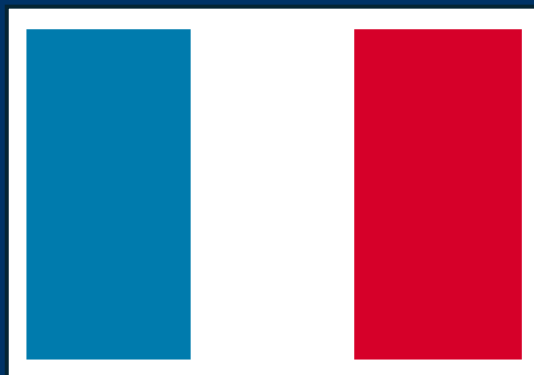


海外市場開拓トライアル(欧州)
フランスにおけるテストマーケティング企画



フランス市場への進出を目指す中小企業者募集

事業者募集説明会



【ご挨拶】

**独立行政法人中小企業基盤整備機構
販路支援部海外展開支援課 担当課長**

堀江 千賀

本事業では、フランス市場への進出を検討している中小企業者の皆さまを対象に、自社商品の現地(フランス)でのテストマーケティングを実施いたします。



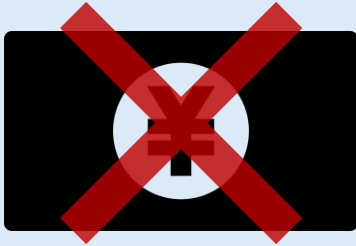
フランス市場への販路開拓を検討するうえで、
下記のようなお悩みをお持ちの方は、本事業にぜひお申込みください！

- フランス市場で**自社商品は受け入れられるだろうか**
- フランス市場への進出を目指しているが、**海外取引の経験がない**
- 海外進出をするうえで**何から始めてよいかわからず**迷っている
- 輸出実績はあるが、フランス市場でも受け入れられるか**試してみたい**



現地でのリアルな声からフランス市場に適した
商品づくり、プロモーションのヒントを得ることができます！

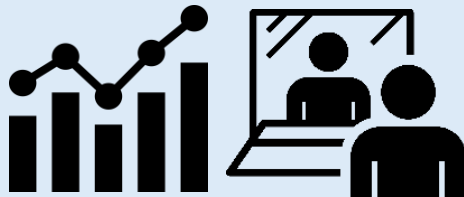
本事業では、今後のフランス市場への進出に向けて、**参加しやすい環境**と**実践的な支援**を提供します。



参加費無料



渡航不要



**調査レポート&
個別フィードバックがもらえる**



**調査結果に基づいた
フォローアップがある**

本事業では、事業後の参加企業様のフランス市場への進出への足掛かりとなるようアンケート設計からフィードバックまで一貫した支援を実施します。

アンケート設計

商品の有用性・実現性を検証するためのアンケートを設計

ご自身の商品の価値を
可視化・整理することができる

調査結果への深い理解へつながる

アンケート調査

フィードバック

調査結果を分析し、調査レポートとして個別フィードバックを実施。

調査結果から見える示唆と
次へのアクションへのヒントを
得ることができる

次に何をすべきかが見えてくる

本事業の支援を海外展開(または市場開拓)への一歩として、ぜひご活用ください！

■対象事業者

消費財を扱う中小・小規模事業者

※ 中小・小規模事業者の定義:

https://www.smrj.go.jp/org/about/sme_definition/index.html

■参加条件

- ▶ 2026年7月～9月の間、オンラインミーティング等で調査ヒアリングに参加可能な方。
- ▶ 採択後、欧州現地インタビュー調査事務局が企画する説明会やセミナーに参加できる方。
- ▶ 自社商品をお持ちの方。
 - ※自社商品とは、自社ブランドとして自社または委託先企業で製造したものを指します。
- ▶ フランス4都市のテストマーケティングすべてで調査に参加ができる方。(いずれかのみでの参加は不可)
 - ※ナントおよびコルマールでの展示会においては、主催者の規定等により商品を出品できない場合がございます。

お申込みにあたり、採択審査用のサンプルをご送付いただきます。

●1商品あたり10名分程度(雑貨は2点)

