

中小企業の海外販路開拓支援 (JAPANブランド育成・現地進出支援強化事業)

- ・ JAPANブランド育成支援等事業
- ・ 現地進出支援強化事業

令和元年 1 1 月 1 7 日
経済産業省

JAPANブランド育成支援等事業

令和2年度概算要求額 **21.0億円（新規）**

事業の内容

事業目的・概要

- 人口減少等により内需が弱い中、中小企業が海外需要を獲得し付加価値を高めていくことがより重要となっています。海外展開等を進める上では、市場ニーズに合致した商品・サービスを開発し、磨き上げた上で販路開拓に繋げていくことが不可欠です。
- このため、本事業では、中小企業者等が行う、市場ニーズに対応した新商品・サービス開発やブランディング等の取組に対して補助を行います。
- その際、ECやクラウドファンディング、地域商社による輸出支援など、販路開拓の手法が多様化しつつあることを踏まえ、新たな販路開拓のノウハウを持つ支援事業者と連携した取組を重点的に支援します。
- また、中小企業単独では海外ニーズ情報を広く収集することは困難なことから、海外バイヤー等のニーズを集約・翻訳し、国内事業者へ提供・あっせんするマッチングスキームを新たに構築します。

成果目標

- 支援実施後の中小企業等の商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

(1) JAPANブランド育成支援等事業

- 海外展開や全国展開、インバウンド需要の獲得のために、中小企業者等が行う新商品・サービス開発やブランディング等の取組に対して補助を行います。
 - その際、ECやクラウドファンディング、地域商社など海外展開等に関するノウハウ・ネットワークを持つ支援事業者等と連携した取組に対して重点的に支援を行います。
 - また、民間支援事業者や地域の支援機関等による、複数の中小企業者を対象とした海外展開や全国展開、インバウンド対応への支援に対する補助を行います。
- ① 現地進出型 補助上限額：4,000万円 補助率：2/3
 ② 海外・全国展開型 補助上限額：500万円 補助率：2/3
 ③ 支援事業型 補助上限額：2,000万円 補助率2/3

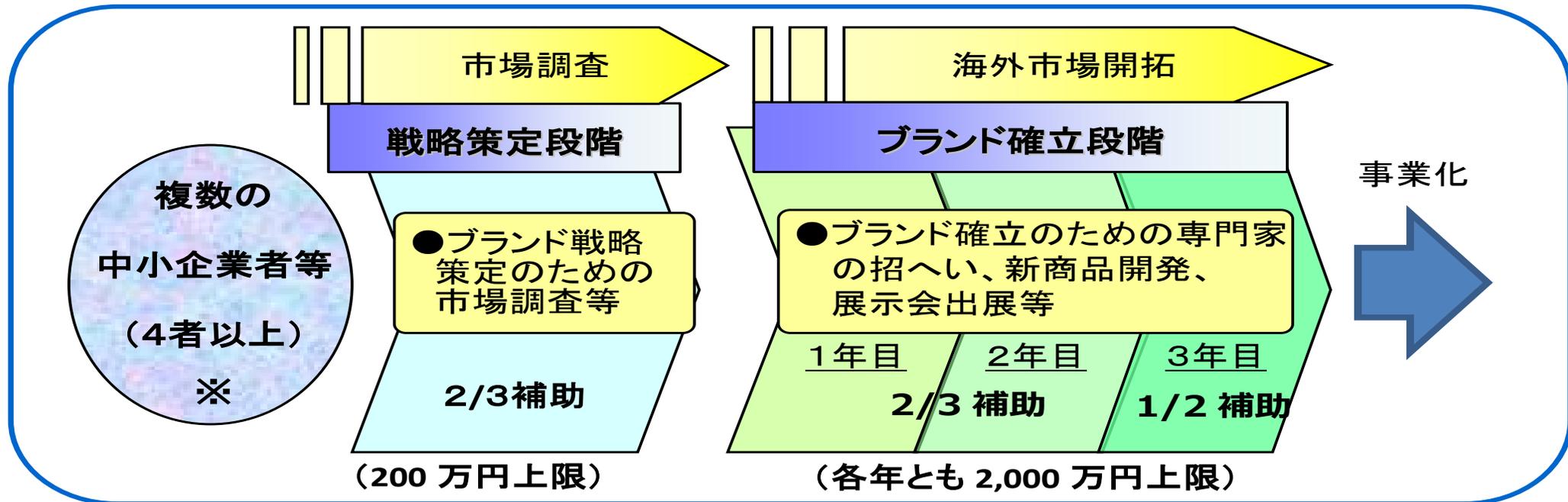
(2) 海外ニーズ発掘型マッチング事業

海外現地のバイヤー、商社等からニーズやトレンド情報を収集し、これらを国内企業に情報提供した上で、当該ニーズ等に合致する商品やサービスを提供する意向のある企業に関する情報を現地へ提供、マッチングを実施する仕組みを新たに構築します。



■ JAPANブランド育成支援事業の概要（～今年度事業）

- 中小企業が優れた素材や技術等を活かし、世界に通用する商品・サービスの開発やブランド力の確立を目指す取組に要する経費の一部を補助する事業。
- 公募により複数の企業からの提案を募り、外部有識者等による審査を経て、事業内容の妥当性や先進性等が高い提案について採択（今年度の倍率は約3倍）。
- 海外展開の事業リスクを自ら負い、取組にコミットする企業に支援対象を限定するため、1/2～1/3の自己負担を求めている。



※中小企業が申請する場合は、4者以上の連携が必須。連携先は、中小企業のほか商工会、商工会議所、組合、NPO 法人でも可。

■ JAPANブランド育成支援事業の効果

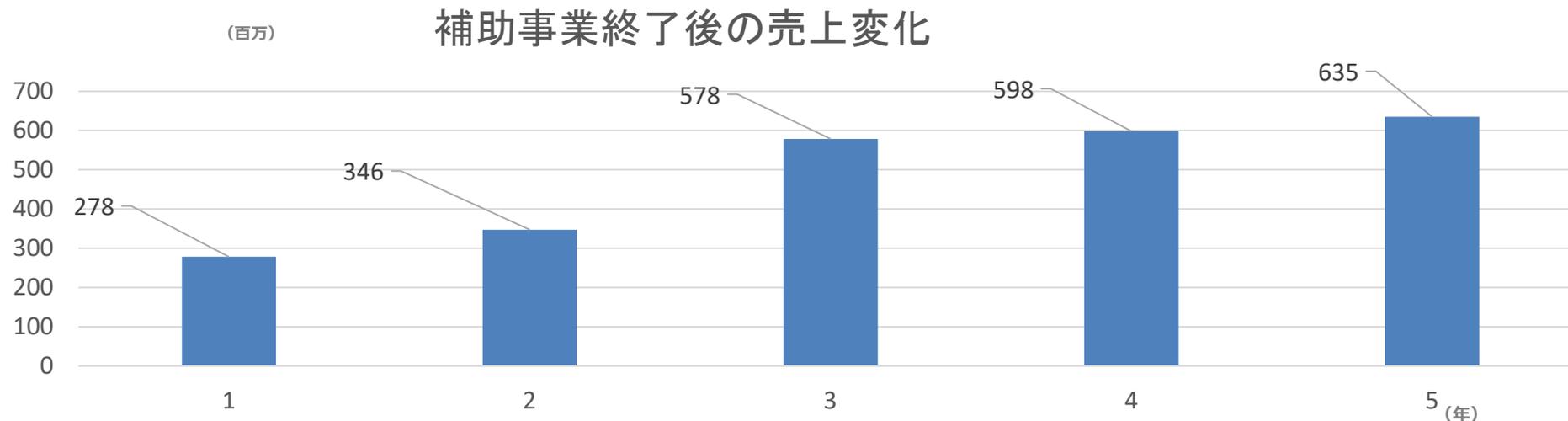
- 採択事業者の補助期間終了後、事業者が提出する事業化状況報告書の確認や各経済産業局が全採択事業者に対して行うヒアリングを通じて、フォローアップ支援を実施している。その際、事業者のニーズに応じてJETRO等の関係機関へ取り次ぎを実施する。
- 当該事業における成果実績として、近年では**継続した取引を実現したプロジェクト（※）の割合は4～6割を維持している。**
※サンプル発注などの単発の取引ではなく、定期的な発注により継続的な取引が見込まれる案件
- 平成25年度の支援プロジェクトを対象に、支援実施後、直近5年間の売上についてフォローアップを行った結果、平成26～30年度の実績では、累計6.35億円の売上げを計上。平成25年度における予算額は3.5億であるところ、**投入した予算規模に対して約1.8倍の経済効果**を上げている。

