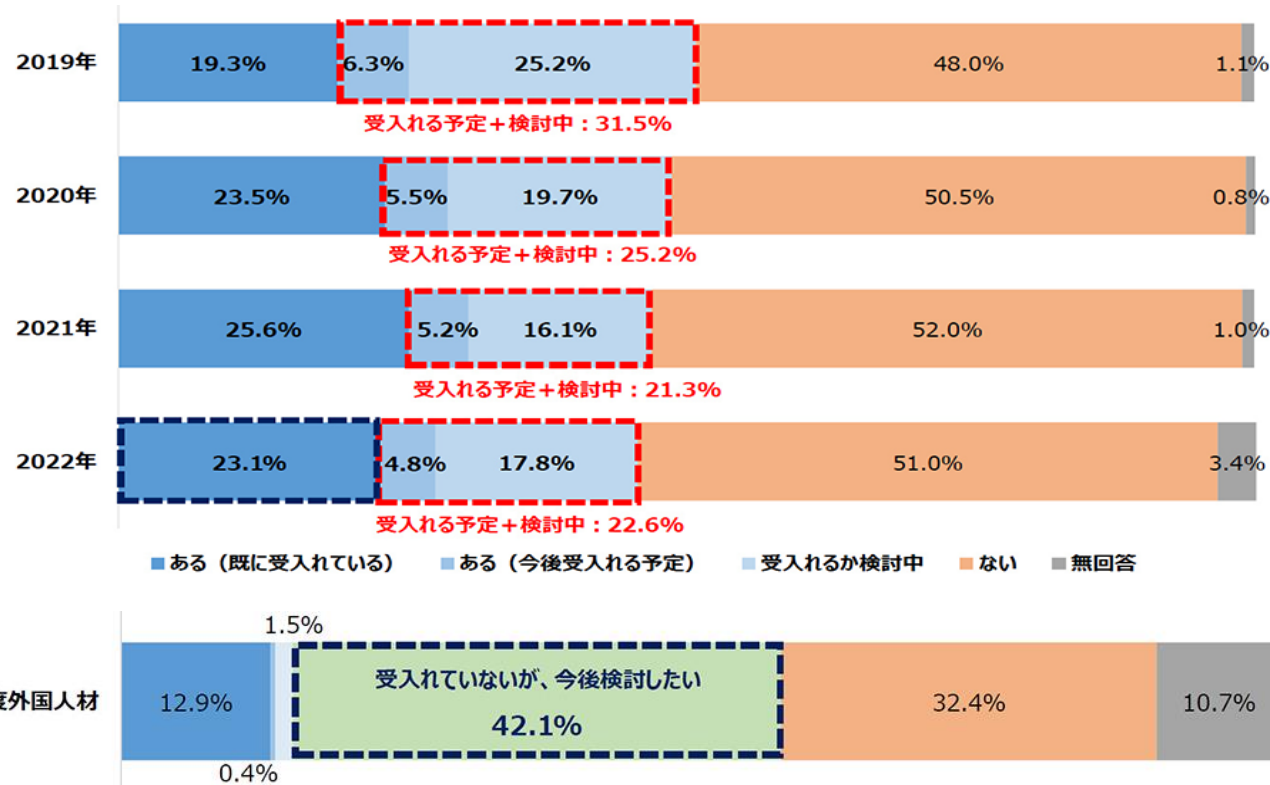


2-3. (参考)外国人材受入れに関するアンケート調査

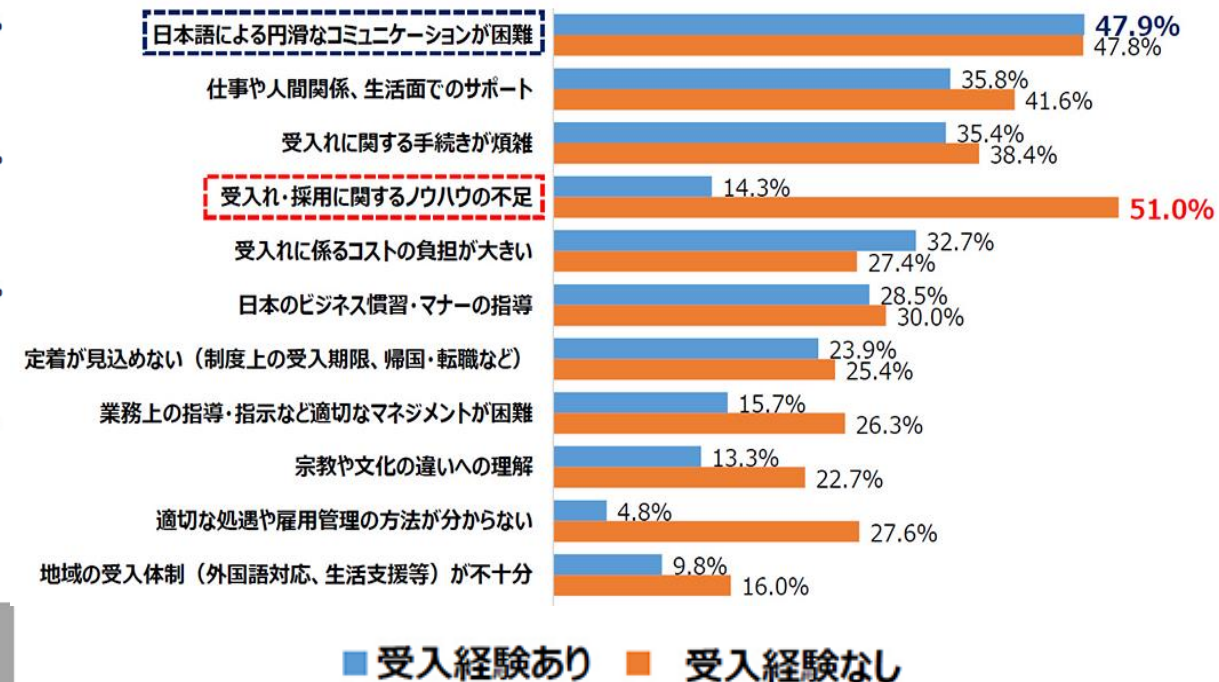
14

1. 調査地域：全国47都道府県
2. 調査対象：中小企業 6,007社
3. 調査期間：2022年7月19日～8月10日
4. 調査方法：各地商工会議所職員による調査
5. 回収商工会議所数：395商工会議所
5. 回答企業数：2,880社(回答率：47.9%)

外国人材の受入ニーズ (n=2,880)



外国人材の受入に係る課題 (n=1,313)



