



専門人材の活用に係る参考事例集

金融庁
平成26年3月



【はじめに】

本事例集は、中小企業等に対する経営支援に際して専門人材の活用を図った事例を収集しております。

このような事例を還元・公表することにより、金融機関における専門人材の積極的な活用を促すとともに、その他の経営支援の担い手の方々が行う経営支援等の一助にさせていただくことに加え、中小企業等においては自らの事業拡大や経営改善等の取組みの参考としていただくものです。

なお、本事例集は、専門人材の活用に係る事例の一部を取りまとめたものであり、当庁としての見解を表すものではありません。

< 目 次 >

ものづくり支援

I. 外部機関を活用した事例

- | | | |
|----------|----------------------|----------|
| 1. [東京都] | (公社)日本プラントメンテナンス協会 |P 1 |
| 2. [群馬県] | (公財)群馬県産業支援機構 |P 2 |
| 3. [愛知県] | (株)オージェイティー・ソリューションズ |P 3 |
| 4. [広島県] | NPO法人ATACひろしま |P 4 |

II. 金融機関独自の活用事例

- | | | |
|-----------|---------------------------------|----------|
| 5. [岩手銀行] | TeSNet(テクニカル・ソリューション・ネットワーク)倶楽部 |P 5 |
| 6. [伊予銀行] | ものづくり支援チーム |P 6 |

販路拡大支援

I. 外部機関を活用した事例

- | | | |
|-----------|----------------|----------|
| 7. [東京都] | 経営支援NPOクラブ |P 7 |
| 8. [千葉県] | NPOテクノサポート |P 7 |
| 9. [広島県] | (公財)ひろしま産業振興機構 |P 8 |
| 10. [岡山県] | (公財)岡山県産業振興財団 |P 8 |

II. 金融機関独自の活用事例

- | | | |
|-------------|-----------------------------|----------|
| 11. [北海道銀行] | 乳製品のブランド化による販路拡大 |P 9 |
| 12. [北洋銀行] | 食品産業の商品力強化・営業力強化に向けた支援態勢の整備 |P11 |

海外展開支援

I. 外部機関を活用した事例

- | | | |
|-----------|-------------------------|----------|
| 13. [東京都] | NPO法人国際社会貢献センター |P14 |
| 14. [福岡県] | 九経連国際ビジネス推進室(略称:IBC) |P15 |
| 15. [福岡県] | 福岡アジアビジネスセンター(略称:福岡ABC) |P16 |

創業支援

I. 外部機関を活用した事例

- | | | |
|-----------|-----------------|----------|
| 16. [群馬県] | 前橋市 |P17 |
| 17. [石川県] | ななお創業支援 |P18 |
| 18. [熊本県] | 熊本県中小企業経営支援連携会議 |P20 |

全般的な経営支援

I. 外部機関を活用した事例

- | | | |
|-------------|------------------------------------|----------|
| 19. [北海道] | (地独)北海道立総合研究機構、(公財)北海道中小企業総合支援センター |P21 |
| 20. [東京都] | サイバーシルクロード八王子 |P22 |
| 21. [埼玉県] | きらり川口OB人材マッチング協議会 |P22 |
| 22. [関東経産局] | 新現役交流会 |P23 |
| 23. [兵庫県] | (公財)ひょうご産業活性化センター |P24 |

II. 金融機関独自の活用事例

- | | | |
|--------------|------------------------------|----------|
| 24. [北洋銀行] | 企業支援ツール「企業戦略会議(CSM)」 |P25 |
| 25. [第四銀行] | だいし専門家派遣制度 |P27 |
| 26. [多摩信用金庫] | 課題解決プラットフォームTAMA |P27 |
| 27. [三島信用金庫] | 新現役(企業OB人材)交流会を活用した中小・零細企業支援 |P28 |
| 28. [浜松信用金庫] | 専門家派遣制度 |P29 |
| 29. [浜松信用金庫] | はましん新現役活用プラン |P30 |

