



中小企業・SDGsビジネス支援事業

- JICA Biz -

独立行政法人国際協力機構
民間連携事業部



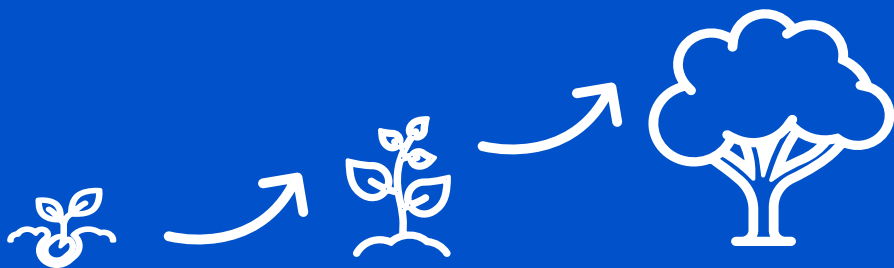
2025年10月更新

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

Concept

中小企業・SDGsビジネス支援事業 - JICA Biz -

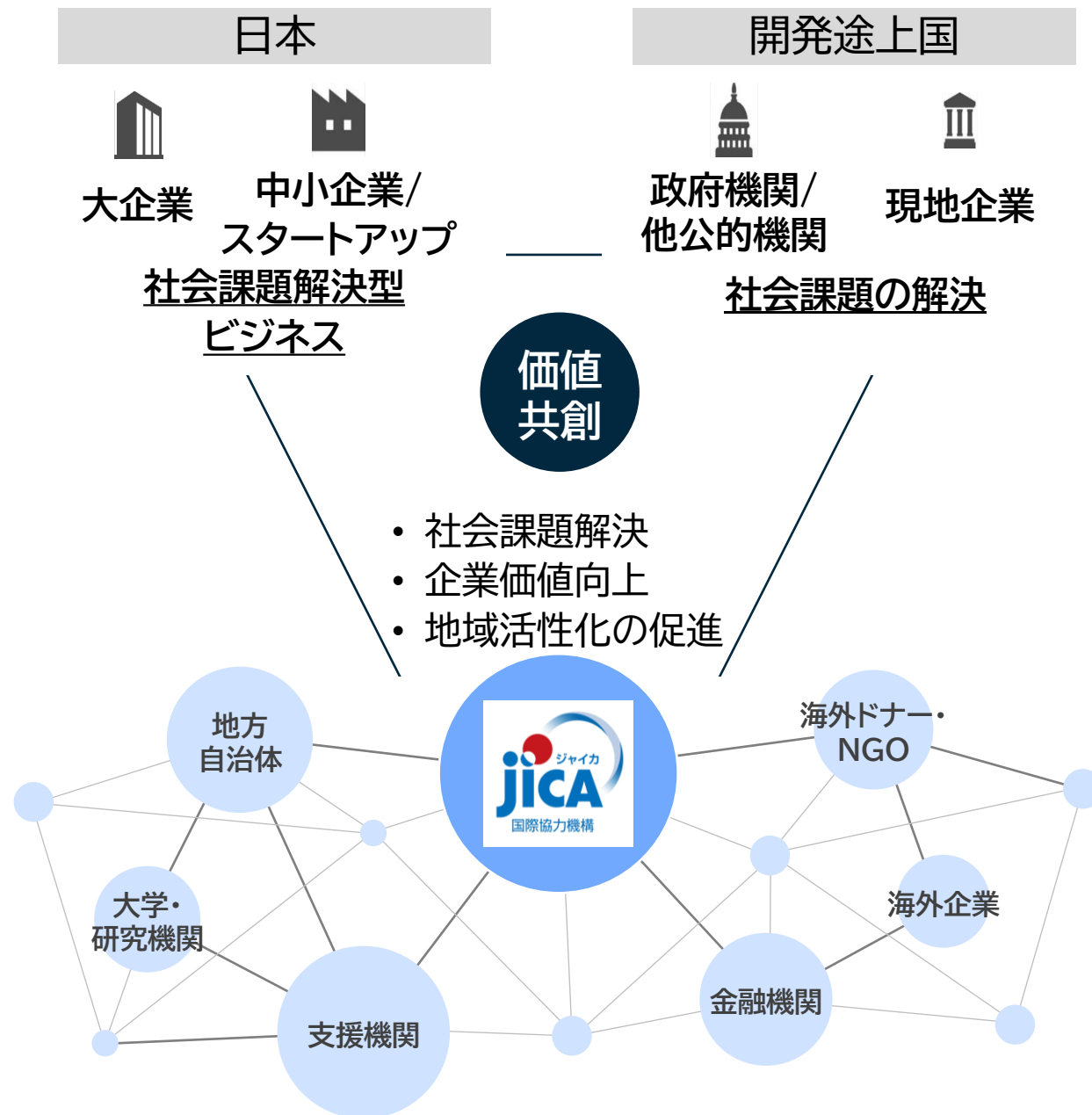
社会課題解決ビジネスづくりに“挑む”