<支援実績>

		年度	22	23	24	25	26	27	28	29	30
【成果実績】 事業実施期間中に海外との継続的な取引を実現したプロジェクト	採択件数（ブランド確立）		49	50	48	56	56	67	96	51	56
	うち継続取引を達成した件数		14	17	21	22	16	29	50	29	24
	割合		29%	34%	44%	39%	29%	43%	52%	57%	43%

※H28fyについては、H27fy補正も含めた数値。H30fyについては、H29fy補正も含めた数値。

<売上実績>



※平成25年度の支援プロジェクトに対して、平成26年度～30年度の売上実績を調査。
（回収率：82%）

■ JAPANブランド育成支援等事業 支援事例

海外展開事例

甲州ワインのEU輸出プロジェクト
～「甲府商工会議所・甲府市商工会・山梨県ワイン酒造共同組合」～

H21開始
→H23卒業



山梨県内のワイン生産者、支援機関、自治体など地域関係者が一体となり「甲州ワインEU輸出プロジェクト」を設立。平成21年～23年度の補助事業において、ワイン界の世界的権威「マスターオブワイン」の資格を持つコンサルタントを迎え、現地での一体的なプロモーションの実施や「甲州種のぶどう」のブドウ・ワイン国際機構「OIV」への登録など難易度の高い挑戦を継続的に実施。**世界的なワインの流行発信基地である英国でのPR活動を皮切りに世界各国への輸出・プロモーションを展開。**

海外展開事例

今治タオルプロジェクト
～「今治商工会議所」～

H18開始
→H21卒業



「今治タオル」を世界に向けて積極的に発信し、タオルを代表する世界的なブランドとしての地位を構築。**平成18年～20年度に補助事業を受け、新聞・雑誌などの取材が劇的に増加したことにより「今治タオル」の活動が全国的に知られるようになった。**イタリア等の海外の見本市にも積極的に出展しており、柔らかさや織りの技術、デザインが世界的に高い評価を受けている。

海外展開事例

Ume World Project
梅を世界にひろめる！ ～「中野BC(株)」～

H25開始
→H28卒業



高級梅「紀州南高梅」の産地である和歌山県の企業が連携し、「梅」の魅力を総合的に海外へ発信。海外展示会の出展による新規販路開拓やWEBサイトの多言語化による広報、商標の国際登録等を積極的に行いブランド化を推進。ドイツの「Restaurant Nagaya」等の有名レストランでの採用や高級小売店への販路開拓に成功し、**平成26年度～平成28年度補助事業における平成30年度までの売上累計は約2億7千万円を計上。**

海外展開事例

広島県日本酒のブランド構築事業
～株式会社三宅本店～

H27開始
→R1卒業予定



広島県の酒蔵9社が連携し、欧州最大の日本酒展示会である「サロンドサケ」への出展等により、広島県産日本酒の“品質の良さ”と“醸造技術の高さ”をフランスを中心に海外へPRした。**参画事業者の年間輸出額はH25年比で20倍以上(約1,300万円)となり、フランスでの広島県産日本酒取り扱い店舗数も約250店舗にまで拡大した。**

■ JAPANブランド育成支援等事業（ロジックモデル）

直接コントロールできる部分

経済・社会等の変化
(誰が/何が、どう変化することを目指しているか)

(インプット)

(アクティビティ)

(アウトプット)

(アウトカム)

(インパクト)

予算
[R2要求] 21億円
(内訳)
JAPANブランド育成支援等事業 16.5億円
海外ニーズ発掘型マッチング事業 4.5億円

協力企業等
・JETRO

海外展開や全国展開、インバウンド需要の獲得のため、中小企業者が行う新商品・サービス開発やブランディングなどの取り組みに対して補助を行う。
民間支援事業者や地域の支援機関等による、複数の中小企業者を対象とした海外展開や全国展開、インバウンド対応への支援に対する補助を行う。

海外現地のバイヤー、商社等からニーズやトレンド情報を収集し、国内企業に情報提供し、ニーズに合致する商品やサービスを提供する意向のある企業の情報を現地へ提供、マッチングを実施する仕組みを新たに構築する。

JAPANブランド育成支援等事業による補助金の交付件数
[R2年見込]
● 現地進出に対する支援 10件
● 海外・全国展開に対する支援 200件
● 支援事業者に対する支援 30件

海外ニーズ発掘型マッチング事業における情報収集・発信
[R2年見込]
JETRO海外事務所より、現地有力バイヤー情報5000件収集、トレンド情報500件発信。

JAPANブランド育成支援等事業による中小企業の販路開拓
[測定指標]
● 事業期間中に海外との継続的な取引を実現したプロジェクトの割合を50%以上とする。
● 採択事業者の売上高（事業終了後5年間の累計額）の合計額が対予算投入額の2倍以上。

海外ニーズ発掘型マッチング事業による販路開拓
[測定指標]
● 現地目線での商品・サービス開発支援及び個別相談対応の顧客満足度80%以上。
● 現地でマッチング支援を行い、海外展開成功件数400件。

日本の中小企業の国際競争力の向上
[測定指標]
● 2020年までに中堅・中小企業等の輸出額及び現地法人売上高の合計額を2010年比2倍を目指す。
(中堅中小輸出額+現地法人売上高の推移)
・2016年度 20.6兆円
・2017年度 23.4兆円
・2020年度目標 25.6兆円
● 中小企業の海外子会社保有率を2023年までに、2015年比で1.5倍にする。
(子会社保有率)
・2015年 0.36%
・2016年 0.37%
・2017年 0.39%
・2023年目標 0.54%

データ出所：輸出額は経済産業省「経済産業省企業活動基本調査」、現地法人売上高は経済産業省「海外事業活動基本調査」
データ出所：中小企業庁「中小企業実体基本調査」

現地進出支援強化事業

令和2年度概算要求額 **19.0億円（新規）** ※その他「進出先国税制等広報事業(1.0億円)」を含む

事業の内容

事業目的・概要

中小企業の海外展開の進展度合いに応じて、効果・効率的な支援策を国内外でシームレスに実施します。

- TPPや日EU・EPAの発効、並びに米中貿易摩擦等の表面化を受けて急激に高まる個別相談ニーズに対応するため、専門アドバイザーを拡充し、より質の高い情報提供を行います。
- 出展効果が高い海外見本市に加えて、医療機器や航空機などフロンティア産業の海外見本市への出展を拡充し、中小企業の更なる海外市場の獲得を後押しします。
- 中小企業が抱える個別課題の解決等を目的とした「海外展開支援プラットフォーム事業」において、各業界の豊富な知識や人脈を活かした商談アレンジや、事後にバイヤーのフォローを行うマッチングコーディネーターを拡充し、商談の質や幅を改善します。

