

一橋大学経済学部 商工中金寄附講義

「中小企業の経済学」

第9回 中小企業の国際化

2018年6月13日

商工中金 国際部
白木 健一

第9回講義の内容

1. 駐在経験者から見た中小企業の国際化
 2. 中小企業の海外現地法人の実態
 3. 海外展開支援の方法
- グローバルニッチトップ企業と支援策

1. 駐在経験者から見た中小企業の国際化 ～中国の事例を中心に

- 1.1 中小企業国際化の経緯・手段
- 1.2 国際化を行う中小企業の割合
- 1.3 中小企業の国際化の目的
- 1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報
- 1.5 中小企業国際化の問題、課題
- 1.6 海外からの撤退

1.1 中小企業国際化の経緯・手段～①機械産業の事例(1) (テキスト P.126～128)

J社(家庭用ミシン製造)

1948年 設立

1952頃 輸出開始、以降輸出増加

1964 年間輸出35万台、総理大臣賞

1968 米国販社設立

1971 台湾工場設立

1992 中国工場設立 (→日本の旧工場は商業施設に)

2007 ベトナム工場設立

2011 ベトナム第二工場完成 (→中国工場は・・・)

1.1 中小企業国際化の経緯・手段～①機械産業の事例(2) (テキスト P.126～128)

Y社(工業用マシン製造)

1946年 設立

1960 創業者が黄綬褒章受勲

1965 勲五等双光旭日章

1987 米国販社設立

1989 香港販社設立

1990 ドイツ販社設立

1993 シンガポール販社設立

2000 中国工場設立

2007 ベトナム事務所、バングラデッシュ事務所設立

2つのミシン(製品)メーカーの 経緯からわかること

- 1960年代は安い円(1ドル=360円)を背景に米国へ輸出(政府も奨励)。
- 70、80年代は米国以外への輸出も増加。
- 90年代は円高・人手不足等により中国に生産シフト。
- 2000年以降は、さらにアジア周辺国へシフト。

1.1 中小企業国際化の経緯・手段～②電子部品産業の事例 (テキスト P.126～128)

K社(モーター製造)

1961年 設立

1984 中国向けプラント輸出開始

1985 海外営業部新設

1986 シンガポール工場設立

1991 マレーシア工場設立

1994 中国工場設立

1997 タイ工場設立

2000 中国第二工場設立

**部品メーカーはNIESに進出
大手メーカーに追随**

1.1 中小企業国際化の経緯・手段～③自動車部品産業の事例 (テキスト P.126～128)

H社(自動車部品製造)

1944年 設立

1985 米国工場設立

2004 タイ企業の株式取得

(2006 海外売上比率:23.6%)

2008 自社タイ工場設立

2011 中国工場設立

2012 メキシコ工場設立

(2015 海外売上比率:43.2%)



社長談「海外に出ておいて本当に良かった。」

1.1 中小企業国際化の経緯・手段～④繊維産業の事例 (テキスト P.126～128)

L社(女性下着製造)

1946年 設立

1992 中国工場設立

2002 中国第二工場設立

2004 ベトナム進出

2006 中国販売会社設立

2009 業界最大手の子会社化

2013 カンボジア工場設立

F社(紳士服製造)

1950年 設立

1994 中国工場設立

2004 中国第二工場設立

2005 中国工場増設

2006 中国販売会社設立

2011 業界最大手の子会社化

2012 インドネシア工場設立

1.2 国際化を行う中小企業の割合（テキスト P.129～135） ～商工中金・海外進出先調査より

海外進出企業数(拠点数)の推移

	1998年	2009年	2017年	98→17年
海外拠点数	1,804	4,389	6,912	3.83倍

進出国の比率（％）

	1998年	2009年	2017年
中国(含 香港)	36.5	47.8	46.7
米国	16.6	15.1	8.8
タイ	8.5	8.1	12.3
マレーシア	6.0	3.3	2.6
欧州	5.0	4.1	4.1
台湾	4.3	3.3	2.3
インドネシア	3.9	2.9	6.0
ベトナム	1.8	2.6	4.5

1.3 中小企業の国際化の目的 ～コストと市場 (テキスト P.135～137)

上海市 最低賃金(月額)の推移

	2000年	2005	2010	2017	00→17年
最低賃金(元)	445	690	1,120	2,300	5.17倍
元/円 為替レート	13円	13円	13円	17.3円	
円換算賃金	6千円	9千円	15千円	40千円	6.67倍

(注)残業代や福利厚生費は別です。

中国の自動車販売台数

(百万台)

1995年	2000	2005	2010	2017	95→17年
1.4	2.1	5.8	18.1	28.9	20.6倍

中国のエアコン普及率 (都市100世帯当たり、台)

1995年	2000	2005	2010	2012	95→12年
8.1	30.8	80.7	112.1	126.8	15.7倍

人件費
上昇



市場
拡大

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

①人材

(1)日本人駐在員

Aさん (a社)

- ・埼玉県出身、52歳。入社以来34年間、一貫して技術畑。
- ・直前は福島工場長。
- ・中国語、英語は全く話せない。
- ・中国工場設立に際し責任者を任され、そのまま赴任。
(もちろん単身赴任。)
- ・工作中的会話は全て日本語。秘書(通訳)がいない時は社内コミュニケーションに困る。(というか、取れない。)

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

Bさん（b社）

- ・神奈川県出身。56歳。
- ・大手電機メーカーを今年希望退職。退職前の5年間、大手メーカーの中国工場製造部長を務めた。
- ・中国勤務期間中に中国語は問題ないレベルになった。
- ・今般、数十年来の付き合いのある中小企業社長に請われ当社入社、中国工場責任者として赴任。
- ・単身赴任が長く、母親(82歳)の介護もあるので、3年で日本に帰任する約束を社長とした。
- ・財務や人事・総務、営業の経験はない。