ビジネスの立ち上げ
- JICA Biz -




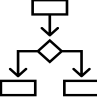
ビジネスの拡大
- 社会課題解決 -



1. 事業概要 | 開発途上国の社会課題解決に“挑む”本邦企業等とJICA


社会課題解決に“挑む”本邦企業等

 途上国ビジネスに能動的に取り組む組織体制と経営リソースを持つ企業

 社会課題解決に資するビジネスモデルを持つ企業

 JICA・JICAコンサルタントとともにSDGsを達成したい企業

社会課題解決に“挑む”JICA

 国内15カ所、海外約100カ所の拠点を有し150以上の国・地域でODAを展開

 1954年からODAを開始。途上国とともに築いた信頼と豊富なネットワーク

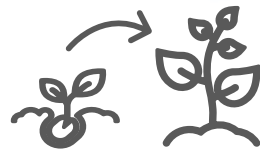
 課題解決事業、途上国ビジネスの知見・経験をもつコンサルタントによる伴走支援



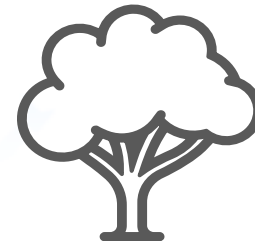
企画・仮説



JICA Biz



ニーズ確認調査
ビジネス化実証事業



ビジネス拡大



社会課題解決
SDGs達成

1. 事業概要 | JICA Biz ニーズ確認調査・ビジネス化実証事業

- 「ニーズ確認調査」:対象国の情報を収集したうえで、**ビジネスモデルの検証が主な目的**
 - 「ビジネス化実証事業」:ビジネスモデルをより精緻化させ**ビジネスプラン(事業計画)の策定が主な目的**
- ※2025年度公示においては**遅くとも2029年5月までに調査終了**が必要となります。

関心・初期
情報収集

現地で仮説の確認と
不足情報の収集

現地ニーズと製品
サービスの適合性確認

ビジネスの成立性
持続性の確認

提供体制や運用
方法の確立

ビジネス
展開

JICAコンサルタントによる伴走支援(ビジネスアドバイザー)

ニーズ確認調査

ビジネスモデルの検証

対象国の基礎情報をもとに、開発途上国ニーズ、顧客ニーズと自社製品/サービスとの適合性を分析し、競争優位性を含めた初期的なビジネスモデル(市場規模の把握、顧客の特定、流通チャネル等)を検証する。

期間	上限12か月
調査経費	上限1,500万円
対象企業	中小企業／中堅企業 非営利法人、中小企業団体

ビジネス化実証事業

ビジネスプラン(事業計画)の策定

製品/サービスに対する顧客の受容性、現地パートナーの候補を含むビジネスモデル策定に関連する調査を通じ、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、ビジネスプラン(事業計画)を策定する。

