

(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、② 『ASEAN等海外市場開拓事業』

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

富山県及び当機構では、日本列島の日本海側に位置する富山県の地理的優位性を活かし、中国をはじめとする環日本海諸国への海外展開支援に力を入れてきた。

2021年10月現在、富山県内企業の海外進出拠点数は、809拠点ある。地域別では、1位が東アジア（44%）、2位が東南アジア（29%）となるなど、アジア地域への進出が目立つ。近年、経済成長著しい東南アジアへの進出が増加しており、進出事業所数は2001年との比較で、タイが17→88事業所（5.2倍）、ベトナムが2→52 事業所（26 倍）、インドネシア8→32事業所（4倍）、シンガポールが12→20事業所などとなっている。

少子高齢化により国内市場は伸び悩む中、高い経済成長を続けるASEAN諸国や中国への展開の支援は依然として重要である。更に、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行は、2020年以降の世界の産業活動や社会活動に大きな変化をもたらし、デジタルシフトや拠点集中のリスク分散など、ウイズコロナ、ポストコロナにおける新たなビジネス戦略への取組みが必要になっている。

こうしたことから、当機構では、中小企業地域資源活用等促進事業を活用し、ウイズコロナ、アフターコロナ時代を見据えつつ、資金や情報収集、人材育成など様々な面から、中国やASEAN諸国における県内企業の海外展開支援を実施するものである。

【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〉、
【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

本事業の実施期間中、新型コロナウイルス感染症に伴う各国への渡航規制や日本国内への入国制限が徐々に緩和され、状況の変化に応じ、県内企業への支援に取り組んできた。

A 事業②（２）海外経済ミッション派遣②シンガポール海外経済ミッションの実施については、訪問先を絞り込み、期間を短縮するなど、感染リスクをできるだけ減らす形で実施した。

また、中国においては、中国・大連市で開催予定だった「中日（大連）博覧会」が開催されないまま中止となり、現地への渡航も依然として難しい状況が続いたことから、A 事業②（１）見本市出展支援①「中日（大連）博覧会」への出展支援を中止（不催行と）し、事業を縮小することとした。

（不催行事業は、以下に取り消し線・斜線で表示した。）

なお、各実施事業と助成対象事業の区分は以下のとおり。

A 事業① 新事業展開等助成金交付事業
・ 東アジア・ASEAN 諸国販路拡大支援助成

A 事業② 新事業展開等促進事業
（１）見本市出展支援
（２）海外経済ミッション派遣
（３）海外ビジネス人材育成
（４）支援体制強化

実施事業	助成対象事業	事業概要
A 事業① 新事業展開等助成金交付事業	見本市出展助成	東アジア・ASEAN 諸国 販路拡大支援助成
A 事業② 新事業展開等促進事業	（１）見本市出展支援	① 中国（大連） 「中日(大連)博覧会」への出展支援
		② 中国ライブコマース開催事業
		③ シンガポール県産品プロモーション・商談会の実施
	（２）海外経済ミッション派遣	① ベトナム 経済訪問団への派遣同行
		② シンガポール 海外経済ミッションの実施
	（３）海外ビジネス人材育成	海外企業とのオンライン商談スキルアップ研修会
	（４）支援体制強化	海外市場開拓の支援体制整備 ① 海外販路開拓マネージャーの設置 （窓口相談機能・海外出展サポートの強化） ② 海外販路開拓支援室の設置

A事業①「新事業展開等助成金交付事業」

見本市出展助成

・東アジア・ASEAN 諸国販路拡大支援助成

<事業内容>

これまでの東アジア・ASEAN 諸国へのオフライン、オンライン型の見本市や商談会の出展及び参加助成に加えて、デジタル環境の普及で急速に拡大しつつある越境 EC への参入についても新たに助成対象とし、県内企業の海外展開を幅広く支援する。

多様な国・地域とのグローバルなビジネス展開に対応し、海外販路開拓サポートデスクによる人的支援と併せ総合的にサポートを実施する。

<実績・評価等>

本補助金の助成期間中、対象地域である東アジア・ASEAN 諸国において、新型コロナウイルスによる渡航制限が徐々に緩和されたことに伴い、実際に現地へ渡航しての市場調査や商談会への参加を目的とした申請を含む計5件の応募があった。

