

市区町村名	愛媛県東温市	担当部署	産業建設部 産業創出課
		電話番号	(089) 964-4414

1 取組事例名

大手流通業者等へ売り込む「逆」商談会の開催 ～まつやま・とうおん販路開拓市～

2 取組期間

平成 27 年度～（平成 28 年度から近隣 3 市 3 町に拡大し実施）

3 取組概要

地域で頑張っている中小零細企業の販路開拓や拡大を応援するため、百貨店及びスーパー等の大手流通業のバイヤーが買い手企業としてブースを構え、そこに、東温市と松山市の中小零細企業や卸売業者が売り手企業として、直接売り込みをかける「逆」商談会を開催した。

この取組によって地方の中小零細企業が大都市に行くことなく、自社商品を全国展開できる機会を提供した。

4 背景・目的

本市は、平成 25 年度に県内の市町で初めて「中小零細企業振興基本条例」を制定し、市内の中小零細企業が頑張れる地域経済環境を作り、地域と企業がともに発展し、市民生活が向上することを目指している。

同条例に基づき中小零細企業の支援策を協議する中で、「逆」商談会の開催を企画した。

この商談会をより効果的に実施するため、平成 26 年度に本市と同じ目的で「中小企業振興基本条例」を制定した松山市と市域の枠を超え、全国で初めてとなる基礎自治体が共同開催する「逆」商談会を開催した。

なお、平成 28 年度は近隣 3 市 3 町での広域事業として開催することとしている。

5 取組の具体的内容

従来型の売り手企業が出展ブースを構え、百貨店・スーパーなどの大手流通業のバイヤーが買い手企業として各ブースを回る形式ではなく、バイヤーがブースを構え、そこに両市の中小零細企業が各ブースに直接売り込みをかける「逆」商談会形式で実施した。

商談会では、東温市及び松山市から 27 社の売り手企業と、県内外からの 17 社の買い手企業が参加し、163 件の商談があった。

参加者からは「新規の窓口が増えた」「自社商品の需要等を探ることが出来た」「従来接触の機会が無かった企業や商品を知ることができた。」などの意見があり、好評を得た。



6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

全国で初めて基礎自治体が共同開催する「逆」商談会を開催した。

商談会に参加した中小零細企業の中には、商談会に参加する機会の少ない事業者も多いことから、プレゼン能力の向上や商品のブラッシュアップと売り込み方の勉強の場となるよう、事前セミナーや事後のフォローアップセミナーを開催するなど、専門家による指導を行った。

7 取組の効果・費用

商談会では、東温市及び松山市から 27 社の売り手企業と、県内外からの 17 社の買い手企業が参加し、163 件の商談があった。

参加者からは「新規の窓口が増えた」「自社商品の需要等を探ることが出来た」「従来接触の機会が無かった企業や商品を知ることができた。」などの意見があり、従来、接触する機会が無かった企業間の交流の場の創出や自社商品の強みや弱みを知る機会となった。

今後、新商品開発等への可能性の広がりや、あまり知られていない商品の掘り起こし、認知度アップに期待している。

今回、松山市との共同開催により、両市の事業所同士のマッチングや連携など相乗効果が生まれた。

事業費は、松山市と東温市の負担金で実施し、総事業費は 3,892 千円であった。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

商談会への参加機会の少ない事業者にとっては、商談会がどのような場で、どういったことが求められているのかを学ぶ「気づきの場」の提供であることを、参加事業者に理解して頂くことに苦労した。

参加事業者からは、希望する商品・バイヤーとのマッチング精度の向上を求める声があったことから、今後は、事前にニーズや商談したい事業者の希望調査を行い、可能な限り互いのニーズに応じたマッチングをコーディネートすることとしている。

9 今後の予定・構想

近隣 3 市 3 町での共同開催により、規模を拡大して実施することとしている。

広域連携の取組となりつつある中で、松山平野を、四国の中小零細企業が元気になるエリア（地域）として位置づけていきたい。

10 他団体へのアドバイス

商談会への参加機会が少ない事業者には、事前セミナーや事後のフォローアップセミナーなど、専門家の指導による売り込み方の勉強の場が必要となる。

11 取組について記載したホームページ

「松山圏域中小企業 販路開拓市」売り手事業者についてHP

http://www.city.toon.ehime.jp/life/life_theme/sumai/syokou_kankei/hanrokaitakuiti2016.html