



令和3年度補正予算

デジタルツール等を活用した 海外需要拡大事業費補助金

(デジタルツール活用型／トップクリエイター活用型)

令和3年度補正予算

デジタルツール等を活用した 海外需要拡大事業費補助金

(デジタルツール活用型／トップクリエイター活用型)

目次

2	事業の目的・概要 [実施事例(デジタルツール活用型)]
4	株式会社AEI INTER WORLD(北海道)
6	株式会社クロス・クローバー・ジャパン(岩手県)
8	株式会社YC・Primarily(東京都)
10	株式会社HANDY DIGITAL(東京都)
12	株式会社KKI(石川県)
14	中根製茶株式会社(静岡県)
16	愛知ドビー(愛知県)
18	石川鑄造株式会社(愛知県)
20	株式会社北尾化粧品部(大阪府)
22	キング醸造株式会社(兵庫県)
24	株式会社ニット・ウィン(奈良県)
26	株式会社丸山タオル(愛媛県)
28	株式会社大石膏盛堂(佐賀県)
30	株式会社オキナワプレッシング(沖縄県) [実施事例(トップクリエイター活用型)]
32	株式会社NEXT SHOWROOM(東京都)
34	株式会社山翠舎(長野県)
36	事業者一覧

デジタルツール等を活用した 海外需要拡大事業の目的・概要

事業目的

日本には、海外に発信すべき優れたコンセプトと魅力的な地域資源を持つ中小企業が数多く存在しています。一方で、こうした中小企業の多くは輸出販路が弱く、十分な海外需要を取り込めていないという課題があります。本事業では、越境EC(電子商取引)を積極的に取り入れたブランディング・プロモーションに取り組む中小企業等を対象とし、取り組みに関わる経費の一部を補助します。コロナ禍によって変化する海外需要の取り込みを支援することで、販路開拓・ブランド確立を図るとともに、地域経済の活性化および中小企業等の振興に寄与します。

事業概要

○事業区分

① デジタルツール活用型：

中小企業者等が、民間の支援事業者と連携し、越境EC(電子商取引)を積極的に取り入れたブランディング、プロモーション、マーケティングに取り組む際、その経費の一部を補助します。

② トップクリエイター活用型：

中小企業者等が、既に海外で活躍するトップクリエイターおよび海外展開のノウハウ等を有するコーディネーターと連携し、越境EC(電子商取引)を積極的に取り入れたブランディング、プロモーションに取り組む際、その経費の一部を補助します。

○事業期間

交付決定日～令和5年1月31日

○補助上限・補助率

デジタルツール活用型、トップクリエイター活用型ともに以下の通りとなります。

補助上限：500万円

補助率：2/3以内(※複数者による共同申請の場合は補助上限:5,000万円)

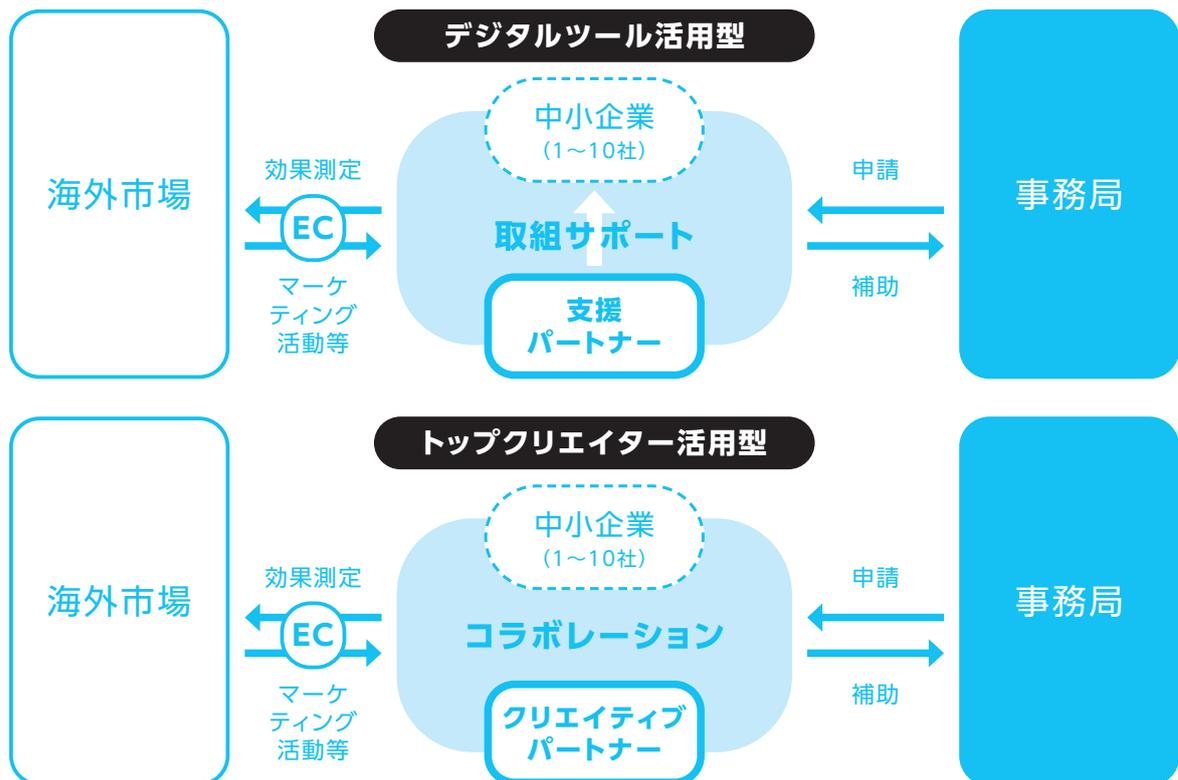
○事業の特徴

本事業では、越境ECの活用に必要な不可欠なスキルや経験を有する事業者を「支援パートナー」(デジタルツール活用型)、突き抜けた創造力を活かして海外で活躍するトップクリエイターを「クリエイティブパートナー」(トップクリエイター活用型)と定義しています。本事業に申請する中小企業者等は、ジェイアール東日本企画(事務局)が選定した「支援パートナー」、または「クリエイティブパートナー」のうち最低1社以上から事業支援を受け、本事業に取り組むことを要件とします。

事業スキーム



事業目的の達成にむけたステップ



● 株式会社AEI INTER WORLD (北海道)

北海道生まれのペット用スキンケアを台湾に！ マーケティング調査で 現地ニーズに合った訴求を発見。 市場ポテンシャルが高まる。

事業類型 : デジタルツール活用型
プロジェクト名 : 安全性と機能性を備えた北海道産素材のペット用品の台湾市場開拓
支援パートナー : 株式会社ジーリーメディアグループ
キーワード : 台湾市場・ペットケア商品・北海道産・SNS マーケティング調査・プロモーション動画

01 取組背景

AEI INTER WORLDが手がける「ヘルシーアニマルズ」は、日本の北海道にしか分布しない赤エゾマツの精油を使用したメイド・イン・ジャパンのペット用スキンケア商品です。今回、本商品の初の海外進出先として選択したのが、親日でありペット用品輸出のハードルが低い台湾市場でした。本事業では、台湾でのペット事情やケア用品のニーズ調査を行ったほか、現地でのPR活動に取り組んでおります。

02 主な取組紹介

○ SNSによる台湾マーケティング調査

台湾マーケティングを専門とする支援パートナーの力を借りて、2022年9月に、SNSを活用したマーケティング調査を実施。現地の消費者に対し、ペットの有無、オーガニックブラッシングスプレーやシャンプーへの興味、毎月ペットにかける予算などの調査を行いました。その結果、猫を飼育している方が多いことや、月に2万円程度の予算をペットにかけていることなどがわかり、自社商品のニーズを十分感じられました。

○ プロモーション動画制作

台湾でのプロモーションを得意とする支援パートナーの力を借りて、2022年10月から11月にかけて、商品のプロモーション動画を制作し、台湾版YouTubeなどで展開しました。赤エゾマツの殺菌作用やペットのストレス軽減効果など、商品の効果や魅力を具体的なシーンに落とし込み、台湾のターゲットに向けてわかりやすく伝えることを意識しました。

○ カタログ制作

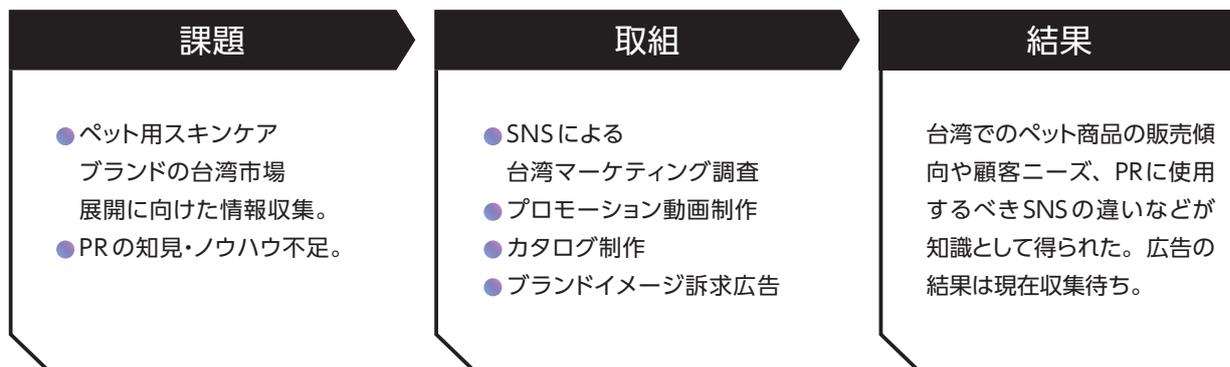
2022年10月から11月にかけて日本で使用している商品カタログを翻訳・編集し、台湾版に制作し直しました。



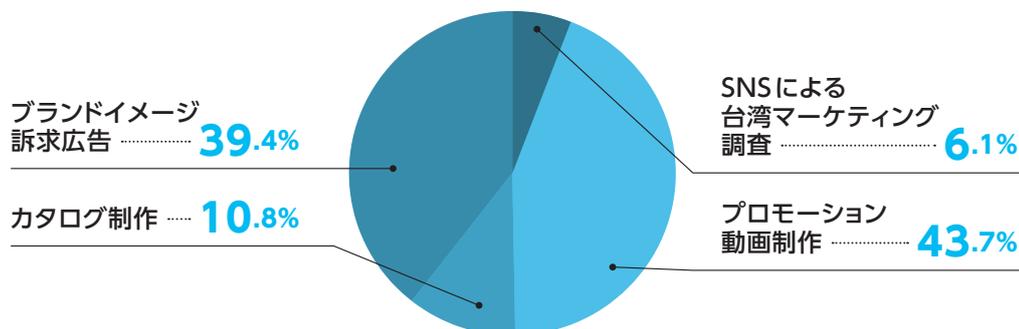
○ブランドイメージ訴求広告

台湾でのプロモーションを得意とする支援パートナーの力を借りて、メイド・イン・ジャパンのペット用スキンケアとして「ヘルシーアニマルズ」PRするための広告を制作。台湾版のFacebookやYouTubeで展開しました。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

日本では、ペットにお金をかける方とかけない方がきれいに二極化しています。しかし、今回マーケティング調査を行った結果、台湾ではこうした二極化の傾向が薄く、多くの方がペットのために高いものも安いものも購入することがわかりました。また、日本ではペット関連商品のPRにおいてInstagramが強い印象がありますが、台湾では、Facebookが主流になっていることも、今回の取り組みの中で、理解することができました。こうした情報は今後のブランドの打ち出し方にも関わるため、大変有意義な調査になったと感じています。

支援パートナーである株式会社ジーリーメディアグループ様は台湾でのPRに強く、本事業での支援を得て海外という新しい展開をスムーズにスタートできました。一方、支援パートナーは伝統工業や食品に強い会社がほとんどで、ペット専門のPRに強いなど、より専門性の高いパートナーにも参加してほしいと感じました。広告に関しては結果収集待ちのため、結果が出次第、改善点などを分析し、引き続き海外展開に取り組んでまいります。

● 株式会社クロス・クローバー・ジャパン(岩手県)

自分たちの「当たり前」が、
海外では「唯一無二」になる。
「ネコ目線のものづくり」で
欧米市場に向けた越境ECをブランディング。

事業類型 : デジタルツール活用型
プロジェクト名 : アメリカEC市場向けネコの課題解決商品の浸透と販促事業
支援パートナー : 株式会社クリアツォーネ
キーワード : ペット用品・欧米市場・ブランディング・WEBサイト

01 取組背景

クロス・クローバー・ジャパンは、「ネコのためのネコ用品」をテーマにした商品開発や、直営ECサイトによる販売を事業としています。本事業では、オリジナルブランド「nekozuki (ねこずき)」の欧米展開にあたって、越境ECの制作に取り組みました。課題となったのは、「nekozuki」のコンセプトである、「ネコの困りごとを解決する商品」を、どのように欧米の消費者の方に理解していただくかという部分です。そこで、支援パートナーの力を借りながら、欧米市場に向けたブランドアイデンティティの設定や、現地の方が理解しやすいブランドストーリーづくりを行い、コンセプト動画やSNSに反映しています。

02 主な取組紹介



○ブランドアイデンティティの明確化

欧米のペット市場の中で、「nekozuki (ねこずき)」がどのようなターゲットにどのような価値を提供できるのかを、支援パートナーとともに洗い出し、明確化しました。

○米国市場で伝わりやすいブランドストーリーの作成

海外向けブランディングを得意とする支援パートナーの力を借り、「ネコの困りごとを解決する商品」というブランド価値を文化の違う国で効果的に訴求するための、ブランドストーリーを設定しました。

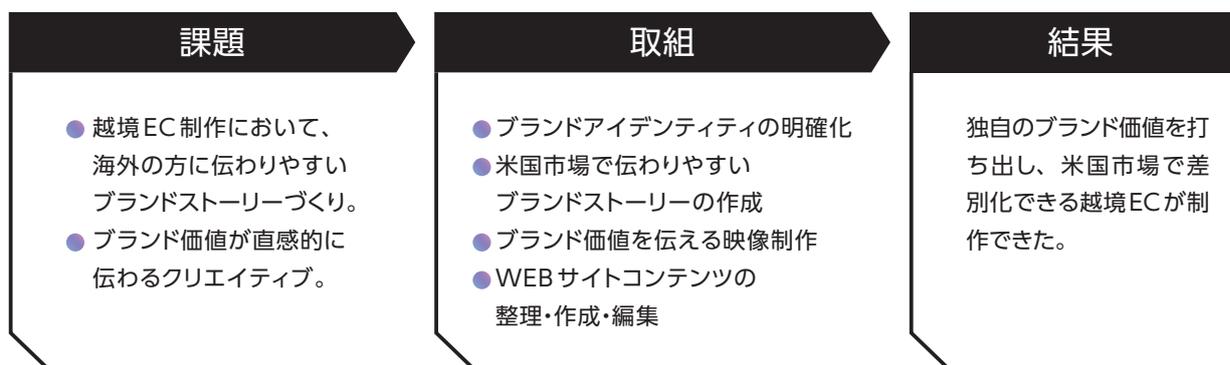
○ブランド価値を伝える映像制作・写真撮影

支援パートナーの力を借りて、ブランド価値を海外の顧客に直感的に伝える動画制作・写真撮影に取り組み、制作した動画・写真を越境ECやSNSに活用しました。

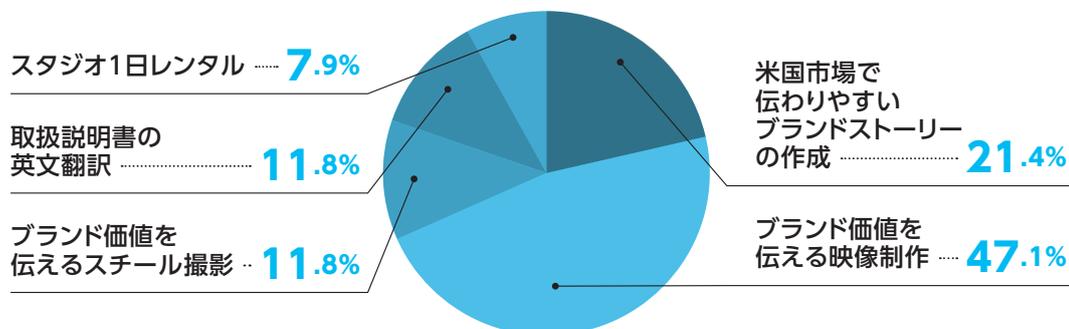
○WEBサイトコンテンツの整理・作成・編集

企業価値を伝えるサイト制作を得意とする支援パートナーと連携し、ユーザーが「認知→理解→支持」しやすいサイトづくりに取り組みました。既存のコンテンツを整理するとともに新たなコンテンツを作成し、欧米市場向けに編集し直しています。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

「nekozuki」は、その名の通りネコ好きの人間がネコと向き合い、ネコの目線に立って商品開発を行うブランドです。商品を使うネコの目線に立つために、時には商品を人間用のサイズで作製し、身につけたり実際に使ってみたりして、ネコにとって不便や危険がないかを確認しています。こうしたネコ目線でのものづくりを、海外のメーカーにはない差別的優位点として掘り上げてくれたのが、支援パートナーであるクリアツィオー様でした。私たちにとっては当たり前すぎて見落としていたことが、海外展開において強みになることを知り、独自のブランドアイデンティティを設定することができました。多くの学び、発見を得る貴重な機会を与您いただき、感謝しています。

越境ECは1月24日にオープンしており、今後は継続的なプロモーションを行いながら集客・販売を行い、海外にも「nekozuki」のファンを広げていけるよう取り組んでまいります。

● 株式会社YC・Primarily(東京都)

日本製コームを華僑マーケットへ。 KOLを活用した SNSプロモーションで 動画再生数12万回を達成!

