JAPANブランド育成支援等事業とは

<u>中小企業の海外展開</u>を支援する補助金です！

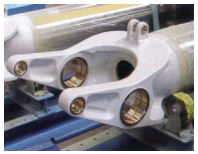
1．海外展開はなぜ必要？①

日本の中小企業の産品・技術は、世界で通用します！

広島県日本酒のブランド構築
株式会社三宅本店 【広島県】

- 広島県の酒蔵9社が連携し、欧州最大の日本酒展示会である「サロンドサケ」への出展等により、**広島県産日本酒の“品質の良さ”と“醸造技術の高さ”**をフランスを中心に海外へPR。
- **参画事業者の年間輸出額はH25年比で20倍以上（約1,300万円）**となり、**フランスでの広島県産日本酒取り扱い店舗数も約250店舗にまで拡大**した。

特殊銅合金で世界と勝負する航空機分野の下町ロケット
三芳合金工業(株) ・ 大和合金(株) 【埼玉県】

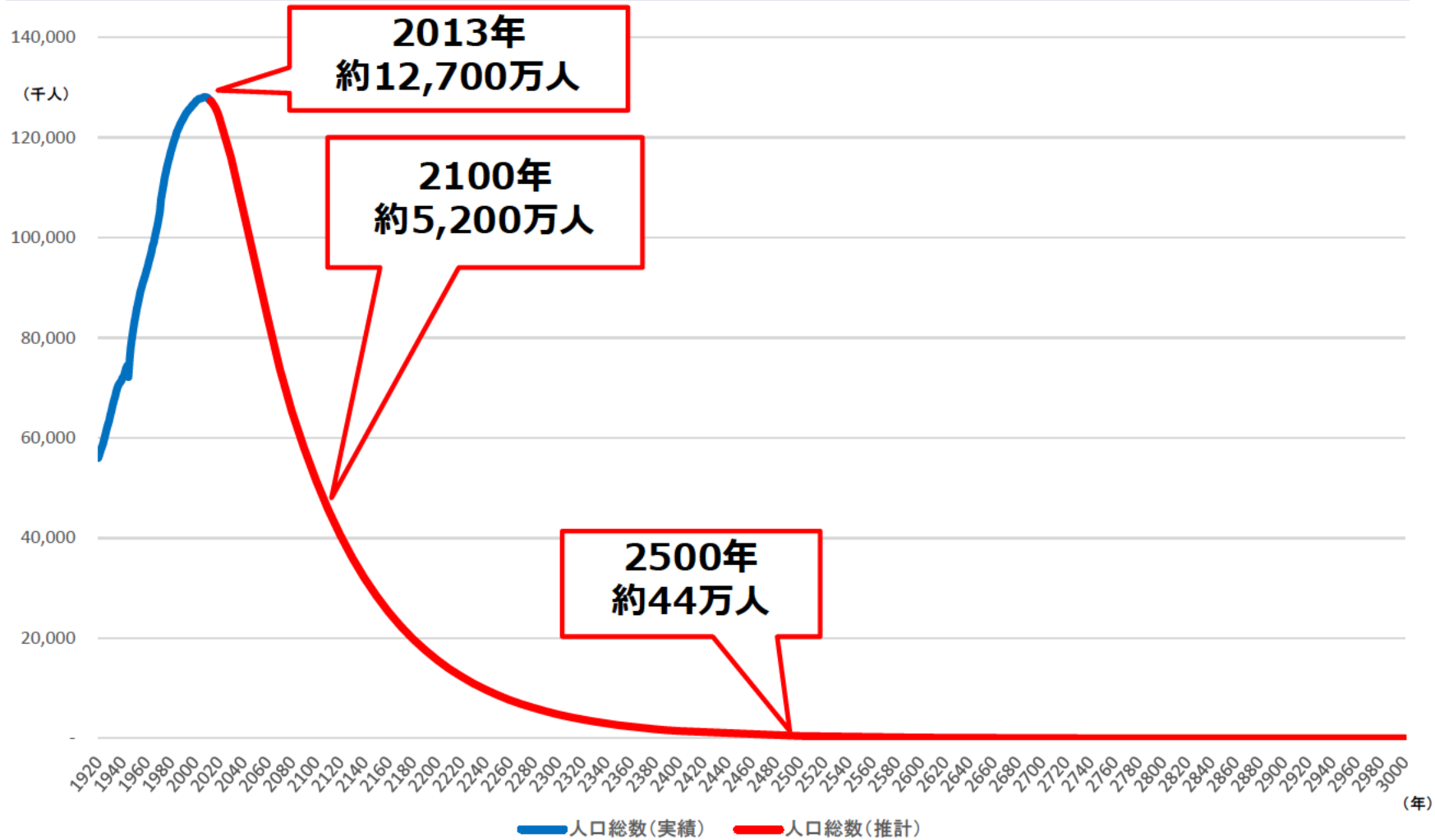


- 特殊銅合金の開発・製造・加工・販売まで一貫体制で行う。一貫生産ゆえに、**実験的な仕事が可能であり、超短期依頼や、少量多品種生産が可能**。
- 2008年頃に出展した航空機関連の海外見本市などをきっかけに、**航空機の着陸部品の輸出**を開始。
- わずかな注文や新たな要求にも柔軟・迅速に対応したことが顧客の信頼獲得につながり、現在では**欧州の航空機Tier1企業への納入も実現し、輸出量は当初の20倍に拡大**した。