成果目標

政府目標「2020年までに中堅・中小企業の輸出額及び現地法人売上高を2010年比で倍増」に貢献するべく、本事業で支援した中小企業の輸出・投資等の海外展開成功件数を前年度比6%以上増加させる。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

現地進出支援強化事業

- 海外市場や現地の規制・税制度等のタイムリーな情報収集・提供
- データベースを活用した、貿易投資相談事例の分析およびFAQの提供
- 専門アドバイザーによる中小企業等の海外展開に関する相談対応
- 海外展示会出展・現地有力バイヤーの招へい・ミッション派遣等を通じて、中小企業等の商談機会を創出、成約までのフォローを実施
- 中小企業海外展開支援プラットフォームにて海外の主要拠点にコーディネーターを配置し、官民支援機関と連携して企業における個別課題の解決や海外拠点の設立等への支援を実施



南米最新経済事情セミナー@香川



ベトナムハノイ・ホーチミンにおけるアセアン市場販路開拓商談会



PFコーディネーター（香港・上海）による個別相談会の様子@札幌

■ 現地進出支援強化事業

1. ジェトロのシームレスな海外展開支援

- 国内49拠点、海外54か国74拠点のネットワークを活用し、中小企業に寄り添い、海外展開の進展度合いに応じて、効果・効率的な支援策を国内外でシームレスに実施します。

日本でのサービス

海外ビジネスのヒントが欲しい

- 調査レポート
- ジェトロ主催セミナー
- 貿易投資相談



海外でのサービス

ビジネスパートナーを見つけたい

- 海外見本市
 - 海外商談会
 - 海外投資ミッション
 - PFコーディネーターによる商談アレンジ
- 拠点設立に向けた情報や支援が欲しい
- ビジネスサポートセンター (BSC)



基礎情報や実務知識が欲しい

- データベースによる情報提供
- 海外制度・規制調査レポート
- 貿易投資Q&A



ビジネスパートナーを見つけたい

- 国内商談会 (バイヤー招へい型)
- PFコーディネーターによる企業リストアップ



営業上の様々な課題を解決したい

- 海外投資アドバイザーによる相談対応
- PFコーディネーターによるアドバイス



基礎調査

計画立案・販路開拓

販路開拓・拠点設立

事業・工場操業開始

中小企業現地展開支援プラットフォーム

2. ジェトロの事業について

- 成長戦略に掲げられた政府目標に「通商課題への対応」を加え、4本柱で構成。

○日本再興戦略における政府目標

2020年までに対内直接投資残高を2012年比倍増の35兆円に拡大。

2019年までに農林水産物・食品の輸出額を1兆円に拡大。

2020年までに中堅・中小企業の輸出額を2010年比倍増の25兆円に拡大。

中堅・中小企業海外展開支援

本事業は、海外市場を獲得する潜在力を有しており、海外展開への意欲はあるものの、ノウハウを有していない中小企業に対して、**(1) 商談機会の提供**や、**(2) 現地ビジネス情報の提供**といった支援を行うもの。

1. 現地進出支援強化事業

(1) 商談機会の提供

取組例①海外見本市事業、海外商談会事業（ミッション派遣）

- ✓ 中小企業のニーズが高い国・地域、産業分野の有力海外見本市にジャパンパビリオンを設置し、出品料を補助し中小企業の出展を支援。2019年度23本予定。
- ✓ 海外商談会事業は、有望な見本市の開催がない国・地域にて、ジェトロのバイヤーネットワークを活用し実施。2019年度7本予定。

取組例②国内商談会

- ✓ 一定の企業集積を有する地方都市を中心に海外の有力バイヤーを招聘し、ビジネスマッチング（国内商談会）を実施。2019年度14本予定。

(2) 現地ビジネス情報の提供

取組例①中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業

- ✓ 中小企業がビジネス展開への関心が高い国・地域（16カ国・地域23カ所）に海外展開現地支援プラットフォームを設置し、中小企業からの個別相談、マッチング支援を実施。2018年度相談実績3,187件

取組例②海外調査・情報発信事業

- ✓ 各国の概況、経済指標、貿易為替制度、進出する際のコスト等を調査したレポートを作成し、ウェブ上に一般公開。2017年度市場テーマ調査67本 222,158アクセス

取組例③海外展開支援情報提供事業（貿易投資相談）

- ✓ 貿易投資に関する各種相談に対し、アドバイザーがメール、電話または面談にて対応。2018年度の設置アドバイザーは24名。

取組例④海外投資アドバイザー事業/経済連携協定(EPA)活用促進事業

- ✓ 海外ビジネスの知見を豊富に有するアドバイザーをアジア地域に配置し、投資・貿易に関わる現地制度や諸手続き、マーケット情報等についてアドバイスを実施。2018年度実績7カ国8事務所5,366件

取組例⑤国際化支援ネットワーク事業（ビジネスサポートセンター（BSC）事業）

- ✓ 海外展開に取組む中小企業に短期の貸しオフィスを提供、アドバイザー等による相談対応と合わせ、ビジネス立ち上げ時のコストとリスクを軽減。2018年度実績入居企業76社（ハノイ、バンコク）

3. 事業の効果検証・見直し状況について

事業名	見直し内容	見直し結果
海外見本市	国内の中小企業のニーズや現地の市場動向等に加えて、当該海外見本市における支援企業数、商談件数、成約件数、成約金額などの具体的な成果を検証し、毎年度のジェットロとして支援する海外見本市を選定。	(平成30年度→令和元年度) 廃止：3 新規：4 (令和元年度→令和2年度) 新規：4
海外投資等支援専門家派遣事業	国内の中小企業のニーズや現地の市場動向等に加えて、現地の駐在職員・ナショナルスタッフの配置状況などを勘案し、利用件数などの具体的な成果を検証し、毎年度の海外投資アドバイザーの配置を決定。	(平成30年度→令和元年度) 青島事務所アドバイザーを廃止
国内専門家事業	1,000以上の支援機関と連携した、新輸出大国コンソーシアム事業が新たに立ち上げられたことなどから、より効率的かつ効果的なワンストップでの支援を実施するため、一部事業を廃止。	(平成30年度→令和元年度) ・輸出有望案件発掘専門家 ・国内土業専門家を廃止
海外専門家事業	これまで産業ごとにそれぞれの政策的必要性から個別に配置していた海外専門家について、より効率的かつ効果的なワンストップでの支援を実施するため、一部事業を廃止。	(平成30年度→令和元年度) ・進出日系企業中小企業活動円滑化対策事業（法務・労務・税務リテイン） ・海外コーディネーター事業を廃止

4. ロジックモデル

経済・社会等の変化
(誰が/何が、どう変化することを目指しているか)

(インプット)

予算
[R02要求] 1,800
[R元当初] 1,268
[H30年度予算] 1,966
[H29年度予算] 1,880
[H28年度予算] 2,060

単位：百万円
交付先
・JETRO

(アクティビティ)

