



JAPANブランド育成支援事業について

関東経済産業局 経営支援課
平成29年5月

(1) 事業概要

中小企業の新たな海外販路の開拓につなげるため、複数の中小企業等が協働し自らの持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略の策定について支援を行うとともに、戦略等に基づいて行う商品の開発や海外展示会出展等の取組みに対して支援(補助)を行う。

(2) 支援対象

中小企業の連携体(4者以上)、商工会、商工会議所、組合、NPO法人 等

※中小企業の連携体であっても、大企業からの一定程度の資本が入っていたり、単なる取引関係の連携で、実質的に個別の中小企業の取組みと認められる場合は、補助対象となりません。

(3) 支援内容(2種類の支援)

1. 戦略策定段階の支援

補助金額(上限):200万円 補助率:100%

- 自らの強み(素材や技術等)やターゲット市場を分析し、ブランドコンセプトや基本戦略を固めるための費用を補助。
- 海外市場調査費、海外旅費、通訳・翻訳費、専門家謝金などが対象。
- 1年間に限り補助。

2. ブランド確立段階の支援

補助額(上限):2,000万円 補助率:2/3(自己負担1/3)

- 戦略に基づき、実際にターゲット市場で行う販路開拓やブランド確立に向けた取組みの費用を補助。
- 海外展示会出展費、海外旅費、試作品開発費、産業財産権等取得費、HP作成費などが対象。
- 最長3年間補助。(補助金は1年毎に申請が必要)

※「1. 戦略策定段階の支援」を受けていなくても、既に自ら策定した戦略等に基づき実施する場合でも支援対象。

■地域や中小企業の持つ優れた素材や技術

- ・地域の優れた素材や中小企業の持つ技術等を再確認
- ・海外展開の目的の設定（何を海外展開し、ブランド確立を目指すのか）
- ・海外展開を目指す関係者のメンバーづくり（複数の中小企業の連携）

■海外展開に向けた戦略の策定

- ・想定するターゲットの決定と詳細な市場の分析
- ・海外展開で売れる製品の選定
- ・市場分析等を踏まえ、海外展開に向けた戦略の策定（中長期の目標、戦略、計画の策定）

★戦略策定の支援（1年間支援）
補助金額（上限）200万円
補助率：100%

■ブランド確立に向けた具体的取組み

【1年目】

- ・海外で売れる製品のブラッシュアップ
- ・ターゲット市場での具体的な展開（展示会出展、商談会等）
- ・更なる市場把握 等

【2年目】

- ・市場に合わせた計画の推進（市場ニーズ等に合わせて、計画を補整、製品の更なるブラッシュアップ 等）
- ・現地のパートナー企業、販売代理店等の確保
- ・受注体制の構築 等

【3年目】

- ・現地パートナー企業、代理店等と連携した顧客開発
- ・補助事業終了後の実施方法、体制を考慮した取組み 等

■海外取引拡大

■ブランド確立

★ブランド確立の支援（最長3年間支援）
補助金額（各年度上限）2,000万円
補助率：2/3

—実施する上での重要なポイント—

1. 円滑に意思決定ができる体制づくり

(プロジェクトの方向性、内容等の決定や、計画変更の際に、円滑に意思決定ができる体制を構築。リーダーシップの存在や、すぐに相談し意思決定ができるメンバーでの実施。)

2. 自己負担分の資金の確保、費用負担の明確化

(事業に必要な資金の管理方法や、参加企業による負担金額のルールをつくり、メンバーで共有。)

3. 外部人材のノウハウ活用

(プロデューサー、デザイナー、広報担当等外部人材のノウハウ、ネットワーク等を積極的に活用。)

4. ターゲット市場の詳細分析、製品等のコンセプト・ウリの明確化、ブラッシュアップ

(ターゲット市場を明確化し市場動向の詳細な分析結果を踏まえ、輸出に係る費用を加味し、海外で売れる商品を念入りにブラッシュアップ。また製品のコンセプトやウリを明確にし、ターゲット市場にわかりやすくPR。)

5. 現地パートナー企業等との連携、バイヤー等とのネットワーク構築

(現地パートナー企業や商社等の仲介企業と連携し、現地において円滑な取引等ができる体制の構築。また、継続的に展示会出展することにより、バイヤーと顔見知り。)

両毛シルクワールド・プロジェクト (有限会社小池経編染工所)

両毛産地の繊維事業者が連携し、最新トレンドにあわせた新たなシルク素材を開発。欧州に販路を開拓。

- ・パリ、ミラノ等の現地商社と契約し、現地ファッションブランドのニーズ把握、ショールームを活用した常設展示等、現地において直接かつ継続的に商談等ができる体制を構築。
- ・現地に商談機能を持つことにより、現地アパレル企業との距離を縮め、ニーズを踏まえた迅速な対応が可能に。
- ・これまでの取組みにより、ファッションブランドとの直接的なネットワークの強化や、複数の商談が成立。
- ・また、フランスのシルク産地 リヨンにある繊維支援機関「テクテラ」への天然機能性素材の開発の提案など、意欲的に実施。