出典：日本・東京商工会議所「女性、外国人材の活躍に関する調査」（2022年9月）

2-3. 支援 - グローバル経済環境での競争力強化に向けた支援

15

① 原材料等の安定的な調達環境の確保

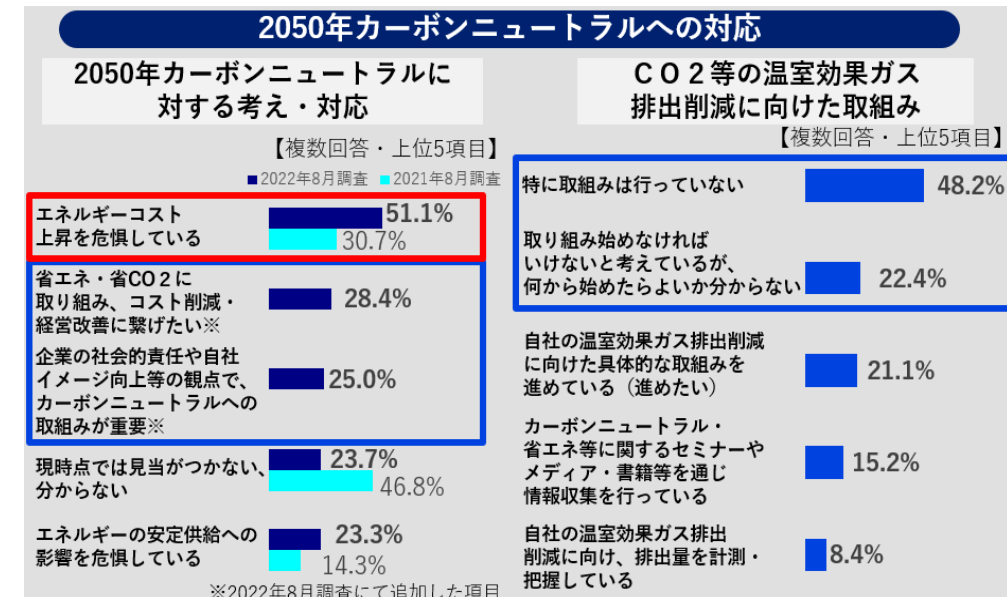
- 代替調達先国や事業者の探索、品質等に関する相談体制の整備・拡充
- 調達網見直しにかかる各種リサーチ費用への助成
- 調達網混乱に備え、原材料等の備蓄強化のための在庫積み増しに対する無利息融資制度等、金融支援の強化

② 経済連携協定・投資協定の利活用促進

- 中小企業への周知強化、RCEP等の利活用促進
- 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 カーボンニュートラル、人権対応等、社会的価値への対応

- 中小企業への脱炭素支援施策・制度の周知強化、手続き簡素化
- 専門家による指導や簡便なツール提供による排出量計測・把握の支援、総エネ・脱炭素型設備導入への資金面での支援拡充、金融機関のサステナブルファイナンス活用促進



(出典：日本商工会議所LOBO調査 2022年8月)

2-3. 支援 - 地域一体で海外ビジネスに挑戦する後押し

16

① 地域の事業者同士の連携促進

- 地銀、地域商社等地域一体となった海外ビジネスへの取り組み事例共有・推進
- 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・販路開拓等に関する支援拡充
- 地域産品の会議ア販路開拓、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

<事業者の声>

- 事業者単独では情報収集や連携先発掘が限定的、実務的にも心理的にも海外進出のハードルは高い
- 海外で中小企業だけでは相手にされず、詐欺まがいの被害を受けた企業も多く、現地情勢に精通した連携先が不可欠