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 越境ECを活用した中国大陸を中心とした華僑マーケットにむけた
ラブクロムのSNSプロモーション事業

支援パートナー : 株式会社めるめる

キーワード : 美容商品・KOLプロモーション・中国市場開拓

01 取組背景

YC・Primarilyは、サロン事業や美容商品の製造・販売事業を展開しています。今回は、自社商品の「ラブクロム」を中国展開するにあたり、商品の認知拡大のため本事業に応募しました。補助金を活用し、KOL施策（キーオピニオンリーダーを活用した情報発信）や、REDの公式サイト制作などに取り組んでいます。

02 主な取組紹介



○RED公式アカウント開設・運用

中国でのSNS運用に詳しい支援パートナーの協力を得て、中国版Instagramと呼ばれているREDの公式アカウントを開設し、商品情報を投稿。商品の認知拡大や理解促進を図りました。

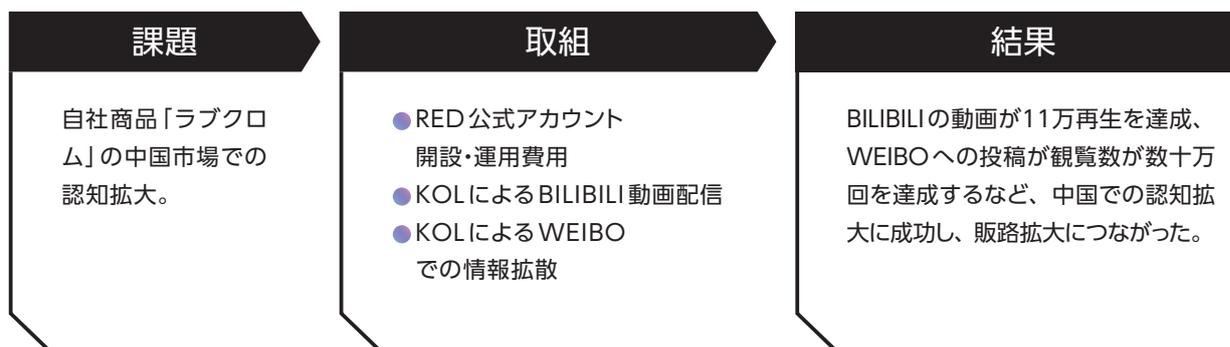
○KOLによるBILIBILI動画配信

支援パートナーの得意とする動画コンテンツを使ったSNSプロモーションを実施。強みであるキャスティング力やターゲットへの発信力を生かし、中国国内で200万人以上のフォロワーを持つKOLを起用して、中国の動画配信・共有プラットフォームBILIBILIにて商品紹介動画を配信しました。現在、動画は12万再生に到達しています。

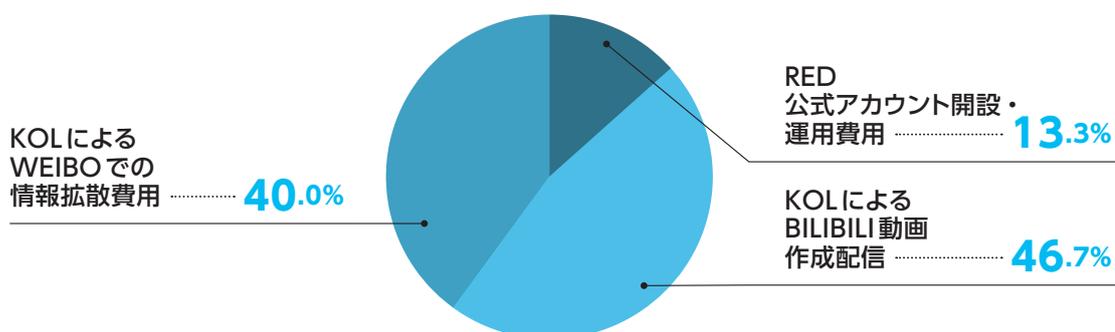
○KOLによるWEIBOでの情報拡散

支援パートナーの得意とする動画コンテンツを使ったSNSプロモーションを実施。強みであるキャスティング力やターゲットへの発信力を生かし、KOLを活用し、中国版Twitterと呼ばれるWEIBOに、商品紹介を投稿。商品の認知拡大を図りました。閲覧数は692万回に到達しています。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

弊社が展開する「ラブクロム」は、日本の工業技術「JP CHROME-TECH®」を活用した、髪をやさしく解きほぐし、ダメージレスなヘアケアをサポートするヘアフォームです。

本商品は日本国内では認知が拡大しているものの、これまで中国での販売はなく、今回がはじめての中国市場での挑戦となりました。KOLを使ったSNS施策はいずれも好調で、認知拡大の目標は十分達成できたと感じています。また、中国で販売を行う企業様からお声がけをいただくなど、自社の越境EC以外での販路拡大の可能性も見えてきました。

一方で、プラットフォーム間を超えたユーザーの動線には課題が残りました。現在は各プラットフォームから自社の越境ECサイトに誘導していますが、販売サイトに到達するユーザーは非常に少なく、売上につなげる難しさを感じています。今後はプラットフォームから購入画面に直結する仕組みを検討し、拡散したブランド情報をしっかりと販売につなげていきます。

● 株式会社HANDY DIGITAL(東京都)

日本のサステナブルのストーリーを
メディア×ECで発信。

北米ブルックリンでのリサーチ & PRで
商品開発のヒント収集とファンづくりに成功。

参画事業者 : 株式会社クラビズ、株式会社Facile、NAKAMACHI 合同会社鳥羽、株式会社 SACRA
事業類型 : デジタルツール活用型
プロジェクト名 : SUSTAINABLE JAPAN 北米市場開拓に向けた越境EC×バイリンガルメディア
 (編集・SNS・コミュニティ・PR) 運営事業
支援パートナー : BBFL SUSTAINABLE LLC.
キーワード : 北米市場・サステナブル商品・商品開発・PR・メディア事業

01 取組背景

株式会社HANDY DIGITALが運営する「SUSTAINABLE JAPAN事務局」では、日本各地のパートナー企業とともに日本のサステナブルな商品を国内外に発信するバイリンガル共創メディア×越境EC、「SUSTAINABLE MARKET」を展開しています。本事業では、「SUSTAINABLE MARKET」の北米展開にあたり、現地でのリサーチを兼ねた展示会やPR活動、コミュニティ運営などに取り組みました。

02 主な取組紹介

○ブルックリンでの現地モニタリングリサーチ

「SUSTAINABLE MARKET」で展開する商品は大量生産ができないものが多いため、より市場のニーズに合う商品開発が必要です。そこで、2022年11月に北米ブルックリンにて商品PRを実施。支援パートナーの力を借りて現地インフルエンサーやメディアを招待し、モニタリングリサーチを行いました。その結果、ネーミング、商品サイズやパッケージデザインなど、現地目線での意見が収集できました。



○サステナブル商品のメーカーや

サステナブル商品を取り扱う小売・流通の視察

2022年11月に、支援パートナーの協力を得てブルックリンの再開発地区・レッドフックにて現地のサステナブル商品の商品開発・展示・流通に関する視察を行いました。ブルックリンの人々が持つサステナブルへの意識や街としての取り組みから、商品開発のヒントを得られたほか、海に面した再開発

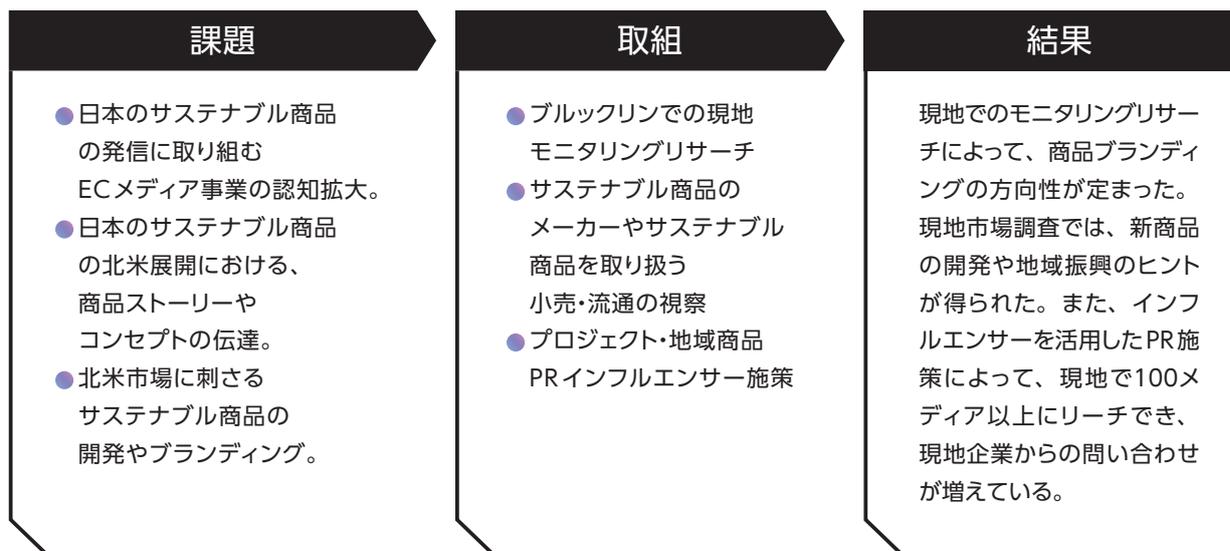


地区の強みに気づくこともでき、今後取り組んでいきたい日本の地域創生課題へのヒントが得られました。

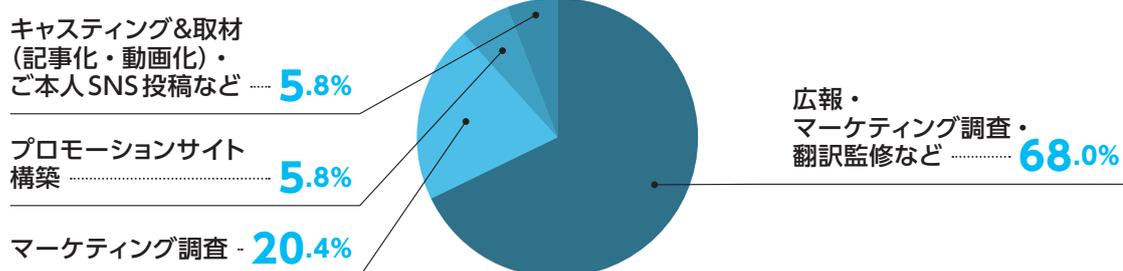
○プロジェクト・地域商品PRインフルエンサー施策

2022年11月、地域商品PRインフルエンサーとしてアサインしたタレントのゆりやんレトリバァ氏に対し、ブルックリンの視察ツアーを実施。その様子を記事化&動画化して事務局公式サイトで公開したほか、パートナー企業が現地100メディアへのPR記事展開を行いました。その結果、現地企業からSNSに多くの問い合わせをいただいています。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

私たちのメディアECでは、サステナブルな商品が生まれた背景やつくり手の思いを伝えた上で、一過性の買い物でなく、ファンになってもらえるストーリーづくりを目指しています。伝統の織物・絹・甘酒など、日本国内では商品の良さが認知されているものでも、海外の方には1からのプレゼンが必要です。今回の商品展示会では、つくり手が海外の方に直接思いを伝えるすばらしい機会を得られたと感じています。日本はそもそもサステナブルが得意な国。今後は商品を販売するだけのECではなく、「まち」「ひと」を軸にした、インバウンドやコミュニティ展開を目指して参ります。

● 株式会社KKI(石川県)

こんにゃくはスーパーフード!

金沢から世界へ。

北米の消費者に刺さるメッセージで

日本の伝統食をアピール。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 越境ECを活用した北米市場開拓のための市場調査及びPR事業

支援パートナー : Japan Solution Inc.

