

ドイツの対外経済政策

—中小企業の国際展開を中心に—

伊 藤 白

目 次

はじめに	Ⅲ 中小企業の国際展開の日独比較
I ドイツの中小企業政策と対外経済政策	1 国際展開動向の比較
1 中小企業政策	2 国際展開支援政策の比較
2 対外経済政策	おわりに
II ドイツの中小企業国際展開支援政策	
1 輸出イニシアチブ	
2 『対外経済積極政策』	

はじめに

鉄道、道路、電力、水道などのインフラ事業を手掛ける企業を対象とした海外展開支援政策と並んで、我が国では現在、中小企業の海外進出を支援する政策が中小企業庁を中心に進められている。たとえば2012年の『中小企業白書』は、2011年度に行った具体的な施策として、2011年6月の「中小企業海外展開支援大綱」の策定、日本貿易振興機構（ジェトロ）や中小企業基盤整備機構との協力による海外展開戦略策定支援や見本市支援、また2004年に始まった「JAPANブランド育成支援事業」による地域特産品の海外売込みのための補助金事業等を紹介している⁽¹⁾。

日本と同様に中小企業の層が厚いと言われるドイツは、第二次世界大戦後一貫して中小企業に対して比較的手厚い支援を行うとともに、自由貿易を促進し、輸出の拡大によって経済発展を実現してきた。これらの2つの政策の接点となる「中小企業の国際展開」については、おのずとさまざまな支援策が講じられている。

本稿では、ドイツのこうした中小企業国際展開支援政策の概要を紹介する。まず第Ⅰ章で戦後ドイツの中小企業政策と対外経済政策を概観し、第Ⅱ章で2000年代以降に行われている中小企業国際展開支援政策の主だったものを紹介する。さらに第Ⅲ章で、日本との比較の観点から、実際のドイツ企業の国際展開状況をデータを用いて概観し、ドイツの国際展開支援政策の評価を試みる。

(1) 中小企業庁『中小企業白書2012年版』2012, pp.205-207. <http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H24/PDF/Hakusyo_H23kojiyo_web.pdf> 以下、Web上の情報の最終アクセス日は2012年7月3日。

I ドイツの中小企業政策と対外経済政策

1 中小企業政策

戦後ドイツは、市場経済の中で個人の自由と社会的公正・社会的安全という2つの価値の総合を見出そうとする「社会的市場経済」を旨としてきた⁽²⁾。この経済理念が目指すのは、自由放任主義な市場経済ではなく、また社会主義的な計画経済でもない、ある種の「第三の道」⁽³⁾である。社会的市場経済においては、自由な競争秩序は自然には成立しえず、競争制限禁止法等の法的・制度的な政府の介入によって、市場が健全に機能する競争秩序の確立が必要であるとされている。さらに、社会的価値の実現のためには、すべてを市場の機能に委ねることだけでは不完全であり、社会保障や教育制度等の社会政策を通じて国家が市場に介入する必要があるとされている⁽⁴⁾。

その一方で、この理念においては、経済政策は市場の機能をできるだけ阻害しないように行われるべきだという「市場適応性の原則」が重視される。社会主義的市場経済の理論と政策を詳細に紹介した黒川洋行氏は、「社会的市場経済の理念に基づくならば、国家による市場介入としての補助金は、それによって市場における不正正性や『市場の失敗』を除去ないし補正できる場合、すなわち競争的な市場経済の基盤の提供に限って正当化される」としている。つまり、「それによって、本来、競争において生き残れないような企業が維持されたり、あるいは、それによって、他の企業が不利に陥るような政策的措置」⁽⁵⁾は否定される。

この社会的市場経済の経済理念に基づいて、ドイツでは、中小企業に対しては例外的に比較的手厚い支援が行われてきた。それは、市場経済に全てを委ねると大企業による独占化が進むため、中小企業を支援することがむしろ競争の活性化につながり、社会的市場経済の方向性に適うと考えられてきたためである。また、1980年代以降になると、中小企業はその高い柔軟性によって市場の変化に素早く対応し、新たな職場を生み出すことのできる重要なファクターと見なされるようになり、これも中小企業を支援する理由とされるようになった⁽⁶⁾。

こうした中小企業への支援は、連邦制をとるドイツでは、連邦と州それぞれが互いに補完し合う形で行われている。全貌を見渡すのは容易ではないが、たとえば連邦は2011年1月に「中小企業に賭ける一責任と自由の拡大」という文書を発表し、その中で研究開発への投資を支援するイノベーションプログラム（Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand、2008年～）の拡充、専門職の確保、事業継承・創業支援などを表明している⁽⁷⁾。連邦には中小企業に関する一般的法律が制定されていない一方、多くの州で中小企業振興法が制定されており、資金援助、経営相談等の支援が行われている。また、欧州連合（EU）にも中小企業を支援する枠組みがある。

(2) 以下、「社会的市場経済」については以下の資料を参照した。黒川洋行『ドイツ社会的市場経済の理論と政策 オルド自由主義の系譜』関東学院大学出版会、2012。

(3) 同上、p.16。これは民主党政権が2010年の『新成長戦略』で示した「第3の道」やイギリス労働党のブレア首相が提唱した「第3の道」とは異なる。なお、社会的市場経済の理念をドイツの戦後の経済政策に取り入れた連邦経済相ルートヴィヒ・エアハルト（1949～63年）は、「第三の道」という表現を嫌っていたとのことである。同上、p.29。

(4) 同上、p.121-127。

(5) 同上、p.176。

(6) 平澤克彦「第8章 ドイツにおける中小企業政策」福島久一編著『中小企業政策の国際比較』新評社、2002、p.194以下。

(7) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Auf den Mittelstand setzen. Verantwortung stärken -Freiräume erweitern*, 2011. <<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/mittelstandsinitiative,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>>

中小企業への金融支援政策において大きな役割を担うのが、復興金融公庫（Kreditanstalt für Wiederaufbau: KfW）である。これは1948年、欧州復興計画（マーシャルプラン）により設立された政府系金融機関で、途上国への支援、環境分野への融資等さまざまな活動を行っているが、最大の事業分野は新興企業や中小企業の支援である⁽⁸⁾。具体的には、起業3年以内のベンチャー企業や中小企業に対し、返済義務が一定期間発生しない低利融資等を行っている。