1．海外展開はなぜ必要？②

- 仮に、死亡率、出生率が現在と変わらないと仮定すると、我が国人口は以下のような推移をたどることに。
- 我が国が人口減少局面に入ることは確実となる中、**まだ伸びる海外市場への進出は、非常に重要**。

人口減少のジェットコースター

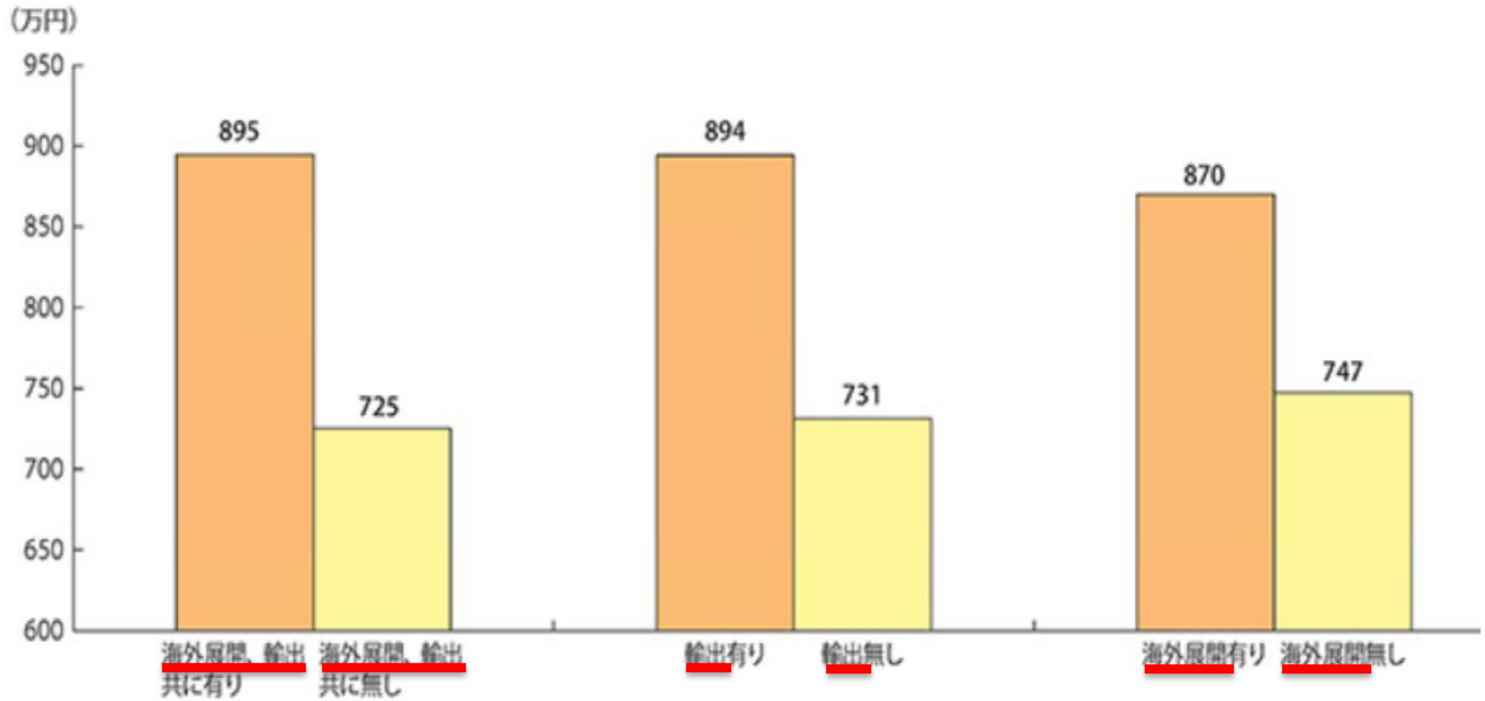


出典：国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集（２０１５）」より作成。

1．海外展開はなぜ必要？③

- 海外展開and/or輸出をしている企業と、国内だけで事業をしている事業者を比較すると、いずれを切り出しても、**海外展開／輸出企業を行っている企業の方が、明らかに生産性が高い**