キーワード : 日本食・ヘルシーフード・北米市場開拓

01 取組背景

KKIはこんにゃくやくずきりなど、日本の伝統食材を活用した低カロリー・低糖質な健康フードの製造・卸売事業を展開しています。現在、プラントベースドやロカボに関心の高い北米市場の開拓を進めており、商品の認知拡大や、アピールのため本事業に応募しました。目下、英語圏で展開できるWEBサイトの構築や、現地での市場調査・プロモーションに取り組んでいます。

02 主な取組紹介



○英語WEBサイト構築

ヘルシーフードへのニーズが高い北米市場を開拓するには、「ロカボ」「糖質ゼロ・オフ」「プラントベースド」など、商品の強みをしっかりと打ち出す必要がありました。そこで、支援パートナーと連携し、現地消費者に向けた発信や、展示会での営業ツールとして活用できる、自社商品の英語WEBサイト構築に取り組んでいます。

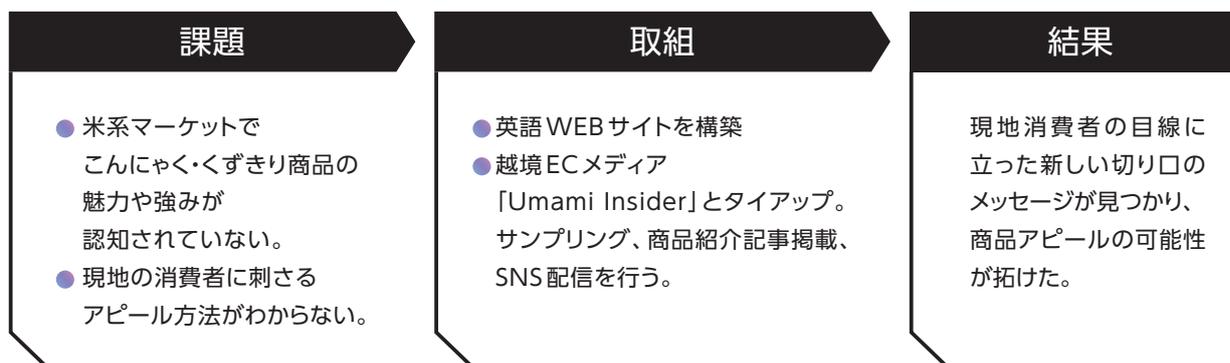
○専門メディアとのタイアッププロモーション

米国で、日本食に関する情報発信や商品の販売を行う、越境EC特化型メディア「Umami Insider」とのタイアッププロモーションを実施しています。サンプリング、商品紹介記事掲載、SNS配信などの施策により、越境ECを利用する潜在顧客の獲得を狙います。

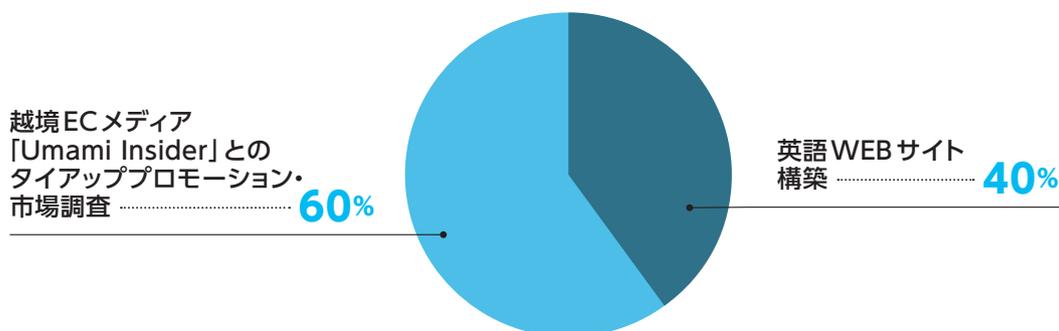
○北米での市場調査

「Umami Insider」のロイヤルカスタマーへのサンプリングを通じて、現地消費者の意見を集めています。調査は現在進行中ですが、「Umami Insider」の現地目線での発信方法は、北米市場進出への学びやヒントがあり、とても期待値の高い取組です。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

KKIの代表的な商品のひとつである「金沢こんにゃく米」は、米に混ぜて炊き込むことでごはんのカロリーをカットするヘルシーフードです。しかし、米食の文化がない米国人には、この商品の魅力や便利さが伝えづらく、北米市場開拓にあたって大きな課題となっていました。今回タイアップした「Umami Insider」は、この商品を「キヌアのようにサラダにかけて食べられる新しいスーパーフード」と位置付け、現地の消費者に向けた新しいメッセージを生み出してくれました。私たちには思いつかなかったこの発想には、大きな可能性を感じており、今後の展開も楽しみです。

現在、英語WEBサイトは最終確認段階、市場調査は「Umami Insider」を通してアンケートを収集中です。本事業でのプロジェクトは間もなく終了しますが、マーケット開拓はこれからが本番です。サイトやアンケートなどのツールを活用し、実際の売上拡大につなげていきたいと思えます。

● 中根製茶株式会社(静岡県)

「有機茶の魅力を越境ECで伝えるには？」 老舗のお茶メーカーが挑む ビッグデータを活用した アメリカ人目線のコンテンツづくり。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : アマゾンUSAを通し北米市場向け有機茶のプロモーション事業

支援パートナー : 株式会社グローバルブランド

キーワード : 製茶・北米市場・Amazon・WEB広告・マーケティング

01 取組背景

中根製茶株式会社は、お茶の名産地として知られる静岡県掛川市で、75年以上にわたりお茶の製造・販売業を手がけてきた会社です。およそ10年前から原料の海外輸出を展開していますが、越境ECでの商品販売経験はなく、本事業で初めて本格的な米国展開に挑戦しました。現在、Amazon北米販売の経験に熟知した支援パートナーの力を借りて、WEBサイトや広告、商品デザインに反映するためのマーケティング調査を進行中です。

02 主な取組紹介

3. 有機柚子緑茶ティーバッグ



2.1 市場競合調査 (ロコミ分析、キーワード分析)

①-1 検索入り緑茶ティーバッグ

順位	商品名
1位	BOONASAY
2位	green
3位	green
4位	green
5位	green
6位	green
7位	green
8位	green
9位	green
10位	green

2.3 ビッグデータ市場調査 (ロコミ分析を通じたブランディング)

有機柚子緑茶ティーバッグ

2.1市場競合調査のターゲット商品は高品質(P.18-19)

競合商品名-2

競合商品名-3

競合商品名-4

競合商品名-5

競合商品名-6

競合商品名-7

競合商品名-8

競合商品名-9

競合商品名-10

競合商品名-11

競合商品名-12

競合商品名-13

競合商品名-14

競合商品名-15

競合商品名-16

競合商品名-17

競合商品名-18

競合商品名-19

競合商品名-20

競合商品名-21

競合商品名-22

競合商品名-23

競合商品名-24

競合商品名-25

競合商品名-26

競合商品名-27

競合商品名-28

競合商品名-29

競合商品名-30

競合商品名-31

競合商品名-32

競合商品名-33

競合商品名-34

競合商品名-35

競合商品名-36

競合商品名-37

競合商品名-38

競合商品名-39

競合商品名-40

競合商品名-41

競合商品名-42

競合商品名-43

競合商品名-44

競合商品名-45

競合商品名-46

競合商品名-47

競合商品名-48

競合商品名-49

競合商品名-50

○商標登録

自社ブランドの商標を勝手に登録されるリスクを避けるため、アメリカ国内での商標登録を行いました。さらに、Amazon内で模倣品の出品や悪質な相乗りを防ぐことを目的とした、「Amazonブランド登録」も完了しました。

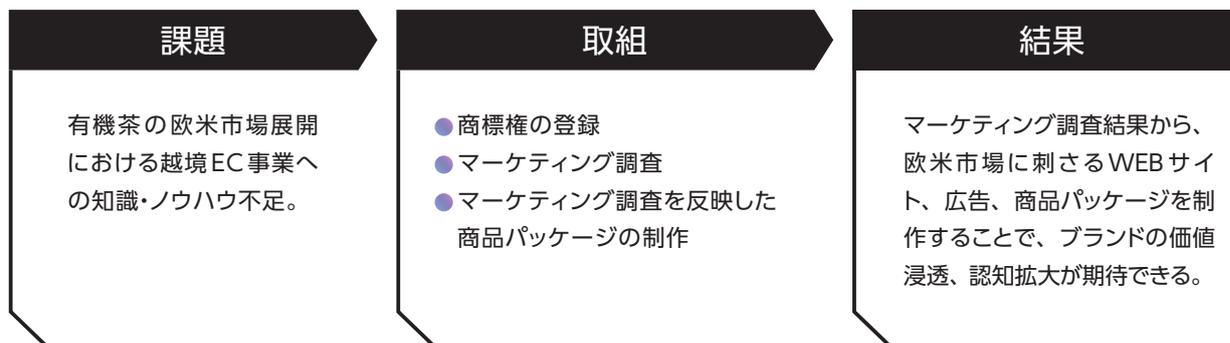
○マーケティング調査

アメリカ市場に詳しい支援パートナーのサポートを受け、現在進行形で、ロコミ分析やキーワード分析による市場競合調査、ビッグデータを活用したキーワードリサーチ、ロコミの分析などに取り組みました。

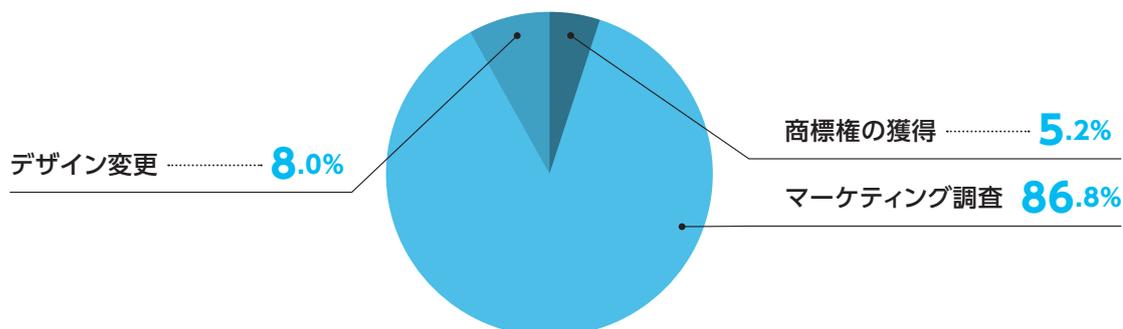
○マーケティング調査を反映した商品パッケージの制作

マーケティング調査から、ユーザーインサイトやブランディング強化のカギとなる要素を導き出し、5商品の商品パッケージに反映しました。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

支援パートナーである株式会社グローバルブランドは、米国Amazonでの販売に精通しており、アメリカ人に刺さるコンテンツづくりを1からサポートしてくれました。また、ビッグデータの分析にも長けており、我々が次に取るべきアクションを的確にアドバイスしてくれたのも心強く感じました。マーケティング分析の結果は随時コンテンツに反映させており、実際にユーザーからの評価も高まっています。調査は現在進行中で、最終結果がまとまり次第、サイトのコンテンツや広告、商品デザインなどに反映させる予定です。

今後は米国越境ECの販売数を増やし、目標値へのアプローチを図っていく段階に入ります。アメリカは多宗教・多人種で、エリアによっても人々の暮らしや考え方が異なるため、より効果的なマーケティングが課題となりそうです。最終的には、本事業で培ったノウハウをもとに、欧州、カナダ、オーストラリア、シンガポールなどでAmazonによる販売を展開できればと考えております。

● 愛知ドビー株式会社(愛知県)

「バーミキュラを中国に広めたい」

KOLによる認知拡大で、

越境ECでの売上が昨年比300%を達成。

ブランド顧客価値の浸透に成功。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 中国越境EC活性化に向けた KOL マーケティング事業

支援パートナー : 株式会社エイチ・アイ・エス

キーワード : 調理器具・鋳造メーカー・中国市場・KOL

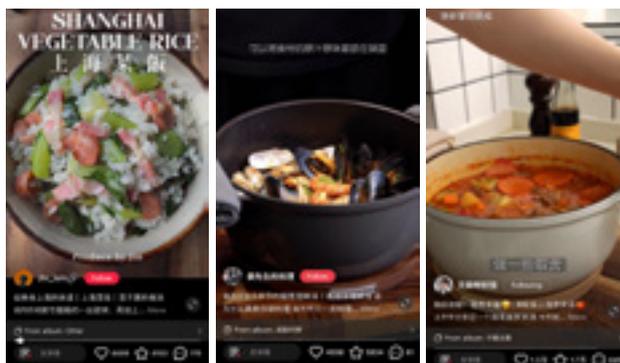
01 取組背景

愛知ドビーは1936年に愛知県名古屋市中区で創業された鋳造メーカーです。当社が製造するメイド・イン・ジャパンの鋳物ホーロー鍋「VERMICULAR (バーミキュラ)」は、日本で調理器具ブランドの認知を確立し、2019年5月には中国進出を果たしました。この3年間で売上は少しずつ伸びているものの、まだ期待値を超えるレベルには到達していません。2021年以降取り組んだKOLマーケティング施策によって、売上・認知も向上し始めていることから、本事業ではあらゆる属性のKOLとのタイアップを実施しています。これらの施策の効果分析を行い、仮説検証を繰り返して成功率の高いKOLマーケティングのノウハウを蓄積することで、継続的な売上拡大、認知向上を目指します。

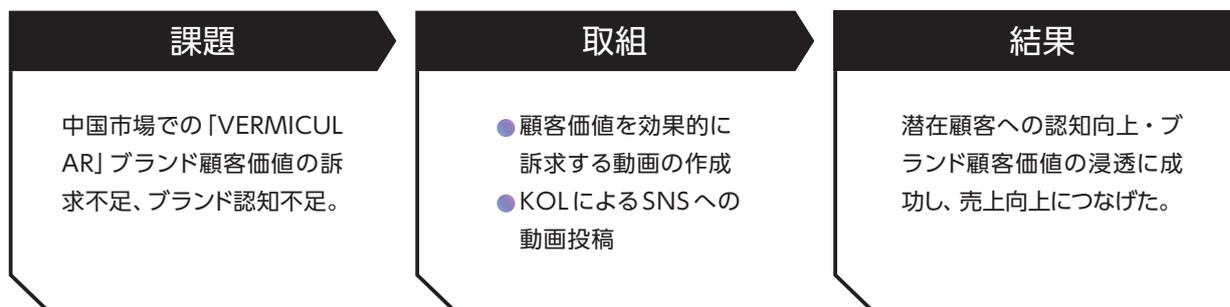
02 主な取組紹介

○ ブランド認知向上を目指すKOLマーケティング事業

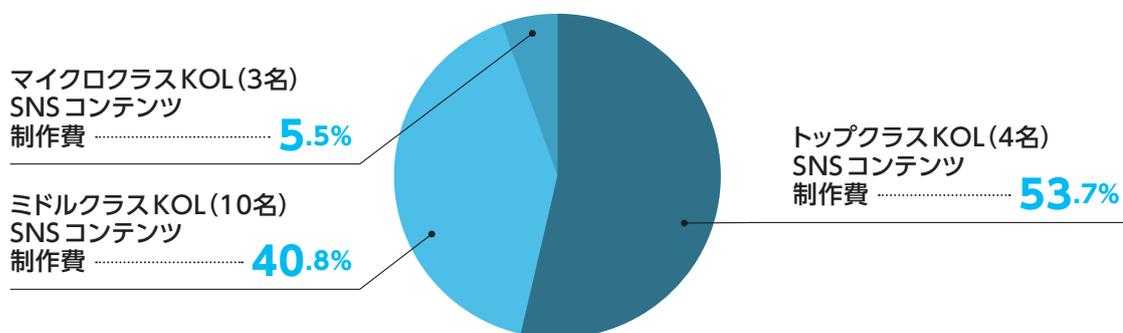
支援パートナーによる中国越境EC進出のサポートを活用し、越境ECの活性化に取り組みました。料理やライフスタイル分野で訴求力の高いKOLを起用し、商品の使用動画をSNSで発信したほか、「VERMICULAR」の顧客価値である「誰でも簡単に素材本来の味を凝縮できる圧倒的な調理性能」を効果的に伝達。ブランド認知向上をはかっています。結果として、WEB旗艦店のフォロワー数は1.5ヵ月で、22~30%増加したほか、売上は「天猫国際 (Tmall)」で昨年比170%、「海淘全球 (JD.com)」で昨年比300%に到達しています。投稿動画の中には、視聴数が20万回を超えた動画も多く、とりわけ、フライパン発売時にタイアップしたKOL「南木Cooking」の動画は、投稿2週間後に、262,819の視聴数、40,977ものエンゲージメント数を獲得。期待以上の売上につながりました。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

本事業期間中、中国でゼロコロナ政策が撤廃され、感染者の増加や高額商品の購買意欲低下などの混乱が起きていました。そんな中で、昨年を大幅に上回る販売を達成できたことは、とても大きな成果と言えます。また、結果だけでなく「VERMICULAR」に適したKOLの属性やターゲットに刺さる顧客価値の打ち出し方をノウハウとして吸収できたのも、自社にとって大きな資産になりました。

今回、9月から5か月間に渡り、計17件のKOLタイアップによる動画投稿を実施しています。また、投稿の2週間後に効果測定を実施。反応の良かった投稿の傾向分析を行い、次回のKOL選定や、打ち出し方に反映するPDCAをスピーディーに行なったことで、費用対効果を高め、予算を有効活用できました。反面、予算配分やKOLの属性等が当初の計画から変化した部分も多く、変化の早い中国のKOLマーケティングにおいて、限られた貴重な予算を活かすには、計画を柔軟に変更しながら進めていくことが重要だと思いました。