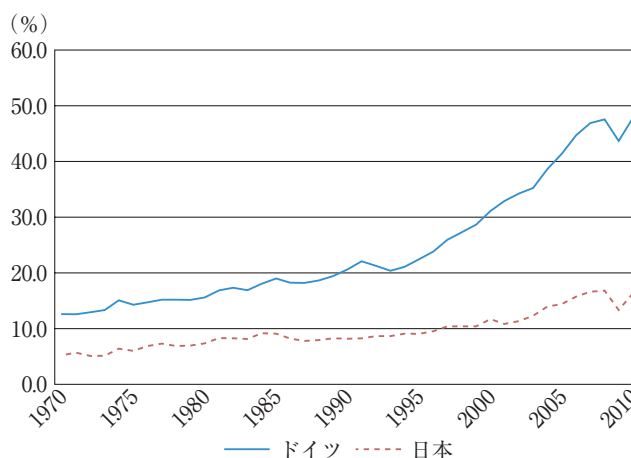
なお、ドイツにおいては中小企業の定義は法律では定められておらず、ボンの中小企業研究所（Instituts für Mittelstandsforschung Bonn: IfM）は従業員500人以下で売上が5,000万ユーロ以下の企業を中小企業としている⁽⁹⁾。またこれとは別にEUによる中小企業の定義があり、これは従業員249人以下、売上5,000万ユーロ以下の企業を中小企業と定めている⁽¹⁰⁾。ドイツの統計ではこの2つの定義がしばしば使われるが、本稿で用いるデータは、IfMの定義による。IfMの定義では、2009年のドイツの中小企業数は、全企業359万7548社に対し358万4760社で、99.7%を占める⁽¹¹⁾。

2 対外経済政策

対外経済活動に関しては、社会的市場経済の思想において外国貿易の管理は原則として否定される。この原則に則って、戦後ドイツは基本的に貿易自由化を促進する方針をとってきた。

1951年には関税および貿易に関する一般協定（GATT）へ加盟し、最恵国待遇の原則を受け入れて世界経済への復帰を果たした。その後もドイツは、1958年の欧州経済共同体形成、1968年の域内関税撤廃、1992年のEUの成立とその後の拡大・深化を経て、特にEU圏内への輸出を拡大することで経済発展を遂げてきている⁽¹²⁾。輸出拡大傾向は1999年の統一通貨ユーロの導入以来一層高まっており、国内総生産（GDP）に対する輸出額の割合は、近年では50%に迫る（図1）。なお、2010年のデータでは、輸出額（サービスを除く）の約6割

図1 GDPに対する輸出額の割合



（注） サービスの輸出を含む。

（出典） United Nations, “The National Accounts Main Aggregates Database”. <http://unstats.un.org/unsd/snaama/Introduction.asp> を基に筆者作成。

(8) KfW, *KfW – An overview. Facts and figures*, April 2012. http://www.kfw.de/kfw/de/I/II/Download_Center/Fachthemen/Kompass_und_Imagebroschuere/KfW_An_overview_en.pdf

(9) Instituts für Mittelstandsforschung Bonn, „KMU-Definition des IfM Bonn.” <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=89>

(10) European Commission, “Small and medium-sized enterprises (SMEs). What is an SME?” http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm

(11) Instituts für Mittelstandsforschung Bonn, „Schlüsselzahlen des Mittelstands in Deutschland gemäß der KMU-Definition des IfM Bonn.” http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/SZ-Unt&Ums&Besch_2004-2009&2010revSch_D_KMU_nach>IfM-Def.pdf

(12) 戦後ドイツの対外経済政策については、主に以下の文献を参照した。Jürgen Bellers, „Außenwirtschaftspolitik und politisches System. Historisch-komparatistische Studien zur Weimarer Republik und zur Bundesrepublik Deutschland im Vergleich mit anderen Industrie- und entwicklungsändern,” Jürgen Bellers, Markus Porsche-Ludwig, *Wirtschaft*

がEU域内に、約4割がユーロ圏内に向けられている⁽¹³⁾。

ドイツの対外経済政策は、支援機関、見本市支援、金融支援の3つの要素で構成される⁽¹⁴⁾。また、連邦による支援のほかに、各州がそれぞれの支援プログラムを持っている（図2）が、以下では連邦による支援に絞って概説する。

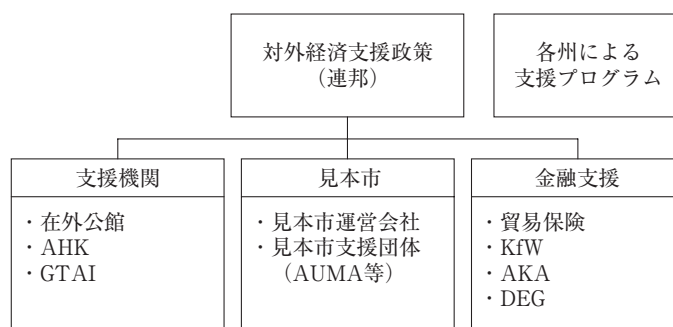
まず対外経済政策の支援機関と

しては、在外公館、在外商工会議所（die Deutschen Auslandshandelskammern：AHK）、ドイツ貿易・投資振興機関（Germany Trade and Invest：GTAI）、が3つの柱とされている。

ドイツは全世界に220の大使館等の在外公館を置いている。これらの在外公館は、現地の政策決定者等とのコネクションを活かし、ドイツの企業に対して公募情報等の提供、パートナーの紹介などを行っている。これらのサービスの対象は規模の大小にかかわらずすべてのドイツ企業であるが、在外公館が協力する外国での見本市における支援などは、中小企業が主なターゲットとなっている。特に他の対外経済支援施設の存在しない国・地域においては、在外公館の役割は大きいものとなる。

なお、貿易促進の基礎となる枠組みとして、ドイツの連邦外務省は、外国での見本市支援、貿易保険（民間企業に委託）、投資保険（同上）、二国間投資協定の締結等を行っている（表1）。基本的には日本における政府の対外経済政策と似た枠組みと言えるが、第一の施策として外国での見本市支援が挙げられているところが日本とは異なると言えるだろう⁽¹⁵⁾。

図2 ドイツの海外経済支援体制



（出典） 在日ドイツ商工会議所およびGTAI日本事務所で行ったヒアリングを基に筆者作成。

表1 ドイツ連邦外務省による対外経済支援

外国での見本市支援	経済諸団体、在外公館、在外商工会議所およびドイツ産業見本市協会（AUMA）の協力のもと、特に中小企業の見本市への出展を支援。
貿易保険 （「ヘルメス貿易保険」）	貿易相手国の経済的・政治的理由による支払い不全を保証。ヘルメス社等からなるコンソーシアムに連邦が委託している。
投資保険	発展途上国等での投資における政治的リスクに対し保証。プライスウォーターハウスクーパース社に連邦が委託している。
二国間投資協定の締結	発展途上国・新興国との協定の締結により、投資家の権利を守るなど、外国直接投資の基本的な条件を整える。

（出典） ドイツ連邦外務省ホームページ〈http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Aussenwirtschaftsfoerderung/InstrumenteAWi_node.html〉を基に筆者作成。

und Politik. Von Geschichte über Außenwirtschaft bis zu EU-Politik: Ein Handbuch, Berlin: LIT, 2011, S.89-109; Kasper, Sven. S., *Systemtheoretische Analyse des Einflusses der deutschen Wirtschaft auf die deutschen Außenpolitik*, Berlin: LIT, 2009, S.65.