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

Cさん（c社）

- ・東京都出身。33歳。中小企業の3代目。

父親(2代目社長)が事業を拡大し、中国に工場設立。

- ・父親の意向で、大学時代に北京に留学。中国語流暢。
- ・留学後、得意先の手自動車部品メーカーに就職。

3年前に退職し当社入社。専務として海外事業を統括する傍ら、母親(経理部長)から財務・経理の指導も受ける。

- ・中国工場は来年以降生産量が大きく増える計画。
- ・来月から中国工場責任者として、妻・子供(5歳)と共に赴任予定。

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

質問です。

あなたなら、どの中小企業の中国工場の事業がうまく行くと思いますか。

どの企業は不安だと思いますか。

その理由は？

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

(2) 中国人幹部候補社員

Dさん

- ・35歳。大手や中堅の日系企業で勤務経験あり。
- ・日本語はビジネスレベル。応募動機は、キャリアアップ。

Eさん

- ・24歳、新卒。現地名門大学で宇宙工学を学んだ。

Fさん

- ・28歳、現地外語大(日本語)卒業。日本語は完璧。

Gさん

- ・57歳。長年警察の関連部門に勤務しており、政府と関係強固、コネあり。酒に強く、タバコは1日2箱。
口癖は「問題ない」。

1.4 中小企業国際化のヒト、カネ、情報(テキスト P.138～141) ～進出企業・駐在員の悩み

②カネ

〇〇銀行国立支店 → A株式会社 → 中国工場
(国内融資) (出資、貸付)

〇〇銀行上海支店 → 中国工場
(現地融資)

中国△△銀行 → 中国工場
(現地融資)

1.5 中小企業国際化の問題、課題 (テキスト P.141～142)

①為替変動

- ・日本→海外企業へ輸出。 円高で困るのは誰？
- ・中国工場→日本へ円建て輸入。 円安で困るのは誰？
- ・日本本社→中国工場へ円建て貸付。 円高で困るのは誰？
- ・取引を人民元建てにしたら誰が為替リスクを負う？

②制度・規制面

- ・急な法規制の変更。
- ・曖昧な解釈。
- ・運用面の問題。

1.5 中小企業国際化の問題、課題 (テキスト P.141～142)

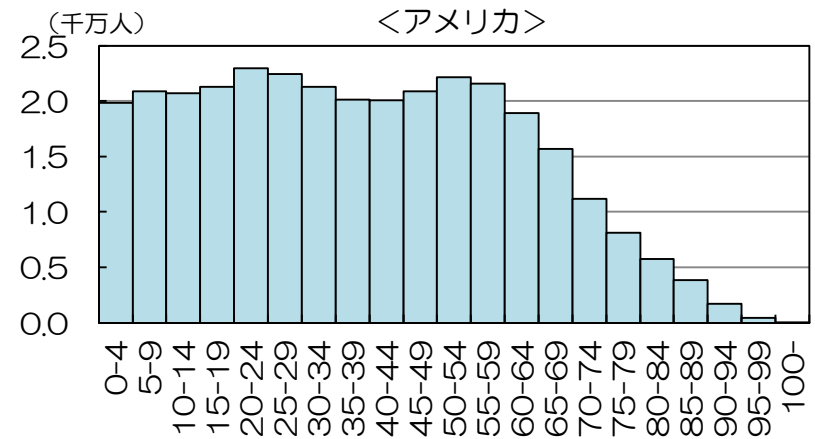
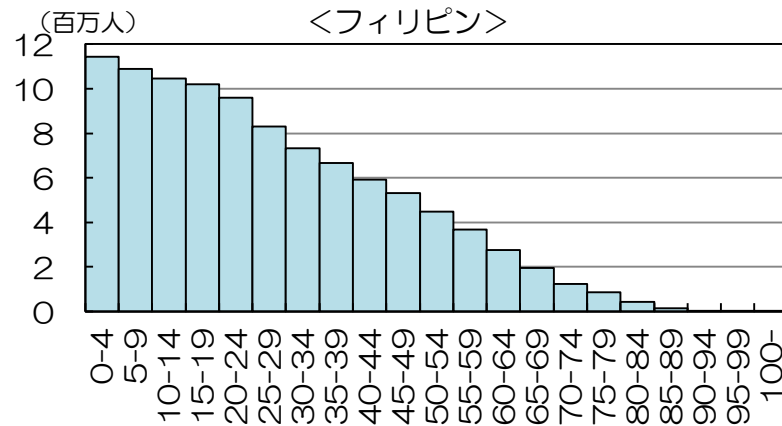
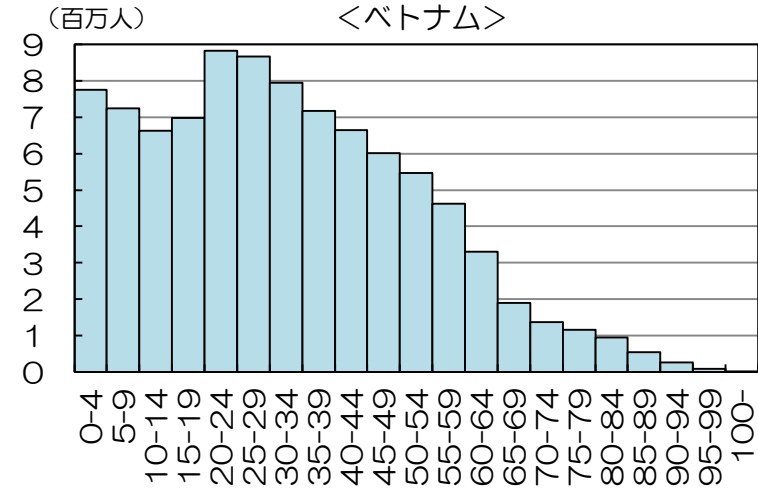
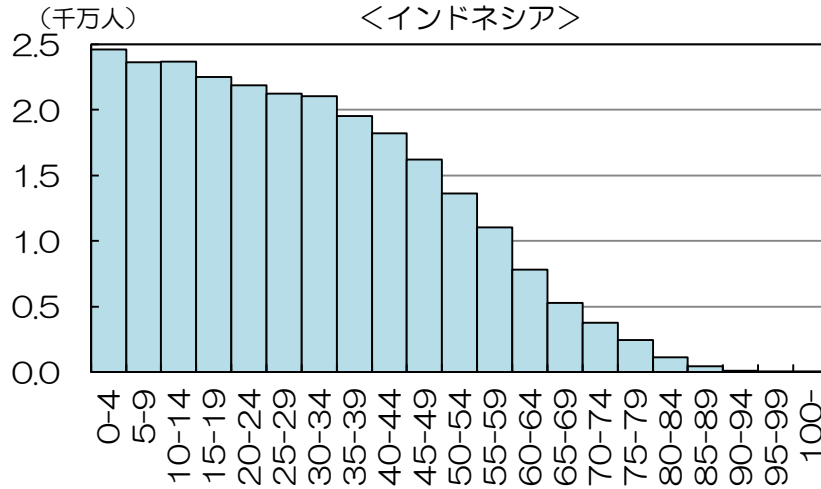
③競争激化