● 石川鑄造株式会社(愛知県)

メイド・イン・ジャパンの 鑄造技術を台湾に。

クラウドファンディングを活用した ブランド価値の伝達と認知拡大に挑戦。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 台湾市場に向けたおもいのフライパンシリーズのプロモーション事業

支援パートナー : 株式会社マクアケ

キーワード : 調理器具・台湾市場・プロモーション動画・クラウドファンディング

01 取組背景

石川鑄造のオリジナルブランド、「おもいのフライパン」シリーズは、無塗装仕上げにより、長く使えて安心・安全を実現したメイド・イン・ジャパンのフライパンです。今回は、「おもいのフライパン」の台湾展開にあたり、ブランド価値の伝達や認知拡大に取り組むため、本事業に応募しました。台湾の方が直接購入できる越境ECの構築や、動画コンテンツの制作・配信など、多角的なブランディング・プロモーションを展開しています。

02 主な取組紹介



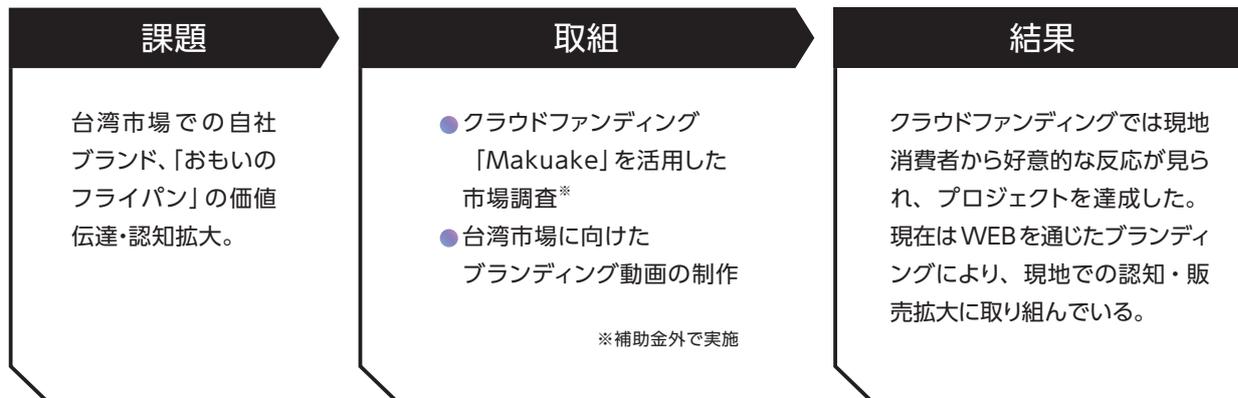
○クラウドファンディング「Makuake」を活用した試験販売*・市場調査

支援パートナーであるマクアケのクラウドファンディング、「Makuake」を通じて、台湾に向けた試験販売*を行いました。現地のインフルエンサーを活用して台湾での認知を獲得するとともに、支援者のデータを今後の台湾展開に活かします。

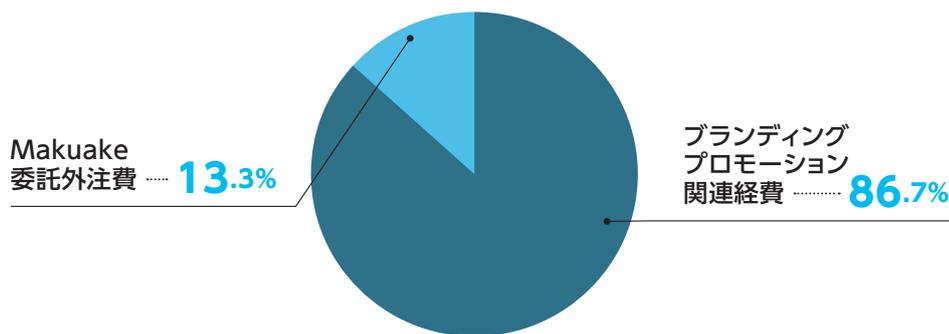
○台湾市場に向けたブランディング動画の制作

「おもいのフライパン」が職人の手でひとつひとつ丁寧に作られる様子を動画で紹介。メイド・イン・ジャパンの品質や、ごまかしのきかない無塗装仕上げの技術を視覚的に伝え、台湾のユーザーにブランド価値を伝達します。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

現在進行中につき、即効性のある効果はまだ見えてきませんが、今後時間をかけて海外のマーケットを開拓していく足がかりになりました。このような機会をいただけたことに感謝しています。「Makuake」を通じた現地調査では、弊社の強みでもある無塗装仕上げのフライパンが、現地の消費者から非常に好評でした。この結果を台湾展開の推進力にし、引き続き台湾での認知拡大に取り組んでまいります。

今後の海外展開に当たっては、ふたつの構想を持っています。ひとつは、弊社の高い鋳造技術を活かし、その地その地の文化に合った商品開発をしていくことです。台湾の場合は鍋文化ですので、フライパンの技術を応用した大鍋などを開発したいと思っています。ふたつめは、海外のファンの方に向けたインバウンド施策です。弊社の工場にキッチンスペースを併設し、商品を使って調理したお料理を味わっていただいたり、工場見学や体験プランを企画したいと思っています。

● 株式会社北尾化粧品部(大阪府)

スキンケア文化の異なる北米で 日本のシンプルスキンケアを発信。 SNSプロモーションを活用して ブランド認知拡大に成功。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 北米市場でSNS、WEBを活用したブランド構築プロモーション事業

支援パートナー : ワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社

キーワード : ジャパンコスメ・抹茶・スキンケア・北米市場・SNSプロモーション

01 取組背景

北尾化粧品部は、抹茶を始めとする日本と海外のスーパーフード成分を配合したスキンケアシリーズ「KITAO MATCHA」を北米市場で展開しています。本事業では、インスタグラムを中心としたSNSを活用した施策で現地消費者に日本のスキンケア文化をコミュニケーションし、メイド・イン・ジャパンコスメ、「KITAO MATCHA」の認知向上をはかります。また、各種PR施策で自社ブランドサイトへの集客を狙います。

02 主な取組紹介

○ インスタグラムコンテンツ制作

ブランド認知向上を目指し、支援パートナーが得意とする、SNSを活用したプロモーションに取り組みました。アメリカでもっとも商戦が盛んになるホリデーシーズンに向けてインスタグラムのリール動画を制作。成分訴求、日本コスメ訴求、使い方訴求の3つの訴求に分け、4本の動画を企画・撮影しています。

○ インフルエンサーPR施策

Instagramフォロワーの新規獲得と既存フォロワーの離脱を防ぐ目的で、現地インフルエンサーに商品の投稿を依頼。「Kitao matcha」の現品を配布して自身のInstagramで紹介してもらい、ブランドのアカウントでリポストしました。女性のアジア系美容インフルエンサーのほか、男性インフルエンサーにもアプローチしており、今後は男性向けスキンケアルーティーンなどを紹介していただく狙いです。現時点でフォロワー数は配信開始時の4057名から5209名に増加しています。

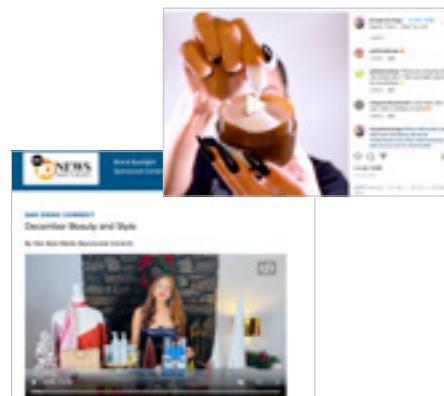


○メディアPR施策

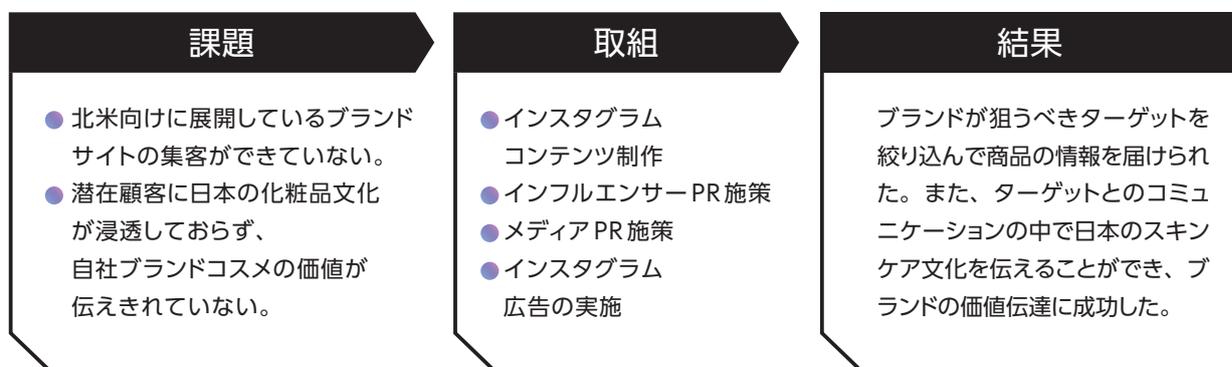
情報の信頼性の担保や、ターゲットのブランド認知拡大のため、現地メディアを活用し、各種PR施策を実地。美容・ウェルネス系の雑誌、オンライン媒体など、「KITAO MATCHA」のターゲット層に合ったメディアを選定しました。

○Instagram広告の実施

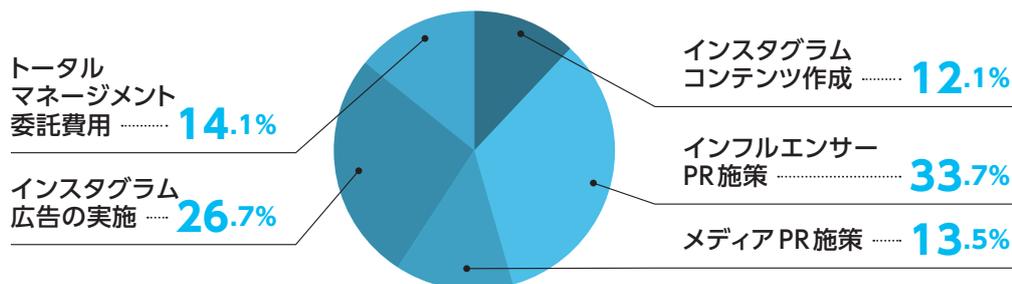
広告用の投稿コンテンツ、キーワードを設定。SNSプロモーションを活用し、ブランドのターゲット層が多いInstagramでの広告配信を実施。ターゲットを分類し、年齢層を広くとったことで、狙うべき層が明確になりました。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

北米では、日本では当たり前のダブル洗顔の概念がないほか、拭き取り化粧水で汚れや軽いメイクを落とすなど、保湿目的とは異なる化粧水の使い方が主流です。こうしたスキンケアに対する認識の違いをいかに埋め、シンプルで最大限に効果を出せる日本のスキンケアの価値を伝えられるかが、今回の事業のポイントとなりました。PR・広告施策では、中間結果分析でターゲットを明確にし、2回目の施策で軌道修正を行ったことで、SNSへの効果的な投稿につながったと考えています。

今後は、本事業で得たブランド認知を売上に結びつけていくことが大きな課題です。また、本事業で得られたターゲットのデータを最大限活かしつつ、ECサイトへの流入につなげていきたいと考えています。

● キング醸造株式会社(兵庫県)

「日本料理の魅力とともに 日本の調味料の認知を広げる」 SNSを駆使したプロモーション活動で 中国市場を開拓。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 越境ECを活用した中国市場開拓に向けたプロモーション事業

支援パートナー : 東風情報技研株式会社

キーワード : 日本料理・調味料・中国市場・SNSプロモーション・抖音 (TikTok)

01 取組背景

キング醸造は、兵庫県加古郡稲美町でみりんや醸造酒などの製造・販売を手がける調味料メーカーです。弊社は、2019年ごろから本事業の支援パートナーとともに中国向け越境ECの展開を進めてきましたが、世界的な感染症の影響で事業が一時停滞。プロジェクト再開のため、本補助金事業に応募しました。「新味料・料理酒」および「薫り華やぐ純米酒」の中国市場での認知拡大に向け、中国での現地調査を経て、各種プロモーションを実施しています。

02 主な取組紹介

○市場での認知度調査

海外でのマーケティング調査を得意とする支援パートナーの協力を得て、2022年10月1日より、上海や天津の日本料理店で、「新味料・料理酒・純米酒」の認知度調査を実施しました。

○商品パンフレット作成

2022年10月1日より、中国のSNS、微信 (WeChat) に掲載するための商品パンフレットを作成しました。日本語パンフレットの制作からスタートし、中国語版に展開しています。

○SNSコンテンツの制作・配信

中国のSNSプロモーションに強い支援パートナーの知見を借りて、2022年10月1日より、日本料理のつくり方をテーマにしたコンテンツを制作。コンテンツ内で当社の和風調味料の利用方法を訴求し、SNSで配信しました。

○微信 (WeChat) 連携用WEBサイトの構築

中国のSNSプロモーションに強い支援パートナーの知見を借りて、2022年10月1日



より、微信 (WeChat) 連携用のWEBサイトを構築しました。商品紹介や、商品を使った日本料理の作り方などの発信に取り組んでいます。

○ 抖音 (TikTok) 用動画コンテンツの制作・配信

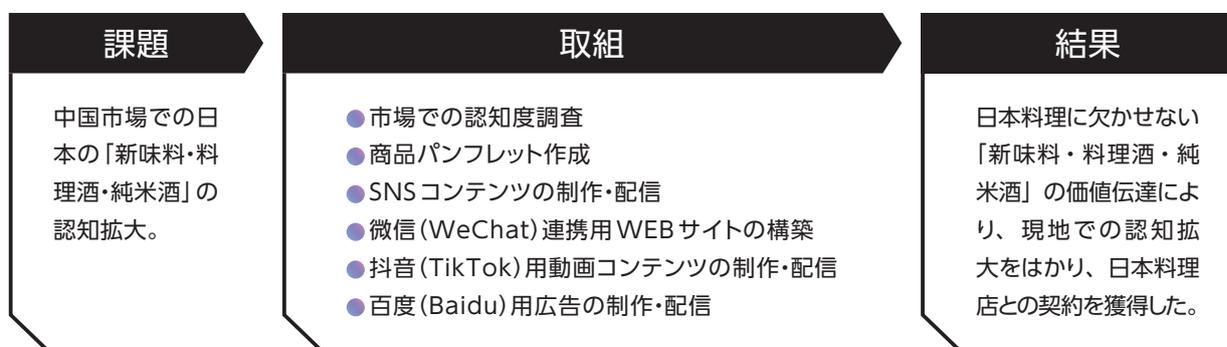
中国のSNSプロモーションに強い支援パートナーの知見を借りて、2022年11月1日より、抖音 (TikTok) 用動画コンテンツの制作を開始しました。料理教室や日本料理店、バーなどで撮影し、自社のアカウントで配信しました。