第1-1-22図　海外展開の有無別・輸出の有無別の生産性比較



資料：経済産業省「平成28年企業活動基本調査」再編加工
(注)1. ここでの労働生産性は、常用雇用者1人あたりの平成27年度の付加価値額を指す。
2. 海外に子会社または関連会社を1つでも持つ企業を海外展開ありとする。
3. 僅かにでも輸出を行っている企業を輸出ありとする。

https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/h30/html/b1_1_2_6.html

2．各国の海外展開支援

中小製造業の輸出が強いドイツや、**コンテンツ産業の海外展開が盛んな韓国**も、国をあげて海外展開を支援

Seeds / Middle / Final

ドイツ

機運醸成・人材育成支援

・経営者研修プログラム
概　　要：ドイツの企業、ドイツ企業と商取引のある外国企業を対象とした経営者支援プログラム。①発展途上国を中心とした21カ国の企業によるマネージャーのドイツ派遣支援、②ドイツ企業マネジャーのロシアや中国への派遣プログラムを展開。
支援主体：ドイツ国際協力公社主催
支援対象：全企業
実　　績：約20年間で1,100の外国企業が参加

在外ドイツ商工会議所、経済振興公社の支援

・国内外の商工会議所での再教育プログラム
概　　要：再教育コース（一部有料）国際ビジネスコースを提供
支援主体：ドイツ商工会議所連合会、各地の商工会議所、在外ドイツ商工会議所
支援対象：全企業

・デレゲーションプログラム
概　　要：政治・経済ミッションの派遣、ビジネスマッチング等を実施。
支援主体：在外ドイツ商工会議所
支援対象：全企業
実　　績：92ヶ国140カ所に所在する在外ドイツ商工会議所（AHK）の中に、ビジネスセンターが設けられているケースがある。

フィージビリティスタディー

・海外市場情報提供
概　　要：国外展開に関する各国市場情報（政治的・法的・技術的制約、市場機会と傾向等）を国内説明会を通じて提供
支援主体：経済エネルギー省
支援対象：大企業も参加可能。原則として、参加企業の少なくとも50%は中小企業でなければならず、大企業よりも優先される。
対象産業：15業種
実　　績：対象国13ヵ国計12回開催

・市場調査および提携候補先企業調査（有料）
概　　要：自社製品およびサービスの進出先での市場調査、顧客やサプライヤー、販売チャネル等に関する調査、競合等を有料で調査、現地情報ソースへのアクセス提供、ビジネスマッチング、現地進出時のロケーションコンサルティング（一部有料）
支援主体：在外ドイツ商工会議所
支援対象：全企業

展示会出展・商談会支援

・国外展示会支援プログラム
概　　要：経済省ブース（ジャーマン・パビリオン）内にブースを確保。共同利用のラウンジ提供、ブース機材提供や設営・解体時の支援。
支援主体：経済エネルギー省、食糧・農業省、経済・輸出管理庁、ドイツ見本市協会など
支援対象：支援企業の85%は中小企業
補 助 率：1/2程度（平均）
実　　績：2020 年のジャーマン・パビリオン出展募集数：合計で342 件 。

・経済振興公社により外国見本市の出店支援（ザクセン州）
概　　要：対象はスペース料、ブースの設置・撤去費用、出品物の輸送費、通訳費用、広報資料作成費
支援主体：ザクセン州
支援対象：中小企業
支 援 額：1社1展示あたり5,000€
補 助 率：30%～40%
実　　績：平均年14回
（出所）岩本晃一「中小企業のグローバル展開－日独比較－」

海外進出支援

・ミッテルシュタンド・グローバル・国外市場開拓支援プログラム③
概　　要：国外展開に関する各国市場情報（政治的・法的・技術的制約、市場機会と傾向等）を国内説明会を通じて提供
支援主体：経済エネルギー省
支援対象：大企業も参加可能。原則として、参加企業の少なくとも50%は中小企業でなければならず、大企業よりも優先される。
対象産業：15業種
実　　績：対象国13ヵ国計12回開催

・オフィススペースの貸出と相談対応
概　　要：一部の在外ドイツ商工会議所にてオフィススペースの貸出や会議場の貸出し、会議室貸出し、空き物件紹介、マッチング支援などを行う。
支援主体：在外ドイツ商工会議所
※92ヶ国140カ所の在外ドイツ商工会議所＋50カ所以上の経済振興公社海外拠点

・ビジネス支援サービスプログラム
概　　要：途上国や新興工業国に展開するドイツ、欧州及び現地企業に対し、10項目以上の支援プログラムを提供。
支援主体：在外ドイツ商工会議所等

輸出支援

・ミッテルシュタンド・グローバル輸出戦略（4分野：エネルギー、環境技術、医療産業、展開利用目的の安全保障技術）
概　　要：海外市場動向に関する情報提供、各国市場の参入リスク軽減手法を紹介
総予算額：全体予算1000万€,環境技術予算200万€
支援主体：経済エネルギー省、環境技術は環境省
支援対象：ドイツに所在する中小企業で、再生可能エネルギーの普及やエネルギー効率の向上に資する製品、次世代送電網や蓄電技術に資する製品・技術を有する企業
実　　績：毎年約1500社が約150の企画に参加、27企画を実施