- ・日系他社との競争。
- ・現地企業との競争。
- ・品質とコスト。 ～「過剰品質」の問題。

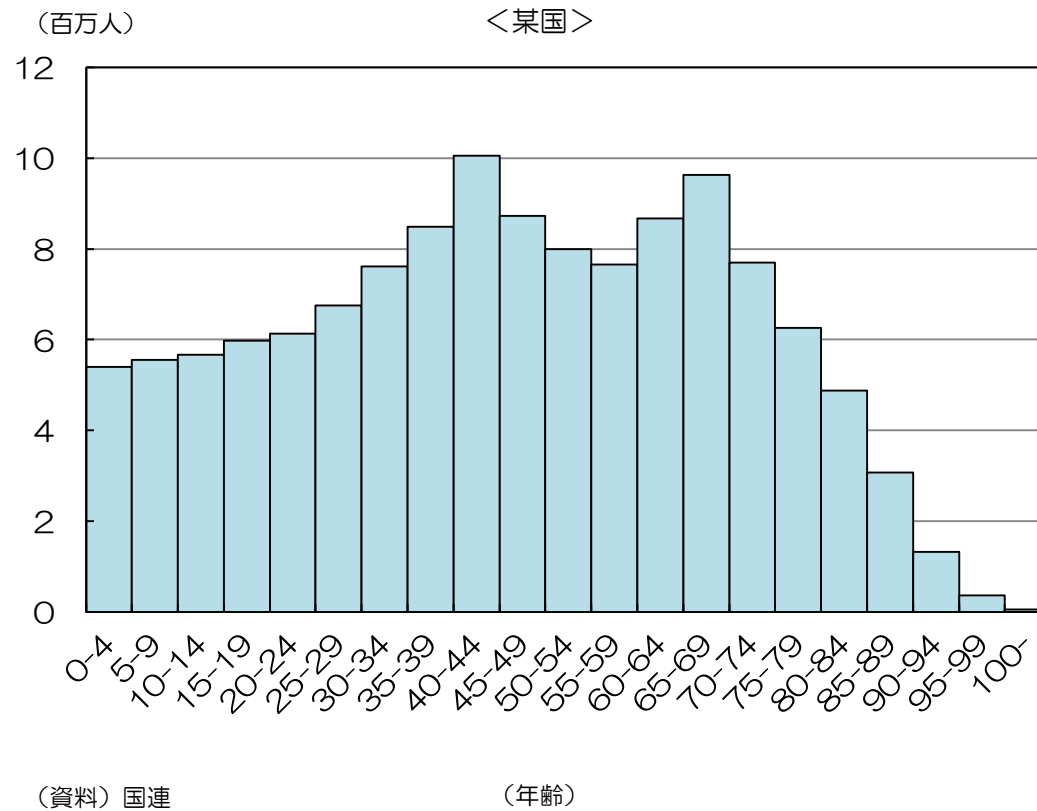
④海外進出を見送った理由

- ・現状程度の国内需要で事業の継続が可能(63.8%)。
⇒売上が確保できるなら海外進出しない。
売上が確保できなくなれば海外進出を検討する。
国内マーケット縮小に対する危機感。

【参考資料】各国の人口ピラミッド



某国の人口ピラミッド



1.6 海外からの撤退 (テキスト P.142～143)

①撤退理由

- ・コストが想定以上にかさみ利益が目標に届かなかった。
- ・売上、生産が目標に届かなかった。

②原因

- ・役目を終えたケース
労働集約型・低付加価値の輸出産業など。
- ・調査不足
見通しが甘かった企業の事例。
- ・トラブル
合併相手企業や従業員とのトラブル事例。

③撤退の難しさ

2. 中小企業の海外現地法人の実態 ～タイの事例

2. 1 中小企業の具体的投資事例

2. 2 中小企業の海外投資のポイント

2. 3 現地での相談内容

2.1 中小企業の具体的投資事例

- ① 自動車部品メーカー
- ② 自動車部品設計
- ③ 飲食店

2.1 中小企業の具体的投資事例

①自動車部品メーカー

- 熱間鍛造品（自動車用車軸ベアリング）製造。
- 後発であるが、高品質の類似製品が少なく、販売先からの強い要請で進出（2011年）。
- 当社の評判を聞きつけ、当初想定していた販売先以外からの引き合いが増加、2014年から第二工場が稼働。



