

(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。

(A事業②) 営業力強化支援促進事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

(1) 目的

中小企業の収益力向上には販売力・営業力の強化が重要だが、県内にはこの分野の取組みが不十分な中小企業が多く存在する。

そこで、本事業は、専門家の知見を活用した実践的な指導により県内企業の営業力を強化し、競争力の強化につなげるとともに、支援機関職員のノウハウ獲得による支援力向上を図ることを目的とし、創出したモデル事例についてセミナー等を通じた横展開を行うことで、県内企業の意識啓発を図る。

(2) 事業実施計画

- ①コーディネーター、職員による支援先企業の掘り起こし
- ②専門家の知見を活用した個別支援
- ③支援機関によるサポート

(3) 目標

- ①コーディネーター、職員による支援対象の掘り起こし件数 80社
内、個別支援実施企業数 8社
内、広域商談会参加企業数 20社
- ②支援機関によるセミナー開催数 3回

【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〉】

(1) コーディネーター、職員による支援先企業の掘り起こし

コーディネーター、職員が県内企業に対し個別のアプローチを行い、営業力強化を課題とする企業の掘り起こしや各種支援や当財団が他県機関と連携して開催する広域商談会へのあっせんなどを行った。

- ①コーディネーター、職員による支援対象の掘り起こし件数 85社/目標80社
- ②内、広域商談会参加企業数 23社/目標20社

※対象の広域商談会は「マッチングフェアinなごや2024」「しが・みえ・ぎふ モノづくり商談会」「あいち・ぎふ・みえ 次世代産業参入展示商談会」

(2) 専門家の知見を活用した個別支援

コーディネーター、職員による掘り起こしを行った企業の中から、デジタルマーケティングをはじめとする有効なマーケティング手法の導入や情報発信力の強化などの具体的な改善を実行する意思があり、専門家の指導に基づくハンズオン支援を希望する企業に対して、コーディネーターが専門家と連携し個別の支援を実施した。

- ①個別支援実施企業数 13社/目標8社
- ②支援事例

	課題	専門家指導の成果
A社	定期的、継続的な広報活動の人員不足解消	生成AIを活用した顧客対応メール作成アプリ開発による業務効率化の実現
B社	自社製品の強みを活かした販売戦略をもとに販売活動実施	市場細分化より標的市場の絞込み、ポジショニング整理し、販促計画へ落とし込み

(3) 支援機関によるサポート

掘り起こしを行った企業の中から、展示商談会への出展や各種補助制度を活用した営業力強化の取り組みなどについて、支援機関がそのノウハウを活用して伴走支援を行った。

営業力強化を課題とする企業を対象に、デジタルマーケティングをはじめとする有効なマーケティング手法の活用等による営業力強化に向けたセミナーや、本事業で創出したモデル事例の横展開等を狙ったセミナーを開催した。

また、当財団のホームページ上で県内企業情報ガイドを掲載し情報発信を行ったほか、当財団が各種展示会に出展し、県内企業の取り組みについて情報発信をする等、横展開を行った。