○ 百度 (Baidu) 用広告の制作・配信

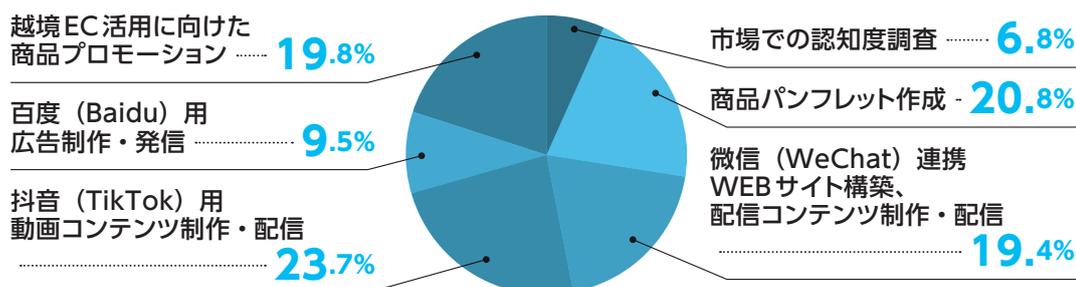
中国のSNSプロモーションに強い支援パートナーの知見を借りて、2022年11月1日より、中国最大の検索エンジン「百度 (Baidu)」用の広告コンテンツの制作・配信に取り組みました。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

弊社は本事業で、上海、天津の日本料理店3件との出荷契約を実現しました。2022年12月には日本酒100ケース (1,200本)、新味料200ケース (4,000本)、料理酒200ケース (4,000本) を出荷しており、2023年は、さらに3倍の出荷量を見込んでいます。

本事業での成果を通じ、和食に不可欠な和風調味料や日本料理に合う日本酒のニーズを改めて認知できました。安心・安全で品質の高い食品は世界中の消費者に求められており、そのニーズは人口に比例します。日本の食品が海外で広がる必然性を確認でき、さらなる可能性が見えてきました。今後も市場拡大に向け、ネットとリアル、双方を組み合わせたより効果的な情報発信に取り組んでまいります。

● 株式会社ニット・ウィン(奈良県)

ブランドらしいSDGsの切り口とは？ ものづくり視点で「大切に使う」を発信 ブランド価値を拡大し、 世界中にファンを生む。

事業類型 : デジタルツール活用型
プロジェクト名 : SNS広告と動画を活用したブランド価値伝達による欧米市場開拓
支援パートナー : 有限会社モリタジャパン
キーワード : 靴下メーカー・ブランディング・SDGs・コンセプトムービー・Instagram広告

01 取組背景

ニット・ウィンは1950年の創業以来、職人の手で一足一足丁寧に靴下をつくり続けているメイド・イン・ジャパンの靴下メーカーです。2020年より自社ブランドの海外向け販売をスタートし、現在、「NISHIGUCHI KUTSUSHITA」[hakne]「memeri」の3ブランドを展開しています。本事業では、SNS運用や各種クリエイティブの制作を通してブランドの価値を最大化し、さらなる認知向上に取り組めます。

02 主な取組紹介

○ 海外販路開拓アドバイザー

支援パートナーと定例ミーティングを行い、海外展開の課題に対するディスカッションを行いました。ブランドらしいSDGsの切り口から、見せ方、為替変動に応じた米国バイヤーへの対応方法など、事業全般に関するアドバイスをいただきました。

○ 自社ブランドInstagramの撮影と投稿

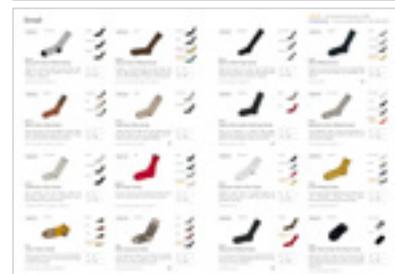
「NISHIGUCHI KUTSUSHITA」[hakne]「memeri」の3ブランドのコンセプトに基づき、商品写真を撮影。各ブランドのInstagramに投稿し、ユーザーコミュニケーションを強化しました。現在、海外からのフォロワーは全フォロワーの約7割に達しています。

○ Instagramフィード広告

Instagramのフィードから、ブランドページに誘導する広告を展開し、ファンの拡大につなげました。

○ SDGsを訴求するコンセプトムービー作成

クリエイティブとデザイン力に定評があるオットーデザインラボ株式会社の



サポートを得て、SDGs への関心が高い欧米市場に向けて、靴下に空いた穴を修繕する「ダーニング」のコンセプトムービーを作成。ブランドサイトで公開しました。海外バイヤーやファンの方からは好意的な反応が得られ、Instagramに1分間のリールを投稿したところ、リールで1万回以上の再生、動画自体は1,700回再生を達成しました。

○ 自社ブランドデジタルカタログ作成

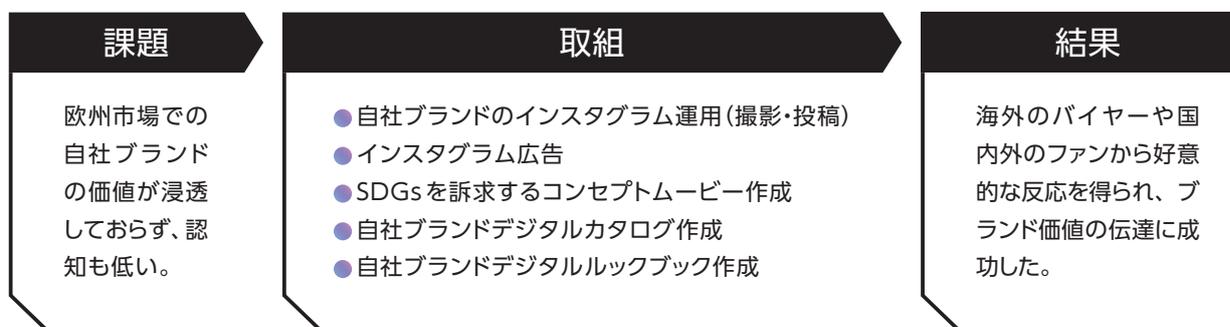
「NISHIGUCHI KUTSUSHITA」「hakne」「memeri」の3ブランドにおいて、海外の展示会やオンライン展示会、メールでの営業に活用するためのデジタルカタログを作成しました。

○ 自社ブランドデジタルルックブック作成

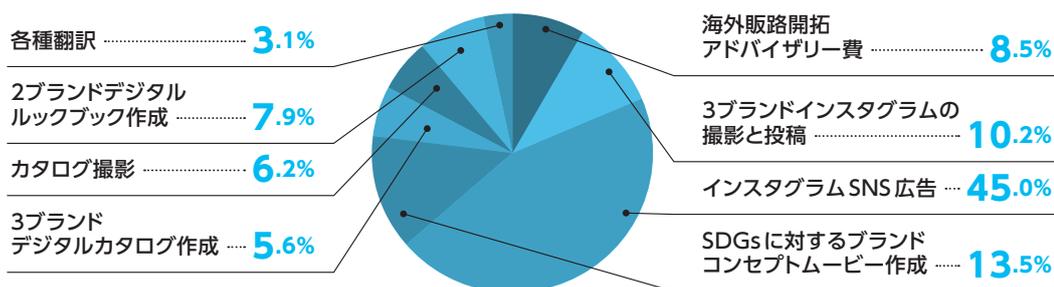
「NISHIGUCHI KUTSUSHITA」「hakne」の2ブランドにおいて、海外の展示会やオンライン展示会で、営業ツールとして活用するためのデジタルルックブックを作成しました。テーマとなるシーズンカラーを策定したことで、バイヤーの方にブランドの世界観が伝わりました。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

今回の事業では、「いかに海外でブランド認知を高めるか」「環境問題に対してどのような対応が取れるか」がカギとなりました。特にSDGsのアピールは難しく、とってつけたような取り組みに見えないよう、納得感や必然性のあるコンセプトを求めています。そこで、お気に入りの靴下を修繕して長く履く、「ダーニング」を提案するムービーを企画・作成。ブランドらしい切り口でSDGsを発信でき、非常に満足しています。今後は奈良の工場にファクトリーストアを併設し、海外のファンの方に弊社のものづくりを直接見ていただけるような場所を用意していきたいと考えています。

● 株式会社丸山タオル(愛媛県)

高品質なタオルを短納期で。 OEMでの一貫生産体制をアピールした WEB営業ツールで 海外でのBtoB需要を活性化!

事業類型 : デジタルツール活用型
プロジェクト名 : デジタルマーケティングを活用した、今治タオル海外営業事業
支援パートナー : 株式会社YCP Solidiance
キーワード : OEM・ノベルティ・米国・東南アジア・WEB制作

01 取組背景

丸山タオルは、1966年の創業以来、愛媛県今治市でタオルを製造し続けてきたタオルメーカーです。当社の最大の強みは、生地からプリント、縫製、検品、出荷まで、自社で対応する一貫生産体制にあります。本事業は、米国・東南アジア市場開拓にあたって、高品質・短納期を実現する一貫生産体制を海外の日系企業にアピールし、OEM需要を獲得する目的で応募しました。現在、海外営業専用のWEBページを制作・公開し、デジタルマーケティングを活用したサイト集客に取り組んでいます。

02 主な取組紹介



○海外営業専用WEBページ制作

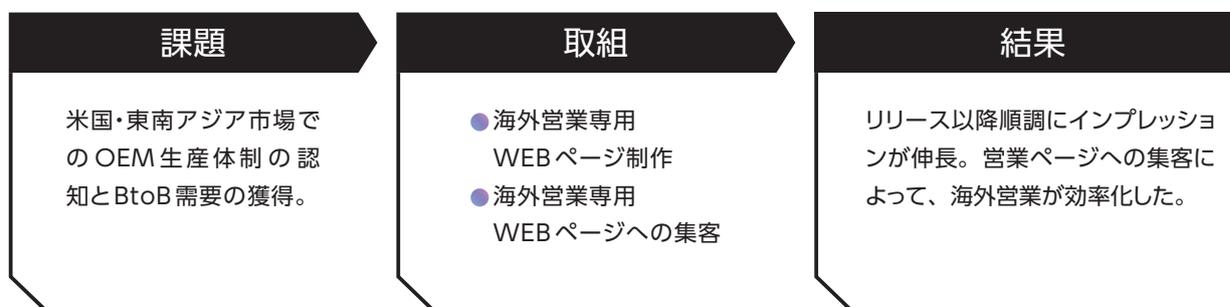
支援パートナーの協力を得て、海外営業専用のWEBページを和文・英文にて制作し、2022年12月に公開しました。当社の強みである短納期・高品質なOEM生産体制を訴求し、日系企業のノベルティ需要や、広告代理店・イベント会社の販売用のOEM商品獲得を狙います。

○海外営業専用WEBページへの集客

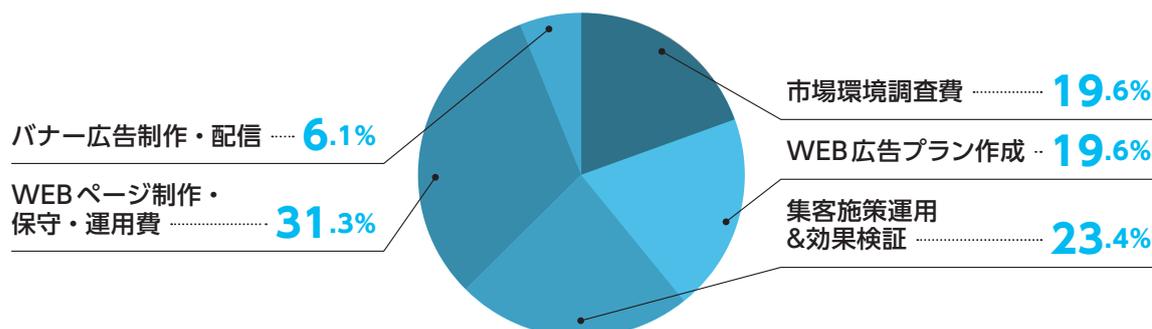
支援パートナーの協力を得て、アメリカを中心にバナー広告を展開し、WEBページへのアクセス数増加を図りました。12月頭にバナーを掲載したのち、キーワードを増やすなどして広告の改善を進め、同月の第3週には第2週の6倍もの

インプレッション数、3.6倍のクリック数を獲得しています。1月からは対象国を東南アジアへ広げ、さらなるクリック数の伸長を狙います。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

支援パートナーの株式会社YCP Solidiance様には、営業ページの制作や、バナー広告のリリースに大きく貢献していただきました。特に、海外企業向けWEBページ制作において、自社生産体制の強みや商品説明の英文化など、社内の人材では対応できない業務をお任せできた点はとても助かりました。実績検証や効果測定は進行中ですが、現在のところインプレッション数は好調です。

今後は制作したWEBページを実際の営業にどう活用していくかがカギになります。タオルの製造、縫製からプリント、検品出荷までを自社工場で一貫生産できる体制を強みに、短納期対応などの優位性を、海外の日系企業やイベント会社、企画会社、広告代理店などに発信し、さらなる販路拡大に取り組んでまいります。

● 株式会社大石膏盛堂(佐賀県)

KOLを活用したSNSプロモーションで 総エンゲージメント4233%! 自社初の男性用化粧品ブランド 中国市場での認知拡大に成功。

事業類型 : デジタルツール活用型

プロジェクト名 : 越境ECを活用した中国男性用化粧品市場開拓のためのSNSプロモーション事業

支援パートナー : 株式会社オーエス

キーワード : 男性用化粧品・SNSプロモーション・中国市場・KOC・KOL

01 取組背景

大石膏盛堂は、明治40年の創業以来、貼付剤を主力製品として医薬品等の製造および販売に取り組んできた会社です。当社はこれまでOEM製品を中心に商品製造を行ってきましたが、2021年に自社初となる男性用化粧品ブランド「Satta」を展開し、当ブランドの中国市場開拓に向けて本事業に応募しました。支援パートナーの力を借りて、自社にノウハウのない市場調査やマーケティング戦略、認知拡大・販売促進に取り組めます。

02 主な取組紹介

○市場調査

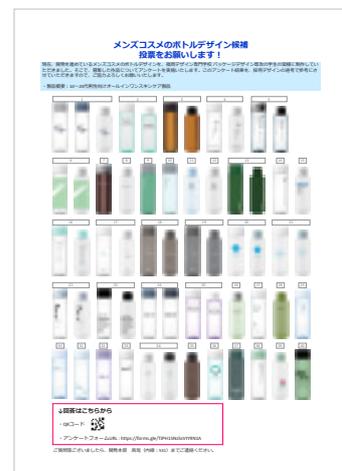
中国マーケティングに強い支援パートナーの力を借りて、市場調査を実施。中国の大手越境ECプラットフォーム、天猫国際 (Tmall) や淘宝 (Taobao) で販売されている日本ブランドの中で、競合となる化粧品ブランドをピックアップ。成分や訴求ポイント、販売店舗、SNSへの投稿などを比較検討した上で現状分析を行い、今後のプロモーションの方針について検討しました。

○中国語版「使い方動画」の作成

支援パートナーが得意とする、中国SNS向けの美容系コンテンツ作成を実施。商品販売サイトでの購買率を高めるために「使い方動画」を設置しました。微博 (Weibo)、小紅書 (RED)、抖音 (TikTok) など、各種SNSにもアップし、スキンケア意識の高い中国人男性に向けて、海外製品に対する理解を視覚的にアピールしています。

○KOCやKOLによるSNS配信

支援パートナーの強みである、KOC・KOLマーケティングを実施。KOC (キーオピニオンコンシューマー)、KOL (キーオピニオンリーダー) を活用して商品の情報露出を高め、ブランドや商品の認知拡大を狙いました。ミドルKOLのうち1名の配信は、KPIに対し総エンゲージメント数が4223%と目標数値を大幅に上回っています。



