

# 販路ナビ

## 販路マッチングナビゲート事業

### 新規性、独自性のある商品、サービスに 200人以上の企業OBが販路開拓を支援

独自性のある商品を開発しても、「実績がない」といった理由から中小企業やベンチャー企業の販路開拓は思うように進まないことが少なくありません。そんな企業を支援するため、近畿経済産業局などは、同局に登録した企業OBが、経験や人脈を活かして販路先を見つける「販路マッチング・ナビゲート」(販路ナビ)という事業を実施しています。平成16年にスタートし、すでに、この事業による成約件数は30件近く、成約金額は3億円を超えています。販路ナビでは、原則、関西地域の公的機関の推薦を得た「新規性、独自性」のある新商品やサービスが対象になっています。しかし、現実には、「売り」のある優れた商品で、経営者側に強い販売意欲があれば、販路ナビに参加できる場合もあります。

#### 関西や首都圏のマーケットに紹介

せっかくいい商品を生み出しても、ビジネスの実績がないと、売りたい企業の担当者に会ってもらえないケースはしばしば、あります。自社が営業の担当者を置く余裕のない企業もあります。このため、将来性がある素晴らしい商品でありながら、世間に知られず、売上が伸びないケースは少なくありません。

こんな問題を解決するために、経済産業省近畿経済産業局と社団法人関西ニュービジネス協議会(略称:NBK)が実施しているのが「販路マッチング・ナビゲート事業」(略称:販路ナビ)です。

この事業は、長年、企業に勤めて実務経験を積んだ商社などの企業OB(松下・日立グループ、オムロン、堀場製作所など)や産業支援型NPO(社会活動をする民間の非営利組織)に所属している人たち計約2百数十人が、その知識、経験、人脈を通じて、新商品の販路を求めて橋渡しに導く(ナビゲート)ものです。販路の紹介先は卸、小売、商社、メーカーなどでターゲットは関西と首都圏の市場です。

## **ガイドラインを基に成功報酬を決める**

成功報酬はナビゲーターと企業の間で、一定のガイドラインをもとに協議して決めます。もちろん、条件が合わなければ契約締結の必要はありません。もっとも、販売先が見つからない場合も少なくありません。この場合は、なぜ、買ってくれないかなどを調査した「市場評価」をまとめ、プレゼンした企業の商品改善の参考にしてもらおうことにしています。

## **毎月、ナビゲーターを前にプレゼンし、販路開拓へ**

企業とナビゲーターをつなぐのは毎月1回、大阪府中央区大手前の近畿経済産業局大会議室で開かれる「商品プレゼン会」です。ここで、毎回、販路開拓を希望する企業5社程度が、ナビゲーターを前に自社商品等のプレゼンテーション（発表・紹介）を行います。そして、担当するナビゲーターが決まると、プレゼンをした企業を訪問して詳細な打ち合わせを行い、信頼関係を築いたうえで成功報酬契約を締結、販路開拓活動に入ります。

一社のプレゼンにつき数人のナビゲーターが手を挙げることもありますが、一人も手を挙げない場合もあります。

販売先と制約ができた場合に、企業が成功報酬をナビゲーターに支払います。報酬率は概ね売上の3～10%で、報酬期間は原則として、最初の売り上げがあつてから1年間です。しかし、契約は本来、自由なため、こうした原則から外れても構いません。

このプレゼン大会に参加する前にもうひとつ、事務局によるヒアリングがあります。ナビゲーターを営業の代行者と誤解しているなどの事業者がいるためです。

## **販路ナビ参加の要件**

販路ナビに参加するための要件は次のようなものです。

原則として、自治体・中小企業支援センター、金融機関、投資会社、監査法人等の公的機関から、商品や営業戦略等を踏まえた事業性や成長面で「一定の評価を受けた企業」に限定しています。そこで、商品プレゼンの前に、これら機関から推薦を受けることが必要になるため、各地の中小企業支援センターなどにまず、相談することになります。

販路ナビに参加するためには、商品に特徴（長）、つまり「売り」があること。ライバル商品と比べ優位性を説明でき、それを説明する資料提示ができること。

さらに、ナビゲーターは、つなぎ役であって営業代行ではないので、企業自体に営業意欲があることが前提になります。

販路ナビ参加の要件は次の通りです。

#### 要件 1

- 1 概ね創業から 10 年以内の企業、または新分野進出に取り組む第二創業企業
- 2 「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」など中小企業支援法による計画認定企業
- 3 公的機関からの技術開発費補助金等を活用して商品開発を成功させた企業

事業性については

- ①自治体、中小企業支援センターの「事業化可能性評価委員会」等でその事業性等が評価された企業
- ②ビジネスインキュベータ等公的支援機関に入居している企業であり、その事業性等がインキュベーションマネージャー等から評価された企業
- ③取り引き先金融機関、投資会社、監査法人等からその事業性が評価された企業一となっています。

#### マッチング成功率は 2 割

平成 16 年 9 月にこの事業がスタートして以来、昨年 4 月 1 日までの参加企業は 125。このうち、成約にこぎつけたのは 27 件で約 2 割の成功率で、成約金額は約 3 億 1000 万円に達しています。最近の数字は現在、集計中で、この数字はさらに増加しています。

#### 参加企業自体に強い営業意欲があること

ところで、この事業はナビゲーターが「営業代行」するものではありません。あくまで、ナビゲーターが経験と人的ネットワークを生かしてマッチングの橋渡しをするもので、成約後の営業努力は参加企業が行います。

ほとんどの商品は機能面からみて代替できる類似品があるものです。従来のもので間に合っていれば、買う側は危険を冒してすぐに、新製品に飛びつくものではありません。買い手としては、売り手のアフターケア、メンテナンスがしっかりしていないと腰が引けるため、売り手の強く激しい営業意欲が必要ということです。考えようによっては、「オンリーワン」的な製品ほど代替物がないから怖いわけで、「こんないい商品だから、絶対、売れるはず」という発想は禁物といえそうです。

また、売り手は販売戦略を立てて、どこに売り込むかというターゲットを明

確にしておかないと、ナビゲーターは自分の信用を賭けて仕事をするから、簡単にマッチング支援の手を挙げにくい、ということです。

なお、プレゼン発表の要件はかなり、厳しいようですが、独自性のある良い商品で、事業主に強い販売意欲と計画性があればプレゼンテーションできる場合もあるということで、売れそうないい商品をお持ちの方は、まず、近畿経済産業局にお問い合わせください。

**近畿経済産業局 産業部創業・経営支援課 創業促進係**  
**住所 〒540-8535 大阪市中央区大手前 1-5-44**  
**TEL 06-6966-6014(直通) FAX 06-6966-6078**

まとめ 株式会社大阪彩都総合研究所  
橋本 剛