(13) Eurostat, “International Trade.” 〈http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/international_trade/introduction〉; International Monetary Fund, *Direction of trade statistics Yearbook*, 2011, p.242.

(14) 在日ドイツ商工会議所およびGTAI日本事務所で行ったヒアリングによる。

(15) 日本では、貿易保険や投資保険を独立行政法人日本貿易保険が担っている。見本市支援に関しては日本では外務省よりもジェトロの役割が大きい。外務省も、たとえば2011年11月にバグダッド国際見本市への官民経済ミッションの派遣を行っている（外務省「バグダッド国際見本市への官民経済ミッションの派遣」（プレスリリース）2011.11.1. 〈http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/11/1101_07.html〉参照）。とはいえ後述するとおり、見本市支援を国の重要な政策として掲げているようには見受けられない。

ドイツの在外商工会議所（AHK）は、100年以上の歴史を持つ⁽¹⁶⁾民間の団体で、財源の約半分が連邦政府からの支援である⁽¹⁷⁾。ドイツの経済界の利益を代表し、ドイツ国内および現地の5万社の会員企業、さらには非会員企業へのサービスを行う。80の国に120の拠点を持ち、現地の制度に従って二国間商工会議所、使節団、ドイツ経済代表などの名称で活動を行っている。2006年より、「DEinternational」というサービス名のもと、業務提携先の紹介や業界・市場動向情報の提供、法律・税制度に関する情報の提供、人材仲介、見本市関連支援等を世界のすべての国・地域で統一的に行っている。AHKに対する2012年の連邦政府予算として約3,700万ユーロが計上されている⁽¹⁸⁾。

ドイツ貿易・投資振興機関（GTAI）は、1951年に設立された、連邦政府がほぼ全額を出資する対外政策支援機関で、ドイツ貿易ニュース（der Bundesagentur für Außenwirtschaft : bfai）とインヴェスト・イン・ジャーマニー（Invest in Germany）の統合により2009年に現在の名前となった。世界中に50近い支部を持ち、外国企業の国内立地を促進する一方、ドイツ企業やドイツの技術の国際展開のための情報提供も行う。2012年の予算として約1700万ユーロが計上されている⁽¹⁹⁾。

GTAIは、2001年に構築された連邦経済技術省の貿易・投資振興ポータルサイト「iXPOS」⁽²⁰⁾の運営に協力している。同サイトは、ドイツに立地しようとする外国企業に対し英語でドイツの市場・業界情報を提供するとともに、ドイツの企業に対して国外の市場・業界情報を提供する。ドイツが連邦制をとっており、連邦全体の一元的な情報入手が困難なことから、この弱点を補うものとして機能している。

在外公館、AHKとGTAIは、それぞれ官／民間の特色を活かしつつ緊密に連携しており、国によっては組織的にも一体となって業務を行っている。AHKとGTAIの2機関で日本のジェトロに相当する機能を果たしていると言える⁽²¹⁾。

見本市支援としては、ドイツ産業見本市協会（Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. : AUMA）⁽²²⁾などの機関が大きな役割を果たしている。AUMAは、ドイツの見本市運営会社を取りまとめる公益団体で、1907年に設立された。国内外の見本市において、展示者、来場者、見本市運営団体をつなぎ、見本市の機能強化を行う。後述するとおり、見本市を利用した支援は、ドイツの対外経済支援の中核を成すものであり、AUMAは国内外の見本市データベースを提供することなどにより、他の諸機関や政府の諸政策と緊密な連携を築いている。

金融支援としては、上述のとおり、国際政治状況の変化等によって生じるリスクをカバーする貿易保険と投資保険があり、前者についてはヘルメス社等からなるコンソーシアムが、後者についてはプライスウォーターハウスクーパース（PwC）社が連邦政府から委託を受ける形で担っている。また、資源等の国家政策として重要性が認められる商品の取引に対してリスクの

(16) 以下、AHKについての主な情報は特に注のない限り以下のホームページによる。

Deutsche Auslandskammern, „über uns.“ 〈<http://ahk.de/ueber-ahk/ahk-aufgaben/>〉

(17) 2012年6月に在日ドイツ商工会議所で行ったヒアリングによる。

(18) Bundesministerium der Finanzen, „Bundeshaushaltsplan 2012. Einzelplan 09 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.“ S.43. 〈<http://www.bundesfinanzministerium.de/bundeshaushalt2012/pdf/epl09.pdf>〉

(19) *ibid.*

(20) iXPOS. 〈<http://www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/EN/your-business-in-germany.html>〉

(21) 2012年6月に在日ドイツ商工会議所およびGTAI日本事務所で行ったヒアリングによる。

(22) AUMA, „über uns.“ 〈http://www.auma.de/_pages/d/11_WirUeberUns/1102_Organisation/110201_Struktur.aspx〉

てん補を行う保険があり、PwC社とヘルメス社が連邦政府から委託を受けている。上述のKfWは、輸出促進の分野においても、発展途上国へ輸出する企業に対する融資や、長期融資を受けにくい輸出中小企業に対する500万ユーロまでの融資などを行っている。また輸出を支援するAKA銀行（AKA-Ausfuhrkreditgesellschaft）や、ドイツ投資開発会社（DEG - Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft）の支援もある⁽²³⁾。

Ⅱ ドイツの中小企業国際展開支援政策

上述のとおり、ドイツは社会的市場経済の思想のもと、中小企業を比較的手厚く支援し、輸出入を奨励する政策を取ってきた。そのため、ごく自然な流れとして、中小企業政策と貿易促進政策の接点にある「中小企業国際展開支援」は、競争を活性化し、貿易を促進する政策として重視されてきた。

こうした政策の理論的裏付けの一つが、2007年4月にIfMが公表した報告書『中小企業の対外経済活動の重要性』である。中小企業の対外経済行動を詳細に分析した同報告書は、中小企業の輸出に対する原材料・部品の輸入の割合が大企業におけるそれよりもはるかに小さく、中小企業の国内での付加価値が大企業のそれより大きいことを指摘した。そして、中小企業の対外経済活動（中小企業は国外に事業所を構えることは少ないため、主に輸出活動）は、国内の雇用、売上、収益状況にポジティブに影響していると結論付けている。また、それゆえ中小企業の国際化を支援する必要があると提言している⁽²⁴⁾。

