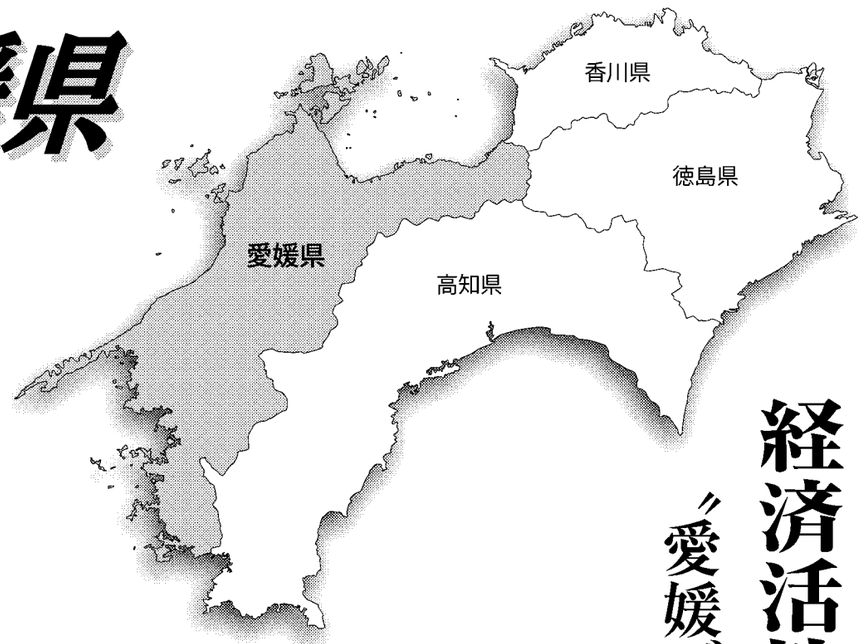
愛のくに　愛顔（えがお）あふれる愛媛県



経済活性化に地域が連携
〝愛媛ブランド〟を積極アピール

愛媛県は中村時広知事が2010年12月に就任して以来、県内企業の販路開拓やビジネスマッチング支援を、地元金融機関や支援機関との連携のもと積極化している。企業の優れた技術や製品をまとめた「すご技データベース」を営業ツールに、大手メーカーなどへのトップセールスやイベントでのPR活動を精力的に推め、かんきつ類や水産物といった県産品は、首都圏の百貨店などとタイアップしたフェアを実施。台湾や香港など東アジア地域への販路開拓も進める。12年4月には地方自治体では珍しい営業部隊も設置し、企業支援体制を強化した。〝愛媛ブランド〟売り込みに向けた同県の取り組みを、中村知事に聞いた。

中村時広　愛媛県知事

—愛媛県の特徴は。

「東予は工業、松山市を中心とする中予は商業、宇和島市などの南予は農林水産業と、主要産業が地区ごとに異なる。中でも東予は各市に特色があり、四国中央市は紙・パルプ産業、新居浜市は住友グループの発祥の地で化学や鉄鋼、西条市は多様な先端産業が集積する工業地帯であり、今治市は造船・海運やタオル産業が盛んだ。松山市周辺には大手炭素繊維メーカーの生産工場もある」

—就任後、中小企業の販路開拓を積極的に支援しています。

「これまでは各地域や産業ごとに、ある程度の売り上げがあったので、地域や系列の縦組織の中から、それを支える地元の中小企業は表に出る必要がなかった。しかし、その枠から飛び出し新たな販路を開拓する時に、中小企業は技術があっても営業能力に乏しい場合が多い。営業力は足らないが高い技術力を持つモノづくり中小企業を、表に出すことが行政の役割だと考えている。そこで11年秋に、県内の優れた技術や製品を持つモノづくり企業を『すご技データベース』としてまとめた」

—中小企業をサポートする上で、行政にも営業力が求められます。

「行政には営業の経験が無いので、一連のビジネスの中で行政はどの部分で役割を果たせるか、その役割の中でどのような工夫ができるのかを検討した。その上で、大手企業との商談会を実施し、私も先頭に立ってセールスを行った。そこで職員にビジネスの現場を体感してもらった」

中小企業の販路開拓
営業部隊設置し強化

—営業の専門部隊も設置しました。

「12年4月に設置した『愛のくに　えひめ営業推進本部』は、〝総合商社えひめ〟の営業部と位置付けている。今年4月には大都市圏での営業体制を強化するなど組織の拡充を図り、名称も『愛のくに　えひめ営業本部』とした。さらに県内地域経済の活性化を図るための補助エンジンとして役割を果たしていきたい」

