



経済活動助成事業 2020 年度実績報告 ～2022 年度事業を募集しています～

(一財) 自治体国際化協会交流支援部経済交流課 主事 笹川 真希 (奈良県派遣)

経済活動助成事業について

クリアでは自治体の海外販路開拓事業・インバウンド誘致事業などの将来的に経済効果が見込むことができ、ほかの地方自治体の取り組みの参考になる事業を対象とした「経済活動助成事業」の2022年度実施事業を現在、募集をしています。

経済活動助成事業 概要

助成対象となる団体

都道府県、市区町村

助成対象となる事業

地方自治体が企画するなど、事業に直接関与している経済活動事業（海外販路開拓・インバウンドなど）で、将来的に経済効果が見込まれ、ほかの地方団体の取り組みの参考となることが見込まれる事業

助成額

助成対象事業の実施に要する経費のうち、助成対象となる経費の1/2以内の額で、次の金額を上限とする。

- ① 海外で活動を行う事業については、1事業あたり500万円
- ② 日本国内で活動を行う事業については、1事業あたり300万円

募集期間

2022年度事業については9月中旬～11月を予定
※2022年度事業募集に関する募集期間、要綱は必ず下記ホームページでご確認ください
<http://economy.clair.or.jp/activity/grant/>

今回は、2020年度に経済活動助成事業を活用した2つの事業をご紹介します。

海外販路開拓 千葉県の実例

千葉県では、2012年からタイ・マレーシア・シンガ

ポールで、知事のトップセールスを実施し、現地のバイヤーと関係を構築するなど、県産農林水産物の輸出促進に取り組んでおり、2020年度の事業では、新たに香港をターゲットに海外販路を開拓することになりました。

かつて香港は千葉県産の青果物の輸出額が最も大きい輸出先でした。しかし、2011年の原発事故の影響で、千葉県産の農産物の輸入が香港で規制されました。2018年7月に規制がようやく緩和されたことから、これを契機として香港へのプロモーション活動を始めることとなりました。

Web 商談会と食品フェア開催

事業は2本立てで実施されました。1つめは、香港などを主たるターゲットとした販路開拓として、海外バイヤーを県内に招へいた対面式の商談・視察を考えていました。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、海外バイヤーとのWeb商談会へ変更し、実施することになりました。

2つめは、これまで関係を構築してきたタイ・マレーシア・シンガポールへの輸出量・輸出品目の拡大として、各国の現地小売店・飲食店での千葉県産農水産物フェアを実施しました。



タイ・小売店フェアの様子

新型コロナウイルスの感染状況が悪化する中で、緊急事態宣言や海外への渡航制限などにより、次々と不測の事態が生じたため、その都度、事業内容を見直しました。また、Web 商談会は県も出展者もこれまでほとんど対応事例がなかったため、より効果的な方法を模索しながらの事業運営となりました。

その結果、海外バイヤーとの Web 商談会を通じて、千葉県が今後新たな販路開拓先として位置づけている香港での事業展開の足掛かりを築くことができました。

また、これまでプロモーションを行ってきた国では、特にタイにおいて、輸出拠点化に向けた整備を進めている成田市公設地方卸売市場との連携によるフェアを開催することで成田空港を活用した空輸による輸出の推進を図ることができました。

今後も、新型コロナウイルスの影響により海外で新しい事業展開を図ることは難しい状況にありますが、引き続きタイや、マレーシア、シンガポールなどこれまでの輸出先との関係継続・強化に努めるとともに、香港など新たな販路開拓に向けた輸出促進に取り組んでいく予定です。

インバウンド PR 所沢市の事例

2020年11月、埼玉県所沢市に誕生した「ところざわサクラタウン」。アニメ文化などのポップカルチャーの発信拠点となる大型複合施設です。同市はこのオープンの機を捉え、ところざわサクラタウンと連携し、世界的にも人気の日本のアニメ文化だけでなく、現在まで受け継いできた所沢市のみどり・文化・歴史といった多様な魅力も併せて、海外にも発信することにしました。



雑誌「Taipei Walker」のところざわサクラタウン紹介ページ (KADOKAWA による掲載)

情報発信と旅行博への出展

当初は香港ブックフェアへの出展やインフルエンサー・旅行会社などを招へいして雑誌・デジタルによる海外向け情報発信を行う予定でしたが、新型コロナウイルスの影響で、中止や見直しが余儀なくされました。そうした中でも、実施可能な手段によりところざわサクラタウンや所沢の多彩な魅力の PR に取り組みました。

PR 内容としては、台湾で発行される雑誌や Web サイトで所沢市について紹介するとともに、台北国際旅行博に出展し PR を行いました。また、旅行博の出展に向けて、所沢市の魅力を自然・スポット・グルメなどの観点でまとめた動画を制作しました。これらの動画は台湾・香港・中国向けに Web サイトや SNS で配信しました。



台北国際旅行博 (2020年10~11月) 出展の様子
手前のモニターで所沢市の紹介動画を放映している

台北国際旅行博では、今後のコンテンツ作りの参考とするため、「どのような体験ができれば、所沢市に行きたいと思いますか?」というアンケートを行ったところ、地元の名産品である焼だんご作り体験や手打ちうどん作り体験などの「体験型コンテンツとグルメ」というトピックに多くの票が集まりました。このアンケートにより所沢市へ訪問してもらうきっかけを増やすヒントを得られました。

アフターコロナのインバウンド需要を確実に取り込むためには、継続的なプロモーションが必要であると考えます。インバウンドのプロモーションは、まだまだ始めたばかりの取り組みのため、まずは所沢市の認知度を上げるような施策を実施する予定です。