○ 微博(Weibo)プレゼントキャンペーン

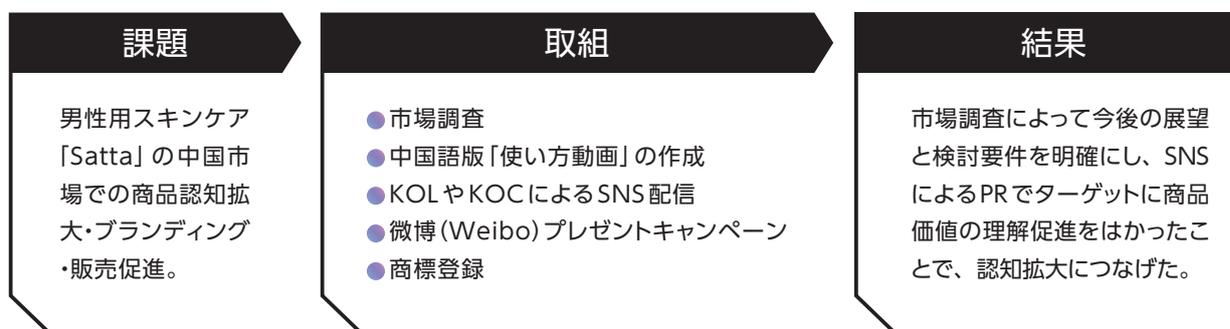
11月の7日間、微博(Weibo)で認知度向上を目的としたSNSキャンペーンを実施し、当初設定した閲覧数を大幅に超えた1,230,000IMPを達成しました。

○ 商標登録

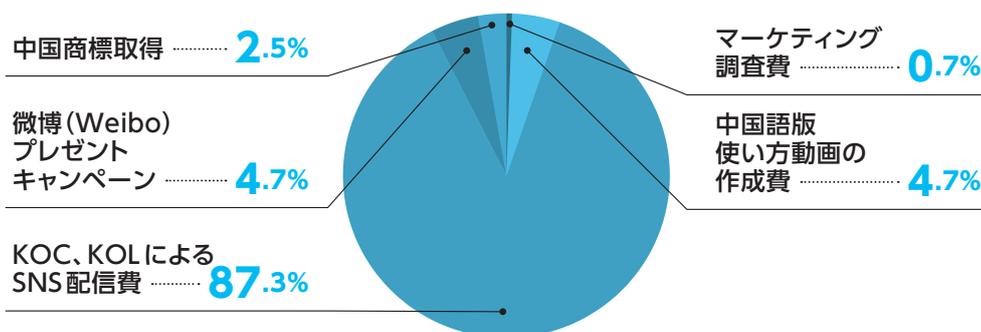
2022年10月に商品に関する商標の登録申請を行い、ブランド名である「Satta」の申請が無事に受理されました。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

独自のインターネット文化やSNS社会を持つ中国への進出において、中国向けプロモーションのノウハウを持つ株式会社オーエス様の支援は必要不可欠でした。特に、商品に適したKOCやKOLの選定は知見のない自社では難しく、目的に合ったKOLを選定していただけたのは大変助かりました。KOCやKOLによる商品の露出は継続することが重要です。引き続きオーエス様の力を借りながら、SNS施策に取り組んでまいります。

今後は、すでに中国に進出している日本ブランドとの差別化が課題となります。本事業で得たマーケティング調査の結果や動画へのコメント、エンゲージメントのデータなどを活用し、「Satta」というブランドを大きくしていきたいと考えています。

● 株式会社オキナワブレッシング (沖縄県)

沖縄伝統の生地を使った ジャパンメイドのウエットスーツが 韓国の競技シーンに。現地調査で拓けた 日本とは異なるPRの切り口とは？

事業類型 : デジタルツール活用型
 プロジェクト名 : 韓国フリーダイビング市場の開拓にむけたプロモーション事業
 支援パートナー : 株式会社俊美プロデュース
 キーワード : オーダーメイドウエットスーツ・韓国市場・マリンスポーツ・
 マーケティング調査・インフルエンサー活用

01 取組背景

オキナワブレッシングは、型紙作成から縫製まで全ての工程を自社で行い、お客様のご要望に合ったウエットスーツを提供するオーダーメイドウエットスーツの会社です。近年、国内市場の縮小から海外展開を決意し、今回韓国フリーダイビング市場に自社のオーダーメイドウエットスーツを展開する運びとなりました。本事業では、韓国展開にあたり課題となっていたマーケティング調査や各種PR施策に取り組んでおります。

02 主な取組紹介

○ 韓国でのマーケティング調査

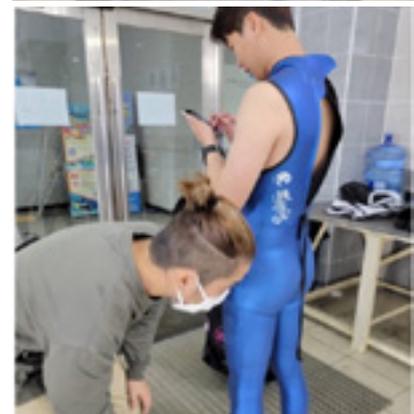
2022年12月に、弊社顧客となりうる競技選手へのマーケティング調査とヒアリングを行い、ユーザー視点からオーダーメイドウエットスーツのニーズなどをリサーチしました。また、2023年1月には、商品を製造供給するメーカー視点からのマーケティング調査、ヒアリングを行いました。この調査によって、韓国でニーズの高い競技用ウエットスーツの開発や、機能性を唄ったプロモーションの必要性に気づくことができました。支援パートナーには、越境ECでの販売を見据えた受注から発送までの体制作りをお手伝いいただいております。

○ マーケティングコンサルタントの導入

株式会社日本接続によるウエットスーツ商材海外展開向けマーケティングコンサルタントを依頼。2022年11月より、マーケティングのPDCサイクルを回すためにどのような運用をしていくべきかを指導していただきました。

○ インフルエンサー選手の契約・SNS投稿

2023年1月より、自社商品のインフルエンサーとして韓国の競技選手3名と契約。選手自身のインスタグラムフィードで商品を紹介していただいております。



○韓国での弊社商標の登録

2022年11月から2023年1月にかけて、ブランドロゴの商標登録を行いました。

○商品紹介用リール動画の企画・撮影・制作

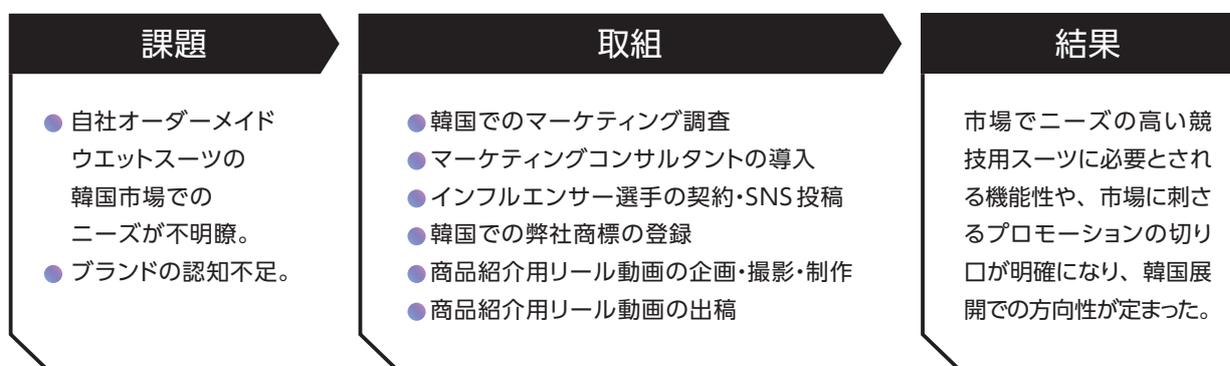
2022年11月から2023年1月にかけて、自社のInstagramに投稿するリール動画30本を制作しました。ブランド紹介やユーザーの声、機能性の紹介など、多角的に訴求しています。

○商品紹介用リール動画の出稿

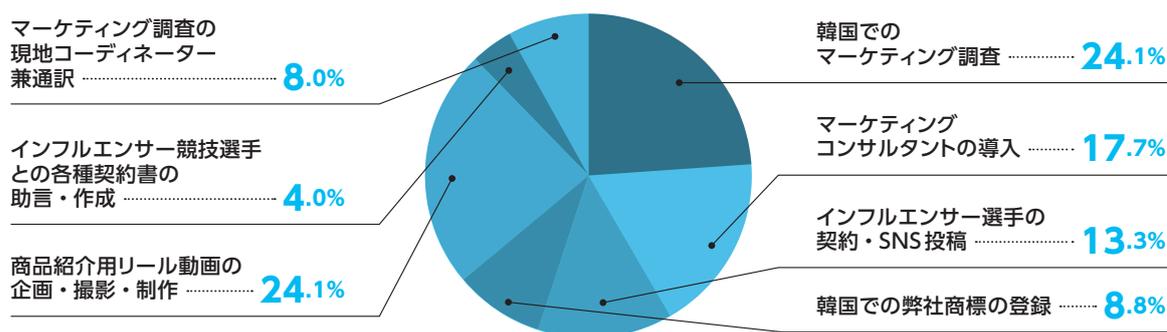
2023年1月から、自社Instagramで韓国市場に向けたInstagram広告を展開しています。



03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

韓国ではフリーダイビングはレジャーではなく競技として認知されており、ウエットスーツには具体的な機能性が求められます。本補助金を活用した現地のマーケティング調査では、韓国の競技者がウエットスーツに求める機能性が具体的にあり、商品開発やPRの方向性が定まりました。本事業の成果により、韓国でのブランド認知は順調に高まっています。今後は、春からのオンシーズンを前に、現地企業との協力体制によって、採寸・クレーム対応といったアフターフォロー体制を構築してまいります。

● 株式会社NEXT SHOWROOM(東京都)

中国市場でブランド認知を拡大したい。
 トップクリエイターが
 手がけるショート動画で
 現地ターゲットからの支持を狙う。

参画事業者	: 株式会社アーモンド・アイ、株式会社あえか、株式会社アシードンクラウド、ファクトリー有限会社、株式会社ヘラ、株式会社ラタン・セブン・コミュニケーション、banal chic bizarre、BODYSONG.、株式会社evolve、株式会社SMALL TRADES
事業類型	: トップクリエイター活用型
プロジェクト名	: 中国市場に向けてKOLを起点としたZ世代向け越境EC
クリエイティブパートナー	: EUGENE LEUNG
キーワード	: アパレル・展示会・ブランディング・SNS

01 取組背景

弊社が運営する「NEXT SHOWROOM」は、ブランドとバイヤーをつなぐオンライン合同展示会プラットフォームです。このたび中国高級ファッション市場に挑戦するにあたり、弊社プラットフォームに参画する複数のブランドをまとめ、グループとしての認知向上をはかるブランディングが課題となりました。本事業では、クリエイティブディレクターのEUGENE LEUNG氏と連携し、ブランディングや各種プロモーションに取り組んでいます。

02 主な取組紹介



○ 上海ファッション・ウィークへの出展

参画企業による上海ファッションウィークへの出展により、現地での認知拡大を図りました。

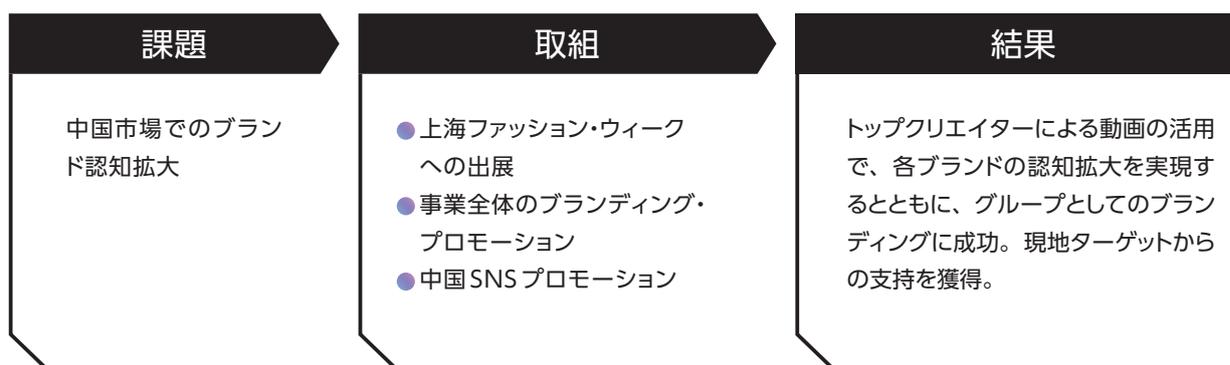
○事業全体のブランディング・プロモーション

事業の認知向上を目指し、クリエイティブディレクターのEUGENE LEUNGによるブランディング・プロモーションを展開しました。

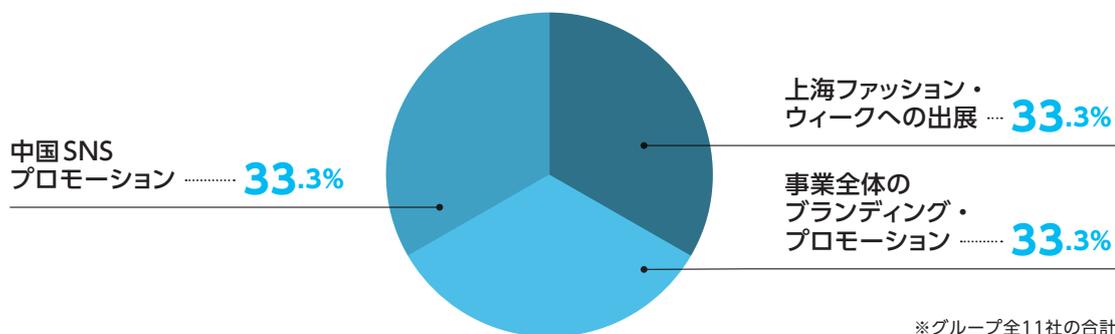
○中国SNSプロモーション

複数社のショート動画を作成し、各企業が個々のSNSで展開しました。ブランド・グループともに認知拡大をはかりました。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



※グループ全11社の合計として

05 事業実施後の感想・今後の展望

SNSなど、デジタルツールを活用した施策やブランディングというと、費用対効果の予想を立てにくい側面が大きく、自社だけで取り組むきっかけが掴めずにいました。そこで、今回本補助金事業に応募し、採択していただくことで、初期投資の費用負担を抑えることができました。また、今回の補助金事業に伴い、設定されていた「締め切り」は、スピード感を持って事業を進めるのにプラスな要素となりました。そのため、中国展開を含めた新規事業を本格的に活動させるきっかけになったと感じています。今後は当グループの施策やブランディングをさらに拡大していくことで、より大きな成果を期待しています。

● 株式会社山翠舎 (長野県)

日本発。

トップクリエイターと立ち上げた

唯一無二の古木ブランド、パリで始動。

国際的な見本市でアピール。

事業類型	: トップクリエイター活用型
プロジェクト名	: 欧州市場における古木商品のブランディング・プロモーション事業
クリエイティブパートナー	: 村瀬 弘行
キーワード	: 古木インテリア・ブランディング・欧州市場展開・海外展示会

01 取組背景

山翠舎は、古木を活用した建築や、家具・小物の企画・制作・流通などを手がける企業です。今回、フランスを始めとした欧州市場で古木プロダクトを展開するにあたり、これまで海外向けに十分な発信ができていなかった古木の価値や魅力を改めて構築・発信するため、本事業に応募しました。クリエイティブ・ディレクター、村瀬弘行氏の力を借りながら、専用WEBサイトの構築のほか、商品のブランディング、プロモーションに取り組みます。

02 主な取組紹介



○古木ブランド「SANSUI」の立ち上げ

海外市場に向けて古木プロダクトの魅力を発信するため、市場となるターゲット層や、マーケットの調査をもとに、自社プロダクトの見せ方を検討。自社の古木プロダクトブランド、「SANSUI」を立ち上げました。