高い技術力を活かし自動車激戦区へ

2.1 中小企業の具体的投資事例

②自動車デザイン

- ・自動車メーカーの試作品設計
- ・販売先である自動車メーカーの海外事業展開方法として、「現地開発」方針に変更。それを受け、当社も進出（2014年）。
- ・日本発デザインからタイ発アセアンへ。
- ・ローカル人材を採用し、現地に合わせたデザインを考案する。

開発・設計・デザイン部門の海外展開

2.1 中小企業の具体的投資事例

③飲食店

- 隠れ家居酒屋チェーン。
- 増加する富裕者層向けにタイ進出を決定。
- 客単価を高く設定、味付けもタイ仕様(甘く、辛く)にアレンジ。
ロコミで希少価値を高め、集客を狙う。
- 2015年4月にアジアでの第一号店をオープン。
タイを足掛かりに、アセアン諸国への進出を検討。

タイの日本食レストラン2,126店
(2014年6月時点 ジェトロ調査)

ローカルマーケットをターゲット

2.2 海外進出のポイント①

進出理由

- 販売先からの進出要請、工場研修生の出身国
- 日本での市場縮小を懸念、アセアンに新市場を求め、ゲートウェイであるタイに製造・物流拠点を設立。
- アセアンで最も多い日系企業をターゲット
- ローカルの中産階級、富裕層をターゲット

人件費の上昇、人手不足のため、コストの安さを狙った進出は鈍化。消費者の成長に伴い、タイ、アセアン市場を意識した事業展開が進んでいる。

2.2 海外進出のポイント②

会社設立時の悩み

- 十分な市場調査（採算が取れる事業か、競争相手は？）
- タイにおける情報収集、具体的な手続方法（会社設立等）
 - ＞公的機関（ジェトロ、自治体）の活用、金融機関、コンサルタント会社の活用。
- 現地の核となる人材
 - ＞海外派遣者の選抜、日本でのタイ人研修生を派遣、日本人駐在経験者の中途採用。
- 資金調達、為替リスク対策
 - ＞銀行借入、取引通貨（バーツ、円、米ドル）

2.2 海外進出のポイント③

設立後の悩み

- 他社との激しい競争（日系、ローカル企業）
- 人手不足、人件費の上昇（最低賃金UP）
- 内部管理（中間管理職の不足）

駐在する日本人は1～3名程度が普通で技術畑の人間が多く、内部管理が疎いケースが多い。労務管理、役所対応が出来る有能なローカル人材が不足（タイ語が重要）。

- 親会社とのコミュニケーション

経営方針、資金調達、為替リスク対応、現地固有の悩み・・・

現法のストレス ⇒ OKY

2.3 現地での相談内容①(設立手続)

- 奨励業種の該当可否
- 審査アドバイス
- 申請～承認～操業開始までの手続
- 機械、原材料の輸入関税免税手続
～インベスタークラブ(IC)
- プロジェクト変更手続

事務手続はタイ語、さらに事務手続の複雑さは中小企業の悩みの種。実務の相談が多く寄せられる。

2.3 現地での相談内容②

- 販売先、仕入先、外注先の紹介

激しい競争の中で、販売先開拓は至上命題。

販売先紹介のニーズが高い。

一方、コスト削減のため、仕入先、外注先の紹介ニーズも高い。最近は、コスト削減のため有力なローカル企業の紹介を求められるケースが増加。

タイ政府機関と協力して、ローカル企業と日系企業の橋渡しを行っている。

2.3 現地法人運営のエピソード

海外進出の成功は相手との相互理解

- マイペンライ文化(時間に対する感覚)
- “微笑みの国”
- イベント好きな国民性
- タイならではの人材採用
- 税関・税務署等 役所との関係

相手先の文化を尊重、取り入れたマネージメントが非常に重要。

3. 海外展開支援の方法

グローバルニッチトップ企業と支援策

- 3.1 グローバルニッチトップ(GNT)企業とは
- 3.2 日本再興戦略における位置付け
- 3.3 企業事例
- 3.4 GNT企業の支援策について
- 3.5 支援事例

商工中金の中小企業国際化支援

①情報支援

- ・海外投資・貿易に関する情報提供、アドバイス

②金融支援

- ・貿易金融(信用状発行、保証業務、決済業務)

- ・海外投資、輸出強化にかかる融資

(1)現地法人に対する直接融資

(2)現地法人のための保証提供

(3)海外投資金の融資、輸出強化のための融資

3.1.1 グローバルニッチトップ企業とは

- 特定の分野でニッチトップ戦略を取る企業（NT企業）のうち、グローバルな展開をしている企業がいわゆるグローバルニッチトップ企業（GNT企業）とされる。
- GNT候補企業は、特に技術及びオペレーションの効率性の観点を重視する傾向が強く、長期的な戦略やグローバル化の観点で遅れをとる傾向が指摘されており、支援の必要性が極めて高い。このため、日本再興戦略においても、グローバルな展開促進の観点から、GNT支援が示されている。

