

3. 中堅・中小企業分野

(1) 中堅・中小企業に係るTPP協定の概要

- TPP協定の締結は製造業のみならずサービス業も含めた多様な中堅・中小企業の発展の契機となる。

□ 関税撤廃

- ✓ 我が国が輸出する工業製品の99.9%の関税が撤廃。

(例)自動車部品:

- 米国(現行税率主に2.5%)への輸出については、8割以上の即時撤廃で合意。米韓FTAを上回る水準。

<即時撤廃率>日米(TPP) — 品目数:87.4%、輸出額:81.3%
米韓FTA — 品目数:83.0%、輸出額:77.5%

- カナダ(現行税率主に6.0%)への輸出については、9割弱が即時撤廃で合意。加韓FTAを上回る水準。

<即時撤廃率>日加(TPP) — 品目数:95.4%、貿易額:87.5%
加韓FTA — 品目数:72.2%、貿易額:59.1%

→ 中堅・中小企業自らの輸出拡大のみならず、大企業の輸出拡大を通じても中堅・中小企業の事業に大きなメリット。

- ✓ 繊維・陶磁器等、地方中小企業に関連する品目についても関税撤廃を実現。

(例)陶磁器:対米輸出額の75%を即時撤廃。

タオル:米国の現行税率9.1%を5年目に撤廃。カナダの現行税率17%を即時撤廃。

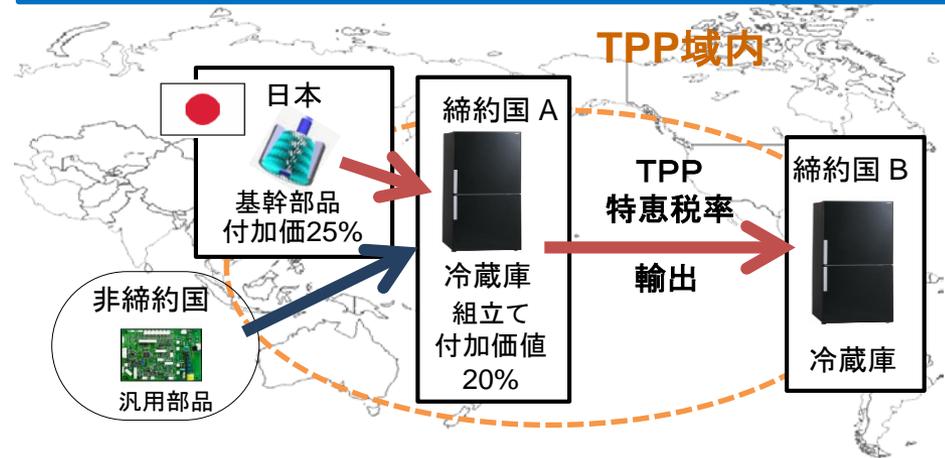
(1) 中堅・中小企業に係るTPP協定の概要

□ 原産地規則の「完全累積制度」の導入の採用

✓ 複数の締約国において付加価値・加工工程の足し上げを行い、原産性を判断する完全累積制度を採用。

→ 部品などを輸出する中堅・中小企業にメリット。

(例) 原産地規則が「付加価値45%」の場合(数値・図はイメージ)



□ 投資・サービスの自由化

✓ コンビニ等小売業や、劇場・ライブハウス等の娯楽サービスや音響映像サービスといったクールジャパン関連などの外資規制が緩和

✓ 進出企業に対する技術移転要求等の禁止

→ サービス業も含めた幅広い分野での海外展開にメリット。

→ 食品や日本各地の特産品などを生産する中堅・中小企業がコンビニと連携することで海外展開が容易に。

✓ 投資家と国との間の紛争解決(ISDS)手続の導入

→ 中堅・中小企業が相手国政府から不当な扱いを受けて損害を被った際に、国際仲裁へ訴えることが可能に。

(1) 中堅・中小企業に係るTPP協定の概要

□ 貿易の円滑化

✓ 貨物や急送便について迅速な引取りの許可

- 貨物: 自国の関税法令の遵守を確保するために必要な期間内(可能な限り貨物の到着後48時間以内)に引取りを許可
- 急送便: 通常の状態において、貨物が到着していることを条件に、必要な税関書類の提出後6時間以内に引取りを許可

→ 海外の納入先への納入遅延リスクを軽減。オンライン通販などにもメリット。

□ 模倣品・海賊版対策の強化

✓ 模倣品・海賊版の水際での職権差止め権限の各国当局への付与

✓ 商標権を侵害しているラベルやパッケージの使用や映画盗撮への刑事罰義務化など

→ 中小企業の約2割が模倣品による被害を受けているなか、中堅・中小企業の製品の模倣品の防止やブランド・技術の保護にメリット。

→ コンテンツの海賊版防止にメリット。

□ ビジネス関係者の一時的な入国に関する規定の導入

✓ 各国が短期の商用訪問者、契約に基づくサービス提供者、企業駐在員、投資家、これらの区分のビジネス関係者(短期の商用訪問者を除く)の配偶者等の滞在可能期間等を約束