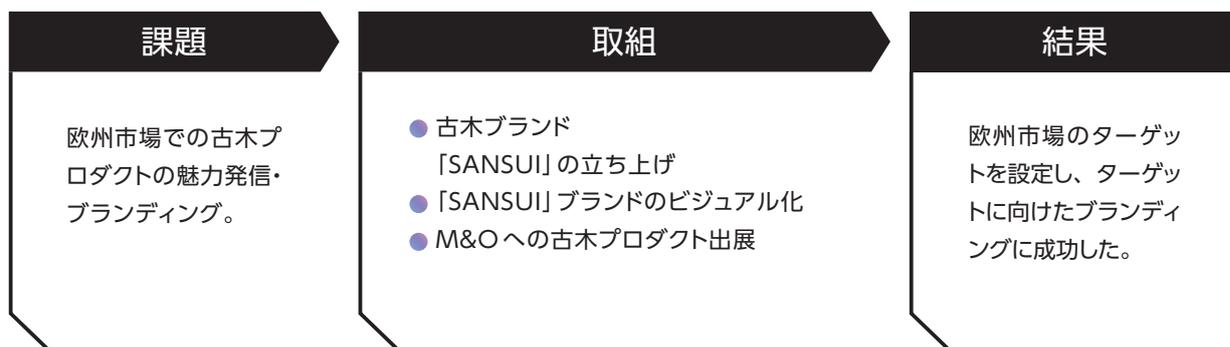
○「SANSUI」ブランドのビジュアル化

ブランド立ち上げに伴い、海外の展示会に出展する際に活用する、WEBサイト・ムービー・リーフレットなどの各種ツールを作成。「SANSUI」の世界観を発信します。

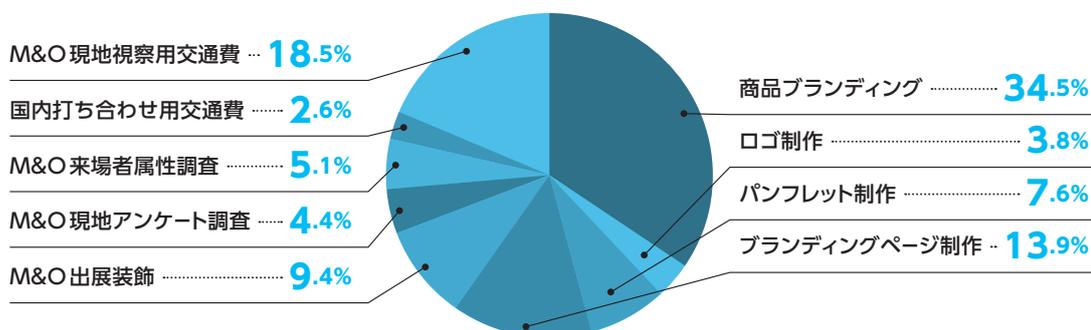
○M&Oへの古木プロダクト出展

2023年、1月にフランス・パリで開催される国際的なインテリアの見本市M&O（メゾン・エ・オブジェ パリ）に、村瀬氏自らが手がけるテキスタイルブランド「suzusan」とともに出展し、「SANSUI」の認知拡大をはかります。また、展示会で既存の古木プロダクトの調査や市場調査を行います。

03 事業展開のステップスケジュール



04 主な補助金の活用用途



05 事業実施後の感想・今後の展望

これまで、村瀬氏とのディスカッションを重ね、「SANSUI」というブランドのビジュアルやメッセージを綿密に練り上げてきました。事業者校正の際、「SANSUI」が我々の想定するターゲット層にアプローチできるブランドになってきているという手応えを感じています。

一方、実際に出展準備を進める中で課題となったのは、海外輸出のハードルの高さです。商品の輸出手配・手続きは、各方面のお力添えによって解決することができました。

事業が終了した現在、海外進出では、トライアンドエラーを繰り返すことで、会社としての知識やノウハウを蓄積できると実感しています。M&O出展では、当初想定をしていた欧州を始め、北米・北欧・インド等のバイヤーより高い評価をいただくことができました。自分達のプロダクトやブランドに対するリアルな声を現地で聞いたことはとても貴重な経験になりました。この結果を踏まえ、今後のSANSUI海外展開を推進してまいります。