※審査用サンプルに関する詳細は募集要項の「参加条件」の内容をご確認ください。

※審査用サンプルは事務局指定の住所へ送付していただきます。

送付先につきましては、エントリーフォームの内容確認後にご案内いたします。

※審査用サンプルの発送に係る費用は参加企業様ご自身のご負担となります。

本事業では、お申込みいただいた後に、参加企業を選考させていただきます。

■採択者数

30社程度(1社につき1商品)

味違い・色違い・パッケージ違いなど、同一商品のバリエーション(以下「SKU」)がある場合は、同一商品として最大**3SKU**までお申込み可能です。

※SKUの種別は1種類に限ります。(色違い2SKU+容量違い1SKUのような複数種類の組み合わせは不可)

〈エントリーシートの記載例〉

▼商品情報		
商品カテゴリ (該当する項目をひとつ選んでプルダウンで○を選択してください)	○ ①食品・飲料 ②アルコール類(お酒・ビール・焼酎・ウイスキー等)	
商品内容(20文字以内) ※日本酒、和菓子、はちみつ等、商品が何であるかを端的に記載してください。	抹茶飲料	
●味違い・容量違い等のバリエーション(SKU)がある場合は、同一商品として最大3SKUまでお申込み可能です。		
SKUの内容(例:味違い、容量違い) ※SKUのバリエーションは1種類に限ります。	味違い	
SKU数(3SKUまで) ※1~3をご記入ください	3	
輸送時の他SKUとの混載可否 (該当する項目はプルダウンで○を選択してください) ※必要数量に応じて、ケース入数に関わらず他SKUと混載しての輸送が可能かご記入ください。	○ ◀可 ▶否	
商品名 ※SKUの内容が分かるようにご記入ください。なお、同一商品名であってもSKUが異なる場合は、例のように括弧内にSKUの内容を記入ください。		
	日本語	英語
例	ジャム(いちご味)	Jam(Strawberry)
①	抹茶ラテ(プレーン)	Matcha Latte(Plain)
②	抹茶ラテ(いちごフレーバー)	Matcha Latte(Strawberry)
③	抹茶ラテ(黒蜜フレーバー)	Matcha Latte(Brown Sugar Syrup)
④		
⑤		

SKUのバリエーションは1種類のみのため、2種類以上はお申込みいただけません。

×申込不可な例

「味違い、容量違い」

①抹茶ラテ(プレーン) 300g

②抹茶ラテ(プレーン) 500g

③抹茶ラテ(いちごフレーバー) 300g

「味違い」のみの
3SKUのため申込可

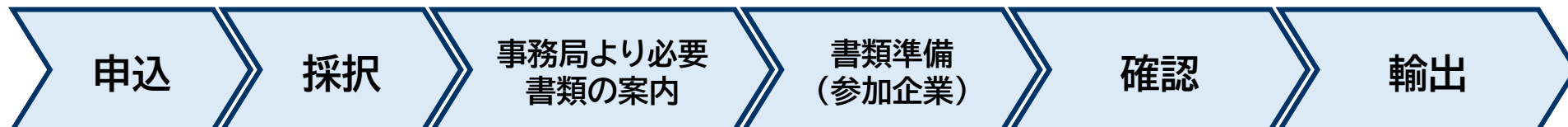
■参加費

無料

- ただし、出品物の国内指定倉庫までの輸送費、審査会および現地で使用する商品サンプル・試飲試食用商品は、参加企業様のご負担となります。
- 現地で販売は行わないため、原則として輸出通関に必要な認証等の取得は不要ですが、商品の内容によっては取得を求められる場合があります。その場合の費用・手続きは事業者の負担となります。

〈輸出に係る許認可登録～輸出のフロー〉

- 輸送に必要な書類については事務局よりご案内いたします



輸送に必要な書類は参加企業様ご自身でご準備いただきますが、事務局が対応サポートいたします！

■商品カテゴリ

家庭用品・日用品 / アパレル・ファッション / 雑貨 / 化粧品・トイレットリー /
ベビー・育児用品 / 食品・飲料(アルコール類含む) /
生地や繊維・糸等の素材、建築やインテリア資材等の素材