→ 海外で商談、サービスの提供、駐在などを行う中堅・中小企業にメリット。

□ 電子商取引に関する規定の導入

✓ 国境を越える情報の移転の自由の確保

✓ サーバー等のコンピュータ関連設備の現地化(自国内設置)要求の禁止

→ ITを活用して日本にいながら商品を販売する中堅・中小企業にメリット。

(1) 中堅・中小企業に係るTPP協定の概要

□ 国有企業に関する規定の導入

- ✓ 国有企業が他の締約国の企業に対し無差別待遇を与えることの確保
 - ✓ 国有企業の透明性の確保
- 海外で国有企業と取引しようとする中堅・中小企業にメリット。

□ 政府調達に関する規定の導入

- ✓ ベトナム、マレーシアなどWTO政府調達協定に参加していない国がTPP協定では規律の対象
 - ✓ 米国の一部の電力関連機関やマレーシア投資開発庁などが新たに規律の対象に
- インフラ市場や政府関係機関の調達市場へのアクセス改善。中堅・中小企業にもメリット。

□ 中小企業に関する規定の導入

- ✓ 各締約国はTPP協定の本文等を掲載するための自国のウェブサイトを開設し、中小企業のための情報を含めること
 - ✓ 小委員会を設置して中小企業が本協定による商業上の機会を利用することを支援する方法を特定すること
- などを規定
- 中小企業のTPP協定活用促進へ向けて各国が協力。

(2) 中堅・中小企業の海外展開の具体例

(1) ブランド力の確立や技術開発、商品開発による海外展開

- これまでも様々な中堅・中小企業が積極的な海外展開を実現。

(株)タナカマイスター(兵庫県小野市、従業員7人)

- 海外製刃物の普及により出荷が減少する中、「JAPANブランドプロデュース支援事業」を活用し、播州刃物ブランドを磨き上げ。
- 職人による高品質に加え、デザイナー派遣を通じて美しいデザインを確立し、欧米を中心に、アジアではシンガポールで販路開拓を実現。



(株)大成プラス:樹脂・成型メーカー(東京都中央区、従業員43人)

- 金属と樹脂の接合技術を開発し、国際標準化(ISO)を実現。
- 国際標準化を機に、海外市場を含めた自動車や航空機分野への本格参入を展開中。



(有)佐賀ダンボール商会(佐賀県有田町、従業員22人)

- 「地域資源事業」を活用し、世界初の磁器製万年筆などの有田焼高付加価値商品を開発・販売。
- 米国、台湾、ロシア、中国などの高級百貨店等と代理店契約(2014年度輸出実績1000万円、2020年度の目標10億円)に至る。



(株)サカモトセミナー:学習塾(大阪府大阪市)

- 代表が独自開発した算数の文章題解法が人気となり、東南アジア(シンガポール、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム、マレーシア)で約200校、生徒数約3万人規模で事業展開。



(2) 中堅・中小企業の海外展開の具体例

(2) 大企業や他業種と連携しての海外展開①

- 単独で海外に展開するだけでなく、大企業や他業種とともに海外展開を図る動きも活発化。
(例) 農商工連携、サービス業と他業種の連携

(株)福岡大同青果(福岡県福岡市、従業員167人)

- シンガポール、マレーシア向けに、大気調整コンテナと鮮度保持技術を組み合わせた、海運による青果物輸出事業及び農業生産者と一体となったブランディングに取り組み。



小売業と商品納入企業の連携

- ファミリーマートは、アジアの店舗で販売しているプライベートブランド約400品目のうち、約100品目が日本からの輸出。
- 同社は、台湾、中国、ベトナムなどのアジアの店舗で販売する食品、日用品などを日本の中小企業から公募する等、中小企業の海外展開も支援。

(株)壮関(栃木県矢板市、従業員180名)

- 日本国内でファミリーマートのプライベートブランドとして販売されている三陸産茎わかめをベトナムでテスト販売した際、ベトナムでの一日の平均販売数は日本での販売数を上回った。



(株)ラクエ(長野県川上村、従業員25人)

- 日本の栽培技術を用いてベトナムでレタスを栽培。サンドイッチ用に現地のファミリーマートなどに納入。



(2) 中堅・中小企業の海外展開の具体例

(2) 大企業や他業種と連携しての海外展開②

(株)協和機電工業（長崎県長崎市、従業員487人）：製造・保守点検業

- 水処理施設等事業を請け負うプラントメーカー。中国では、日系半導体工場排水処理や水再生処理施設を受注。その後、香港の食品メーカー等の水処理施設など海外現地企業からも受注。



