

企業向け研修：Day②基礎編2

本事業の提供価値と現地ニーズに合わせた製品・サービスの検討

2023年7月7日

研修の全体像

「Day②基礎編」では、開発課題解決に資する製品/技術/サービスをお持ちの企業様に対して、「中小企業・SDGsビジネス支援事業」の支援内容や活用事例のご紹介を通じて、特徴/提供価値と活用方法をお伝えします

開催日時	7月4日（火） 13:00～17:20	7月7日（金） 13:00～17:20	7月10日（月） 13:00～17:20
研修名	Day①入門編 開発途上国でのビジネス展開の 魅力と可能性	Day②基礎編 中小企業・SDGsビジネス支援事業の 特徴と活用方法	Day③実践編 開発途上国でのビジネスの事業計画立案 と中小企業・SDGsビジネス支援事業応募 時の企画書の書き方
対象企業像	<ul style="list-style-type: none"> 開発課題解決に資する製品/技術/サービスをお持ちで、<u>開発途上国でのビジネス展開</u>を志向する企業様 	<ul style="list-style-type: none"> 開発課題解決に資する製品/技術/サービスをお持ちで、<u>中小企業・SDGsビジネス支援事業（以下、本事業）</u>の活用方法を知りたいとお考えの企業様 	<ul style="list-style-type: none"> 開発課題解決に資する製品/技術/サービスをお持ちで、<u>具体的に企画書の書き方</u>を知りたいとお考えの企業様
狙い・到達目標	<ul style="list-style-type: none"> 開発途上国でのビジネス展開の実態を知り、自社製品の貢献可能性を理解する 	<ul style="list-style-type: none"> 本事業の特徴や活用方法を理解する 	<ul style="list-style-type: none"> 開発途上国でのビジネス計画の立案方法や応募時の企画書の書き方を理解する
講義内容（予定）	<ul style="list-style-type: none"> 13:00～14:00： 開発途上国でのビジネス展開の実態とポテンシャル 14:10～15:40： 開発途上国でのビジネス展開の事例（体験談含む） 15:50～17:20： 開発課題と自社製品のマッチング 17:20～17:30： Q&A 	<ul style="list-style-type: none"> 13:00～14:00： JICAの特徴と開発途上国でのビジネス展開における強み 14:10～15:40： 本事業の提供価値と現地ニーズに合わせた製品・サービスの検討 15:50～17:20： 本事業の活用事例（体験談含む） 17:20～17:30： Q&A 	<ul style="list-style-type: none"> 13:00～14:30： 開発課題に即した事業計画立案方法 14:50～17:20： 企画書の書き方と評価のポイント 17:20～17:30： Q&A

質の高い企画書が作成できるよう、途上国ビジネスの魅力から開発課題解決に即した事業戦略まで順を追って理解できる内容となっております

研修の全体像



基礎編「本事業の提供価値と現地ニーズに合わせた製品・サービスの検討」の研修概要

本研修は途上国へのビジネス展開を志向する企業様が、「中小企業・SDGsビジネス支援事業」の特徴と提供価値を理解し、本事業を活用するイメージを付けていただくことを目的としています

実施方法

実施形態	セミナー形式（個人ワーク有） ※本日の研修はオンデマンド視聴用に録画をいたします。
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● 他の海外展開支援事業と比較した本事業の特徴や提供価値を理解する ● 途上国進出を行う上で現地のニーズに合わせた製品を検討することの重要性を理解し、ニーズの確認やビジネス化に向けて「中小企業・SDGsビジネス支援事業」を活用するイメージをつける
登壇講師	<ul style="list-style-type: none"> ● 国際協力機構(JICA) 石田 美帆 本村 公一 肝付 直也 五十嵐 沙織 ● 有限責任監査法人トーマツ 鎌田 滋彦 他

タイムテーブル

開始 ~ 終了	ラップ	内容
14:10 ~ 14:15	5分	本研修の目的
14:15 ~ 14:30	15分	中小企業・SDGsビジネス支援事業の概要
14:30 ~ 14:45	15分	企業による中小企業・SDGsビジネス支援事業の活用事例
14:45 ~ 14:55	10分	市場調査の重要性
14:55 ~ 15:20	25分	個人ワーク
15:20 ~ 15:30	10分	他の支援事業と比べた特徴
15:30 ~ 15:40	10分	Q&A

講師紹介

2022年度からの「中小企業・SDGsビジネス支援事業(ガバナンス・平和構築分野)」のJICAコンサルタントをしている有限責任監査法人トーマツのメンバーが本研修を実施します

講師



鎌田 滋彦

有限責任監査法人トーマツ
リスクアドバイザー事業本部
ガバナメント&パブリックサービス
スタッフ

■ 経歴

- 大学にて国際関係論を専攻
- 在学中に国連ボランティア(UNV)として国連開発計画(UNDP)の東ティモール事務所に派遣され、現地の産業振興等の業務に従事
- 自動車メーカーの調達部門にて新車の開発プロジェクトのマネジメントやソーシング、サプライヤーの企業評価/財務分析、原価低減活動に従事
- 当法人に入所後、日本のスタートアップや中小企業の海外展開支援や海外のスタートアップの都内誘致活動に従事

ファシリテーター



中根 望

有限責任監査法人トーマツ
リスクアドバイザー事業本部
ガバナメント&パブリックサービス
シニアスタッフ
情報処理安全確保支援士
応用情報技術者

■ 経歴

- 国内システムインテグレータにて製造業、商社、金融機関向けの各種システム導入に従事。在籍中にJICA青年海外協力隊(バングラデシュ)を経験
- アビームコンサルティング株式会社(ODA調査や民間企業の海外展開支援に従事)を経て現職

ファシリテーター



竹内 知成

有限責任監査法人トーマツ
リスクアドバイザー事業本部
ガバナメント&パブリックサービス
シニアマネジャー
ICT for Development修士、ITストラテジスト
TOEIC 960

■ 経歴

- 国内システムインテグレータ、JICA青年海外協力隊(エチオピア)、在エチオピア日本大使館勤務を経て、マンチェスター大学大学院に進学(情報通信技術を活用した国際開発(ICT for Development)修士課程)
- JICA職員として、情報システム部、経済基盤開発部、ガーナ事務所などで、情報通信分野を中心に多くのODA案件形成や運営管理に従事
- アビームコンサルティング株式会社(ODA調査や民間企業の海外展開支援)を経て現職

ファシリテーター



矢口 宏則

有限責任監査法人トーマツ
リスクアドバイザー事業本部
パブリックセクター
シニアスタッフ
認定ファシリティマネジャー・技術士補

■ 経歴

- 令和3年度補正インド太平洋地域におけるDX等を通じた社会課題解決型のビジネス共創促進事業(アフリカ市場活力取り込み事業実施可能性調査事業)
- 地方公務員としてインフラの整備及び維持管理、米軍基地跡地を対象とした都市開発検討業務に従事
- 現職では、政令指定都市をはじめとした地方自治体における官民連携によるまちづくり検討やエリアマネジメント事業の立上げ支援、公共施設活用における民間企業とのマッチング支援業務に従事

「中小企業・SDGsビジネス支援事業の概要」

スピーカー

石田 美帆氏 (JICA 民間連携事業部)

