



巻頭

トップインタビュー



民間金融機関との連携と 事業承継支援を強化

日本政策金融公庫

総裁 田中 一穂

特集

地方銀行フードセレクション2019を振り返る

- ① 商工会・商工会議所から出展するメリットとは
- ② 地域の事業者に伴走する淡路市商工会
- ③ 今井ファーム、北坂たまご(淡路市商工会)の取組事例
- ④ 唐津上場商工会、養父市商工会の取組事例

[番外編] 参考にしたい2019年のブース事例



民間金融機関との連携と 事業承継支援を強化

日本政策金融公庫 代表取締役総裁 田中 一穂 氏

平成 29 年 12 月、田中一穂氏が日本政策金融公庫の代表取締役総裁に就任しました。田中総裁は就任以降の 2 年間で「民間金融機関との連携」と「事業承継支援」に積極的に取り組まれています。今回は田中総裁にインタビューを実施し、日本政策金融公庫のこれまでの歩みから、積極的に取り組まれている「民間金融機関との連携」「事業承継支援」を中心に色々とお話をお伺いしました。

聞き手：リッキービジネスソリューション株式会社

代表取締役 澁谷 耕一

Top Interview



田中 一穂（たなか・かずほ）

昭和 30 年生まれ

〈 学 歴 〉

昭和 54 年 3 月 東京大学 法学部 卒業

〈 職 歴 〉

昭和 54 年 4 月 大蔵省（現：財務省）入省

平成 8 年 8 月 米・コロンビア大学客員研究員

平成 12 年 7 月 主計局主計官（厚生労働係担当）

平成 14 年 8 月 理財局財政投融资総括課長

平成 15 年 7 月 大臣官房秘書課長

平成 18 年 9 月 内閣総理大臣秘書官

平成 23 年 8 月 理財局長

平成 24 年 8 月 主税局長

平成 26 年 7 月 主計局長

平成 27 年 7 月 事務次官

平成 28 年 10 月 東京海上日動火災保険株式会社 顧問

平成 29 年 12 月 株式会社日本政策金融公庫 代表取締役総裁

※このインタビューは令和 2 年 1 月 30 日に行われたもので、その後の新型コロナウイルス関連の対応で、日本政策金融公庫はセーフティネットとしての役割を担うべく、これまでにない膨大な借入需要に対応しています。

日本政策金融公庫の歴史

澁谷：日本政策金融公庫のこれまでの歩みについて教えてください。

田中総裁：平成20年10月1日に4つの政府系金融機関が統合し、株式会社日本政策金融公庫（以降、日本公庫）が発足しました。当初は国際協力銀行も統合対象となっており、相当大きな組織でした（国際協力銀行は平成24年4月1日に分離）。現在の日本公庫は、国民生活金融公庫、農林漁業金融公庫、中小企業金融公庫の業務を引き継いでいます。

各々の歴史を辿れば、戦前の昭和13年、中小事業者や消費者に対して比較的低利で融資をする「庶民金庫」が設立されました。当時は、中小事業者や消費者が低利で融資を受けることができない時代でした。同じ年に恩給や勲章に付随する年金等を担保に融資をする「恩給金庫」が設立され、昭和24年にそれらが統合して「国民金融公庫」となりました。その後、平成11年に環境衛生事業者などに融資をしていた「環境衛生金融公庫」と統合し、「国民生活金融公庫」が誕生しました。

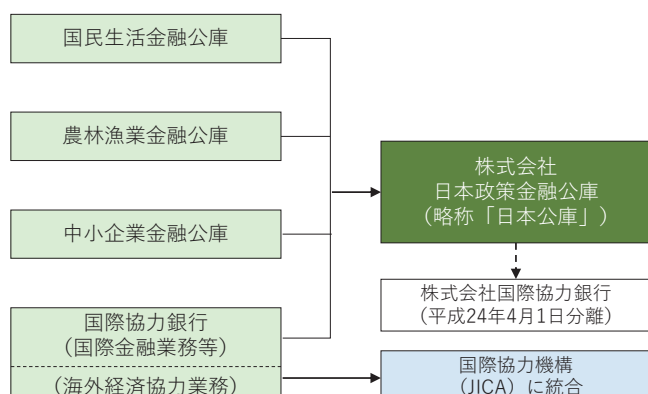
「農林漁業金融公庫」は、昭和28年に農林漁業者への長期貸付を目的に設立されました。農業は製造業などの一般的な企業と異なり、将来の経営予測が難しい業種です。農作物の出来不出来は天候に大きく左右され、それに伴って価格も頻繁に上下します。また、農地は融資の担保物件として適さないことが多く、民間金融機関にとってなかなか支援し難い業種でした。最近になって農業者へ融資を行う民間金融機関も増えてきましたが、それでも一般企業よりもハードルは高いと思います。

「中小企業金融公庫」も農林漁業金融公庫と同じ昭和28年に設立されました。敗戦後の当時は国際競争力をつける

■ 日本公庫の概要

[平成20年9月30日以前]

[現在]



べく、大企業を中心に資源や資金を配分する大企業中心の政策が実施され、産業の二重構造が生じている時代でした。しかし、それではいけないということから中小企業に着目した政策が始まり、協同組織の設立や生産性をあげるための設備の近代化、補助金の交付、減税対策など様々な対応が実施されました。そのような時代背景があって、民間金融機関からの資金調達が困難な中小事業者を支援すべく設立されたのが中小企業金融公庫です。

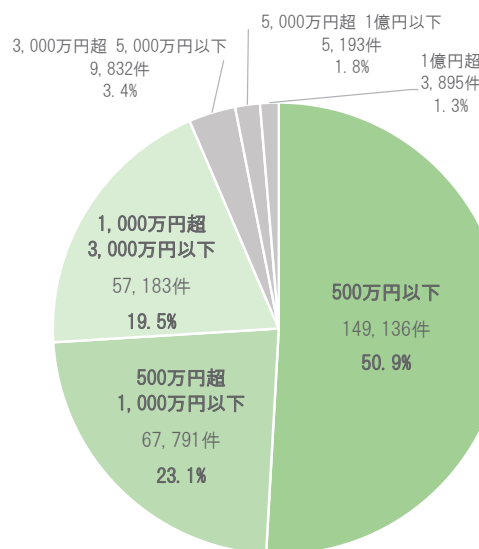
3,000万円以下の融資が 全体の約94%を占める

澁谷：日本公庫の現在の融資状況など、実績について教えてください。

田中総裁：令和元年9月末現在で職員数約7,300人、国内支店数152支店、海外駐在事務所2か所、事業資金の総融資残高17兆577億円となっています。内訳は国民生活事業が88万先で6兆1,430億円あります。次いで、農林水産事業が4.6万先で3兆1,335億円、中小企業事業が4.4万先で5兆2,489億円となっています。これらの数字を見ていただくと、国民生活事業の貸付先が圧倒的に多く、少額で多くの融資を実行していることがわかってきます。そして、もう一つのポイントは信用保険業務です。民間金融機関による各都道府県の信用保証協会の制度を活用した融資の再保険残高が20兆8,767億円あります。

融資構造を貸付金額別に見ると、平成30年度は全体で293,030件の融資があり、その半数以上が500万円以下の貸付（149,136件）です。また、3,000万円以下で全体の約94%を占めます。日本銀行や全国信用組合中央協会の公表データから中小企業向け貸付残高シェアを作成する

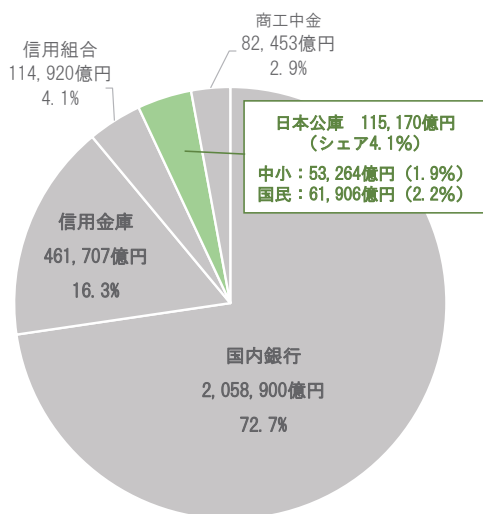
■ 貸付金額別構成割合（平成30年度）



国民・農林・中小事業の事業資金の合計（全体：293,030件）

と、日本公庫のシェアは4.1%（115,170 億円）になりますが、少額での貸付件数が多いため、世間の話題になりやすいと感じています。

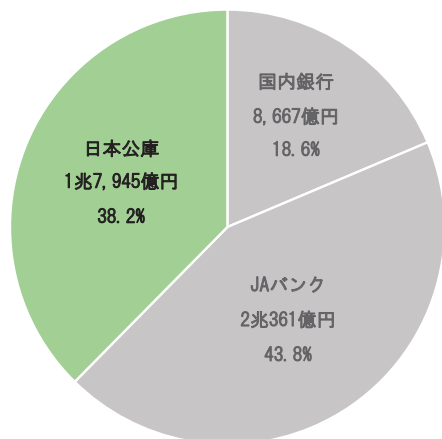
■ 中小企業向け貸付残高シェア（平成 31 年 3 月末時点）



※) 都銀、地銀、第二地銀、信託銀の合計
(出典) 日本銀行「貸出先別貸出金」[現金・預金・貸出金]、全国信用組合中央協会「全国信用組合主要勘定」
日本政策金融公庫「業務統計」、商工組合中央金庫「業務統計」