(株)岸保産業（愛知県稲沢市、従業員40人）：厨房機器の卸売業者

- 和食の調理に要する厨房用品を在庫として持ち、現地ニーズへの即応体制を確立するため、シンガポールに販売拠点を設立した。



IT企業と加工食品、工芸品等事業者の連携（四国）

- 四国4県のIT企業で構成する四国IT協同組合（愛媛県松山市）は四国の加工食品、工芸品等の事業者と連携して台湾、中国での四国の特産品販売を計画中。
- 現地店舗の商品棚で電子看板、電子アンケートなど先端IT技術を用いた商品紹介を実施。顧客の反応を踏まえて日本から遠隔操作で商品紹介や商品の棚の状態、売れ行き動向、客の導線を改善するとともに、四国から事業者が直接商品をPRするライブ中継も計画。
- 商品は組合がいったん買い取ることで、事業者にとっては売れ残りリスクを取らずにすむ形とすることを計画。



(3) TPP協定を契機とした中堅・中小企業による海外展開の萌芽

- TPP協定を契機として、中堅・中小企業が海外展開の拡大を検討する動きや、輸出・販売拡大への期待を寄せる例が顕在化。

(1) 自社製品の輸出拡大への期待

(株)共進(長野県諏訪市、従業員165人)

- 独自の金属接合技術を活かし、フランジ付シャフトなどの自動車部品を製造する精密金属加工の専門メーカーとして活動。
- 日本から北米への自動車部品の輸出拡大を計画。



(株)ソトー(愛知県一宮市、従業員265人):

毛織物製造業(メンズスーツ、ファッション衣料等)

- TPP協定の発効を見据えて、ベトナム繊維企業(=国有企業)と業務提携。
- 日本でデザインや商品企画を実施。高付加価値織物は日本で生産し、労働コストの低いベトナムで縫製。
- TPP協定により米国の繊維関税が撤廃されるので、ベトナムから米国へ輸出。今後、原産地規則を満たす供給網の実現を目指す。



(3) TPP協定を契機とした中堅・中小企業による海外展開の萌芽

(2) 国内への出荷増への期待

(株)ダイヤ精機(東京都大田区、従業員34人):金型・測定具などの設計・製作・販売

- 自動車・部品メーカー等向けの金型や測定具などを設計・製作・販売。
- TPP協定により、取引先の自動車・部品メーカー等の輸出が拡大することで金型や測定具などの受注拡大を期待。



(株)ケーヒン(東京都新宿区、従業員4170人):エンジン部品等の製造メーカー

- 同社は、インドネシア等でベトナム向の二輪車用エンジン部品を製造しているが、TPP協定の発効を見据え、インドネシア等から日本に生産の一部を移すことも視野に入れている。
- それにより、同社に部品を納入する中小企業の納入拡大が期待される。



(3) 地域産品等の輸出拡大への期待

陶磁器

- 特に米国は、現段階で最も大きい輸出先国であり、TPP協定を活用するメリットあり。
- 例えば美濃焼(岐阜)などで、近年の日本食ブームを背景に、海外の展示会等で、日本食とともに食器を紹介する動きあり(現行税率:対米輸出最大28%)。



タオル

- タオルに関する高関税(米国9.1%、カナダ17%)の撤廃により、輸出拡大に期待。
- 例えば今治や泉州などの地域において、高品質のタオルをブランド化(日本で糸から生産)する動きあり。



高級洋食器

- 例えば山崎金属工業(新潟県燕市、従業員54人)において、高品質なステンレス製洋食器を製造(ノーベル賞の晩餐会で使用)。
- 同社は、米国(現行税率:最大8.2%)への輸出に向けて「高級品では関税撤廃はプラス」とTPP交渉の大筋合意を歓迎。



【Ⅱ 1 (1)】

①TPPの普及・啓発

○ JETRO、中小企業基盤整備機構、商工会、商工会議所、よろず支援拠点等の各地の支援機関等が協力した全国各地での説明会の開催やTPP情報のポータルサイトの設置、TPPを活用したビジネス展開の際の手引書や原産地性の自己証明の手続きに関するガイドラインの整備等により、丁寧な情報提供を行う。

②中堅・中小企業等のための相談体制の整備

○ TPPの内容や活用方策に関する相談窓口を整備するとともに、各地の支援機関との連携を図り、全国各地での相談体制の整備・強化を行う。税関の体制を整備し、TPP原産地規則に関する輸出入者からの照会への迅速かつ適切な対応等を行う。

【Ⅱ 1 (2)】

①中堅・中小企業等の新市場開拓のための総合的支援体制の抜本的強化

○ 国や地方自治体、商工会、商工会議所等の各種支援機関等によるコンソーシアムを創設し、イノベーションや農商工連携も含めた他産業との連携を通じて、コンテンツや食文化などに代表されるクールジャパンや環境技術など、モノやサービス、コンテンツのグローバル市場 開拓・事業拡大を目指す企業に対し、下記②、③の施策等とも連携しつつ製品開発、国際 標準化、知的財産、人材、海外企業とのマッチングや展示会等を含めた販路開拓支援等を含めた総合的な支援を提供する。金融機関(政府系金融機関を含む。)による企業の海外展開支援を促進する。

