

(別紙 2)

3. 助成対象事業の成果 (結果)

【事業名】 事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。

助成事業のテーマ名：ものづくり成長分野の販路開拓支援

A事業①

- (1) 海外展示会出展支援
- (2) ベトナムものづくり商談会 (ハノイ) 支援

A事業②

- (1) 取引マッチングコーディネーター配置
- (2) 新技術・新製品マッチング商談会
- (3) 国内展示会出展支援
- (4) 海外バイヤー等招聘
- (5) 共通DB再構築

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

以下は、各事業毎の当初計画に基づく記載とする。

A事業①

- (1) 海外展示会出展支援
海外展示会や学会等を活用して新製品等の販売等を目指す県内中小企業に対し、出展費用の一部を助成する。
・計画 令和2年度～令和4年度 海外展示会・専門学会等への出展助成金
・目標 マッチング件数 6社×20件×3回=360件
- (2) ベトナムものづくり商談会 (ハノイ) 支援
埼玉県が重点国と位置付けるベトナムにおいて、民間事業者が開催する展示商談会を共催し、販路拡大を目的に出展する県内中小企業に対し、出展費用の一部を助成する。
・計画 令和2年度～令和4年度 ベトナム商談会への出展助成金
・目標 マッチング件数 5社×20件×3回=300件

A事業②

- (1) 取引マッチングコーディネーター配置
民間企業OBを取引マッチングコーディネーターに委嘱し、大手企業を訪問しながら発注案件の開拓をするとともに、各商工団体と連携した企業訪問を実施し、商談会等のフォローアップを行い、取引あっせんの強化を図る。
・計画 令和2年度 (120日配置) 令和3年度 (144日配置)
令和4年度 (116日配置) 令和5年度 (115日配置)
- (2) 新技術・新製品マッチング商談会
県内企業が保有する新技術、新製品のマッチングを促進する商談会を「彩の国ビジネスアリーナ (BA)」会期中に開催する。商談会を併設することにより商談会参加企業だけではなく、BA出展企業とのマッチングも期待できる。取引マッチングコーディネーターが大手企業の開発部門からニーズを把握し、県内企業とのマッチングを促進する。

また、商談会実施において最も手間の掛かる受発注企業のマッチングテーブル作成作業を簡素化させるための「マッチングテーブル作成システム」を開発し業務の効率化を図る。

- ・計画 令和3年度～令和5年度 商談会の実施
令和2年度 「マッチングテーブル作成システム」開発
- ・目標 マッチング件数 発注20社×受注50社×3回=3,000件

(3) 国内展示会出展支援

例年多くの来場があり数多くの成約が期待できる展示会に“埼玉県パビリオン”を設置し県内企業が保有する新製品・新技術等の販路拡大を支援する。

- ・計画 令和2年度 「埼玉県パビリオン」設置による出展支援
- ・目標 マッチング件数 10社×50件×1回=500件

(4) 海外バイヤー等招聘

先端産業プロジェクトの中で医療機関と連携して新製品を開発した（開発中を含む）企業を対象に、海外バイヤー等とのマッチングを促進する。

海外バイヤー等はジェトロと連携し、適任者を選定する。

参加企業は県内中小企業の医療機器分野から公募し、審査会を経て選定する。

- ・計画 令和2年度～令和4年度 海外バイヤー等招聘によるマッチング
- ・目標 マッチング件数 3社×5件×3回=45件

(5) 共通DB再構築

取引マッチングコーディネーターの企業訪問によるマッチング支援、フォローアップ、発注案件の開拓等のプッシュ型の販路開拓支援を実施しているが、より成約率を高めるためには企業データベースの活用が不可欠である。しかしながら、既存データベースは動作及び情報共有面で多くの課題がある。このため、公社事業の利用履歴を活用した企業とのコミュニケーション、公社各グループとの情報共有強化による包括的な企業支援を可能とするマッチングを行うため、共通DBの再構築を推進する。