・海外調査
・情報発信、データベース情報提供事業

・貿易相談対応

・海外見本市
・国内商談会
・海外商談会
・ミッション派遣

・中小企業の進出支援(貸オフィス)

・現地専門家による支援(PF事業)

(アウトプット)

調査web閲覧件数 ※ジェトロ全体

閲覧件数	2016	2017	2018
実績	245万	244万	400万
目標	183万	183万	183万
達成率	134%	133%	219%
役立ち度	91.8%	94.0%	93.3%

貿易投資相談対応項目件数

項目件数	2016	2017	2018
実績	88,857	86,810	92,985
目標	61,800	61,800	61,800
達成率	144%	140%	150%
役立ち度	98.1%	97.6%	97.8%

海外展開支援社数(延べ数)

社数	2016	2017	2018
実績	2,841	3,743	3,287
目標	1,620	1,950	1,533
達成率	175%	192%	214%
役立ち度	96.9%	95.8%	95.4%

中小企業海外展開支援PF支援件数

件数	2016	2017	2018
実績	2,031	2,584	3,187
目標	1,730	1,646	1,659
達成率	117%	157%	192%

(アウトカム)

本事業で支援した中小企業の輸出・投資等の海外展開成功件数を前年比6%以上増加させる。

※2020年度からの新目標

PF事業の支援を受けた企業の役立ち度

	2016	2017	2018
成果実績	100%	85.8%	87.7%
目標	80%	80%	80%
達成度	125%	107.3%	109.6%

(インパクト)

● 2020年までに中堅・中小企業等の輸出額及び現地法人売上高の合計額を2010年比2倍を目指す。

(中堅中小輸出額+現地法人売上高の推移)
・2016年度 20.6兆円
・2017年度 23.4兆円

・2020年度目標 25.6兆円

データ出所：輸出額は経済産業省「経済産業省企業活動基本調査」、現地法人売上高は経済産業省「海外事業活動基本調査」

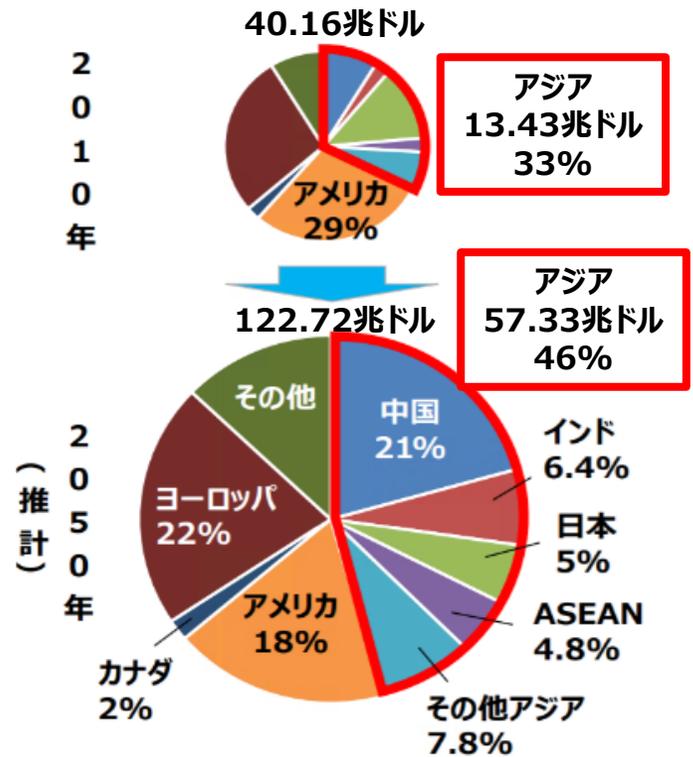
※役立ち度：支援企業に対するアンケートの結果、4段階の内上位2段階の占める割合

參考資料

【参考】 海外需要取り込みの重要性

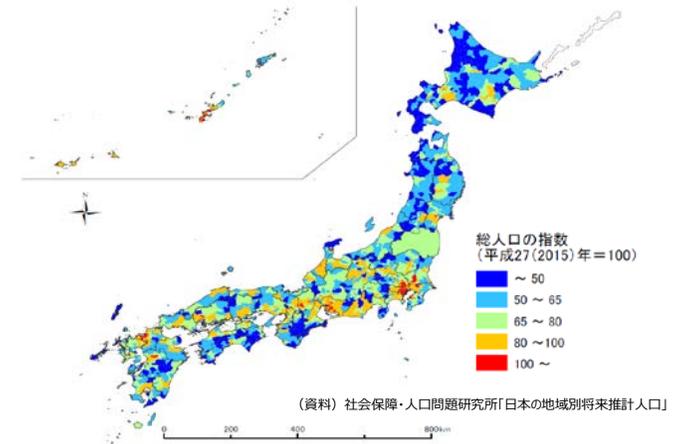
- 人口減少等を背景として**内需が弱い中**にあっては、**海外需要の取り込みを進めることが重要**。
- しかしながら、中小企業のうち**海外展開に取り組む企業の割合は欧州（EU域外向け）と比べても圧倒的に低い**。

2010年／2050年の地域別GDP比較

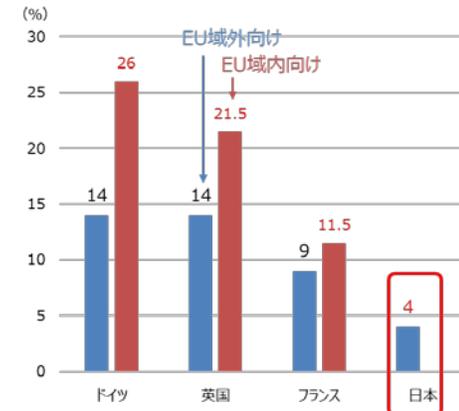


(出典) HSBC「The World in 2050」より経済産業省作成
備考：HSBC試算の2050年の上位100ヶ国のみでの比較。
ASEANにはラオス、カンボジア、ミャンマー含まず。

日本の地域別将来推計人口 (2045年)



各国における中小企業内の輸出企業の割合



(注) 1. 製造業のみ。日本は2014年、EU各国は2013年。
2. 中小企業の規模は、日本は300人以下、EU各国は249人以下。

(資料) 通商白書 (2017)

【参考】 中小企業の海外展開に当たっての課題

- 相対的に経営資源が乏しい中小企業にとっては、海外展開に当たって「販売先の確保」、「現地の市場動向・ニーズの把握」、「海外展開を主導する人材の確保」、といった課題が存在。



<課題>

- ・販売先の確保
- ・現地の市場動向・ニーズの把握
- ・海外展開を主導する人材の確保

等

資料：中小企業庁委託「中小企業の海外展開の実態把握にかかるアンケート調査」（2013年12月、損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント(株)）