中小企業・SDGsビジネス支援事業

独立行政法人国際協力機構
民間連携事業部



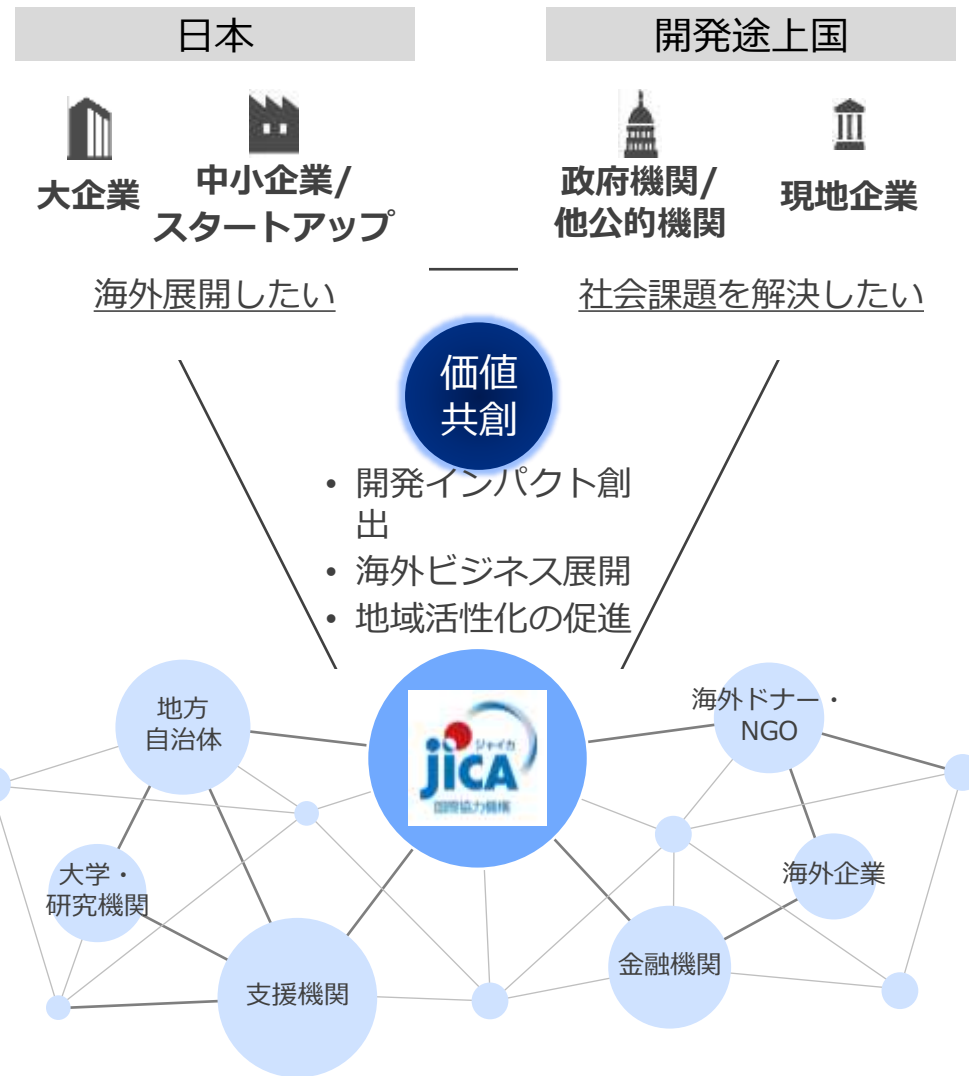
2023年5月更新



JICAの民間連携事業 コンセプト

「中小企業・SDGsビジネス支援事業」は、開発途上国の課題解決に貢献する本邦民間企業等のビジネスづくりを支援します。

JICAは政府開発援助（ODA）を通じて築いてきた開発途上国政府とのネットワークや信頼関係、ノウハウ等を活用し、価値の共創に取り組みます。



JICAの民間連携事業を活用するメリット①

1  JICAの信頼とネットワーク

JICAが開発途上国と築いてきた信頼の下で調査を実施いただけます

- 民間企業のみでは困難な現地パートナーにアクセスしやすくなります
- JICAが信頼関係を築いてきた途上国政府・自治体・業界団体等のパートナーの紹介が可能です

2  質の高いビジネスアドバイザー

開発途上国でのビジネスに造詣の深いコンサルタントから質の高い助言を得られます

- 開発途上国におけるビジネス化に向けた的確なアドバイザリを受けられます
- JICAとコンサルタントの支援によって、ビジネスを通じた開発途上国の課題解決の筋書き（ロジックモデル）を策定することができます

3  企業認知度の向上

JICAと成果を発信することで国内外の認知度が向上します

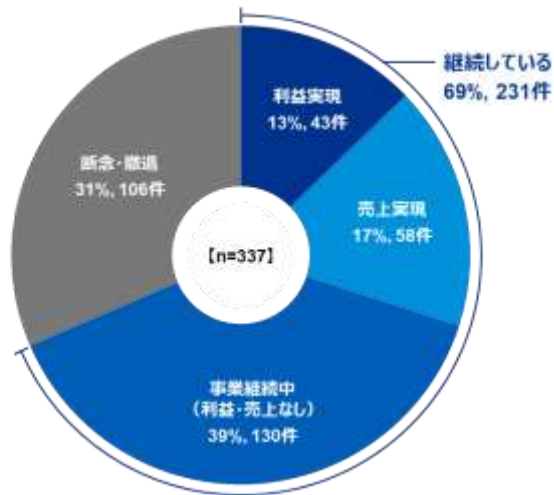
- 調査の結果、実現されたビジネス展開と開発インパクト創出の国内外への発信をお手伝いします
- 国内外のパートナー拡大や企業認知度向上が期待されます

JICAの民間連携事業を活用するメリット②

豊富な採択実績と高い事業継続率

- 累積採択数：1,448件の
(うち中小企業への支援は1,117件)
- 事業終了後の約**7割**の企業がビジネス展開を継続中

事業対象国でのビジネス展開の継続状況



出典：JICA 「2021 年度事後モニタリング調査アンケート調査結果報告書」

https://www.jica.go.jp/priv_partner/case/ku57pq00002avzncy-att/post_monitoring_Integrated_Reporting2021.pdf

Tips

モニタリングを通じた、ビジネス化へのポイントも充実

JICA事業後のビジネス化に向けた最低限押さえておきたい12のポイント

報告書	調査方法	12のポイント	留意点・落とし穴
企業書	—	1 海外展開に対して能動的、主体的である。	事業の成否の鍵を握るのも、事業のリスクを負うのも提案企業です。
	財務諸表	2 海外展開を行うための財務リソースがある。	新興国市場の海外展開には想定以上の時間、お金が発生します。
	販売実績	3 提案製品・技術には販売実績がある。	想定顧客を安心させるために製品・サービスの販売実績は有効です。
	デスク調査 (JETRO等)	4 提案製品・技術が外資規制の対象になっていない。	外資規制がある場合、制度を変更することは容易ではありません。
事業報告書・事業計画書 企業書に含まれていない項目	デスク調査、アンケート、インタビュー	5 進出国のニーズに適合している。	ニーズ調査には、Product-outではなくMarket-inの視点、売り手ではなく買い手目線の視点が必要です。
	デスク調査、アンケート、インタビュー	6 顧客の受容価格帯を把握している。	価格は購入の意思決定の最重要項目。見誤ると販売に至りません。
	業界情報リサーチ会社	7 進出予定の市場が独占、寡占になっていない。	競合他社を特定し、自社の参入余地を探り、販売戦略を検討します。
	紹介、展示会、JICA事業	8 信頼できる現地の社外パートナーを確保している。	現地法制度、商習慣、言語、人脈等、自社の弱みを補完する現地パートナーを獲得する必要があります。
	JICA事業	9 提案製品・技術に競争力がある。	主観を排し、顧客目線で客観的な競合他社分析をする必要があります。
	JICA事業	10 現地のニーズに合わせて、マーケティング要素を現地化できている。	4P (Product, Place, Price, Promotion) を市場ニーズに応じて現地化することが必要です。
	JICA事業	11 事業計画が客観的事実に基づき作成され、実現可能である。	複数のシナリオを基に、客観的な精算根拠に基づく事業計画にする必要があります。
	JICA事業	12 JICA事業後に取り組むべきアクションは明確である。	出口戦略が明確でなければJICA事業で築いた知見・ネットワークは風化していきます。

組織体制 製品技術 ビジネス環境 社外パートナー ビジネス計画

JICAの民間連携事業 支援メニュー一覧

関心・初期
情報収集

現地で基礎的な
情報を収集したい

現地ニーズに提案製品/
サービスが合うか確認したい

ビジネスとして成立・
持続するか確認したい

製品/サービス提供体制や
運営方法を確立したい

具体的
ビジネス展開

ビジネス化支援
型

ニーズ確認調査

- 基礎情報を収集し、開発途上国のニーズと自社製品/サービスとの適合性の検証を実施
- 初期的な事業計画を策定
- 期間：8か月程度

- 上限1,000万円
- コンサルティングサービス（4人月程度）

調査委託
型

普及・実証・ビジネス化事業

- 技術・製品やビジネスモデルの検証・普及活動を通じ、事業計画を策定
- 期間：1-3年程度

中小企業支援型

- 上限1.0億円、1.5億円、2.0億円
- コンサルタント関連経費込み

SDGsビジネス支援型

- 上限5,000万円
- コンサルタント関連経費込み

ビジネス化支援
型

ビジネス化実証事業

- 製品/サービスに対する顧客の受容性を確認した上で、現地パートナーを確保してビジネスモデルを策定し、収益性の検証と製品/サービス提供体制・オペレーションの構築を実施
- より精緻化された事業計画を策定
- 期間：1年4か月程度