農業向け貸付残高では、日本銀行や農林中央金庫等の公表データに基づく、日本公庫のシェアは38.2%（1兆7,945 億円）となり、JAバンクと合わせて8割超、国内銀行（民間金融機関）が残り2割弱になります。農業に対する融資判断が難しいことが日本公庫のシェアが高くなる要因です。農業は業績が天候に左右され、利鞘が少ないビジネスであるため、事業者が事業資金を短期で返すのは難しく、これまでは農業者への長期貸付となると日本公庫が対応していましたが、近年では、徐々に民間金融機関も農業が盛んな地域を中心に農業者への融資に取り組み始めています。

■ 農業向け貸付残高シェア（平成 30 年 3 月末時点）



国内銀行は、国内銀行及び信用金庫における農業及び林業への貸付残高の合計。
JAバンクは、農林中央金庫、信託銀行及び農協の農業関連資金（※）の貸付残高の合計。
(※) 農業関連とは、農業者、農業法人及び農業関連団体等に対する農業生産・農業経営に必要な資金や、農産物の生産・加工・流通に關係する事業に必要な資金等を指す。
(出典) 国内銀行：日本銀行「貸出先別貸出金」
JAバンク：農林中央金庫「農林・漁業金融統計」
日本公庫：日本公庫「業務統計年報」

政府が取り組む政策の一部を担う金融機関

澁谷：日本公庫と民間金融機関との違いについて教えてください。

田中総裁：政府系金融機関である日本公庫は、資金の大部分を財政投融资から調達していますが、融資の対象者や金利、融資金額の上限、融資期間などの条件は全て国で決定されています。つまり、我々は、政府が取り組む政策の一部を担う金融機関として位置付けられており、民間金融機関のようにお客様と折衝して、融資条件を決めることができません。

政府が中小企業や農林水産業の政策を遂行する手段として、様々な補助金制度や減税措置を実施しますが、それに並んで日本公庫の融資があると考えていただければと思います。経済産業省が国内で省エネ設備の導入を促進させたいと考えれば、資金力の弱い中小企業にスピード感をもって浸透させるため、補助金制度や減税措置を設けます。それらと同様に比較的低利で長期の政策金融が用意され、その事業者に対する融資を日本公庫が担います。

日本公庫は資金調達や資本に政府が入っているにもかかわらず、自由に金融業務を行っていると思われている方が多いかもしれませんが、実際はそうではありません。日本公庫は民間金融機関との関係を重視し、良好な関係を作りたいと思っていますが、そのためにも日本公庫がどのような存在なのか、補助金や減税制度と同じように政府の政策の一つであることをご理解いただきたいと思います。その上で「農林漁業者に対してこれほど手厚い政策は不要なのではないか」、「中小企業とはいえこれほど低利な条件は不要ではないか」といった意見があれば、政府の政策に対する議論として民間金融機関の皆さまのご意見を政府に伝えていますし、政府との協議の場を設定しています。

民間金融機関との協調融資を強化

澁谷：民間金融機関との連携についてお聞かせください。

田中総裁：これまでも民間金融機関との連携に取り組んできましたが、私が就任してから新たに始めた取組みが、日本公庫から民間金融機関へのお客様紹介です。もっとも、これは平時における取組みですが、例えば、日本公庫に事業費全額の資金相談があっても、お客様に対して一部でも民間金融機関から借りることを勧めるようにしています。特に、金額の大きなご相談については、民間金融機関から一部でも調達されてはどうかと、お客様の意向を確認した上で説得しています。現在、中小企業事業において、融資

額が1億円以上の案件の90%以上は民間金融機関との協調融資になっています。

とはいえ、日本公庫は政策金融機関なので、「必要資金の全額を何が何でも日本公庫から調達したい」というお客様について、政策性があれば断ることはできません。その場合には、お客様から取引のある民間金融機関に対して、事前に日本公庫から全額調達する旨の断りを入れてくださいますようお願いしています。ほかにもお客様の了解を得た上で、我々から民間金融機関に対して「協調融資で支援しませんか」という提案もしています。

さらに、民間金融機関と日本公庫の融資商品をパックにした「協調融資商品」も創設しています。現在277機関で382商品（令和元年9月末）あり、民間金融機関と合同で作成したパンフレットを店頭に設置するなどしています。それらの取組みの結果、協調融資の実績は年々増加し、平成30年度は30,768件、1兆2,929億円となり、今年度も同等のペースで推移し、平成31年3月末時点で協調融資を実施した金融機関の割合は97%となります。

一方、民間金融機関からの紹介案件にも積極的に対応しています。これまでも創業や農業などの分野を中心に民間金融機関が単独で全額融資対応できないケースなどにおいては、民間金融機関から公庫に相談が持ち込まれるなど、リスクヘッジとして日本公庫を使ってもらっています。平成30年度はこのような民間金融機関からのお客様紹介が34,197件ありました。

日本公庫は沖縄県を除く全国に拠点がありますが、日本公庫だけで全国の中小企業、農林漁業をカバーするのは実

質的に不可能です。例えば、広島県には4つの支店があり、中核となる広島支店には約120名の職員が在籍していますが、残りの3支店は各店10名から20名程度です。そのため、とても全ての事業者の方から直接お話を伺うことはできません。特に小口の案件を数多く抱える国民生活事業は、地域の民間金融機関との連携があって初めて成立する事業だと考えています。

民間金融機関との対話を進め、連携を発展させる

澁谷：田中総裁が民間金融機関の経営層を訪ね、積極的に情報交換等に努められているとお聞きしました。その点についてお聞かせください。

田中総裁：規模が大きい地域金融機関においては、各支店の現場レベルでは日本公庫と連携ができていても、トップまでの距離が遠いために、経営層までその情報が伝わっていないことがあります。そのため、私を含む日本公庫の役員が民間金融機関の経営層を訪問し、意見交換する取組みを始めました。これも従来にはなかった取組みであり、私自身も総裁就任後の2年間で47行の金融機関を訪問し、話をしてきました。

平成30年度に日本公庫が10周年を迎えた際には、全国7か所（北海道、福島県、長野県、岐阜県、京都府、高知県、福岡県）でシンポジウムを開催し、地域金融機関の頭取や知事にもご参加いただきました。これが実現したのも各地域で民間金融機関と連携を進めてきた成果だと思っています。

民間金融機関との連携状況（平成31年3月末時点）

	都市銀行	地方銀行	第二 地方銀行	信用金庫	信用組合 （※2）	合計
協調融資を実施した金融機関数	4	63	39	257	94	457
全金融機関数（※1）	4	64	40	259	103	470
全金融機関数に占める割合	100.0%	98.4%	97.5%	99.2%	91.3%	97.2%

※1）平成31年3月末時点の金融機関数 ※2）業域信用組合及び職域信用組合を除く

協調融資実績（平成30年度実績）※3

（単位：件・億円）

	平成30年度実績		内訳						平成29年度実績	
		前年度比	都市銀行	地方銀行	第二 地方銀行	信用金庫	信用組合	その他		前年度比
件数	30,768	133%	2,177	9,470	4,083	12,608	2,112	818	23,080	117%
金額	12,929	172%	2,656	5,674	1,572	2,716	329	835	7,505	102%

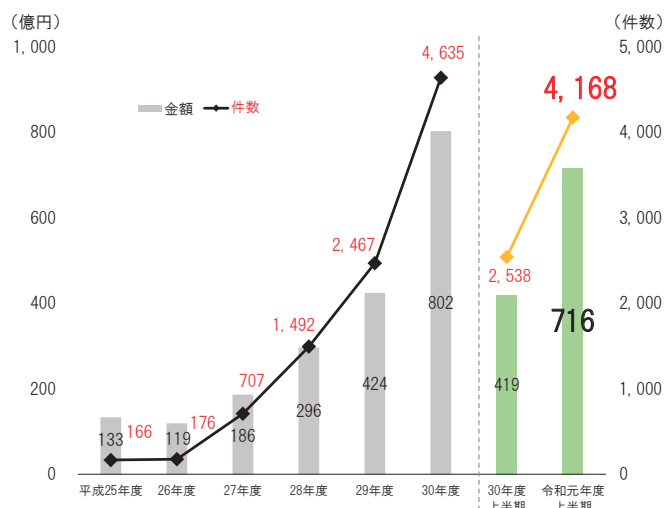
※3）同一目的の資金計画に対し、日本公庫と民間金融機関が協議を経た上で、融資（保証）を実行または決定したもの。実績数値は日本公庫の集計値であり、日本公庫と民間金融機関の融資実行・決定時期が異なる場合も含まれる。

