



JAPANブランド育成支援事業について

中小企業庁

1. JAPANブランド育成支援事業

事業概要

平成26年度予算 14.6億円（小規模事業者等JAPANブランド・地域産業資源活用支援事業）の内数

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支援を行うとともに、それに基づいて行う商品の開発や海外展示会出展等の取組に対する支援を実施する。

支援対象は商工会、商工会議所、組合、NPO法人、中小企業者（4者以上）等。

支援内容

地域の産品や技術の魅力さをさらに高め、世界に通用するブランド力の確立を目指す取組に要する経費の一部を補助。

【戦略策定段階への支援】 補助率：定額、補助上限額：200万円

地域の強みなどを分析し、明確なブランドコンセプトと基本戦略を固めるため、専門家の招聘、市場調査、セミナー開催などを行う取組に対して支援を実施。

【ブランド確立段階への支援】 補助率：2/3、補助上限額：2,000万円

中長期的な視野に立ったブランド確立への取組を支援するため、専門家の招聘、新商品開発、展示会出展等を行うプロジェクトに対し、最大3カ年に亘って支援を実施。

実績（平成26年6月時点）

☑支援プロジェクトの累計：350件

公募期間・採択時期

公募期間：2月上旬より2ヶ月程度
（平成26年度：2月7日～4月4日）

採択時期：6月上旬頃
（平成26年度：6月6日）

高岡銅器協同組合

高岡発のインターナショナルブランド「KANAYA」を作り上げ、国内外マーケットにおいて流通拡大を目指す。

- ・富山県高岡市は、400年の伝統を基礎とする、鑄造、加工、仕上げ、着色等の技術の蓄積があり、小物、梵鐘、屋外大型像まで製造できる国内唯一の青銅器製造産地である。
- ・事業参画者の出資による新たな経営体制「株式会社KANAYA」を設立し海外市場へ「KANAYA」の技術力を発信している。
- ・金属鑄物にデザインや機能を付加したインテリア関係の商品を製造しており、パリの見本市「メゾン・エ・オブジェ」では、各国のバイヤーから高い評価を得ている。



トレイテーブル



コートスタンド



合鉢

鹿児島県商工会連合会

香港・上海のレストラン等の外食産業及び流通業者との協力を深め、鹿児島県産食材のアジアでの浸透を図る。

- ・安心、安全な日本食材の中で「鹿児島“好吃”（Hao Chi）料理」をレストランメニューとして開発、一般消費者に提供。
- ・テストマーケティングを行い、消費者動向と事業展開の可能性を探る。
- ・香港・上海・台湾を中心としたアジアにて事業展開。
- ・香港においては、香港の食品貿易商社、レストランのチェーン会社と鹿児島県商工会連合会の三者で、鹿児島県産の食材をレストランメニューとして開発、香港の消費者に広く紹介することを目的に「輸出に関する協定書」を締結。



「輸出に関する協定書」調印式



上海でのテストマーケティング



開発したレストランメニューの一例

JAPANブランド 主な採択プロジェクト実績②

◆ 一般社団法人北海道農業機械工業会（北海道）

北海道の農機メーカーが開発した高性能な畑・野菜用農業機械のEU圏における販路拡大を推進。ドイツで開催された農業機械展「AGRITECHNICA」に出展し、世界のディーラーにアピール。商談の結果、高評価を得るとともに、数件の商談が成立。



◆ 公益財団法人神戸ファッション協会（兵庫県）

神戸の中小アパレル事業者が、「プロデュース・バイ・神戸」と銘打ったブランディングを進め、海外展開を実施。国際的なアパレル展であるパリの「カプセル」に4シーズン通して出展することにより知名度の向上とノウハウの取得を実現。パリの老舗百貨店「ボン・マルシェ」や高級セレクトショップ「レクレール」等の名だたるセレクトショップとの成約が得られた。



◆ 末永海産株式会社（宮城県）

宮城県石巻市の水産加工業6社が連携し、統一ブランド「日高見の国」を創設。牡蠣、ホタテ、ホヤ等の三陸地域の豊富な水産物を原料に、海外バイヤーのニーズを

踏まえた加工方法やパッケージデザインを共同開発し、新製品を提案。展示会への参加や商談を実施した結果、香港、台湾、タイ、マレーシア向けに輸出を開始。



◆ 府中家具工業協同組合（広島県）

婚礼家具で培った高度な技術を有する家具職人と世界的に有名なデザイナーとのコラボレーションにより、脚物家具の商品開発を実施。



新たなブランド「MATSUSO T」を立ち上げ、「ストックホルム国際家具見本市」や「ケルン・メッセ」等欧州を代表する大規模な高級インテリア・家具展示会に継続的に新作を出展。現地メディアにも取り上げられ、注目を受ける。



◆ 有限会社小池経編染工所（栃木県）

両毛産地の繊維事業者が連携し、最新トレンドに合わせた新たなシルク素材を開発。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やショールームを

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。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を成立させる。



◆ ISHIGAKI Natural Seasoningsブランド創出プロジェクト協議会（沖縄県）

沖縄県石垣島の特産品である長胡椒（方言名：ピパーツ）を食品の世界的なトレンドである「本物志向」「健康・オーガニック志向」等の高まりにあわせて広く海外へ発信する。

競合品とは一線を画した高品質なピパーツを高級飲食店や百貨店に向けてプロモーションを行うとともに、フランスの世界最大の国際商品見本市「SIAL」等への出展を通じて、海外飲食店やバイヤーの高評価を得ることを実現。