- 上限2,000万円
- コンサルティングサービス（8人月程度）

自社による
ビジネス・
事業化



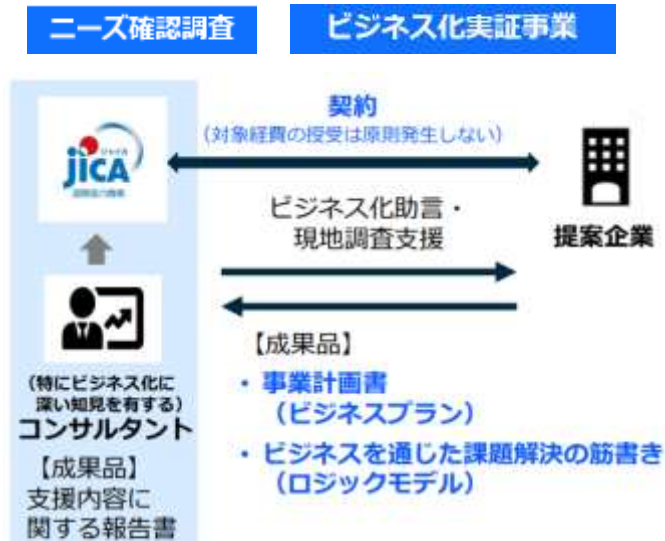
JICAとの
連携など

企業共創プラットフォーム

ビジネス化支援型と調査委託型

支援メニューは、JICAがコンサルタントとともに、企業による事業化を支援する「**ビジネス化支援型**」とJICAから企業へ調査を直接委託する「**調査委託型**」に分かれる。

ビジネス化支援型



- JICAがあらかじめ配置したコンサルタントによるビジネスアドバイザリ、経費支出支援（旅費、現地活動費等）を得ながら速やかに事業を開始し、事業計画を策定する。
- コンサルタントは分野別に配置される。

調査委託型

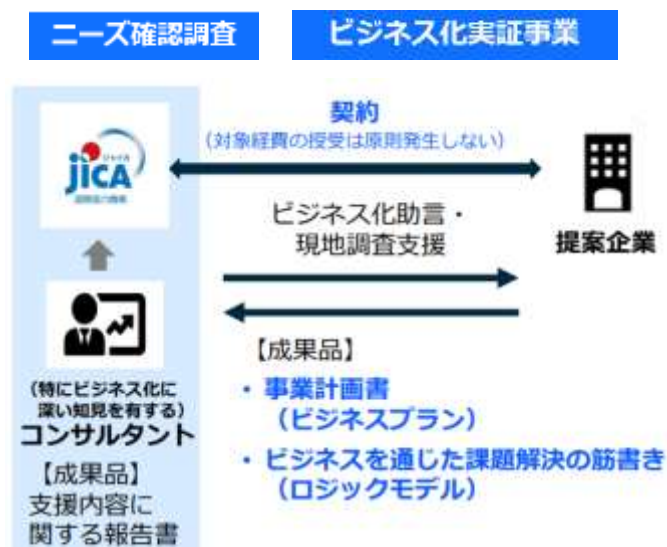


- 必要に応じ実証用機材調達も事業費内で行う。当該機材は原則として契約業務実施後に事業対象国の公的機関に譲与される。
- JICAとの委託契約のもと、必要に応じてコンサルタントを外部登用した上で、企業自身で調査計画の立案、調査報告書作成、精算報告書作成等の契約管理を行う。

【参考】ビジネス化支援型におけるコンサルタントの役割

ビジネス化支援型はJICAがあらかじめ手配した途上国ビジネスの知見に富むコンサルタント（JICAコンサルタント）が、採択企業の途上国ビジネスの成功へのアドバイザーサポートのみならず、調査に必要な補助活動も含めてサポート可能。

ビジネス化支援型



- JICAがあらかじめ配置したコンサルタントによるビジネスアドバイザー、経費支出支援（旅費、現地活動費等）を得ながら速やかに事業を開始し、事業計画を策定する。
- コンサルタントは分野別に配置される。

JICAコンサルタントのサポート内容（一例）

調査のサポート
調査設計支援、現地調査同行
ビジネスモデル検討支援
各種調査に関する支援：机上調査、現地ニーズ調査、現地パートナー検討、顧客候補検討、マーケティング調査、効果検証、収益性調査等
調査結果分析支援
ビジネスプラン策定支援
ロジックモデル検討支援
調査補助活動
現地渡航及び渡航準備への支援（航空券、車輛手配等）
調査支援対象経費の予算管理・採択企業への現物支給・精算
再委託契約や現地傭人等の調達・監理・経費支出

各支援メニューの対象となる法人

- 本支援事業は**日本国で施行されている法令に基づき登記されている法人**が対象。
- 提案企業の法人区分によって応募できる支援メニューが異なる。
- 共同企業体として「ニーズ確認調査」もしくは「普及・実証・ビジネス化事業（中小企業支援型）」に応募する場合は、全ての構成企業が該当する法人区分を満たす必要がある。

法人区分/メニュー		ビジネス化支援型		調査委託型	
		ニーズ確認調査	ビジネス化 実証事業	普及・実証・ビジネス化事業	
				中小企業支援型	SDGsビジネス支援型
SU 含む 営利法人	中小企業/中堅企業	●	●	●	
	上記以外		●		●
非営利法人		●	●		●
中小企業団体		●	●	●	

中小企業 : 中小企業基本法 第2条第1項～4項のいずれかに該当する企業

中堅企業 : 業種問わず資本金額10億円未満の企業

非営利法人 : 社団法人、学校法人、医療法人、NGO、NPO等

中小企業団体 : 事業協同組合、事業協同小組合、企業組合、協同組合、商工組合

SU : スタートアップ企業（設立15年以下、未上場、スタートアップ企業向け外部資金※が500万円以上）

※ベンチャーキャピタルからの投資実績、公的機関からのスタートアップにかかる助成金や委託事業等

【参考】応募可能な事業・区分確認ツール（通称：判定くん）

業種や従業員数などを入力することで、応募可能な支援スキームを判別する「**JICA中小企業・SDGsビジネス支援事業応募可能な事業・区分確認ツール（通称：判定くん）**」をリリースしました。

応募可能なスキームのご判断にお役立てください！

「判定くん」はこちら↓

<https://minkanrenkei.jica.go.jp/regist/is?SMPFORM=mbme-liqgtc-759b381be4fb64d997a80d8f3989b1f8>



※ 本ページでの確認結果を問わず、応募要件に合致しない場合はJICA中小企業・SDGsビジネス支援事業への応募はできません。 **応募要件については、公示日に公開する募集要項を必ずご確認のうえ、すべての資格要件を満たしているか確認ください。**

各メニューの詳細① ニーズ確認調査

ビジネス化支援型

海外ビジネス展開の検討状況

- ✓ 現地で基礎的な情報収集をしたい
- ✓ 現地ニーズに提案製品/サービスが合うか確認したい

対象	中小企業、中堅企業、中小企業団体、非営利法人
経費	上限1,000万円 ●旅費（航空券、日当、宿泊）、現地備人費、車両関連費、セミナー等実施関連費、資料作成費、雑費、再委託費等 ●地域金融機関連携は、上限の枠外にて旅費を計上可能
期間	8か月程度 ※事業計画策定に必要な活動を支援。
事業実施体制	JICAコンサルタントによるコンサルティングサービス（4人月程度） ●ビジネスアドバイザー ●経費支出支援を得ながら速やかに事業を開始し、初期的な事業計画を策定する
対象分野	全分野（途上国の社会・経済開発に効果のあるもの） 例：金融システム、保健医療・栄養、民間セクター開発、運輸・交通、気候変動、自然環境保全 等
対象国	原則としてJICA在外事務所などの所在国
備考	対象エリア（例：東南アジア等）での応募可、現地渡航は1か国のみ

各メニューの詳細② ビジネス化実証事業

ビジネス化支援型

海外ビジネス展開の検討状況

- ✓ 現地ニーズに提案製品/サービスが合うか確認したい
- ✓ ビジネスとして成立・持続するか確認したい
- ✓ 製品/サービス提供体制や運営方法を確立したい

対象	中小企業、中堅企業、大企業、中小企業団体、非営利法人
経費	<p>上限2,000万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 旅費（航空券、日当、宿泊）、現地傭人費、車両関連費、セミナー等実施関連費、資料作成費、雑費、機材送料、再委託費、招へい費等 ● 地域金融機関連携は、上限の枠外にて旅費を計上可能
期間	<p>1年4か月程度</p> <p>※事業計画策定に必要な活動を支援。</p>
事業実施体制	<p>JICAコンサルタントによるコンサルティングサービス（8人月程度）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスアドバイザー ● 経費支出支援を得ながら速やかに事業を開始し、事業計画を策定する
対象分野	<p>全分野（途上国の社会・経済開発に効果のあるもの）</p> <p>例：金融システム、保健医療・栄養、民間セクター開発、運輸・交通、気候変動、自然環境保全 等</p>
対象国	原則としてJICA在外事務所などの所在国