期間	上限2年6か月
調査経費	上限4,000万円
対象企業	中小企業／中堅企業／大企業 非営利法人、中小企業団体

自社による
ビジネス
事業化

JICA
事業との
連携

事前コンサルテーション
最寄りのJICA支援窓口
によるご相談



企業共創プラットフォーム

メールマガジン
各種セミナー etc



ビジネススタディーツアー

現地のポテンシャルや、
ビジネスニーズを肌で感じる
・現地のフィールド視察
・現地省庁の訪問
・現地関係者とのネットワーキング
etc

2. JICA Bizの活用メリット | JICAの信頼とネットワーク

1



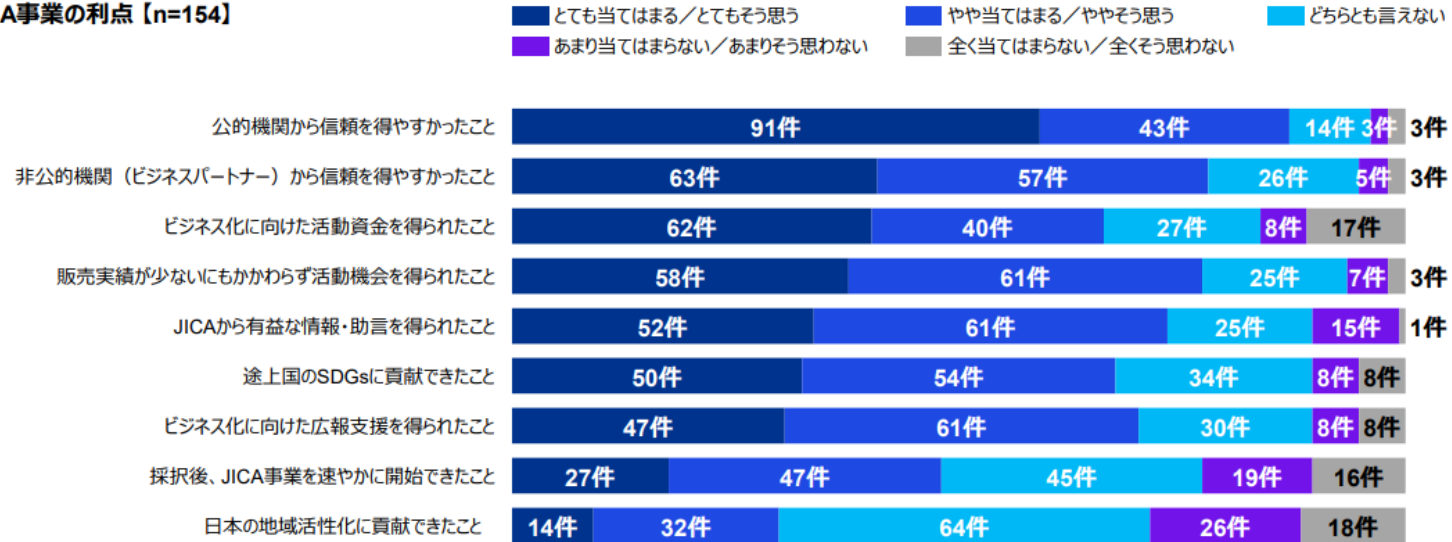
JICAの信頼とネットワーク

JICAが開発途上国と築いてきた信頼のもと、調査を実施できます。

- 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。

公的機関やビジネスパートナーとの信頼構築

JICA事業の利点【n=154】



- 公的機関から信頼を得やすかったこと: **87%**
- 非公的機関(ビジネスパートナー)から信頼を得やすかったこと: **78%**

出典: JICA「2024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/activities/schemes/priv_partner/document/icsFiles/afiedfile/2025/04/09/post_monitoring_2024.pdf

