

愛のくに えひめ営業本部 営業活動中期計画 (第2期)

【ダイジェスト版】

2019年4月
愛のくに えひめ営業本部

1

目 次

- 1 第1期中期計画の実施状況
- 2 営業活動の基本方針
- 3 基本方針実行に向けた実施体制
- 4 営業活動実施に当たっての数値目標

2

1 第1期中期計画の実施状況

営業本部の活動指標の推移

営業本部は、県内生産者・事業者の営業の「補助エンジン」

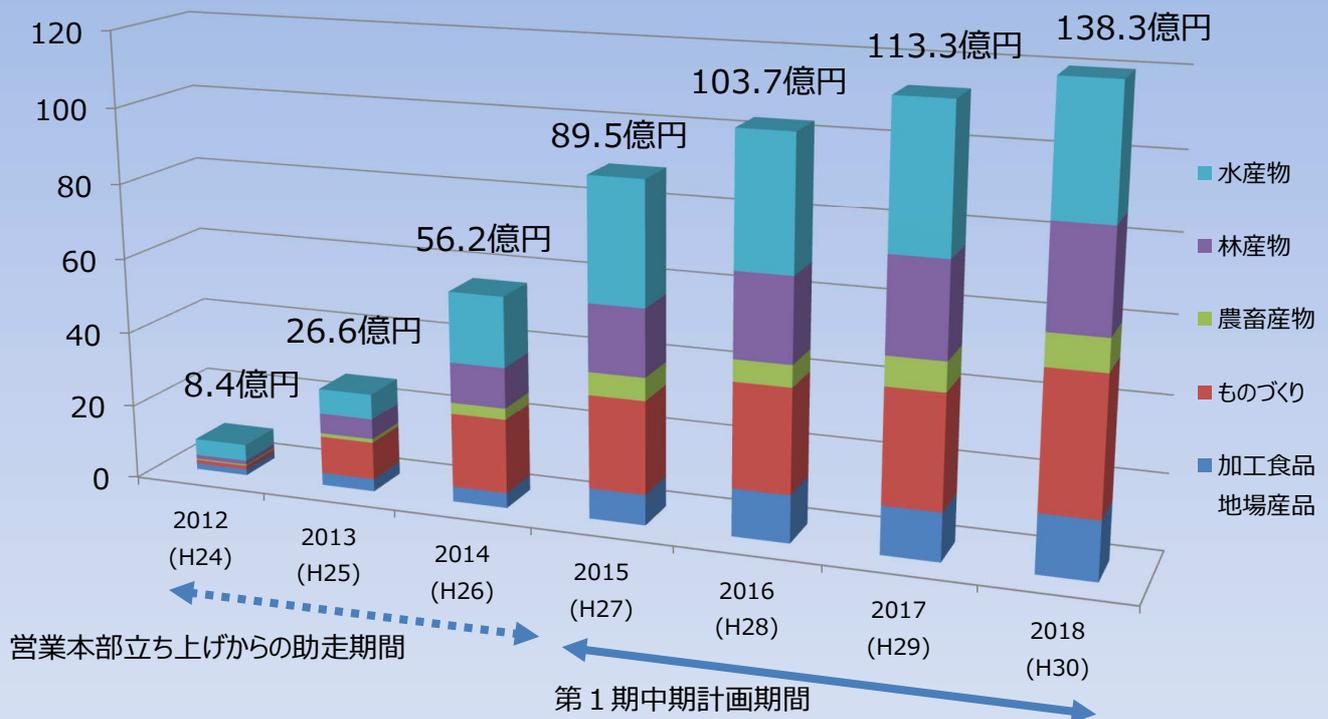
「補助エンジン」としての活動の実効性を測るための指標を2項目設定

①商談会・フェア等の開催件数

②商談会等への参加事業者数



商談会等の開催を通じた県関与年間成約額の推移



★2015年度に掲げた「2018年度・100億円」の当初目標を、2016年度に2年前倒しで達成

★また、2017年度に新たに掲げた「2018年度・120億円」の目標も達成するなど、概ね順調な成果

今後の目指すべき方向性

地域経済活性化に向けた 営業活動の深化

本県を取り巻く経済・社会情勢等に即応するとともに、デジタルマーケティングなど**最新の情報関連技術も活用**しながら、さらなる**「実需」の創出を追求**することにより、地域経済の活性化を目指す

5

2 営業活動の基本方針

- ◎「オール愛媛」体制の維持・充実
- ◎戦略的な営業活動の推進
- ◎「地域ブランド 愛媛」の確立
- ◎「海外展開」の加速

6

3 基本方針実行に向けた実施体制

「オール愛媛」体制の維持・充実

- (1) 営業本部の機能強化
- (2) 関係機関との連携強化
- (3) 県内事業者等の意欲喚起

戦略的な営業活動の推進

◆既存営業案件の発展・拡大

- (1) 販路拡大に向けた営業力の強化
- (2) 営業先とのネットワークの強化
- (3) 西日本豪雨災害からの復旧・復興

7

◆IT活用等による新たなビジネス機会の創出

- (1) リアルとデジタルの両輪での営業活動の推進
- (2) 国内外からの観光誘客の促進
- (3) 新成長産業分野の育成
- (4) 地域特性を活かした企業立地

◆売れる商品づくりの推進

- (1) 一次産業のブランド力向上
- (2) 生産と販売を両輪とする一体的な営業活動の推進
- (3) 流通を見据えた商品づくりと付加価値の向上

「地域ブランド 愛媛」の確立

- (1) 地域資源を総動員した愛媛の魅力発信
- (2) 大規模イベントを活用した愛媛の知名度向上

8

海外展開の加速

(1) 海外展開の活動方針

- ◎ 県内生産者・事業者等のニーズを踏まえた活動の推進
- ◎ "迅速な行動"と"現場主義"の徹底
- ◎ これまでに構築したネットワークの強化と新たな人脈の形成
- ◎ 市場動向やニーズの正確な把握によるターゲットの設定
- ◎ "切り口（スゴ技、すご味、すごモノ等）"の適切な選択
- ◎ ターゲット国・地域の特性や訪日旅行ニーズ・形態等に応じたインバウンド対策の推進

(2) 海外展開の対象国・地域の選定

成長著しい新興国市場
(アジア地域)



ターゲットゾーン

"面（ゾーン）"で営業展開！

成熟市場の中で
成果獲得の可能性がある
地域（欧米等）



重点ターゲット

"点（ピンポイント）"で営業展開！

上記に含まれなくとも
海外展開の可能性を
有する有望地域



ネクストターゲット

事業者のニーズ、可能性・継続性を十分見極めた
うえで営業展開！

4 営業活動実施に当たっての数値目標

営業本部の活動が、営業の「補助エンジン」として、県内事業者のビジネス機会を創出していくという趣旨に鑑み、以下の活動指標を維持・設定

商談会やフェア等の開催件数

営業本部の「補助エンジン」としての実効性を表す指標



商談会等への参加事業者数

営業本部とともに営業活動に取り組む県内事業者との
「オール愛媛」体制の実効性を表す指標

前年度までの実績を踏まえ、各年度の目標値を設定

活動指標に連動する指標（県関与年間成約額）

県が実施する営業案件（商談会やフェア等）の実施に伴い生まれる成約額



2022年度までに
県関与年間成約額150億円の早期達成と、
安定的確保を目指す！

11

営業成果として、**数字を追求していく姿勢は堅持**

しかしながら、**数字はひとつの目安、通過点**

営業本部の役割

「補助エンジン」として
「メインエンジン」の加速をサポート！！

「実需」の創出による
地域経済の活性化を図る！！

12