

(別紙2)

### 3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。

#### A事業① 岐阜県中小企業海外展開支援事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

県内中小企業にとって、海外市場開拓はコストもリスクも高く、専門的なノウハウを要する。

そのため本事業では、中小企業が進出したい国の環境や自社の経営状況、自社商品の強み等の分析等を行う「①市場調査」、それを踏まえた各事業者による商品ローカライズの実現のための「②商品等改良」、改良した商品等の「③海外見本市等出展」といった一連の取組に助成し、海外市場での地域資源を活かした販路開拓を促す。

併せて、産経センターの専門コーディネーターやアドバイザー等の人的資源を活かし、経営戦略や商品開発、販路開拓等に関する助言やノウハウを提供し、既存の海外関連事業により支援する。

助成企業 延べ19社、商談200件、商談成立20件を目標とし、こうした海外展開の成功事例を蓄積し、助成企業がその成果をとどめることなく、より多くの企業や商品の横展開していくことで、地域の活性化につなげていく。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

2社採択し、新型コロナウイルス感染症の影響による渡航規制等により、海外展示会の中止や開催国へ入国が制限されるなか、事業を実施した。

#### ③海外見本市等出展

(A社)

日本の特色ある繊維素材の見本帳を作成し、計344点の繊維素材を展示した。さらに見本帳だけでなく、各品質が分かるように、大き目の生地ハンガーを各品番毎に揃えて展示した。

今回の展示会のサービスとして、dedicated email blast & blog post を利用し、主催者が持つ過去の来場者リストをベースとして、業界関係者へメールやブログでの宣伝活動を行い、来場を促すことに努めることが出来た。

さらに、会場内に設置されたトレンドコーナーに弊社の商品が3点採用され、集客につなげることが出来たと感じる。

展示会全体の集客はまだコロナ前の水準ではないようだが、前回よりは着実に来場者数は増えてきている様子。ロサンゼルス近郊だけでなく、遠くアリゾナ州やミシガン州からも来客があった。全体の雰囲気としては、商談の行いやすいオープン形式であり、出展社間のコミュニケーションもとりのしやすい雰囲気であった。

目標商談件数には届いていないが、展示会出展を通じて多くの可能性のある客先と接点を持てた。初出展・コロナ明けの状況で、どれほどの来場数になるのかも想像できず、数値目標の設定自体が難しかった。今回、依頼を受けた評価用見本はすでに各客先に送付済みであり、今後の先方の反応待ちの状態である。

今後の課題としては、いかに買う気のある客先を見つけるか・ブースに引き付けるかを、もう少し工夫する余地があると感じた。また、商品自体だけでなく、デリバリー

(運賃や関税)・代金回収(海外送金)までの仕組みなどを含めたトータルな仕組みづくりを具体的に検討していきたい。

#### (B社)

展示会に出展し、北米での光学素子への需要動向、その製造にかかわる技術動向、および、光学素子のアプリケーション動向を把握することができた。我々の技術、特にサポインで開発中の CVD-SiC 技術をアピールすることで、この技術に関心を持つ新たな顧客候補と数多く接触できた。

弊社ブースに来ていただき、光学素子と CVD-SiC に関するやり取りをしたお客様数は 64 名であり、そのうち 4 社から問い合わせ(図面での見積もり依頼や生産可能数量の問い合わせ)があった。

新しい光学技術のアプリケーションが生み出される世界の中心地である北米で、直接彼らが欲している光学系・光学素子に関するニーズや動向を把握できた。

また、レンズ製造のメソッドとして、北米でも「ガラスモールド成形」に注目が集まっており、そのための型素材として、当社がサポインで開発中の CVD-SiC が大きな魅力を持って受け取られていることを、SPIE テキスト執筆者であり研究者の方である Alan Symon 氏からうかがえたことにより、北米で我々の新技術を拡販していける手ごたえを得ることができ、早急なアプローチが必要であることが分かった。

以上のように、製品開発者とプロセス技術者双方から情報を得たことは、会社の技術開発計画の策定や営業活動方針の具体化に反映させることができる収穫になった。

加えて、4 社と具体的な図面での商談に発展し、新たな顧客開拓につながりつつある。

課題は二点。展示会では展示スペースに厳格なレギュレーションがあり、用意していった製品紹介タペストリーでは、社名が見えない問題があり、どの国のなんという会社かを分かりやすい場所に表示する必要があった。次回以降の(主として海外での)展示会では、事前に配置シミュレーションをしておくことで、こうした問題を回避する。

また、日本と異なり、その場で、具体的金額提示を求められるケースが多くあったが、そのたびに為替レートをもとに計算し、スムーズな議論を進める障害になった。そこで次回からは、事前に何パターンかの価格テーブルを用意し、その場で議論が進む工夫をしておくようにする。

#### 【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

助成企業 2 社、商談 94 件、商談成立 0 件であり、数値目標は達成できなかった。

新型コロナウイルス感染症の影響による渡航規制等により、海外展開を中止せざるを得ない企業がほとんどの中、数は少ないがあえて挑戦した企業を支援できた。

#### 【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

引き続き、このような状況の中でも海外展開を進めようとしている企業を支援する。

具体的には、本年度に引き続き、海外現地法人への調査委託や海外見本市代行出展、オンライン出展という渡航しないで海外展開するための経費を支援し、掘り起こしから申請につなげるため、募集期間を長くして 2 回の交付決定を行う。

そのほか、海外見本市等出展事業で出張する職員の人数を 2 名以内から 3 名以内に拡大することで、実際に渡航して行うリアル展示会への出展を促し、県内金融機関や岐阜県商工会議所、岐阜県商工会連合会、ジェトロ岐阜などと情報を共有して、企業の掘り起こしに努めるなど、令和 5 年度事業において改善していく。

また、今回助成した 2 社については、次のフェーズへの展開を支援する。

### ③海外見本市等出展

#### (A社)

展示形式がオープンであるため、一通り見てそのまま行ってしまう来場者も多く、じっくり腰を据えて商談という機会があまりなかったように感じる。展示会用に準備した名刺 100 枚は 3 日目の午後早い時間に無くなってしまったが、商談して名刺交換出来たのは、30 件であった。次回は、もう少しブース内のレイアウト等を検討してみる価値がある。

また、小規模事業者が多いからか、LDP (Landed Duty Paid) での値段提示を希望する先が多かった。従来の弊社の客は大手が多く、自前で運送業者と契約し値打ちな運賃・手数料で運送していた。今後は、この部分も弊社で対応することが必要になってくることから、仕組みを考えていきたい。

そのため、海外販路開拓等のコーディネーターによる支援のほか、引き続き当事業の「③海外見本市等出展」により海外販路拡大を支援することで、取引先関連企業の受注拡大にも波及し、地域経済の好循環につながる。

#### (B社)

まずは、今回議論できた 64 社に対するフォローアップ活動を行い、北米での具体的な顧客獲得を行う。

つぎに、サポインのフォローアップ研究を行い、実用上のアドバンテージを分かりやすく伝える工夫を行って、4 月の国内横浜での展示会出展、来年 5 月の欧州での展示会出展を計画する。

そのため、海外販路開拓等のコーディネーターによる支援のほか、引き続き当事業の「③海外見本市等出展」により海外販路拡大を支援することで、取引先関連企業の受注拡大にも波及し、地域経済の好循環につながる。

注 1) 上記項目について詳細に記載してください。

注 2) 成果（結果）の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注 3) 成果物（報告書・アンケート集計物・DVD等）、記録用写真等があれば提出してください。