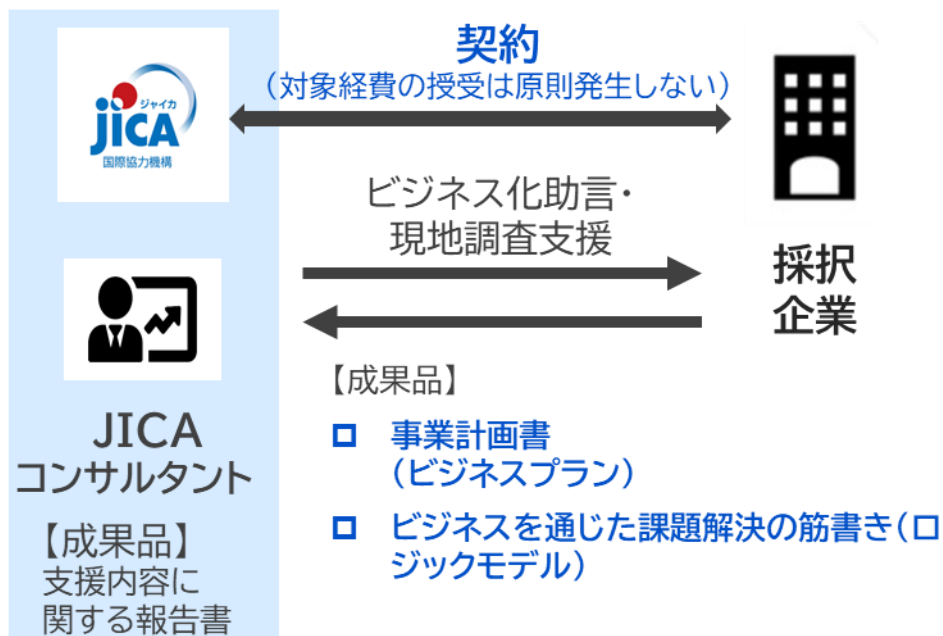
2. JICA Bizの活用メリット | コンサルタントによる伴走支援

2



コンサルタントによる 伴走支援

開発途上国でのビジネス支援経験を有するコンサルタントからビジネス化の助言と現地調査支援を得られます



JICAコンサルタントの支援を受けた企業様からの声(一例)

- 実際の販売に向けて検討する際、マーケティングの専門性を活かしたアドバイザリーが存在が大きかった。
- ビジネス展開検討国での製品法規制や認証システムの調査支援が役に立った。
- ビジネスモデル構築に関わる現地パートナー企業の候補選定や、アポイントメントの支援がありがたい。
- 調査実施国における、自社製品の業界構造、規模、成長性、競合に関する調査と分析をサポートしてもらえた。

分野・課題		JICAコンサルタント(2024年度実績)
経済開発	<ul style="list-style-type: none"> 民間セクター開発 農業・農村開発 	有限責任あずさ監査法人 (株式会社かいほつマネジメント・コンサルティング、NTCインターナショナル株式会社)
社会基盤・ガバナンス・平和構築	<ul style="list-style-type: none"> 運輸・交通 資源・エネルギー 等 金融システム ジェンダー平等 デジタル化促進 等 	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 (有限責任監査法人トーマツ)
地球環境	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動、自然環境保全 環境管理、水資源、水供給 防災、災害対策 等 	EYストラテジー・アンド・コンサル ティング株式会社
人間開発	<ul style="list-style-type: none"> 保健医療・栄養 教育、社会保障 等 	有限責任監査法人トーマツ (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、株式会社日本開発サービス)

()は構成員企業

2. JICA Bizの活用メリット | 企業認知の向上

3



企業認知度の向上

JICAが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内外の様々な広報媒体や、ウェブサイトへ事例を掲載



JICA企業共創プラットフォームを通じた情報発信

- Facebook(随時)
- メールマガジン(毎週水曜日)

2. JICA Bizの活用メリット | 豊富な採択実績と高い事業継続率

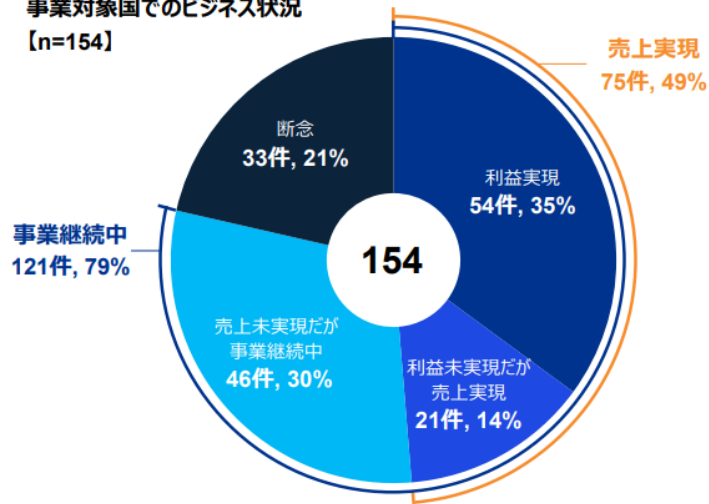
4



豊富な採択実績と
高い事業継続率

- 累積採択数: **1,573件**の
(うち中小企業への支援は1,228件)
- 事業終了後の約**8割**の企業がビジネス
活動を継続中

事業対象国でのビジネス状況
[n=154]