<中小企業白書2014年版>

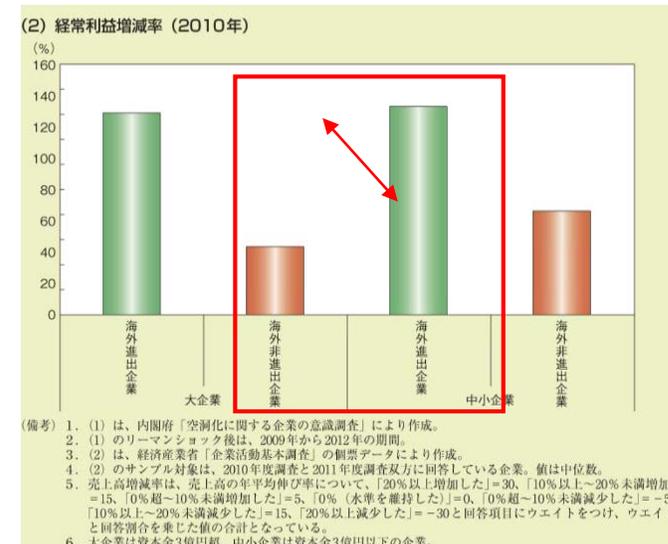
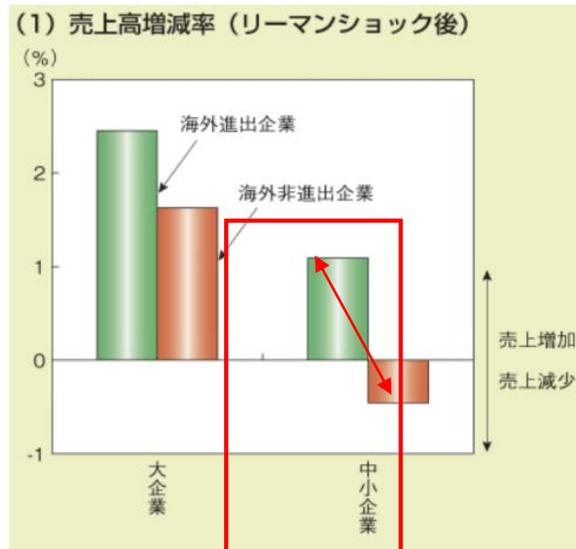
【参考】 海外展開の効果①

