

海外販路開拓支援事業 2020年4月～2021年3月実施予定 (とくしま産業振興機構)

【課題】

- ・海外で県産品の市場を獲得するためには、消費者に直接訴えるハズオンでの取組が不可欠。
- ・県内ものづくり企業が維持・発展していくためには、成長産業への支援策の強化が必要。



【目的】

- ・販路拡大に向け、海外の食料品小売店において、現地消費者に直接、商品を紹介し、試食販売する。
- ・「阿波藍染め商品」の認知度向上に向け、海外のバイヤー等へのプロモーションを実施する。
- ・県内企業の長期安定的な発展に向け、有力市場とされる環境分野への県内企業の海外進出を支援する。



【本事業の内容】

(シンガポール)

ア 令和元年度B事業において実施するシンガポール現地における市場調査や、日本国内でのシンガポールのバイヤー（輸入卸売業兼小売店経営者）を招聘しての県との共催による「商談会」を踏まえ、現地シンガポールでの消費者に対するテストマーケティングを実施する。

<具合的な内容>

- ◆ 上記バイヤーの経営する日本食品スーパー（シンガポール国内2店舗）の店頭において、「徳島フェア（仮称）」を開催。
- ◆ 商談会に参加した企業等による「プロモーション」の実施
- ◆ 映像やパンフレットによる「観光PR」の実施
- ◆ 現地市場調査の実施（例：伊勢丹、明治屋）



イ 藍色が「東京オリンピック・パラリンピック」の公式エンブレムに採用され、国内外から「ジャパブルー」として大きな注目を集めている。来年度を世界に向けて「阿波藍」を発信する絶好の機会と捉え、東南アジアにおける情報のハブであるシンガポールにおいて、プロモーションを行う。

<具合的な内容>

- ◆ 現地日系デパートのバイヤーに対する「阿波藍染め商品（例：服飾、財布、湯飲み）」の紹介・PR
- ◆ 店頭における「阿波藍染め商品のテストマーケティング」の実施



2019年5月 阿波藍「日本遺産」に認定!

(アジア圏)

ウ 環境産業の市場規模は今後も増加し続け、その規模は、アジアだけでも今後10年間で倍増するとの試算（2030年:447兆円・環境省）がなされており、SDGsにおいても、水分野をはじめ主要な目標に位置付けられ、その貢献からも注目される分野となっている。

県内企業には、水処理技術、小水力発電等に優れた技術や製品を持つ企業が存在しており、こうした企業のグローバル展開を伴走型で支援し、諸外国の課題解決にも繋げる。

<具合的な内容>

- ◆ 県内企業が持つ環境技術や製品に対する海外でのニーズを把握するための「市場調査」の実施
- ◆ 上記調査結果も踏まえつつ、現地企業との「マッチング」支援と「フォローアップ」の実施



小水力発電機

【成果目標】

- 直接的成果目標：
 - ・シンガポール小売店での本県加工食品の継続的取引の実現（5社）
 - ・阿波藍染め商品の店舗での取扱の実現（3社）
 - ・県内環境関連企業の海外取引の実現（2社）
- 間接的成果目標：
 - ・徳島県内の輸出中小企業数
2017年:123社→2021年:141社



【波及効果】

- ・徳島県産品のシンガポールにおける市場先行開拓による県内経済の活性化
- ・先行開拓による後続企業へのインセンティブ効果
- ・環境産業への進出による県内環境産業の活性化と長期安定的な経営環境の確保



【将来の支援目標】

- ・徳島県内の輸出中小企業数
2017年:123社→2022年:145社
- 目標達成のため、シンガポール以外のASEAN諸国への販路開拓に取り組む。

【都道府県の施策との連携・親和性】

県の令和2年度当初予算案「中小企業海外展開トータルサポート事業」の一環として、県からも補助を受けて実施する事業内容であり、県の施策にも合致。

