

3. 助成対象事業の成果(結果)

【事業名】A事業 アジア留学生ビジネス人材育成支援事業

<人材育成事業>

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

当財団では、平成24年度からアジア留学生ビジネスネットワーク構築支援事業を4大学及び岡山経済同友会と連携を図り、ネットワーク構築を行ってきた。さらに、HPの作成、既卒県内就職留学生とのネットワーク構築により新たなコミュニティの形成を行うことで、外国人社員と企業との間に存在する、溝が埋まり、定着へとつなげる。また、岡山県が行う支援事業を活用することで就職活動に向けた、効果的な研修等を受講し、本事業で開催する「企業説明会」でグローバル化につながる人材の確保へつなげる。

【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〉】

・ビジネスマナーセミナー(オンライン)

日 時 : 令和3年7月21日(水) 13:10~14:30
実 施 方 法 : Zoomを使用したオンライン
講 師 : Bloom Office合同会社 代表 小島 浩子 氏
内 容 : インターンシップに実施に先駆け、日本でのビジネスマナーの基本についてや、今後の就職活動において必要な、オンライン面接についても必要機材をはじめ、自己表現の効果的な方法を説明。
参 加 者 数 : 98名

・インターンシップ(オンライン)

期 間 : 令和3年8月3日(火)~令和3年11月30日(火)のうち17日程
参加留学生数 : 134名
参加企業数 : 13社
内 容 : 2日程で実施する企業が4社あり、計17回のオンラインインターンシップを実施し、学生一人あたり最大5社のインターンシップに参加した。
満 足 度 : 96%がとても満足、満足と回答(5段階評価)

・晴れの国スカラシップ

<面接選考会>

日 時 : 令和3年9月29日(水) 13:00~17:00
実 施 方 法 : Zoomを使用したオンライン
参加留学生数 : 21名
参加企業数 : 寄付申出企業6社
内 容 : スカラシップを希望する21名を対象に面接会を実施。冠付き奨学生6名を含む奨学生16名を選考。

<交付式・交流会>

日 時 : 令和3年11月9日(火) 10:00~12:00
場 所 : アークホテル岡山 3階 牡丹
参加留学生数 : 奨学生16名
参加企業数 : 冠企業6社
内 容 : 奨学生交付式及び交流会を実施し、各留学生の自己紹介をはじめ、母国の踊りを披露するなど、留学生と企業との交流を図った。

＜企業説明会＞

日 時 : 令和4年3月11日(金) 13:00～17:00
場 所 : 岡山コンベンションセンター 1階 イベントホール
参加留学生数 : 32名
参加企業数 : 24社
内 容 : 留学生と県内企業採用担当者での面談を行い、企業や業務の説明を行い、留学生の企業理解と就職機運を高めた。
(総マッチング件数: 147件)

・少人数での個別企業訪問

実施回数 : 4回
参加者 : 7名(中国6名、ベトナム1名)
内 容 : 企業説明、役員・外国籍従業員との交流、施設・工場見学

・ホームページの作成

財団WEBサイト内のページを立上げ、事業内容を掲載。募集中のイベントを掲載し、イベントサイトやメールマガジンを利用し周知を図った。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

令和3年度実施事業に参加した留学生のうち県内就職先を把握している実績数値

・県内企業内定者(令和3年度奨学生) 1名

・インターンシップ、個別企業訪問、企業説明会を通して、魅力ある地域の文化や技術、製品情報などを直接伝えることができ、情報発信源として期待。企業PR効果とともに、実際の企業視察により日本の企業についての正しい知識を得たうえで、就職へ向けた機運が高まり、就職率の向上、人手不足などの課題解決につながる。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

留学生とのネットワークを活用し、県内企業及び当事業のPRにつなげ、更なる効果を期待する。本年度、文系学部に所属するアセアンからの留学生参加が多くあり、非製造業への就職意向が強い傾向にあった。県内企業と留学生双方のニーズがマッチするよう、更なる周知に努め、県内企業への就職率及び定着率の向上を目指す。

<販路開拓事業>

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、全国的に展示会・商談会の中止や開催手法の変更が相次ぎ、食品製造中小企業事業者においても、卸・小売の仕入担当者（バイヤー）などとの商談の機会が失われており、中小企業事業者は大きな打撃を受けている。

一方で外出自粛などによりECや通信販売による販売が増加しているなど、販売チャネルの多様化とともに新たな市場が拡大化してきているが、多くの中小企業事業者においては対応ができていない。

当財団においては、これまでも商談会、大型見本市（関西圏）出展と販路開拓の機会や商品のブラッシュアップを支援してきた。しかし、多くの中小企業事業者においてはプロダクトアウト志向に基づく商品開発、包材などの検討が行われており、顧客のニーズを踏まえたマーケットイン志向での商品開発・改良は不十分なものとなっており、市場の声を踏まえた商品開発・改良を支援していくことが必要である。