海外展開をすることによって、**売上や収益の改善、国内従業員の増加に繋がっている。**

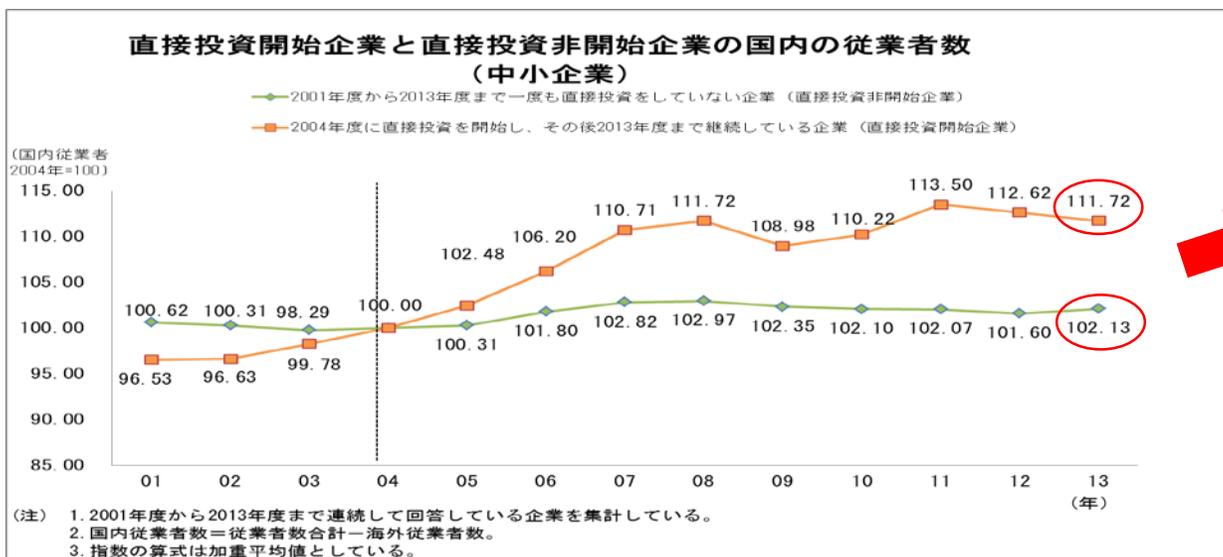
売上や収益の改善

海外進出企業は、非進出企業に比べて**売上・経常利益の伸びが大きい。**

※リーマンショック後3年間（2009～2012）の伸び率



(資料) 内閣府 平成25年年次経済財政報告



海外展開投資による国内従業員の変化

海外投資開始企業の方が海外投資非開始企業に比べ国内従業員数が**約10ポイント増加**

※2004年度を100とした場合の2013年度の国内従業員数

(資料) 中小企業白書2016年版

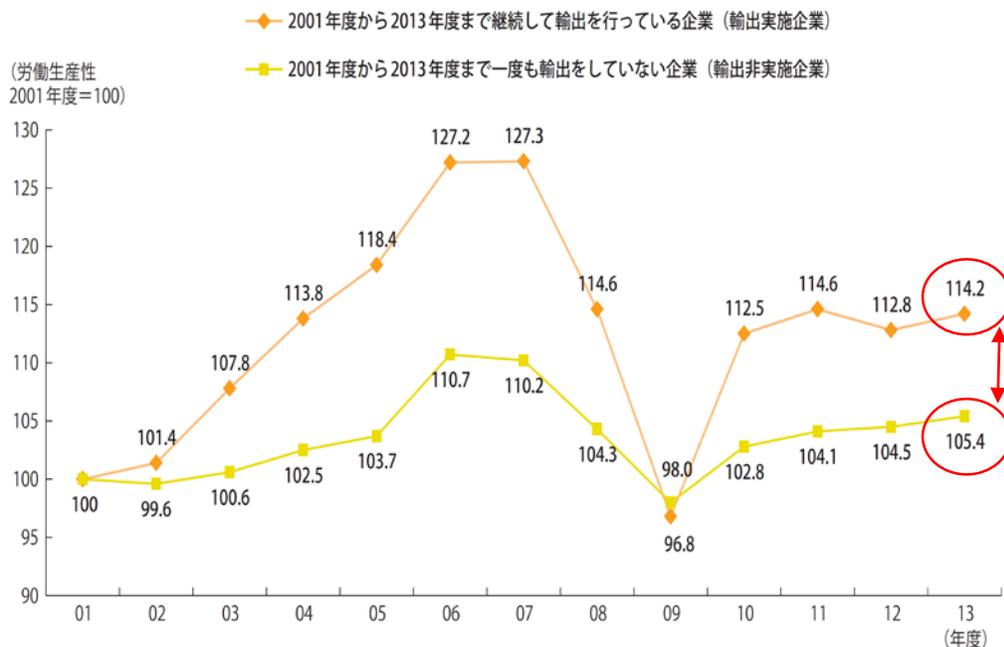
【参考】 海外展開の効果②

海外展開と労働生産性には正の相関関係があり、海外展開している企業は相対的に生産性が高い。

輸出

輸出実施企業の方が輸出非実施企業に比べ
労働生産性が**約9ポイント増加**

※2001年度を100とした場合の2013年度の労働生産性



資料：経済産業省「企業活動基本調査」再編加工

(注)1. 中小企業のみを集計している。

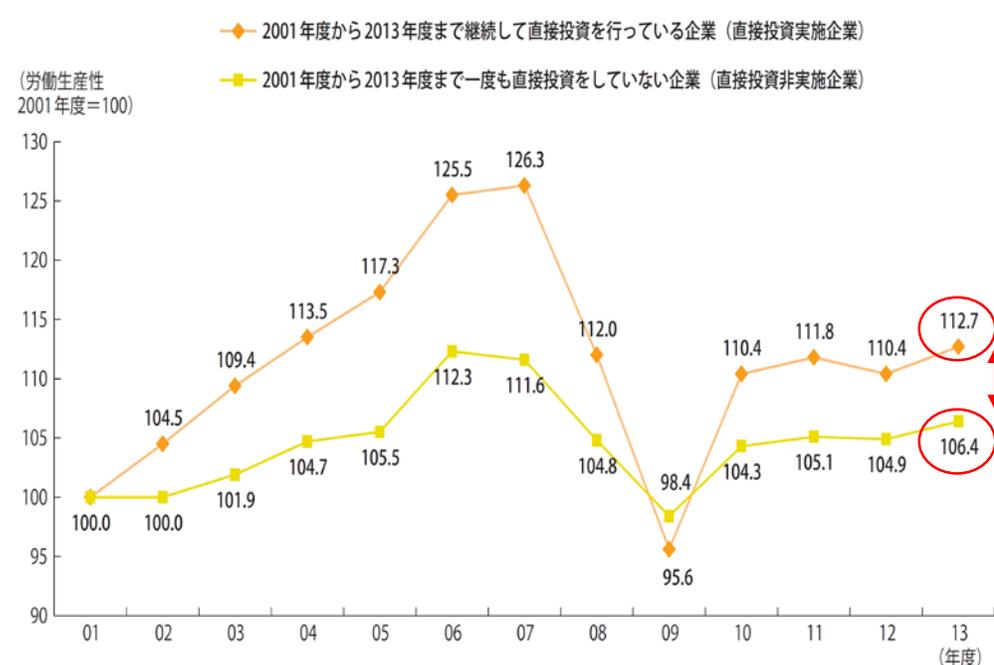
2. 労働生産性=国内の付加価値額/国内の従業員数で計算している。

3. 2001年度から2013年度まで連続して回答している企業を集計している。

直接投資

直接投資実施企業の方が直接投資非実施企業に比べ
労働生産性が**約6ポイント増加**

※2001年度を100とした場合の2013年度の労働生産性



資料：経済産業省「企業活動基本調査」再編加工

(注)1. 中小企業のみを集計している。

2. 労働生産性=国内の付加価値額/国内の従業員数。

3. 2001年度から2013年度まで連続して回答している企業を集計している。

【参考】 JAPANブランド育成支援事業 成功件数マトリクス表

- JAPANブランド採択の過去3年（120件）実績を分析した結果、地域別での勝ち筋では**東南アジア（食品）と欧州（ファッション、インテリア、モノづくり等）**があげられる。

	食品（酒） 6件/11件	食品（酒以外） 22件/45件	ファッション 4件/12件	工芸品・雑貨 4件/12件	化粧品 1件/5件	インテリア 5件/9件	ものづくり、その他 12件/26件
欧州	1件/4件	3件/7件	4件/9件	2件/6件	0件/2件	3件/4件	8件/14件
東アジア	1件/2件	2件/6件	0件/2件	1件/3件	0件/1件	0件/1件	1件/2件
東南アジア	3件/3件	11件/20件	0件/0件	0件/1件	1件/1件	1件/2件	1件/3件
北米	0件/1件	3件/7件	0件/1件	1件/2件	0件/0件	1件/2件	2件/7件
その他 中東・南米・豪州	豪州 1件/1件	中東・南米 3件/5件	0件/0件	0件/0件	中東 0件/1件	0件/0件	0件/0件

※平成28年～平成30年度の全採択案件の事業実績報告書から、地域別及び製品・サービスごとに成功件数を算出（表中は成功件数／全件数）。

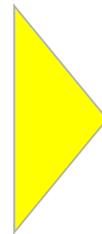
※成功の定義は、「海外での成約件数のうち単発ではない取引」を達成した案件とする。

【参考】 JAPANブランド育成支援事業 マトリクス表の分析結果

- 成功事例の傾向として、食品分野については日本食の理解が進む東南アジアでの事例が多く、ファッション、インテリア等の**高付加価値製品についてはデザインへの感度が高い欧州市場**を狙った事例が多い。成功パターンが多数確立されているものの、成長を牽引する分野であり、失敗も散見されるため、**継続してブランド確立の支援が必要**。
- 一方で、失敗事例の傾向を分析した結果、共通する行動様式が判明。失敗パターンに対して、R2年度事業で対策を実施することで課題解決を目指す。

共通する問題点

- 良い商品を作ることだけに専念してしまい、物流・商流の提案ができず受注を逃している
- 商品価値を高めるブランドストーリー構築が不十分
- 現地ニーズを捉えたものづくりができていない
- 海外側バイヤーと初回取引は行われるものの、継続したビジネスに繋がらない



対策

- 越境EC、地域商社などの物流・商流構築や、クラウドファンディングによるテストマーケティング支援など**海外ビジネスの新たなプレーヤー**に対する補助「支援事業型」の創設
- 「海外ニーズ発掘型マッチング支援事業」による個別相談対応
- 海外バイヤーとのコミュニケーションや、継続したマーケット情報を収集するためのビジネス拠点設立を支援する「現地進出型」の創設

【参考】 来年度事業の方向性（予算要求内容）

令和元年度

海外

JAPANブランド育成支援事業（3.0億円）

海外展開に向けた戦略策定や、新商品開発、販路開拓を支援

①戦略策定支援

補助上限200万円、補助率 2 / 3

②ブランド確立支援（新商品開発、販路開拓）

補助上限2,000万円、補助率 2 / 3、1 / 2

国内

地域産業資源活用・農商工等連携事業（4.0億円）

地域資源の活用や、農業者と商工業者の連携による新商品開発、販路開拓を支援

補助上限500万円、補助率 1 / 2



令和2年度

NEW!!

JAPANブランド育成支援等事業 （16.5億円）

見直し事項① 国内展開支援を統合し事業を一本化

➤海外・全国展開型

海外展開や全国展開に向けた新商品開発、販路開拓を支援
補助上限500万円、補助率 2 / 3

見直し事項② 支援メニューの追加

➤現地進出型

現地での拠点設立を通じた事業展開を支援
補助上限4,000万円、補助率 2 / 3

➤支援事業型

海外展開や全国展開を支援する事業者が、複数の中小企業者を対象にしたサービス開発や販路開拓を支援
（越境EC、地域商社、クラウドファンディングなど）
補助上限2,000万円、補助率 2 / 3

NEW!!

海外ニーズ発掘型マッチング支援事業 （4.5億円）

海外現地のニーズやトレンド情報を収集し国内企業に提供するスキームを新たに構築。 現地目線での商品の磨き上げや、現地企業とのマッチングを支援。

■ 広島県企業のジェットロ事業活用・支援事例

海外展開事例

筆製品のブランド化、輸出促進を目指す
～有限会社 瑞穂～

日用品、輸出



化粧筆メーカーの有限会社瑞穂は、国内市場の縮小を受け、約10年前に海外への直接輸出を決断。2008年には自社ブランドを立ち上げ、香港美容展示会（Cosmoprof Asia）に独自出展を挑むも海外でのPRノウハウ不足から成果を得られなかった。翌年からジェットロの国内専門家によるハンズオン支援を開始。資料や陳列を工夫するなど営業力の強化を図り、翌年同展に出展し初受注を獲得。その後同展（2016年）のほか、ジェットロの海外商談会（中国、2011年）、欧州の展示会（イタリア、2016年）等を活用し、直接輸出売上高シェアは25%に成長。2018年に実施されたバイヤー招聘商談会でも3カ国向けの成約見込みを達成するなど販路を拡大し続け、現在の輸出先国は13か国となっている。

