

(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諸国等への展開の支援は依然として重要である。また、燃料・原材料価格の高騰、円安の進行や人手不足など、県内の中小企業を取り巻く経済環境が厳しさを増す中、企業のニーズを踏まえ、アジア地域を中心に、他地域においても富山県産品の認知度向上とブランド力の浸透を図るため、県内企業の海外展開の支援を幅広く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、資金や情報収集、人材育成など様々な面から、ASEAN諸国等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】

燃料・原材料価格の高騰、円安の進行や人手不足など、県内の中小企業を取り巻く経済環境が厳しさを増す中、企業のニーズを踏まえ、アジア地域を中心に、他地域においても富山県産品の認知度向上とブランド力の浸透を図るため、県内企業の海外展開への支援に取り組んできた。

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・オセアニア販路拡大支援助成
- A事業② 新事業展開等促進事業
  - (1) 海外販路開拓支援
  - (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・オセアニア 販路拡大支援助成
A事業② 新事業展開等促進事業	(1) 海外販路開拓支援	①台湾現地商談会の実施
		②オーストラリア県産品プロモーションの実施
	(2) 海外経済ミッション派遣	台湾・オーストラリア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・オセアニア地域販路拡大支援助成

### <事業内容>

東アジア・ASEAN 諸国・オセアニア地域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・オセアニア地域において、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7件の応募があった。

選定委員による書類審議の結果、7社に交付決定を行い、助成を執行した。

採択：7社（交付確定額：639,170円）

### <課題等>

見本市への出展や商談会への参加を通して、現地のバイヤーの生の声を聞き、販売戦略を検討・実行することは、海外での販路開拓を行う上で非常に重要であることから、引き続き本補助制度を通じて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) 海外販路開拓支援

## ① 台湾現地商談会の実施

## &lt;事業内容&gt;

台湾は、地理的、文化的に日本と近く、往来も多い国である。(2024年10月の訪日台湾人数：対2019年同月比15.8%増の478,900人)

また、当機構が県内企業453社(回答：63社)を対象に行った、海外販路開拓に関するアンケート調査によると、関心のある国として台湾を挙げた企業が最も多い結果となっている。

このような背景を踏まえ、台湾現地において、現地バイヤーとの商談会を実施し、県内企業の優れた製品をPRするとともに、販路開拓の支援・ビジネス交流の推進を図る。

なお、本商談会については、台湾経済ミッションの一環として実施する。

## &lt;実績・評価等&gt;

県内企業から寄せられたマッチング希望を踏まえ、現地バイヤーを招へいし、台湾現地にて対面形式の商談会を実施した。県内企業1社あたり5～8社との商談機会を設け、計42件の商談が行われた。

参加事業者はバイヤーからの質問に対応するなどして自社商品のPRを行った。県内企業ごとに専任の通訳を手配し、商談のサポートを実施した。

実施したアンケートでは、複数の商品に対してバイヤーの関心が寄せられた。

## 《商談会概要》

期間：令和7年8月19日(火)

場所：台北世界貿易センター 3階会議室(台北市信義区信義路5段5号)

参加企業：7社(食品：4社、工芸品：3社)

現地バイヤー：12社(食品：7社、工芸品：5社)

## &lt;課題等&gt;

商談会では、食品分野については、主に飲食店やコンビニ市場向けの水産加工食品への関心の高さが窺えた。また、台湾現地でなじみの薄い食品については、バイヤー側からパッケージの改良や消費者向けレシピの用意などの依頼があった。

工芸品分野については、台湾現地の文化や抹茶ブームを踏まえたオーダーメイドやOEMに対する関心の高さが窺えた。また、類似の日本商品や中国製商品との差別化についての質問が見られた。