出典: JICA「2024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/activities/schemes/priv-partner/document/icsFiles/afiedfile/2025/04/09/post_monitoring_2024.pdf

モニタリング調査を通じた、ビジネス化へのポイントも充実

開発途上国でのビジネス化に向けた押さえるべき12のポイント

分類	12のポイント	留意点・落とし穴
組織体制	1 海外展開に能動的に取り組む組織体制が構築されている。	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。
	2 海外展開を行うための経営リソースがある。	新興国市場の海外展開には想定以上の時間、費用が発生します。
社外パートナー	3 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。
	4 自社・自身の弱みを補完する専門家を活用している。	ビジネスの実現に向けて自社・自身の弱みをしっかりと認識することが大切です。
ビジネス環境	5 提案製品・技術が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。
	6 提案製品・技術が進出国の社会環境に適している。	自社に適した社会環境は企業、商材、ビジネスモデルにより異なります。
	7 企業がリユース・リプロポジション（顧客が自社の製品・サービスを選ぶ理由）を把握している。	単に提案製品・サービスが進出国の社会的課題やニーズに合致しているだけでは、持続可能なビジネスは実現できません。
製品技術	8 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。
	9 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。	提案する製品・サービスの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。
	10 提案製品・技術に顧客・市場が認めた競争力がある。	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。
	11 製品・技術の知的財産や盗難等の対策が講じられている。	まずはリスクを適切に把握しましょう。ハード面の対策だけでなく、ソフト面の対策も検討する必要があります。
ビジネス計画	12 実行可能な事業計画が策定され、ビジネス化に向けたアクションプランが整理されている。	事業計画書は事業の成功に向けたロードマップを提供し、計画的かつ効果的なビジネス展開をサポートする文書です。

SDGsビジネスのポイント

～JICA Bizのモニタリング調査から得られた知見～

事務局 奥村 悠希

2023.10.10

[資料はこちら>](#)

対象国の食品分野における開発ニーズ（課題）

- ・ 農作物を主要産業とするため、生産状況と国際価格に左右される経済の改善
- ・ ゴマ生産を担う小規模農家の生計向上
- ・ 食品加工技術の向上（原料としての農産物の高付加価値化）

調査概要

- ・ 調査期間：2016年1月～2018年2月（案件化調査：2013年10月～2014年3月）
- ・ 対象国・地域：パラグアイ国（アスンシオン、サンペドロ）
- ・ 調査概要：
 - ・ パラグアイのゴマ生産者をはじめとする関係者へのゴマ加工および加工食品生産技術の移転
 - ・ パラグアイの嗜好に合わせたゴマ加工食品の共同開発およびゴマ加工品の普及
 - ・ ビジネス展開計画の策定

ビジネスモデル

- ・ 現地企業が生産するゴマ油を扱う卸売業を検討中
- ・ 販売候補先は、日本国内企業やパラグアイ国内のレストラン
- ・ 将来的に日本やパラグアイ以外の第3国への展開を計画

提案製品・技術

- ・ ゴマ製品の加工技術
ゴマの杵つき、機能性食品の研究・開発等
- ・ ゴマ製品の販路作成
マーケティング方法、他業種・ゴマ関係者との連携



ODA NOW >>>



案件概要はこちら >>>

3. スケジュール | 2025年度募集の例

- 2025年度は「**ニーズ確認調査**」及び「**ビジネス化実証事業**」を募集致しました。
年内に採否結果の通知(メールでのご連絡)を予定しています。

日程	内容
8月1日	プレ公示
8月20日 17:00	事前コンサルテーション受付締切
9月1日	公示
9月1日～25日	公示にかかるQ&A
9月30日	応募締切
10月上旬～12月下旬	JICAによる審査
12月下旬	採否通知