※各事例がどのような支援に対応しているかは、主たる支援内容を踏まえ、分類しています。

※各事例が企業のどのライフステージに対応しているかは、右のとおり記載しています。

創 : 創業、新規事業創出

再 : 事業再生、業種転換

成 : 成長段階における更なる飛躍

廃 : 廃業

改 : 経営改善(トップライン改善等)

承 : 事業承継

I. 外部機関を活用した事例

1. (公社)日本プラントメンテナンス協会(東京都)

【支援概要】

- ✓ 多くの製造業(取引先)が抱える生産管理等の課題を支援するため、平成25年10月に広島県内4信金が中小企業基盤整備機構から紹介を受けた日本プラントメンテナンス協会(注1)との業務提携契約を締結
- ✓ 支援先に対し、事業価値向上、競争力の強化等を目的とした生産効率化プログラム(注2)を導入するための支援スキーム(注3)を実施

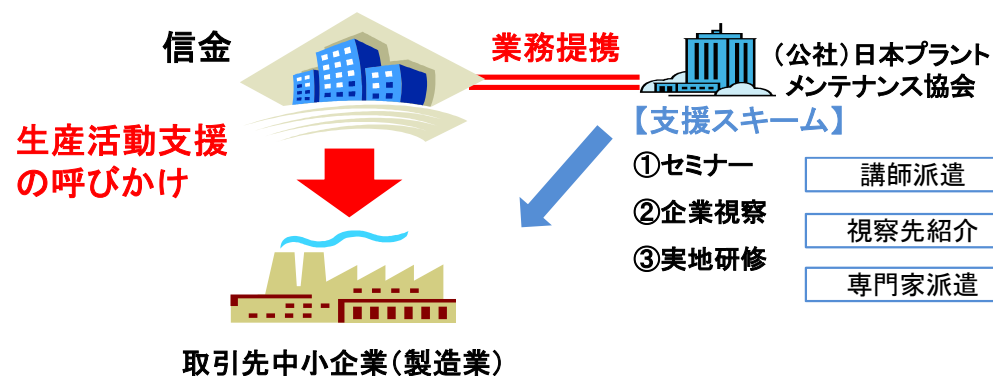
【専門人材例】

- ✓ 派遣される専門家は協会の技術アドバイザー(大手製造業技術者OB)

(注1)国内製造業の生産活動支援に実績がある公益社団法人。大手自動車製造業等のサプライヤー企業のOBを中心に技術力向上、モチベーション向上等の各専門家が所属

(注2)全員参加型生産保全活動(TPM活動)を指し、生産システム全体を対象としたあらゆるロス未然防止の仕組みを現場現物で構築し、生産部門をはじめ、開発・営業・管理等あらゆる部門に渡ってトップから第一線従業員に至るまで全員が参加し、重複小集団によるロス・ゼロを達成すること

(注3)支援スキームとしては
 ・現場力向上セミナー (年1回、無料)
 ・プログラム導入企業視察 (年1回、有料)
 ・現場導入実地研修 (1年間、有料)

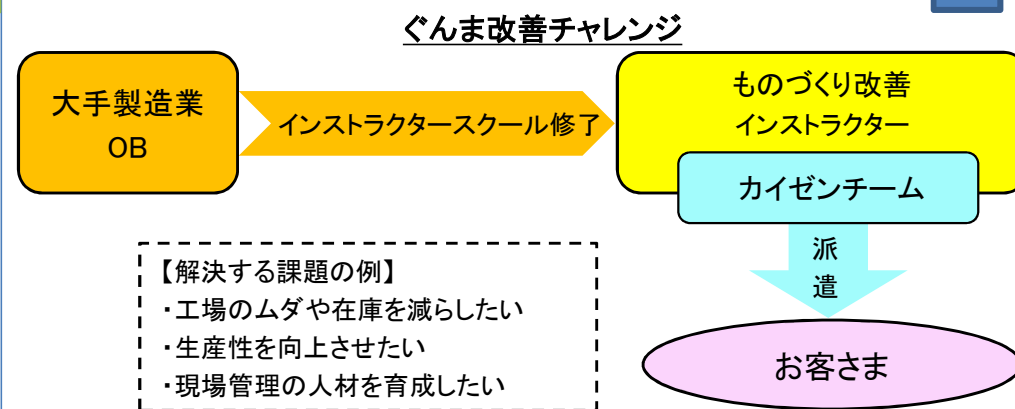


成 改

2. (公財)群馬県産業支援機構(群馬県)