各メニューの詳細③ 普及・実証・ビジネス化事業

海外ビジネス展開の検討状況

- ✓ ビジネスとして成立・持続するか確認したい
- ✓ 製品/サービス提供体制や運営方法を確立したい

調査委託型

支援型	中小企業支援型	SDGsビジネス支援型
対象	中小企業、中堅企業、中小企業団体	大企業、非営利法人
経費	上限1億円（※例外アリ） ※例外 ● 1.5億円：大規模／高度な製品等を実証する場合 ● 2億円：インフラ整備技術推進案件、地域産業集積海外展開推進案件	上限5,000万円
	● 外部人材人件費、旅費（日当・宿泊費）、機材購入費、輸送費、現地活動費、本邦受入活動費、管理費等 ● 地域金融機関連携案件：同機関業務従事者の人件費及び旅費を上限金額の枠外として計上可能	
期間	1年～3年程度	
事業実施体制	JICAが採択企業と調査委託契約を結び、事業計画策定に必要な活動を支援（※補助金ではない点に留意）	
対象分野	全分野（途上国の社会・経済開発に効果のあるもの） 例：金融システム、保健医療・栄養、民間セクター開発、運輸・交通、気候変動、自然環境保全 等	
対象国	原則としてJICA在外事務所などの所在国	

【参考】支援メニュー選択の例①

支援メニューは、JICAがコンサルタントとともに、企業による事業化を支援する「**ビジネス化支援型**」とJICAから企業へ調査を直接委託する「**調査委託型**」の特徴を踏まえ支援メニューを選択。

<p>ビジネス化支援型</p> <p>ニーズ確認調査 ビジネス化実証事業</p>	<p>採択通知後、早期に契約を締結し、途上国ビジネスに関する専門的な知見をもつコンサルタントやJICAと一緒に調査計画をたて、コンサルタントの支援を得ながら調査を実施したい。</p>
<p>調査委託型</p> <p>普及・実証・ビジネス化事業</p>	<p>調査計画及び実証計画を自社で固めた上で応募し、現地での普及に向けた実証活動を行いたい</p> <p>契約管理及び精算報告を自社で行う必要があります。また、JICAから調査を受託する形で実施するため、採択通知後、契約まで数か月～1年程度要します。なお、機材を調達する場合は協議議事録の締結が必要となり、契約前までに準備が必要となります。</p>

【参考】支援メニュー選択の例②

提案企業の海外ビジネス展開の検討状況に応じた支援メニュー。以下は応募前の検討状況と事業終了後の目指す姿を想定した支援メニューの選択例。

検討状況

具体的な進出先は決まっていないが、〇〇地域（例：アフリカ）でビジネスの展開の見込みがあるか確かめたい！

進出先における事業計画の素案があり踏み込んで現地適合性を確認し、事業計画を精緻化したい！

進出先における事業計画の素案があり進出先の政府関係機関と共に製品/技術・サービスの有用性を提案機材の実証を通して確認したい！

ニーズ確認調査

東南アジアやアフリカといった地域を選択して応募可能
複数か国からコンサルタントと共に机上調査を通して調査国を選定し製品・サービスの市場ニーズを検証する

市場が特定され、ビジネス化で最も大きなリスクが検証され、初期の事業計画が完成することがゴール

ビジネス化実証事業

採択後、コンサルタントと即座に調査計画を煮詰め、提案商材を用いた収益性の検討や、提供体制を含めた精緻な事業計画を策定する。

実証活動を通じて事業計画を精緻にし、ビジネス化の可否の最終的な検討が行えるようになることがゴール

普及・実証・ビジネス化事業

相手国政府関係機関と協働し製品/技術・サービスの有用性の実証や普及活動を行い、精緻な事業計画を策定する。実証用機材として機材費を計上可能。

資格要件（法人資格）

- 「法人としての資格要件」と「応募における要件」の大きく2つ。
- 法人としての資格要件は「日本国内に登録された法人」であることを前提として、以下（1）～（8）の条件を公示日の時点にてすべて満たす必要がある。
- 応募後についても、これら要件の欠如・喪失は、採択解除・契約解除事由に該当する場合がある。
- 各資格の**詳細は公示日に掲載する募集要項を参照。**

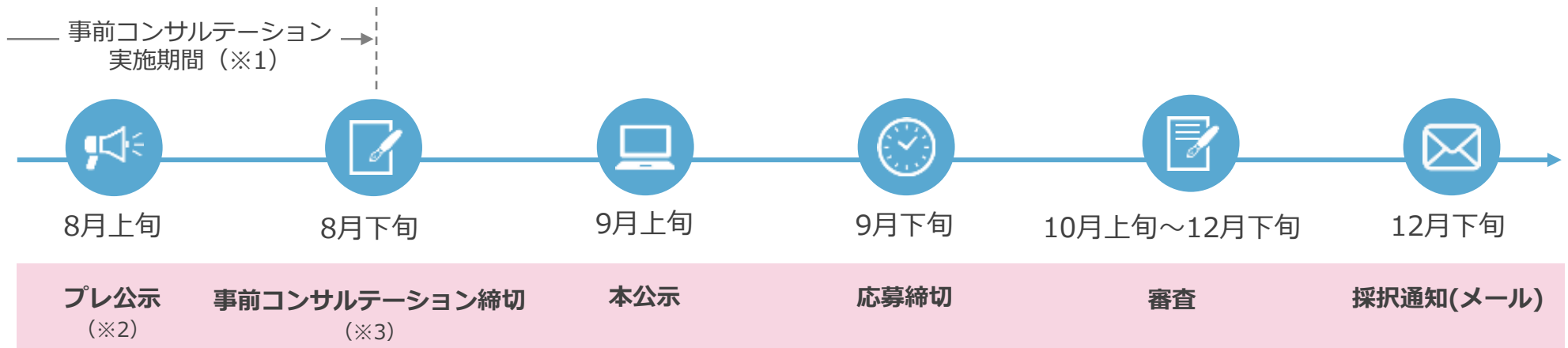
法人資格	備考
(1) 法人設立後1年以上であること	
(2) 以下の3つの財務指標に該当しないこと ① 当期純利益が過去3期連続マイナス（当期純利益が直近の過去3期連続で赤字） ② 直近期（一期1年）の貸借対照表で債務超過 ③ 直近の年商の3年平均が2,000万円/3000万円未満	スタートアップ企業に該当する場合は、財務指標①及び③を満たしていなくても可。 設立3年未満の場合は設立以降の財務諸表にて判断
(3) 外国会社等に該当しないこと	
(4) 法人として破産や更生中、税金の未納がないこと	
(5) 措置を受けていないこと	
(6) 暴力団関係にないこと	
(7) JICAとの間に未履行債務がないこと	
(8) 過去3年において採択取消・辞退等がないこと	コロナウイルス感染症による事由など、やむを得ないとJICAが認める場合はこの限りではありません

資格要件（提案要件）

- 以下（１）～（９）の何れかに該当する応募は一律不採択になる。
- 応募後についても、これら要件の欠如・喪失や発覚した際は、採択解除・契約解除事由に該当する場合がある。

対象外となる応募	備考
(1) 各スキームの対象と法人区分が合致していない応募	
(2) 不備・虚偽応募	
(3) 事業経費の見積（消費税込）が支援上限金額を超える応募	
(4) 提案企業（共同企業体含む）に提案製品/サービス・技術・ノウハウの販売実績がない応募	<p>「ニーズ確認調査」及び「ビジネス化実証事業」は、スタートアップ企業の提案に合致する場合、一部条件が緩和されます。</p>
(5) 本支援事業の複数応募	<p>2022年度で設けたビジネス化実証事業と普及・実証・ビジネス化事業の併願は廃止となります。</p>
(6) 他機関との重複応募	
(7) 「同様の内容」での4回目の応募	<p>「普及・実証・ビジネス化事業」のみ</p>
(8) 雇用契約・業務委託契約の実態がない応募	
(9) 環境社会に重大な影響を及ぼす応募	

公示・審査～採択までのスケジュール（予定）



(※1) 本公示開始前までに、応募内容についてお近くのJICA国内機関にご相談いただくことを強く推奨します。

(※2) JICAウェブサイトにて、本公示期間の事前アナウンスを行います。

(※3) 事前コンサルテーションの受付は、事前コンサルテーション締切日の約1週間前に締切ます。

受付後にコンサルテーション日程を順次ご案内します。

【参考情報】事前コンサルテーション

- ・ 支援内容の詳細やビジネスの検討段階に応じた支援スキームの選択など、ご応募に向けた各種アドバイスを可能ですので、ぜひご活用ください。
- ・ 2023年度公示に応募予定の事前コンサルテーションの**お申込みは8月25日〆切（実施は公示日前日（8月31日）〆切）**です。余裕をもってお申込みください。
- ・ 申し込みは、企業所在地のある都道府県を所管しているJICA機関にご連絡ください。