「総合的なTPP関連政策大綱」における記載

②コンテンツ、サービス、技術等の輸出促進

- クールジャパン、ビジットジャパンの発信・連携、推進による販路拡大、「日本ブランド」を活かした対日理解促進等を推進する。
- ICT、放送コンテンツ等のコンテンツの海外展開を図るほか、模倣品・海賊版対策や知財保護環境向上、協定国への情報発信等にも取り組む。
- 中堅・中小企業の海外展開の支援にも資するよう、地銀を含めた我が国の金融機関の海外進出を促進する。
- 廃棄物処理や水処理技術等の環境技術等の国際展開を図る。

③農林水産物・食品輸出の戦略的推進

- 高品質な我が国農林水産物の一層の輸出拡大、輸出阻害要因の解消、6次産業化・地産地消による地域の収益力強化等により、攻めの農林水産業を推進する。
- 日本産酒類等の海外展開を推進するほか、観光プロモーション等を通じて和食文化や食品の海外展開を促進する。地理的表示(GI)の活用を促進する。
- 農商工連携によりグローバル市場開拓を目指す中堅・中小企業等に対し、コンソーシアムの活用による支援を行うとともに、物流効率化・高度化を含めた技術・新商品開発、販路開拓等の取組等を促進し、新事業の創出拡大や海外市場開拓を促進する。

TPP原産地証明制度普及・啓発事業

平成27年度補正予算額 **4.8億円**

通商政策局 経済連携課
03-3501-1590
貿易経済協力局 原産地証明室
03-3501-0539

事業の内容

事業目的・概要

- 我が国がこれまで締結したEPAにおいては、特恵税率の申請を行う際に必要となる原産地証明について、指定発給機関（日本では日本商工会議所を指定）が原産地証明書を発給する「第三者証明制度」が採用されてきましたが、TPP協定においては、事業者自らが輸出産品の原産性を確認して原産地証明書を作成する「自己証明制度」が採用されます。
- 現在、我が国の貿易総額の約3割(約45.3兆円)を占めているTPP加盟国への輸出が容易になるよう、発効までに、輸出者及び将来の輸出可能性のある事業者に向けて、自己証明制度に関する普及啓発を行います。
- 具体的には、原産地証明書を作成するに当たって必須となる原産地規則に係る理解を深める機会を、TPPによって海外に販路を拡大しようとする中小事業者等に対しきめ細かく提供するため、
 - ①ガイドライン・マニュアルの作成及び関連教材の整備
 - ②事業者向けセミナー及び専門家育成研修の実施
 - ③相談窓口等の設置等の情報提供・相談体制を構築します。

成果目標

- TPP発効に先立ち、原産地規則・証明制度に関する情報提供・相談体制を構築し、自己証明制度の利用者を増やします。
- 相談窓口利用者及びセミナー参加者の満足度100%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

輸出者等

民間団体等

①ガイドライン・マニュアルの作成及び関連教材の整備

事業者が証明書を適切に作成できる支援ツールを提供

- ・既存のEPAを使用している事業者等を交え、ユーザーに分かり易い解説書（原産地規則に関するガイドライン・原産地証明書作成マニュアル）等を作成。
- ・必要な情報を入力することで原産地証明書が作成できる支援ソフトを構築。

②事業者向けセミナー及び専門家育成研修の実施

事業者に対するきめ細かな普及啓発と専門家の育成を実施

- ・原産地規則・証明制度について、輸出者及び輸出者となる可能性のある中小企業等も含め、きめ細かな対応を行うため、小規模セミナーを全国各地で実施。
- ・事業者がTPPの原産地規則・証明制度について相談できる専門家を育成。

③相談窓口等の設置

個別相談にも全都道府県で対応

- ・全国主要都市に常設相談窓口を設置。
- ・常設相談窓口の設置のない都市にはTV会議システムを設置することで相談できる体制を整備。

TPP 特恵税率 での輸出

海外展開戦略等支援事業

平成27年度補正予算額 **59.9億円**

事業の内容

事業目的・概要

- T P P の効果を最大限活用するため、中堅・中小企業等を始めとする我が国企業の海外展開を後押しします。
- 具体的には、国、自治体、支援機関等で構成される、中堅・中小企業等の新市場開拓のための総合的支援体制（「新輸出大国」コンソーシアム）において、専門家が約4,000社の中堅・中小企業等に寄り添い、各種支援策を活用しつつ、技術開発から、戦略策定や市場獲得までを総合的に支援することを目指します。
- また、ビジネス環境動向（サプライチェーンの変化等）調査、各国制度情報提供のための相談体制整備・普及啓発等、適時、適切な情報提供等を実施します。

成果目標

- 本事業を通じ海外展開を目指す企業の海外市場獲得成功率60%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