【支援概要】

- ✓ 東京大学(ものづくり経営研究センター)と共同でカリキュラム開発した全国初の取組”群馬ものづくり改善インストラクタースクール”を修了した現場経験豊富な大手製造業OBを派遣



成 改

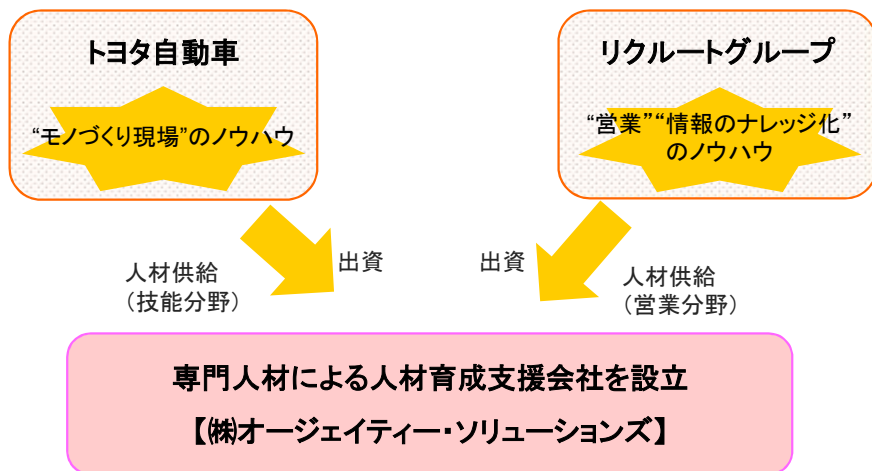
3. (株)オージェイティー・ソリューションズ(愛知県)

【支援概要】

- ✓ トヨタ生産方式をベースにした生産性向上の現場指導、人材育成
- ✓ トヨタ自動車の現場で「暗黙知」となっている要素を理論化・体系化した職場診断ツールにより、現場の現状・課題を“見える化”
- ✓ 顧客企業内で自律的に改善ができる人材を育成し、ソリューション終了後も継続して現場改善を実現

【専門人材例】

- ✓ トレーナー(TR)は全員トヨタ自動車の現場出身者。幅広い分野の知識・技能や改善スキル、100~500名の管理監督者としてのマネジメントスキルを持つエキスパート
- ✓ 営業担当はリクルート出身者が中心。TRが専門技能を発揮できる顧客企業の開拓や円滑な現場指導を実施できる経営層との期待値調整等を実施



支援サービスの流れ

事前工場見学
(TRによる実行可否判断)

- 所属TR・・・57名(26年1月現在)
- TRの専門技能・支援実績から、顧客ニーズに最適なTRを選定



職場診断

- 約250項目からなる職場診断ツールを使用して現場観察とヒアリング調査を実施



職場診断の報告
ソリューション提案

- 現場の現状・課題を“見える化”した職場診断レポートを元に課題解決策を提案

ソリューション実行
(約6カ月間)

- TR [2名]とプロジェクトコーディネーター(PCO) [1名]がソリューションを担当
- 顧客企業内に専任メンバー(3名以上)を含むプロジェクトチームを結成
- TRは現場の“家庭教師”として、メンバーが自律的に改善を推進できるよう指導
- PCOはプロジェクト活動を円滑に進めるため、対象職場や経営陣の理解促進、情報共有を担当
- 定例会議での進行中のプロジェクト内容の共有や過去の事例集等を通じた幅広い情報共有体制、専門技能・担当案件の一覧掲示により幅広いTRに助言を得る等のしくみあり