■対象商品の条件

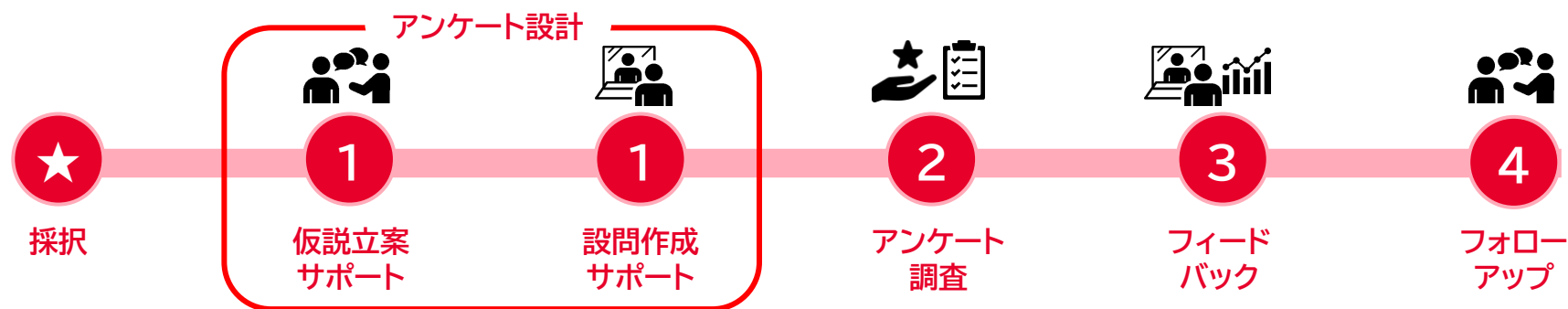
- 会場にてその場で試せる商品であること。
(試食・試飲・試用など、短時間の体験で反応を確認できるもの)
持ち帰って使用・継続摂取しないと効果が分からない商品は対象外です。(サプリメント・健康食品等)
- 食品は常温又は冷蔵で、賞味期限は、欧州現地インタビュー調査事務局が指定する国内の納品場所および指定到着日より**5カ月以上**のものとしします。
- 商品のサイズが大きすぎるもの、重量物、高額商品については対象外となる場合があります。
- 過年度に本事業(フランス)へお申込みいただいた商品と同一内容の商品は審査対象外となります。
(ただし、商品の改良等が認められる場合は審査対象となります。)

■テストマーケティングのサンプルのご用意

採択された参加企業様はサンプルのご用意が必要となります。

- (食品・雑貨共通)展示用サンプル :1商品につき**5点程度**
- (食品)試食サンプル :1商品につき**消費者100名分以上の試食が可能な数量**
- (化粧品等)試用サンプル :1商品につき**消費者100名分以上の試用が可能な数量**

※ 1点ものや高額商品等、上記数量が提供できない場合は、事前に事務局までご相談ください。



1. アンケート設計

アンケート調査は、共通質問および商品別質問で構成されたアンケート設問に基づき実施します。本アンケートの設計にあたり、仮説立案サポートおよび設問作成サポートを行います。**※複数回のヒアリングを予定しております。**

▼〈仮説立案サポート〉中小機構の専門家によるサポート

▼〈設問作成サポート〉欧州現地インタビュー調査事務局によるサポート

2. アンケート調査

上記「仮説立案サポート」「設問作成サポート」で整理・作成した内容をもとに、フランス現地の会場にてアンケート調査等を実施します。

3. フィードバック

調査結果を報告書としてまとめ、現地インタビュー調査事務局が各社にフィードバック面談を実施いたします。

4. フォローアップ

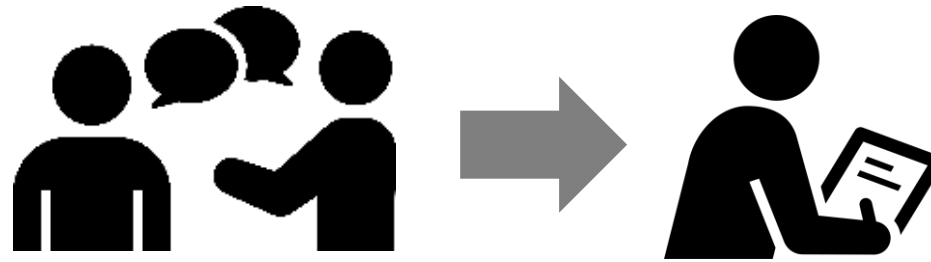
調査結果を踏まえ今後の海外展開に向けて、中小機構の専門家のアドバイスを受けます。