情報収集・情報提供、企業誘致



J E T R O

戦略策定等海外展開支援



中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業

平成27年度補正予算額 **20.0億円**

中小企業庁 創業・新事業促進課

03-3501-1767

通商政策局 通商政策課

03-3501-1654

製造産業局 組織課

03-3501-0969

事業の内容

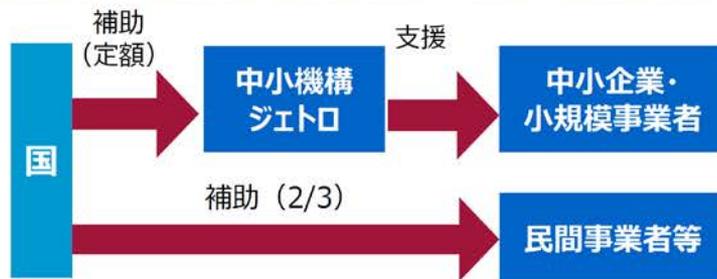
事業目的・概要

- TPP加盟国における新たな市場獲得に向けた可能性を最大限引き出すため、海外展開を目指す中小企業者を支援することが重要です。
- 具体的には、海外販路開拓を目指す中小企業に対し、事業計画の策定等を支援します。
- また、海外展示会等への販路開拓に不可欠な商談ツールの作成から情報提供、出展機会の提供等を一貫して支援します。
- 加えて、海外現地の大使館、金融機関などの官民支援機関が連携する「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」の機能強化を通じ、進出から進出後の相談対応等それぞれの局面で総合的に支援します。

成果目標

- 本事業を通じて、海外企業等との商談成約率30%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

海外ビジネス戦略推進支援事業

中小企業者と農林漁業者による連携等による海外展開を目指す中小企業者が行う、海外市場獲得に向けた実現可能性調査や取引体制の整備を支援します（補助上限額：200万円、補助率2/3）。

ものづくりサプライチェーン再構築支援事業

地域のものづくり企業が、サプライチェーンの合理化につながる産地内の事業再編や産業間・異業種との連携を通じて、TPP加盟国における需要獲得を目指すに当たってのビジネスモデルを検証するための専門家によるF/Sの実施を支援します（補助上限額：1000万円、補助率2/3）。

海外展示会への出展支援、商談機会の提供等

海外展示会等の出展企業に対して翻訳やWeb構築などの商談ツールの作成から、物流の手配、出展機会の提供まで一貫して支援します。また、TPPを活用して海外展開に挑戦する企業を中心に商談機会の提供等の支援をします。

海外展開現地支援プラットフォーム

TPP締結を前にした、加盟国間での市場取引の増加に備え、加盟国におけるコーディネーターの増員等のプラットフォーム（ジェトロが設置する拠点）の機能強化を行います。また、非TPP加盟国から加盟国への展開等を目指す中小企業を支援するため、非TPP加盟国においてもプラットフォームの機能強化を行います。

Webマッチングサイト支援

中小機構によるEC（電子商取引）サイトを通じてTPP加盟国への進出を目指す国内企業と海外企業等とのマッチング支援を実施します。

ふるさと名物応援事業

平成27年度補正予算額 **30.0億円**

中小企業庁 創業・新事業促進課
03-3501-1767
商務情報政策局 生活文化創造産業課
03-3501-1750

事業の内容

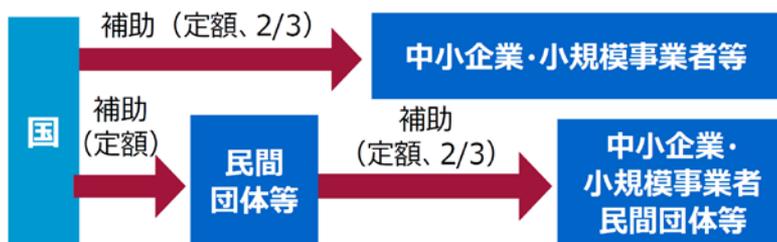
事業目的・概要

- TPP締結によって創出されるビジネスチャンスを中小企業・小規模事業者が獲得するためには、TPP加盟国の市場ニーズを捉えた商品開発・販路開拓を行うことが必要であり、市場獲得の可能性と収益性を高めるためには、一刻も早く着手することが重要。
- そこで、海外市場を見据えて、中小企業者・小規模事業者が地域資源の活用や農林漁業者との連携により付加価値を高めた商品・サービスの開発を行う取組を促進するとともに、これらの事業者を支援する一般社団法人等による情報提供等の取組を支援します。
- また、地域の関係者を巻き込み、特色を活かした商品をブランド化し、海外市場を見据えた商品等を創出できるような人材（ふるさとプロデューサー）を育成するなどの取組を支援します。
- 併せて、地域製品の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定や海外販路開拓に向けた海外展示会の出展等を支援します。

