

(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〉】

当初3社採択したが、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たため、1社辞退し残り2社が事業を実施した。

②商品等改良（A社）

申請時は無水鍋の開発を申請していたが、委託先の開発の遅れから商品を取鉢に変更し、併せて波佐見焼の企業に他のカップ・ソーサを依頼した。当初は6商品の商品改良の予定だったが、アイデアが出てきたので多くの試作品ができあがった。多治見、土岐の生産者に商品を生産してもらうことで、大幅に生産が落ち込んでいる美濃焼の地域活性化につながり、フランスの展示会に出すことで美濃焼の知名度を上げることが出来ると考えられる。また、今回改良したものをフランスのメゾンエオブジェのWEB展示会に出展し、欧米の市場に受け入れられるかをマーケティングと販路開拓を目指したいと考えている。

今後の課題として、フランスのJETROのアドバイザーから、フランスの市場にもう少し合わせた色の方が良いと指摘を受けたことから改良の必要性があること、商品のデザインに合わせたパッケージの開発ができていないことがあげられる。

なお、同じ図案を提出してお願いしても、各窯元が受け取るイメージはかなり違っていたので、もう少し共通して分かりやすい資料が必要であると感じられた。

③海外見本市等出展（B社）

欧州で感染が急拡大する中のリアル展示開催となり、当初より来場者数や規模に対して期待できなかったが、実際には、過去の出展時と比べて半分以下の来場者数となったが、こういった厳しい状況下においても来場もしくは渡欧する企業の熱量は高く、来場者の質は高かった。目標来場数には至らなかったが、全体に質を求める方向にあり、以前と比べると日本製であることが優位になってきたように思えた。

今回、英国からのディーラーが多く来場され、今までにない傾向でもあった。中国製の品質の問題もあり、もっと品質の良いものを求めているようだった。また、当社の商品購入だけでなく、当社にエアーを用いた製品開発のOEM依頼の話も依頼を受けた。

今後の課題としては、①物流費の高騰が課題になってくるが、ここを吸収できる価格と製品機能含め顧客のメリットになる提案を出していくこと、②今まで、各国別言語の取扱説明書等を付属していたが、今後多国籍言語対応に変更していく必要があることなどがあげられる。webミーティングを活用し、デモ機の貸出をしながら製品の良さを知って頂き、小ロットから対応していきたい。ドイツにおいては、B社ドイツ代理店のサポートをしながら、ディーラー獲得につなげていきたい

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

助成企業 2社、商談50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、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4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。

②商品等改良（A社）

フランスのJETROのアドバイザーから、フランスの市場にもう少し合わせた色の方が良いと指摘を受けており、最終改良する必要がある。また、昨年製品化したクッカのカップアンドソーサーについても、色が市場にあうかどうか判断するためマーケティングや改良が必要である。さらに、商品のデザインに合わせたパッケージの開発が必要である。

加えて、今回改良したものをフランスのメゾンエオブジェのWEB展示会に出展し、欧米の市場に受け入れられるかをマーケティングと販路開拓を目指したいと考えている。

そのため、デザイン開発や海外販路開拓等のコーディネーターによる支援のほか、引き続き当事業の次のフェーズである「②商品等の改良」や「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。

③海外見本市等出展（B社）

製品の認知度を広げる効果があり、製品の良さや機能を実際に手にして理解してもらう良い機会となり、ベルギーやドイツを中心とし、新規ディーラーの取り付けができた。また、この事業により既存客へのコネクションも一層深まり、販売拡大へ向けての新規戦略も一緒に作成することができた。今後、B社ブースに来場した企業に積極的に営業活動を行い、輸出販売数量の拡大を狙っていききたいと考えている。

コロナ禍での展示開催で主催者側も混乱があり、展示場の情報が9月過ぎてから入り事前準備に急を要した為、見込み客に対して事前宣伝が行えなかった。今後、製品の取説など添付文書類は多言語化する必要があることや、すぐ営業に行けない為、製品の使い方や普段起こりやすいトラブルに対してQ&Aをビデオ作成し、YOU TUBEに上げておくなど顧客も対応しやすいことなどが分かり、こちらの準備も併せてすすめていく予定である。さらに、WEBミーティングも活用しながら、離れていても積極的な営業活動を進め

ていきたいと考えている。

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。