

国際展開戦略について

平成25年2月18日

経済再生担当大臣 甘利 明

国際展開戦略の狙い ～GNI 最大化へ向けて～

基本的考え方

- 我が国経済規模の拡大、雇用やイノベーションの創出を図るためには、企業が内外一体で活動を広げ、新興国の著しい経済成長を取り込む必要あり。
- そのためには、
 - ・課題解決型産業／中堅・中小企業／サービス業の更なる海外展開と新興国での外需獲得
 - ・海外で稼いだ資金が還流する仕組みの整備
 - ・産業の国際化を担うグローバル人材の育成、教育機関の徹底したグローバル化に国を挙げて取り組むとともに、
 - ・対内直接投資／海外人材招致環境の抜本的改善を図り、「貿易立国」と「産業投資立国」との「双発型エンジン」の産業国家を実現することが必要。

経済規模の拡大、雇用やイノベーションの創出

課題解決型産業／中堅・中小企業／サービス業

外需の
獲得

対内直接投資

資金の
還流

アジア等新興国の成長市場の獲得

グローバル人材育成、教育機関の徹底したグローバル化

これまでの取組の評価

○これまで経済活動のグローバル化を図るため様々な取組がなされてきたが、
成果は十分とは言い難い。

人材・教育機関

□ 「話せない・使えない日本人英語」

＜TOEFLの成績の国別ランキング(2011年)＞

1位	2位	3位	...	70位	...	102位	...	137位
オランダ	シンガポール	オーストリア ベルギー デンマーク	...	韓国	...	中国	...	日本 カメルーン クウェート

(出典)ETS公表資料

経済連携

□ 競合国よりも大きく出遅れ

＜FTA比率の各国との比較＞

日本	韓国	中国	米国	EU
19%	35%	19%	38%	32%

(注)FTA比率: FTA相手国との貿易額が貿易総額に占める割合

(出典)内閣官房資料

中堅・中小企業、サービス業

- 中堅・中小企業の海外展開は大企業に劣後
- サービス業は潜在力を十分に発揮できず

＜我が国企業の海外進出状況(規模別)＞

	資本金	企業数	海外拠点数	1社当たり平均拠点数
大企業	10億円以上	4,664	5,769	1.24
	3億円以上10億円未満	5,345	1,047	0.20
中小企業	3億円未満	234,804	4,180	0.02

(出典)平成21年経済センサス

資源確保・インフラ輸出

- 我が国製品・要素技術は世界トップ水準。
しかし、総合的な受注能力、体制、コスト競争力等は新興国勢力や欧米に劣後

クールジャパン

- 日本文化は海外で人気だが、
産業育成につながらず
→諸外国は国が戦略的に文化産業を育成

韓国:「文化大統領宣言」(97年)に基づくCool Korea戦略

- ①「デザイン振興院」「コンテンツ振興院」の設立
- ②新興マーケットへの官民挙げた戦略的売り込み
- ③KOTRAを中心とした徹底した海外市場獲得支援

(注)KOTRA: 大韓貿易投資振興公社

対内直接投資

□ 対内直接投資は先進国で最低レベル

＜主要各国の対内直接投資残高GDP比率(2011年末)＞

日本	米国	英国	フランス	ドイツ	韓国
3.7%	16.9%	51.5%	36.9%	27.1%	12.6%

(出典)各種公表資料

国際展開戦略

これまでの延長線上では世界で勝ち抜くことは困難

「次元の違う国際展開戦略」が必要

<施策例>

人材・教育機関の徹底したグローバル化

- 意欲・能力ある若者全員の留学に向けた障壁の撤廃
- 外国語教育の抜本的強化、国際バカロレアの導入促進
- 秋入学の導入促進（資格試験の日程変更も検討）
- 大学入試や就職システムの抜本的改革（TOEFL等の活用）
- 大学ランキングTOP100に日本の大学10校ランクイン

中堅・中小企業、サービス業の海外展開

- 海外展開に挑戦する「意欲ある」中堅・中小企業を「一気通貫の施策」で徹底的に支援（準備段階から進出後の支援まで）
- 日本で鍛えられたサービス業（医療、教育、流通、外食産業等）の総合的な海外展開支援

対内直接投資の受入れ促進

- 総合特区制度などの取組の強化を通じた世界最先端の対内直接投資環境の整備
- 海外の優秀な人材（技術者、研究者）の招致

経済連携の推進

- 国益に資する経済連携交渉の推進
- 経済連携を強化する規制改革の取組
- 戦略的な投資・租税協定の拡充と整備促進

資源確保・インフラ輸出の推進

- 中間層が伸張する新興国（ミャンマー、インドなど）への「面」的展開
- 我が国が強みを有する「低炭素・省エネ関連技術」などの導入推進
- 国際標準獲得と認証基盤の強化

クールジャパンの推進

- 国家戦略として日本の文化産業を売り込む体制の構築（クールジャパン推進機構の創設、海外放送枠の確保）
- 海外での日本食ブーム創出と農林水産物と食品輸出の倍増