・ミッテルシュタンド・グローバル -エネルギー輸出戦略
概　　要：在外ドイツ商工鍵所による視察調査の一環として、各国におけるエネルギー関連産業の視察や、提携候補先となる企業や研究所への訪問等を実施。
支援主体：経済エネルギー省、在外ドイツ商工鍵所
支援対象：全企業

韓国

機運醸成・人材育成支援

・グローバル市場開拓専門企業（GMD）事業
概　　要：独自に海外マーケティング活動を行うことが困難な中小企業のために輸出専門企業（GMD）の専門性を活用して、海外進出を支援
総予算額：34億ウォン
支援対象：国内製造業者（中小企業）、200社程度
補 助 率：１社あたり2,000万ウォンの範囲内、総事業費の70%まで

大韓貿易投資振興公社(KOTORA)の支援

・リード企業育成事業
概　　要：有望中小企業を対象にした海外進出のための海外マーケティング支援事業（1社あたり300万ウォンの有料サービス）
支援主体：大韓貿易投資振興公社（KOTRA）

・貿易ミッション団派遣
概　　要：有望中小企業を対象にした海外進出のための海外マーケティング支援事業（1社あたり300万ウォンの有料サービス）
支援主体：大韓貿易投資振興公社（KOTRA）

フィージビリティ・スタディ

・輸出コンソーシアム事業
概　　要：中小企業同士がコンソーシアムを構成し、バイヤー発掘から契約締結までを段階的に支援
総予算額：60億ウォン、600社前後の30コンソーシアム
支援対象：業種別中小企業団体（組合、協会など）、輸出関連機関およびグローバル市場開拓専門企業が主管する輸出コンソーシアム細部事業に参加する中小企業
補 助 率：最大30社で構成され、事前市場調査、現地流通、事後管理などにかかる共通費用の70%を支援、各コンソーシアムに約2億5,000万ウォン限度

・輸出陸路相談
概　　要：中小企業の陸路事項の解消を目指し相談サービスを実施（相談内容は、海外進出戦略、貿易実務全般、取引先発掘方法、契約、クレーム、通関関連など）
支援主体：大韓貿易投資振興公社（KOTRA）

展示会出展・商談会支援

・海外展示会への個別企業参加支援
概　　要：海外の専門展示会に中小企業が個別で参加する際の支援
支援主体：大韓貿易投資振興公（KOTRA）
支 援 額：1社年間2回、1回最大500万ウォン）

・海外展示会の韓国パビリオンへの参加
概　　要：海外の展示会にKOTRAと関連団体が韓国パビリオンを運営し、中小企業の海外展示会参加を支援
支援主体：大韓貿易投資振興公（KOTRA）

海外進出支援

・輸出インキュベーター運営
概　　要：海外の主要貿易拠点に輸出インキュベーターを設置・運営。
総予算額：34億ウォン
支援対象：中小製造業、200社程度
補 助 率：１社2,000万ウォン、総事業費の70%

・海外進出支援
概　　要：海外投資進出コンサル、現法設立、知財の登録、許認可、現地クレーム、知的財産権紛争対応、受注支援等
総予算額：499億ウォンの内数
支援対象：製造業、知識サービス業を営む中小企業（2,000社）

・海外プロジェクト受注支援
概　　要：中小企業が海外プロジェクトを受注する際に必要な現地の法律、会計、金融などの情報提供、リスク管理などの相談支援
支援主体：大韓貿易投資振興公（KOTRA）

・海外IT支援センター
概　　要：ICT関連中小企業の海外進出を支援するため、米国、中国、日本にIT支援センターを運営
支援主体：大韓貿易投資振興公（KOTRA）

輸出支援

・輸出成功パッケージ
概　　要：輸出ブランド開発、デザイン開発、製品マニュアル制作、商品ページ制作、外国語資料通訳・翻訳、ライセンス認証、海外規格認証取得、信用認証サービス契約書作成（支払条件を含む）、通関・船積必要書類、決済関連書類、輸出物流、電子取引サービ、関税還付申請書代行、FTA原産地関連書類等など
総予算額：499億ウォンの内数
支援対象：「中小企業基本法」上の製造業、製造関連サービス業、知識サービス業を営む中小企業（2,000社）
補 助 率：サービス料金の最大70%を提供

・輸出有望中小企業指定支援
概　　要：成長の可能性が高い中小企業を「輸出有望中小企業」として指定し、輸出支援機関の海外マーケティング、輸出金融・保証などを支援する事業。輸出実績が500万ドル未満の企業が参加できる。
支援主体：大韓貿易投資振興公社（KOTRA）貿易保険公社などの輸出支援関連関
総予算額：1,000社分程度
支援対象：中小製造業やサービス業、前年度輸出実績が500万ドル未満の企業（1,000社程度）