ミラノのショールームの様子



テクテラへの提案の様子

かめま高度微細加工技術ブランド化プロジェクト (鹿沼商工会議所)

鹿沼地域にて集積と高度化が進められている「微細加工・切削加工技術」をブランド化し、海外展開を目指す。

- ・栃木県鹿沼地域には、「微細加工・切削加工」を担う中小企業が集積。
- ・鹿沼商工会議所が主体となり、地元微細加工・切削加工中小企業と連携し、平成11年に「鹿沼ものづくり技術研究会」を発足。
- ・研究会では技術の高度化を進め、微細加工・切削加工技術の適用分野として期待される医療機器をターゲットに海外の販路開拓を実施。
- ・展示会に出展や、ニーズを踏まえた技術開発等を継続的に行うことにより、世界から高い技術力が認められ、研究会メンバーの技術により、国内外の大手医療メーカーと継続的な取引が行われている。



ドイツ企業との技術交流



医療機器に使用されるIBスピンドル

大宮盆栽海外展開プロジェクト (公益社団法人さいたま観光国際協会)



欧米における「大宮盆栽」ブランドの再構築と定着、本格的な輸出体制の確立

- ・EU諸国の富裕層をターゲットとして、世界でも評価の高い大宮盆栽の安定的な輸出を目指す。
- ・これまで、支援機関の強力なリーダーシップの下、関係者が連携し、海外展示会等で実物展示等や、海外メディア等を通じたプロモーション活動を継続的に実施することにより「大宮盆栽」の知名度等が向上。また併せて、検疫体制の整備や物流・通関への対応など、輸出に向けた体制も構築。
- ・現在、現地において、「大宮盆栽」のプロモーションとあわせた商談スペースを設置し、本格的な商談を行うとともに、大宮盆栽の証である認定証の発行などブランド管理に必要な取組みも実施。



【海外展示会出展の様子】



【海外プロモーション用パンフレット】

リビング・デザイン 東京 (東京商工会議所)



伝統の東京の家具製造技術を活かし、都市生活を意識したデザイン性の高いオリジナル家具を世界に展開。

- ・江戸時代から技術を受け継ぐ、特注家具メーカーが集結。
- ・江戸の美意識、先進都市「東京」の生活スタイル等を意識したデザインの高いオーダーメイドの家具を製造。世界のハイエンドな市場をターゲットに展開。
- ・ブランド名「tobi」※として、プロデューサーなど外部の専門家を活用し、世界最大級のインテリア・デザイン見本市への出展や、メディア、各媒体でのプロモーションなど戦略的に展開。
※コンセプト: 粋でいなせな江戸の象徴「鳶」、美しい都「都美」
- ・海外バイヤーからの評価も高く、海外展示会出展を機会に複数のバイヤーと継続的な取引が行われている。



【展示会の様子】



下町ボブスレーによる中小製造業の海外販路開拓プロジェクト (公益財団法人大田区産業振興協会)



東京都大田区の中小製造業の基盤技術ネットワークを生かした「下町ボブスレー」を製作。海外に技術・企画開発力を発信し、航空宇宙や医療機器関連などの市場開拓を図る。

- ・東京都大田区の優れた基盤技術を持つ中小製造業が集結し、ボブスレーそり「下町ボブスレー」を製作。
- ・国際大会への出場や海外展示会出展を通じて、技術力や企画開発力を効果的にアピール。様々な分野(航空宇宙や医療機器等)での市場獲得を目指す。引き続き、次期冬季五輪への出場を目指し、ボブスレーをブラッシュアップ。
- ・欧州ではボブスレーの人气が高く、また高度な技術が集約されたボブスレーは、ドイツの医療機器部品展示会「COMPAMED」においても多くの集客と高い評価を獲得。現在、多数の商談が継続中。



市民や学生たちから多くの寄せ書きが書き込まれた応援幕



「下町ボブスレー」が全日本選手権に初参戦し、見事優勝

金属ハウスウェアブランド育成プロジェクト (日本金属ハウスウェア工業組合)