こうした報告書の公表、そして急激に進むグローバル化の影響等により、ドイツ連邦政府による中小企業の国際展開支援政策は、この10年、一層積極的なものになっているようにも見える。2003年には、ドイツ連邦政府は特に中小企業をターゲットに国際展開を支援するプロジェクト「輸出イニシアチブ・再生可能エネルギー」を立ち上げ、続いて2007年には、「輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率—メイド・イン・ジャーマニー」を開始した。さらに2010年には『対外経済積極政策』を策定したが、そこでは、新たな輸出イニシアチブ立ち上げ等の新規の政策のほか、これまでの政策を強化・拡張する方針が打ち出されている。以下、この10年の間に打ち出された、連邦政府による中小企業の国際展開支援政策の主なものを紹介する。

1 輸出イニシアチブ

(1) 輸出イニシアチブ・再生可能エネルギー

輸出イニシアチブ・再生可能エネルギー⁽²⁵⁾は、ドイツの技術を広めることによって地球環境保護に積極的な貢献をすること、ドイツ企業を国際的な市場において支援することを目的に、2002年に連邦議会で決議、2003年に開始されたプロジェクトである⁽²⁶⁾。連邦経済技術省が運営し、エネルギー効率や再生可能エネルギー分野で政府への助言等を行う民間企業デーナ社

⁽²³⁾ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Finanzierungshilfen durch AKA / KfW / DEG.“ <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Aussenwirtschaft/finanzierungshilfen-durch-aka-kfw-und-deg.html>

⁽²⁴⁾ Institut für Mittelstandsforschung Bonn, *Die Bedeutung der außenwirtschaftlichen Aktivitäten für den deutschen Mittelstand*, April 2007, S.219. <http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/IfM-Materialien-171.pdf>

⁽²⁵⁾ 輸出イニシアチブ・再生可能エネルギーに関する情報は主に以下のホームページから入手した。Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Exportinitiative Erneuerbare Energien.“ <http://www.exportinitiative.bmwi.de/>

⁽²⁶⁾ Deutscher Bundestag, *Drucksache* 14/8278, 20.02.2002. <http://www.exportinitiative.bmwi.de/EEE/Redaktion/PDF/antrag-des-bundestages,property=pdf,bereich=eee,sprache=de,rwb=true.pdf>

(Deutsche Energie-Agentur : dena) のほか、ドイツ商工会議所 (Deutsche Industrie- und Handelskammertag : DIHK)、AHK、連邦経済輸出管理局 (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: BAFA)、ドイツ国際協働団体 (Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit: GIZ) 等のプロジェクト実施団体がサポートしている。再生可能エネルギー分野の特に中小企業に対し、外国の市場についての情報提供、セミナーの開催、視察旅行、対象国の企業との引き合わせ、マーケティング支援等を行う。

ホームページの情報によれば、同プロジェクトは、これまでに多くの企業を成功裏に海外に進出させ、国内外に雇用を生み出した。また、同プロジェクトを利用した企業は、外国の市場参入にあたって時間とコストを30%節約できたという。これらの企業の40%が外国で実際に取引を開始し、輸出割合を23%上昇させている。

同プロジェクトへの2012年の連邦政府予算としては、1350万ユーロが措置されている⁽²⁷⁾。

(2) 輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率—メイド・イン・ジャーマニー

輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率⁽²⁸⁾は、輸出イニシアチブ・再生可能エネルギーと並ぶ新しい輸出イニシアチブとして2007年に導入されたプロジェクトである⁽²⁹⁾。連邦経済技術省およびその他の関連省庁によって運営され、GTAIをはじめとする多くの関連団体が協力している。特に中小企業を対象⁽³⁰⁾に、エネルギー高効率のドイツ製品を識別するロゴ (図3) の付与、外国の企業情報・業界情報のデータベースの提供、資金調達の助言、ミッション派遣などが行われている。ミッション派遣は、AHKの支援のもと、またしばしば政治家が同行する形で行われる。参加企業は、会話支援や現地の業界情報等の提供のほか、初日に企業のプレゼンテーションを行う機会も与えられる。旅費は企業持ちとされている。2012年の連邦政府予算には500万ユーロが計上されている⁽³¹⁾。

図3 輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率のロゴ



(出典) 輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率ホームページ
<http://www.efficiency-from-germany.info/EIE/Navigation/ihr-nutzen,did=227440.html>

(3) 輸出イニシアチブ・健康医療産業

次節で紹介する2010年の『対外経済積極政策』を受け、2011年8月、連邦経済技術省は連邦厚生省と共同で新たなプロジェクト「輸出イニシアチブ・健康医療産業」⁽³²⁾を発表した。ドイツの産業の中核の一つをなす製薬、医療技術、医療バイオテクノロジー、遠隔医療、健康関連

(27) Bundesministerium der Finanzen, *op.cit.*, S.46.

(28) 輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率に関する情報は以下のホームページから入手した。Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Exportinitiative Energieeffizienz.“ <http://www.efficiency-from-germany.info/>

(29) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Exportinitiative Energieeffizienz: BMWi fördert Vermarktung im Ausland.“ <http://www.efficiency-from-germany.info/EIE/Navigation/Presse/pressemitteilungen,did=230610.html>

(30) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Sichern Sie sich Ihren Vorsprung im Export!*, Mai 2009, S.2. <http://www.efficiency-from-germany.info/EIE/Redaktion/PDF/infobroschuere-exportinitiative-energieeffizienz,property=pdf,bereich=eie,sprache=de,rwb=true.pdf>

(31) Bundesministerium der Finanzen, *op.cit.*, S.46.