日本公庫では、全銀協などの民間金融機関が加盟している各種協会との意見交換会を開催し、民間金融機関の皆さまと情報交換をしています。また、制度に関することは民間金融機関と政府関係者が直接意見交換できるようにしています。

また、令和元年9月末時点で493の金融機関等と「業務連携・協力にかかる覚書」を締結しています。これは組織同士の話になりますので、経営層の方に公庫との連携を意識していただける点でも意味は大きいと考えています。

金融機関によってスタンスが異なりますが、公庫と連携して政策金融の一部をうまく活用することで、お客様の借入金利全体を加重平均で下げようとする金融機関も出てきています。我々は各金融機関のご意向を踏まえながら対応していきたいと考えています。

事業承継関連融資実績



・平成29年4月からは事業承継前の準備資金も対象となるなど、幅広い資金需要に対応するため、融資対象を拡充している。
 ・上のグラフには平成27年2月に創設された新事業活動促進資金（事業承継関連※）の実績を含んでいる。
 ※）平成29年に事業承継・集約・活性化支援資金に統合

譲渡希望の手をあげやすい環境をつくる

澁谷：事業承継支援についてお聞かせください。

田中総裁：近年の事業承継における課題は、事業として順調に推移しているにもかかわらず、後継者不在により廃業するケースが増えていることです。日本公庫でも中小企業事業のお客様は比較的早い段階から子息を後継者として会社を迎え入れ、事業承継対策に取り組んでいますが、商店街で小さな店舗を構えているような事業者等はたとえ事業が儲かっていたとしても、後継者不在のため廃業を迫られている人たちがたくさんいます。この方たちをそのままにしていけないと思います。

事業承継対策の一つとしてM&Aが主流になっていますが、今申し上げたような小規模事業者にとって大手のM&A仲介業者の手数料は高く、大きな負担を伴います。大手M&A仲介業者の商業ベースに乗るような中小企業はそれで良いと思いますが、日本公庫が支援すべきなのはそ

うではないお客様です。そして、この層の事業者が地域には圧倒的に多いのが実情です。そういった方々への支援は日本公庫や公的機関の役割だと考え、いくつかの取組みを実践しています。

一つは後継者不在の小規模事業者と創業希望者等から寄せられる事業譲渡・譲受に係るニーズを把握し、両者を引き合わせる「事業承継マッチング支援」です。昨年4月に東京で開始し、令和元年12月までに申込登録として譲渡希望60件、譲受希望194件（うち創業希望者57件）の手が上がり、引き合わせが25件となりました。譲渡希望の手がなかなか挙がらない点が最大の問題だと考えています。

事業承継にあたっては、近隣事業者の目や事業の先行き不安など、様々な想いが交錯しています。それは日本の小規模事業者が事業譲渡に不慣れで、それが当たり前という感覚がないことが要因の一つだと思います。そこで、我々の役割は譲渡希望の芽を増やすことだと考えて

事業継承事例集「たくすチカラ」



事業承継を成し遂げた方が、事業承継に際して、どのような想いをもち、どのような課題に取り組んだのかを紹介する事例集（平成30年2月発行）
 その他にも、事業承継に対する自己診断を促すとともに、自社の事業承継に係る課題と進むべき方向性を共有するための提供冊子「みらいへのボタン（平成30年6月発行）」、
 事業承継の必要性を感じながらも、どのように着手すべきか悩んでいる経営者に向けて、取組みの参考になるような事例を紹介する事例集「みらいへのボタン別冊（平成30年10月発行）」などを発行。
 【ご参考】 <https://www.jfc.go.jp/n/finance/jigyosyokei/publish.html>

います。

事業承継の事例として、岩手県盛岡市にある「平船精肉店」の事例があります。同店では創業間もない頃から秘伝のタレに漬け込み焼き上げたローストチキンが看板商品となり、地域の方々に愛されていました。しかし、親族への承継が叶わず、後継者不在の課題を抱えていました。創業者は地域にたくさんのお客様がいるため、廃業したくないと考え、「『平船精肉店』という名前を残すこと」と「ローストチキンの味を守ってくれること」を条件に事業譲渡の決断をしました。

その後、県内の事業引継ぎ支援センターに相談したところ、当時 39 歳で独立を模索していた男性と巡り合いました。後継者となった男性は 3～4 ヶ月の修業を受けてローストチキンの作り方を伝授され事業を承継しましたが、店は引続き繁盛しているそうです。お客様にとって親族が承継するか否かは重要ではなく、そこでローストチキンが買えるということが重要だったのです。事業承継後に付加価値が落ちていないことがポイントだと思います。

このような第三者承継の取組みが当たり前のこととして全国に広まっていけば、世の中は変わるのではないかと思います。全国の好事例をいくつも集めています。そして、商工会や生活衛生同業組合といった事業者の集まりにおいて、全国の好事例を紹介していきたいと考えています。

セーフティネットでも 民間金融機関と連携

澁谷: セーフティネット機能についてお聞かせください。

田中総裁: 近年、自然災害が多く見られますが、セーフティネット機能の発揮は日本公庫の役割の中で最も重要な仕事だと考えています。一昨年の西日本豪雨では約 2,900 件の相談があり、昨年秋の台風 15 号、19 号も、西日本豪雨の実績に近い水準となっています。

被災した方々は自身のこれまでの実績を示す資料なども無くしていることも多く、借入相談時は顔を見ての判断になります。その多くは少額ですが、しっかりと返済されています。そして、セーフティネット対応においても民間金融機関と連携しています。

例えば、民間金融機関がお客様を支店に集め、その場に日本公庫の職員を呼んできて、日本公庫の職員がお客様の相談に乗り、融資をするなど、民間金融機関が公庫をうまく使っているケースもありました。これは今までになかった動きであり、民間金融機関との連携を進めてきた成果だと感じます。

地域活性化の鍵を握るのは 「創業支援」と「農業活性化」

澁谷: 地域活性化に対するお考え、日本公庫の役割についてお聞かせください。

田中総裁: 地域活性化のポイントは創業の促進と農業の活性化だと考えています。日本公庫は年間約 2 万 8 千先への創業融資を行い、その数は融資件数全体の約 1 割を占めています。創業融資こそ日本公庫の真骨頂ですが、近年は地方公共団体も創業支援に積極的です。地域の信用保証協会と連携し、地方公共団体が信用保証料を補填する、民間金融機関がその保証を得るためには一定以下の金利条件で貸出することを条件にするといった取組みが行われています。

創業融資はリスクが高いのも事実です。そこで、日本公庫で今力をいれていることは、融資を実行した後のフォローアップです。これを今まで以上にしっかりと行いつつ、創業融資を積極的に取り組んでいきたいと考えています。

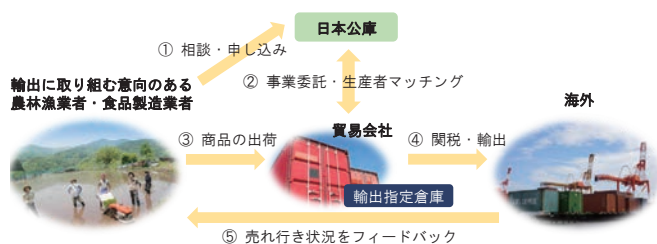
また、同じく農業も地域活性化においては大切だと思っています。農業と聞けば、北海道や九州をイメージされる方が多いと思いますが、その他の地域でも重要な産業であり、農業の存在しない地域はありません。地域で農業をどのように活性化するかが重要であり、それが地域活性化と深く結びついていると思います。

若者がやりたいと思うような、週休二日で、かっこよく、相応の収入が入る、このような農業を目指すべきです。高齢化の進行とともに農業の担い手不足も問題になっていますが、離農する方の経営基盤を若い担い手が引き継いで、大きな法人組織として承継するといったケースも全国で増えています。こういった背景もあり、日本公庫の農業融資のうち、金額ベースでは約 8 割が法人向け融資です。