選定委員による書類審議の結果、5社の内、3社に交付決定を行い、出展助成を執行した。

採択：3社（交付確定額：300,000円(100,000円×3)）

<課題等>

令和5年度においては、実際に現地へ渡航しての市場調査や商談会への参加を目指す県内企業が増加すると考えられることから、引き続き本補助制度を通じ支援を続けていく必要がある。

A事業②「新事業展開等促進事業」

(1) 見本市出展支援

① 中国（大連）「中日（大連）博覧会」への出展支援

<事業内容>

見本市の不催行に伴い中止

<課題>

現地主催団体からの催行・中止の連絡が年度の後半までなく、対応方法が決まらないまま中止となった。

令和5年度については既に9月に実施が決まっており、日中間の人的往来が容易な状況になれば、多くの県内企業が参加することも予想される。引き続き、巨大消費市場中国への参入の糸口として、本博覧会への出展支援に取り組んでいく必要がある。

② 中国ライブコマース開催事業

<事業内容>

中国で注目されている新しい販売手法であるライブコマースを富山県内の会場からの中継で実施することにより、県内企業のライブコマースの活用を支援する。

<実績・評価等>

ライブコマースは、富山県内の配信会場に参加企業各社が商品を持ち寄り、中国最大のSNS「WeChat（ウィチャット）」を用いて、中国の消費者に対し商品のPRを行った。また、事前に参加事業者の事業所に訪問の上、製品製造の様子や代表者へのインタビューの収録を行い、編集した動画を受託者のSNSや当機構のSNSを用いて発信する広報活動を行い、配信当日の視聴者の増加を図った。配信は、中国においてEC販売商戦が繰り広げられる「独身の日」（R4. 11. 11）を含む2日間実施した。

参加県内事業者は、中国での販路拡大に関心のある企業を募集し、計10社が参加した。

《ライブコマース概要》

開催日時：2022年11月11日、12日

委託先：NNKトレーディング合同会社（富山県滑川市）

開催場所：委託先の社内スタジオ（富山県滑川市）

参加事業者数：10社

視聴者数：延べ2.7万人（最大同時接続 2,349人）

販売実績：1,533,006円（323商品）

満足度調査：90%（満足度5段階評価のうち「大変満足」「やや満足」の割合）

（別添、「中国向けライブコマースを活用した県産品PR等業務実績報告書」（受託者作成）、参加企業アンケート集計結果）

<課題等>

配信当日は、予想を超える数の方が配信を視聴し、また各社がPRした商品について注文が入った。参加企業の多くが新しい販売方法としてライブコマースを認知し、その有効性の確認が出来た。一方、事後のアンケートにおいて、自社だけでは難しいといった声や1回だけでは効果が分からない、今回は事前の準備が不足していたといった企業が参加者から聞かれたことから、引き続きライブコマースの活用支援に取り組んでいく必要がある。

③ シンガポール県産品プロモーション・商談会の実施

<事業内容>

コロナ禍における県内企業の海外販路開拓を支援するため、アジアの交易・経済拠点であり、周辺諸国のショーケースとして活用されるなどマーケティングリサーチに最適な環境であるシンガポールで富山県産品を取り扱うポップアップストアを開設する。

期間中、動画やSNSを活用したプロモーション活動により積極的に集客を図るとともに、終了後には現地バイヤーとの商談会を実施し、本格的な販路拡大を支援する。

<実績・評価等>

シンガポールのショッピングモール内の店舗で富山県産品のポップアップストアを1か月間開設し一般消費者へ販売するとともに、店頭での商品POPやPR動画の放映により、県産品の認知度やブランド力の向上を図った。また、現地消費者20名に対し、各商品を実際に試食・試飲・試用してもらい、味や価格に対する反応を調べるためのモニタリング調査を行った。

また、現地在住のバイヤー等とのオンラインによる商談会を実施した。商談候補先に対し、ポップアップストアを案内したほか、FaceBookやストア開催中の画像を共有するなど、商談の成約率向上に繋がるよう取り組んだ。商談前には、必要に応じて商談資料の翻訳や事前リハーサルを行うとともに、商談後には、その後の交渉の進捗についてフォローアップを行なった。