- ・計画 令和5年度 既存共通DBの再構築
- ・目標 共通DB再構築によるマッチング支援の効率化

<成約目標> 全ての支援事業の終了時 160件

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

A事業①

- (1) 海外展示会出展支援 【廃止】
- (2) ベトナムものづくり商談会（ハノイ）支援 【縮小-令和2年度のみ実施】

【令和2年度】

〈実施事業の内容〉

NC Network Group / Factory Network Asia Group主催の下記商談会に出展する中小企業に補助金を交付した。

- ・商談会名 FBCハノイ2020ものづくり商談会
(同時開催：FBCバンコクウェブ商談会)
リアル商談会とウェブ商談会の併用による開催
- ・開催場所 Vietnam Trade Promotion Center of Agriculture（ハノイ）

- ・参加企業 4社
- ・開催期間 10月28日～10月29日
(8月から11月へ、11月から10月へコロナの影響で変更となった)
- ・実施状況

7/28～8/28	参加企業公募
9/11	審査会の結果、補助対象交付候補決定
10/28～10/29	商談会開催
12月～1月	補助金交付決定、補助金額の確定、補助金振込
1月～2月	フォローアップ

〈実績〉

- ・マッチング件数 36件
(内訳) リアル出展商談件数 32件
WEB出展商談件数 4件
- ・成約件数 0件

A事業②

(1) 取引マッチングコーディネーター配置

【令和2年度】

〈実施事業の内容〉

- ・稼働日数 176日
- ・実施期間 5月～3月
- ・実施状況

5/7～3/31	取引マッチングコーディネーター1名を配置
12/21～3/31	取引マッチングコーディネーター1名を追加配置し、2名体制とした。

〈実績〉

- ・稼働日数 176日
- ・企業訪問数 112件
(発注企業訪問21件 受注企業訪問91件)
- ・発注案件開拓件数 80件
- ・マッチング件数 418件
- ・成約件数 3件

【令和3年度】

〈実施事業の内容〉

- ・稼働日数 180日
- ・実施期間 4月～3月
- ・実施状況

4/1～3/31	取引マッチングコーディネーター1名を配置
----------	----------------------

〈実績〉

- ・稼働日数 180日
- ・企業訪問数 200件
(発注企業訪問89件 受注企業訪問111件)
- ・発注案件開拓件数 59件
- ・マッチング件数 510件
- ・成約件数 8件

【令和4年度】

〈実施事業の内容〉

- ・稼働日数 270日
- ・実施期間 4月～3月
4/1～3/31 取引マッチングコーディネーター2名を配置

〈実績〉

- ・稼働日数 270日
- ・企業訪問数 331件
(発注企業訪問127件 受注企業訪問204件)
- ・発注案件開拓件数 97件
- ・マッチング件数 529件
- ・成約件数 10件

【令和5年度】

〈実施事業の内容〉

- ・稼働日数 234.5日
- ・実施期間 4月～2月
- ・実施状況
4/1～2/15 取引マッチングコーディネーター1名を 配置
6/1～2/15 取引マッチングコーディネーター1名を追加配置し、2名体制とした。

〈実績〉

- ・稼働日数 234.5日
- ・企業訪問数 398件
(発注企業訪問119件 受注企業訪問279件)
- ・発注案件開拓件数 79件
- ・マッチング件数 198件
- ・成約件数 11件

(2) 新技術・新製品マッチング商談会 【変更-令和3年度のみ実施】

令和3年度に商談会を実施。「彩の国ビジネスアリーナ(BA)」会期中に開催する予定であったが、BAそのものがオンライン開催となったため、当該商談会は単独での開催となった。

【令和3年度】

〈実施事業の内容〉

- ・商談会名 「新技術・新製品マッチング商談会」を開催(対面式)
- ・開催日時 3月9日(水)10:30～16:30
- ・開催場所 大宮ソニックシティビル地下展示場(さいたま市大宮区)
- ・参加企業 発注企業 26社(埼玉県 9社; 県外 17社)
受注企業 56社