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

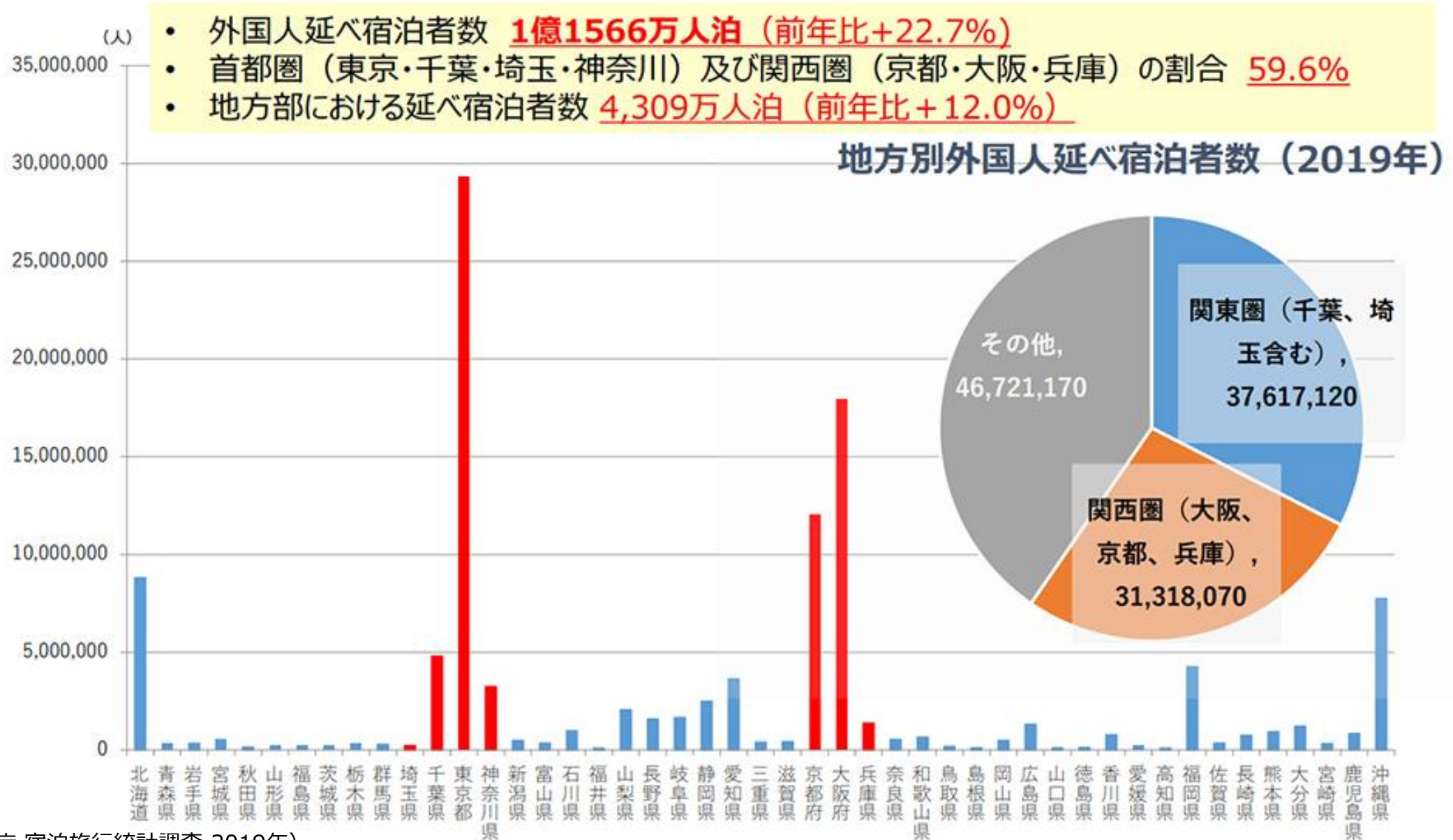
- 十勝地方では、行政や商工団体、農林漁業団体、大学・試験研究機関、金融機関など40もの関係機関が連携し、「食」と「農林漁業」を柱とした地域産業政策「フードバレーとかち」を推進
- 十勝の強みである「菓子・乳製品・食肉産業」技術やノウハウを中小企業の海外ビジネス支援に活用。マレーシアとの連携により、ハラル対応による新たな市場開拓を通じた中小企業の振興を進めている。



