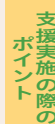




事業申請から採択までの経緯

- 事業者は、釜石市主催の経営者向け講習会に参加したことで支援主体と接点を持ち、本事業を紹介された。申請に先立ち支援主体主催の事業説明会に参加したことで、支援の流れや内容について具体的なイメージを持つことができた。
- 支援を申請する前、事業者は、メイン商材であるホタテについて、取引先や消費者に対し食材としての魅力を伝え、ひいては永続的に会社を継続していくためには、どのような方策が考えられるかを検討する必要性を感じていた。そこで、改めて事業環境などを踏まえて、事業者の立ち位置を見直すとともに、経営理念や行動指針などを言語化し、ロゴマークとして可視化していく必要があることを認識していたが、自社のみで進めるにはノウハウの不足を感じていた。他方で、創業者であり社長である父の事業に対する思いは経営理念を定める上で譲れないとも考えていた。父の思いとは、①最高品質のホタテを釜石から全国へ届ける、②お客様には感動を、漁師には誇りを感じてもらい、③三陸を本来のあるべき姿にする、物心両面で豊かな三陸にである。
- 事業者は、事前に支援主体から、①事業者の経営理念を言語化し、②①の成果物を販売促進ツールのデザインに反映させる旨の2点を申請書に明記するようアドバイスを受けた。



【事業者起因】

事業者において、将来に向けた明確な課題感と支援を受けたいことが申請時点で明確であったことがポイント。



専門家マッチング

- 事業者が、課題特定支援で最初に紹介された専門家は、支援の進め方として、事業者が主導的に動き、専門家がサポート的な姿勢で関与するスタイルであった。事業者としては、経営理念などの言語化や可視化のための作業の進め方について知識がなく、課題対応に主導的に動いてくれる専門家から支援を受けたいと思っていたため、専門家を交代してもらった方が良いと判断し、速やかに支援主体に伝えた。
- 事業者が、専門家の進め方について、自身の希望とのミスマッチが起きている点と今後の要望を支援主体に伝え、支援主体において事業者の要望に沿う専門家の選定について検討し、その後、新たな専門家に変更された。



【事業者起因】

事業者が、専門家を交代してほしい旨を支援主体に速やかに伝えたことが重要。

【支援主体起因】

事業者が望む専門家の支援スタイルについては、事前の把握が困難な場合もあり、実際に支援が開始されてからでなければ事業者と専門家それぞれの支援に対する姿勢の組合せがどのようなものかが判然としないケースもある。このような場合、支援主体は専門家マッチング後であっても、事業者にどのような支援の進め方を希望しているのかを改めてヒアリングすることや、状況によっては本事例のように希望するスタイルの専門家に変更することも必要である。



課題特定支援／支援計画策定

- 事業者は、申請時点で自社の経営理念や行動指針の言語化を行った上で統一感のある販売促進ツールのデザインの作成を支援してほしいという希望が明確であったことから、課題特定支援ではその旨を最初に専門家に伝えた。
- この要望を受け、専門家は会社の現状や業務を行う上での事業者の考えなどについてヒアリングを行い、支援期間と予算の中で実施することを事業者に伝えた。
- ここまでは、最初に紹介してもらった専門家も交代後の専門家も同様であった。しかし、支援の進め方として、最初の専門家は事業者の考えを尊重することを重視しており、進め方についての知識が不足している事業者としては不安を感じた。
- 交代した専門家からは、いつまでに何を取り組むべきという提案や、社内の担当者以外で取組への協力が必要な従業員への提示などがなされたため、事業者としては納得感があった。

- 交代した専門家との課題特定支援では、初回に訪問でのヒアリングが行われ、改めてこの支援における事業者としての考えを伝えた後は、メールや電話等での連絡となった。事業者としては、メールや電話で打合せを重ねたことにより高頻度で意思疎通ができたと感じている。
- 経営理念や行動指針、販売促進ツールのデザインなどについては、事業者内で話し合うことが多かったが、言語化や可視化のための作業に第三者である専門家の視点が入ることで、専門家の知見による新たな観点を提示してもらうことができ、事業者としても自分たちだけで検討をするよりも選択肢が広がったということが重要な経験だったと感じている。

支援実施の際のポイント

【事業者起因】

課題特定支援において、事業者が自身の希望する支援内容について明確に専門家に伝えていることがポイント。

事業者において、支援の進め方について専門家と納得できる話し合いが行われることが重要。

事業者は第三者である専門家の視点で専門的な知見による新たな観点を提示してもらい、事業者として選択肢を広げることが重要。

【専門家起因】

専門家において、事業者の希望する連絡手段や連絡頻度を踏まえて、事業者との適切な対話の方法を選択することが、事業者の満足度を高めて納得感のある支援を行うことにつながる。

課題特定支援の際に、専門家が事業者に対して、いつ何に取り組むべきかや、事業者の取組体制等を明確化することが、事業者にとって納得感のある支援につながる。



課題解決支援

- 経営理念の取りまとめに当たっては、社長に対しても専門家からヒアリングが行われたため、社長の考えを改めて再認識する機会になった。
- 経営理念や行動指針の言語化や経営理念に基づくロゴマークのデザインなどについての打合せは専門家との間で念入りに進めた。
- 専門家との対面での打合せは時間的な制約もあり限界があったが、メールでのやり取りは週1回程度以上の頻度で行われ、お互いの考えをしっかりと伝え合っていたと感じている。
- 課題解決支援計画において、いつ何に取り組むべきか、各取組を踏まえ次の取組にどのように移行するかが綿密に計画され、その旨も説明されていたので、自分が現在何のための作業をしているのかを理解することができ、納得しながら支援を受けることができた。
- 本支援による言語化作業の結果、経営理念等を次の通り定めた。ビジョン「1000年かかっても、三陸をあるべき姿に」、理念「心のこもらぬ100個よりも、心をこめた1個」である。

支援実施の際のポイント

【専門家起因】

支援におけるその時々取組が何を目的に行われ、次の取組にどのようにつながるのかについて専門家と事業者の間で共有することが、事業者の納得感と主体性を高めることにつながる。



左から、常務の君ヶ洞秀綱氏、社長の君ヶ洞幸輝氏、専務の君ヶ洞剛一氏



支援を受けて新たにデザインした包装材