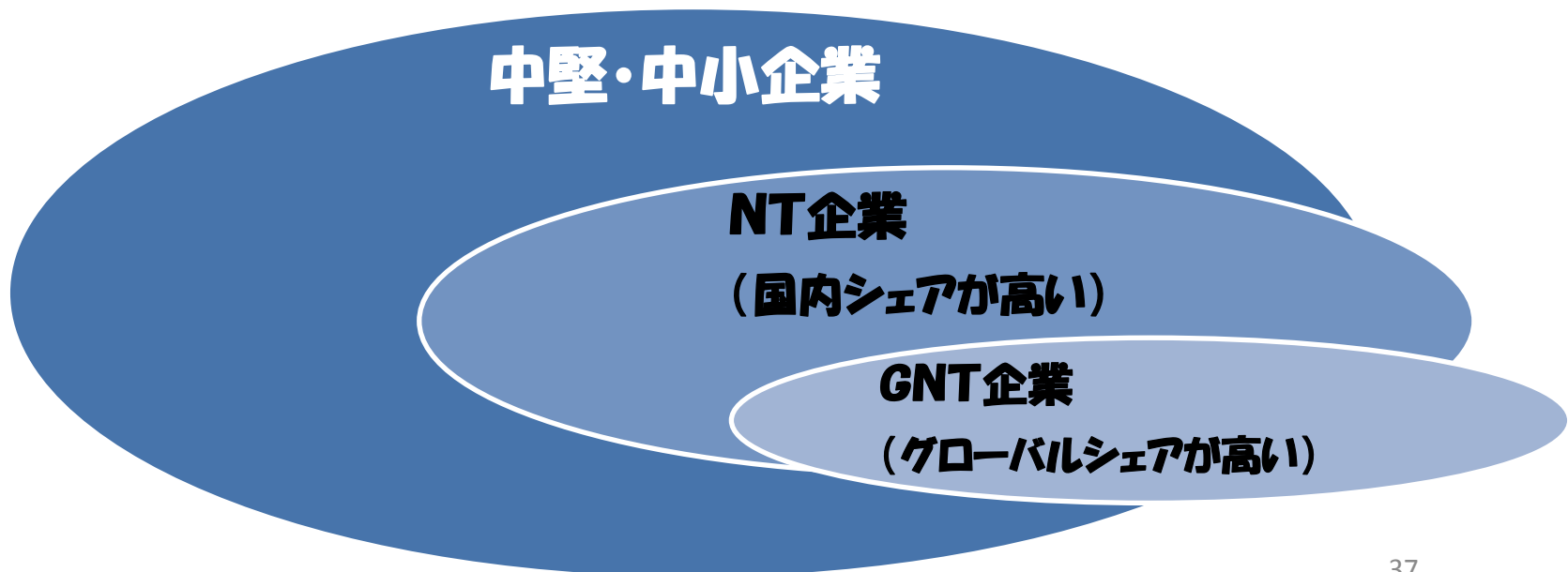
3.1.2 グローバルニッチトップ企業とは

● ニッチトップ企業（NT企業）

当該企業の定義する市場において高いシェアを確立し、当該市場における優位な地位を確立し、取引条件を向上させるとともに、競合他社の参入障壁を高めるニッチトップ戦略をとる企業群

● グローバルニッチトップ企業（GNT企業）

NT企業の内、グローバルな展開を行っている企業群



3.2.1 日本再興戦略(GNT企業支援)

- 「日本再興戦略」において、「グローバルニッチトップを目指す中堅・中小企業等が海外市場に乗り出す際の資金供給について、政府系金融機関等のノウハウを活用して重点的に供給する」ことが盛り込まれた。

●日本再興戦略(平成25年6月14日閣議決定)(抄)

第Ⅱ. 3つのアクションプラン

一. 日本産業再興プラン

1. 緊急構造改革プログラム(産業の新陳代謝の促進)

⑤グローバルトップ企業を目指した海外展開促進

事業再編や事業組替等の取組により収益力を飛躍的に向上させた企業が、果敢に海外M&Aや海外展開を進め、グローバルトップ企業(世界市場におけるクリティカルマスを獲得する企業(グローバルメジャー)や世界的な大企業でなくとも、特定分野に優れ世界で存在感を示す企業(グローバルニッチトップ)をいう。)となれるよう、金銭面や人材面での集中的な支援を行う。また、海外に展開した企業が海外において事業活動する上でのリスクを軽減できるよう支援を行う。

○海外M&A・海外展開の促進

・グローバルニッチトップを目指す中堅・中小企業等に対し、海外市場に乗り出す際に必要となる資本性資金や長期資金を、政府系金融機関等のノウハウを活用して重点的に供給する。

3.2.2 GNT企業支援の政策的重要性

①安定成長の源泉として

GNT企業は自社の定義する市場において支配力を維持し続けることから、持続的な成長を遂げる企業が多く、わが国産業の競争力強化の観点と持続的な成長（及びその結果として維持・拡大される雇用）の観点から、重要な位置づけを有する。

②オープン・イノベーションの源泉として

また、GNT企業は、その技術力から、主要顧客と協働したイノベーションを生み出す苗床として機能し、わが国の産業集積・技術集積の維持・強化の観点からも重要性が高い。

③サプライチェーンの中核として

加えて、BtoB型のGNT企業は、サプライチェーン全体に与える影響が大きく、産業全体への波及を考慮すると、こうした企業群を支援することはサプライチェーンの強靱性の維持の観点からも重要であると考えられる。

3.2.4 「GNT企業100選」選定先概要

業種別

機械・加工部門 (52 社)

素材・化学部門 (20 社)

電気・電子部門 (15 社)

消費財・その他部門 (13 社)

ネクストGNT部門 (7 社)

企業規模別

大企業 6 社

中堅企業 25社

中小企業 69 社

【選定方法】公募により候補企業を募り、外部有識者で構成する選定評価委員会の審議を経て選定。
評価のポイントとして、①世界シェアと利益の両立、②独創性と自立性、③代替リスクへの対処、
④世界シェアの持続性等に着目して選定しました。

3.3.1 GNT100選定企業(例)

全自動イカ釣り機

- 同社は、漁船上において使用される全自動イカ釣り機を製造、販売しており、世界市場シェアは約7割を占めています。同製品は、船上に設置された多数(最大64台)のイカ釣り機をブリッジにいる船頭一人でコントロールできるほか、ワイヤの巻き上げを行う「ドラム」の回転を制御することで、熟練の漁師が獲物を引きつけるために行う独特の動き(シャクリ)を再現しています。
- また、ワイヤのたるみによる釣り逃し・獲物の毀損(足切れ)を防ぐための揺動補正、複数のイカ釣り機の針の巻き上げタイミングの調整などの機能を実現しています。
- これらにより、漁船員の負担の軽減を図るとともに、効率的な漁獲を可能にしています。