デジタルツール活用型

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
1	単独	北海道	北海道	株式会社ICOR	FindJapan 株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓に向けた「ICOR」のSNS活用PR事業					
2	単独	北海道	北海道	オーパス北海道株式会社	アジアブリッジ株式会社
補助事業名称 有名ラーメン店の味を海外に届けるプロモーション事業					
3	単独	北海道	北海道	株式会社クラグラ	株式会社めるめる
補助事業名称 ECを活用した中国語版ボードゲーム製造・プロモーション事業					
4	単独	北海道	北海道	株式会社エンクル	株式会社オープンゲート
補助事業名称 中国向け越境ECを活用した北海道スイーツのプロモーション事業					
5	単独	北海道	北海道	株式会社AEI INTER WORLD	株式会社ジーリー メディアグループ
補助事業名称 安全性と機能性を備えた北海道産素材のペット用品の台湾市場開拓					
6	単独	北海道	北海道	株式会社グリーズ北見	仁美国際股份有限公司 (SGM)
補助事業名称 商品ブランド構築から海外販売戦略策定と実行					
7	単独	東北	岩手県	株式会社 クロス・クローバー・ジャパン	株式会社クレアツォーネ
補助事業名称 アメリカEC市場向けネコの課題解決商品の浸透と販促事業					
8	単独	東北	宮城県	有限会社松華堂	株式会社コミュニナ
補助事業名称 越境ECを活用した欧州市場開拓にむけた生活衣料商品のPR事業					
9	単独	東北	宮城県	運龍堂株式会社	Azonix Japan 株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した欧米・アジア向けペット用漢方サプリのプロモ事業					
10	単独	東北	宮城県	株式会社オフィス・ミント	umamill 株式会社
補助事業名称 越境ECを活用したシンガポール・香港ITプロモーション事業					
11	単独	東北	山形県	山形県酒造組合	株式会社NTTドコモ
補助事業名称 越境ECで山形県産日本酒の魅力と乾杯を拡散!					
12	単独	関東	茨城県	株式会社鈴木ハープ研究所	ワイズアンドパートナーズ・ ジャパン株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した米国市場開拓にむけたSNS・ECサイトプロモーション事業					
13	単独	関東	茨城県	株式会社久力製作所	Satomi Suzuki Tokyo Co.,ltd.
補助事業名称 SNSプロモーション事業を活用した北米およびドイツ市場におけるsoft closerの販売拡大					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
14	単独	関東	群馬県	株式会社笠盛	クラファン総研株式会社
補助事業名称 織都、桐生市「笠盛」から刺繍の新たな形「糸の3Dジュエリー」のニューヨーク市場開拓					
15	単独	関東	群馬県	株式会社今井だるま店NAYA	株式会社エニス
補助事業名称 コト消費とSNS活用によるフランスでのだるまファン層形成事業					
16	単独	関東	埼玉県	文化軽金属鑄造株式会社	株式会社SIパートナーズ
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたTHE BUNKAのプロモーション事業					
17	単独	関東	埼玉県	匯智徳康株式会社	日本グローバルサポート株式会社
補助事業名称 アセアンコールドチェーン市場開拓に向けた市場調査及びPR事業					
18	単独	関東	千葉県	オーキッドビューティー株式会社	AZONIX JAPAN株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した東南アジア市場開拓にむけたオーキッドエキス配合化粧品のプロモーション事業					
19	単独	関東	東京都	Add和TOKYO株式会社	ジェイグラブ株式会社
補助事業名称 ファーストステージ:北米市場開拓事業					
20	単独	関東	東京都	株式会社シー・ボディ	スターフィールド株式会社
補助事業名称 台湾市場におけるスキンケア「アイデアクト」「VCシリーズ」の商品認知獲得およびブランディング強化事業					
21	単独	関東	東京都	BEAUTEX株式会社	株式会社コンサルティング・プロデュース・ジャパン
補助事業名称 越境ECでの海外市場開拓を加速させるWEBプロモーション事業					
22	単独	関東	東京都	Amaris株式会社	株式会社オーエス
補助事業名称 中国へブランド展開!スキンケア商品の魅力と共感の創出事業!					
23	単独	関東	東京都	オツモ株式会社	株式会社クロスシー
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたWeibo/WeChatのSNSプロモーション事業					
24	単独	関東	東京都	株式会社ATOM	アジアブリッジ株式会社
補助事業名称 山梨県産品を通して山梨県の魅力を海外向けに情報発信する事業					
25	単独	関東	東京都	木本硝子株式会社	合同会社オープンゲート
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけた日本酒専用グラスのSNSプロモーション事業					
26	単独	関東	東京都	株式会社大同機械	株式会社ノイ
補助事業名称 越境ECを活用したスライドパネルのプロモーション事業					
27	単独	関東	東京都	株式会社YC・Primarily	株式会社めるめる
補助事業名称 越境ECを活用した中国大陸を中心とした華僑マーケットにむけたラブクロムのSNSプロモーション事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
28	共同	関東	東京都	株式会社HANDY DIGITAL	BBFL SUSTAINABLE LLC.
補助事業名称 [SUSTAINABLE JAPAN北米市場開拓に向けた越境EC×バイリンガルメディア事業 (編集・SNS・コミュニティ・PR)運営事業]					
29	単独	関東	東京都	株式会社ウカ	FindJapan 株式会社
補助事業名称 越境EC活用型中国市場開拓に向けた「uka」のSNS活用PR					
30	単独	関東	東京都	ニン株式会社	株式会社TSメディア
補助事業名称 越境ECを活用し中国市場ブランディング確立にむけたプロモーション事業					
31	単独	関東	東京都	ヘリテッジ株式会社	株式会社Lxgic
補助事業名称 越境ECによる北米/欧州/香港市場開拓:鞆等のプロモーション					
32	単独	関東	東京都	SUPALIV株式会社	インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
補助事業名称 中国における認知獲得と販路拡大を目的としたプロモーション事業					
33	単独	関東	東京都	株式会社リベルタ	Find Japan 株式会社
補助事業名称 中国市場開拓に向けた「つぶぼろん目元温和漢」のSNS 口コミ施策					
34	単独	関東	東京都	株式会社スリムビューティハウス	株式会社オーエス
補助事業名称 直営店とECサイトを組み合わせた顧客体験の提供を目指したプロモーションの実施					
35	単独	関東	東京都	株式会社Lucci	株式会社Lxgic(ロジック)
補助事業名称 海外越境EC事業者へのバーチャルオフィス住所提供事業					
36	単独	関東	東京都	有限会社吉江事務所	アジアファッションコンサルティング合同会社
補助事業名称 現地市場調査、SNS 動画広告実施による越境ECサイトの知名度拡大					
37	単独	関東	東京都	DO DASH COMMERCE 株式会社	ジェイクラブ株式会社
補助事業名称 英語圏(主に北米)向け越境ECによる国産オーガニック抹茶のWeb 動画によるSNS プロモーション事業					
38	単独	関東	東京都	リッチデザインジャパン 株式会社	ジェイクラブ株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した北米市場開拓にむけたECサイトWEBページ作成及びSNS プロモーション事業					
39	単独	関東	東京都	株式会社ユーティーオー	株式会社コンサルティング・プロデュース・ジャパン
補助事業名称 越境ECの積極的な活用のためのブランディング事業					
40	単独	関東	東京都	ホーイズム株式会社	Find Japan 株式会社
補助事業名称 越境EC活用型中国市場開拓のための「セルノート」の小紅書プロモーション事業					
41	単独	関東	東京都	アルペンローゼ株式会社	株式会社TSメディア
補助事業名称 越境EC活用 中国市場向けLa CASTA ブランドのSNS 販促事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
42	単独	関東	東京都	株式会社ミス・パリ	株式会社オーエス
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたWASPAのSNSプロモーション事業					
43	単独	関東	東京都	株式会社ヒップランド ミュージックコーポレーション	株式会社めるめる
補助事業名称 中国市場開拓に向けたデジタル音楽配信サービスFRIENDSHIP.のSNSプロモーション事業					
44	単独	関東	東京都	株式会社エバー	株式会社めるめる
補助事業名称 越境ECを活用した中国向けbelleriereブランドのSNSプロモーション事業					
45	単独	関東	東京都	タマコ・ボーテ・エ・サンテ株式会社	Find Japan株式会社
補助事業名称 越境EC活用型中国市場向けのKOL・KOCを活用したプロモーション事業					
46	単独	関東	東京都	オプカリス株式会社	Tokyo Creative株式会社
補助事業名称 インフルエンサーを活用した越境ECサイトへの誘客促進事業。					
47	単独	関東	東京都	PORTFOLIOS株式会社	ワイズアンドパートナーズ・ ジャパン株式会社
補助事業名称 北米市場開拓にむけてのSNS運用・認知拡大					
48	単独	関東	東京都	株式会社ピュリアス	ウィーンゴー株式会社
補助事業名称 ONE'S UP(ワンズアップ)の中国越境EC市場開拓のSNSプロモーション事業					
49	単独	関東	東京都	株式会社ケント・チャップマン	株式会社めるめる
補助事業名称 水引事業の越境ECを活用した中国市場開拓のテストマーケティング					
50	単独	関東	東京都	株式会社TENTIAL	株式会社クロスシー
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓に向けてD2Cブランドの展開。(商材名:BAKUNE)					
51	単独	関東	東京都	BBJP株式会社	株式会社オーエス
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけた化粧品CELLREVA(セルリヴァ)のプロモーション事業					
52	単独	関東	神奈川県	株式会社環境経営ホールディングス	合同会社オープンゲート
補助事業名称 越境ECを活用した日本発の化粧品-プロモーション事業					
53	単独	関東	神奈川県	株式会社サイマコーポレーション	株式会社 きらぼしコンサルティング
補助事業名称 越境ECを活用した日本製高機能ねじの北米・欧州市場拡大事業					
54	単独	関東	神奈川県	ツギノテ合同会社	Find Japan株式会社
補助事業名称 越境EC活用型中国市場開拓に向けた睫毛美容商品「me repos」のSNS活用PR					
55	単独	関東	神奈川県	ロジウィルグローバルサプライ 株式会社	株式会社めるめる
補助事業名称 ライブコマースを活用した中国市場開拓にむけた越境EC事業プロモーション事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
56	単独	関東	神奈川県	オブジェクト	アジアファッション コンサルティング合同会社
補助事業名称 BtoB 越境ECを活用した東南アジアに向けた生活雑貨卸売事業					
57	単独	関東	神奈川県	株式会社山忠	株式会社 SUZUKI SATOMI TOKYO
補助事業名称 <CARE:SOKU>ドイツ市場EC販売促進事業					
58	単独	関東	新潟県	株式会社ネクスティ	ワイズアンドパートナーズ・ ジャパン株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した米国市場開拓に向けた認知拡大事業					
59	単独	関東	新潟県	株式会社越後薬草	株式会社めるめる
補助事業名称 越境ECを活用した海外市場開拓にむけた越後薬草自社酵素商品のSNSプロモーション事業					
60	単独	中部	石川県	株式会社KKI	Japan Solution Inc.
補助事業名称 越境ECを活用した北米市場開拓のための市場調査及びPR事業					
61	単独	近畿	福井県	株式会社アグリフーズ福井	合同会社イーポート
補助事業名称 アジア市場開拓にむけたお米のWEBプロモーション事業					
62	単独	近畿	福井県	青山眼鏡株式会社	株式会社Fun Japan Communications
補助事業名称 越境ECを活用し、台湾・香港市場のサングラスのテストマーケティングを行い、販路拡大を図る。					
63	単独	関東	山梨県	株式会社原田晶光堂	CREAW Inc
補助事業名称 越境ECを活用し『アイデンティティとしての印章』をアメリカへ売り込むためのSNSプロモーション事業					
64	単独	関東	山梨県	株式会社日向宝飾	株式会社JTB
補助事業名称 山梨のジュエリーを世界へ、越境ECを活用したSNSプロモーション事業					
65	単独	関東	長野県	宮坂醸造株式会社	株式会社NTTドコモ
補助事業名称 Taste&Experience Local through SAKE～日本酒を通じた地域					
66	単独	中部	岐阜県	株式会社Tri-win	EIJ Consulting Pvt.Ltd.
補助事業名称 インド・アジアをターゲットとした飛騨高山を疑似体験できる観光ガイド動画販売プロモーション事業					
67	共同	中部	岐阜県	有限会社アートホームデザイン	株式会社 Culture Generation Japan
補助事業名称 越境ECを活用した米国市場向け美濃焼のブランディング・PR					
68	単独	中部	岐阜県	株式会社F-STYLE	株式会社コミュニーナ
補助事業名称 手づくり筆記具の欧州市場販路開拓にむけたプロモーション事業					
69	単独	中部	岐阜県	株式会社丸モ高木陶器	ダイスビュー有限会社
補助事業名称 米国への越境ECを活用した陶磁器製品(美濃焼)等のWEBプロモーション事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
70	単独	中部	岐阜県	有限会社船坂酒造店	合同会社オープンゲート
補助事業名称 中国向け越境ECによる市場開拓に向けた、自社ECモール旗艦店の動画およびSNSによるブランディング					
71	単独	中部	岐阜県	EmmaJapan	株式会社日本グローバルサポート
補助事業名称 越境ECを活用し英国市場にむけたEmmaのBtoB開拓プロモーション事業					
72	単独	関東	静岡県	中根製茶株式会社	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 アマゾンUSAを通し北米市場向け有機茶のプロモーション事業					
73	単独	関東	静岡県	有限会社みやび行燈製作所	有限会社クルツ
補助事業名称 ヨーロッパ市場開拓にマッチした製品再構築およびSNSを利用したPR事業および越境販売サイト構築					
74	単独	中部	愛知県	株式会社アメイズプラス	株式会社めるめる
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたBEAXISブランドのSNSプロモーション事業					
75	単独	中部	愛知県	株式会社RAY JAPAN	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 越境ECを活用したアメリカ市場開拓にむけたSNSプロモーション事業と中古カメラの世界販売事業					
76	単独	中部	愛知県	株式会社Waphyto	Find Japan株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたSNSを活用したプロモーション活動を実施する事業					
77	単独	中部	愛知県	愛知ドビー株式会社	株式会社エイチ・アイ・エス
補助事業名称 中国越境EC活性化に向けたKOLマーケティング事業					
78	単独	中部	愛知県	石川鑄造株式会社	株式会社マクアケ
補助事業名称 台湾市場に向けたおもいのフライパンシリーズのプロモーション					
79	単独	中部	愛知県	株式会社タカミツ	インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
補助事業名称 中国越境ECビジネス タカミツ商品のブランド力向上にむけた百度・TMALLプロモーション事業					
80	単独	中部	愛知県	株式会社ナスコム	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 アメリカAmazonを活用した、自社商品ナスブランドのブランディング事業					
81	単独	中部	愛知県	株式会社萬乗醸造	合同会社オープンゲート
補助事業名称 越境ECでの日本酒の動画・SNSを活用したプロモーション事業					
82	単独	中部	愛知県	ヤマツネ株式会社	株式会社エイチ・アイ・エス
補助事業名称 Dmyth海外EC販売拡大越境ECを活用したシンガポール市場開拓へのDmyth(ディーマイス)ブランドのプロモーション事業					
83	単独	中部	愛知県	株式会社小川	株式会社ジェイノバージョン
補助事業名称 越境ECを活用し創業89年の傘の老舗のオリジナル商品を台湾へ					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
84	単独	中部	愛知県	三州野安株式会社	ダイスビュー有限公司
補助事業名称 越境ECを活用した猫用陶器瓦製ペットハウスの台湾販路開拓に伴う販促デジタルプロモーション事業					
85	単独	中部	三重県	株式会社MOLATURA	株式会社マクアケ
補助事業名称 越境ECを活用した東アジア市場開拓に向けたbestpot、rangestarのSNSプロモーション事業					
86	単独	中部	三重県	有限会社ギルドデザイン	合同会社イーポート
補助事業名称 越境ECを活用した北米・欧州市場開拓にむけたHP、動画作成によるプロモーション事業					
87	単独	近畿	京都府	若林株式会社	スターフィールド株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した台湾香港販路拡大にむけたSNSプロモーション事業					
88	単独	近畿	京都府	千丸屋京湯葉株式会社	クレソン株式会社
補助事業名称 湯葉の聖地である中国へ京料理に育まれた京ゆばを越境ECを活用し販路拡大を目指す事業					
89	単独	近畿	京都府	株式会社マルヒサ	CREAW Inc
補助事業名称 SNSを活用した北米市場への着物・伝統工芸品のPR事業					
90	単独	近畿	京都府	有限会社明淨	株式会社ナセバナル
補助事業名称 越境EC×中国SNS日本製NMNサプリのプロモーション事業					
91	単独	近畿	京都府	五明金箔工芸	株式会社JTB
補助事業名称 越境EC活動の拡大に向けた縁付け金箔を用いたプロモーション動画の制作と展開					
92	単独	近畿	大阪府	有限会社ウイズ	日本グローバルサポート株式会社
補助事業名称 三文殊プロフェッショナルシザーをデジタルツール等を活用し海外での需要の拡大に挑戦する事業					
93	単独	関東	大阪府	ベレガ株式会社	Tokyo Creative株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した海外市場開拓にむけた、SNSプロモーションのためのコンテンツ動画制作事業					
94	単独	近畿	大阪府	三協エアテック株式会社	株式会社TSメディア
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場用加湿空気清浄機「うるおりッチ」のPR					
95	単独	近畿	大阪府	株式会社ニューバンタン	有限会社オープンクローズ
補助事業名称 越境ECへ中国顧客を集客する為のSNSプロモーション事業					
96	単独	近畿	大阪府	株式会社shoichi	株式会社ジェイノバージョン
補助事業名称 アパレル余剰在庫のリブランディング越境ECプロモーション事業					
97	単独	近畿	大阪府	株式会社アースケア	株式会社ジェイノバージョン
補助事業名称 越境ECを活用したシンガポール市場開拓に向けた「アクシリオ」のSNSプロモーション事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
98	単独	近畿	大阪府	有限会社多葉刷子工業所	株式会社JTB
補助事業名称 東アジア地域向け犬用歯ブラシの商品特徴訴求と差別化戦略の実践					
99	単独	近畿	大阪府	堀内鏡工業株式会社	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 「HORIUCHI MIRROR」=国境を越えて日本から世界へ					
100	単独	近畿	大阪府	株式会社SOLE COMPANY	スターフィールド株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した東アジア市場に向けた日本の地方観光インバウンドPR事業					
101	単独	近畿	大阪府	有限会社利休蔵	株式会社JTB
補助事業名称 千利休の街・堺から世界へ!お茶リキュール「妙 Cha」海外展開事業					
102	単独	近畿	大阪府	スリーアローズ株式会社	株式会社SIパートナー
補助事業名称 「世界の子供たちに笑顔を」、SNS・インフルエンサーを活用した越境EC事業					
103	単独	近畿	大阪府	株式会社北尾化粧品部	ワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社
補助事業名称 北米市場でSNS、WEBを活用したブランド構築プロモーション事業					
104	単独	近畿	大阪府	株式会社ベルマン	株式会社SIパートナーズ
補助事業名称 SNS等を活用し107年の歴史をアジアへブランディング					
105	単独	近畿	大阪府	マルカイコーポレーション株式会社	株式会社SIパートナーズ
補助事業名称 越境ECでのシンガポール市場開拓にむけたプロモーション事業					
106	共同	近畿	大阪府	株式会社高速オフセット	株式会社エイチ・アイ・エス
補助事業名称 シンガポール市場での奈良の日本酒のブランド化					
107	単独	近畿	大阪府	山本光学株式会社	県央ランドマーク株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した北米・オーストラリア市場開拓にむけた自社ブランドプロモーション事業					
108	単独	近畿	大阪府	有限会社ルネセイコウ	株式会社パコロア
補助事業名称 越境ECを活用した特殊椅子の欧州豪州市場開拓SNSプロモーション事業					
109	単独	近畿	兵庫県	株式会社クオリティー	株式会社ジェイノベーション
補助事業名称 アジア市場開拓にむけた「オーガニックジョセフィン」の越境EC活用を目指す事業					
110	単独	近畿	兵庫県	キング醸造株式会社	東風情報技研株式会社
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓に向けたプロモーション事業					
111	単独	近畿	兵庫県	株式会社Global Style Japan	株式会社アジアブリッジ
補助事業名称 越境ECを活用した販路展開にて、台湾以外のアジア圏進出拡大に向けたSNS等プロモーションの活用					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
112	単独	近畿	兵庫県	株式会社エスグロー	ISSHO ASIA COMPANY LIMITED
補助事業名称 ベトナムにおける和包丁の販路開拓のためのSNS等を利用したブランディング・プロモーション事業					
113	単独	近畿	兵庫県	白鶴酒造株式会社	株式会社フランクジャパン
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓					
114	単独	近畿	兵庫県	有限会社播磨海洋牧場	株式会社パコロア
補助事業名称 越境ECを活用した水産品のアジア市場開拓SNSプロモーション事業					
115	共同	近畿	兵庫県	スタニング株式会社	株式会社Lxgic
補助事業名称 日本一のかばんを世界へ発信するプロモーション及び市場調査					
116	共同	近畿	奈良県	株式会社Sake RD	株式会社TSメディア
補助事業名称 日本酒の動画と中国インフルエンサーを活用した中国EC市場開拓にむけたプロモーション事業					
117	単独	近畿	奈良県	株式会社タカギ	COUXU株式会社
補助事業名称 アジアにおけるブランドプロモーション強化と販売地域の拡大					
118	単独	近畿	奈良県	株式会社ニット・ウィン	有限会社モリタジャパン
補助事業名称 SNS広告と動画を活用したブランド価値伝達による欧米市場開拓					
119	単独	近畿	和歌山県	中野BC株式会社	EIJ株式会社
補助事業名称 越境ECを活用したインド市場開拓に向けたオンラインPR事業					
120	単独	中国	広島県	アリフク株式会社	株式会社StoreHero
補助事業名称 台湾市場で越境ECを成功させるためのテストマーケティング事業					
121	単独	中国	広島県	上田昆布株式会社	umamill株式会社
補助事業名称 youtuber等を活用してシンガポールの販路開拓事業					
122	単独	四国	徳島県	ミライク株式会社	株式会社コミュニーナ
補助事業名称 徳島の藍染製品を中心に台湾のベビー・マタニティ市場で越境EC販売					
123	単独	四国	愛媛県	株式会社丸山タオル	株式会社YCP Solidiance
補助事業名称 デジタルマーケティングを活用した、今治タオル海外営業事業					
124	単独	四国	愛媛県	有限会社SPC	株式会社ジェイノバージョン
補助事業名称 自社ブランド美容フェイスマスク 海外需要開拓プロモーション・ブランディング・越境EC事業					
125	単独	四国	高知県	チカミルテック株式会社	株式会社TSメディア
補助事業名称 中国越境EC積極活用に向けたブランディング・プロモーション実施事業					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
126	単独	九州	福岡県	株式会社ARIGATO	株式会社オーエス
補助事業名称 中国でインフルエンサーを起爆剤にSNS知見活用の認知関心拡大事業					
127	共同	九州	福岡県	株式会社鹿田産業	合同会社JEXPO
補助事業名称 EU市場へWEBを活用し、持続可能な竹すだれ内装材を販促する事業					
128	単独	九州	福岡県	CALL&RESPONSE株式会社	株式会社ジェイノベーション
補助事業名称 越境ECを活用したアジア市場開拓にむけたメンズ衣料品のSNSプロモーション事業・通信販売					
129	単独	九州	福岡県	ブリッジポイント株式会社	アジアブリッジ株式会社
補助事業名称 鹿児島県の名産品のプロモーション強化事業					
130	単独	九州	福岡県	株式会社大川家具ドットコム	ジェイクラブ株式会社
補助事業名称 越境ECを利用した大川家具の認知から購買までのスムーズ化事業					
131	単独	九州	福岡県	株式会社クーカイ	株式会社クロスシー
補助事業名称 越境ECを活用した中国市場開拓にむけたRedのSNSプロモーション事業					
132	単独	九州	佐賀県	株式会社大石膏盛堂	株式会社オーエス
補助事業名称 越境ECを活用した中国男性用化粧品市場開拓のためのSNSプロモーション事業					
133	単独	九州	佐賀県	吉田刃物株式会社	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 アメリカアマゾンでの園芸用刃物のブランディング事業					
134	単独	九州	佐賀県	株式会社徳永製茶	ワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社
補助事業名称 海外向け英語ブランドサイト(越境ECサイトと連携)の集客力をあげるためのSEO施策とSNSプロモーション事業					
135	単独	九州	長崎県	株式会社いろはや	(株)ジェイノベーション
補助事業名称 "Local to Global!!"越境ECx地方創生事業					
136	単独	九州	熊本県	株式会社あつまるホールディングス	伊藤忠ファッションシステム株式会社
補助事業名称 越境ECによる熊本発ボディケア『COKON LAB』の世界展開					
137	単独	九州	熊本県	株式会社平山海洋	株式会社ナセバナル
補助事業名称 越境EC×中国SNS日本製真珠のプロモーション事業					
138	単独	九州	大分県	株式会社SARABiO 温泉微生物研究所	株式会社ピアラ
補助事業名称 越境ECによる中国市場開拓にむけたBEPブランドのSNSプロモーション					
139	単独	九州	宮崎県	日向碁盤碁石株式会社	株式会社ナセバナル
補助事業名称 越境ECを活用した日本産碁盤碁石の中国SNSプロモーション					

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携する支援パートナー
140	単独	九州	宮崎県	株式会社ベルコード	株式会社グローバルブランド
補助事業名称 欧米 Amazon で自社アロマ製品の特許性を活かしたプロモーション事業					
141	単独	九州	宮崎県	株式会社トレードレーベル	Find Japan 株式会社
補助事業名称 越境 EC による中国市場開拓に向けた検油スキンケア製品の SNS 活用 PR					
142	単独	九州	沖縄県	株式会社オキナワブッシング	株式会社俊美プロデュース
補助事業名称 韓国フリーダイビング市場の開拓にむけたプロモーション事業					

■ トップクリエイター活用型

番号	申請形式	エリア	都道府県新	事業者名	連携するクリエイティブパートナー
1	単独	関東	東京都	エム・アール企画株式会社	川又 俊明
補助事業名称 800年の歴史を誇る「鎌倉彫」海外ブランディング事業					
2	共同	関東	東京都	株式会社 NEXT SHOWROOM	EUGENE LEUNG
補助事業名称 中国市場に向けて KOL を起点とした Z 世代向け越境 EC					
3	共同	関東	東京都	株式会社キヨモト	落合 宏理
補助事業名称 クリエイティブ支援パートナーである「FACETASM」ブランドとのコラボレーション商品の、パリメンズファッションウィークでの発表を通じた、海外販路の開拓施策。					
4	単独	関東	長野県	株式会社山翠舎	村瀬 弘行
補助事業名称 欧州市場における古木商品のブランディング・プロモーション事業					
5	共同	九州	福岡県	株式会社小倉縞縞	相場 慎吾
補助事業名称 北米市場開拓に向けた伝統工芸「小倉織」の商品プロモーション事業					



お問い合わせ

株式会社ジェイアール東日本企画

ソーシャルビジネス・地方創生本部

(「デジタルツール等を活用した海外需要拡大事業」事務局)

MAIL デジタルツール型 : info-digital@digital-tool.jp

トップクリエイター型 : info-creator@top-creator.jp