—知事は商社出身で、トップセールスにも力を入れています。

「最近は昔に戻ったようだ（笑）」

—商社時代の経験は生かされていますか。

「ポイントになるところを押さえれば、後につながっていく。こうしたビジネスの妙は、商社マン時代に得た財産だ」

—営業のターゲットは。

「当面は国内だが、縮小が予想される国内マーケットを考えると、一次産品を含めて東アジアや東南アジアにもフィールド拡大の必要がある。経済成長が著しく政情が安定し、富裕層が拡大し、日本の食文化に高い関心がある国をターゲットとして捉えている。その中で、12年は第一ターゲットとしてシンガポール、香港、上海、台北で商談会を開いた。今年は第二ターゲットとしてインドネシアやベトナムを考えている」

—13年4月からはシンガポールに駐在員を置きました。

「12年4月に開設された伊予銀行シンガポール駐在員事務所の一部をお借りし、県職員1名を常駐させた。シンガポールのみならず、近隣諸国を含めた広域的な事業展開を図る上で、一番地の利が優れている」

—シンガポール駐在員の役割は。

「伊予銀行のネットワークやノウハウを活用しながら、広範な現地情報の収集・提供や、現地の人脈形成を促進していきたい。そして官民協力して、県産品だけではなくすご技企業の技術を含めた販路開拓を後押ししていきたい」

—県内経済団体や金融機関と連携した『愛媛スタイル』による販路開拓支援活動も始まりました。

「昨年、経済界に声を掛け、愛媛県経済ミッション団として台湾・台南市を訪問した。その際に県と金融機関が協力して実施した商談会には、県内から12社が参加し、延べ63社と商談を行った。一過性の関係にならないよう、今年度は台湾側の台日産業技術合作促進会に愛媛県での商談会開催を働きかけている」

—4月8—13日には、経済交流ミッション団としてインドネシアを訪問しました。

「インドネシアのポテンシャルと県内企業の技術力が交わるところが必ずあると実感した。10日にはビジネス商談会を開催したが、商談会はあくまできっかけで、重要なのはその後のフォローだと思っている。商工会議所、金融機関、行政が一体となって万全の体制で支援していきたい」

—ミッションではインドネシアの4閣僚との会談が行われました。

「商談会開催に協力いただいたバンクネガラインドネシア（BNI）ガット頭取や、インドネシア日本友好協会ゴーベル理事長の紹介で、ヒダヤット工業大臣やギタ商業大臣、イスカン国営企業担当大臣、バスリ投資調整庁長官と面会し、意見交換を行った。『愛媛スタイル』を高く評価してもらい、愛媛県の造船技術や食品加工分野への投資など、今後の経済交流に期待する発言もあった」

トップセールスを精力的に展開

インドネシア・ヒダヤット工業大臣（左）と会談

我ら愛媛のセールスマン

愛のくに　えひめ営業本部

総合商社〝株式会社えひめ〟の取り扱う商品は、バラエティーに富んでいる。かんきつ類や水産加工品などの県産品から、モノづくり企業の有する技術力など、県内のあらゆる資源を国内外に売り込んでいる。その中心的役割を担うのが「愛のくに　えひめ営業本部」だ。同部は12年4月に設置され、今年4月に組織拡充に伴い現名に改称された。13年度から営業本部長のもと、農林水産部や経済労働部などの関係各課職員で構成する営業グループを組織。さらに愛媛県東京事務所長を「東京本部長」、同大阪事務所長を「大阪本部長」とするほかそれぞれに営業部長を置き、大都市圏での営業強化も進めている。

部局横断で県内資源をセールス

加藤龍彦　営業本部長

—愛のくに　えひめ営業本部の役割は。

「これまでは県産品の販路開拓や、モノづくり企業のマッチング支援といったことを、部局ごとに縦割りで行っていた。部局横断的な組織にすることで効率化を図るとともに、県内にあるポテンシャルの高い資源を、積極的に国内外に売っていくことが我々の役割だ。一度の商談でさまざまな情報を提供できるが、反面これまで以上に多くの商品知識が必要になる」

—効果的に販路開拓を進めるには。

「まずは、数多くの出会いの場を提供することが重要だと考えている。12年度には、94件（前年度比48件増）の商談会やフェアを実施し、1089社（同比634社増）が参加した」