←コンピューター制御の全自動イカ釣り機

船上に設置されるイカ釣り機をブリッジからの一元コントロールすることが可能であるなど、イカ漁の現場の要望に応える様々な機能が評価されて、世界トップシェアの座を獲得。

3.3.2 GNT100選定企業(例)

テント構造物

- 同社は、大型膜面構造物(テント構造物)の分野において、圧倒的なシェアを有し、巨大ドームやサッカーW杯開催スタジアムの屋根などで日本国内のみならず、世界各地で豊富な実績を誇っています。
- その強みは日本特有のきめ細やかなものづくりと、競合他社にはない独自の素材開発力です。特に素材開発については、光触媒の技術を膜構造の分野に導入することに成功し、セルフクリーニング機能を有するテント素材の製品化を世界で初めて実現しました。
- 現在、光触媒のテント素材は、美観性に加え、窒素酸化物などの有害物質も除去する素材として高い評価を獲得し、膜構造の分野における新しいスタンダードとして普及しつつあり、世界シェア6～7割を獲得しています。

↓聖地メディナのモスク



↓W杯ブラジル大会の会場



3.3.3 GNT100選定企業(例)

パウダーデニム

- 同社のGNT製品であるパウダーデニムは、たて糸のデニム本来が持つ色相、色落ち感はそのままだに、よこ糸に人間の髪の毛の毛の10分の1以下の細さの極細ポリエステル繊維を使用し、生地裏面に起毛加工を施すことで得られるパウダリータッチの肌触り(気持ち良いサラサラ感)を特徴としています。
- さらに、織組織等の変更により伸縮性を付加して、誰でも心地良さを感じられる全く新しいジーンズの穿き心地の確立に成功、同社だけの商品として、国内および世界のジーンズブランドから継続採用されています。
- 特徴である極細ポリエステル繊維と起毛加工の組み合わせは、安定製織が難しく、整理加工も品質管理が困難で容易に模造できないことが類似品の参入を防ぎ、同社の占有率を高め、世界シェア100%を獲得しています。



極細繊維と織物・加工技術を改良した「パウダーデニム」を開発し、やわらかな穿き心地を実現
←従来品(左)とパウダーデニム(右)では、肌に触れる白いよこ糸の量・質感が異なる

3.4.1 GNT企業の支援策について

■ 金融支援

① 海外拠点を設立等

- ・海外現法設立の出資金
- ・海外現法の設備資金、運転資金

② 国内拠点を整備等

- ・海外向けの製品製造等の設備資金
- ・海外向けの製品化等の研究開発
- ・輸出にかかる運転資金(貿易金融)

■ 非金融支援

① 海外拠点を設立等

- ・海外現法の設立にかかる各種情報
- ・海外現法と国内会社の資金決済

② 国内拠点を整備等

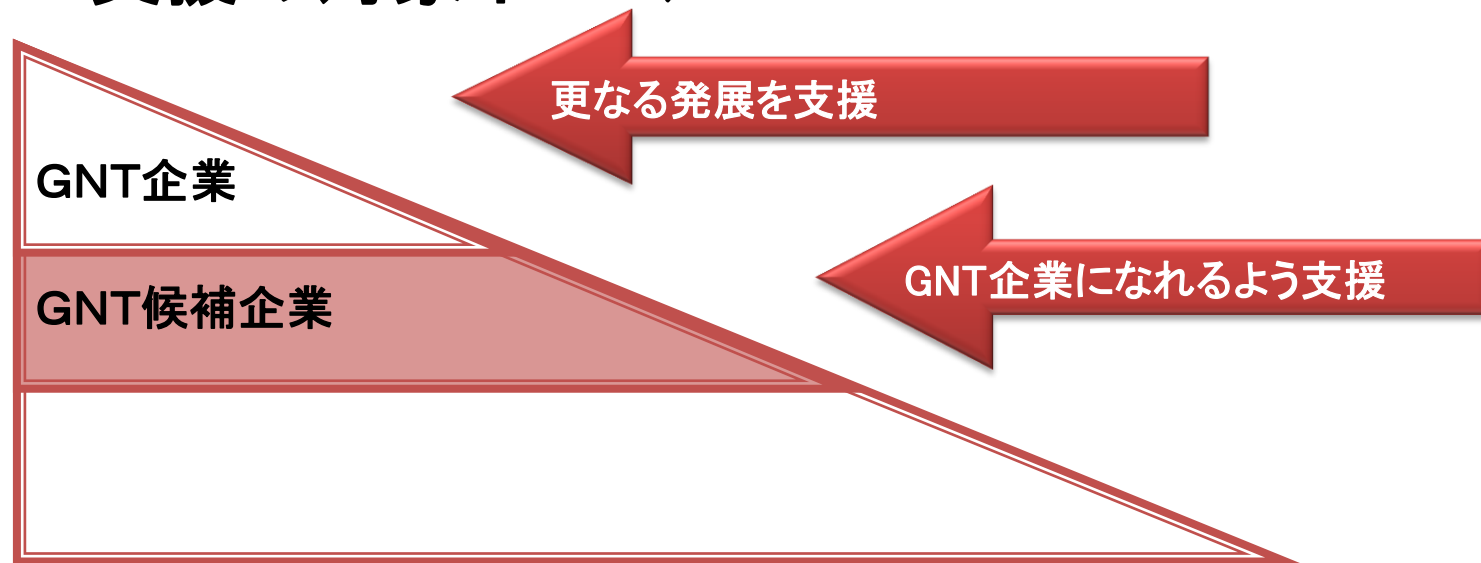
- ・補助金等の情報
- ・輸出拡大にかかる各種情報

3.4.2 GNT企業の支援策について

- GNT(候補)企業は、高い競争優位性を確保するために、長期的な人材育成、設備投資、研究開発投資等を行う。また、海外市場での販売強化に向けて、①海外拠点の設立、②国内の生産拠点の整備・拡大等を行う場合が多い。
- GNT(候補)企業がグローバル展開を行う上では、事業リスクが国内既存事業に比して大きく、成果が出るまでの期間が長期にわたる可能性が高いため、政策的支援が必要である。
投資回収には長期を要するため、「投資回収サイクル＞調達期間」となり調達面のミスマッチが生じる。
- リスクマネー供給による資金調達ミスマッチを解消することにより、GNT企業等の戦略的事業展開を支援する。

