

●2013年度 結の場へ参加



## 結の場参加申請経緯

- 組合員のために何ができるかということを中心に考えており、これまでも組合として展示会に参加するなど対外アピールの機会を設けてきたところ、商工会議所から結の場の紹介があり、対外アピールの場の一つとして参加した。
- 組合員各社向けに参加を募った結果として6社に組合自身を含め7社で参加することになった。参加募集は組合が行い、全体の取りまとめは商工会議所が行った。
- 支援主体から事前説明を受け、結の場は単なる商談会ではなく地域振興事業という認識を持った。組合としても直ちに売上げにつながるような連携を求めるのではなく、地場産業の発展という広い視点を持ち、対話した内容がいつか何かにつながれば良いという考えで参加した。
- また、組合員との交流やセミナーテーマの希望を集める中で、組合員の共通課題として、営業力・提案力の不足と企業力向上のための人材育成の必要性を感じていた。
- 参加申請に当たり、支援主体の担当者には疑問点や確認点を電話で確認するなどをしたが、非常に熱心に対応してくれた。

支援実施の際の  
ポイント

### 【事業者起因】

地域振興のためのマッチングの場という結の場のコンセプトを事業者が認識し、地場産業の発展という中長期的な視点を持って、結の場に参加するという考えを組合員と共有したことがポイント。



## 結の場へ向けての準備段階

- 当日有意義な対話をするためには、事前準備が重要ということを認識していたため、こうした場に初めて参加する事業者に対してはレクチャーが必要だと考えていた。
- 組合員に対する情報連携手段が確立されており、支援主体からの情報を遅滞なく組合員に知らせることができていた。
- 商工会議所が支援提案企業と参加事業者の情報を取りまとめた資料を事前に配付してくれたため、確認の上で当日を迎えた。
- 感覚的には結の場に参加した組合員の3割程度が、支援提案企業とどのような連携ができるかのイメージができない状態で終わってしまった印象がある。中長期的な視点で事業者と支援提案企業がどのような連携ができるかを協議するのは難しいと感じた。このため、地域振興をコンセプトとしたマッチングでは、直ちに結果に結びつくような取組ではないということを事業者に伝えて、短期的な成果にこだわらない対話を支援提案企業と行うことが重要と考える。

支援実施の際の  
ポイント

### 【事業者起因】

グループで参加する場合、取りまとめを行う団体は必要な情報を遅滞なく展開できる連絡手段を有していることが重要。

幹事となる団体は事前準備段階における支援の必要性を事前のコミュニケーションやアンケート等により把握し、必要に応じて参加事業者に対し事前レクチャーを行うことも重要。

### 【支援主体起因】

地域振興や地場産業の発展をコンセプトとして結の場を開催する際には、短期的な視点で成果を求めるのではなく中長期的な視点で支援提案企業との連携を目指すことを事業者に事前共有することが重要。



## 結の場当日

- 支援提案企業が20～30社ほど参加し、当日のタイムスケジュールは支援提案企業が7班に分かれ、全ブースを回り約20分間、話をする形式で行われた。
- 商工会議所職員がファシリテーターとして入ったブースもあったが、支援提案企業として大学が入ったブースではファシリテーターを大学教授が行ってくれた。

- 支援提案企業から提案を受けるだけでなく、事業者からもこういった連携は考えられそうかと提案できる雰囲気であった。支援する側・支援される側という立場ではなく、互いに意見を出し合って対等な関係で対話することができた。
- 一方、事前配付シートはあったものの、実際に話してみるとどういった連携ができそうか把握しかねる部分があった。組合自体の業種が限られているため、支援提案企業の範囲が広すぎても対話が難しいと感じた。最初のマッチングの際にもう少し互いの情報交換ができていたら良かったのではないかと感じた。
- 活発な意見交換ができた支援提案企業もあれば、事前に資料をもう少し確認して具体性のある提案をしてほしいと感じる支援提案企業もいた。
- 当日も開催前の認識と変わらず、地場産業の発展のために何ができるかを主体的に吸収し考える場としても活用できた。事業者と支援提案企業ともに、直ちに結果に結びつくわけではないという意識を持って参加することが重要と感じた。

支援実施の際の  
ポイント

#### 【支援主体起因】

支援提案企業においても事業者のサービス内容や課題をあらかじめ理解してもらい、どのような提案が可能かを想定した上で参加してもらうことが重要。

有意義な対話をするためにはどういった情報が必要か、先に聞いておきたいことはあるか等を支援提案企業や事業者事前に確認をすることで、当日の対話をより具体的にイメージしてもらうことも重要。



#### 結の場後のフォローアップ

- 結の場でつながった支援提案企業と複数回の打合せを重ね、主に次のような連携が生まれた。自力で対応できたため、全体を通して支援主体のフォローは受けなかった。
- ① 福島県内の大学との連携により、福島市内の養護学校で利用するプールへの入出介助用昇降機の製作を検討したが実現には至らなかった。
- ② 支援提案企業からの紹介による東京ビッグサイトでの展示会への参加
- ③ 支援提案企業の協力による仙台駅中でのデジタルサイネージ掲出
- ④ 支援提案企業の協力による情報誌「月刊サミット」への記事掲載
- また、ある大企業の協力を得て、提案営業力養成講座、チームリーダー力養成講座、QCサークル（企業内小集団活動）におけるリーダー養成研修の講師をしていただいた。組合が主体となり福島商工会議所との連携により開催し、結の場に参加した事業者を含む120名程度の組合員が参加した。組合全体に訴求できるような研修を実施したいと考えていたため、非常に良い機会であった。
- さらに、組合主催で別の大企業への工場視察も行い、大企業の考え方を学ぶ良い機会となった。
- 結の場での支援提案企業との対話に加え、大企業による研修や工場視察を経る中で、将来的な組合の在り方を考える良い機会となった。組合の方向性を考える中で、組合員の利便性向上のために、個々の組合員では高額で管理が大変な測定器を組合が購入し、組合員に貸し出すのはどうかというアイデアが出た。そこから、そのためには手狭な事務所の移転が必要ではないかという意見も出たため、現在移転準備を進めている。結の場を起点として、組合の在り方の再検討につながったとともに、各組合員から主体的な提案がなされるなど、これまでになかった組織風土が醸成されたことは一定の成果であったと考えている。

支援実施の際の  
ポイント

#### 【事業者起因】

結の場での支援提案企業との対話の中で、何らかの連携可能性を感じたら、主体的に継続的な関係構築に取り組むことが重要。

申請段階から短期的な成果ではなく、中長期的な連携を見据えて、業種や規模を問わず多数の支援提案企業と幅広い視点で対話できたことが連携事業の創出や他の取組への段階的な波及につながっている。



結の場当日の様子



結の場をきっかけに仙台駅に掲出したデジタルサイネージ