農林水産分野での貸付額は平成 26 年度に 3,669 億円だったものが、平成 30 年度には 5,583 億円まで増加して



■ トライアル輸出支援事業スキーム



支援実績（平成25年4月～令和元年9月末）

	シンガポール	台湾	マレーシア	香港	米国	マカオ	タイ	中国	カナダ	合計
支援件数	76	62	38	31	23	14	6	5	1	256
農産物	30	20	11	14	2	2	6			85
畜産物	1	5		1						7
水産物	2		1							3
加工品	43	37	26	16	21	12		5	1	161

います。最も増加しているのは畜産・酪農分野です。大規模で経営体としてしっかりしている、そして若い後継者が入ってくる、そのような「普通の企業体としての農業」、これを育てていきたいと考えています。こうした経営体が増えることが、地域活性化の一番の原動力になると思いますので、これを地方公共団体と連携し、取り組んでいきたいと思っています。

そして、もう一つが海外への展開です。農産物の海外輸出ができるようになると、地域は非常に活性化すると思いますが、農産物はロットが小さいため流通の面で簡単ではありません。青森県では、地域のりんご農家を束ねている事業者が地域のりんごをまとめて台湾に輸出している事例もあります。農業でも海外輸出がリスク分散として有効であり、売上高の1～2割でもよいので、海外輸出を経験することはとても大切です。鹿児島県のメロン農家では、日本公庫の「トライアル輸出支援事業」という仕組みを活用して輸出を始め、今ではアジア圏への輸出が全体の売上高の2～3割を占めるまでになっています。最初から大きなロットで輸出するのはリスクが高いため、最初は少量で輸出してみて、現地での反応が良ければ、本格的に輸出するのが「トライアル輸出」です。鹿児島県のメロン農家はこれで成功し、海外での売上高を一気に伸ばしました。

日本の食品・食材はその美味しさから海外でも好評ですが、小ロットであるために大手商社は取り扱ってくれません。日本公庫の「トライアル輸出支援事業」では13の貿易商社と提携し、輸出意欲のある農業者等の海外での販路開拓をサポートしています。農作物をどのように海外に流通させるか、政府による更に高度な戦略に期待しています。海外への展開は簡単なことではありませんが、あらゆる課題をクリアにして、事業のリスク分散としても海外展開を図っていくことは大切だと考えています。

地域の小さな企業や農業を守っていく、事業承継をしつ

かりできるようにする、事業として海外展開を視野に入れた対応をする、これらを促進させることが地域活性化において重要だと思います。つまり、我々が特別な何かをやるわけではなく、日本公庫の事業を真剣にやること、そのものが必ず地域活性化のためになると信じています。

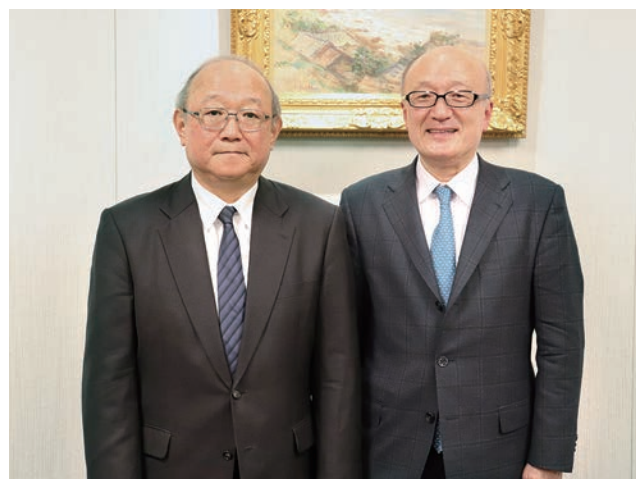
色々な経験を積んでこそ一流の金融マンになれる

澁谷：最後に金融業界の将来を担う若手職員に期待すること、メッセージをお願いします。

田中総裁：金融業界では、地域によって金融機関は不要だというような極端な議論もありますが、地域経済において金融がなくなることはあり得ないと思います。日本の大企業を支えているのは数多くの地域の中小企業であり、日本の付加価値は中小企業にその源泉があると考えています。そして、その地域の中小企業を支え、新しい芽を育てていくのが地域の金融機関ですので、そうした仕事には非常にやりがいがあると思います。金融機関で働く若手の皆さまには、パイタリティをもって、是非地域の中小企業に入り込んで仕事をしてほしいと思います。

金融に限らず全てに言えることだと思いますが、色々な経験を積まなければ能力は開花しません。そのため、公庫内でも国民生活事業、農林漁業事業、中小企業事業間の人事異動を活発に実施しています。また、民間金融機関から日本公庫に転職してくる方も多く在籍し、支店の中核的存在になる職員もいます。つまり、現場で色々な経験をしなければ、本当の意味での金融マンになれないと思います。

最後に、日本公庫が創業・新事業の支援をして後に上場した企業は、平成元年以降の上場企業総数のうち約3割もあることがわかりました。この中には有名な企業も含まれており、自分が担当し、育てた企業が地域や日本を代表する企業になるかもしれない、そういった夢を大切に、金融業界を背負って行ってほしいと思っています。



農林漁業者等の販路開拓支援

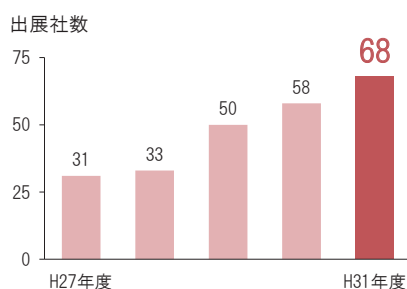
リッキービジネスソリューションでは、平成 27 年度より農林水産省の 6 次産業化中央サポート事業に取り組んでいます。外食・中食事業者向けに、全国の農林漁業者等の生産現場へ案内する視察ツアーや首都圏での商談会を開催し、農林漁業者等の販路開拓支援を行っています。平成 31 年度は秋田県、新潟県、大分県、兵庫県の 4 県の視察ツアーを企画しました。また、2020 年 2 月 5 日に都内ホテルで開催した「地域食材展示商談会 2020」では、26 都道府県から過去最多となる 68 事業者が出展しました。

▼これまでの取組実績

平成27年度	都道府県
地域食材提案商談会 in TOKYO	東京都
ぶちうま山口産地視察ツアー	山口県
愛媛県産地視察ツアー	愛媛県
地域食材展示商談会2016	東京都
平成28年度	都道府県
徳島県「阿波ふうど」産地視察ツアー	徳島県
とやま「キトキト」食材ツアー	富山県
「佐賀さいこう！」産地視察ツアー	佐賀県
地域食材展示商談会2017	東京都
平成29年度	都道府県
「いいもん・うまいもん・大阪産（もん）」産地ツアー	大阪府
「晴れの国おかやま」食材産地視察ツアー	岡山県
「土佐っておいしい！志の国 高知」食材産地視察ツアー	高知県
「日本のひなた 宮崎県」食材産地視察ツアー	宮崎県
地域食材展示商談会2018 地域食材販路開拓シンポジウム	東京都
平成30年度	都道府県
いわて「黄金食材」産地視察ツアー	岩手県
「おいし信州ふーど」魅力発見産地ツアー	長野県
「うどん県。それだけじゃない香川県」産地視察ツアー	香川県
「うまかモン大集合！熊本県」食材産地視察ツアー	熊本県
地域食材展示商談会2019	東京都
平成31年度	都道府県
『美のくに秋田』魅力発見産地視察ツアー	秋田県
『美味さざっしり新潟』魅力発見産地視察ツアー	新潟県
「日本一のおんせん県おいた 湯」味力（みりょく）も満載 産地ツアー	大分県
キラリひょうご☆地域食材産地視察ツアー	兵庫県
地域食材展示商談会2020	東京都

