

(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

本事業では、県内事業者の競争力向上と持続的発展につなげる事を目的とする。

三重県北部地域においては製造業が盛んであるが、価格転嫁や環境変化へ対応する企業体質の強化が進んでいない。南部地域ではBtoC分野で食品加工業や観光業が盛んであるが、当センターとの接点が少ない事業者も多く、認知度向上のためのデジタルマーケティングが進んでいない。これらの県内事業者の課題に対して専門家とコーディネーターが連携して支援を行う。財団職員とコーディネーターは専門家の支援を参考にノウハウを蓄積し、支援の質を向上させる。

また、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。

(2) 事業実施計画

- ①販路拡大、海外販路開拓の機運醸成
- ②専門家、コーディネーター、財団職員によるハンズオン支援
- ③持続的な支援基盤の整備

(3) 目標

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| ①販路拡大、海外販路開拓の機運醸成（セミナー） | 5回 |
| ②広域商談会参加企業数 | 30社 |
| ③専門家、コーディネーター、財団職員によるハンズオン支援実施企業数 | 15社 |
| 内、三重県版経営向上計画認定 | 5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〉】

(1) 販路拡大、海外販路開拓の機運醸成

営業力強化セミナー開催を5回開催した（5回/目標5回）

■営業力強化支援セミナー「工作機械業界を知る！」

開催日：令和7年8月26日（火）

場 所：オンライン開催

対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等

参加者：30名

■営業力強化支援セミナー「売り先から考える！新規開拓の進め方」

開催日：令和7年9月17日（水）

場 所：オンライン開催

対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等

参加者：37名

■営業力強化支援セミナー「半導体業界を知る！150兆円市場への参入チャンスを探る」

開催日：令和7年10月28日（火）

場 所：オンライン開催
 対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等
 参加者：23名

■営業力強化支援セミナー「元マイクロソフト幹部が教える！生成AIで営業が変わる実践セミナー」

開催日：令和7年12月17日（水）
 場 所：オンライン開催
 対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等
 参加者：39名

■営業力強化支援ワークショップ「ズラして、バラして、組み立てる！新しい価値を生み出す思考法」

開催日：令和8年1月21日（水）
 場 所：三重県合同ビル5階 会議室
 対 象：三重県内に事業所を有する中小企業等
 参加者：18名

(2) 広域商談会参加企業数

コーディネーターや財団職員による掘り起こしの結果として、広域商談会に参加した企業数は49社となった。商談成立件数はフォローアップ調査時期を迎えた時に改めて実施する。

(3) 専門家、コーディネーター、財団職員によるハンズオン支援

営業力強化支援セミナー参加者からのアンケート調査の結果等から、専門家派遣企業を選定し、営業力強化を課題とする企業へハンズオン支援を行った。

支援内容はSNSやAIを活用したデジタルマーケティングが中心となった。専門家とコーディネーター及び財団職員が連携し、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した。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、ノウハウを蓄積し、支援の質を向上させた。さらに、ハンズオン支援の結果として三重県版経営向上計画認定を目指したが、すでに計画を認定された企業や経営革新計画の認定を受けた企業が多くあり、目標は5社であったが実績は3社となった。

① 専門家、コーディネーター、財団職員によるハンズオン支援実施企業数 15社/目標15社

内、専門家によるハンズオン支援 14社
 内、コーディネーターによるハンズオン支援 1社

② 内、三重県版経営向上計画認定 3社/目標5社

支援事例

	課題	専門家指導の成果
A社	ECでの販売強化	Instagramやふるさと納税の活用で不定期な注文が毎月の安定した売上となった。
B社	AIの活用	ECサイトのキーワード選定にAIを活用し、閲覧者数が増加した。

(4) 持続的な支援基盤の整備

当センターが県内の支援機関や各業界団体、関連団体と意見交換の場を設定し、企業が抱える複雑な課題（特定企業への依存、デジタル対応の遅れなど）を持続的に解決できる支援体制の在り方を協議し、支援体制構築に向けて枠組みや計画の合意を目指した。一部業務が重複することから、棲み分けをしながらも協力体制を築くことができた。具体的にはセミナーや商談会・展示などの情報共有を行い、商工団体からの紹介で参加したいといった相談も

入るようになった。商工団体に開催されるイベントについても財団のネットワークにより広報し、相互に持続的な支援基盤の整備につなげた。

財団が参加・支援したイベントで商工団体へも情報共有を行い、商工団体が支援する事業者から参加があった事例は以下のとおりである。

①「ビジネスプラン発表会2025」への出展支援、商談支援

■ビジネスプラン発表会2025

開催日：令和7年10月16日（木）

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社がプレゼンを発表した。商工団体からの紹介で事業者がプレゼン視聴に訪れた。

②「13th沖縄大交易会2025」への出展支援、専門家による実地指導

■13th沖縄大交易会2025

開催日：令和7年11月20日（木）・21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、商工団体より紹介があり、ブース出展について推薦を行った。

③「モノづくり商談会」への出展

■モノづくり商談会

開催日：会場開催 令和7年12月4日（木）

オンライン開催 令和7年12月5日（金）から令和7年12月11日（木）

場 所：会場開催 メッセウイングNHW

オンライン開催 オンライン会議ツール

来場者：発注企業70社

受注企業115社

上記の商談会について、財団のネットワークだけでなく商工団体からの紹介により事業者が参加した。

【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。

以上のとおり、計画時の目標数値を概ね達成することができた。

販路拡大、海外販路開拓の機運醸成としては、セミナーを5回開催し目標を達成した。内容としては、業界のマーケティング、販路拡大のための新規開拓、生成AIの活用方法、半導体市場について、新製品開発のワークショップと幅広く開催し、参加事業者の販路開拓の機運を醸成した。全5回での満足度が約80%と概ね満足という結果となった。一方で第1回のセミナーについては満足度が約33%と低くなり、ニッチな分野をテーマとしたセミナーを開催するとより深い講演内容を求める声が多いことがわかった。このことが、全体の満足度を引き下げる要因となってしまった。広域商談会参加企業数としては、県内企業49社が参加し目標の30社を上回った。セミナー参加者の中から経営改善意欲の高い事業者へ声掛けを行った結果として目標数以上の参加者を募ることができた。専門家、コーディネーター、財団職員によるハンズオン支援実施企業数としては、専門家派遣を中心に15社のハンズオン支援を行い、目標を達成した。セミナー、広域商談会で掘り起こした事業者や南部地域の財団と接点の

少なかった事業者へ案内し、募集のうえ書類審査審査を通過した事業者へ支援を行った。南部地域かつBtoC分野への専門家派遣の実績もあったため、課題となっていた分野への支援も行うことができた。

【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あり、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、成長分野への支援の強化、商談機会の拡充に重点を置き、支援を実施する。成長分野については日本成長戦略会議における17戦略分野のうち、県内に土壌があり、かつ企業へのアンケート結果から県内企業が新規参入に関心がある分野への支援を強化する。セミナーの開催と専門派遣を行い、事業・営業戦略の策定から具体的な実行計画のブラッシュアップまでを個別に支援する。商談機会の拡充については、従来 of 広域商談会への参加のあっせんに加え、ミニ商談会の開催により商談機会の拡充を図る。また、食品関連分野においては、輸出チャレンジ支援を行い、現地バイヤーとの商談機会の提供を通じて海外販路開拓への第一歩を支援する。

将来的には、県内企業の成功事例を県内企業や地域の支援期間と共有することにより、県内企業の挑戦する企業の文化の醸成や持続可能な支援基盤の構築へと波及させたい。