現地バイヤーは、総じて日本産品への関心が高く、非常に熱心に質問をしており、アンケートでも成約検討に向けて前向きな回答が複数見られた。

一方で、価格や、包装の改良、水産加工品の重金属量検査、台湾現地の文化を踏まえた商品のローカル化・OEM対応など、サプライヤー側に求める要求も多岐にわたった。

これらの結果をふまえ、関係機関とも連携し、現地のニーズに即した支援施策を実施していく必要がある。

## ② オーストラリア県産品プロモーションの実施

## ＜事業内容＞

南半球最大の先進国であり、今後も安定した経済成長が見込まれるオーストラリアにおいて、現地の小売店を会場として期間限定のフェアを開催し、県産品の認知度向上と販路拡大を支援するとともに、現地の消費動向を探る。

## ＜実績・評価等＞

今回のフェアについては、事業委託先からの提案により、昨年度に引き続き（一社）石川県食品協会との共催で「北陸フェア」として開催した。

フェアは事業委託先が運営する日系食材スーパー5店舗において1か月間開催され、一般消費者への販売のほか、店舗SNSにおいてフェアのPRを実施し、県産品の認知度やブランド力の向上を図った。また、毎週末に販売員を配置し、試食会を実施することにより、PR強化を図った。

## 《フェア概要》

期間：令和8年2月1日～28日（1か月間）

場所：Tokyo Mart（シドニー）

Fuji Mart（メルボルン、ブリズベン、ゴールドコースト、パース）

参加企業（富山県）：12社

販売形態：買取方式

## 《事業全体を通じた満足度》

満足度調査：81.8%（満足度5段階評価のうち「大変満足」「やや満足」の割合）

※参加企業12社のうち11社が回答

## ＜課題等＞

今回のフェアでは、珍味・スナック系の商品や調味料の売り上げが特に好調だった。

現地でなじみの無い商品でも、現地で一般的な食材と上手く組み合わせ試食販売を行った後に一気に売り上げが伸びた商品もあり、販売員の配置、店舗側との試食レシピの共有、消費者向けのポップ等の作成といった販売時の工夫の重要性が窺えた。

また、パッケージが目立ち、中身が分かり易い商品は手に取ってもらいやすいことや、日本と比較して、現地消費者がアレルギーやグルテンフリー等に敏感である傾向等も窺えた。

これらの結果を事業者にフィードバックし、現地のニーズに即した商品の提案や改良、販売時の工夫のノウハウの蓄積等に向けた支援を行っていく必要がある。

## (2) 海外経済ミッション派遣 …A事業②

## ①台湾海外経済ミッションの実施

## &lt;事業内容&gt;

台湾へ経済ミッション団を派遣し、現地関係機関や小売店等の視察を通して、同国における消費動向や市場の状況について理解を深める。

また、ミッション団派遣期間中に現地バイヤーとの商談会を実施し、各企業の優れた製品をPRするとともに、販路開拓の支援・ビジネス交流の推進を図る。

## &lt;実績・評価等&gt;

前述の台湾現地商談会の翌日、食品分野と工芸品分野に分かれて、現地小売店等の視察を行った。視察先は、商談と同様に参加企業の希望を踏まえてアレンジし、現地事業者から説明を受ける機会を設けた。

なお、食品分野については、台湾南部・高雄市の現地バイヤーを交えた試食会を行い、県内企業の商品のPR機会の創出にもつながった。

## 《台湾経済ミッション概要》

派遣期間：2025年8月18日(月)～8月22日(金)

参加者：13名(事務局員含む)

## ○商談会【再掲】

実施日：2025年8月19日(火)

場 所：台北世界貿易センター

参加バイヤー：12社(食品・雑貨卸・小売、飲食店)

## ○現地小売店等視察

実施日：2025年8月20日(水)

視察先：

- ・食品 高級スーパー(台中市)、卸会社との意見交換(高雄市)
- ・雑貨・工芸品 国立台湾工芸研究発展中心台北当代工芸設計分館(台北市)、複合型セレクトショップ(台北市) ほか