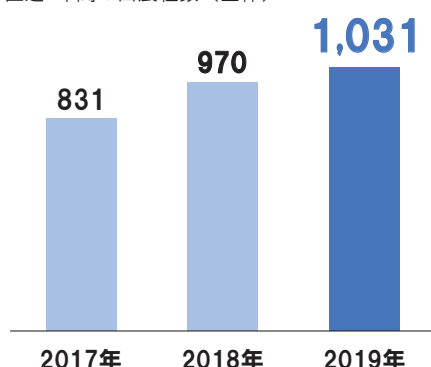


▼地域食材展示商談会 2020

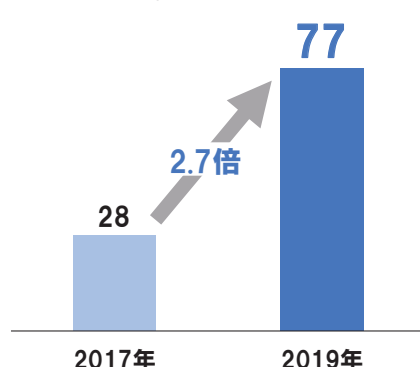


地方銀行フードセレクション2019を振り返る

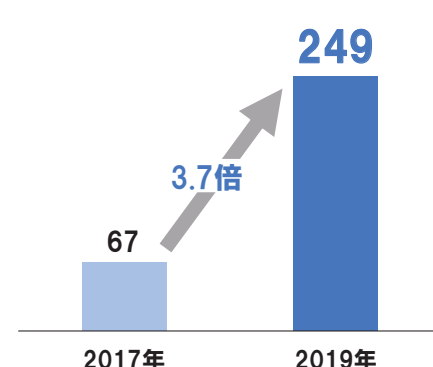
直近3年間の出展社数（全体）



商工会・商工会議所の出展数



商工会・商工会議所経由の出展社数



2019年はついに出品社数が1,000社を突破した地方銀行フードセレクション。近年、全国の商工会・商工会議所（以降、商工会等）経由での出展が大幅に増加しています。また、商工会等を経由して出展する事業者の満足度は総じて高い印象を受けます。その事由は商工会等を経由して出展することにより、事業者にとって複数のメリットがあり、商談成約率が高まる傾向にあるからだと考えています。今回は「商工会・商工会議所から出展するメリット」を紹介しながら、地方銀行フードセレクション2019について振り返りたいと思います。

リッキービジネスソリューション株式会社 取締役 宮下 祐輔

① 商工会・商工会議所から出展するメリットとは

出展コストを軽減

地方銀行フードセレクションに出展する場合、事業者には1小間あたり25万円（税抜）の出展費用が発生します。しかし、出展にかかる事業者の実質的な負担はこれだけではありません。商談会に持参するサンプル費をはじめ、商品を保管・展示する冷蔵ショーケースなど、様々な費用が加算されます。遠方の事業者にとっては旅費交通費も大きな負担です。

そこで、伴走型支援をはじめとした補助金制度を有効活用すれば、出展費用の全額或いは2/3などを補助金で賄うことができます。また、地方銀行フードセレクションでは、商工会等が出展申込者となって団体出展する場合には、1小間に2事業者まで（〇〇商工会A社・B社）の出展を認めています。その場合、2事業者で出展費用を按分すれば、さらに出展費用を抑えることができます。

経営指導員のサポート

地域の事業者にとって、商談会参加のハードルは金銭面だけではなくありません。大企業と異なり、地域の事業者は限られた人数で事業を営んでいるケースがほとんどです。商談会に参加すると決まれば、チームを組んで準備を進め、当日会場に大量のスタッフを送り込める大企業とは事情が異なります。地域の事業者にとって、事前の準備をはじめ、当日の人繰り対策は重要なポイントです。地方銀行フードセレクションは、各主催銀行のスタッフが事業者をサポートする点が特徴の一つですが、ここに商工会等の経営指導員のサポートが加われば、事業者にとってこれほど心強いものはないでしょう。



2社1小間の事例（三重銀行：いなべ市商工会）



事業者が不在の間、銀行スタッフと商工会の経営指導員で対応する様子（但馬銀行：養父市商工会）

事業者を孤立させない仕組み

地方銀行フードセレクションでは、一商工会等から複数の事業者が出展する場合、間仕切り（隣接ブースの壁）を設けないブース作りを推奨しています。なぜなら、商工会等を経由して出展する地域の事業者同士は顔馴染みであり、志を同じくする仲間です。同じ商工会から複数の事業者が出展するのに、間仕切りを作って事業者間を遮断してしまうのは非常に勿体ないことだと思います。間仕切りを取り払うことによりブース内の人の行き来が自由になります。

2小間、3小間など複数の小間を連結させれば、ブースに開放感が生まれます。また、ブース全体の横幅が長くなるため、バイヤーへもアプローチしやすくなると考えています。

商談会に初めて出展する事業者や代表者一人で参加しなければならない事業者などは商談会当日まで不安でいっぱいだと思います。そのような場合に事業者毎に区切られたブースで商談会を迎えると、事業者が孤立し、全く成果を上げることができない可能性も十分にあります。そうなる、事業者は「商談会には二度と出たくない」と思うでしょ



複数小間の連結事例（佐賀銀行：佐賀市南商工会）

う。そのリスクヘッジをするためにも、商工会等を経由して団体出展する意義は大きいと考えています。

理想は事業者同士の相互扶助

商工会等の経営指導員の方々にご提案していることがあります。それは事業者の組み合わせです。当然、出展意欲の高い事業者を優先すべきですが、商談会経験豊富な事業者と、商談会に初めて出展する事業者や経験の浅い事業者を混ぜて参加していただくと、地域の事業者全体の底上げができると考えています。そして、ここに間仕切りを設けないブースを作ることの大きな意味があり、商工会等として地方銀行フードセレクションに出展する大きな価値があります。

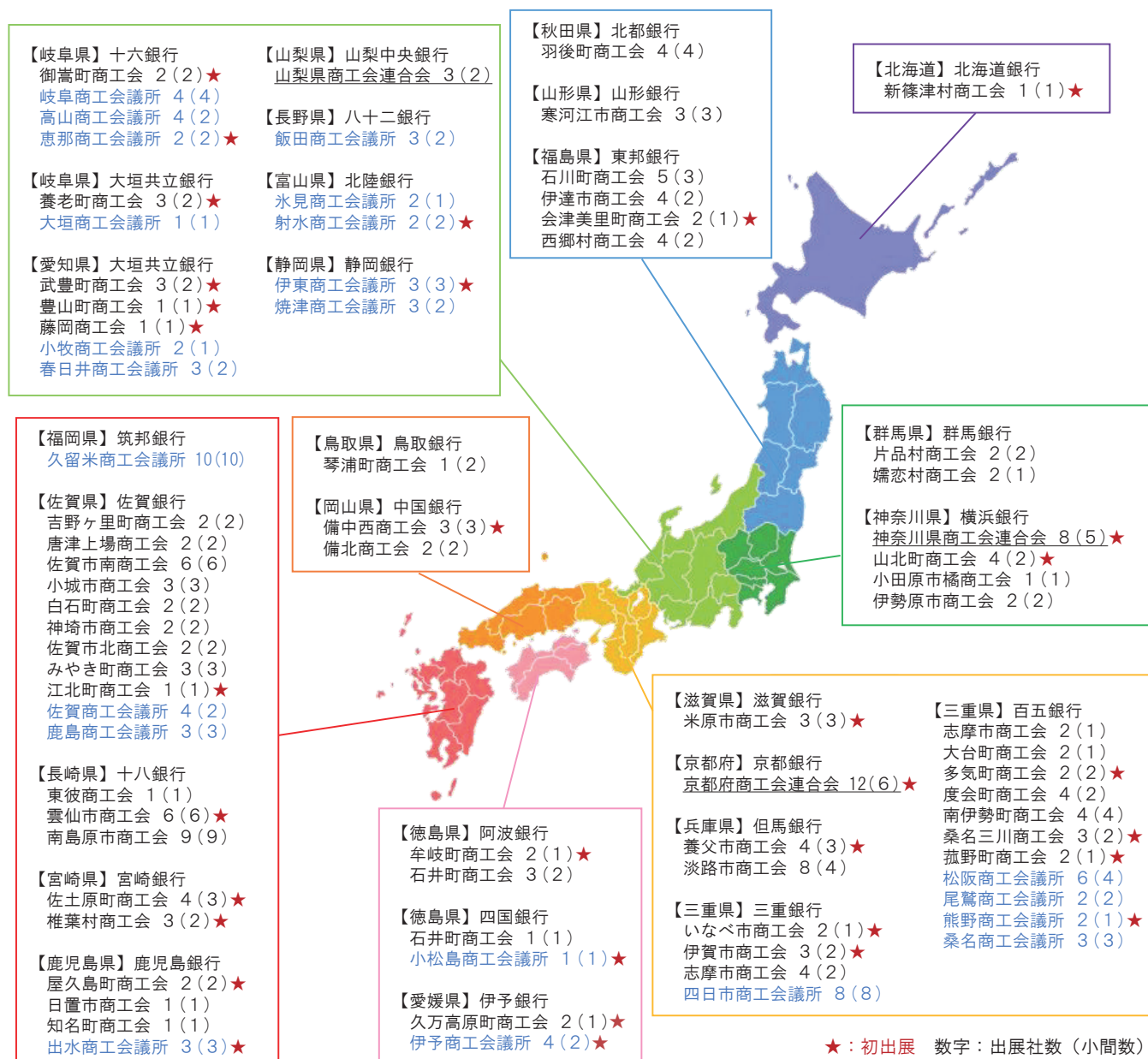
間仕切りを設けないブースで事業者が共同出展した場合、事業者同士の相互扶助が生まれると考えています。商談会に不慣れな事業者はすぐ側で次から次へと名刺を獲得し、商談を進めていく事業者を見て、どのようにすればいいのかを学ぶことができます。いくら魅力的な商品を作っている、商談会に出展すれば、すぐに新たな販路開拓ができるほど、商談会は甘くありません。商談会で多くの実績を上げる事業者もそのレベルに至るまで多くの苦労を重ねています。そのノウハウを真横で且つ実践形式で学ぶことができるのは、地方銀行フードセレクションの団体出展ならではの価値だと思います。