海外展開事例

分析装置で中国の環境問題解決にも貢献を

～ラボテック株式会社～

機械、進出



水中の有機物の量で汚れを測定する装置を製造するラボテック株式会社は、国内市場が低迷し、販売量も停滞する中で海外進出を決断。当初は独自に営業パートナー探しを行っていたが、良いパートナーが見つからなかった。そこで、2016年7月からジェットロの国内専門家による営業戦略の策定や拠点設立などの情報・ノウハウ提供や販路開拓のハンズオン支援を受け、最終的に独資での進出を決断。2018年9月、中国（大連）に同社初の現地法人を設立し、現地公的機関向けの成約も獲得。現在は現地での委託生産も検討しており、ジェットロの現地専門家の支援を活用し、製造パートナー発掘に取り組んでいる。

海外展開事例

一粒のみみ殻から広がる可能性

～株式会社トロムソ～

環境、輸出



株式会社トロムソは、籾殻を原料とした固形燃料とその製造装置、浄水器フィルターをアフリカ、アジアで販売。2017年12月からジェットロ国内専門家によるベトナム（ハノイ）向け販路開拓のハンズオン支援を利用し、浄水器フィルターについて、サンプル輸出を経て正式に代理店契約への締結に繋がる見込み。また、固形燃料製造装置も引合いがあり、バイヤーとの成約を実現。さらに、今年9月から、ベトナムのホーチミンへも事業を拡大するため、現地専門家からのサポート（プラットフォーム事業）を受け、販路拡大に取り組んでいる。また、2019年8月の日本・アフリカビジネスEXPOに出展し、マダガスカルからの引合いがあり商談継続中。

海外展開事例

日本産デニムを欧米へ

～広島・岡山共同プロジェクト～

テキスタイル、輸出



デニム生地生産の9割以上のシェアを持つ広島・岡山両県の三備地域の中小企業を対象として、2019年2月に、欧州の有カバイヤーを招聘し商談会を開催。参加企業の篠原テキスタイルは、通常の商談だけでなく、工場見学等を通し同社生地の品質の高さをPRできた結果、ドイツの著名なジーンズメーカーとの間で商談が成立。また、同社は、2019年2月のミラノウニカ展のジェットロブースにも出展し、タオル地の肌触りを表現した「パイルデニム」などが現地バイヤーから高評価を獲得した結果、複数の引合いがあり商談を継続中。

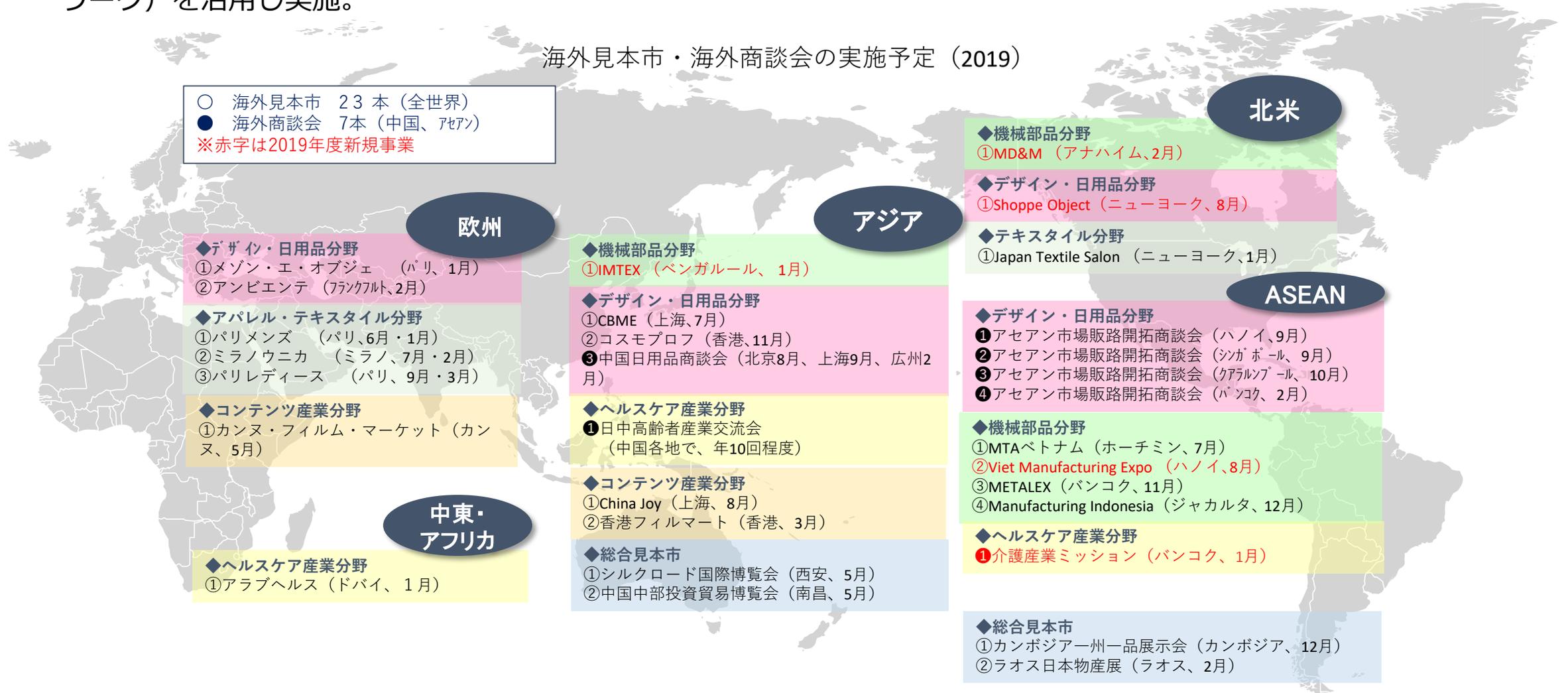
海外見本市事業、国内商談会事業、ミッション派遣事業の実績

	①海外見本市			②国内商談会			③海外商談会			④ミッション派遣			合 計		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
イベント回数	38	32	33	30	32	36	6	9	4	9	5	7	83	78	80
海外展開支援件数（社）	586	543	596	1,625	1,762	1,656	64	80	111	91	52	98	2,366	2,437	2,461
商談件数	25,386	27,106	28,281	4,374	4,086	4,117	1,085	1,346	2,153	—	—	—	30,845	32,538	34,551
商談成約件数	5,849	5,447	5,578	1,673	2,014	2,141	381	461	611	—	—	—	7,903	7,922	8,330
招聘バイヤー数 （社）	—	—	—	224	206	299	—	—	—	—	—	—	224	206	299
成約金額（億円）（参 考）	93	86	211	15	22	42	21.5	0.16	13	—	—	—	130	108	266

海外見本市事業、海外商談会事業（ミッション派遣）

- 海外見本市事業では、有望な海外見本市にジャパンパビリオンを設置し、中小企業の出展を支援。出品料の1/3（アジア地域）または1/2（アジア外地域）を補助。
- 海外商談会事業は、有望な見本市の開催予定のない地域にて、ジェトロの海外企業ネットワーク（バイヤーネットワーク）を活用し実施。

海外見本市・海外商談会の実施予定（2019）



ジェトロにおけるサービスの質①：サービスの役立ち度の高さ

- 本事業は、海外展開への意欲がある中小企業に対して、海外見本市の参加などによる商談機会の提供と、国内における貿易投資相談、各国の概況の調査などを通じて現地ビジネス情報の提供を行う事業である。
- ジェトロにおいては、貿易投資相談や各種調査を利用した企業や、ジェトロがパビリオンを獲得した見本市に参加した企業に対して、満足度アンケートを実施しており、**90%以上の高い満足率を記録。**