## &lt;課題等&gt;

今回の視察を通じて、食品については賞味期限1年以上という条件や、即食可能な商品の需要の高さ等が、工芸品については台湾現地の文化に寄り添った商品セレクトや、オーダーメイド、OEMも視野に入れた展開が求められる傾向等がうかがえた。

参加事業者からは「台湾の市場を効率的に回ることができ、大変勉強になった」「現地の需要がよくわかり今後のブランディングの参考になった」などの声が寄せられている。

また、食品分野における卸会社との意見交換では、前日の商談会に続き水産加工品が好評であり、サンプルの買取りや、早期の見積依頼など、バイヤー側の積極的な反応も見られた。

本ミッションで得た知見をもとに、関係機関とも連携し、現地のニーズに即した支援施策を実施していく必要がある。

## ② オーストラリア海外経済ミッションの実施

### <事業内容>

当機構が新たに県産品の販路開拓に取り組むオーストラリアに、海外展開に意欲的な県内企業を募りミッション団を派遣する。

現地の関係機関や小売店等を訪問し、マーケットの概況やビジネス環境、物流や商習慣、消費動向などの情報を収集する。

### <実績・評価等>

今回は「オーストラリア県産品プロモーション事業」に参加した企業のうち、希望する事業者とともに、オーストラリアを訪問した。プロモーション事業委託先及び現地日系輸出商社との情報交換及び商談や、フェア会場での試食販売を開催したほか、現地小売店等の視察を行い、市場環境についての理解を深めた。

### <概要>

期間：令和8年2月4日～10日

訪問先：フェア実施店舗、現地日系輸出商社、小売店等

参加者：3名（事務局含む）

### <課題等>

試食販売では、参加事業者が店頭に立って自社製品のPRを行い、消費者の生の声を聴いてもらうことができた。商社との商談も実施し、参加事業者からは、「包装の工夫の重要性はじめ、多くの学びを得ることができた。これからの事業展開に活かしていきたい」という声があった。

また、現地小売店等を訪問することによって、オーストラリア市場における日本製品の販売状況や日系食材スーパー等の販売戦略を確認することができた。

さらに、フェア実施店舗やブリーフィングを受けた関係機関、商社からは、現地の消費トレンドや、パッケージ面での工夫やローカライズ等の重要性についても示唆があった。

本ミッションで得た知見をもとに、関係機関とも連携し、現地のニーズに即した支援施策を実施していく必要がある。

### (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の勤務経験があり、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からの相談に対応するとともに、県内企業を訪問し、当機構や関係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。

相談件数：106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>

海外との往来が活発化する一方、不安定な国際情勢の影響を受け、県内企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況にある。一方で、円安やインバウンドの増加など、海外への販路拡大を行うチャンスでもある。

こうした中、海外進出経験のない企業からの案件も含め、海外販路開拓に関する相談は徐々に増加しており、これ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ながら、県内企業のニーズに応じた有用な情報をフィードバックし、戦略的な海外展開を後押ししていく必要がある。

#### 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対応した。

##### <課題等>

外国法人等の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ている。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】**

世界的には、紛争の長期化や緊迫する中東情勢による地政学的リスクの高まり、トランプ政権の経済政策の行方や、昨今の日中関係の不透明化など、国際経済の不確実性は高まっている。また、国内では、円安の影響による輸入物価の高止まりに加え、人手不足を背景とした賃金上昇や物流費の増加、さらに、金利上昇リスクによる資金繰りの不透明感もあるなど、地域経済を支える中小企業の経営環境は厳しさを増している。

一方、円安水準の継続や、新興国市場の拡大、インバウンドによる日本製品の認知度向上など、海外での販路拡大に向けては好機とも言える。

こうしたことから、県内中小企業が既存の販路のみに依存することなく、海外での新たな市場開拓を通じ、販路の拡大や多角化を図る取組みを支援する重要性が一段と高まっており、これらの状況の変化をとらえ、県内企業のニーズを踏まえ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推し進めることが重要である。

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、国際競争力を強化していくことが、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。