また、商談会の経験豊富な事業者がバイヤーを呼び止め、自らの商品説明をした後に、そのバイヤーが隣の事業者（商談会に不慣れな事業者）の話を聞いていくケースも往々にしてあります。地域の事業者同士が連携すれば、その力は $1 + 1 = 2$ ではなく、3にも4にもなり、商談成約率が上がることは間違いありません。

経営指導員同士の交流も増加

最後に、ここまで商工会等の出展が増加すると、経営指導員の方々にもメリットがあるようです。商談会当日は全国から多くの経営指導員の方々が事業者のサポートに来ていただいているため、会場内では他地域の経営指導員同士の交流が深まり、情報交換が行われています。実際、昨年地方銀行フードセレクションに初めて参加した経営指導員の方から「全国からこれほど多くの商工会や商工会議所が出展していることにとても驚いた。おかげで色々な地域の経営指導員の方々と情報交換ができて、我々としても大変勉強になった」という有難いお言葉も頂戴しています。

商工会・商工会議所マップ (2019 年)



★：初出展 数字：出展社数（小間数）

※）商工会等として申込があり、出展社名に「〇〇商工会 A 社・B 社」が入っているケースなど、弊社が把握できる限りの集計値です。

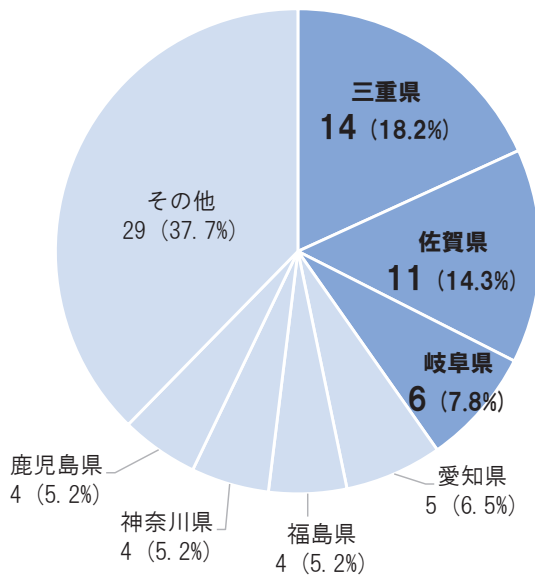
◆ 最多出展地域は三重県（百五銀行・三重銀行）

2019 年の地方銀行フードセレクションに出展した商工会・商工会議所をマップにしたところ、商工会連合会が 3 団体（神奈川県、山梨県、京都府）23 社（13 小間）、商工会が 52 団体 151 社（120 小間）、商工会議所が 22 団体 75 社（61 小間）となり、合計で 77 団体 249 社（194 小間）となりました。

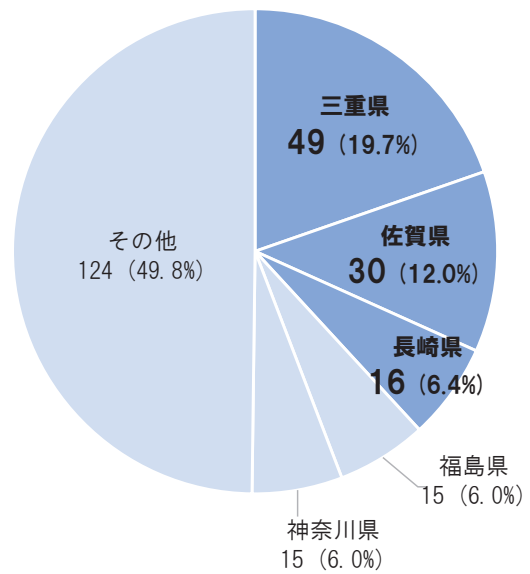
特に出展率の高い地域は、東海エリアの 3 県（岐阜県、愛知県、三重県）と佐賀県です。去年は申込書を受付し

ている段階から三重県の商工会等の出展が非常に多いと感じていました。三重県から商工会等の出展事業者数が大幅に増加した背景には、地方銀行フードセレクションの募集開始に合わせて、地域の主催銀行である百五銀行と三重銀行が商工会等にご案内いただいていたからだと聞いています。ちなみに、次に多い佐賀県（佐賀銀行）も同様の取り組みを行っていただいています。

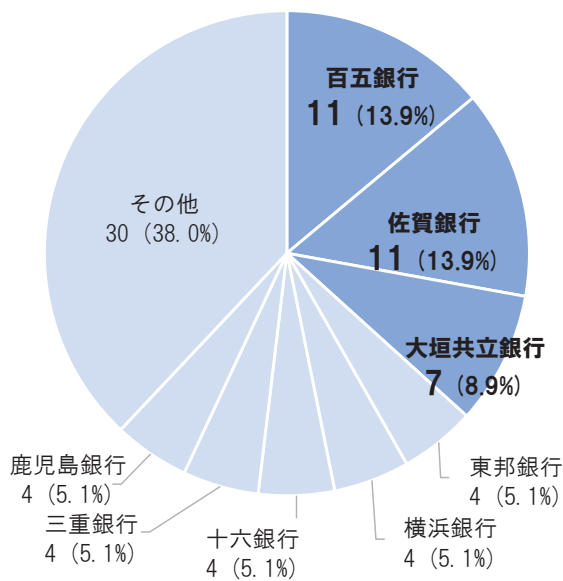
都道府県別【出展団体数(※1)】



都道府県別【出展事業者数(※2)】



主催銀行別【出展団体数(※3)】



一団体における出展事業者数

商工会・商工会議所（主催銀行）	社数
1 京都府商工会連合会(京都銀行)	12社
2 久留米商工会議所(筑邦銀行)	10社
3 南島原市商工会(十八銀行)	9社
4 神奈川県商工会連合会(横浜銀行)	8社
四日市商工会議所(三重銀行)	8社
淡路市商工会(但馬銀行)	8社
7 松阪商工会議所(百五銀行)	6社
志摩市商工会(三重銀行・百五銀行)	6社
佐賀市南商工会(佐賀銀行)	6社
雲仙市商工会(十八銀行)	6社

※1) 商工会・商工会議所 ※2) 商工会・商工会議所を経由して出展する出展事業者数

※3) 志摩市商工会(三重銀行、百五銀行)、石井町商工会(阿波銀行、四国銀行)ダブルカウントのため、母数79団体



佐賀市南商工会（佐賀銀行）



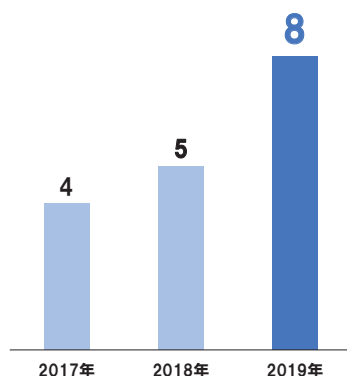
桑名三川商工会（百五銀行）

② 地域の事業者に伴走する淡路市商工会



株式会社フレッシュグループ 森社長（左）
淡路市商工会 阿津係長（右）

淡路市商工会の事業者数



2019年の事業者一覧

事業者名	出展回数	主な出展商品
ユーアールエー株式会社	3回目	クラフトビール
株式会社池上	2回目	たまねぎ、同加工品
株式会社今井ファーム	2回目	たまねぎ、同加工品
株式会社北坂たまご	2回目	鶏卵、プリン
有限会社くらだ	2回目	びわ茶、ジャム
株式会社森水産	2回目	養殖ブリフィレ
藤本水産株式会社	初出展	ちりめん
株式会社フレッシュグループ	初出展	香り野菜、彩り野菜

2017年から参加している淡路市商工会（但馬銀行）は、回数を重ねるごとに事業者数が増加しています。なぜ、淡路市商工会が地方銀行フードセレクションに出展し、事業者数が増加しているのかについて淡路市商工会 経営支援課の阿津係長や同商工会から出展する事業者の方々からお話を伺いました。

地域の事業者が出展しやすい商談会

阿津係長は「地方銀行フードセレクションは、地域の事業者（小規模事業者）が出展しやすい商談会であり、地域の事業者が“脇役”にならないことが良い」と言います。出展する事業者同士の規模・レベル感が近いことは地方銀行フードセレクションの特徴の一つです。