成果目標

- 本事業を通じて、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

TPP対策「ふるさと名物」支援

- 中小企業・小規模事業者が、地場産品の活用や農林漁業者との連携により行う、海外市場を見据えた加工食品の開発、それに付随する鉱工業品の開発やそれらの組み合わせによるブランド化の取組を支援します。また、国内の外国人へのテストマーケティングを始めとした国内販路の開拓、本格的な海外販路開拓の費用を補助します（補助上限500万円(グループの場合:2,000万円)、補助率2/3）。
- 海外市場への展開を狙った地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う商品開発等に取り組む事業者に対して、一般社団法人等が行う消費者嗜好に関する情報提供、マッチング支援などの取組を支援します（補助上限1,000万円、補助率2/3）。
- さらに、地域の関係者を巻き込み、地域資源を活かした魅力ある産品を「地域ブランド化」し、海外市場を見据えて販路開拓を行う取組の中心的担い手となることのできる人材(ふるさとプロデューサー)の育成などの取組を支援します(定額補助)。

TPP対策JAPANブランド育成支援

- 「ふるさと名物」などの地域産品が持つ素材や技術等の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定を支援します。（補助上限200万円、定額補助）
また、海外販路開拓に向けたブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。
- 海外販路の開拓を目指す中小企業・小規模事業者に対して、海外から招聘した現地の市場ニーズに精通する専門家によるアドバイスを通じて、海外向け商品の開発を支援します（定額補助）。

TPP対策JAPANブランド等プロデュース支援

- 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本の特色を活かした商材の海外展開に向けたブランディング、PR・流通まで一貫したプロデュース活動や海外向け販路開拓、外国人観光客による国内消費の喚起に向けた中小企業者等が行う地域の産品等の磨き上げや海外向けPR活動を支援します（定額補助）。

地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業

平成27年度補正予算額 **66.9億円**

事業の内容

事業目的・概要

- TPPを活用した新たな市場開拓のため、コンテンツの海外展開を支援する。具体的には、TPPを契機に、権利情報の集約化等、著作物の利用の円滑化に取り組む。
- 著作物の利用にあたっては権利許諾を受けることが必要となるが、現状は権利を誰が保有しているかが必ずしも明らかでない場合が多く、権利許諾を得やすい環境の整備が必要。
- このため、権利情報のデータベース化によって利活用を促進するなど、コンテンツ流通基盤の整備を行う。
- 併せて、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助等の総合的支援を実施する。これらの支援を受けたコンテンツの権利情報をデータベースに登録することで、権利許諾が円滑に行われる環境を整備し、地域の魅力あるコンテンツのグローバル展開を促進する。

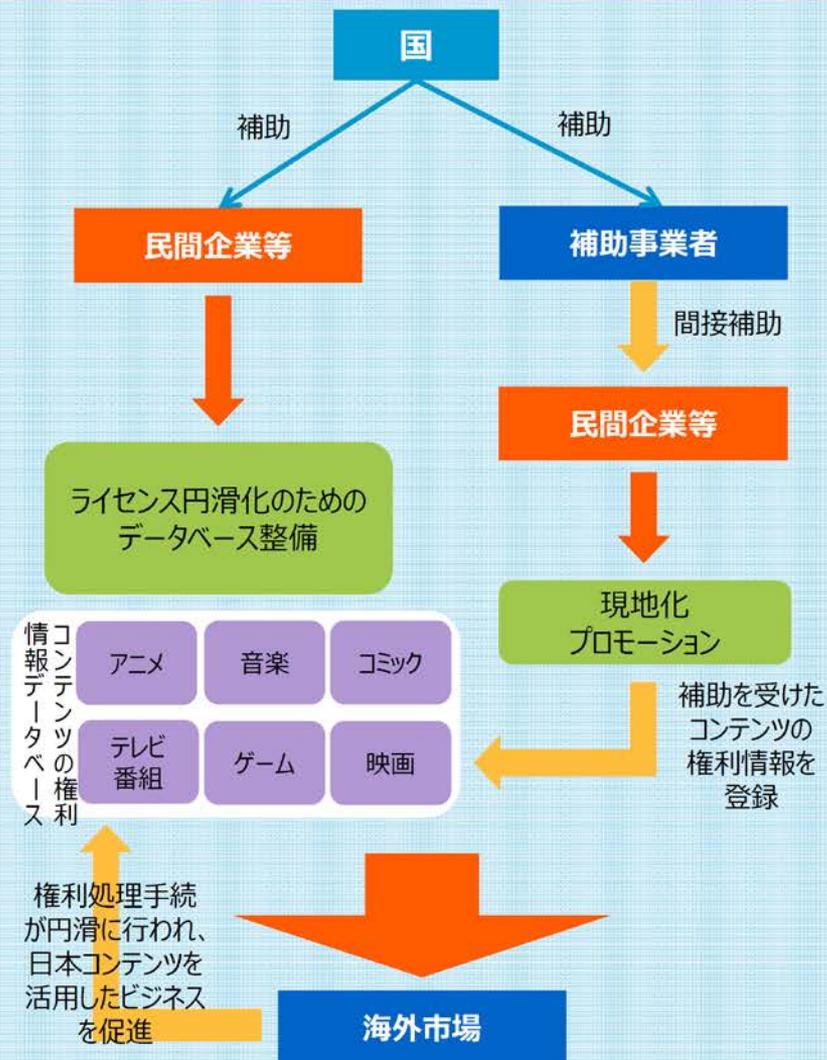
成果目標

- 2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を約3倍に増加させる。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ



サービス産業海外展開基盤整備事業

平成27年度補正予算額 **5.0億円**

事業の内容

事業目的・概要

- 日本のサービス産業はGDPベースでいまや3/4を占める。今般大筋合意に至ったTPP協定による「サービス・投資の市場アクセスの改善」や「サービス貿易の自由化」等を契機として、日本のサービス産業についても、海外で活躍出来る可能性が高まっている。
- 他方、サービスの品質や価値は消費者にとっては一見評価しづらい。これは、海外市場においても同様であり、日本企業の良いサービスが、消費者から評価されづらいとの指摘がある。
- このため、品質の高い日本のサービスが国内外の消費者にとってその価値が分かりやすいように認証する環境づくりや、海外で活躍出来る可能性を有するサービス産業が競争力を高めていくための支援を行う。

成果目標

- 2020年までにサービス産業の労働生産性上昇率2.0%
(2013年：0.8%)

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

事業の詳細

- TPPを契機として海外で活躍出来る可能性の高まる海外のサービス産業市場における国際競争を勝ち抜くため、まずはサービス産業の品質の見える化を行い、消費者が安心して様々なサービスの提供を受けられる環境づくり（日本発のサービス品質に係る認証制度を海外市場へ普及促進等）を行う。

認証制度の方針



➡ 認証制度に基づく適切な評価により、質の高いサービスが消費者に評価されることを通じて、事業者の顧客／販路の開拓を図る。

- あわせて海外で活躍出来る可能性を有するサービス産業の競争力強化を図るため、環境づくりに加えサービス産業の海外展開支援（サービス産業の海外展開に係る戦略策定支援を始め、サービスの品質を評価する認証基準を満たすサービス産業への重点的な支援等）を行う。



日・ASEAN経済産業協力拠出金

平成27年度補正予算額 **25.0億円**

事業の内容

事業目的・概要

- TPPによる貿易投資自由化を契機に、域内の企業間で人材やパートナー企業の獲得競争が一層激化することが予想されています。
- その中で、日本企業の海外市場獲得のために必要な優秀な現地人材やパートナー企業の確保・育成、現地インフラ整備を担う人材の育成を支援します。さらに、域内の基盤産業確立・高度化のための制度構築等を支援します。
- 具体的には、日ASEAN経済産業協力委員会（AMEICC）を通じて、以下のような事業を支援します。
 - ①日本企業が即戦力となる新卒人材を優先的に獲得できる仕組みを構築するための現地大学等への講座設置等
 - ②日本企業のグローバルバリューチェーン構築に必要となる現地パートナー企業の確保や、品質管理等の能力向上のための研修・専門家派遣
 - ③インフラの企画等に携わる政府等のキーパーソンやインフラ建設の設計・エンジニアリングを担う人材に対する研修・専門家派遣等
 - ④日本企業によるサプライチェーン高度化や新たな価値の創出を通じた市場獲得を促進するため、現地での制度構築等

成果目標

- 本事業で育成した人材を活用した企業数のうち、それを通じて事業拡大を行った又は行う可能性があるとした企業数の割合100%。（平成32年度まで）

条件（対象者、対象行為、補助率等）

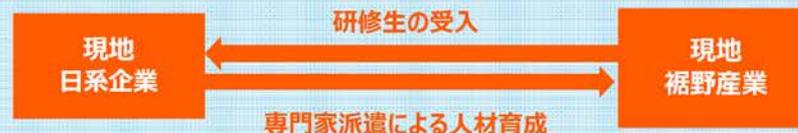


事業イメージ

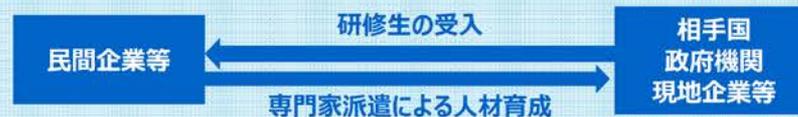
①日本企業と現地大学との連携による新卒人材育成・確保支援



②ローカルパートナー企業の確保・品質管理等の能力向上支援



③インフラを企画するキーパーソン、設計・エンジニアリングを担う人材への研修・専門家派遣



④制度構築支援（中小企業の金融アクセスの改善、現地規制緩和のガイドライン策定、IoTやFintecなどの最先端技術を活用したビジネスの創出促進事業等）

農工商連携等によるグローバルバリューチェーン構築事業

平成27年度補正予算額 **10.0億円**

事業の内容

事業目的・概要

- 我が国の農林水産物・食品の新たな市場開拓を促進するため、商工業の技術・ノウハウ等を農業に活用する農工商連携を通じ、農業生産（植物工場含む）、加工、流通、販売まで一貫したバリューチェーンの構築を支援します。
- 具体的には、
民間事業者等からなる共同事業体による、海外需要の創出・拡大を目指すための、先端技術を活用した農業生産・加工・流通・販売の一貫したバリューチェーンの構築