(右) 帯広とマレーシアの製菓メーカーが共同開発したハラル大福

3. インバウンド観光と地方分散

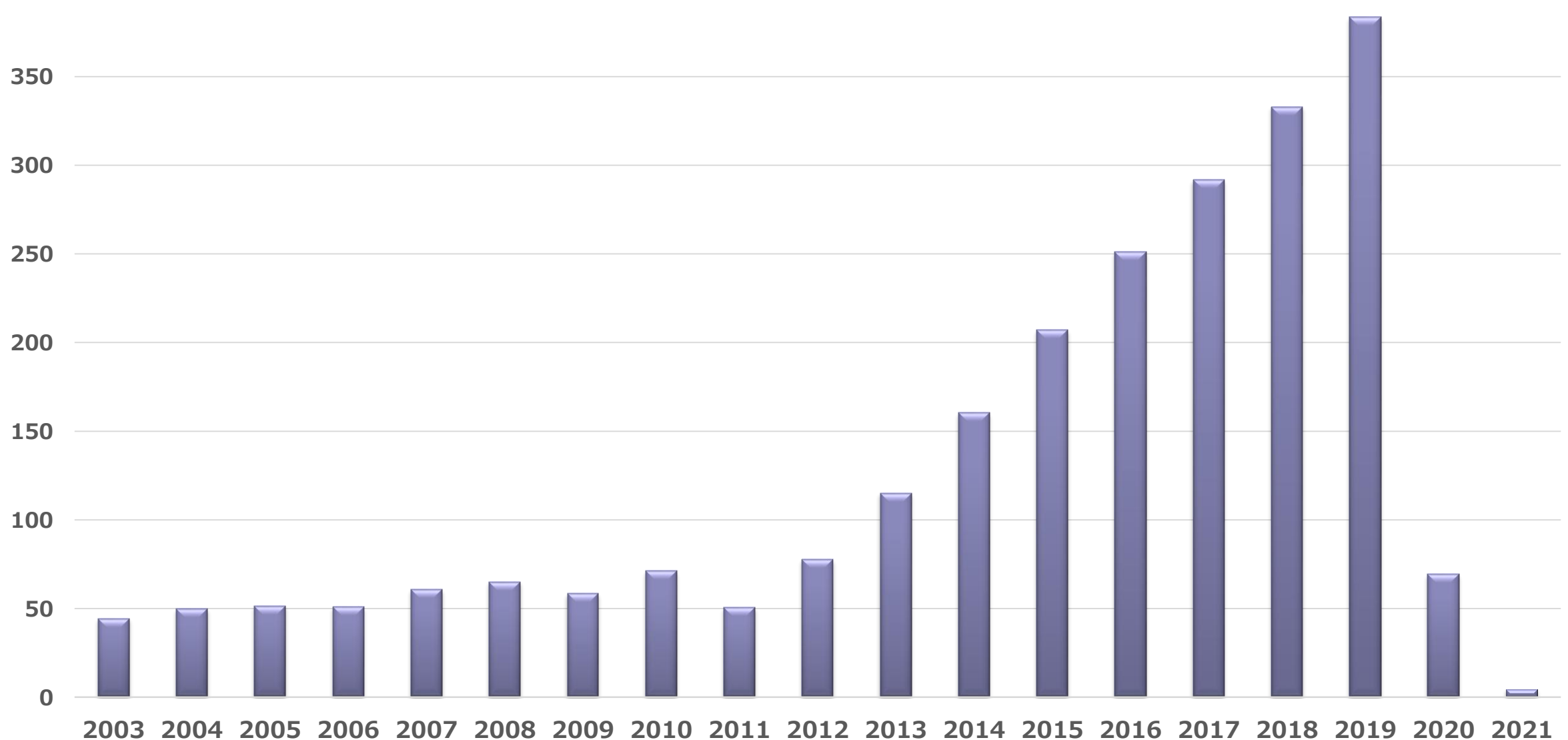
17



3. (参考)訪日外国人観光客推移 (タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムに限る)

18

400 (単位：万人)



(出典：日本政府観光局 (JNTO) 訪日外客数再編加工)

Copyright 2022 The Japan Chamber of Commerce and Industry. All rights reserved.



4. 日本商工会議所として

● コロナによって明確化されたASEAN地域の重要性

- ✓ 世界のサプライチェーン要所として、各国から投資を受けデジタルを中心にリープフロッグ型成長を実現
- ✓ これまで日本が築き上げてきた大企業・製造業中心の協力、雁行型のASEANとの関わりでは不十分

● ASEANへの「貢献」ではなく、ASEANとの「価値共創」

- ✓ 日本の99.7%は中小企業、ASEAN各国から戦略的ビジネスパートナーとして評価される中小企業
- ✓ 日ASEANの中小企業・スタートアップが互いに技術や知見を共有し、新たな価値を生み出す
- ✓ デジタル技術の社会実装を通じた企業の生産性向上、社会的価値への対応

● 日ASEANの企業間ビジネスの基盤は「人材」

- ✓ 教育・研修システムの充実、社内制度改革の促進、高度人材活用
- ✓ 日ASEAN、双方向の循環型人材育成
- ✓ 観光促進・人材交流による、文化的な繋がりへの促進「心と心の触れあうパートナー」