一般的な展示商談会に参加すると、資金力に勝る大手の事業者が会場内の最も良い位置に大きなスペースを確保し、商談会当日に多くのスタッフを配置しているケースをよく見かけるといいます。そうなれば、開催前から「大手の事業者が商談会の主役、地域の事業者は脇役」という構図が出来上がってしまい、地域の事業者は自らの努力だけでは太刀打ちできません。

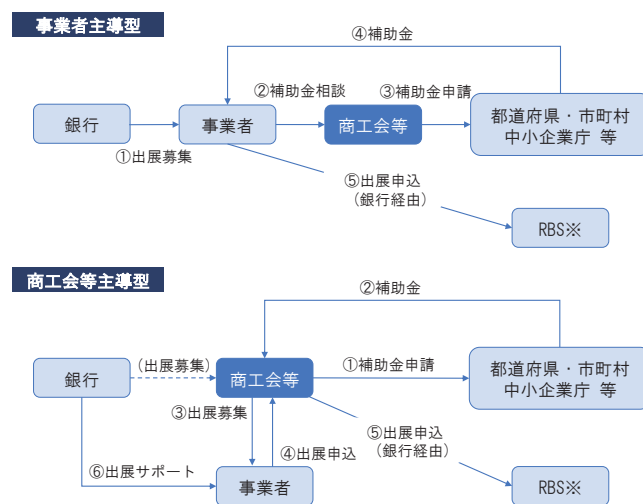
しかし、地方銀行フードセレクションの場合、出展する事業者同士の規模・レベル感が近いので、事業者の努力次第で商談会の主役になることができます。淡路市商工会では、阿津係長を中心に経営指導員の方々がサポートすることで、地域の事業者を主役にできるよう盛り立てます。

商工会が出展枠を確保

商工会等を経由して商談会に出展する場合、申込に至るまで大きく分けて2つのパターンがあります。一つは事業者が商談会に出展したいと考え、商工会等に補助金の相談を実施するパターン（事業者主導型）であり、もう一つは商工会等が先に補助金を確保し、出展意欲のある事業者に募集をかけるパターン（商工会等主導型）です。

ちなみに、淡路市商工会は後者であり、2019年は商工会が4小間分（最大8社）の出展料を賄う補助金を確保しました。その補助金申請と並行して、商工会が販路開拓に意欲的な事業者や支援すべき事業者を地域内で探し、補助金の決裁が下りると同時に出展募集を開始します。近年の地方銀行フードセレクションでは、淡路市商工会と同様の流れで団体出展する商工会等が増えてきています。

商工会等の出展パターン



※）リッキービジネスソリューション

商工会がブースの基本装飾を手掛ける

淡路市商工会では、商工会がブースの基本装飾を行います。佐賀市南商工会のように複数小間の連結ブース（2019年は4小間連結）を創作し、背景を黒で統一します。そのため、商談会前日の準備日には、商工会の経営指導員が事

業者よりも早く会場入りし、準備を始めます。ブースの基本装飾が出来上がると、事業者が続々と会場入りし、各々のテーブルの上に商品棚を作るなどして商品を展示していきます。



事業者より先に会場入りし、ブースの基本装飾を行う様子

事業者がブースを一から作り上げるとなれば、事前の準備をはじめ、かなりの負担がかかります。初出展の事業者などは、どこから手をつければ良いのかわからない事業者も少なくないでしょう。淡路市商工会では、商工会がブースの基本装飾をはじめ、様々なところで事業者のサポートを実施しているため、事業者の負担がかなり軽減され、事業者の満足度向上、成約率アップに繋がっています。



持参した商品を並べる株式会社今井ファーム 今井専務取締役

商工会として間仕切りのない連結ブースにすることで隣り合う事業者同士の接点が増え、淡路市商工会のブースは毎年活気が溢れています。例えば、株式会社今井ファームの今井専務取締役がバイヤーと話をするなかで、そのバイヤーの要望には自社より隣で出展する有限会社くろだの黒田社長の方が応えられそうだと思えば、横を向いて「黒田さん」と声をかけ、黒田社長と一緒に話を聞いたりもします。商工会として出展し、間仕切りのない連結ブースをつくと、このようなちょっとしたやり取りが頻繁に発生します。

常に次のステップを目指す

淡路市商工会の凄いところは、事業者のサポートだけではありません。商談会当日になると、他地域の商工会や事業者の出展ブースを回り、情報収集を行います。

例えば、会場内を回る中で参考になるブース作りや商品の見せ方があれば、次の商談会に活かすべく、他地域の商工会や事業者の方々と名刺交換をしたり、写真を撮らせてもらったりしているそうです。ちなみに、2019年の地方銀行フードセレクションで、阿津係長に模範となる商工会に関してお聞きしたところ、「例年ですが、佐賀市南商工会（佐賀銀行）は凄いですね」とのことでした。

事業者が新たな事業者を呼び込む

淡路市商工会のように事業者同士の連携が強く、商談会で多くの成約を獲得するようになると、経験者がまた新たな事業者を地方銀行フードセレクションに呼んでくる好循環が生まれます。今回初出展だった株式会社フレッシュグループの森社長は「今井さん（今井ファーム）が地方銀行フードセレクションに出展して良かったと話していたので、出展してみようと思った」と言います。

これは株式会社フレッシュグループに限った話ではないと思います。その理由の一つとして、地方銀行フードセレクション閉会時に、互いに協力し合った事業者同士で「来年もみんなで出展しましょう」という良い流れができることが大きいと考えています。その上で淡路市商工会を中心に商談会の経験者が地域の新たな事業者を誘い、地方銀行フードセレクションに出続けています。

阿津係長は「2020年もまた新たな事業者を交えて参加したい」と言いますが、今年はどのようなブースが出来上がり、事業者が参加するのか楽しみです。



但馬銀行のスタッフ（両端）、株式会社今井ファーム 今井専務取締役（左）、有限会社くろだ 黒田社長（真中）、株式会社池上 齋藤取締役（右）

③ 今井ファーム、北坂たまご (淡路市商工会) の取組事例

淡路市商工会の事業者へヒアリングをするなかで、事業者の取組み方としても非常に参考になるお話を頂戴しました。ぜひ皆さまの参考になればと思い、株式会社今井ファームと株式会社北坂たまごの取組事例を紹介致します。

株式会社今井ファーム (2年連続 2回目の出展)

商談会には出続けることが大切

淡路島産のたまねぎを栽培し、たまねぎスープやたまねぎドレッシングを販売する株式会社今井ファーム。今や商談会に出展すれば、次々と商談をこなす同社も商談会に初めて出展したのは数年前のことでした。初めて出展した商談会では3日間で1件も成約を獲得できなかったそうです。翌年、同じ商談会に出展してようやく1件の成約を得ることができたとお伺いしました。

同社の今井専務取締役は「商談会には出続けることが大切」と言います。同社は商談会で成約できなかったときに「なぜ成約できなかったのか」を考え、次の商談会で新たな方法を試すことを繰り返してきました。たまねぎ農家として、たまねぎのみを販売するのではなく、販路開拓のために商品レパートリーを増やそうと、スープやドレッシングなどの加工品開発に着手したのもその一つです。

商談会以外にも、通販事業の強化など色々な取組みにチャレンジしてきた同社は、家族3人で経営していた数年前から今や売上高はなんと約30倍に拡大したとお聞きしています。実際、地方銀行フードセクションでも他県の事業者と積極的に交流し、数千万円の商談が成立しています。今では、今井専務取締役は「地方銀行フードセクションに出展すれば、全国の色々な事業者と出会えるため、出展するのが楽しい」と言います。



淡路市商工会 経営支援課 阿津係長 (左)
株式会社今井ファーム 今井専務取締役 (右)

株式会社北坂たまご (2年連続 2回目の出展)

「売り込む」のではなく、 「買いたい」と思わせる

「もみじ」「さくら」という純国産鶏を飼育する株式会社北坂たまご。同社の北坂代表によれば「日本の鶏だけで、日本で生まれ、日本で育った、日本の鶏」は国内に約6%しか存在しないそうです。北坂代表はそのような実態を含め、色々な人に「養鶏について知ってもらいたい」と言い、地方銀行フードセクションに出展します。

一般的に、事業者は「販路開拓」を目指して、様々な商談会へ出展すると思います。そのため、事業者は商談会で一生懸命自社商品の魅力をバイヤーへアピールしますが、北坂代表は少しスタンスが異なります。国内に純国産鶏が約6%しか存在しないことや鶏卵の大きさの違い、農作物の天然発酵肥料として使用できる鶏糞の話など、バイヤーに対して養鶏事業を知ってもらおうべく話をします。

