

申請方法

窓口持参、または郵送。

公募要領・申請書類はホームページ(<http://by-tokyo.jp>)からダウンロードし、募集期間内に提出してください。

▼事業公式サイト



1. 事前相談(任意)



まずは自社の状況を把握しながら、最適な支援策を選択しましょう。

2. 書類提出



応募様式を確認し、応募様式をご作成のうえご提出ください。

3. 審査



東京都が提出された書類を基に審査を致します。

4. 精算・交付



事業終了後、精算結果に基づき費用の交付がなされます。

- 必要書類 ①所定申請書 ②事業計画書 ③出展案内 ④団体規約および会員名簿(産業団体のみ)

申請要件(支援事業対象者)

下記記載の要件を満たし、東京都産品(※)に関する国内外で行う新たな取り組み

- 継続的な東京都産品の販売に取り組むもの
- 東京都産品と小売店または卸売業者等とのマッチング活動を実施するもの
- 東京都産品の販売を促進するための普及啓発活動

※「東京都産品」とは?

- ▶農林水産品で都内産と特定できるもの。
- ▶都内産の農林水産物を原材料として使用した食品、消費者向け工業品。
- ▶東京の歴史・文化や独自の製造技術・技法、デザイン等にこだわって製造されていると認められる食品、消費者向け工業品。
ただし、一般機械、電子機器及び電気機械は除きます。

運営補助対象経費の一例

運営費	賃貸費	東京都産品の販売・PRの拠点となる施設を新たに借りる場合に支払われる賃料※補助限度額は1ヶ月当たり30万円
	工事費	東京都産品の販売・PRをするために新たに借り上げた施設の内装等の変更のために支払われる経費
	雜務費	イベント開催や展示会出展時などにおける臨時スタッフの賃金、交通費として支払われる経費※補助限度額は1年度当たり50万円
事業費	旅費	国内外のイベント出展・開催に伴い、参加するイベント従事者の往復旅費及び宿泊費として支払われる経費※一つのイベントにつき、イベント従事者2名まで
	展示会等事業費	国内外のイベント出展・開催に伴う小間料および装飾費やインターネットによる電子商店街の出店に支払われる経費
	広報活動費	パンフレット・ポスター・ウェブサイト・その他の広報媒体等を活用して広報活動するために支払われる経費

WEB説明会及びお申込み相談会 開催のご案内

補助金の概要、申請方法と今までの補助金活用事例、ハンズオン支援の成功事例などの紹介をいたします。

[WEB説明会]

5月14日以降、右記の事業ホームページにて、WEB説明会を開催いたします。



[お申込み相談]

個別にオンライン会議にて相談を受付けております。
(※事前予約制)
ご質問・ご予約はHPをご確認のうえ、事務局アドレスへお問い合わせください。

※政府の要請等により開催内容に変更が生じる可能性がございます。

無料相談受付中

「BuyTOKYO推進活動支援事業事務局担当宛」

buy_tokyo@tohmatsu.co.jp

へご連絡ください。

※担当者より2営業日以内にご連絡させて頂きます。

東京都 産業労働局 商工部 経営支援課

〒163-8001 東京都新宿区西新宿2-8-1 都庁第一本庁舎20階北側「Buy TOKYO推進活動支援事業担当」



本事業に限らず、
公的支援の
活用アドバイス等を
実施します。

BuyTOKYO推進支援事業

検索

東京都 BuyTOKYO推進活動支援事業

あなたが作る

東京都産品を もっと、売ってみませんか？

- 海外市場に販売したい
- 自己資金のみでは難しく資金の支援が欲しい
- 販路を開拓したい
- 商品には自信がある
- 専門家の助言が欲しい
- 新規顧客を獲得したい
- WEBサイトを構築したい
- 商品の広告PRを実施したい

✓1つでも該当する方は、ぜひ応募・ご相談を！

BuyTOKYOの

補助金とハンズオン支援でバックアップ!
売上向上&ブランド力強化を実践。

東京都は、都内中小企業等が実施する
東京の特色ある優れた商品(東京都産品)の販売やPR活動を支援。
東京都産品のブランド力を強化し、市場への浸透や海外展開を
促進させます。

最大

1,600万円
補助

① 経費の補助

東京都産品の国内外に向けた販売PRなどの取り組みに対する経費の助成

活用事例・国内外への展示会出展・新しい店舗の立ち上げ・英語版ウェブサイトの作成など

	初年度	次年度
限度額	1,000万円以内	600万円以内
補助率	補助対象経費の2/3以内	補助対象経費の1/2以内

② コーディネーターによるハンズオン支援

補助事業者の事業進捗に応じた専門家の派遣

支援事例・プランニング構築・売上拡大のための国内外の販路開拓・自社のウェブサイトの効果的な活用方法など

あらゆるMADE in TOKYOを国内外に向けて発信するプロジェクトです。

BuyTOKYO 推進活動支援事業

募集期間 令和2年5月14日(木)～令和2年6月10日(水)【必着】

令和2年度支援企業
募集開始!