2026年	6月11日(木)	参加企業募集 17時締め切り
	6月29日(月) ※予定	参加企業決定
	7月3日(金)	参加企業説明会・セミナー実施(オンライン) ※参加決定企業は参加必須となります。
	7月~8月	<ul style="list-style-type: none"> ● 仮説立案サポートのための個社ヒアリング(オンライン) ● 設問作成サポートのための個社ヒアリング(オンライン) ※複数回のヒアリングを予定しております。
	8月上旬	パッキングリスト等の輸出書類準備
	8月下旬~9月初旬	国内倉庫への商品送付~フランスへの輸送
	9月下旬~11月初旬	各地テストマーケティング実施
2027年	1月上旬	全参加事業者向けテストマーケティング実施報告会(オンライン予定)
	1月中旬~2月下旬	各社ごとの個別フィードバック実施(オンライン予定)

■仮説立案サポート

《商品の魅力・価値を整理し、現地ニーズを踏まえた仮説を設計》

誰にどんな価値を提供するかを可視化するため、中小機構の専門家がサポートしながら海外のターゲット層が欲しいと感じる点や関心を持つポイントを仮説として整理します。

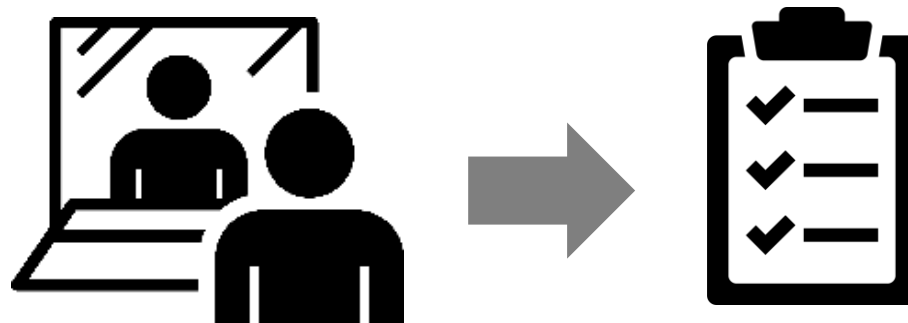


■設問作成サポート

《仮説をもとに、現地市場の反応を具体的に把握するための質問項目を作成》

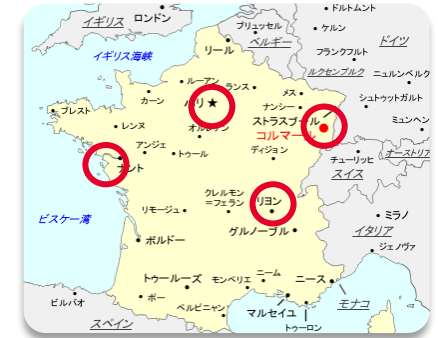
整理した仮説をもとに、欧州現地インタビュー調査事務局と一緒に、アンケートの質問項目を作成します。

※質問項目は全事業者共通の共通項目と、事業者ごとの個別項目を設けます。



■実施概要

- 実施都市: フランス4都市(パリ・リヨン・ナント・コルマール)
- 実施日程



パリ	9月下旬～10月下旬(予定)
リヨン	9月下旬～11月上旬(予定)
ナント	「CREATIVA NANTES」 10月29日(木)～11月1日(日)
コルマール	「Salon International du Tourisme et des Voyages」 11月6日(金)～11月8日(日)

• 調査形式

- パリ・リヨン : マーケティング拠点の設置・招待制イベントの開催
 ナント・コルマール : 展示会への出展

- 調査方法: モバイルによるアンケート回答又は紙による筆記回答

パリ

MAISON WA 9月下旬~10月下旬(予定)

パリ市内中心部で15年、消費者や現地バイヤー等から高い支持を得る日本雑貨の小売店

To C向け(消費者)