皆さまも経験したことがあると思いますが、人というのは「他人から何かを売り込まれると見構えてしまう」傾向にあります。つまり、商談会で成約率を上げるためには、自社商品に興味を持ってくれたバイヤーに対して「売り込む」のではなく、「教える」というスタンスで対応し、バイヤーにその商品を「買いたい」と思わせるのがポイントです。実際、鶏糞に興味を持ったバイヤーが養鶏場の視察に来て、取引に繋がったケースもあるそうです。



株式会社北坂たまご 北坂代表

④ 唐津上場商工会、養父市商工会の取組事例

地方銀行フードセレクションでは、淡路市商工会のほかにも色々な好事例があります。そのうち、唐津上場商工会から出展した手塚製麺（佐賀銀行）の事例は面白いと感じました。また、但馬銀行と弊社が連携して出展することになった養父市商工会（但馬銀行）の事例を紹介致します。

手塚製麺（3年連続3回目の出展）

アンケート調査でバイヤーの足を止める

佐賀県玄海町で創業80年を超える老舗製麺事業者の手塚製麺。従業員わずか数名で、うどんやそば、ちゃんぽん、ラーメンなど複数の製麺事業を営む同社は「玄海塩ちゃんぽん」をメイン商品に出展しました。

そのなかでバイヤーに立ち止まってもらう施策として実施したのが「みんなで選ぶ！次は○ちゃんぽんの番です」というアンケート調査です。商談会后、同社の手塚代表にお話をお伺いしたところ、このアイデアは唐津上場商工会からの提案だったとのことでした。

アンケートの結果、一番人気は「豆乳」だったそうです。手塚代表は「豚骨」が最も票を集めるだろうと予想していたため、「女性には豆乳は一定の人気があるが、男性バイヤーも豆乳へ投票する方が意外に多く、豆乳が一番人気だったことには驚いた」と言います。

バイヤーに立ち止まってもらうためのアンケート調査が自社商品のマーケティングを兼ね、その結果から新たな気付きを得ることは商談会を有効的に活用できている事例の一つだと思います。商工会等を経由して出展すれば、手塚製麺のように商談会対策のヒント・アイデアを得ることもできます。



写真左：アンケート調査の看板（赤いシールが投票数）

養父市商工会（初出展）

銀行とRBSの連携による初出展

本誌36号での広瀬市長（兵庫県養父市）のインタビューをきっかけに、但馬銀行と連携して養父市商工会へ地方銀行フードセレクションの出展を提案しました。その結果、商工会が主導する形で3小間分の出展枠を確保し、地域の顔となる4事業者（大徳醤油株式会社、株式会社谷常製菓、株式会社樽正本店、やぶパートナーズ株式会社）が出展しました。

兵庫県では、地方銀行フードセレクションで模範的な取り組みをする淡路市商工会が出展しており、今回が3回目の出展であったため、淡路市商工会の事例を紹介する等して銀行及び商工会同士の良い連携、繋がりも生まれました。養父市商工会に出展後の感想をお聞きしたところ、「他の商談会に比べて、事業者の満足度が高いと感じる。今年は初出展だったため、商談会に比較的慣れた事業者4社で出展したが、来年は商談会経験の浅い事業者も混ぜて出展したい」とのことでした。また、但馬銀行は養父市商工会の成功事例を機会に「但馬地域の他の商工会にも提案し、次回はまた新たな商工会が出展できるよう取り組んでいきたい」と言います。



大徳醤油株式会社（左上）、株式会社谷常製菓（右上）
株式会社樽正本店（左下）、やぶパートナーズ株式会社（右下）

参考にしたい 2019 年のブース事例

2019 年もハイレベルな仕上がりの出展ブースが数多くありました。来場バイヤーに立ち止まってもらうべく、事業者の出展ブースのレベルは年々間違いなく向上しています。番外編として、いくつかのブース事例を紹介致します。

これぞ「一目見てわかるブース」 (株式会社龍宮堂／伊予銀行)



バックパネル 3 枚を余すことなく有効活用し、模範的な「一目見てわかるブース」を作った株式会社龍宮堂。「いりこと 野菜のおいしいコラボ ベジリコ」というキャッチコピーは、商品が「何」であるのかを伝えるのに必要最小限の文字数 (18 字) であり、一目見て「何」を取り扱う事業者であるのかわかります。初出展の事業者や出展経験の浅い事業者の皆さまに参考にさせていただきたい事例です。

初出展でも商工会で出展するとこうなる (合同会社友幸素舎／佐賀銀行)



地方銀行フードセレクション初出展の合同会社友幸素舎。佐賀市南商工会の協力を得ることで、同社のブースはこのように仕上がります。商工会等を経由して出展すれば、初出展の事業者でもこれほど完璧なブースを作ることができます。そして、「一目見てわかるブース」作りというポイントもしっかりと抑えています。

明るいブースは間違いなく目立つ (株式会社成美／大分銀行)



「一目見てわかるブース」と同じくらい重要なポイントは「明るいブース」を作ることです。株式会社成美のブースを見ていただければ、その理由を説明する必要もないでしょう。明るいブースはとにかく目立ちます。ポイントは「ちょっと明るくしすぎたかな」と思うぐらいにすることですが、個人的にはバックパネル 1 枚につき 1 照明 (1 小間 3 枚なので 3 照明) は最低限必要だと考えています。

「大量陳列」のインパクトは絶大 (佐野味噌醤油株式会社／RBS)



佐野味噌醤油株式会社は様々な種類の味噌をテーブルに並べていました。商品が小さく、一つではインパクトが弱いものやパッケージが少し目立たないものでも、同一商品 (種類が異なっても、写真のように「味噌」で共通しているもの) をピラミッド型に積み上げたり、大量に陳列すれば、見た目のインパクトは絶大になります。

キャッチコピーは大きな字で短く (株式会社豊受／横浜銀行)



バイヤーの足を止めるためには、キャッチコピーも重要です。しかし、ブース内にいくつ感動的なメッセージを小さな字で長々と書いても、歩いているバイヤーの目には留まりません。大きな字で且つ少ない文字数でインパクトのあるキャッチコピーを掲げることがポイントです。株式会社豊受の「食べる炭、飲む炭」というキャッチコピーは抜群でした。私自身もこのキャッチコピーが気に入り、足をとめた一人ですが、同じようにこのキャッチコピーを見て立ち止まり、話を聞いたバイヤーはかなりいたそうです。

バイヤーをブースへ迎え入れる (株式会社早和果樹園／紀陽銀行)



一般的に商談会のブースは手前にテーブルがあり、その奥に人がいるパターンをイメージされる方が多いと思います。一方、株式会社早和果樹園はブースの奥にテーブルを設置し、そこに商品を展示しています。バイヤーに対して、テーブル越しに声掛けをするのと、手前にテーブルがない状態で声掛けするのでは、どちらの方がバイヤーに立ち止まってもらいそうでしょうか。私は後者ではないかと考えています。少しの感覚の違いですが、それはバイヤーを呼び止めるのではなく、ブースに迎え入れるという感覚になるためです。

バイヤーの思考を一つ先回りする (やぶパートナーズ株式会社／但馬銀行)



水産系の事業者がブース内に水槽を設置するケースは過去にもありましたが、2019年は苗木を設置する事業者が複数社出展していました。やぶパートナーズ株式会社は朝倉山椒の加工食品をメインとする事業者ですが、朝倉山椒の苗木を会場に一本持参していました。実際、苗木に顔を近づけると、朝倉山椒の良い香りが漂ってきました。加工食品の場合、商品に興味を持ったバイヤーが加工前の食材を見てみたいと思うのは自然な流れです。バイヤーの思考を一つ先回りすれば、このように効果的なPRをすることもできます。

バイヤーの視界に入りやすくする工夫 (伊賀市商工会／三重銀行)



会場の入り口付近にあった伊賀市商工会（株式会社福岡醬油店、合同会社大地、メリ樹～Meriju～）の連結ブース。入り口付近は一見好立地に思えますが、会場中心を目がけて歩くバイヤーに通り過ぎ去られてしまうリスクがあります。伊賀市商工会の場合、写真手前から人が流れてきていたため、テーブルを斜めに設置していました。これにより歩いてくるバイヤーの視界に入りやすくなりました。このようなブースはこれまでに見たことがなく、少しでも多くのバイヤーに立ち止まってもらう面白いアイデアだと感じました。

食を通じて日本を元気に!

ご自宅に届くちょっと贅沢な逸品



「地方からの贈り物」通販サイトから商品をご購入いただけます!

ご自宅で産直・銘品をお楽しみください!

地方からの贈り物

検索

<https://chihou-gift.com/>



企業と金融機関をつなぐベスト・ソリューション・パートナー
リックビービジネスソリューション株式会社