日本

機運醸成・人材育成支援

・海外展開セミナー
概　　要：中小企業支援機関、金融機関等と連携して、海外ビジネスの実務的な知識・手法や具体的事例を交えたセミナーを実施
対象産業：海外展開を考えている中小企業者、すでに海外進出をしている中小企業者

JETROの支援

・海外展開のための人材育成による支援
概　　要：海外ビジネスに必要な実践的なスキルを習得するための国内・海外での研修プログラム
総予算額：1.9億円
対象産業：機械、食品、日用品雑貨、サービス産業
補 助 率：参加費無料、旅費：1/2（アジア：1/3）
助成期間：4月～3月
実　　績：育成人数：163名（令和2年度）

フィージビリティスタディ（マッチングまで支援）

・海外展開ハンズオン支援
概　　要：中小機構の職員及び国内外の約350人の専門家が中小企業の海外展開をハンズオン支援
支援主体：中小機構
対象地域：欧米、東南アジア、中国など

・新輸出大国コンソーシアム事業
概　　要：JETRO専門家のハンズオンによる、継続的な企業訪問を通じた戦略策定、輸出 体制構築、海外販路開拓、操業まで一貫支援
実　　績：支援社数：703件、成功社数:385社

・農水輸出プロモーター事業
国内専門家による支援：221社支援
海外専門家による支援：41カ所配置
相談対応件数：1,150件、マッチング：1,033件

展示会出展・商談会支援

・海外商談会（ミッション派遣時含む）
実　　績：①海外へのミッション団派遣・海外商談会（※）8回、参加者数：265社、成約件数：1,345件
②農産品の海外商談会23回、参加社数（延べ数）：413社 成約件数2,343件。
※ 現地進出支援事業の実績

・海外見本市事業（ジャパンパビリオンの生成）
概　　要：海外見本市事業（※1）、農産品の海外見本市、特許庁補助金によるJIPプログラムによる見本市出展、J-Startup含む（※2）
実　　績：56回。参加社数（延べ数）：1,053社
成約件数：14,068件
※1現地進出支援事業の実績
※2JIPプログラム、J-Startupの成約は含まない

海外進出支援

・JAPANブランド育成支援等事業
概　　要：海外販路開拓に向けた新商品開発等の経費を支援
総予算額：25億円（令和2年度、補正含）
支援主体：中小企業庁
支援対象：全産業
支 援 額：500万～2000万円
補 助 率：2/3
補助事業期間：1年
実　　績：473件採択

・中小企業海外展開現地支援ﾌﾟﾗｯﾄﾌｫｰﾑ事業
概　　要：18カ国25カ所にプラットフォームを設置
総予算額：13.5億円の内数
支援主体：中企庁、JETRO
実　　績：相談対応・マッチング支援件数3,582件

輸出支援

・ＣＥＯ商談会事業
概　　要：日本企業との取引や提携を希望する海外企業経営者（CEO）等との商談の場を提供
支援主体：中小機構
支援対象：現地OEM 生産、部材の調達、技術連携等の海外パートナー企業を求める中小企業
実　　績：タイ、フィリピン、ベトナム、インド、インドネシア、マレーシア、シンガポール等から招聘。商談会の参加日本企業510社

・国内展示会・商談会
支援主体：中小機構
実　　績：①新価値創造展の開催②FOODEX
※国内、海外販路開拓の支援

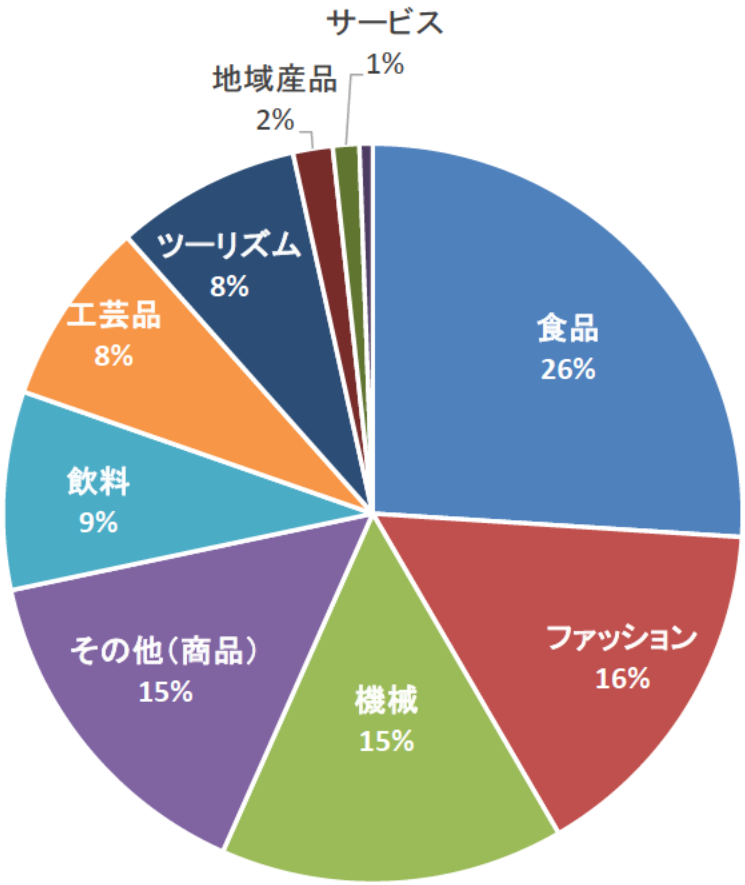
・日本国内での輸出商談会（※）
総予算額：予算13.5億円の内数
実　　績：商談会事業15件、参加社数734社
成約件数：929件
※現地進出支援事業の実績

