

愛媛プロダクツ県外市場チャレンジ事業の概要

1 趣 旨

ベンチャー企業や新規事業展開を行う経営革新企業など意欲ある県内企業(以下「中小企業等」という。)が売上げを維持・拡大していくためには、日本最大の市場である首都圏等での販路開拓が特に重要であるが、首都圏以外に立地する企業にとっては、多額の費用や時間がかかり、リスクを伴う。

このため、中小企業等が開発、生産している優れた製品・技術等(以下「愛媛プロダクツ」という。)の県外市場開拓を強力に支援するため、市場規模の大きい首都圏等に豊富な取引先を持つ金融機関、経営支援NPO、セールスレップ等(以下「販路開拓ナビゲーター」という。)と県が提携・協力し、それらの強みやネットワークを生かして県内企業と県外の販売見込先のマッチングをさせる仕組みを構築する。

()セールスレップとは、Sales Representative の略。中小企業等の販路開拓支援のため、販売先紹介を業とする企業のこと、(1)営業(新規取引先開拓)(2)事業パートナー斡旋、(3)市場情報フィードバックを行う。

2 事業の概要

(1) 支援対象製品(企業)

以下のうち、1つ以上の項目に該当する県内の企業、事業所、企業グループ等が開発、生産している最終製品など

中小企業新事業活動促進法及び(旧)中小企業経営革新支援法承認企業

(旧)中小企業創造活動促進法認定企業

国又は県の補助金や産業支援機関の助成を受けて製品等を開発した企業

国又は県の試験研究機関や大学等からの技術移転や共同研究等により製品等を開発した企業

愛媛県資源循環優良モデル認定制度により知事の認定を受けた企業

その他産業支援機関(金融機関、商工団体等を含む。)の推薦を受けた企業 等

(2) 支援を受けるための要件

製品等の新規性、市場の広域性などの要因により販路が未だ十分でなく、自社単独での県外市場開拓が困難なもの。

販売可能な製品等として現に存在すると同時に、製品特性、市場・顧客、販売方法などマーケティング企画が十分検討されており、製品カタログ・説明書など、販路開拓ナビゲーターの活動のために必要な準備が整っていること。

企業の経営力及び製品供給能力など、事業継続が可能な体制を有していること。
販路開拓ナビゲーターの活動への同行（上京）など、販路開拓ナビゲーターが行う
販路開拓支援活動に主体的に協力できる熱意・体制があること。

（ 3 ）事業スキーム（事業の流れ）