4. 応募参考情報 | 企業共創プラットフォーム(メールマガジン、公式Facebook)

情報発信



メールマガジン

各種イベント情報・公示情報・企業様のネットワークづくり・海外展開等に関する情報を定期的にお送りします。
是非ご登録ください。

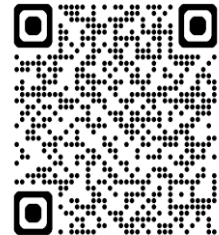
[お申し込みはこちら >>>](#)



民間連携事業 公式Facebookページ

中小企業・SDGsビジネス支援事業の関連情報、企業の取り組み事例、国内外のビジネス関連セミナー情報などをお届けします。

[facebookページはこちら>>>](#)



4. 応募参考情報 | 説明会・イベント・セミナー情報、アーカイブ 等

- JICA民間連携事業ウェブサイトにて、[説明会・イベント・セミナー情報](#)を掲載しています。
- 各種イベントは企業共創「プラットフォーム」のメールマガジンでもご案内します。



□ 海外展開セミナー



- ・ 開発途上国のビジネスニーズ発信セミナー
- ・ 採択企業による事例紹介
(例) [タイ進出企業交流会](#)
- ・ JICA海外ビジネス支援制度紹介
- ・ JICA海外事務所から現地課題紹介
(例) [「中南米・カリブ地域セミナー」～開発のプロが現地からビジネスチャンスや課題を発信～を開催致しました！](#)
- ・ 個別相談会 等

□ ビジネス交流会

【開催報告】中南米・カリブ地域限定！進出企業&駐日大使館と繋がるビジネス交流会を開催しました！

2024.07.29

#イベントレポート

#民間連携



LANGUAGE ▼



SNS SHARE ▼

□ 現地ツアー



- ・ 海外展開を検討中の企業とJICAが現地を視察・情報収集
(例) [・【ルワンダビジネス・スタディツアー\(2024年2月4日～10日\)】参加企業募集中！](#)
[・【開催報告】「ルワンダビジネス・スタディツアー」を実施しました！](#)
- ・ 相手国政府機関・自治体、現地企業、現地進出した日本企業、企業支援機関、JICA現地事務所等を訪問



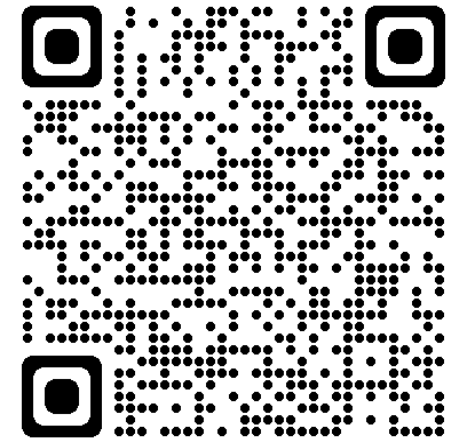
2024年3月に行われた中南米・カリブ地域ビジネスセミナーに続く中南米カリブ・地域イベントの第2弾として、7月11日（木）に中南米・カリブ地域を対象に5つの駐日大使館と現地に進出を検討されている企業及び進出済みの企業の皆様との交流会を開催しました。

当日はJICAのビジネス支援事業の紹介後、5大使館（メキシコ、コロンビア、ペルー、チリ、ブラジル）と11社の方にご登壇いただき、各国、各社の強みや魅力を発表いただきました。その後の交流会ではラテンの軽快な音楽が流れる中、ご参加の皆様に交流を楽しんでいただきました。

当日は、大使館関係者と企業（個人を含む）を合わせ70名以上に参加いただき大盛況となりました。

4. 応募参考情報 | 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メニューの選択などご応募に向けた各種アドバイスを最寄りのJICA機関がご担当します。
QRコードから所管地域を担当するJICA機関まで、是非ご連絡ください。
- 事前コンサルテーションは**オンラインで実施**します。
何度でも無料でご相談を受け付けております。
- ご応募にあたり、**事前コンサルテーションの実施を強く推奨**します。
ご検討中の方はぜひお早めにお申し込みください。



[お申し込みはこちら >>>](#)

Muchas gracias!