役立ち度調査 実績

		年度	2016	2017	2018
貿易投資相談対応項目数 役立ち度					
	役立ち度	%	98.0	97.6	97.8
	アンケート配布枚数	枚	15,338	14,158	20,474
	アンケート回収枚数	枚	2,789	2,189	2,528
	アンケート有効回収	枚	2,789	2,188	2,528
海外展開支援社数 延べ数					
	役立ち度	%	96.9	95.8	95.4
	アンケート配布枚数	枚	2,933	5,680	5,098
	アンケート回収枚数	枚	2,838	3,882	3,561
	アンケート有効回収	枚	2,798	3,874	3,528
調査web閲覧件数 役立ち度					
	役立ち度	%	91.8	94.0	93.3
	アンケート配布枚数	枚	19,345	23,742	47,545
	アンケート回収枚数	枚	10,000	20,670	46,729
	アンケート有効回収	枚	9,655	20,609	46,720

※海外見本市に参加した企業については、成果把握の観点から、アンケートの記入を強く依頼しているが、貿易投資相談及び調査については、アンケートは任意であり回答率が低い。

ジェットロにおけるサービスの質②：サービスの継続利用について

- ジェットロのサービスの質の高さを示す指標として、中小企業のジェットロの各種支援事業の継続的な利用があげられる。
- 例えば、海外見本市に参加した企業に関して、見本市参加後にジェットロのサービスを利用した企業については、**平均 5 回以上の各種相談を行っており**、成果獲得に向けジェットロの継続的なサポート及び、情報提供を期待している。
- また、中小企業海外展開プラットフォームの相談においても、同一年度における複数回利用企業を行う企業は**3割を超える**。その相談内容は情報収集（ブリーフィング、E-mail相談）からバイヤー企業リストの照会、商談アレンジと中小企業の海外ビジネス展開の進展に応じて多様であり、質の高い支援を求め継続的にジェットロ利用をされている。

<2015年度～2019年度にジェットロの展示会・商談会に参加した企業の相談件数>

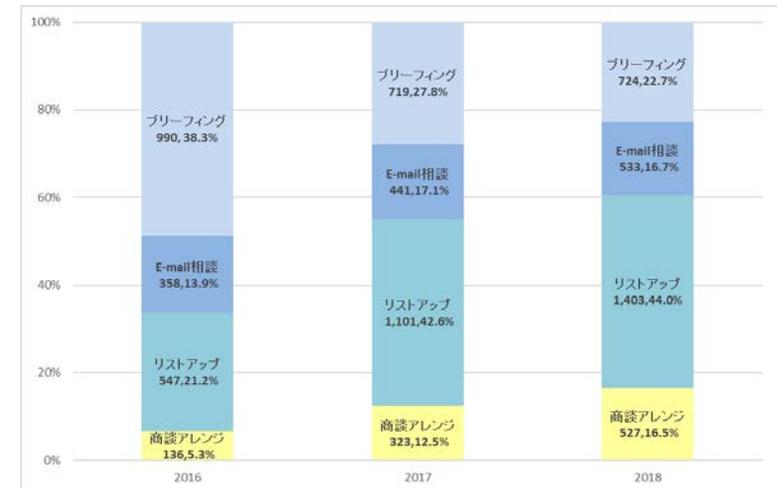
展示会・商談会参加企業数	10,466社
展示会・商談会参加後、1回以上貿易相談をした企業数	3,754社
展示会・商談会参加後、1回以上貿易相談をした企業からの貿易投資相談総件数	19,116件
展示会・商談会参加後、1回以上貿易相談をした企業の平均相談件数	5.1回

<中小企業海外展開プラットフォームの相談件数2016-2018年度>

	2016年度	2017年度	2018年度
全利用企業数	978	1,293	1,873
全利用件数	2,031	2,584	3,187
平均利用回数	2.1	2.0	1.7
複数回利用企業数 (同一年度)	341	483	619
リピーター率(※)	34.9%	37.4%	33.0%

※ 複数回利用企業数/全利用企業数

相談の分類2016-2018年度（単位：件・%）



ジェットロにおけるサービスの網羅性①：地域における海外見本市、海外商談会のカバー率

- ジェットロの海外見本市事業では、主要な海外見本市にジャパンパビリオンを設置し、中小企業の出展を支援。現地にも有力見本市がない場合は、ジェットロのネットワークを活用し、独自に海外商談会を開催している。
- ジェットロの調査によると日本企業の産業別輸出ターゲット国は中国、米国、西欧、ベトナム、タイが多く、ジェットロは各産業分野における上位国のほぼ全てにおいて海外見本市もしくは海外商談会事業実施しており、企業ニーズに応じた適切な見本市、商談会を選定している。

今後の輸出ターゲット国・地域の中で最も重視する輸出先（業種別、上位5カ国・地域）と各国でジェットロが出展している海外見本市及び海外商談会

製造業全体(調査母数=1,421)			
順位	国・地域名	シェア	
		FY16→FY18	
1	中国	29.1	+9.2
2	米国	17.0	△1.1
3	西欧	8.9	+1.4
4	ベトナム	6.3	△0.8
5	タイ	5.8	+0.5

〔注〕母数は、今後の輸出方針で、「さらに輸出の拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

一般機械 (n=136)			
順位	国・地域名	シェア	
		FY16→FY18	
1	中国	24.3	+5.0
2	米国	14.0	+2.6
3	西欧	11.8	+8.3
4	タイ	11.0	+3.1
5	ベトナム	10.3	+1.5

国	出展見本市・商談会
中国	中国国際輸入博覧会2018 (交付金)
米国	IMTS、MD&M
西欧	—
タイ	METALEX
ベトナム	MTA ベトナム Viet Manufacturing Expo

医療品・化粧品 (n=66)			
順位	国・地域名	シェア	
		FY16→FY18	
1	中国	47.0	+14.3
2	米国	13.6	+2.1
3	ベトナム	7.6	△5.9
4	台湾	3.0	△0.8
4	タイ	3.0	全増
4	インドネシア	3.0	全増
4	ミャンマー	3.0	+1.1
4	西欧	3.0	△4.7

国	出展見本市・商談会
中国	China Beauty Expo 中国国際輸入博覧会(交付金) コスモプロフ (香港)
米国	Bio International(特許補助金)
ベトナム	(日用品・化粧品商談会)
タイ	(日用品・化粧品商談会)
ドイツ	MEDICA

繊維・織物／アパレル (n=72)			
順位	国・地域名	シェア	
		FY16→FY18	
1	中国	31.9	+17.2
2	西欧	19.4	+2.1
3	米国	15.3	△12.7
4	タイ	4.2	+1.5
4	ベトナム	4.2	+0.2

国	出展見本市・商談会
中国	中国国際輸入博覧会2018 (交付金)
イタリア	ミラノ・ユニカ
フランス	パリアパレル展 (Paris sur Mode/Premiere Classe & TRANOI Paris Women's) パリメンズ
米国	Japan Textile Salon

出所：2018年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査
調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業10,004社
(ジェットロ・メンバーズ：3,305社、ジェットロのサービス利用企業：6,699社)
有効回答者数 3,385社うち、中小企業は2720社 (81.8%)

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2019/01/a27d83f6e1cd38e6.html>