4. NPO法人ATACひろしま(広島県)

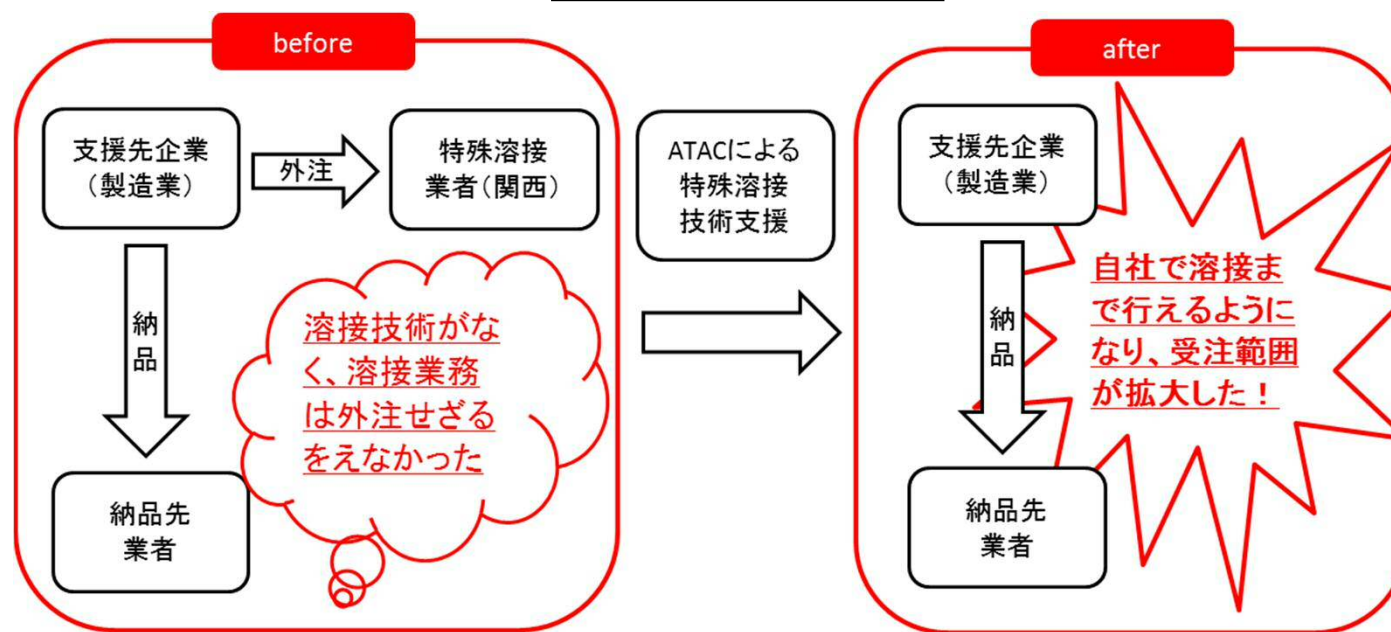
【支援概要】

- ✓ 機械加工、金型利用、溶接及び生産管理などに関する様々な課題に対しスピーディーな対応が可能な民間組織
- ✓ 大手製造業OB熟練技術・技能者等、経験豊富な人材を揃える
- ✓ 専門家がチームを組んで生産現場に入り、指導
- ✓ 実技指導、技術支援のみにとどまらず、機械のメンテナンスや生産管理、人材育成等に係る幅広いアドバイスを実施
- ✓ 登録専門家数:44名
- ✓ 利用できる対象企業に特に制限はなく、広島市内に事業所等があれば、1回(補助対象支援時間の上限は69時間)に限り、同市の補助が受けられる(平成25年度広島市補助事業)
- ✓ 利用者の費用負担は1時間あたり2,700円+交通費
(補助対象企業は、広島市の一部補助により1時間あたり1,800円+交通費)
- ✓ 1回の支援は平均30~40時間で終了

