

(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。

富山県内企業の海外進出拠点数は、2023 年 1 月現在、815 となっている。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→53 事業所（27 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。新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、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、ビジネス戦略への取り組みが必要になっている一方で、アフターコロナに向けた、従来よりも一歩進んだ取り組みを実施していく必要がある。

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、ウィズコロナ、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】

海外との人・モノの往来が復活しつつある状況の中、対面での事業を中心に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 インドネシア・シンガポール海外経済ミッションの実施については、併せて実施している事業のスケジュールの関係上、当初から予定を変更し、それぞれ別日程で実施した。

中国については、中国・大連市で開催予定だった「中日（大連）博覧会」が無期限の開催延期となったことから、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）とした。また、昨今の経済情勢を鑑み、③「中国ライブコマース開催事業」を取りやめることとなった。

また、②「METALEX」への出展においては、独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）が出展サポートするジャパン・パビリオンへの出展について、富山県内企業への声掛けを行ったが、当機構を通じた応募が無く、渡航を中止することとなった。

（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）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 「METALEX」への出展支援
		③ 中国ライブコマース開催事業
		④ シンガポール県産品プロモーション・商談会の実施
		⑤ 富山県産食材×ジャカルタ市内レストランコラボフェアの実施
	（２）海外経済ミッション派遣	インドネシア・シンガポール海外経済ミッションの実施
	（３）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>

東アジア・ASEAN 諸国において開催される見本市や商談会への県内企業の出展や参加、現地での市場調査に対して助成する。

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、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6件の応募があった。

選定委員による書類審議の結果、6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6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更に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>

見本市の無期限延期に伴い中止。

<課題>

現地主催団体からの無期限延期の連絡があった以降、次回開催の目途が立たないままである。

日中間の人的往来が昨年よりもやや容易な状況ではあったが、当機構を通じた県内企業からの参加意向は少ない結果となった。

今後も引き続き、経済情勢等を見極めていく必要がある。

② 「METALEX」への出展支援

<事業内容>

県内企業からの出展がなかったため中止

<課題>

過去参加企業等を中心に積極的に声掛けを行ったが、県内企業の参加が無い結果となった。今後参加に結びつけるためには、さらなる周知や企業の掘り起こし等を行っていく必要がある。

③ 中国ライブコマース開催事業

<事業内容>

昨今の情勢を鑑み開催中止。

<課題等>

今年度も引き続き開催に向け準備を進めていたが、経済情勢により開催を見送った。今後も引き続き、経済情勢等を見極めていく必要がある。

④ 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>

昨年同様、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。今回からは更に来客の多い時間帯に販売員を設置し、PR強化を図った。また、現地消費者21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商談を、オンライン・対面併用で実施した。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った。

《ポップアップストア概要》

期間：令和5年9月1日～30日（1か月間）

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

《マーケティング調査概要》

期間：令和5年10月14日、21日

調査対象：現地一般消費者21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・対面式商談会概要》

期間：令和5年10月～11月

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・成約見込：10件（成約額 合計1,065,600円）その他一部商談継続中

サンプル提供等による営業活動：102件

《事業全体を通じた満足度》

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）

<課題等>

日本の多くの自治体がシンガポールにおいてテスト販売、商談会を実施しており、厳しい市場である中、ホテルイカを使用した商品については、昨年度に引き続き完売となった。

また、販売員の配置によって商品の魅力がより伝わり、販売にいたった事例もある。

商談においては、昨年度より継続して営業を行い、現地での販売につながった企業があった。

以上の結果を本事業参加企業のみならず県内企業にフィードバックし、今後も海外において本県産品の認知が進むような様々なチャンスを活用して取り組んでいく必要がある。

⑤ 富山県産食材×ジャカルタ市内レストランコラボフェアの実施

<事業内容>

インドネシアは、人口約2.8億人とASEAN10か国で最大の人口を擁し、豊富な労働力を強みとして経済成長を続けている。また現地の日本食人気は高く、ジャカルタ市内だけでも400軒を超える日本食レストランがある。一方、輸入規制（現地FDA認証）やハラール対応の関係で、日本からインドネシアへの農水産物輸出は進んでいないのが現状である。

現地での輸入規制上の制約が少ないレストラン向けの業務食材として輸出拡大を目指し、現地レストランとの連携による富山県産食品を用いたメニューの開発、販売等を実施することにより県産品の認知度やブランド力の向上及び現地での販路開拓促進を図る。

