

## 中小企業・SDGsビジネス支援事業

途上国の「困った」を解決するビジネスをJICAがサポート。  
調査費の支援を受けられたり、JICAのネットワークを活用したりできる。

### 1 現地で基礎的な情報を収集したい

#### 基礎調査(数か月～1年程度)

ビジネスモデルの検討に必要な基礎情報の収集を支援する。

中小企業のみ

調査経費：上限 **850万円**  
(遠隔地の場合は980万円)

●外部人材活用費 ●旅費 ●現地活動費 ●管理費

### 2 ビジネスモデルを策定したい

#### 案件化調査(1年程度)

途上国の課題解決につながる技術・製品・ノウハウ等を活用したビジネスアイデアや、ODA事業に活用する可能性、ビジネスモデルの策定を支援する。

中小企業には  
中小企業支援型

調査経費：上限 **3,000万円**  
(機材の輸送が必要な場合は5,000万円)

●外部人材活用費 ●機材輸送費 ●旅費  
●現地活動費 ●本邦受入活動費 ●管理費

大企業には  
SDGs  
ビジネス  
支援型

調査経費：上限 **850万円**

●旅費 ●現地活動費 ●管理費

### 3 ビジネス活動計画を実証・策定したい

#### 普及・実証・ビジネス化事業(1～3年程度)

途上国の課題解決につながる技術・製品・ノウハウ等の実証活動を含む、ビジネスモデルの検証や提案製品等への理解の促進、ODAでの事業化の検討等を通じた事業計画案の策定を支援する。

中小企業には  
中小企業支援型

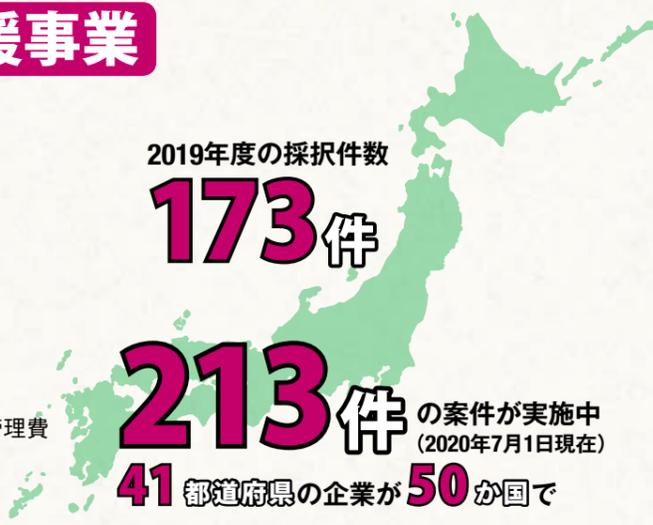
調査経費：上限 **1億円**  
(大規模または高度な製品等を実証する場合は1.5億円、インフラ整備技術推進案件および地域産業集積海外展開推進案件は2億円)

●外部人材活用費 ●旅費 ●本邦受入活動費  
●機材製造・購入・輸送費 ●現地活動費 ●管理費

大企業には  
SDGs  
ビジネス  
支援型

調査経費：上限 **5,000万円**

●外部人材活用費 ●旅費  
●本邦受入活動費 ●機材製造・購入・輸送費  
●現地活動費 ●管理費



支援メニューの詳細はこちら!



「中小企業・SDGsビジネス支援事業」は年2回公示。次回は2020年秋頃を予定。

JICA 民間連携 検索

\*今後の新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては変更となる可能性あり。

他にもこんなメニューが



2020年3月、JICAは国際金融機関とも連携してメキシコの太陽光発電事業に対して融資契約を締結した(海外投融資)。写真は設置された太陽光パネル。

#### 海外投融資

高い開発効果が期待される民間事業において、現地での事業投資に関わる資金需要に応じて融資または出資するメニュー。JICAの技術協力や民間・国際金融機関とも連携して、事業の周辺環境もしっかり整備。

融資額：上限 **総事業費の70%**

対象となる事業:

●インフラ・成長加速 ●SDGs・貧困削減 ●気候変動対策

#### 海外投融資の事前調査をサポートするメニューも!

協力準備調査(海外投融資)

調査経費：上限 **1.5億円**  
(予備調査費3,000万円、本格調査費は1.5億円から予備調査契約額を控除した額)