・農水分野の国内商談会
総予算額：予算22.1億円の内数
実　　績：商談会事業57
参加社数2,549社（延べ数）、成約件数：5,918件

3．JAPANブランド育成支援等事業の概要①

- 本事業は、平成16年度から令和２年度まで、**合計1,613件のプロジェクトを採択**し支援。
- 甲州ワイン、今治タオル、梅市場、酒ブランドなど、様々な成功事例が本事業から巣立っている。

令和２年度（当初予算）の採択分類



過去の事例

海外展開事例　**今治タオルプロジェクト**
～「今治商工会議所」～

H18開始
→H21卒業

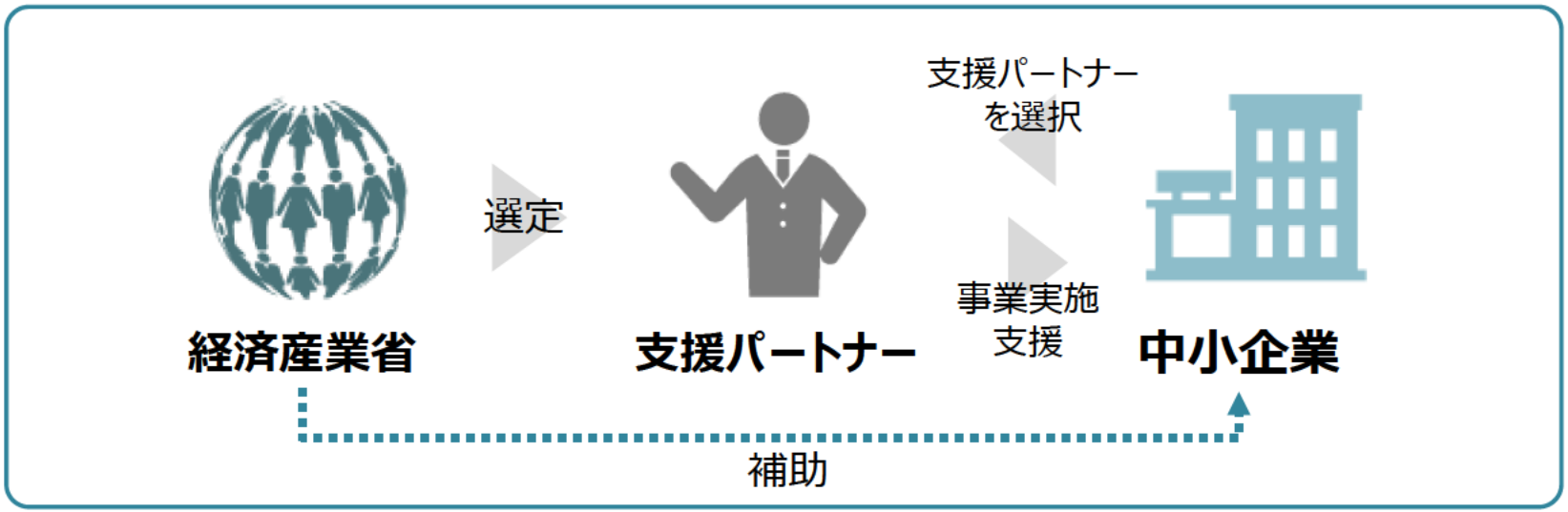
「今治タオル」を世界に向けて積極的に発信し、タオルを代表する世界的なブランドとしての地位を構築。**平成18年～20年度に補助事業を受け、新聞・雑誌などの取材が劇的に増加**したことにより「今治タオル」の活動が全国的に知られるようになった。
イタリア等の海外の見本市にも積極的に出展しており、柔らかさや織りの技術、デザインが世界的に高い評価を受けている。

３．JAPANブランド育成支援等事業の概要②　（令和３年度予算額：8.0億円）

- 本年度のJAPANブランド育成支援事業では、実力ある支援パートナーと、海外展開等を志す中小企業のマッチングを重視
- 一過性の取組に終わらせず、補助事業終了後も継続的に海外展開を広げていくことができるような事業者を、集中的に支援
- そのため、**本事業への申請には支援パートナー（※）の活用を必須とすることとした**