《ポップアップストア概要》

期間：令和4年9月1日～30日（1ヶ月間）

場所：HISシンガポール店舗内

（100 Tras St, #03-16/17/18, Singapore 079027）

参加企業：8社

販売形態：委託販売

来場者：期間中のHIS来客数は、平日約150名、休日約300名。

《マーケティング調査概要》

期間：令和4年10月9日～10日

調査対象：現地一般消費者20名

実施方法：実際に商品を試食・試供した結果を踏まえてアンケート調査を実施

《オンライン商談会概要》

期間：令和4年10月～11月上旬

商談先：シンガポールを中心とした東南アジアのバイヤー

商談件数：オンライン商談25件（参加企業1社あたりバイヤー3社程度と商談）

成約：2件（成約額 合計100,000円）

サンプル提供等による営業活動：104件

《事業全体を通じた満足度》

満足度調査：87.5%（満足度5段階評価のうち「大変満足」「やや満足」の割合）

<課題等>

シンガポールは貿易立国で、税制優遇があり、世界で通用する優れた商品が比較的安価で手に入る市場であるため、日本の多くの自治体がテスト販売、商談会を実施している。そのためバイヤーの目は肥えている。よほど優れた商品でないと、バイヤーは関心を向けてくれない厳しい市場である。その中でも、ホタルイカの商品についてはユニークな商品として認知され完売し、新たな取引につながった。また、企業の営業担当の営業力・熱心さ、また商品についてバイヤーの要望を受け素早い改善を行うことで成約に

つながった事例がある。

このような事例を県内企業にフィードバックし引き続き厳しい市場であるシンガポールにおいて、本県産品の認知が進むように取り組んでいく必要がある。

(2) 海外経済ミッション派遣 …A事業②

① ベトナム経済訪問団への参加

<事業内容>

富山県が主催する知事を団長としたベトナム経済訪問団に同行し、現地の投資環境・現地進出企業の動向・人材事情の情報を把握するとともに、政府機関をはじめとする関係機関との交流を通じた人的ネットワークの強化を図る。

<実績・評価等>

政府関係機関等を訪問し、最新のベトナムの経済状況やインフラ・投資環境、貿易動向、日系企業の進出、撤退の推移や企業支援メニュー等について説明を受けた。またビジネス上の課題や進出における潜在リスク、県内企業のビジネス機会の可能性等について意見交換をし、今後の連携強化の足掛かりをつくった。

県内進出企業の工場を見学し、ベトナム進出の目的や海外戦略上の位置付け、工業団地を選定する上で重要となる進出企業・工場の動向、人材の確保など進出後の状況や課題についてヒアリングを行った。施設内の見学を通し、現地スタッフの労働状況、技術力、育成方針や社内交流の取り組みなど、実際に触れる機会を得た。

現地企業とのネットワーキングを通じ、ベトナム企業の現状、県内企業との連携・取引可能性等を調査するとともに、今後の県内企業のベトナム進出支援の更なる強化のため人的交流を深めた。

《ベトナム経済訪問団への参加概要》

期間：令和4年12月18日～24日

場所：ベトナム共和国 ホーチミン・ハノイ

訪問先・内容：ジェトロハノイ事務所、在ベトナム日本大使館、YKKハナム工場、ベトナム現地企業とのネットワーキング 等

<課題等>

ベトナムは、県内企業の今後の事業展開における有望国であり、さらには、高・中間所得層の拡大が見込まれ、消費市場としても期待が高い。一方、近年のベトナムは経済発展・都市の拡大が目覚ましく、進出地域の選定にあたっては、交通網の整備などを踏まえ、これまで考慮されなかった地域にも目を向ける必要がある。また、中国、韓国、台湾企業等の存在感も増しつつあり、日本企業の動きの遅さは現地で敬遠される場合もあることに留意する必要がある。