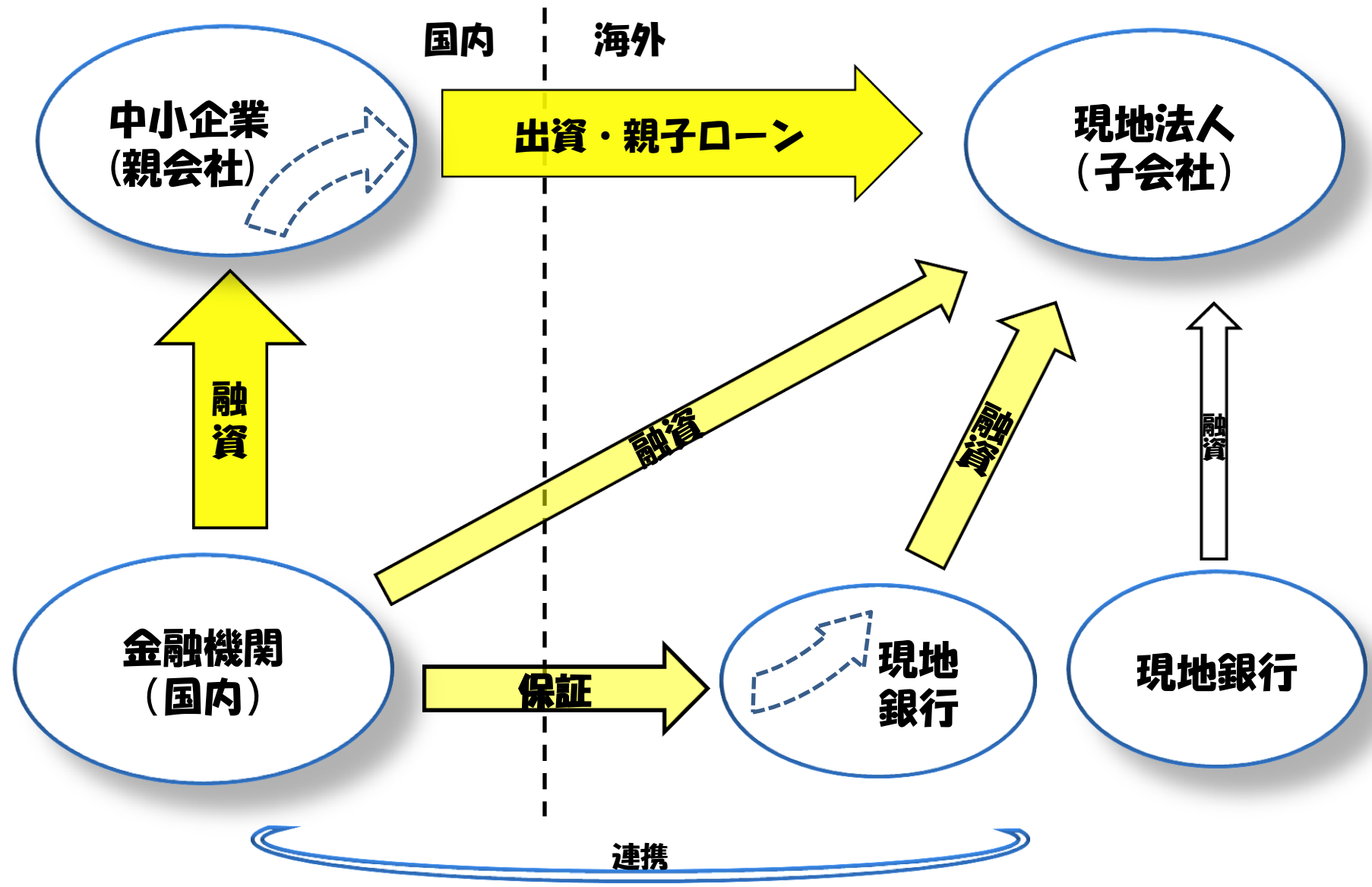
3.4.3 GNT企業の支援策について

■ GNT支援の対象イメージ



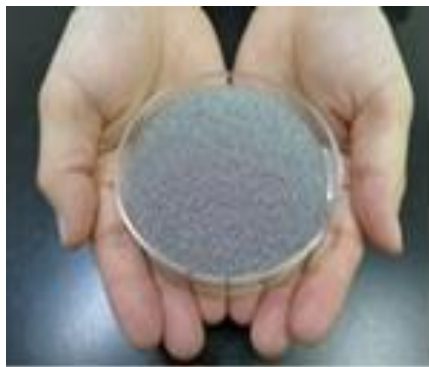
- 海外拠点を設立し、海外販売を強化する。
⇒海外投資支援
- 国内の生産拠点を整備し、輸出の増加等を目指す。
⇒輸出支援