(32) 輸出イニシアチブ・健康医療産業に関する情報は以下のホームページから入手した。Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Exportinitiative Gesundheitswirtschaft.“ <http://www.exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de/EIG/Navigation/root.html>

サービスの輸出をGTAIその他の多くの関連団体の協力のもとサポートするもので、特に中小企業が対象とされている。公募情報やさまざまなイベントの情報を提供し、関連省庁や関連団体、プロジェクトやAHK等との連絡形成を支援し、ドイツの企業リストを国外の関係者に提供するなどして、市場開拓を支援している。また、輸出イニシアチブ・エネルギー利用効率と同様、この分野のロゴ（図4）の付与も行っている。2012年の連邦政府予算は100万ユーロである⁽³³⁾。

図4 輸出イニシアチブ・健康医療産業のロゴ



（出典） 輸出イニシアチブ・健康医療産業ホームページ
 〈<http://www.exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de/EIG/Navigation/ihre-vorteile.html>〉

（4） 輸出イニシアチブ・セキュリティ技術

2010年11月、連邦経済技術省は、新たなプロジェクト「輸出イニシアチブ・セキュリティ技術」を2012年から開始すると発表した。これは、「輸出イニシアチブ・健康医療産業」と同じく『対外経済積極政策』の施策の一部で、テロや組織的犯罪、自然災害等に対するセキュリティ関連の技術・サービスの国外での展開を支援するものである⁽³⁴⁾。GTAIやAUMAをはじめとする多くの関連団体の協力のもと準備が進められている。ホームページ等の情報がないため詳細は不明であるが、ブラジル、インド、アラビア半島を重点地域と定め、ミッション派遣等により特に中小のセキュリティ技術関連企業を支援する。2012年～13年はサッカーワールドカップやオリンピック等の大規模スポーツイベントを重点テーマに据えている⁽³⁵⁾。

（5） 輸出イニシアチブ・大規模スポーツイベントーブラジルを例に

「輸出イニシアチブ・大規模スポーツイベントーブラジルを例に」は、長期的な情報提供等を行う他の輸出イニシアチブと異なり、2010年8月26日に行われた単発のイベントである。連邦経済技術省により、スポーツイベントに関連するサービスや製品を扱う中小企業のための催しとして開催された。2014年にサッカーのワールドカップが、2016年にオリンピックが予定されているブラジルをターゲットに、スポーツイベント関連の市場・業界情報や中小企業の支援策、規格等についての情報が提供された⁽³⁶⁾。

2 『対外経済積極政策』

2010年3月、ドイツ連邦経済技術省は『対外経済積極政策 チャンスを活かす、世界中で』（Die Außenwirtschaftsoffensive. Chancen nutzen – weltweit、以下『対外経済積極政策』）⁽³⁷⁾を策定した。これは、2008年の金融危機によって悪化した景気を輸出によって支えようという意図のも

⁽³³⁾ Bundesministerium der Finanzen, *op.cit.*, S.46.

⁽³⁴⁾ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Zukunftsmarkt Zivile Sicherheit,“ Nov. 2010. 〈<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/XYZ/zukunftsmarkt-zivile-sicherheit,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>〉

⁽³⁵⁾ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Elemente der Außenwirtschaftsoffensive.“ 〈<http://www.bmwi.de/DE/Themen/Aussenwirtschaft/aussenwirtschaftsoffensive,did=335466.html>〉

⁽³⁶⁾ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Veranstaltung der Außenwirtschaftsoffensive im Bundeswirtschaftsministerium: Exportinitiative Sportliche Großereignisse am Beispiel Brasilien,“ 26. August 2010. 〈<http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Presse/pressemitteilungen,did=356102.html>〉

⁽³⁷⁾ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Die Außenwirtschaftsoffensive. Chancen nutzen – weltweit*, März 2010. 〈<http://www.bmwi.de/Dateien/BMWi/PDF/aussenwirtschaftsoffensive-2010,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>〉

のである。同文書によれば、2009年の世界貿易額の落ち込みが12.5%であったのに対し、ドイツの輸出は17.9%も減少した。また、ドイツでは「経済活動の半分近くが輸出に依存し」、「4人に1人の雇用が、ドイツの製品やサービスが世界の市場に浸透することによって守られている」⁽³⁸⁾。連邦経済技術省は、こうした状況下での輸出大幅減に危機感を抱き、その対策として同政策を打ち出した。

その主な内容を表2の左側にまとめた。全体は「①国外で活動する企業の政治的支援」、「②既存の政策の徹底活用」、「③官僚主義の撤廃、民間主導の通商」、「④対外経済政策の枠組みの構築」の4つに大きく分かれる。①では、既存の「輸出イニシアチブ・再生可能エネルギー」等のより一層の活用のほか、新たな輸出イニシアチブとして「輸出イニシアチブ・セキュリティ技術」をスタートさせることが盛り込まれている。また、「健康・医療部門に对外経済支援の新たな枠組みを設ける」としているが、これによって生まれたのが上述の「輸出イニシアチブ・健康医療産業」である。②ではAHKの新設や貿易保険の発展等既存の政策の拡張が、③では輸出規制の緩和や手続きの迅速化が、そして④では自由貿易協定（FTA）の締結をはじめとする世界貿易促進の枠組み作りが盛り込まれている。なお、この『対外経済積極政策』は必ずしも中小企業のみを対象としたものではないが、特に中小企業を支援するものであるとされており、また実際中小企業をターゲットにした施策が数多く見られる。

ドイツ連邦経済技術省は、『対外経済積極政策』策定から1年を経た2011年5月の同省の『月報』⁽³⁹⁾で、この政策の成果について一旦総括を行っている。その内容をまとめたのが表2の右側である（「主な内容」と対応関係にないものも含む）。同『月報』では、2010年のドイツ経済が極めて好調で、輸出の伸びが19.4%と高い数値を記録したことも併せて報告されている。

この『対外経済積極政策』の枠組みによる一連の政策は現在も継続中で、最新の連邦経済技術省のホームページ⁽⁴⁰⁾では、特に表2の①「国外で活動する企業の政治的支援」の部分が、各種政策のその後の進捗状況を反映したものに更新されている。大きな変更点としては、「外国の職業資格を承認する法律」が2012年4月1日から施行されていることを受け、外国の学歴や資格の認定による優秀な人材の獲得についての項目が削除されていること、これまで注目されてこなかった国々（2012年2月の連邦経済技術省『月報』によれば、ナイジェリア、コロンビア、メキシコ、インドネシア、マレーシア、ベトナムを指す⁽⁴¹⁾）が「新しい市場」としてクローズアップされていること、またこれまでの関連政策「東ドイツ地域企業の対外活動支援」、「中小企業の外国市場情報支援」および「知的集約型サービスと企業向けサービスの協力支援」が1つの共同プログラム「中小製造業・サービス業のための外国市場開拓に向けた施策」にまとめられた（2012年1月）ことが紹介されていること、などがある。

(38) *ibid.*, S.3.

(39) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Schlaglichter der Wirtschaftspolitik. Monatsbericht*, Mai 2011, S.22-26. <<http://www.bmwi.de/Dateien/BMWi/PDF/Monatsbericht/schlaglichter-der-wirtschaftspolitik-05-2011,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>

(40) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *op.cit.*, 35.