県内企業の本格的なベトナム進出のためには、過去の進出事例にとらわれることなく今回得られた情報を活用し、企業の希望と現地の状況に応じた支援が必要になる。

② シンガポール海外経済ミッションの実施

<事業内容>

当機構では、2021 年から、県内非製造業を対象としたオンラインによるシンガポールの消費市場視察や、同国におけるテストマーケティングや現地バイヤーとオンライン商談などに取り組んでいる。こうした取組みを踏まえ、更なる現地への輸出促進につなげるため、希望する県内企業を募り、アジア経済交流センター長を団長とし、シンガポールへミッション団を派遣する。

<実績・評価等>

シンガポールでのビジネス展開・販路開拓を希望する事業者と共に、シンガポールを訪問した。ジェトロ等の公的機関では、現地の最新の経済・市場情報について理解を深めた。また、現地小売店の視察では、実際の販売現場を視察し、参加企業の競合・同種商品について、売り出し方や商品の価格帯等について調査を行ったほか、店舗担当者と現地での販売可能性について意見交換を行った。また、県産品プロモーション現場では、実際に県産品の売れ行きを確認しながら、参加した事業者の商品について、現場責任者より売れ行きの説明や改善点等の指摘を受けた。

《シンガポール経済ミッション概要》

期間：令和4年9月26日～30日

場所：シンガポール

訪問先・内容：ジェトロシンガポール事務所、現地小売店舗、県産品ポップアップストア店舗 等

参加者：10名（事務局含む）

アンケートで役に立ったと答えた方の割合：100%（アンケートの感想で、4段階評価のうち「役に立った」「まあ役に立った」の割合）

（別添、シンガポール経済ミッション「復命書」（出張者作成）、「実績報告書」（受託者作成）、参加者アンケート集計）

<課題等>

参加者のアンケート結果によると、「シンガポールでの販路拡大に手ごたえを感じた」「シンガポールで通用する商品の開発に着手した」「進出に対しての課題が明らかになった」など、参加者全員が具体的な収穫があったと回答した。また、今回の訪問がきっかけとなって、現地スーパーと新たな取引が始まった企業もあり、実際に現地を訪問することの重要性を改めて感じさせられた。

（３）海外ビジネス人材育成

海外企業とのオンライン商談スキルアップ研修会

<事業内容>

オンライン商談の手法（商談資料作成、効果的なプレゼン方法、動画活用法、商談後のフォローなど）についての研修会を実施し、県内企業の商談スキルの向上に取り組み、企業のデジタルを活用した海外営業への挑戦を促す。

<実績・評価等>

オンラインを含めた海外での展示会、海外との商談会において、効果的な商談方法の習得を目的とし、海外でのビジネス経験豊富な講師による研修会を実施した。

講師より、代表を務める企業が事務局運営を受託している海外CEO商談会（（独）中小企業基盤整備機構主催）の活用事例集を用い、オンライン商談に関する海外CEOの意見や日本企業に求める声について紹介いただいた。また、同社で支援を実施し、完全オンラインで成約に結び付いた事例なども組み込み解説いただいた。

会場内では、参加者同士が積極的に名刺交換や情報交換を行う様子が見受けられた。また模擬商談の質疑応答では、参加者間での活発な意見交換が行われた。参加企業同士で今後ビジネスに発展しそうな話も聞かれ、これまで接点のなかった企業間同士の情報交換やノウハウの共有といった交流の場としても機能した。

《研修会概要》

研修会名：海外企業とのオンライン商談スキルアップ研修会

開催日時：第１回 令和４年８月９日 １４：００～１６：３０

第２回 令和４年８月２３日 １４：００～１７：００

開催場所：第１回 （公財）富山県新世紀産業機構

第２回 オンライン形式

講師：PASIA 株式会社 代表取締役 市川 奈央子 氏

参加者：６名

内容：企業の海外展開における最近の動向、オンライン商談の特性・可能性、（商談の Key Point、話し方 映り方）実践で役立つ商談スキルアップ（商談資料の作成方法、効果的なプレゼン方法、動画活用法、商談後のフォロー）