3.4.4 海外現法の資金調達支援スキーム



3.5.1 GNT企業・GNT候補企業の支援事例

米国への新規投資



- 自動車や航空機部品の強度向上に欠かせない「ショットピーニング」と呼ばれる加工において必要となるショット粒(金属粒)を製造。
- 同分野において圧倒的な国内シェアを誇り、世界シェアでも3割を占め、「グローバルニッチトップ100選」に選定。
- これまでは商社経由で販売していたが、海外における販売戦略をさらに加速するため、米国に新たな現地法人を設立し、今後3年間で約20%の海外売上の増加を図る。

⇒米国海法の設立資金(出資金)及び運転資金(親子ローン)を融資。

中国現法の増産投資



- アルミニウム繊維を織込む独自技術により透光性の備えた遮熱カーテンにおいて国内シェア約20%。
 - 遮熱カーテン需要の増加が見込まれる中国市場において、中国現法の生産・販売体制を構築し、今後3年間で約8倍の売上増加を目指す。
- ⇒中国現法(設備資金)に対する出資金・貸付金を融資。

3.5.2 GNT企業・GNT候補企業の支援事例

インドネシア現法の増産投資



○自動車用ワイパー部品製造業。ステンレス製ワイパーリンクシャフト製造。工法特許を有する冷間圧造製法によりステンレス製ワイパーリンクシャフト部品においては世界シェア約12%。

○数多くの自動車部品メーカーが進出しているインドネシアの需要の取り込みを核として、アジア圏のシェア拡大を図るため、インドネシア現法の増産投資を実施。今後3年間で約7倍の売上増加を目指す。

⇒インドネシア現法(設備資金)に対する出資金を融資。

タイ現法の新規投資



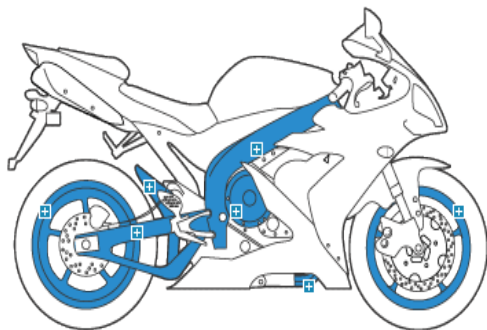
○ジーンズ用デニム製造業として国内シェア略45%

○同社初の海外進出先として、タイに生産拠点を設立して、欧州・中国・アジア市場向けデニム生産を開始。主要販売先の縫製工場が点在しているASEAN地域における高品質デニムの供給拠点として海外市場の開拓を行う。

⇒○タイ現法の設立にかかる出資金を融資。

3.5.3 GNT企業・GNT候補企業の支援事例

インド現法の新規投資



○オートバイ用ブレーキ・ホイール製造業者(ヤマハ発動機の協力工場)。アルミホイールの加工・塗装・組立の一貫生産が強み(一貫生産が可能な設備・技術力を有するのは全国で当社のみ)。ホイールユニットの国内シェアは約32%。

○日系バイクメーカーのインドでの販路拡大を契機に、当社もインド現法設立し、現地生産体制構築することで、需要の高まるインド、近隣国での売上拡大を図る。

⇒インド現法の立ち上げに伴う運転資金として親子ローン資金を融資。

国内設備の新規投資

ハウスブランド



○眼鏡フレーム製造業、高価格帯ゾーン(5万円以上)では国内シェア約30%。

○レーザー加工技術を応用して自社開発した特殊チタン合金素材により、軽量・高強度眼鏡フレームを強みに世界15か国へ直販、代理店経由では80か国以上に販売。

○自社の技術と福井県内の産業資源(越前刃物や鯖江眼鏡の技術等)を活かして、手術用器具(ピンセット、固定具、はさみ等)の生産による医療分野への参入を図るべく、設備投資を行い、欧米市場向け輸出売上を今後3年間で約2倍の増加を目指す。

⇒上記投資計画にかかる設備資金を融資。

3.5.4 GNT企業・GNT候補企業の支援事例

国内設備の新規投資



○特殊形状、特殊加工の化粧筆(熊野筆)を製造。意匠権、実用新案で権利取得しており、特殊形状の化粧筆としてトップシェア。

○メイドインジャパンの熊野筆を世界に広めるため、量産が可能となる機械化及び海外販売増加を図る。今後3年間で生産量を5倍以上増加させ、売上約2倍を目指す。

⇒量産設備の取得に必要な設備資金8千万円を融資。

国内設備の新規投資



○金属、非鉄金属材料の試験、検査業者。第三者機関の認証多数有するとともに、素材の切り出し、加工、試験、検査工程までの一貫受注に強み。材料試験、検査業界では国内シェア30%を確保。

○これまでは国内重工メーカーからの受注が殆どであったが、航空宇宙産業における認証プログラム「NADCAP」を取得し、グローバル航空機メーカーからの新規受注を目指す。

○航空機メーカー用の最先端の試験・検査設備、加工設備を導入し、今後3年間で30%超の売上増加を図る。

⇒上記計画に伴う設備資金を融資。

3.5.5 GNT企業・GNT候補企業支援件数(27年度)

資金使途

	件数
出資・親子ローン(海外現法)	102
設備投資(国内)	36
研究開発費(国内)	5
計	143

分野

	件数
機械・加工	61
素材・化学	27
電気・電子	25
消費財・その他	30
計	143

対象国(2件以上)

	件数
中国	19
ベトナム	19
タイ	17
インドネシア	12
フィリピン	8
米国	6
香港	5
インド	4
ドイツ	3
シンガポール	3
カンボジア	3
韓国	2
マレーシア	2

第9回講義 まとめ

- 中国等に進出する企業を例に、中小企業の海外展開のポイント、課題等を紹介。
- 中国やアジアへの進出の目的は、生産コストの低減から、現地市場への参入へシフト。
- 海外進出する中小企業の悩みは、人材、ノウハウ、資金の不足。
- グローバルニッチトップ企業の支援を例に、中小企業の海外展開とその金融支援策を紹介。