また、新型コロナウイルスに関しても、第3波の襲来に伴い大都市圏を中心に緊急事態宣言が発せられ、往来自粛などが叫ばれる一方で、今後段階的にワクチンの接種が進められていく見込であることも報道されており、コロナ禍における販路開拓支援に加えてAfterコロナを見据えた販路開拓支援についても検討と実施を進めることが必要となる。

Withコロナ、Afterコロナにおいても継続した販路開拓の機会の創出として、オンライン・対面のハイブリット商談会、大型見本市出展、専門家による支援の実施。また、これらのデータ収集・活用した支援（DX）から市場ニーズへの対応を目指す。

【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〉】

1 フードマッチングフェア

日 時 : 令和3年9月～令和4年3月

実施方法 : 参加セラーの商材・企業情報を掲載したオンライン展示サイトの公開

参加者数 : 47者

内 容 : バイヤー向けのオンライン展示サイトを改修し通年商品展示サイトとして公開。

2 第1回勉強会

日 時 : 令和3年8月25日（水） 13:30～15:00

実施方法 : オンライン（ZOOM）を利用して実施

参加者数 : 事業者 41者

内 容 : (1) 事業内容説明
(2) 参加者自己紹介
(3) フードマッチングフェア・オンライン説明Web活用
データ活用について

3 第2回勉強会

日 時 : 令和3年10月12日（火） 13:30～14:30

実施方法 : オンライン（ZOOM）を利用して実施

参加者数 : 事業者 29者

内 容 : (1) 成城石井のビジネスモデル紹介
(2) 岡山の皆さんの質問にお答えします！

4 第3回勉強会・第1回商談会

日 時 : 令和3年10月26日(火) 10:30 ~ 16:45
 会 場 : テクノサポート岡山 中会議室・円卓会議室(岡山市北区芳賀5301)
 参加者数 : 勉強会 事業者 19者
 : 商談会 事業者 22者
 内 容 : (1) 勉強会
 ・テーマ:「岡山県内バイヤーが求める商材・最低限必要な品質について」
 ・方 式: パネルディスカッション方式
 ・講師 : バイヤー3社
 (2) 商談会
 ・バイヤー5社
 ・商談件数 : 28件

商談成立	2
商談成立見込み	1
見積依頼	10
継続交渉	2
サンプル提供	10
なし	1
その他	3

4 第2回商談会

日 時 : 令和3年11月22日(月) ~ 12月20日(月)
 参加者数 : 事業者 27者
 内 容 : オンライン(ZOOM)を利用した商談会
 商談件数 : 55件
 バイヤー : 15者
 商談件数 :

商談成立	7
見積依頼	17
継続交渉	20
サンプル提供	0
なし	11

5 フードストアソリューションズフェア

日 時 : 令和3年12月2日(木) ~ 12月3日(金)
 出展者数 : 事業者 18者
 内 容 : 大型展示会への出展
 商談件数 : 695件

商談成立	36
商談成立見込み	19
見積依頼	155
継続交渉	102
サンプル提供	326
なし	0
その他	57

6 第4回勉強会・第3回商談会「おかやまコラボ」プロジェクト企業間マッチング会

(1) ヒアリング・勉強会

テーマ：コラボ創成の可能性、アイデア創出について

講師：バイヤー 1名

日時：オンラインにて個別に対応

(2) 企業間取引マッチング会

日時：令和4年3月17日（木） 11:00 ～ 16:30

会場：ザ・シロヤマテラス津山別邸

参加者数：18者

マッチング件数：25件

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

目標値	結果	検証等
オンライン展示会出展者数： 50者	47者	申込は50者であったが辞退等が発生し、結果47者となった。
見本市出展者出展者数： 8者	18者	当初の目標を上回る出展となり、コロナ禍においてもリアルの商談機会を求める事業者が多いことがわかった。
商談成立件数： 20件	45件	目標達成。継続中の案件が多くあるため、引き続きフォローしていく。
支援に対する満足度： 「満足」「概ね満足」90%超	97%	本事業に満足いただけている。引き続き満足度を維持し支援を続ける。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

構築したオンライン展示会Webサイトを活用したオンライン展示を基盤とした商談機会の提供、大型見本市への出展及び県内での展示商談会を開催することで、継続した販路開拓の機会を創出する。

また、オンライン展示会Webサイトに掲載する県産品へのバイヤーのアクセス状況等の解析や展示会の集客データの収集し活用することで、マーケットイン志向への転換を促すとともに、情報を分析しつつ販路開拓支援全般に活用していく。

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。