満足度調査：１００％（満足度５段階評価のうち「大変満足」「やや満足」の割合）

（別添、「海外企業とのオンライン商談スキルアップ研修会」報告書）

<課題等>

先述のとおり、海外ビジネスに取り組むまたは検討する中小企業にとっては、担い手となる人材の確保が大きな課題として挙げられる。本年度、本県が実施した調査でも、社内のグローバル人材の不足について課題を持つ企業が多く、将来的な後継者育成を含め、公的機関に支援を期待する声が寄せられている。

将来的には、個々の企業で中核的に担当できる人材が育つことで、会社全体の経営方針、経営計画との関りも踏まえながら中長期的に腰を据えて海外ビジネスを進められるよう社内体制整備への取組みを支援する必要がある。

(4) 支援体制強化

① 海外販路開拓マネージャーの設置（窓口相談機能・海外出展サポートの強化）

<事業内容>

富山県内企業の海外展開支援事業を円滑に行うため、昨年につき海外販路開拓マネージャーを設置し、既に海外展開を行っている企業に対する各種支援策などの情報提供や、新たに海外ビジネスに取り組む県内企業の掘り起こしを行うなど、本県企業の海外展開への裾野を広げるため、きめ細やかな支援を実施するもの。

<実績・評価等>

ジェトロや当機構で勤務経験があり、県内企業の実情に精通し幅広い人脈を持つ海外販路開拓マネージャーが県内企業を訪問し、当機構や他機関で実施している各種支援策について案内するなど、各企業の実情に応じた支援を行った。また、成長著しい越境EC市場に向けた県産品の海外展開に取り組むなど、変動する海外展開を取り巻く環境に即した新しいビジネスチャンスの創出にも力を入れている。

相談件数：128件（当機構の海外販路開拓サポートデスク相談件数）

<課題等>

新型コロナウイルス感染症に伴う規制が緩和されつつあり、海外進出に関連した相談が増加している。また、海外との人・モノの往来が正常化しつつあることに加え、コロナ禍を経て、ライブコマースなどデジタル技術を活用した新たな海外展開手法も広がっていることから、今まで以上に個別企業への伴走型の支援が必要になっている。今後も、海外販路開拓マネージャーのネットワークを活かし、ジェトロや海外サポートデスクなどの海外拠点、県内金融機関や海外政府機関と連携し、県内企業のニーズに沿った有用な情報のフィードバックを行い、ポストコロナを見据え戦略的に海外展開に取り組むために必要な情報を提供することが求められている。

② 海外販路開拓支援室の設置

<事業内容>

海外販路開拓マネージャーを配置し、窓口相談機能の強化や県内経済団体などとの連携を図り、相談しやすい環境を整えるため、昨年度に引き続き海外販路開拓支援室を設置した。

<実績・評価等>

海外販路開拓支援室の賃料及び光熱水費、維持管理に係る事務費を支出した。オンラインでの相談対応や、関係機関との打ち合わせの機会も増加したため当該支援室を活用して実施した。

<課題等>

コロナ禍の中、オンライン会議システムを用いる機会が増加した。また、企業の機微に触れる情報を取り扱うことがあるため、引き続き当該支援室を活用し相談者の利用しやすい相談サービスや安心して相談できる環境を整えていく必要がある。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

コロナ禍の中、長らく抑制されていた人・ものの往来が徐々に正常化しつつあり、中小企業にとって海外進出・販路開拓の機運が高まっている。一方で、コロナ禍を契機にオンラインを活用したビジネスの広がりや越境EC市場の成長など、中小企業の海外展開を取り巻く環境は大きな変革期を迎えている。このような状況の好転・変化をとらえ、県内企業のニーズに合った各種施策を実施することにより、県内企業の海外展開を引き続き押し進めることが重要である。

少子高齢化や人口減少により国内市場が伸び悩む中、県内の優れた製品を海外に展開し、地域の魅力を海外へ発信し続けることが、県内ものづくり産業の活性化、地域経済の活力強化を実現していくため極めて効果的といえる。

機構では、引き続き富山県と一体となって本事業の円滑な実施に取り組む。また、国内外の関係機関との連携強化を図り、有用な情報を積極的に収集し、県内企業へフィードバックするとともに、必要に応じて事業内容をブラッシュアップするなど、事業の効果的な実施に向けて取り組んでいく。