〈実績〉

開催終了6か月後及び1年後にフォローアップ調査を実施

- ・マッチング件数 237件
- ・成約件数 6件

(3) 国内展示会出展支援 【変更-令和2年度・令和5年度（追加）実施】

【令和2年度】

〈実施事業の内容〉

・展示会名 第25回機械要素技術展
(リード・エグジビションジャパン株式会社主催)

・開催期間 2月3日～2月5日

・開催場所 幕張メッセ（千葉県美浜区中瀬1-2）

・参加企業 12社

・実施状況

緊急事態宣言の発令を受け、会期中における出展企業の会場入りは自粛し、展示会場内に設置した「埼玉県パビリオン」でのカタログ展示を通じた製品・技術のPRとともに、主催者が提供したオンライン商談サービス等の活用促進により出展企業の販路開拓を支援した。

9/3～9/30 出展企業公募

10/23 審査会の結果、出展企業決定

2/3～2/5 展示会開催

2月～3月 フォローアップ

〈実績〉

・マッチング件数 505件

・成約件数 0件

【令和5年度】

〈実施事業の内容〉

・展示会名 第28回機械要素技術展
(RX Japan株式会社※主催) ※旧社名：リード・エグジビションジャパン

・開催期間 6月21日～6月23日

・開催場所 東京ビッグサイト（東京都江東区有明3-11-1）

・参加企業 10社

・実施状況

(R4)2/15～2/28 出展企業公募

(R4)3/15 審査会の結果、出展企業決定

6/21～6/23 展示会開催

9月～10月 フォローアップ

〈実績〉

・マッチング件数 1,104件

(内訳) 会期中 1,084件、会期後追加 20件

・成約件数 9件

(4) 海外バイヤー等招聘 【廃止】

(5) 共通DB再構築

〈実施事業の内容〉

事業推進にあたり、専門知識を有する業者に業務委託を行った。

・契約期間 令和5年10月2日～令和6年2月5日

〈実績〉

ローコード開発ツール「kintone(キントーン)」を活用し、複数ある既存

データベース「Access(アクセス)」の企業データの移行・紐づけを完了し、共通DBの再構築を完了した。複数のDBが一つに統合されたことで、公社全体の利用履歴が簡単に確認できるようになり、効率的かつ一貫性のある公社事業の提供、今後のマッチング支援強化へ向けた環境を整えることができた。

・実施した結果生まれた課題

当初計画した事業のうち、海外の販路開拓に関する事業は、コロナ禍の影響を強く受け、「ベトナムものづくり商談会(出展助成金交付事業)×1回」のみの実施となり、その他の事業は休止・廃止を余儀なくされた。しかしながら、海外販路開拓のニーズそのものが消えたわけではなく、今後の巻き返しが必要である。計画当初から、高付加価値な先端産業(医療等)の分野を視野に入れていたが、国際的なビジネス環境がポストコロナに移行する中、今後の市場ニーズを見極めていく必要がある。

これについては国内の販路開拓についても同様であり、実際に当公社に対しても、県内受注企業から、コロナで一時活況となった業界からの受注が落ち込み、売上が激減したため、早急に新しい販路を求めたいという相談が寄せられたこともある。環境の変化という意味では、自動車EV化への対応も重要なファクターであるが、新分野への展開は、受発注問わず多くの企業の課題であり、またその反面、新たなビジネスチャンスにつながる転機でもあるという状況がある。

支援機関としても、販路開拓の取り組みを進める方向性について、今一度検討したい。

また、令和5年度には、公社共通DBの再構築を行ったが、マッチング支援をはじめ、各種支援事業をより効率的に進める上で、「情報」の大切さを再認識しているところである。「情報」はその質・量ともに重要であるが、共通DBにおいても、データの精度・鮮度管理等を徹底していく必要があり、公社内の利用マニュアルを作成・整備しながら運用していきたい。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