所管地域	JICA機関	部署	電話番号	電子メール
北海道（道央・道北・道南）	JICA北海道（札幌）	市民参加協力課	011-866-8421	hkictpp@jica.go.jp
北海道（道東）	JICA北海道（帯広）	道東業務課	0155-35-1210	jicaobic@jica.go.jp
青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県	JICA東北	市民参加協力課	022-223-4772	thicjpp@jica.go.jp
茨城県・栃木県	JICA筑波	連携推進課	029-838-1117	tbictpp@jica.go.jp
東京都	JICA本部（竹橋合同ビル）	中小企業・SDGsビジネス支援事業窓口	03-5226-3491	sdg_sme@jica.go.jp
埼玉県・千葉県・群馬県・新潟県・長野県	JICA東京	市民参加協力第一課	03-3485-7680	jicatokyo_sme@jica.go.jp
神奈川県・山梨県	JICA横浜	市民参加協力課	045-663-3253	yictpp@jica.go.jp
静岡県・岐阜県・愛知県・三重県	JICA中部	企業連携課	052-533-1387	cbictps@jica.go.jp
富山県・石川県・福井県	JICA北陸	業務課	076-233-5931	hrictr@jica.go.jp
滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県	JICA関西	JICAコラボデスク	06-6136-3477	jica-collabodesk@prex-hrd.or.jp
鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県	JICA中国	総務課	082-421-6300	cictad@jica.go.jp
徳島県・香川県・愛媛県・高知県	JICA四国	業務課	087-821-8824	skictpr@jica.go.jp
福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県	JICA九州	企業連携課	093-671-6311（代）	kictps1@jica.go.jp
沖縄県	JICA沖縄	市民参加協力課	098-876-6000（代）	oiictpp@jica.go.jp

お問合せ先

ご質問は、中小企業・SDGsビジネス支援事業窓口
もしくはお近くのJICA国内機関にお問合せください。

独立行政法人国際協力機構 中小企業・SDGsビジネス支援事業窓口

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-4-1 竹橋合同ビル

中小企業・SDGsビジネス支援事業窓口

電話 : 03-5226-3491 email: sdg_sme@jica.go.jp

企業所在地のある都道府県を所管している国内機関一覧

https://www.jica.go.jp/priv_partner/inquiry.html

企業による中小企業・SDGsビジネス支援事業 活用事例

活用事例紹介(JICA専門家によるサポート)(1/2)

JICA専門家がカウンターパートとの協議に同行して事業の推進に寄与しました



カンボジア国 カシューナッツのバリューチェーン構築 と高付加価値化に向けた案件化調査 株式会社トッププランニングJAPAN(東京都中央区)



対象国農業分野における開発ニーズ(課題)

- ・カシューナッツの不公正な1次産品流通の健全化
- ・著しく低い国内加工比率を改善する加工技術の確立
- ・家内制手工業段階の加工・生産から量産体制の構築

提案製品・技術

- ・カ国飲料水工場で培った食品衛生・品質管理技術
- ・糖化進行評価による糖化促進する熱加工処理技術

本事業の内容

- ・ 契約期間:2019年8月~2021年8月
- ・ 対象国・地域:カンボジア国4州
(プレアヴィヒア州、コンボントム州、シェムリアップ州、コンボンチャム州)
ベトナム国ホーチミンシティ及びビンズオン省
- ・ **カウンターパート機関:カ国農林水産省**
- ・ 案件概要:カ国内でカシューナッツ加工技術・工場を普及させることにより
近隣国によるたたき買いを減らし同国の生産力を向上する。



現地飲料水工場

開発ニーズ(課題)へのアプローチ方法(ビジネスモデル)

- ・農林水産省、現地加工工場とモデル工場となる
「品質及び衛生管理の伴う量産型カシュー加工工場」
及び「生産された加工品」を標準化(ブランド化)する。
- ・カシュー工場の運営参画、及び加工品の輸出・販売を
目指す。
- ・対象顧客は、ナッツ類を取り扱う日系を中心とした
商社。

対象国に対し見込まれる成果(開発効果)

- ・カシューナッツの不公正流通ルート of 健全化及び
カシュー生産者経済基盤の安定化
- ・カシューナッツの国内加工比率の向上及び付加価値
の国内内部化
- ・カンボジア産カシューブランドの確立

活用事例紹介(JICA専門家によるサポート)(2/2)

JICA専門家がカウンターパートとの協議に同行して事業の推進に寄与しました

カンボジアに派遣されていた**JICA専門家（農業VC改善アドバイザー）**が、トッププランニングJAPANとカンボジア カシューナッツ協会・農林水産省アグロインダストリー局との協議に同行しました

協議の実施風景



JICA専門家による協力の結果、**各関係機関との協議が円滑に進み、**USAIDのMarket Systems and Partnerships事業にもプロポーザルを提出しました

活用事例紹介(対象国関係者へのつなぎこみ) (1/2)

JICAの持つコネクション活かし、実証対象国での技術普及を支援しています

ビジネスモデルの概要

公共下水処理場/工場排水処理施設等の能力高度化を図る機材(AT-BCシステム)の販売

案件概要図

対象国	インド
顧客	インドにおいては公的機関(下水道局)が主な想定顧客
進出実績	インドへの進出実績なし
会社規模	社員12人(中小企業支援型)
実証概要	地方下水道局の下水処理場にて製品を実証。性能を検証するとともに実証施設をショーケースとし、普及を図る



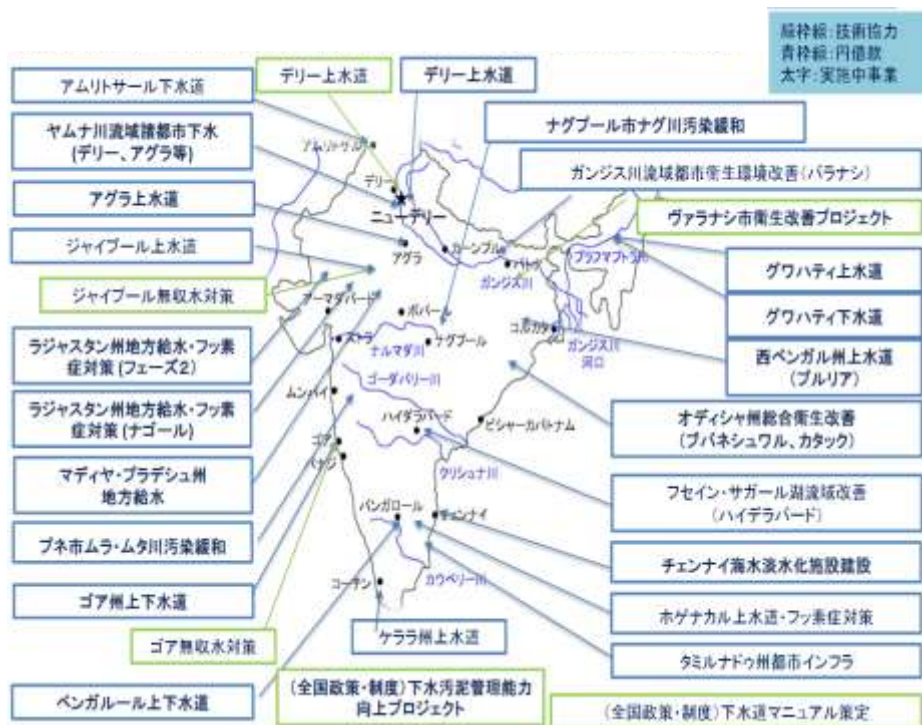
活用事例紹介(対象国関係者へのつなぎこみ) (2/2)

JICAの持つコネクション活かし、実証対象国での技術普及を支援しています

対象国（インド）においては、多くの水分野ODA事業を実施していることから、**JICAの持つコネクション活かし、実証事業のカウンターパート以外の政府機関に対しても技術を紹介し、製品の売り込みを図っています**


インドには多数の実施中/済の水関連ODA案件が存在

実証サイトにはJICAのコネクションも利用しつつ、政府関係者を招待し、ショーケース化を図る予定




活用事例紹介(現地でのセミナー実施①) (1/2)