①「ビジネスプラン発表会2024」への出展支援、商談支援

■ビジネスプラン発表会2024

開催日：令和6年10月16日（水）

場 所：ウインクあいち12階

来場者：新しいビジネスに興味のある方 約100名

上記の発表会での県内事業者3社の参加について、発表内容の洗い出しや資料作成のアドバイス、商談支援等を実施した。

②「12th沖縄大交易会2024」への出展支援、専門家による実地指導

■12th沖縄大交易会2024

開催日：令和6年11月21日（木）・22日（金）（2日間）

場 所：沖縄コンベンションセンター

来場者：日本産農林水産畜産物・食品等を扱うサプライヤー、国内外のバイヤー

上記の展示商談会につき、出展事業者への事前の課題ヒアリングを実施し、認識した課題にもとづき、現地での専門家による実地指導を行った。

③「第19回 ビジネスフェア2024」「12th沖縄大交易会2024」「三重県人会」への出展

■第19回 ビジネスフェア2024

開催日：令和6年10月11日（金）

場 所：ポートメッセなごや

来場者：約4,400名

※沖縄大交易会は上記②のとおり

■三重県人会

開催日：（東京）令和6年10月27日（日）

（関西）令和6年10月19日（土）

場 所：（東京）八芳園

（関西）シェラトン都ホテル大阪

上記の各展示商談会について、当財団としてブース出展を行い、県内事業者の取組や商品のPRを行った。

④営業力強化に向けたセミナーの開催（3回）

■営業力強化支援セミナー「中小企業の営業力に活かせる生成AIとは」

開催日：令和7年2月7日（金）

場 所：三重県合同ビル4階第3会議室（オンライン併用開催）

対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等

参加者：会場参加 12名

オンライン参加 29名 計41名

■営業力強化支援セミナー「中小企業に求められる営業力強化」

開催日：令和7年2月14日（金）

場 所：三重県合同ビル5階 会議室（オンライン併用開催）

対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等

参加者：会場参加 14名

オンライン参加 28名 計42名

■食品輸出入門セミナー

開催日：令和7年2月27日（木）

場 所：第一ビル 5階第2会議室

対 象：三重県内に事業所を有する食品関連事業者等

参加者：20名

⑤当財団ホームページ上での情報発信

本事業における支援先企業の掘り起こし活動、個別支援活動の中で浮き彫りとなった、県内製造業分野での受発注企業間の交流機会の不足、各企業の販促ツールの不足について解消するため、「三重県ものづくり企業ガイド」を作成し、当財団のホームページ上で公開した。（掲載社数：250社）

【評価〈計画と比較した目標の達成度〉、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】※計画より進捗が遅れている場合は、その理由も記載してください。

上述のとおり、計画時の目標数値を全て達成することができた。

コーディネーター、職員による支援先企業の掘り起こしについては、県内の広範囲にわたり製造業、食品加工業、サービス業、小売業などの企業にアプローチができ、多様な業種が抱える課題の特性を把握する機会を得ることができた。一方で当センターと既に繋がりのある企業に偏り、特に県内南部の観光業等のBtoC分野においては潜在的な企業の掘り起こしが十分に進んでいないことが課題として残った。

本事業での専門家による個別支援は、1社につき5回までの上限を設けたが、専門家の知見を活用し販売、広報等にかかわる戦略立案や活動計画の具体化やSNS、WEB解析、生成AI等の活用ノウハウ取得等の成果をだすことができた。また、よろず支援拠点や知財総合支援窓口等の機関とも連携した厚みのある支援を実施した。その結果、企業側へのアンケートも10点満点中平均9.1点となり合格基準の7点を大きく上回る結果となった。さらに、セミナーを通じて生成AIの活用事例等を紹介し幅広い業種に横展開を図った。一方で、デジタルマーケティングの支援をする専門家の人材不足や製造業における特定企業依存や価格設定の問題も含め、中小企業が単独で解決するには十分な経営資源を持たないことが多く、短期的な支援のみでは根本的な解決が難しく持続的な支援基盤を整備することが新たな課題と認識する。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

営業力にかかわる課題を抱える企業は多く、企業からの専門家派遣、商談会、セミナー開催等の支援を要望する需要が多く、本事業で得られた成果、満足度の観点からも営業力強化にかかわる支援を継続する。

今後は、従来当センターと接点の少なかった事業者を新たに掘り起こすことに重点を置き、とりわけ南部のBtoC分野における企業を対象に、SNSやAIを活用したデジタルマーケティング支援を強化していく方針である。この支援を効果的に実施するため、専門家とコーディネーターが連携することで、専門家人材の不足を補いながら多様なニーズに対応できる体制を整備する。また、この取り組みを通じてコーディネーターが企業支援に関する技能をさらに高め、ノウハウを蓄積することで、支援の質を一層向上させることを目指す。

さらに、製造業においては、これまで構築したネットワークを活用し、特定企業への依存を下げるための販路拡大やコストプラス方式のみでの価格設定を見直すなど、付加価値を高めるための経営支援を行う。

将来的には、多様な課題に対応できる支援体制を実現するため、支援機関や業界団体との連携を進め、持続的な支援基盤を整備することで、企業が販売力や営業力を強化し、地域産業全体の競争力向上と持続的発展につなげる考えである。