〈目標の達成度〉

・マッチング件数

支援分野	目標	実績	達成度
販路開拓、販路開拓 手法(海外)	当初計画 705件 (うち実施分) 80件	36件	5.1% (うち実施分) 45%
販路開拓、販路開拓 手法(国内)	当初計画 3,500件 (うち実施分) 2,000件	1,846件	52.7% (うち実施分) 92.3%

・成約件数

支援分野	目標	実績	達成度
販路開拓、販路開拓 手法(海外)	160件	47件	29.4%
販路開拓、販路開拓 手法(国内)			

〈数値の検証等〉

販路開拓(海外関連)については、コロナ禍の影響を強く受け、事業縮小を余儀なくされた。当初計画した3事業(9回)のうち、実施に至ったのは「ベトナムものづくり商談会(出展助成金交付事業)」の1回のみであったが、渡航制限のため、現地でのリアル商談会への参加を断念し、Webを通じた商談形式のみの利用となった企業もあった。

数値につながる成果とはならなかったが、利用者からは、「自社の認知が進んだ」「複数の引き合いがあった」「事業参加を機に海外向け・オンライン商談に活用できるPR動画を準備

した」等、その後の取り組みに向けた前向きな意見も挙がっている。

販路開拓（国内関連）については、当初計画した3事業（8回）のうち、コロナ禍の影響による内容の変更はありつつも、7回相当の事業を実施できた。

実施できなかった内容に、新技術・新製品マッチング商談会（2回減）及びマッチングテーブル作成システムの開発があるが、当該商談会に代えて国内展示会出展を1回増、また取引マッチングコーディネーター配置の活動を強化するなどフォローに努めた。取引マッチングコーディネーターによるマッチング件数（上表に含まない）は、事業期間4年の累計で1,655件に達した。

上記に加え、最終年度となる令和5年度には、今後の国内販路開拓手法の改善に寄与する「共通DB再構築」を計画通り完了した。

【今後の進め方（波及効果を含めて）をどうするのか】

販路開拓（海外関連）については、支援体制を強化し、海外展開に取り組む企業の裾野を拡大していきたい。コロナ禍においては、オンラインを中心とした動きが中心であったが、ポストコロナの今、リアル・オンライン双方のメリットを生かした業務推進が効果的であると認識している。海外現地のニーズ調査・販路開拓に向けた有効な手法の一つとして、リアルでの展示会出展支援にも取り組んでいきたい。

販路開拓（国内関連）については、引続き、企業訪問や発注案件開拓、あっせん紹介の業務を核としつつ、より多くのビジネスマッチング機会創出に向けて、本事業において再構築した共通DBを有効活用し、より効果的・効率的な業務の推進を目指すとともに、本事業を通じて企業からの高いニーズも確認した、大型展示会への出展支援事業等の実施も検討しつつ、個別あっせん・集団あっせんの両面から販路拡大、受注確保に取り組む。

また、成果に結びつけるためには、発注案件に対する技術・価格・納期等の面での要望を満たすことはもちろん、発注企業からしばしば要求される「会社としての品質・管理体制や各種認証、SDGsへの取り組み状況、BCP対策」等にも応えていく必要がある。取引あっせん支援を深化する中で、当公社全体として、企業の経営支援、人材支援、DX支援、GX支援をはじめとした時勢に即した支援を行い、県内企業の競争力強化、さらなる成長に寄与していきたい。

県内企業が国内・海外を問わず自社に適した市場を拡大していけるよう、包括的な支援を実施することで、地域経済の活性化が期待できると考える。

注1) 上記項目について詳細に記載してください。

注2) 成果（結果）の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注3) 成果物（報告書・アンケート集計物・DVD等）、記録用写真等があれば提出してください。