## JICAの民間連携事業

# 海外展開をカタチに

JICAの「民間連携事業」では、企業の「海外への思い」をサポート!  
海外展開への基礎的な調査から、ビジネスのさらなる拡大を目指した計画策定まで、事業の段階に応じた連携メニューを用意して、企業による途上国の開発を後押ししている。

### 参加企業に聞きました!

#### インドでコンクリート製品の金型を製造「トヨタ工機」



左：JICAの後援で、展示会や役所に向けたプレゼンテーションの機会も設けた。  
下：最近施工した現場で、境界堀、歩道下の排水溝、雨水排水溝のすべてが、案件化調査の参加企業と現地協力企業の合弁企業によるもの。日本の技術が工期の短縮や建設の品質向上に役立っている。

金型や鉄筋など、それぞれの強みを生かしたコンクリート製品メーカーの「チームジャパン」がインド市場に本格参入し、大きな成果を上げている。  
インドでは都市化が急速に進む一方で、排水溝や河川の護岸等の敷設の遅れから道路の冠水や住宅浸水が頻発しており、インフラ品質の向上や工期の短縮が求められていた。そうしたニーズをとらえて海外進出を図ったトヨタ工機は、自社を含む4社合同で2015年から約1年間、JICAの民間連携事業で「案件化調査」(左ページ参照)を実施。社長の豊田実さんは、「調査は現地での認知向上の一助になった」と話す。「弊社は現地では未知の存在。新しい

#### グローバル展開を加速させた「案件化調査」

「会社によっては自力で海外マーケティングをするのは難しい。特に相手国政府に認識してもらうことが必要な業界は、JICAの制度を利用するのも選択肢の一つだ」と思う」と豊田さんは語った。  
「計4度の渡航で、今のインド」をつかめたのが大きかった」と豊田さんはふり返る。また、そうした「市場調査費や交通費を負担してもらえたことは、連携の大きなメリットだった」という。  
「当社によって自力で海外マーケティングをすることは難しい。特に相手国政府に認識してもらうことが必要な業界は、JICAの制度を利用するのも選択肢の一つだ」と思う」と豊田さんは語った。



信頼性が求められる  
インフラ事業。  
JICAのネームバリューが  
武器になりました

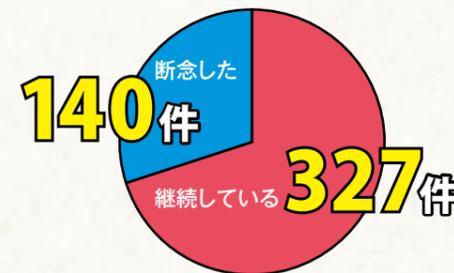


トヨタ工機 代表取締役 豊田 実(とよだ・みのる)さん

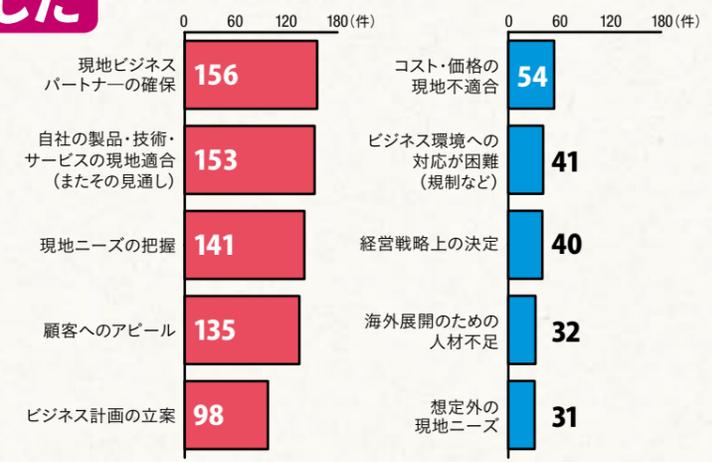
### JICAと連携した企業に聞きました

Q JICA事業実施後、対象国のビジネスを継続していますか?

A 「継続している」が約70%。現地ビジネスパートナーの確保や、自社の製品・技術・サービスを現地に適合させることができたのがそのおもな理由。「断念した理由」はコストや価格の現地での不適合がトップ。



\*調査対象事業数619件のうち有効回答数は467件(2020年2月時点)。



継続できている理由・要因 (一部抜粋)【複数回答】

断念した理由・要因 (一部抜粋)【複数回答】