(例：植物工場のみで栽培できる高付加価値野菜の「生産」、長期間鮮度保持するための「加工包装」・特殊コンテナでの混載による効率的な「流通」、大ロット・高付加価値品の提供による「販路開拓」を組み合わせたバリューチェーン等)

を行う事業に補助を行います。
併せて、事業成果の幅広い普及を行います。

成果目標

- 本事業を通じて、平成32年までに農林水産物・食品の輸出額を1兆円とする。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

生産・加工・流通・販売が連携した効率的なバリューチェーンの構築



実証により各段階での課題を解決し、強固なバリューチェーンを構築。
(例) ・植物工場によるこれまでにない高付加価値野菜の生産
・新技術を活用した加工・包装・貯蔵方法による鮮度保持
・新技術を導入した鮮度保持コンテナによる流通方法確立
・大ロット、高付加価値品の提供による新市場の創出・拡大など

地域中核企業創出・支援事業

平成28年度予算額 **20.5億円**

事業の内容

事業目的・概要

- 地域経済の活性化のためには、地域を牽引する企業（＝地域中核企業）を数多く創出し、その成長のための支援を行うことが有効です。
- このため、地域中核企業候補の成長のための体制整備や、地域中核企業の更なる成長を実現するための事業化戦略の立案/販路開拓等の取組を支援します。
- 具体的には、以下の事業を実施します。

1. 地域中核企業創出支援ネットワーク形成事業

地域中核企業候補が新分野・新事業等に挑戦する取組を支援し、その成長を促すため、支援人材を活用して、全国大の外部リソース（大学、協力企業、金融機関 等）とのネットワーク構築を支援するための事業

2. プロジェクトハンズオン支援事業

地域中核企業の更なる成長のため、支援人材を活用して、事業化戦略の立案/販路開拓を支援するための事業

成果目標

- 地域中核企業候補の平均売上高20億円(2011年度)を、取引先への波及効果も含め、5年間で3倍増とすることを目指す。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

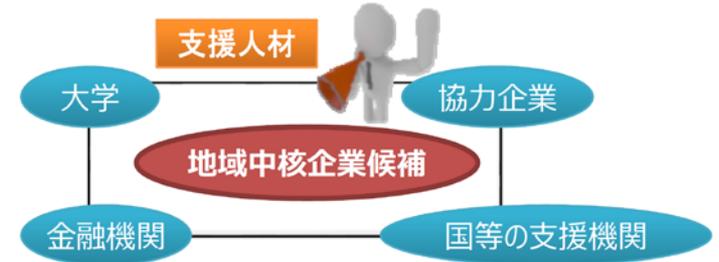
1. 地域中核企業創出支援ネットワーク形成事業
2. プロジェクトハンズオン支援事業



事業イメージ

1. 地域中核企業創出支援ネットワーク形成事業

支援人材の人脈等を活用して、地域中核企業候補が新分野・新事業等に挑戦する取組を支援し、その成長に資するよう、外部リソース（大学、協力企業、金融機関 等）とのマッチングによる体制整備等を支援。
（対象経費：支援人材の活動費、マッチングに係る会議等の経費 等）



2. プロジェクトハンズオン支援事業

支援人材のノウハウ等を活用して、地域中核企業の更なる成長のため、新事業展開に向けた事業化戦略の立案/販路開拓等を支援。
（対象経費：支援人材の活動費、市場調査費、販路開拓のための展示会出展費 等）



コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業

平成28年度第2次補正予算額 **60.0億円**

事業の内容

事業目的・概要

- 日本の優れたコンテンツの海外展開を促進するとともに、コンテンツを通じて海外における日本ファンや訪日観光客等による国内外需要の創出・拡大を行います。
- 具体的には、コンテンツの海外展開を通じた日本の魅力発信のため、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助の総合的支援を実施します。
- さらに、これらの支援を受けたコンテンツが自立的な海外展開が図られるように、権利許諾が円滑に行われるための権利情報データベースへの登録や活用を通じた効果的なコンテンツ海外展開体制を構築するなどの環境整備を行います。

成果目標

- 2025年度までに、文化GDP(映画、アニメ、音楽、ゲーム等をはじめとする文化芸術資源の活用によるGDP)を18兆円(GDP比3%程度)に拡大することを目指します。
- 2018年度までに、放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍に増加させます。

条件(対象者、対象行為、補助率等)



事業イメージ

