

Introduction to JETRO projects

11. 06. 2008

ジェトロ北九州
福井 崇泰



©2007 JETRO

1. Who We Are



©2007 JETRO

1.1. National Agencies 1



独立行政法人 国際協力機構



国際協力銀行
JBIC JAPAN BANK FOR INTERNATIONAL COOPERATION

JETRO



国際観光振興機構
Japan National Tourist Organization



国際交流基金

©2007 JETRO

1.2. Outline – Organization 1

名称：独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)
JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION (JETRO)
所在地：〒107-6006 東京都港区赤坂1丁目12-32 アーク森ビル(総合案内 6階)
TEL: 03-3582-5511(総合案内)

事務所数 国内 本部(東京)
大阪本部
アジア経済研究所
貿易情報センター 36事務所
海外 54カ国 73事務所(2007年7月1日現在)
役職員数 国内 約 830名
海外 約 850名
合計 約1,680名(2007年4月1日現在)

ジェトロの目的：(独立行政法人日本貿易振興機構法(第3条)より抜粋)
「我が国の貿易の振興に関する事業を総合的かつ効率的に実施すること並びにアジア地域等の経済及びこれに関連する諸事情について基礎的かつ総合的な調査研究並びにその成果の普及を行い、もってこれらの地域との貿易の拡大及び経済協力の促進に寄与することを目的とする。」

©2007 JETRO

1.2. Outline – Organization 2: Networks



©2007 JETRO

2. What We Do



©2007 JETRO

2.1. Major Projects in the Past

ジェトロの沿革

- 50年代 **民間貿易再開**
輸出見本市 海外市場調査
- ↓
- 60年代 **輸出振興全盛**
国内外ネットワーク強化 輸出振興の事業強化
- ↓
- 70年代 **多様化の時代**
海外投資の支援 海外広報事業の拡大
- ↓
- 80年代 **求められる国際協調**
輸入促進事業の拡大 産業協力、対途上国協力
- ↓
- 90年代 **輸入促進事業の本格実施**
輸入促進施設運営

©2007 JETRO

2.2. Current Major Projects

ジェトロの主要事業

- 外国企業誘致**
日本経済活性化のお手伝い
- 中小企業等の輸出支援**
日本のブランド力発信と海外市場展開支援
- 地域間産業交流支援**
北九州地域とマッチングする産業集積の地域との国際ビジネス連携支援

©2007 JETRO

3. Foreign Direct Investment



©2007 JETRO

3.1. Foreign Direct Investment Promotion – Why?

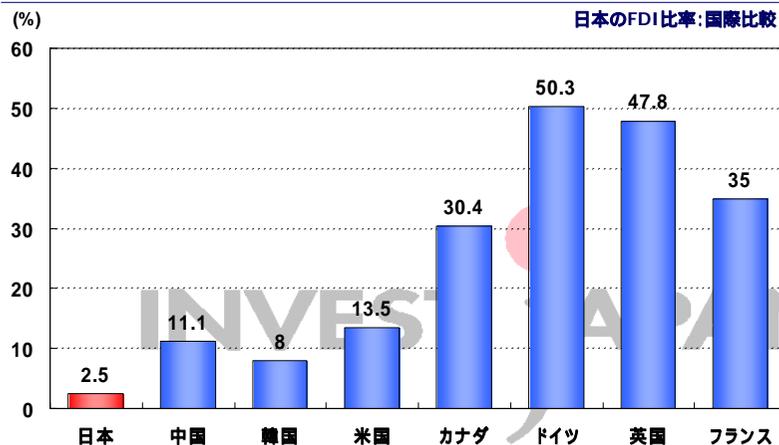
なぜ、対日投資促進？

- ・先進的ビジネスモデルの日本への導入
- ・新技術の創出
- ・雇用創出・投資による経済波及効果

↓
日本経済の活性化

©2007 JETRO

3.2. FDI Promotion – Japan's ratio over GDP



©2007 JETRO

3.3. Major Barriers to Promote FDI

1. 在日外国企業の意見 (n=84(標本数))

日本進出の障壁

- 高い経営コスト: 60.7%
- 手続・認可の煩雑さ: 48.8%
- 不十分な税優遇制度: 26.2%

2. 在外外国企業の意見 (n=42)