セミナーを通じて当初想定していなかった顧客のニーズがあることが分かりビジネス展開先の新たな柱を作れました




フィリピン国 耐震塗料による
構造物耐震強靱化にかかる案件化調査 (中小企業支援型)
株式会社Aster (東京都)


11



13



17




対象国地震災害分野における開発ニーズ (課題)

- ・ フィリピンは日本と同様に、地震リスクの高い国である
- ・ 地震災害に関し、JICA調査 (2004年3月) によれば、ウエストバレー断層を震源地とする最悪のシナリオでマニラ首都圏では死者は33,500人を超えると予想されている。
- ・ 公共構造物の耐震強化も大きく遅れ、耐震強化が必要な教室数も80万クラスと建て替えを必要としない補強策が必要。

提案製品・技術

- ・ 耐震塗料 (Power Coating) はガラス繊維を特殊分散混合した強化塗料
- ・ 提案製品の強靱性は東京大学目黒研究室により実証
- ・ 耐震性、コスト、施工性、意匠性、環境適応性において高い優位

本事業の内容



① 塗料のような使用感、塗料と同様の扱い可能

② 乾燥2週間で引張強度発揮

③ 二人載っても壊れない強度

製品名：パワーコーティング

開発ニーズ (課題) へのアプローチ方法 (ビジネスモデル)
(対象国におけるビジネス戦略、対象顧客、収益構造等)

- ・ Power Coatingによるフィリピンの建設資材を活用した耐震強化の有効性を検証し、公共事業省の製品登録制度に登録する。
- ・ 対象顧客は、学校、避難所等の公共構造物及び富裕層に向けた民間住宅。
- ・ 現地代理店を介した販売モデルを確立し、塗布の技術研修について品質管理を行う。

対象国に対し見込まれる成果 (開発効果)

- ・ 地震による建造物の崩壊リスクを軽減し、死者ゼロの社会に近づける。
- ・ 安全安心な社会による安定的な経済成長を享受
- ・ 公共構造物の安全性の向上による政府への信頼の醸成
- ・ セメント消費を抑えることで、Co2の削減に貢献

2023年1月現在

31

独立行政法人 国際協力機構 | Japan International Cooperation Agency

活用事例紹介(現地でのセミナー実施①) (2/2)

セミナーを通じて当初想定していなかった顧客のニーズがあることが分かりビジネス展開先の新たな柱を作れました

【JICAフィリピン事務所から、自治体や政府関係者に声掛け、セミナー開催を周知】

政府関係者や現地民間企業などの想定顧客向けのオンラインセミナーを開催し、フィリピンの地震リスクや製品の機能を説明した



- 政府関係者や民間企業など、200人以上が参加する
- セミナー後のアンケートで、防災意識の高い自治体や、避難所の建設担当機関、災害リスク対策検討機関等から回答を得た
- 採択企業(Aster)「政府機関のニーズを調査する足掛かりができた」

支援事例紹介(現地でのセミナー実施②)

採択企業(トレンドマイクロ社・ゼネテック社)の現地 (バングラデシュ) の協業パートナー候補探しと広報を目的に BASIS(Bangladesh Association of Software & Information Services)およびJICAの協力を得てウェビナーを実施しました

フライヤーと実施風景



参加企業リスト

No	組織	業界	役職	国/地域
★1	Banglafire Solution Ltd	Software - Other	CEO	米国
2	CloudCoder Limited	Software - Other	Managing Director	バングラデシュ
★3	Link Vision Software Solution Ltd	Software - Other	CEO	バングラデシュ
4	Mediasoft Data Systems Limited	Software - Other	Digital Executive	Marketing バングラデシュ
★5	Binate Solutions Ltd.	Software - Other	Founder	バングラデシュ
6	Decent Act International	Software - Other	Founder	バングラデシュ
7	TiCON System Ltd	Software - Other	CEO	バングラデシュ
8	BacBon Ltd	Education	CEO	米国
★9	eate global ltd./ Bangladesh IT Institute	Software - Other	POS & ERP Software	米国
10	Logical Triangle Ltd	Software Healthcare	Chairman	バングラデシュ
11	Streams Tech Ltd.	Support Outsourcing	Chief Technology Officer	バングラデシュ
12	Nano Information Technology	Software - Other	CEO	バングラデシュ
13	Star Computer Systems Limited	Software - Other	CEO	バングラデシュ
14	Women in Digital	Education	MD	米国
15	OG Software	Support Outsourcing	CEO	日本
16	Brain Station 23	Software - Other	COO	バングラデシュ
17	TechKnowGram	Software - Other	Project Manager	バングラデシュ
18	TM	Other	SE	米国
19	Software development company	Software - Other	Executive Director	バングラデシュ
★20	株式会社Systech Digital Japan	Software - Other	Director	日本
21	Brain Station 23 Ltd	Software - Finance	CEO	バングラデシュ
22	Generation-Next IT Solution Ltd.	Software - Finance	Managing Director	バングラデシュ
23	Data Head PVT. Ltd.	Software - Other	Managing Director	バングラデシュ
24	RTC Hubs Limited	Software - Other	CEO	バングラデシュ
25	UC Lab	Software - Other	Director	カナダ



計25社の企業が参加し、うち2社がトレンドマイクロ社と、5社がゼネテック社との協業に関心を示す。また、同社とBASIS(Senior Vice PresidentとJapan Desk担当Directorが参加)との関係性構築のきっかけとなる

「中小企業・SDGsビジネス支援事業」では対象国でのニーズ確認
やビジネス化(ビジネスモデル検証等)を支援しています

日本で売れる「良いモノ」を途上国でもそのまま売ればいいのか
そんな疑問がわいてきます



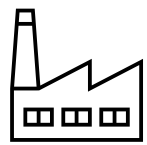

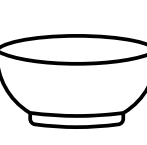
それでは、なぜニーズの確認が必要なのでしょう
なぜビジネスモデルを検討する必要があるのでしょうか

日本(先進国)と途上国で製品/技術/サービスのニーズに
どのような違いがあるのかを考えてみましょう



途上国に合わせた製品カスタマイズの必要性

途上国の環境や状況、開発課題を理解したうえで、現地の市場やニーズに合わせた製品/技術/サービスを提案しなければ、現地市場への参入は難しい

ビジネスの概要	直面した問題
電気を使った浄水システム 	現地の 停電時間が長く 、浄水できない時間が当初想定より長いことが分かった。浄水できない時間を短縮するため、 バッテリーを用いた浄水方式を計画するが、コストが見合わない可能性が出てきた。
栄養食品 	日本で販売していた栄養食品を現地に導入しようとしていた。しかし、 現地の食生活が保守的 であったため、栄養強化のコンセプトは維持しつつも 別の食品 での販売を模索する必要が出てきた。
食品製造 	原料を現地で調達することを予定していたが、 品質が一定でない ため、輸入等を行う必要が出てきた。
医療機器 	現地でBtoCの販売を想定していたが、 価格が高い ことから需要がないことがわかり、病院へのリースモデルに切り替えるなど、 販売方法の変更が必要 となった。
ヨーグルト食品 	水衛生環境が悪いことで発生していた 下痢への対策 と 現地女性の就業支援の一環 でヨーグルト生産を開始した。しかし、酸味がある味は現地でなじみがなく、「 腐っている食べ物 」としてのイメージを改める必要が出てきた。

多様な途上国の環境

また、日本語から連想する環境と現地の様子が必ずしも一致しないことも考慮する必要がある

東ティモール第二の都市(バウカウ)の「市街地」



NGOによる「英語教室」



東ティモールの「温泉」



デイリの空港付近から見る「都市」



クイズ！(都市部)

以下の写真は片方は先進国、もう片方は途上国の写真です。
どちらが途上国か考えてみましょう。



クイズ！(農村部)

以下の写真は片方は先進国、もう片方は途上国の写真です。
どちらが途上国か考えてみましょう。



クイズ！(大学)

以下の写真は片方は先進国、もう片方は途上国の写真です。
どちらが途上国か考えてみましょう。



！気を付けたいこと！

「途上国」という国はありません

**「途上国市場」と一言で言っても、
地域や国ごと、また同一の国でも都市部と農村部では
大きく環境が異なります**

**偏見やイメージで途上国を理解するのではなく、
現地の実情を理解したうえで事業を進めることが必要です**

**そのうえで現地に合わせた製品開発・ビジネスモデルの検討を
行うことが、途上国ビジネス成功の第一歩です**

個人ワーク

途上国の市場やニーズを理解しなければ、
現地に受け入れられることはありません。

しかし、途上国の情報を網羅的に入手することは困難です。
自社のビジネスの在り方を「仮説で」考え、
その検証を行いつつ、製品/技術/サービスとビジネスモデルを
ブラッシュアップするプロセスが有効です。