(41) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Schlaglichter der Wirtschaftspolitik. Monatsbericht*, Februar 2012, S.8. <<http://www.bmwi.de/Dateien/BMWi/PDF/Monatsbericht/schlaglichter-der-wirtschaftspolitik-02-2012,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>

表2 『対外経済積極政策』の主な内容とその成果

①国外で活動する企業の政治的支援	
主な内容	1年の成果
・大臣等の外国訪問の際などに中小企業に配慮。公募案件の受注に向けた支援策を講ずる。 ・外国の学歴や資格の認定により、世界の優秀な人材を獲得。	⇒連邦経済技術相のブラジル・中国・日本訪問に中小企業が参加。そのほか、GTAI主催で250回のミッション派遣。 ⇒2011年3月23日に外国の職業資格を承認する法律案を閣議決定。
・大規模スポーツイベントを利用し、たとえば大臣のブラジル訪問の際にセキュリティ技術をテーマに据える。	⇒連邦経済技術相のブラジル訪問でドイツのスポーツ大会運営企業を紹介。2010年8月には「輸出イニシアチブ・大規模スポーツイベント」を開催。
・ポテンシャルの高い、以下の産業におけるドイツ企業の対外活動を支援。 ・連邦政府の電気自動車諮問委員会に輸出部門を設け、2011年に国際会議を開催する。 ・健康・医療部門に対外経済支援の新たな枠組みを設ける。 ・「輸出イニシアチブ・セキュリティ技術」を開始する。	⇒AHK主催でデトロイト、サンフランシスコで電気自動車のイベントを2010年に開催。 ⇒「輸出イニシアチブ・健康医療産業」を実現。 ⇒2010年12月、2011年1月にインド、アラブ連合王国へミッションを派遣、この分野での協力を協議。今後アラビア半島、ロシア、北アフリカでイベントを予定。スポーツ大会や規格分野でドイツ企業の参画を模索。
・防衛産業の輸出を外交官等によるセールスで支援。 ・航空・宇宙産業を支援。特に将来の欧州の衛星測位システム「ガリレオ」のための潜在的市場を視野に、宇宙情報の市場化を進める。 ・「輸出イニシアチブ・再生可能エネルギー」や「同・エネルギー利用率」により、未来のエネルギー供給政策を対外経済政策・エネルギー外交の柱に成熟させる。 ・文化・クリエイティブ製品やサービスの輸出を伸ばし、ドイツの文化・クリエイティブ産業を世界に広める。 ・薬学、バイオ技術、医学、環境技術等の知識集約型産業に焦点を当てる。	⇒国内外で170以上イベントを開催、20以上の外国での見本市に参加、8つの国・地域に太陽光発電の展示場を実現。展示パビリオン「ドイツの家」が南米の13か国を16か月で巡回。
・国連の国内事務所に調達情報センターを設置し、国際機関の仕事の受注を支援。	
	・2010年10月にITセキュリティ産業のアフリカ展開のキックオフ会議を開催。
②既存の政策の徹底活用	
主な内容	1年の成果
・GTAIを通し、外国でドイツの立地キャンペーンや外国のジャーナリストのための情報提供イベント等を開催し、ドイツへの企業誘致を進める。	⇒数年にわたる企業立地キャンペーン「ジャーマニー・スマートソリューションズ・スマータービジネス」を開始。
・国内外の企業のパートナーシップを促進することを対外経済政策の中心に据える。	
・連邦経済技術省の輸出促進策の一体化、透明化。中小企業を効果的に支援するために、助言やマーケティング情報を得られる双方向的なシステムを構築。	⇒連邦経済技術省の職員と外部の専門家からなる「エクスポートチーム」を立ち上げ、ドイツ国内を回って対外経済支援の各種施策に関する情報提供。
・貿易保険をさらに発展させ、また中小企業にとって使いやすいものにする。	⇒輸送保険でのヘルメス貿易保険の自己負担を15%から5%に下げる措置を3年延長することにより、中小企業を優遇。
・専門的助言や金融面での支援、投資保険等により外国への投資をさらに支援。小規模投資に配慮。	
・リビア、イラク等重要性を増している国へのAHKの新設。	⇒2010年以降イラク、アンゴラ、ガーナにAHKを新設
・過去に経験した輸出事業の専門知識を無償で中小企業に提供する専門家「エクスポート・ビジネス・エンジェル」のデータベースを構築。	
・上海万博等の世界的展示会を活用し、ドイツ（の中小企業）が競争力ある革新的で創造的な経済国家であることを示す。	⇒上海万博では180の企業が展示を行い、410万人の集客があるなど過去最高の成果。合計7,000の企業が見本市に出展し、連邦経済技術省の支援策を利用。
③官僚主義の撤廃、民間主導の通商	
主な内容	1年の成果
・対外経済法の規制のうち、重要性を失ったものを削除。とりわけEUの輸出規制法を補足するもので、他のEU諸国に見られないドイツの特殊な規制を廃止する。	

貿易保険・投資保険に関する省庁横断委員会の頻度を高め、決定を迅速化。	⇒1千万ユーロまでの輸出申請についての委員会の頻度を高め、より小額で審査期間の短い保険を新設するなど手続きを最適化。また、投資保険においても電子申請フォームを導入し、特殊性のない案件については手続きを早める措置。
④対外経済政策の枠組みの構築	
主な内容	1年の成果
ドーハラウンドの妥結を目指す。	
知的財産権保護のため、多国間の「偽造品の取引の防止に関する協定」(ACTA)の締結に向け努力する。	⇒交渉に大きく関与。
自由貿易協定を結び、アジアやラテンアメリカなどの成長市場へのアクセスを改善。	⇒2010年にEUが韓国、ペルー、コロンビアとの自由貿易協定を締結。
	- 大西洋横断経済評議会(TEC)の会合で多数の成果。 2010年10月に資源戦略を決定。

(出典) Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *Die Außenwirtschaftsoffensive. Chancen nutzen – weltweit*, März 2010. <<http://www.bmwi.de/Dateien/BMWi/PDF/aussenwirtschaftsoffensive-2010.property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, „Elemente der Außenwirtschaftsoffensive.“ <<http://www.bmwi.de/Dateien/BMWi/PDF/Monatsbericht/schlaglichter-der-wirtschaftspolitik-05-2011.property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>> を基に筆者作成。

Ⅲ 中小企業の国際展開の日独比較

1 国際展開動向の比較

以上のような対外経済政策、中小企業政策を政府が展開する中で、ドイツ企業はどのような動きを見せているのだろうか。以下、日本企業の動向と比較しながら、若干の分析を行いたい。ただし、比較可能なデータが少なく、検証は部分的にならざるを得ないことをお断りしておく。また、特にドイツの中小企業については、入手できた統計データが2009年までのものである。数値からは2010年の『対外経済積極政策』以降に行われた政策の成果を確認することはできず、ドイツの戦後の長期的な対外経済政策の結果を読みとることができるのみである。とはいえ、上述のとおり、『対外経済積極政策』をはじめとする最近のドイツの対外経済政策は戦後の対外経済政策の延長線上にあるものであり、2009年のデータによる評価にも十分な意味があると考ええる。