【専門人材例】

- ✓ マツダ(株)、三菱重工業(株)、(株)日本製鋼所出身者など大手製造業出身の技術・技能者

ものづくり技能者養成事業



Ⅱ. 金融機関独自の活用事例

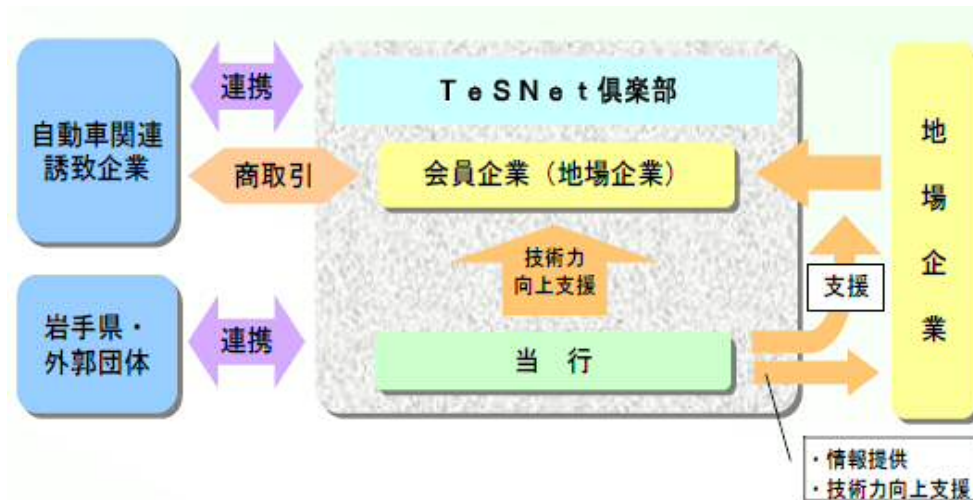
5. TeSNet(テクニカル・ソリューション・ネットワーク) 倶楽部(岩手銀行)

成 改

【支援概要】

- ✓ 県内自動車関連誘致企業に部品等を納入できる地場企業を育成し、「車」のものづくり文化を創造することを目指して設立した「TeSNet(テクニカル・ソリューション・ネットワーク) 倶楽部」の活動を通じ、誘致企業からの情報収集、会員相互の情報交換会、誘致企業OBによる会員企業への技術力向上支援等を実施

「TeSNet倶楽部」イメージ図



成 改

6. ものづくり支援チーム(伊予銀行)

【支援概要】

- ✓ 愛媛県の産業界には大手・中堅機械メーカー、造船関連産業、鉄鋼精密機器関連企業など多くの「ものづくり企業」が集積
- ✓ 大手企業のOB人材等を活用した支援チームを組成し、中小企業の事業活性化、新分野進出、開発、販路などの課題解決に専門性を活かしたサポートを提供
- ✓ 人材は、公募や大企業への働きかけによって、地域における潜在的な専門人材を発掘、活用

(支援分野)	(出身母体)	(具体的支援の内容)	(専門性を活かした強み)
技術開発	大手音響メーカー (jvcケンウッド) 50代	産業技術総合研究所、地元大学等との連携により、企業の技術開発をサポート	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 研究所を持つ大手企業で開発されたものの、使われなくなった知財(特許)を企業に紹介⇒開発コストの削減、他社技術の分析、新分野への利用等に効果
生産管理	大手機械メーカー (井関農機) 60代	生産工程、在庫管理などの改善ニーズのある企業へのアドバイス	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公的機関の研究内容を調査し、企業の事業方向性にマッチしたものを紹介、共同研究を提案 ⇒成長支援、知財化
知的財産戦略	大手家電メーカー (パナソニックヘルスケア) 50代	特許取得や他社特許把握等のニーズのある企業へのアドバイス	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 品質管理、生産管理などにおいて、大手メーカーでの経験を活かしたアドバイス ⇒経営改善、効率化
販路開拓	大手商社 (三井物産) 40代	大手メーカーとの商談会、「ものづくりB2Bネットワーク」の活用による販路支援	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 特殊な技術を持つ異分野企業のマッチングを提案 ⇒差別化商品の開発
補助金	経済産業省 現役出向 50代	「ものづくり補助金」などの制度紹介、申請書作成のアドバイス	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 大都市大手メーカーの需要動向を調査し、中小企業に還元。セミナー、商談会の開催 ⇒販路拡大