- 高い経営コスト: 38.1%
- 手続・認可の煩雑さ: 38.1%
- 情報の不足: 28.6%

©2007 JETRO

3.4. Outline of Invest Japan Programme

外国企業誘致の取組み

- 手続きの簡素化
- ビジネス経営環境の改善
- 生活環境の改善
- 地方自治体など地域との連携強化
- 海外への情報提供

**JETRO plays core role
to promote these activities**

©2007 JETRO

3.5. FDI Promotion Tools – Introduction to IBSC

外国企業進出支援-IBSCの紹介

□対日投資ビジネスサポートセンター(IBSC)設置

- 3.5.1 コンサルテーション提供
- 3.5.2 スタートアップ施設提供
- 3.5.3 日本への招へい・マッチング機会提供

□IBSC はこれまでに約**9,000**件の対日ビジネス案件を支援、**750**社以上が、日本進出を果たす。

©2007 JETRO

3.5.1 FDI Promotion Tools – Consultation:

外国企業へのコンサルテーション

対日進出に係る**法務面**でのニーズに応じるべく**法務専門家**を配置

- 登記- 行政書士 司法書士
- 査証- 行政書士
- 労務- 社会保険労務士
- 会計/税務- 公認会計士 税理士
- その他支援- 人材紹介 不動産紹介

対日進出にかかる**市場情報**の提供のため、**産業別専門家**を配置

バイオ 食品 ICT ナノテク・金属・環境 化粧品 外食産業など多様な分野で対応可能

より良好な**ビジネス環境整備**のための**関係機関とのネットワーク構築**

内閣府 財務省 法務省 外務省 経済産業省 国土交通省 環境省 等

©2007 JETRO

3.5.2 FDI Promotion Tools – Start-up Office Service

スタートアップオフィスの提供

立ち上げ費用の低減が可能！

- 事務所スペース
- 会議室 セミナーホール
- 電話、FAX、インターネット、秘書サービス



©2007 JETRO

3.5.3 FDI Promotion Tools – Invitation Program

外国企業招へい事業

外国企業を日本へ招へいし、ビジネスパートナー発掘やビジネス環境調査の機会を提供

北九州市の場合・・・

- 自動車部品企業(独、米、伊、瑞)
- IT企業(韓、台) KLICとの商談
マインドマップ等の成功事例



©2007 JETRO

3.5.4 Success Cases – Regional Breakdown

地域別成功件数

	FY 2004	FY 2005	FY 2006	FY2007
North America	38	41	43	34
Europe	34	33	40	48
Asia & Oceania	28	34	31	40
Middle & South America	2	1	0	2
Others	1	1	1	1
TOTAL	103	110	115	125

©2007 JETRO

4. Export Promotion

4.1. Export Promotion Projects

ジェトロの輸出促進事業

□日本ブランドの発信

日本の優れた製品、技術を海外市場にPRし、日本製品に対するイメージ向上を図る

<重点分野>

コンテンツ 繊維(テキスタイル、アパレル・ファッション等) デザイン(伝統産品等)

□海外販路の開拓

海外販路開拓の意欲を有する中小企業等に「売り込みの場」を提供
BRICs等の新興市場、欧米、中国等の有力見本市への出展支援

□輸出有望案件の発掘

優れた製品・技術を持つ中小企業を個別支援
地方自治体等の協力を得て輸出有望案件を発掘
発掘した有望案件を成約まで個別に支援

4.2. Japan Brand Promotion - Contents

日本ブランドの発信 - コンテンツ

映画、音楽、アニメ、テレビ番組、ゲーム等の分野において

1. 海外見本市での広報活動を行い日本のコンテンツを総合的にPR
2. 国内イベントへの参加・協力(海外バイヤーの誘致等)
3. コーディネーターによる商談支援

主な実績

カンヌ映画見本市(2007年5月)、Asian Film Market(2007年10月 釜山)、American Film Market(2007年11月 サンタモニカ)、European Film Market(2007年2月 ベルリン)、香港フィルマート(2007年3月)、MIDEM(2007年1月 カンヌ)等の主要見本市において、ジャパンブースを設置し、日本のコンテンツをPR

映画「佐賀のがばいばあちゃん」を海外販売する日本企業は、香港フィルマートのジェットロースに参加した結果、台湾へのバイヤーとの間で商談が成立、台湾全土での公開につながり、台湾でもヒット作となった。



Made in JAPAN!

©2007 JETRO

4.2. Japan Brand Promotion – Textiles (Fashion Apparels)

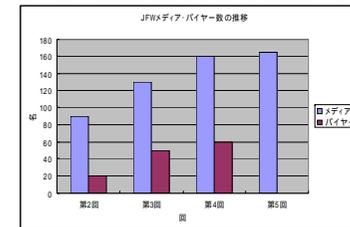
日本ブランドの発信 - 繊維(ファッション アパレル)

世界のトレンドメーカーである欧米市場を中心に「日本発」のファッション、テキスタイルを発信

1. 東京発日本ファッション・ウィーク(JFW)(東京コレクションを中心とした総合ファッションイベント)の国際化支援-海外広報及び海外有力プレスへの招致等
2. 海外の有力見本市における日本のテキスタイル、アパレルをPR

主な実績

第3～5回JFWへの海外からの来場者誘致(ファッション業界関連紙へ広告載海外ジャーナリストの招聘等)
2006年2月展よりブルミエール・ヴィジョン(テキスタイル)で広報ブース(日本企業ブースへの誘導のためのインデックスブース)を出展。



【事業成果の例】

<ブルミエール・ヴィジョン2006年9月展>

- ジェトロの支援とともに海外からの来場者が増加 -

JFWに来場した海外メディア・海外バイヤー数はジェトロが支援を開始して以来順調に増加(左グラフ参照。)

第5回のバイヤー数は集計中。

Made in JAPAN!

