

会派視察・研修報告書

会派名 自民クラブ

代表者名 柴田雅也

1 日 に ち	令和2年2月5日(水)
2 視 察 先	中小企業庁および経済産業省 衆議院第2議員会館地下1階第8会議室
3 参 加 者	山田徹・玉置真一・城處裕二・吉田企貴・柴田雅也
4 調査・研修の テーマ	地場産業支援および海外輸出展開への支援について
5 主な内容	<p>◎『海外輸出展開への支援について』 中小企業庁経営支援部海外展開支援室 毛利涼楓氏</p> <p>1. 中小企業の海外展開の現状と課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外需要取り込みの重要性について ・海外展開の現状 中小企業が抱える課題 ・海外展開支援策の全体像 ・今後の課題 連携の必要性、新たな機会、マーケットインへの移行 ・今後の方向性 <p>2. 来年度の施策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAPANブランド育成支援事業 ・新輸出大国コンソーシアム ・中小企業海外展開現地支援プラットフォーム ・中小企業・小規模事業者人材対策事業 ・J-GoodTech ・eコマース活用支援 ・海外展開・事業再編資金 ・地域産業資源活用に関する概要及び支援策 ・農商工等連携に関する概要及び支援策 <p>◎地場産業支援について</p> <p>1. 『地場産業支援について～タイル』 経済産業省 製造産業局 生活製品課 住宅産業室 大木教子氏</p> <ul style="list-style-type: none"> ・我が国のタイル市場動向 ・我が国のタイル輸入状況と輸出状況 ・陶磁器製タイル製造業への支援例 <p>2. 『地場産業支援について～陶磁器』 伝統的工芸品産業室長日用品・地場産品担当亀山渉氏</p> <ul style="list-style-type: none"> ・陶磁器事業者への支援策活用について

6 所感、提言事項、
課題等

【山田徹】

中小企業の海外展開について
政府による支援をより充実させ国内中小企業の海外進出、内地向けとも支援を始めている。また海外進出においては支援機関のワンストップ化を目指すなどの動きもあるが、やはり中小企業の海外進出の一番の問題は現地でのニーズの把握であり、そこは一つの企業だけでできるものではないと考える。今後、政府が国を挙げていかに商品ニーズを発掘しマッチングしていけるかにかかっている部分も大きいと感じた。

地場産業支援について
陶磁器産業は全国に展開しているながらも歴史的、伝統的基盤に立って産地としての特色を保持しているためほとんどの産地で「伝統的工芸品」として指定を受けている。伝統工芸品であるため国からの支援補助金が使え制度となっており新しい技術開発や生産性の向上を図ることもできているが、今までにあったニーズ以外に新たなニーズの発掘が必要となってきた。国の支援はあるものの先の見えない現状では支援を受けることも考えられない状況になっている。国の持つビッグデータで生産者が本当に知りたい情報の提供をし、マーケティングも含め経営支援も行うなど現状にあった支援の必要性を感じた。

【玉置真一】

中小企業の海外展開について
国の政策で海外進出企業へ資金問題も含め様々な支援システムが有ることを知ることができた。
海外進出し、日本企業の技術的、デザインなど資産の保護の為、パテント登録、商標登録、特許登録等進出国に沿った手続きを支援されていると伺ったが技術、ノウハウ、デザインの流出、複製、独立単独経営など場面を想定した指導、対策など課題は多くある。
海外に進出希望企業、製品を申請、申告により国が支援をされているが、国、多治見市として、国内では現状販売が伸び悩んでいる企業、製品の中から海外のニーズに合う企業、製品を発掘し支援、発信していくシステムを早急に立ち上げなくてはいけないと感じた。

地場産業支援について
昭和30年代後半から40年代の小さなモザイクタイル^が沢山作られ、壁だけに限らず、風呂、流しなど身近なあらゆる所に使われて^ました。私の幼少期は近所にタイル張りの工場、家庭での内職が盛んであった記憶が有る。その頃輸出も好調で外壁タイルの入った英語表記のカートンを積んだトラックが頻繁に走っているのを見た。
その後、洋式トイレの普及やユニットバスの普及、外壁など建築工法、ニーズが^変り、タイル使用量が減少し生産量も減って大量生産型トンネル窯など設備を持った工場が閉鎖され業界が衰退してしまった印象が有る。しかし現在ある程度少ロットでも対応できる設備、多治見生産ならではの焼き物感が有る製品、品質、施工方法など日本的価値観によるどの国にも負けないサービス高品質商品を国内外に向けて発信し勝ち取ることが大切である。
しかし陶磁器産業にも共通して言えることだが原料の粘土確保など直面している課題もある。