  ※支援パートナー：上記の活動のうち多くの部分をサポートできる民間事業者等のうち、中小企業庁が選定した事業者

令和３年度



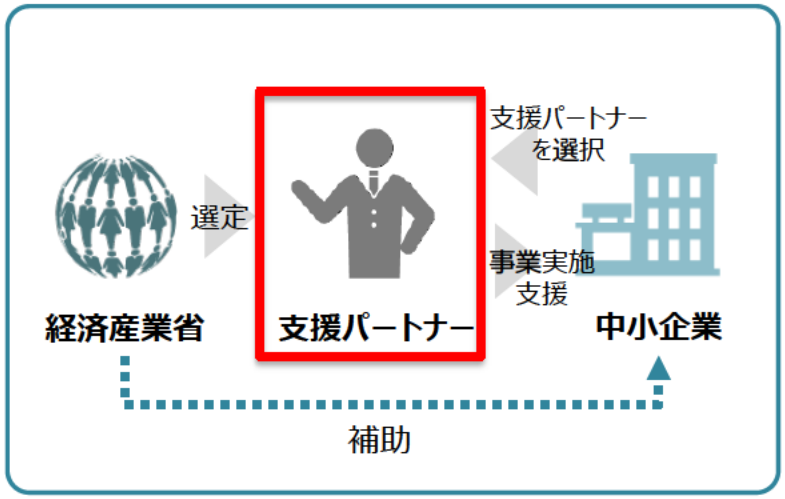
補助率　：　2/3以内

※採択３年目の場合／国内販路開拓の場合には1/2以内

補助上限額：　500万円～2,000万円

※複数者による共同申請の場合、一者毎に500万円嵩上げし、最大2,000万円まで引き上げ

３．JAPANブランド育成支援等事業の概要③　支援パートナーとは



支援パートナーの選定基準

① これまで海外展開・国内展開に成功した支援実績があること
② 具体的な支援ツールを持っていること
③ 財務基盤が安定していること

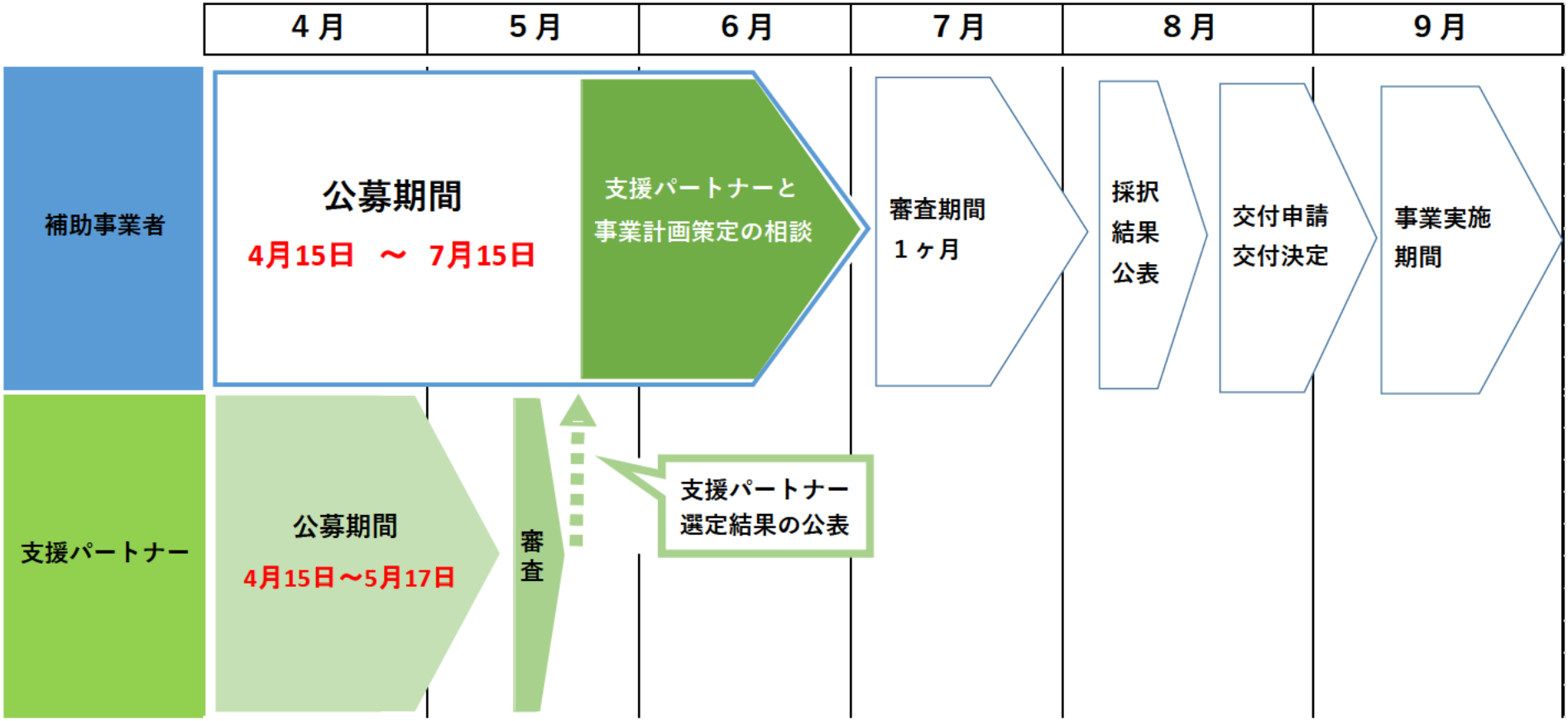
支援パートナーの業務（概要）

① 支援パートナーとなった中小企業者に対し、通常の対価で、自社の強みを生かしたサービスを提供する。
＜中小企業側が支援パートナーに支払う対価は、本事業の補助対象＞
②支援パートナーとなった中小企業者による、補助事業の実績報告書の作成等に協力する。
③なお、支援パートナーは、それぞれ支援可能な中小企業者数の目安を提示し、その上限数まで支援に対応する。
また、自社にとって新規の事業者であっても、支援を行う。

留意事項

① 支援パートナーは、大企業でも、海外事業者（日本語対応が可能）でもよい。
② 支援パートナーに対する、直接的な補助はないので要注意。
③ 支援パートナーとなるためには、支援パートナーの公募に応じ、選定されることが必要。

４．応募について①　スケジュール(見込み)



○申請事業者は、中小企業庁が５月下旬頃に選定する「支援パートナー」を活用した計画により申請して下さい。
○既に活用したい支援事業者がいる申請事業者は、「支援パートナー」公募へ応募するよう呼びかけて下さい。
○活用したい支援事業者が「支援パートナー」に不採択となった場合でも、５月下旬頃に中小企業庁が選定する「支援パートナー」を活用する計画により当事業に申請できます。

4．応募について② 応募フロー

活用したい民間支援者等は自社で見つけていますか。

YES

活用したい民間支援者等に対し、別に示す**「支援パートナー公募要領」**を参照し、公募期間中に、支援者自身が**支援パートナー公募に申請することを要請する必要**があります。

活用したい民間支援者等が、支援パートナーとして中小企業庁に選定されたか（令和3年5月下旬頃に公表予定）。