まず、国外現地法人数を比較すると、中小／大企業の区別は不明であるが、日本が18,201社(2009年度)であるのに対し⁽⁴²⁾、ドイツは11,447社(2009年)⁽⁴³⁾である。これはそれぞれ全企業の0.43%⁽⁴⁴⁾、0.37%に相当しており、大きな差ではないものの、若干日本の方が多い。一方、対外直接投資のストックを比べると、主要国の中では際立って少ない日本の83万米ドルに対してドイツは他の主要国並みの142万米ドル(どちらも2010年)であり、その差は1.7倍である⁽⁴⁵⁾。

GDPに対する財・サービスの輸出額の割合は、第I章の図1でも示したとおり、日本が

(42) 経済産業省『我が国企業の海外事業活動 平成22年海外事業活動基本調査(平成21年度実績)』2010, p.13. ただし、全数調査ではなく、2010年3月末現在で海外に現地法人を有する我が国企業6,001社を対象に調査を行い、有効回答企業4,203社から得た数字。そのため、日本の全企業数に対する国外現地法人の割合は、これより大きくなる可能性がある。

(43) Eurostat, “Outward FATS 2007-2009.” <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=fats_out2&lang=en>

(44) 日本の2009年の全企業数は421万3190社。中小企業庁 前掲書, p.274. <http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H24/PDF/0511Hakusyo_fuzokutokei_web.pdf>

(45) アメリカ、イギリス、フランスの2010年の対外直接投資ストックはそれぞれ484万米ドル、169万米ドル、152万米ドル。UNCTAD Statistics, “Inward and outward foreign direct investment stock, annual, 1980-2010.” <<http://unctadstat.unctad.org/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=89>>

16.2%であるのに対し、ドイツは47.8%と圧倒的に大きい。ちなみにドイツの数値は、他の主要国と比べても群を抜いて大きいと言える⁽⁴⁶⁾。

輸出企業数で比較すると、2011年の帝国データバンクの調査⁽⁴⁷⁾で日本の企業139万社中3万3000社が輸出を行っていたという結果がある。これによれば、全企業の約2.4%が輸出を行っているということになる。それに対しドイツの輸出企業は34万8561社（2009年）で、全企業の11.1%を占めている⁽⁴⁸⁾。輸出企業数はドイツが日本の10倍以上、輸出企業数の全企業に占める割合はドイツが日本の4倍以上ということになる。

輸出企業数に関しては企業規模別のデータがある。日本では年商50億円未満の中小企業が全輸出企業に占める割合は83.7%であるが、ドイツの全輸出企業に対する売上5,000万ユーロまでの中小企業の割合は97.8%と高い。

これらの数値からは、ドイツの企業の国際展開について、次のようなことが窺える。すなわちドイツの対外直接投資は、主要国の中では特段大きいというわけではないが、輸出については際立って大きいこと、そしてドイツでは、大企業のみならず中小企業も輸出による国際展開を日本をはるかに凌ぐ勢いで進めていることである。

そうした、輸出を進める個別の中小企業の事例を、ジェトロが行った5つのドイツ中小企業へのインタビューの結果から見るができる。ジェトロがインタビューを行った5社のうち、4社までは生産拠点をドイツ国内のみに保有している。その理由は、知的財産権保護と、「メイド・イン・ジャーマニー」のブランド力の維持にあるという⁽⁴⁹⁾。

ただし、同インタビューでは指摘されていないが、際立って大きい輸出企業数の一方で直接投資が主要国並みにとどまっているのには、おそらくユーロ圏の存在が大きく影響していると考えられる。日本の企業が海外に生産拠点を持つようになった理由の一つは近年急速に進む円高であるが、ドイツはユーロ圏という巨大な市場を持っているため、ユーロ高を気にせず国内での生産を続けることが可能となっている。また、関税等の貿易障壁が撤廃されていること、周辺国への距離が近いことなども国外に子会社等を持たずに輸出を行うことを容易にしていると考えられる。

また、同インタビューによれば、ドイツ企業は生産拠点をドイツに残す一方で、各社とも世界各地に代理店をおいて販売を行っている。これには、代理店の良し悪しによってビジネスの成否が左右されたり、顧客との距離が遠くなることでニーズが把握しづらくなるなどのデメリットがあるが、それを、代理店のある国であっても自ら顧客を訪問したり、見本市を利用するなどしてカバーしている。また、中小企業の限られた人数で多くの国外販売代理店や国外拠点を運営するため、国際人材を多く採用し、幹部に限らず従業員の国内外の行き来を頻繁にし、強固な連携体制を築く工夫がなされている⁽⁵⁰⁾。

(46) アメリカ、イギリス、フランスのGDPに対する財・サービスの輸出額の割合は、それぞれ12.8%、27.7%、26.3%。

United Nations, The National Accounts Main Aggregates Database. <<http://unstats.un.org/unsd/snaama/Introduction.asp>>

(47) 帝国データバンク「輸出企業は国内に3万3000社、うち6割が中小企業」2011.8.15. <<http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p110806.pdf>>

(48) Instituts für Mittelstandsforschung Bonn, „Kennzahlen zu Auslandsaktivitäten laut Umsatzsteuerstatistik.“ <http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/Kennzahlen_Auslandsaktivitaeten_und_Export_2004-2009.pdf>

(49) 木場亮「『ドイツ中小企業の海外展開に学ぶ』連載を終えて」『ジェトロセンサー』736号, 2012.3, p.66.