Made in Japan金属ハウスウェアのブランドを展開。ロシアや欧州で新市場を開拓

- ・燕地域を中心に金属ハウスウェア製造業が集結。日本金属ハウスウェア工業組合が中心となり、金属ハウスウェアの産地ブランド確立及び海外販路開拓に取り組む。
- ・燕の代表産業である金属加工業の技術力やブランド力を生かした開発商品をはじめ、参画事業者の自社ブランドを複数のロシア・欧州の展示会に出展。
- ・ロシアに精通するメンバーがいたことから、特にロシアをターゲット市場とし開拓を目指した。ロシア向けに開発した「サモワール」は、ロシアのみならず、イギリス、スイス、台湾、シンガポール等のバイヤーの目にとまり、幅広く販路を確立。

※サモワール:ロシアの伝統的な茶器セット



サモワール



モスクワの展示会の様子

百年物語プロジェクト (公益財団法人にいがた産業創造機構)



「100年後も大切にしていきたい生活文化を創造する道具」を、多彩なモノづくりの土壌を持つ新潟から発信

- 新潟県の金属食器や刃物、織物等の生活関連産地の企業等が集結し、100年後も大切にしていきたい生活文化を維持、継承していくための道具」をコンセプトとした「百年物語プロジェクト」を発足。

- 毎年一つのテーマの下、産地企業の技術を集約した、長きに渡り使える高品質な生活関連の製品を開発。ブランド構築に必要な「情報」、「流通」と合わせ、総合的なブランド戦略を展開し、新潟ブランドとして一体的に発信。

(例)テーマ: Tools for a refined gentleman
製品: コーヒーポット、万年筆、メガネケース、ルームウェア等

- 海外展示会(アンビエンテ)への継続出展や、ロンドンのギャラリーでの展示などにより、海外で高い評価を得るとともに、常連のバイヤーを多く獲得。



開発テーマ「Tools for a refined gentleman」の商品 アンビエンテの展示の様子

「甲州ワイン」のEU輸出プロジェクト (甲府商工会議所甲州市商工会・山梨県ワイン酒造協同組合)



甲州ワインの生産者等が一体となり、世界のワインの中心地英国ロンドン等での評価獲得、世界での市場を拡大。

- 山梨県内のワイン生産者、支援機関など地域関係者等が一体となり「甲州ワインEU輸出プロジェクト(KOJ)」を設立。

- 世界のワインの中心地である英国ロンドン等での評価獲得を最優先に、ワイン界の世界的権威「マスターオブワイン」をコンサルタントとして迎え、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」へ登録など難易度の高い挑戦を継続的に実施。

- 英国ロンドン等において高い評価を獲得するとともに、世界のワイン関係者への認知が拡大し、世界各国への輸出が実現。



世界に羽ばたく甲州ワイン



ロンドンでのプロモーション

DTF(Desk Top Factory)研究会 ブランド構築事業 (公益財団法人長野県テクノ財団)



欧州市場で「小さな部品は机に乗る小さな工場で作る」
DTF(Desk Top Factory)研究会ブランドを構築する。

- ・精密加工業の集積地である諏訪地域の企業、支援機関が集まり、プロジェクトの方向性、内容を徹底的に議論。各企業が持つ、技術力・知識・ノウハウを集約し、省エネ・省資源・低コスト・他品種変量生産を実現するデスクトップサイズの超精密卓上工作機械・システムを開発。
- ・欧州の展示会に出展し、「Innovative Award」を受賞するなど、現地で高い評価を得ており、DTFの認知度が向上。また、専門家のネットワークなども活用し、欧州の多数の企業、大学、研究機関等と商談を実施。
- ・これまでの取組により培った欧州各所におけるネットワークにより、今後のビジネスマッチング、装置の営業・メンテナンスを行える体制を構築。



DTF装置を連結した
フレンドシップラインミニ



MICRONORAの展示の様子

「稲作用農業機械のアジア市場展開プロジェクト」 (一般社団法人 日本農業機械工業会)

日本の農業機械メーカーが一体となり、稲作用農業機械を
“JAPAN BRAND”という高品質イメージで統一し、ベトナム
を中心としたアジア市場へ展開

- ・高い経済成長率から農機市場の拡大が見込まれるベトナムを中心とした国際農業機械展示会に、日本の農業機械メーカー各社が一体となり出展。
- ・当該展示会において、日本製の農業機械・部品の展示PRと具体的な商談会(ビジネスマッチング)を実施し、参加企業の製品PRと現地での販売ネットワークを構築。
- ・本事業終了後の成果として、現地代理店の設立や一部試験輸出に成功した参加企業も出てきた。
- ・引き続き、ベトナムにおいて販路開拓に係る取組を実施することにより、継続的な受注・成約獲得を目指す。



【海外展示会出展の様子】

【ビジネスミーティングの様子】

<問合せ先>

関東経済産業局産業部経営支援課
埼玉県さいたま市中央区新都心1-1

電話:

048-600-0332(課直通)

ホームページ:

<http://www.kanto.meti.go.jp/>