まずは自社製品を途上国に展開するにあたって
検討しなければいけないことは何なのか本ワークを通じて
「仮説」で考えてみましょう。

回答例の事例紹介

インド市場のニーズに合わせて商品のカスタマイズを行った、医療機器メーカーA社の携帯型心電計の事例をもとに回答内容を例示します

※回答例はすべてフィクションです

A社は心電計をインドの農村部に販売しようと試みた



自社製品による開発課題解決

製品やサービスは顧客のペイン(課題や悩み)を解決しています。それでは、日本(先進国)と途上国とでは、解決できる課題(自社の製品のターゲット層/アプローチ先)にどのような類似性や相違点があるか考えてみましょう

	日本(先進国)	途上国
誰の課題か (ターゲット)		
どのような場所/時に 起きているか (ロケーション/ タイミング)		
どのような課題か (ペイン)		
自社製品でどのよう に解決できるか (ソリューション)		

自社製品による開発課題解決

製品やサービスは顧客のペイン(課題や悩み)を解決しています。それでは、日本(先進国)と途上国とでは、解決できる課題(自社の製品のターゲット層/アプローチ先)にどのような類似性や相違点があるか考えてみましょう

	日本(先進国)	途上国(インド)
誰の課題か (ターゲット)	<ul style="list-style-type: none"> ● 比較的大きな病院に勤務している医師 ● 心電図検査に関する専門性を持つ医師 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方の病院/診療所で勤務している医師 ● 訪問診療を行う医師 ※インドでは病院が遠く、自ら病院に行ける人も少ないため
どのような場所/時に 起きているか (ロケーション/ タイミング)		
どのような課題か (ペイン)		
自社製品でどのよう に解決できるか (ソリューション)		

自社製品による開発課題解決(回答例)

製品やサービスは顧客のペイン(課題や悩み)を解決しています。それでは、日本(先進国)と途上国とでは、解決できる課題(自社の製品のターゲット層/アプローチ先)にどのような類似性や相違点があるか考えてみましょう

	日本(先進国)	途上国(インド)
誰の課題か (ターゲット)	<ul style="list-style-type: none"> ● 比較的大きな病院に勤務している医師 ● 心電図検査に関する専門性を持つ医師 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方の病院/診療所で勤務している医師 ● 訪問診療を行う医師 ※インドでは病院が遠く、自ら病院に行ける人も少ないため
どのような場所/時に 起きているか (ロケーション/ タイミング)	<ul style="list-style-type: none"> ● 精密検査を必要とする患者の診察 	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康診断 インドでは所得水準が低く、病気が重くなるまで病院に行かない人が多い。これに対して健康診断により病気の早期発見を行うことが望まれている
どのような課題か (ペイン)	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方病院や比較的設備が整っていない病院から送られてきた患者に対して検査を行う必要があり、そこでの一次検査で検知できなかった異変について精緻な検査を行うことが求められる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 医師といえど、専門医ではなく、必ずしも心電計の複雑な操作はできない ● 訪問診療をするため、持ち運びをする必要がある
自社製品でどのよう に解決できるか (ソリューション)	<ul style="list-style-type: none"> ● 誤診や異変の見落としをしない高精度の製品を提供することで、医師による精密な検査を可能にする 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誰でも直感的で操作しやすい機器を提供することで、専門医でない医師でも容易に心電計を取り扱うことを可能にする ● 小型でも精度が高いポータブル心電計を提供することで、医師は訪問診療時にも心電図検査をすることができる

先進国と途上国のギャップ(1/2)

日本や先進国で使われる環境や条件、ニーズと途上国のそれとはどのような違いがあるでしょうか。自社の製品に係る項目だけかつ想像で構わないので、考えられるギャップを考えてみましょう

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題		
求められる性能		
自然環境 (気候天候等)		
製品の使用に係る 設備/インフラ		
好みの傾向 (デザイン、趣向等)		
法規制		

先進国と途上国のギャップ(1/2)

日本や先進国で使われる環境や条件、ニーズと途上国のそれとはどのような違いがあるでしょうか。自社の製品に係る項目だけかつ想像で構わないので、考えられるギャップを考えてみましょう

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本では健康診断の習慣があるため心臓病の早期発見が可能であるが、インド農村部では病院が近くないため症状が悪化するまで病院へ行かない。このため、早期発見を行い、治癒の可能性を高める必要がある 	
求められる性能	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本ではできるだけ精密な検査が求められるが、インドでは健康診断時の異常が発見できる程度の精度 	
自然環境 (気候天候等)		
製品の使用に係る 設備/インフラ		
好みの傾向 (デザイン、趣向等)		
法規制		

先進国と途上国のギャップ(1/2)(回答例)

日本や先進国で使われる環境や条件、ニーズと途上国のそれとはどのような違いがあるでしょうか。自社の製品に係る項目だけかつ想像で構わないので、考えられるギャップを考えてみましょう

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題	<ul style="list-style-type: none"> 日本では健康診断の習慣があるため心臓病の早期発見が可能であるが、インド農村部では病院が近くないため症状が悪化するまで病院へ行かない。このため、早期発見を行い、治癒の可能性を高める必要がある 	
求められる性能	<ul style="list-style-type: none"> 日本ではできるだけ精密な検査が求められるが、インドでは健康診断時の異常が発見できる程度の精度 	
自然環境 (気候天候等)	<ul style="list-style-type: none"> 日本ではあまり発生しない砂嵐がインドでは定期的起きるため砂埃が多い 	
製品の使用に係る 設備/インフラ	<ul style="list-style-type: none"> 日本の病院は電気の問題はないが、インドでは病院(診療所)でも電気が通っていないことや、また電気が通っていても電圧が不安定であったり、停電が頻発する 	
好みの傾向 (デザイン、趣向等)	<ul style="list-style-type: none"> 日本で専門医が多く心電計に高性能な機能を求めるが、インドでは専門医が少なく医師は心電図検査だけをしているわけではないので、シンプルなデザインや単純な操作性など、使いやすさが重視される 	
法規制	<ul style="list-style-type: none"> 医療機器としての認証を得る必要がある 	

先進国と途上国のギャップ(2/2)

一方で、途上国市場と先進国の市場には共通点もあります。どのような点で共通点があるかを考えてみましょう。

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題		
求められる性能		
自然環境 (気候天候等)		
製品の使用に係る 設備/インフラ		
好みの傾向 (デザイン、趣向等)		
法規制		

先進国と途上国のギャップ(2/2)

一方で、途上国市場と先進国の市場には共通点もあります。どのような点で共通点があるかを考えてみましょう。

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本では健康診断の習慣があるため心臓病の早期発見が可能であるが、インド農村部では病院が近くないため症状が悪化するまで病院へ行かない。このため、早期発見を行い、治療の可能性を高める必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ● 心臓病は死因の1つであり早期発見・治療が必要である点は日本もインドも共通
求められる性能	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本ではできるだけ精密な検査が求められるが、インドでは健康診断時の異常が発見できる程度の精度 	
自然環境 (気候天候等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本ではあまり発生しない砂嵐がインドでは定期的起きるため砂埃が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ● N/A
製品の使用に係る 設備/インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本の病院は電気の問題はないが、インドでは病院（診療所）でも電気が通っていないことや、また電気が通っていても電圧が不安定であったり、停電が頻発する 	
好みの傾向 (デザイン、趣向等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本で専門医が多く心電計に高性能な機能を求めるが、インドでは専門医が少なく医師は心電図検査だけをしているわけではないので、シンプルなデザインや単純な操作性など、使いやすさが重視される 	
法規制	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療機器としての認証を得る必要がある 	

先進国と途上国のギャップ(2/2)(回答例)

一方で、途上国市場と先進国の市場には共通点もあります。どのような点で共通点があるかを考えてみましょう。

	先進国と比較し、途上国の環境にはどのようなギャップがあるか	先進国と比較し、途上国の環境にはどのような共通点があるか
解決すべき課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本では健康診断の習慣があるため心臓病の早期発見が可能であるが、インド農村部では病院が近くないため症状が悪化するまで病院へ行かない。このため、早期発見を行い、治療の可能性を高める必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ● 心臓病は死因の1つであり早期発見・治療が必要である点は日本もインドも共通
求められる性能	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本ではできるだけ精密な検査が求められるが、インドでは健康診断時の異常が発見できる程度の精度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康診断時に求められる心電計としての性能は、日本もインドも同程度
自然環境 (気候天候等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本ではあまり発生しない砂嵐がインドでは定期的起きるため砂埃が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ● N/A
製品の使用に係る 設備/インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本の病院は電気の問題はないが、インドでは病院（診療所）でも電気が通っていないことや、また電気が通っていても電圧が不安定であったり、停電が頻発する 	<ul style="list-style-type: none"> ● N/A
好みの傾向 (デザイン、趣向等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本で専門医が多く心電計に高性能な機能を求めるが、インドでは専門医が少なく医師は心電図検査だけをしているわけではないので、シンプルなデザインや単純な操作性など、使いやすさが重視される 	<ul style="list-style-type: none"> ● N/A
法規制	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療機器としての認証を得る必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療機器認証を得る必要がある点は日本もインドも共通