©2007 JETRO

4.2. Japan Brand Promotion – Design (Traditional Products)

日本ブランドの発信 - デザイン(伝統産品など)

日本のデザイン力を海外市場においてPR

欧米の見本市において日本のデザイン、雑貨、インテリアを紹介。

業界全体の知名度の向上(デザイン力のアピール)や海外バイヤーの関心を喚起。

主な実績

「TOKYO DESIGN PREMIO」～ TOKYO CREATIVE ～ を開催

欧州最大の家具見本市「ミラノサローネ」会期中に市内で開催されるデザイン関連イベント「フォーリ・サローネ」において日本のデザイン力をアピールする展示「TOKYO DESIGN PREMIO」を開催。

「Japan Style 2007」～ design meets craft ～ を開催。

欧州でも権威あるインテリア雑貨の見本市「ソーン・エ・オブジェ」の中でも最も注目される展示品が集まる「now! design a vivre」において日本の和雑貨のコンセプト展示を実施。

高いデザイン性がMoMA に認められる

ソーン・エ・オブジェ2007年1月展の出展企業の商品(竹製ボウル)は素晴らしい審査基準を持つニューヨーク近代美術館(MoMA)のコレクションに選出され、同美術館のショップ「MoMA Store」で販売されるに至った。MoMAへの納入は優れたデザインを認められた証であり、この出展企業の今後のビジネス展開に大きく活用できる実績となった。



<ソーン・エ・オブジェ2007年1月展>

Made in JAPAN!

©2007 JETRO

4.3. Overseas Market Development

海外販路の開拓

海外販路開拓の意欲を有する中小企業等に「売り込みの場」を提供

BRICs等の新興市場、欧米、中国等の有力見本市への出展支援

国際競争力と海外販路開拓意欲を有する中小企業等に対し、有望な見本市・展示会への出展支援を通

1. 日本製品の大きな消費市場となりうる海外市場への販路拡大を支援。
2. 急拡大している新興市場(BRICs・ベトナム・産油国)への市場開拓支援にも注力

主な実績

・2007日韓中産業交流会(2007年6月ソウル)

・第4回中国国際中小企業博覧会「Japanフェア in 広州」(2007年9月広州)

・MTAベトナム(2007年7月ホーチミン)

・100%Design(2007年9月ロンドン)

・インターテキスタイル上海(2007年10月上海)

・MIPCOM(2007年10月カンヌ)



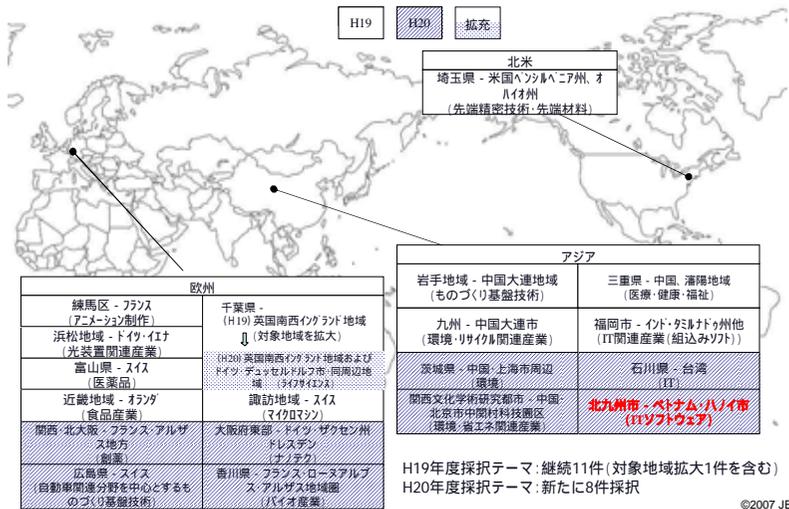
<第4回中国国際中小企業博覧会>

第4回中国国際中小企業博覧会(2007年9月)におけるジェットロースの出展者は中小企業等約460社、商談件数は24,000件、成約金額は580万ドル、成約見込み金額は4,149万ドルと大きな商談実績を残し、多数の中小企業の中国販路の開拓を支援。