店舗内にテストマーケティングコーナーを設置し
期間中の来店者にヒアリング調査を実施。



- ・来店者へ店舗スタッフが商品説明をしながら
対面型コミュニケーションでヒアリングを実施
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイル・紙でアンケート回答

To C向け(消費者)

To B向け(流通関係者)

日本への関心が高い消費者と流通関係者を対象に
招待型のグループインタビューを実施。



- ・商品一つ一つをより丁寧に伝え、深い理解を得る
- ・フォーム回答以外にも参加者同士の対話型からヒアリングを実施
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイル・紙でアンケート回答
グループインタビュー

リヨン

OMOTENASHI CUISINE 9月下旬~11月上旬(予定)

リヨンの市内中心部に日本食の料理教室やケータリング、お弁当の販売等を運営する文化発信拠点

To C向け(消費者)

To B向け(流通関係者)

既存会員やリヨン周辺に在住する消費者・流通関係者を対象に、招待制の調査イベントを実施。
食品/雑貨類などのカテゴリ別に分けて調査を実施



- ・商品一つ一つをより丁寧に伝え、深い理解を得る
フォーム回答以外にも参加者同士の対話型からヒアリングを実施
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイル・紙でアンケート回答
グループインタビュー

ナント

CREATIVA NANTES

2026年10月29日(木)~11月1日(日)



ハンドメイドやDIYを愛好する消費者や
流通関係者が集まるクラフト系の展示会
展示会出展型で実施。

To C向け(消費者)

To B向け(流通関係者)



- ・来場者へ商品説明をしながら
対面型のコミュニケーションでヒアリングを実施
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイル・紙でアンケート回答

コル
マールSalon International du
Tourisme et des Voyages

2026年11月6日(金)~11月8日(日)



国内外の旅行・観光をテーマとした消費者
向けの展示会
展示会出展型で実施。

To C向け(消費者)



- ・来場者へ商品説明をしながら
対面型のコミュニケーションでヒアリングを実施
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイル・紙でアンケート回答

アンケート設計で立てた仮説をもとに、現地でのアンケート調査の結果を踏まえて、
欧州現地インタビュー調査事務局より
全参加企業向け報告会と各社への個別フィードバックを実施

■全参加事業者向けテストマーケティング実施報告会

全参加企業に向けて、オンラインで事業全体の報告会を実施いたします。

■各社への個別フィードバック

各社へオンライン(予定)で調査レポートを用いて個別フィードバックを実施いたします。

〈調査レポートの構成〉

- 購買顧客仮説
- 基本属性
- 購入意欲、訴求軸、価格許容度、改善点、日本品質等の観点からのクロス集計
- 示唆と次のアクションへ向けての結論

海外テストマーケティング支援事業 Year 2 調査レポート【サンプル】

クレイマスク(毛穴ケア特化) アメリカ市場

対象市場:アメリカ(ロサンゼルス・シアトル) | 消費者 n=84 | 調査期間:2026年10月

64%

購入意向
ポジティブ

80%

19歳以下
購入意向

50%

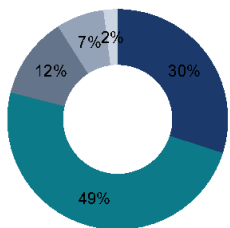
Made in Japan
影響あり

\$4.5

許容
価格帯上限

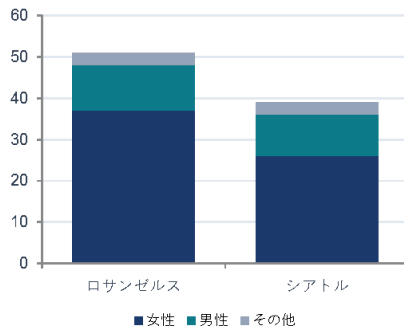
基本属性

年代分布 (n=84)



■ 19歳以下 (30%) ■ 20代 (49%) ■ 30代 (12%)
■ 40代 (7%) ■ その他 (2%)

調査地・性別 (n=84)



購買顧客仮説(結論)