<実績・評価等>

11月の約1か月間現地の日本食レストラン「Okuzono」で富山フェアを開催し、富山県産食材を用いて考案したメニューを提供した。12月には、現地バイヤーを招集し、フェアで提供したメニューを実際に食べてもらいながらの商談を行った。

また、現地在住のバイヤー等との商談を実施した。日本の産品は現地でも人気であり、参加していただいたバイヤーは各々商品に興味を示していた。その後、今後の取引に向けてバイヤーの要望などを調査しフォローアップを行った。

《フェア概要》

期間：令和5年11月8日～30日

場所：Okuzono Japanese Dining

(10, Jl. Suryo No.1, RT.10/RW.3, Rw. Bar., Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180)

参加企業：4社

《商談会概要》

期間：令和5年12月8日

場所：Okuzono Japanese Dining

(10, Jl. Suryo No.1, RT.10/RW.3, Rw. Bar., Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180)

参加バイヤー：5社

<課題等>

インドネシアでの日本製品の評価は高く、現地に入れることができれば大きな売り上げが期待できる。その一方で貿易の規制について不透明な部分もあり、確認をしながら進めていく必要がある。

参加企業からは現地の要望に対し梱包や加工方法等柔軟に対応するとの声もあがっており、現地の要望を可能な限り集め、共有することが重要になっている。

(2) 海外経済ミッション派遣 …A事業②

① 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、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、シンガポールへミッション団を派遣する。

<実績・評価等>

並行して実施している事業スケジュールの都合により、インドネシア海外経済ミッションとは別日程で実施した。

今回は「シンガポール県産品プロモーション・商談会事業」に参加した企業のうち、希望する事業者とともに、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、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、この期間中、県産品プロモーション・商談会事業の一環として、事業者と現地バイヤーとの対面での商談も実施した。

《シンガポール経済ミッション概要》

期間：令和5年11月27日～12月1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：5名（事務局含む）

<課題等>

参加事業者からは、現地小売店視察や対面商談を通して、シンガポールへの進出に対する課題が明らかになり、今後の販路拡大に繋がる具体的な収穫があったという声があった。

また、現地を訪問することによって、シンガポール市場における日本製品の販売状況や日系デパート等の販売戦略を確認することができた。

本ミッションで得た知見をもとに、シンガポールをはじめ、東南アジア各国での支援施策の内容を検討し、具体化していく必要がある。

② インドネシア海外経済ミッションの実施

<事業内容>

当機構では、今年度よりインドネシアのジャカルタにおけるレストランフェア及び現地での商談会により新規販路開拓支援の事業に取り組んでいる。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、インドネシアへミッション団を派遣する。

<実績・評価等>

今回は「富山県産食材×ジャカルタ市内レストランコラボフェア事業」に参加した企業のうち、希望する事業者とともに、インドネシアを訪問した。ジェトロでは、現地の最新情報をアドバイザーより説明を受け、経済情報や政治状況、輸入の規制等まで幅広く説明いただき、インドネシアについて理解を深めた。また、ジャカルタ漁港を現地職員に案内いただき、漁の方法から食材の保存方法等実際の場所を見学しながら説明を受けた。

フェア事業の一環として行った商談会に出席し、現地バイヤーと対面し、参加商品について説明を行った。

<概要>

期間：令和5年12月6日～10日

訪問先：フェア実施レストラン店舗、ジェトロジャカルタ事務所、ジャカルタ漁港、
現地スーパー 等

参加者：4名（事務局含む）

<課題等>

参加者からは、バイヤーの声を聞いて既存の商品を売るだけではなく、現地の声を聞いて、要望に合わせた商品作りの重要性が実感できたという声が聞かれた。こうしたことから当機構としては関係機関や海外のサポートデスクとも連携して、現地のニーズに即した製品づくりの支援を行っていく必要がある。

(3) 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、昨年に引き続き海外販路開拓マネージャーを配置し、既に海外展開を行っている企業に対しての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：76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、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、越境ECでの販売等オンライン活用した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、ポストコロナで戦略的に海外展開に取り組むための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、当該支援室を活用して実施した。

<課題等>

外国法人等遠隔地とのやりとりが更に活発になり、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・ものの往来が正常化するとともに、円安により、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E C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。