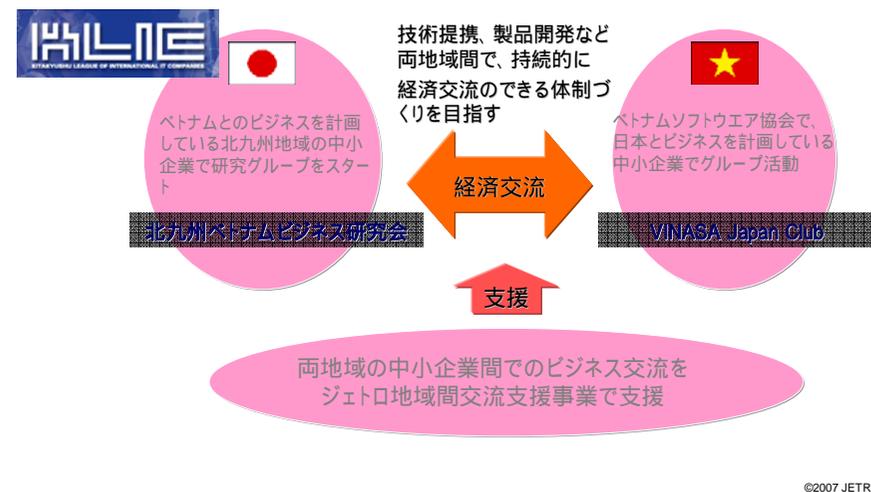
Made in JAPAN!

©2007 JETRO

5.2. RIT Program Map - World

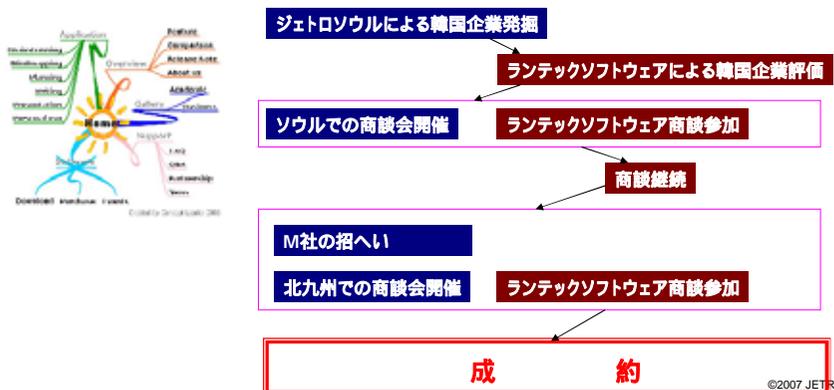


5.3. RIT: Kitakyushu-Hanoi Program



5.4. Success Case from the Previous Program

2004年～2006年にかけてジェトロは、北九州市とソウル特別市とのIT分野でのビジネス交流を支援、(株)ランテックソフトウェアが、韓国のIT企業M社と業務提携。「コンセプト・リーダー」を日本市場に導入。



6. Other Projects

6.1. Business Japanese Proficiency Test

BJTビジネス日本語能力テストとは・・・

- 留学生の**ビジネス**日本語運用能力を測る試験
- スコア式での評価
- 全国全世界で受験可能

日本11ヶ所、世界9カ国20ヶ所で開催
中国は、香港、北京、上海、広州、大連、青島、天津、瀋陽で開催

多くの企業が評価基準として活用

能力評価指標として活用 - 松下電器産業(株) オムロン(株)
採用指標として活用 - 石川島播磨重工業(株) 富士電機(株)
など



©2007 JETRO

6.2. Trading Business E-learning Course

貿易実務オンライン講座

- オンラインで自分の都合に合わせた受講が可能
- 基礎編、応用編、英文契約編とレベルアップが可能
- 貿易担当者の立場でのシミュレーション
- 貿易実務に詳しい専門家による相談

「基礎編」「応用編」
受講者の声

好きな時間に自分のペースで無理なく楽しく学習できました。



株式会社増殖製作所
海外営業部 営業業務チーム(自動車計測-アジア担当) 上羽里直さん
海外営業部 営業業務チーム(科学機器担当) 野瀬有可子さん

お昼休みや業務終了後の時間を利用して、アニメーションを用いた対話形式で楽しく学べました。実務がスムーズに進むようになり、物流の話など、専門的な内容がよく分かるようになりました。特に応用編+ラブル対処のノウハウは、実際の業務に役立っています。



©2007 JETRO

6.3. JETRO Website

<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>



©2007 JETRO

ご清聴ありがとうございました。

日本貿易振興機構(ジェトロ)
北九州貿易情報センター
福井 崇泰
TEL:093-541-6577
Email: Takayasu_Fukui@jetro.go.jp

©2007 JETRO