経済交流課

経済活動助成事業を活用した取り組み

①（福井県越前町）越前町 EDU ツーリズム、②（大分県大分市）マーケットイン型商品販路開拓挑戦事業

（一財）自治体国際化協会経済交流課　主査　横森　貴之、主査　小柳　侑加

経済活動助成事業について

当協会では、経済交流に取り組む自治体の裾野の拡大を目指すため、自治体が海外販路開拓又はインバウンド（訪日客）誘客に関して実施する事業のうち、将来的に経済効果が見込まれ、他の自治体の取り組みの参考になることが見込まれる事業に対して助成を行っています。今回は、本事業を活用した取り組みを２つご紹介します。

①越前町 EDU ツーリズム（福井県越前町）

福井県越前町が取り組む「越前町 EDU ツーリズム」は、マレーシアの教育機関を対象に修学旅行や海外研修、サマーキャンプなどの受入を目指す教育特化型のインバウンド（訪日客）事業です。単に観光地を売り込むのではなく、越前町と福井県の教育力、文化、自然、産業を組み合わせ、海外の学校が選びたくなる“学びの目的地”をつくろうとした点が特徴です。

越前町が着目したのは、マレーシア教育省が運営する SBP（Sekolah Berasrama Penuh）学校です。SBP 学校は 72 校の全寮制エリート学校であり、そのうち 55 校が日本語を第二外国語として導入していることから、日本への海外教育旅行事業の需要が高いと考え、“海外から観光客を呼ぶ”という大きな目標を実現する具体的な相手として取り組みを始めました。

この取り組みでは、地域資源である恐竜博物館、越前陶芸村、越前がにミュージアムは単なる観光施設としてではなく、自然、文化、産業を学ぶ教材として位置づけました。また、浴衣の着付け、お茶、習字、餅つきや学校交流は日本文化や地域社会を体験する“教育コンテンツ”として再定義したことが特徴です。

SBP 学生による学校紹介の様子

2025 年度には、SBP 学校の生徒 16 人と教諭 2 人、さらにマレーシア教育省 SBP 管理局の幹部を招く、招待プログラムを実施しました。

行程には国立科学博物館、福井県立恐竜博物館、年縞博物館の見学や日本刀作製見学、浴衣着付け、習字、餅つき体験などが盛り込まれましたが、参加者に“良い体験”を提供するだけでなく、受入側にとっては教育旅行先としての可能性を確認する機会になると同時に、関係者との関係づくりの機会にもなっています。

教育旅行では、安全性、学習効果、食文化や宗教への配慮、学校との調整など確認すべき要素が多くあります。だからこそ、実際の受入を通じて課題と可能性を共有し、行政、教育機関、観光関係者が同じ方向を向き、信頼関係を築くことが重要です。

取り組みの成果

越前町の取り組みをセランゴール州内の学校に紹介したところ、州内の私立学校アジアパシフィックスクールズが、2025 年 6 月に生徒 25 人、引率教諭 3 人で越前町・福井県を修学旅行で訪れました。丹生高校、福井大学や朝日小学校との交流、福井県立恐竜博物館の見学などを行なった結果、同校は今後も越前町と福井県への修学旅行を年に 1 回実施する予定とすることになりました。

さらに、越前町と SBP 管理局は、修学旅行、スポーツ大会や各種研修、姉妹高校交流などを検討することで合意しました。福井県では、当該事業を多文化共生施策として位置づけるとともに、学校マッチングの実施やマレーシア訪問も予定しています。また、越前町観光連盟は飲食・宿泊事業者の発掘と漁船クルーズや魚さばき体験などを教育旅行コンテンツとして整備し

ています。大学や観光連盟、地域事業者まで巻き込みながら、事業が“町の取り組み”から“地域全体の取り組み”へ発展しつつあります。

②マーケットイン型商品販路開拓挑戦事業（大分県大分市）

大分県大分市が取り組む「マーケットイン型商品販路開拓挑戦事業」は、東南アジア市場における大分産品の販路開拓を目的に、現地ニーズを踏まえた商品づくりと販路開拓を一体的に進めるものです。単なる輸出の拡大にとどまらず、市内事業者が海外市場で継続的に取引を行うためのノウハウを習得し、自走できる体制を構築することが大きな狙いとなっています。

特徴は、「マーケットイン」の視点を重視していることです。事業者が自らの商品をそのまま海外に展開するのではなく、現地の消費者ニーズや商習慣に即して商品内容や販売方法を見直し、競争力のある形へと磨き上げています。このため、大分市では東南アジア市場に精通した専門家をコーディネーターとして配置し、商品選定や改良に関する助言を受けながら事業を進めました。

その成果を検証する場として、2025 年 11 月 20 日から 12 月 3 日までの 2 週間にわたり、シンガポールの日本食レストランとスーパーマーケットが一体となった「Fish Mart SAKURAYA」でテストマーケティングを実施しました。会場では、市内企業 3 社が出品したドレッシングや甘酒、緑茶など計 15 商品が販売され、現地消費者の購買動向や嗜好を直接把握する機会となりました。

特に、事業初週の週末には事業者自らが店頭に立ち、試食・試飲を通じた PR をしたことにより、消費者の率直な評価をその場で得ることができました。味や品質に加え、容量やパッケージ、価格帯といった具体的な観点からの意見が寄せられ、海外市場に適応するための貴重な知見が得られ、消費者と直接対話することで、各商品の強みや訴求方法を再確認しました。

テストマーケティングで使用した大分産品

販売面でも一定の成果が確認されています。期間中の販売数量は延べ 908 点、売上は 6,903.77 シンガポールドル（日本円で約 83 万円）に達し、複数の商品が短期間で完売するなど、現地市場における受容性の高さがうかがえました。一度購入した商品を再度求めて来店する消費者も見られ、リピート需要の可能性という観点からも有意な結果が得られ、日常的に使用しやすい調味料や飲料などは特に評価が高く、現地の食生活との親和性が高い商品が支持される傾向が明らかとなりました。

商品の販売に加え、大分市の認知度向上にも取り組みました。店舗内には観光ポスターを掲示するとともに、商品購入者に対して手ぬぐいや絵馬などのノベルティを配布し、地域の魅力発信を図ることにより、観光や地域ブランドの PR を含めた相乗効果が期待される取り組みとなりました。

また、シンガポール現地バイヤーとの商談会も重要な柱とし て実施され、コーディネーターの支援を受けてブラッシ ュアップされた商品を持ち込み、各参加事業者は希望するジャンルのバイヤーを 5 ～ 6 社訪問し、個別商談を行いました。その結果、複数のバイヤーから見積依頼が寄せられたほか、具体的な改良提案が提示されるなど、今後の販路拡大に向けた実践的な知見が得られました。

全 15 件の商談のうち 2 件が成立し、1 件が継続中となっており、すでに実際の取引に結びついたケースも確認されています。こうした成果は、テストマーケティングで得られた消費者の声を踏まえた商品提案が、バイヤーからも一定の評価を受けたことを示しています。

マーケットインの視点に基づき、現地ニーズに即した商品開発と販路開拓を一体的に進めた今回の取り組みは、地域産品の海外展開における有効なモデルの一つといえ、今後、こうした取り組みが各地に広がり、日本各地域の魅力が海外市場で持続的に評価されていくことが期待されます。

結びに

経済活動助成事業は、自治体による海外販路開拓やインバウンド（訪日客）誘致を後押しし、地域資源の魅力を海外へ広げる挑戦を支援します。今後も、多くの自治体の皆様のご応募をお待ちしています！