アメリカ市場において本製品を最も購入する可能性が高いのは、20代以下のクリーンビューティー志向を持つ女性層である。
彼女たちは日常的に毛穴ケアへの関心が高く、既存のクリーンビューティー製品では満たされていない「本格的な洗浄力」と「自然由来成分の安心感」の両立に惹かれて購入に至る。

許容価格帯

\$4.5以下
(Kiehl's等の既存クリーンクレイマスクと同等水準)

購入チャネル(第一接点)

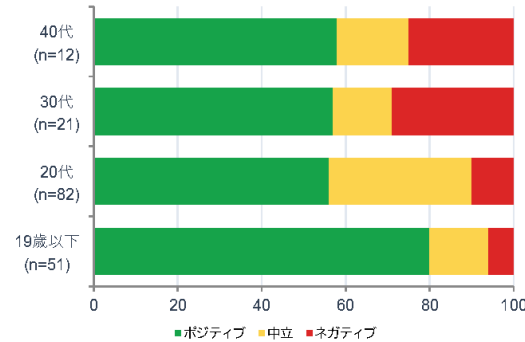
Ulta Beauty / Target等
次いで Amazon.com などのEC

ターゲット

20代以下・クリーンビューティー志向の女性
ロサンゼルス・シアトルを中心に展開

KF1:属性 × 購入意向 — ターゲット像の特定

年代別 購入意向 (%)



年代別セグメント詳細

年代	ポジ	ネガ	評価
19歳以下	80%	6%	◎ 最高反応
20代	56%	10%	○ コア層
30代	57%	29%	△ ネガ高め
40代	58%	25%	— n少

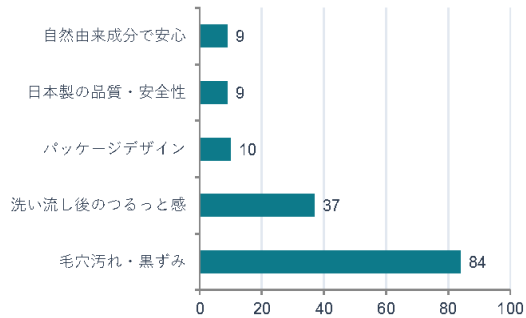
調査地別ポジティブ率

調査地	ポジ	評価
ロサンゼルス (Silver Lake)	64%	○ 好反応
シアトル (Capitol Hill)	62%	○ 都市型消費

示唆:19歳以下の購入意向80%が突出。20代はn=41で最大ボリュームだがポジ56%に留まる。ロサンゼルス(64%)・シアトル(62%)ともに好反応で、両都市での展開可能性を示唆。30代はネガ29%と高めて要注意。

KF2: 訴求軸の優先順位 — 何に惹かれるか(1/2)

魅力ポイント1位 (n=168)



魅力1位 × 購入意向転換率

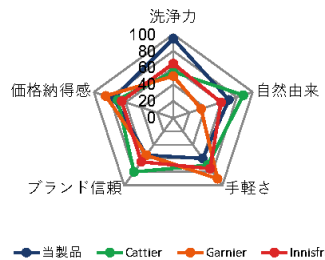
魅力1位	選択数	シェア	うちポジ	転換率
毛穴汚れ・黒ずみ	84	50%	64	76%
洗い流し後のつるっと感	37	22%	20	54%
パッケージデザイン	10	6%	7	70%
日本製の品質・安全性	9	5%	7	78%
自然由来成分で安心	9	5%	3	33%

KF4: 改善点 × 購入意向(改善しても買うか)(1/2)

懸念点	指摘数	シェア	うちポジ	判定
香りが好みに合わない	52	31%	75%	× 致命傷でない → ハーブ系推奨
テクスチャーが気になる	23	14%	52%	△ 要改善(優先度高)
洗い流しに時間がかかる	17	10%	71%	× 致命傷ではない
効果が感じにくい	15	9%	80%	○ 不満でも買う → 軽微
パッケージ・説明がわかりにくい	10	6%	50%	! 英語表記・FDA規制 必須対応

KF6: 競合比較 × 消費者の連想ワード

消費者連想ワード比較 (競合対比)