6 所感、提言事項、
課題等

【城處裕二】

中小企業の海外展開について

我が国は、急速に進行する人口減少等を背景として企業数の減少及び日本企業の競争力を支えてきた国内市場の縮小の危機に直面している。中小企業にとって海外需要の取り込みは大変重要かつ喫緊の課題であること。国は、海外展開の現状と課題を分析し色々な支援策も用意していることを教えて頂きました。また日本人思考の最高の商品を売込むのではなく、現地市場のニーズやトレンドを取り入れたモノづくりが大切であることを学びました。

タイル産業と陶磁器産業の現状について

2010年に外装タイル接着剤張りに関する材料の品質基準を定める制度（Q-C A T）が開始。現在の建築様式に合った接着張り工法は国内の外装タイルの生産量の下げ止まりに貢献している。今後は、デザイン性、機能性に優れたタイルの開発、生産性の向上、国内・海外販路の開拓への取り組みが急務であり大変重要である。陶磁器事業に於いても、海外展開に向けた戦略、商品開発が重要である 2010年に外装タイル接着剤張りに関する材料の品質基準を定める制度（Q-C A T）が開始。現在の建築様式に合った接着張り工法は国内の外装タイルの生産量の下げ止まりに貢献している。今後は、デザイン性、機能性に優れたタイルの開発、生産性の向上、国内・海外販路の開拓への取り組みが急務であり大変重要である。陶磁器事業に於いても、海外展開に向けた戦略、商品開発が重要である。

【吉田企貴】

海外展開を必要とする背景として・戦後日本の経済を支えてきた旺盛な内需に陰り・中国への投資が減少・ASEANへの投資が増加・サービス、小売りの海外展開が順調ではないことなどがある。

政府の政策の方向性は中小企業の海外子会社保有数を2023年までに1.5倍にするのが目標（未来投資戦略）としている。

しかし、中小企業の海外進出における悩みには販路の確保やマーケティングや人材の確保がある。これらを達成するために「未来投資戦略」^②を実施がある。

今後の課題として①連携の必要性②新たな機会→越境E C等の活用（アマゾンに出展して輸出）③マーケットインへの移行があげられるが海外展開に失敗する企業は7割に上る。また、日本のニーズと現地ニーズは必ずしも同じではない。現地人の目を入れる重要性である。令和2年度の施策として・J A P A Nブランド育成支援事業（10億円）・新輸出大国コンソーシアム（海外進出についての支援機関のワンストップ化）・J-G o o d T e c h（無料の情報交換サイト）

・海外展開、事業再編資金（海外展開への融資制度）などがある。以上の背景、課題を認識して美濃焼業界に対して国の政策情報を提供していくことが重要な取り組みであると思う。

【柴田雅也】

地場産業である美濃焼業界は人口減少や生活形態そして海外からの輸入増加などの社会背景により、これまで地域を支えてきた地場産業としての位置付けは業界の縮小とともに薄らいできているのが昨今の現実である。そのような中でこれまで長い歴史を培ってきた美濃焼業界が将来に向けて持続性のある産業として継続できるのか？そのためにどのような支援が必要か？についてを市単独ではなく、国、県とともに連携して支援策を考えていかなければならない。今回の研修では地場産業への支援策とともに国内市場の縮小の危機に直面していることを踏まえて今後需要を獲得しうる市場として大きな可能性を秘める海外展開への支援について²国の取り組みについて研修を受けた。

美濃焼業界はすべてが中小・零細企業であるが海外展開を進めるにあたってどのような課題があるかについてを明確にすることは重要である。その中で主要な課題として「販売先の確保」「現地の市場動向・ニーズの把握」「海外展開を主導する人材の確保」が挙げられたが海外展開に立ち足る大きな問題として自国と海外とでは商習慣の違いがあるのではないかと感じた。このような課題を踏まえて海外展開の支援策と今後の課題①連携の必要性、②新たな機会③マーケットインへの移行について認識をもって国が取り組む支援策を有効的に活用していくことが美濃焼業界や他業種地元企業の今後の活路につながると認識した。



7 写真等

