



結の場参加申請経緯

- 商工会議所による説明会で結の場を知った。説明会では、参加する支援提案企業を把握することができ、結の場での支援内容のイメージが明確になった。支援提案企業から新商品開発に係るマーケティングの助言を受けることを目的に、参加の申請を行った。
- 申請に当たり、結の場当日用のプレゼン資料の様式が配布されたが、その時点ではプレゼン資料の作成のためのアドバイスはなかったと記憶している。また、支援提案企業への商品サンプル送付についての説明も受けた。



【支援主体起因】

事業の周知に当たっては、商工会議所等の多様な機関と連携し、まずは事業者には事業の存在を認知してもらい、関心を持ってもらうことがポイント。



結の場へ向けての準備段階

- 事業者が希望するマッチング相手となる支援提案企業の選定においては、支援主体から何度も事業者の確認があった。また、結の場当日の事業者のプレゼン内容や取扱商品の説明資料についても、支援主体から助言があり、丁寧にサポートしてくれたが、日常業務に忙しく、支援主体によるサポートを十分に活かしきれなかったと思い返す。
- サポートを十分に活かしきれなかった結果、支援提案企業からどのような支援を受けられるか、どのような連携ができそうかなどについての検討を当日までに深めることができず、満足のいく準備ができなかったと感じる。また、新商品開発に係るマーケティングの課題感を支援提案企業に伝えきれなかったことも後悔している。
- 結の場の開催前に支援提案企業の情報を確認するなど、もっと主体的に行動すべきであったと考えている。



【支援主体起因】

支援主体は、結の場当日のプレゼン資料の準備や商品サンプルの送付等、どのような準備が必要なのかが分からない事業者も一定数存在することを認識の上、事前準備として何をしておくか効果的かを事業者にアドバイスすることが重要。

【事業者起因】

結の場当日に事業者が参加目的を達成するためにも、支援主体のサポートを得ながら、限られた時間の中で、効率的かつ効果的な準備を行うことが重要である。



結の場当日

- マッチングした支援提案企業を事前に認識していたが、大手企業との取引経験が少なかったことや事前準備が足りなかったこともあり、新商品販売に係るマーケティングについてどのような支援を受けられるのかイメージを持つことができず、結の場のゴールも設定できていなかったため、課題感を支援提案企業に伝えきれなかった。
- ファシリテーターは、冒頭に支援提案企業の紹介やタイムスケジュールの説明を行った後は、支援提案企業との会話の話題が途切れた時に話をつないでくれていた。全体的な印象としては、支援提案企業との会話を妨げない適度な関与の仕方であったと感じている。
- 支援主体も含めた3人で1台のパソコンを使う環境であり、音声の不鮮明になり、発言が支援提案企業側に伝わりづらかったと記憶している。

【支援主体起因】

ファシリテーターは、事業者と支援提案企業の会話の状況に応じた関与が重要。

パソコン操作の慣れ・不慣れなどの参加者の特性に応じた参加方法等を検討し、柔軟に対応することが重要。

【事業者起因】

支援提案企業に自社の状況や課題を伝え、自身の参加目的を達成するためには、事前準備の段階で、状況や課題を分析するとともに、プレゼン資料の作成や支援提案企業の分析を行っておくことが重要。

**結の場後のフォローアップ**

- 支援主体による商談の調整やバイヤー紹介などのフォローも受けながら継続してコミュニケーションを行ったことで、支援提案企業数社（大手飲料メーカー、大手小売りスーパー、大手仲卸事業者）と取引開始に至り、取引は現在も継続している。
- 支援主体からは、結の場後のフォローアップ期間に関する説明がなかった。フォローアップ期間によって、事業者として支援主体にどのような相談をするかが変わってくるため、明示して欲しかった。
- また、フォローアップ支援が行われる際に、支援主体の担当者が固定されているとありがたい。

【事業者起因】

結の場における支援提案企業とのマッチングの機会を契機に、支援主体の支援を受けつつ、その後の継続的な情報交換などを主体的に行うことで取引の創出につなげている。

【支援主体起因】

支援主体がフォローアップの期間を事業者に明示することで、事業者はどのような内容の支援を相談できるかを考えることができ、効果的なフォローアップが期待できる。

フォローアップを行う上で、同じ担当者が継続して行うことや、複数人であっても、支援主体内で支援等に係る情報の共有や引継ぎを行うことで、継続したフォローアップを事業者が受けやすくなる。



代表取締役社長 及川善弥氏



主力商材の「旅するかまぼこ」