ブランド	連想ワード Top3	当製品との差別化
当製品	すっきり・毛穴・本格的	洗淨力×本格的 — 空白ポジション
Kieh'l's(米クリン)	グリーン・やさしい・定番	「やさしい」vs「すっきり」で差別化
Aztec Secret(米定番)	シンプル・ナチュラル・定番	価格帯で勝る(\$4.5 vs \$10~)
Neutrogena(大衆)	安い・どこでも・普通	「本格的・日本」の専門感で差別化
Summer Fridays(米トレンド)	SNS映え・クリーン・トレンド	持続的品質訴求 vs トレンド訴求

示唆: 消費者が当製品に「すっきり」「本格的」を連想している点が最大の武器。競合Kieh'l'sは「やさしい=マイルド」、Neutrogenaは「普通」と認識されており、「本格洗淨力×クリーン品質」の空白ポジションを狙える。「日本」の連想は5番目に留まり、Made in Japanは決め手ではなく裏付け要素。

結論: 示唆と次のアクション

ターゲット

19歳以下~20代・クリーンビューティー志向の女性が最高反応。ロサンゼルス(64%ポジ)・シアトル(62%ポジ)の両都市で展開

訴求軸

「毛穴洗淨力」が50%で圧倒的1位・転換率76%。「洗淨力×自然由来」の両立を主メッセージに

価格

\$4.5以下に集中。Kieh'l's同等帯(\$4.0~5.0)をメイン設定

チャネル

Ulta Beauty / Target → Amazon.com → Sephora の順で展開

改善(必須)

パッケージ英語化・FDA成分表記の追加、EWG認証取得の可否を調査

改善(推奨)

香りのユーカリ/ミント系ローカライズ、環境配慮パッケージへの切り替え

→ 次の打ち手: パッケージ英語化 + EWG認証の取得可否を調査。Ulta Beauty / Targetへの試験導入を\$4.5で打診

■お申し込み時の注意点

フランスへの輸出、及びフランス国内で販売する場合、フランス政府やEUの定める様々な認証制度が商品カテゴリ毎にあります。本テストマーケティングでは調査を目的としており、販売行為は行わないため、参加時点で該当する認証などを取得する必要はありませんが、同国へ輸出・販売を行う際には定められた規制クリアや認証制度の取得が必要となりますので、自社の商品に必要な各種情報は必ずご確認ください、ご理解のうえお申し込みください。

■留意事項

- 本事業では、現地消費者への販売、ならびに流通企業との商談・マッチング等の販路開拓支援は対象外となります。
- 申込締切間近はサイトの混雑が予想されます。**余裕をもってお早めにお申し込みください。**
- お申込み後、厳正な審査を行います。**選考の結果、ご参加いただけない場合があることをあらかじめご了承ください。**なお、審査内容の詳細についてはお問い合わせいただいても回答できませんので、あらかじめご了承ください。
- 参加商品選考後であっても、事業参加者様が本応募要項記載の参加条件を満たしていないことが判明した場合、参加をお断りする場合がございます。
- **参加商品選考後であっても、現地通関の結果、輸出が認められない場合があります。**その際は出品を取りやめる場合があることを、あらかじめご了承ください。
- 本事業にて、万が一事業参加者様が損害や不利益を被る事態が生じたとしても、当機構の故意または重過失によるものを除き、当機構はその責任を負わないものとします。
- 本テストマーケティングに使用する商品については、衛生管理上および現地法令・通関上の理由により、日本への返送は行いません。**あらかじめ返却不可であることをご了承の上、ご提供ください。**

★下記専用WEBサイトからお申し込みください

https://chikapa.smrj.go.jp/trial/2026_002.html

①資料の確認

お申込み前に必ず募集ページに掲載の以下の資料(3点)をご確認ください。

a. 募集要項

b. 別紙01_フランス市場の基礎情報

c. 別紙02_フランス市場出品時の規制・認証・販売上の留意点(品目別まとめ)をご確認

②エントリーシートの記入

エントリーシートをダウンロードし、必要事項をご記入ください。

※任意項目以外は原則記入必須となります。また、商品の写真も提出必須です。

③お申込み

▼エントリーフォームに必要事項をご入力ください。

▼記入したエントリーシートをエントリーフォームに添付ください。

④お申込み完了メールの確認

正しく提出できた場合、事務局から自動返信メールが届きます。

エントリーシートに不足や不備がある場合には、事務局よりご連絡いたします。

※メールが到着しているかどうか、必ずご確認ください。

■応募締切

2026年6月11日(木) 17:00

■問い合わせ先

欧州現地インタビュー調査事務局

メールアドレス:jimukyoku@tesmafrance.com

電話:03-6826-7734

(受付時間:平日10:00~17:00)