(50) 同上

2 国際展開支援政策の比較

第Ⅱ章で紹介したドイツの中小企業の国際展開支援政策は、並べられたメニューを比べる限り、日本のものとの類似点が目につき、違いはそれほど大きくないように見える。また、その成果についても、比較可能なデータが限られていること、ドイツの中小企業関連の統計が2009年までのものしか出ていないこともあり、日独の政策を比較して評価することは難しい。とはいえ、いくつかの指摘は可能である。

まず一つ重要なポイントとして、ドイツにおける企業の国際展開支援政策は、二国間投資協定や貿易保険などの貿易や直接投資の基礎となる枠組みを整える政策を除くと、基本的に中小企業に重きを置いたものであることが挙げられる。上述のとおり、中小企業はその存在が競争を活性化させると考えられており、そのためにこそ支援が許容される。それに対して大企業の国際展開支援については、自国の企業の過剰な保護政策とも取られかねないものであり、また国民の税金を用いて支援を行う特段の理由が見いだせないことから、基本的に否定される。その点、少なくとも予算上は中小企業の海外展開以上に鉄道、水道等のインフラ輸出に重きを置いている⁽⁵¹⁾日本とは、趣旨が大きく異なっている。

第二に、本稿で紹介したドイツの各種政策では、主体は企業の側であるということがしばしば強調されている⁽⁵²⁾。こうした主張は日本の政策においても見かけるが、ドイツではその背景が異なる。実はドイツでは、近年の輸出促進策に対するメディアの評価は必ずしも芳しくない。特に、2010年に『対外経済積極政策』が発表されたときには、ドイツの主要紙はこぞってこれを批判した⁽⁵³⁾。その趣旨は、ドイツは既に輸出超過であり、フランスをはじめとする多くのEU加盟国から批判の声が上がっているにもかかわらずこの政策を発表したというものである。民間企業が努力して輸出による収益を伸ばすことは非難されるべきことではないが、ギリシャの財務危機が深刻な状況において輸出を後押しする政策を発表するのはいかにも時期が悪く他国の理解を得ることができないものであり、この政策が中小企業を助けるものであったとしても、損害が利益を上回りかねないとも指摘された⁽⁵⁴⁾。日本において、国の主導によるオールジャパンでのインフラ輸出が話題に上ったとき、日本のメディアが政府の主導による輸出拡大を提言したのとは大きく様相が異なる⁽⁵⁵⁾。

(51) 「平成24年度経済産業省関連予算のポイント」によれば、平成23年度予算（補正含む）と平成24年度予算の合計で、インフラ・システム輸出の加速化のために625億円、中小企業の海外展開のために132億円の予算がついている（経済産業省「平成24年度経済産業省関連予算のポイント」2012.4. p.4参照）。これには、『中小企業白書2012年版』で中小企業の海外展開の支援として紹介されているJapanブランド育成支援事業の平成23年度予算5.8億円や中小企業海外展開支援体制整備事業の同年度予算5億円等含まれていないものがあるが、これらを加算しても、中小企業海外展開のための予算は、インフラ輸出関連の予算を大きく下回る。〈http://www.meti.go.jp/main/yosan2012/120419_keisanshoyosan1.pdf〉

(52) 『対外経済積極政策』においても、経済技術相による前書きで、「企業自身がイニシアチブを取ることが外国でのビジネスが成功するための基本である。対外経済政策の主要な仕事は、競争と取引が極力妨げられずに行われるよう取り計らうことである」と明記されている。Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, *op.cit.*, §37, S.3.

(53) „Brüderle provoziert EU-Länder,” *Financial Times Deutschland*, 24. März 2010; „Minister Brüderle will den Export weiter stärken,” *Frankfurter Allgemeine*, 24. März 2010; „Brüderle und Klassenbesten,” *Süddeutsche Zeitung*, 24. März 2010.

(54) „Arroganz zur falschen Zeit,” *Financial Times Deutschland*, 24. März 2010.

(55) ちなみに、AHKとGTAIへの連邦経済技術省の支出は、合わせて5400万ユーロほどであり、日本のジェトロへの2012年度予算約224億円の4分の1程度である。また各種輸出イニシアチブの予算も合計で1950万ユーロであり、日本の経済産業省による中小企業の海外展開関連予算132億円の6分の1程度である。ドイツ連邦政府にはこのほかにも見本市支援のための予算などもあり、またEUや地方の政府（たとえば人口が最大のノルトライン＝ヴェストファーレン州の対外経済政策予算は約480万ユーロ、第二位のバイエルン州では約810万ユーロ）による支援もあることから、単純な比較はできないが、少なくともこれらの数値を比較する限りでは、ドイツの輸出企業への公的な支出は特段に大きいものではないと推察される。

そして第三に、見本市支援がドイツにおける企業の国際展開支援の中核であるということは、日独の違いとして注目すべきことであろう。日本でも見本市支援は重要なツールの一つであり、たとえばジェトロなどが世界各国の見本市データベースを作成し、情報提供を含むさまざまな支援活動を行っている。とはいえ、日本では、これが支援策の最重要のものという位置づけにはないように思われる。その点、ドイツでは、連邦外務省による対外経済支援策の第一番目のものとして見本市支援が挙げられていることをはじめ、多くの対外政策支援機関やプロジェクトがAUMAとの協力による見本市支援を重要な支援策に挙げている。このような企業のマッチングや情報提供に主眼を置いた産業支援は、情報の偏在という市場の失敗を是正するものであり、競争力のない企業を過剰な保護により延命させる副作用を回避できる政策である。これは、政府の役割を市場の失敗の除去や補正に限る「社会的市場経済」の考えに則したものである⁽⁵⁶⁾。

おわりに

ドイツは現在、EUやユーロ圏の存在を前提とした輸出の好調が続いており、先進国の中で最も経済が好調な国の一つである。これが近年始まった各種輸出イニシアチブや『対外経済積極政策』の成果によるものなのか否かは、まだ評価できる段階ではない。しかし、これらの政策が戦後ドイツの長期的な政策方針から逸れることのないものであることを考えるならば、現在のドイツ経済の好調は、これらの近年の政策によってのみならず、戦後の長期的な対外経済政策、すなわち、自由貿易を促進する方針やEU形成のためのさまざまな努力によって勝ち得たものと言うことができるだろう。

むしろ、現在のドイツの一人勝ち状態には批判がある。ギリシャをはじめとする財政難の国々の財政破綻やユーロ離脱を阻止できるかどうかは予断を許さない状況であり、ドイツにはさらなる支援が期待されている。EU随一の経済大国ドイツを今後待ち受けているのは、間違いなく厳しい道である。

しかしそれでも、自国の特定産業の保護を行うのではなく、競争を促進し、また対外的には貿易自由化を促進し、現在EUに結実している欧州の共同体の発展・深化に努力するという基本的な方針を、ドイツが近く変えることはないと思われる。ここには、他国との連携協調なしに自国の発展はないという、ドイツが20世紀の二つの大戦から学んだ教訓が、今なお見てとれると言えよう。

(56) 日本においても、中小企業の国際展開支援として、海外企業とのビジネスマッチング等、海外とのネットワークを構築する政策の必要性が指摘されている。若杉隆平・戸堂康之「国際化する日本企業の実像－企業レベルデータに基づく分析－」『RIETI Policy Discussion Paper Series』10-P-027, 2010.12. <<http://www.rieti.go.jp/jp/publications/pdp/10p027.pdf>>