詳しくは裏面へ

東京から世界へ「食のおもてなし」を
紙の食器で表現。従業員6名のWASARAが
海外販路開拓に成功したポイントとは?

株式会社 WASARA

「WASARAは環境に優しく、美しい紙の食器です。」

WASARAは日本古来の美意識を継承した紙の食器です。原料である非木材の「竹」と「サトウキビ」は、余剰資源としてその大部分が焼却されてきましたが、これらを有効活用することで、90日で土に還るコンポスタブルな製品へと昇華させました。

WASARAは製造当初から「おもてなしの精神」として、手にしたときの美しさ・簡易性・環境への配慮を盛り込んでいましたが、今に到るまでそれらに共感してくださいの方々から支持されてきました。近年、サスティナビリティという概念が国連から提唱され、欧州ではプラスチックの本格的な規制が開始するなど、その影響は世界の進むべき道を示すかのように広がっています。これらは一方的な制限ではなく、新しい価値観への変わり目です。WASARAはこれからの時代に求められる真の豊かさへの道標となることを目指しています。

事業への申請の背景

「時代の変化をとらえた、
新たな東京の誇りを生み出したい」

東京产品と言えば、江戸切子に代表されるような伝統工芸品が東京には数多くあります。一方で、時代が移り変わる中で人々のライフスタイルや価値観は変化を続けています。WASARAの親会社は伊藤景パック産業株式会社といいます。

明治時代東京下町で創業し、110年の時を刻みました。その間、食品のパッケージ・容器などのデザインや製造分野における東京都产品として、食のライフスタイルを支えて参りました。

弊社も東京产品の一翼を担う企業として、時代を先取りした価値創出の必要性を感じていた中で、東京都产品を世界へ広げるためのBuyTOKYO事業を知りました。伝統と新しい価値観が融合する新たな東京の誇りを生み出し、世界は勿論都民の皆様にも広く知って貰える機会になるとを考え申請しました。テーマは「東京五輪・おもてなしの心を託す紙の食器わさら、世界市場拡販計画」です。

100社以上の名刺交換成功 及び新たな販売代理店見込獲得

展示会では専門家の協力を得ながら、高級レストラン・ホテルバイヤーとの交渉を実施しました。結果的に100社以上の名刺を獲得し、次年度以降の具体的な代理店契約構築に向けた足がかりができました。



東京都 BuyTOKYO推進活動支援事業活用による成功レポート

(前年度申請者が語る 成功のポイント)

▼事業に参加してよかった点

- 自社の企業規模だと単体では実現しえなかった複数の海外展示会への挑戦できること。
- 多くの代理店との出会いなど具体的な販路開拓成果につながったこと。
- 海外展示会への出展により、ブース来場者から「beautiful」など賞賛の声を頂き、社内・社員の「誇り」と「モチベーション」があがったこと。

▼本事業を活用する際のポイント

- 「事前の一策は事後の百策に勝る」という言葉があります。事前に明確な海外戦略を構築して、本事業を活用することがポイントだと思っています。
- 予め自社製品のコンセプトを確立して、どのような市場や顧客に価値を持つのかを販売計画に落とし込み、これを実現するプランをもとに補助事業を活用することが望ましい。
 - こうした方針を活かすため、ハンズオン支援で実行支援を受けることが成果に繋がる。
 - 主役は自分たちであり、申請可否に関わらず実行を前提に準備を進めることが望ましい。



株式会社 WASARA
代表取締役 伊藤 景一郎氏

(コーディネーター・専門家が語る 販路開拓活動と支援のポイント)

01

既存顧客分析と商品価値の整理



商品がどのような顧客(ターゲット)を対象とするのか具体化しました。誰にどのような価値を提供するか明確化することがポイントです。

02

PR機会の選定と開催準備



海外の展示会をリストアップし、調整(参加者層確認や登録)を支援しました。適切な展示会の選び方及び商品に触れてもらうブース設計が重要です。

03

アフター営業と事業の振り返り



展示会で得た名刺を分析し、交渉するための優先順位及び交渉方針を協議しました。名刺を販路に昇華させるまでが重要です。

WEBで
事例公開中