「海外市場開拓トライアル」には他の企画もございます！

参加無料
渡航せずに、現地の本音をチェック！
海外市場開拓トライアル

海外市場開拓トライアルでは、現地の消費者やバイヤー等に向けたテストマーケティングを実施し、海外市場でのリアルな反応や評価がわかります。

こんな中小企業者におすすめ

- 海外進出に向けて情報を収集したいな
- 海外展開、ちょっと気になる！
- こんなお悩みありませんか？
- A国に輸出しているけど他の国でも売れる？
- 海外で売れるために商品改良のヒントが欲しい！

海外進出の悩みを解消する一手「海外テストマーケティング」

2種類の調査方法があります。

「商品を送らず」に情報がほしい！

簡易アンケート調査

手軽に気になる国について知ろう！

調査方法
公開情報の収集・分析に加え、商品情報を基にした現地消費者などへのアンケートを実施します。

得られるもの
市場ニーズや競合状況を踏まえた海外進出の判断材料

「商品を送って」現地の反応を知りたい！

現地インタビュー調査

特定の国でしっかり検証しよう！

調査方法
商品を現地に配送し、現地の消費者・バイヤー等が試食・試飲・体験をおこなうテストマーケティングを実施します。

得られるもの
現地のリアルな声から海外市場に選んだ商品づくり、プロモーションのヒント

迷っている方は、裏面の「あなたはどっち？」で診断！ →

簡易アンケート調査 先着500社

商品情報を基にデスクトップ調査とアンケートを実施します。

12カ国から選べる1カ国

- 香港 台湾 韓国 シンガポール
- インドネシア ベトナム タイ フィリピン
- ドイツ フランス イギリス アメリカ

調査実施イメージ

商品情報 → アンケート調査+デスクトップ調査 → 調査報告書

調査報告書 (レポート)

- 調査概要
- 調査結果
- アンケート調査

利用者の声

- 食品加工** 2023年度 簡易アンケート調査実施
これまで意味だった「可能性や課題」が明確になりました。
- 文具製造** 2023年度 簡易アンケート調査実施
海外展開を考えるうえで、貴重な判断材料になりました。
- 化粧品製造** 2023年度 簡易アンケート調査実施
自社で情報収集するには限界があり、このような機会が本当にありがたかったです。

現地インタビュー調査

現地での試食・試飲・体験を基にアンケートを実施します。

選べる4カ国

タイ企画

調査都市: バンコク
調査対象: 35社程度
調査方法: 調査中
発表時期: 2024年5月下旬～6月上旬

フランス企画

調査都市: パリ、コルマル、リヨン、ナント
調査対象: 30社程度
調査方法: 調査中
発表時期: 2024年5月中旬～6月中旬

アメリカ企画

調査都市: ロサンゼルス、シアトル
調査対象: 30社程度
調査方法: 調査中
発表時期: 2024年5月中旬～6月中旬

シンガポール企画

調査都市: シンガポール
調査対象: 35社程度
調査方法: 調査中
発表時期: 2024年5月下旬～6月上旬

調査実施イメージ

商品情報 → 現地テストマーケティング → 調査報告書

調査報告書 (レポート)

- 調査概要
- 調査結果
- アンケート調査

利用者の声

- アパレル** 2023年度 ベトナム現地インタビュー調査実施
現地の声を通じて聞くことができ、気づきを得ることができました。
- 木製品製造** 2023年度 フランス現地インタビュー調査実施
生の反応を知ることによって、具体的な改善点が見えてきました。
- 食品製造** 2023年度 現地インタビュー調査実施
次の展開を考える上で、大きな後押しとなりました。

海外市場開拓トライアル(欧州) フランスにおけるテストマーケティング企画



フランス市場への進出を目指す中小企業者募集

事業者募集説明会