—設置されて一年がたちました。手応えは。

「営業ツールに使用している『すご技データベース』は、オンリーワン技術や高シェア製品を持つ企業を中心に構成しており、そのポテンシャルの高さは商談相手に十分伝わっていると感じている」

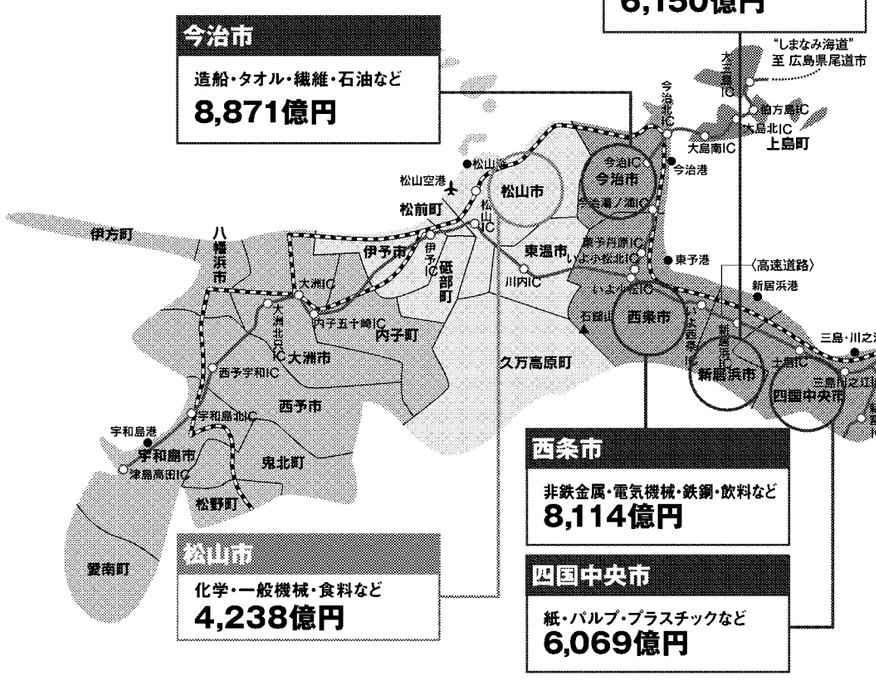
—どのようなことを心掛けていますか。

「立場は行政だが、民間の営業マンになったつもりで相手の話を聞き、我々の持っている商品を最大限アピールするようにしている」

—その他の支援策は。

「県内企業から依頼があれば、新規開拓の商談に同行することもある。一地方の中小企業が、大手企業から信用を得るのは大変難しい。我々が同行することで少しでも信用度が高まればと考えている」

愛媛県内 主要都市の製造品出荷額等
（平成22年工業統計調査）



愛媛ものづくり企業「すご技」データベース　http://www.sugowaza-ehime.com/

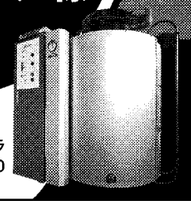
三浦工業株式会社

ビジネスを沸かせる、
ミウラのソリューション

ワク沸ク
ミウラ

伸び盛りのASEANを
MIURAは省エネで応援!

ワク沸ク事例 No.1
PT.カルベ・モリナガ・インドネシア様


小型貫流蒸気ボイラ
EI-2000

日本で磨かれた高効率ボイラを、世界各地のスタンダードに。

経済成長の熱気あふれるASEANで、省エネへの情熱を広げたい。その思いからミウラはインドネシアに拠点を作り、日本で磨いた効率の良い小型貫流蒸気ボイラをお届けしています。そして最近では、環境性能でボイラを選ぶお客様も着実に増えてきました。たとえば、PT.Kalbe Morinaga Indonesia（カルベ・モリナガ・インドネシア）様。育児用の粉ミルク製造に欠かせない熱源の安定確保を前提に、燃料代を抑えられる効率の良さでミウラを選定。小型ボイラを制御しムダなく蒸気を作るミウラ独自の「MI（多缶設置）システム」により、環境負荷や稼働ロスを低減できる点もご評価いただいています。さらに、ミウラはインドネシアに生産設備を充実させた新工場を建設し、ASEAN地域のお客様を沸かせていきます。日本の省エネ技術を世界のスタンダードに育て、環境にやさしい未来を実現したい。そんなワク沸クする明日を夢見て、今日も、ミウラは世界各地のお客様を支えています。

キャンペーンWebサイト公開中!　ワク沸クミウラ　検索　www.wakuwakumiura.jp

熱・水・環境のベストパートナー
MIURA