YES

本公募要領を参照のうえ、公募期間内に**jGrantsにて申請書を提出**してください。

NO

NO

中小企業庁が選定した支援パートナーが令和3年5月下旬頃に公表予定ですので、公表された支援パートナーから任意のパートナーを選択し、公募期間内に**jGrantsにて申請書を提出**してください。

5．Q&A①

◆昨年度の事業からの変更点は？

令和2年度

（1） 事業型

海外展開に取り組む中小企業を支援。

補助率	補助上限額
2/3もしくは1/2	５００万円 ※複数者による共同申請の場合、最大2,000万円

（2） 支援型

複数の中小企業を対象に海外展開等を支援する者を支援。

補助率	補助上限額
2/3もしくは1/2	2,000万円

令和3年度

支援パートナーと組むことが要件になりました

支援パートナーとして応募ください

５．Q&A②　支援パートナーについて

１．支援パートナーは、どうやって見つければよいでしょうか。

- 令和３年４月から支援パートナーの公募を行います。令和３年５月に選定作業が終わり次第、選定された支援パートナーについて、それぞれの得意分野、提供サービスなども含め、ホームページで紹介いたします。
- 選ばれるのは、海外をはじめターゲットとする市場に具体的な販路展開の手段やノウハウを持っている事業者です。是非、支援パートナーに関する紹介をよく見て、例えば、学校で、授業紹介一覧（シラバス）を見て授業を選ぶようなイメージで、あなたに適した支援パートナーを見つけてください。

２．支援パートナーが見つけられない場合、どうすればよいでしょうか。

- ご自身が頼りたい方が別途いる場合は、４月からの支援パートナーの公募段階で、支援パートナーに自ら応募申請していただくよう、お願いしてください。
- ご自身が頼るべきだと考えられる支援パートナーがどうしても選びきれない場合は、中小企業庁 創業・新事業促進課 海外展開担当、または管轄する地域の経済産業局等（HPのお問い合わせ先）へご相談ください。

３．支援パートナーがいないと支援はしてもらえないのでのしょうか。

- 本年のJAPANブランド育成支援事業は、販路開拓を目指す中小企業の皆様と、実力がある支援パートナーとをつなげること自体を大きな目的としています。したがって、支援パートナーが見つけられない場合は対象となりません。
- もちろん、支援パートナーが見つかったからといって、確実に成功するわけではありません。応募される皆様の取組内容の充実を期待しております。