製品の開発方針

現地のニーズに合わせるため、御社の製品/技術/サービスを提供するにあたっての構成要素をどう開発していけばいいでしょうか。日本向けのママ、現地に向けて社内で再設計、外部リソースの活用など開発の方針を考えてみましょう。

	日本向けの 構成要素再利用	現地(途上国)に合わせた 再設計	他社/現地からの調達 (外部リソースの利用)
(構成要素を記載)			

製品の開発方針

現地のニーズに合わせるため、御社の製品/技術/サービスを提供するにあたっての構成要素をどう開発していけばいいでしょうか。日本向けのママ、現地に向けて社内で再設計、外部リソースの活用など開発の方針を考えてみましょう。

	日本向けの 構成要素再利用	現地(途上国)に合わせた 再設計	他社/現地からの調達 (外部リソースの利用)
操作盤		● シンプルでだれでも使用できる操作盤を設計	● 設計図をもとに 現地企業に製造を委託 し、コストを低減
バッテリー/電源			
ボディパッド			
ハードウェア	● 小型で高性能な心電計 を転用	● 筐体部分は 砂埃に対応 できるように、 堅固 に設計	● 将来的には 現地生産 を行い、コストのさらなる低減を行う
ソフトウェア			

製品の開発方針(回答例)

現地のニーズに合わせるため、御社の製品/技術/サービスを提供するにあたっての構成要素をどう開発していけばいいでしょうか。日本向けのママ、現地に向けて社内で再設計、外部リソースの活用など開発の方針を考えてみましょう。

	日本向けの 構成要素再利用	現地(途上国)に合わせた 再設計	他社/現地からの調達 (外部リソースの利用)
操作盤		● シンプルでだれでも使用できる操作盤を設計	● 設計図をもとに 現地企業に製造を委託 し、コストを低減
バッテリー/電源		● 電源がないため 電池式 で再設計	● 電池は 現地で手に入れられるもの を使用(継続してほしいいただけるよう配慮)
ボディパッド	● 日本で使用している 健康診断用パッド を転用		● 継続使用のため、現地企業と提携して生産を行い、 現地調達を可能にする
ハードウェア	● 小型で高性能な心電計 を転用	● 筐体部分は 砂埃 に対応できるように、 堅固 に設計	● 将来的には 現地生産 を行い、コストのさらなる低減を行う
ソフトウェア	● 日本向け製品で開発したシステム を転用	● 設定言語のみ 現地語 に修正	

JICAコンサルタントによる支援

途上国ビジネスのカギは現地に合わせた事業開発であり、現地の市場調査やニーズ確認調査が重要となります。中小企業・SDGsビジネス支援事業ではJICAコンサルタントが皆様の調査をサポートします

調査支援の一例

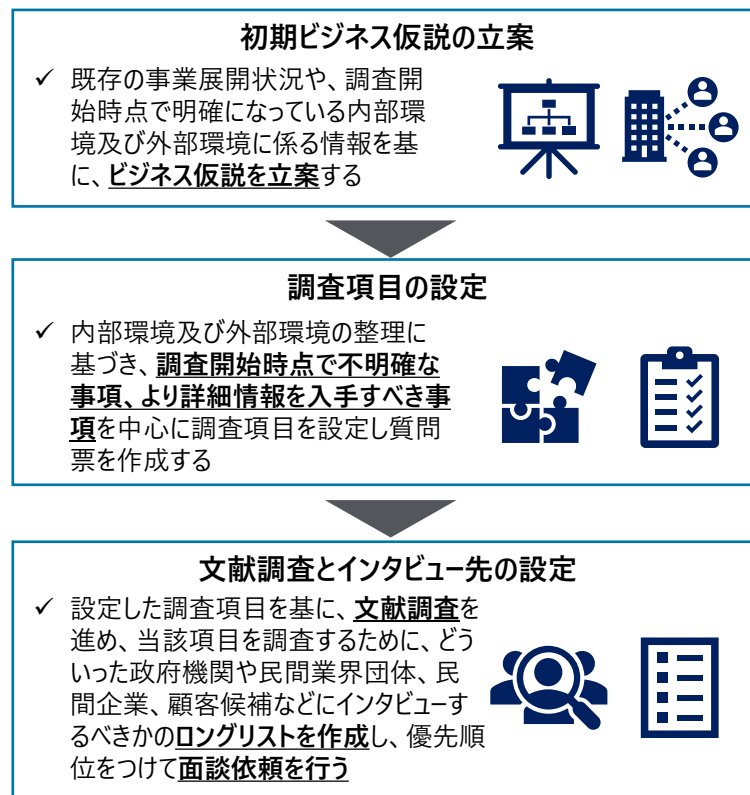
初期条件の整理



現状分析の実施

内部環境	4P分析	調査分析項目： 各事業概要の整理/各事業の状況把握
	Company	
	Competitor	調査分析項目： 国内外の主要プレイヤーの把握
	Customer	
外部環境	政治的要素	
	経済的要素	調査分析項目： 市場シェア等の調査及び分析
	社会的要素	現地パートナー候補や業界団体の把握
	技術的要素	
	現地パートナー候補	
	ビジネス分野体系・動向	調査分析項目： 各分野動向の分類
	法規制	調査分析項目： 現地ビジネス環境の調査及び分析
	活用制度	

調査計画の具体化



途上国ビジネス展開にも使える支援メニュー例

途上国を含む海外ビジネス展開を支援する支援メニュー/プログラムはJICAのほかJETROやJBIC(国際協力銀行)をはじめ多様な公的機関が実施しています

JICA

「**中小企業・SDGsビジネス化支援事業**」を実施

※その他、スタートアップ企業向けにProject NINJAやTSUBASAなども実施

JETRO

「**新輸出大国コンソーシアム**」などを運営

中堅・中小企業などの**輸出/海外進出**を支援

JBIC

海外融資のノウハウを活用し、**投資金融**や**輸出金融**などを通じて中堅・中小企業を含む日本企業に必要な長期資金を、**民間金融機関との協調融資**などで支援

近年は**デジタル化・脱炭素**に注力

日本政策金融公庫

経済の構造的変化などに適応するため、**海外事業の立ち上げ**や**海外展開事業の再編**などに取組む中小企業を対象に**設備資金**および**長期運転資金**を融資

中小機構

「**海外展開ハンズオン**」では、海外現地での**商談・調査に同行**や**中小機構の専門家ネットワーク**を活用したサポートなどを通じて海外展開をハンズオンで支援

経産省(貿易経済協力局)

「**J-Partnership 製品・サービス開発等支援事業補助金**」アフリカ諸国等の社会課題の解決に繋がる**ビジネスプラン**と**補助事業計画**を公募し、採択された企業の**製品・サービスの開発**や**実証・評価**など、**事業開発**にかかる費用を補助

まとめ

開発途上国でのビジネス支援の実績や現地の開発課題に関する情報が豊富なJICAによる「中小企業・SDGsビジネス支援事業」の活用が成功の近道です

現地ニーズ・現状 に合う製品

- 日本で売れているいい製品だから開発途上国にそのままもっていけば売れる、は誤り
- 現地には現地の課題や環境があるので、それに合わせた製品を展開することが重要

ニーズ/市場調査

- 現地の課題や環境は日本には見えてこない
- 偏見やイメージではなく、実際に現地を訪問し、自身の目で正確な情報を調査することが必要

途上国に強いJICA

- JICAは開発途上国に現地事務所を持ち、多様な国の多様な開発課題に関する情報が集まる
- 中小企業・SDGsビジネス支援事業では、JICAの情報やネットワークを活用することが可能

蛇の道は蛇。

▶ **開発課題や現地の情報に精通**したJICAが現地事務所やJICAコンサルタントと連携し、企業様の**調査実施を側面支援**する中小企業・SDGsビジネス支援事業の活用がおすすめ！

デロイト トーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ グループ 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスク アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約1万7千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー ファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数 を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバー ファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバー ファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、リスク アドバイザリー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの改革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約415,000名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、DTTL、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー ファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。