ものづくり支援チーム

営業店と連携してニーズ、シーズを探る

行員を「東京大学ものづくりインストラクター養成教室」に3か月派遣(全国の金融機関で初)

(課題)

- ☞ 企業自身が技術価値と現状打破の意識を持つことが重要。
- ☞ 支援を拡大していくには、マンパワーに限界があり、専門人材の拡充、専門分野の拡大(農業等)が必要。

(課題を踏まえた更なる展開)

「支援チーム」が産業集積地の機械工業組合に働きかけ、地域の技術者、経営者が集う「ものづくり拠点」を立ち上げる予定。
⇒ 技術関連、事業連携、販路拡大などの支援拠点に。

(取組みの評価)

- ☞ 大企業等での経験を活かした専門的支援は即応性があり、特に 技術的支援には効果的。
- ☞ 行政のU、Iターン政策とも連携して、同様の取組みが進めば、人材の地方回帰を促進することにつながる可能性。
- ☞ 金融機関の取組みを地域の取組みに発展させることで、支援の広がり地域力の向上が期待できる。

I. 外部機関を活用した事例

7. 経営支援NPOクラブ(東京都)

【組織概要】

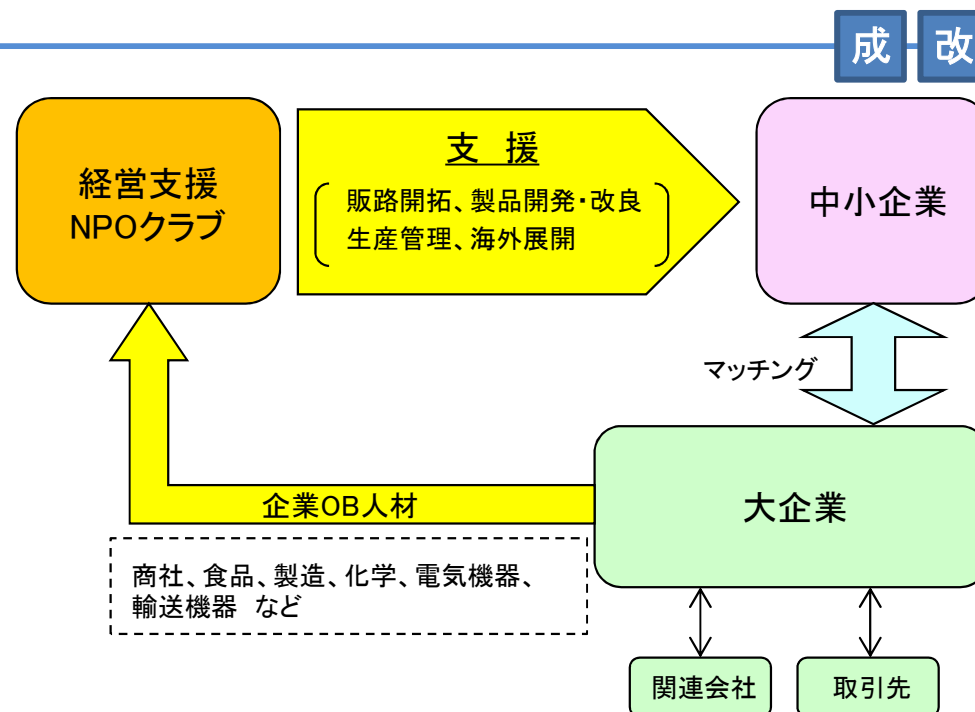
- ✓ 商社OBを中心として、主に中小企業の販路開拓の支援を目的に設立

【支援概要】

- ✓ 「現役時代に培った経験を活かして社会貢献をしたいというボランティア精神」と「新しい分野への知的探究心」が活動の原動力

【専門人材例】

- ✓ 企業OB人材



成 改

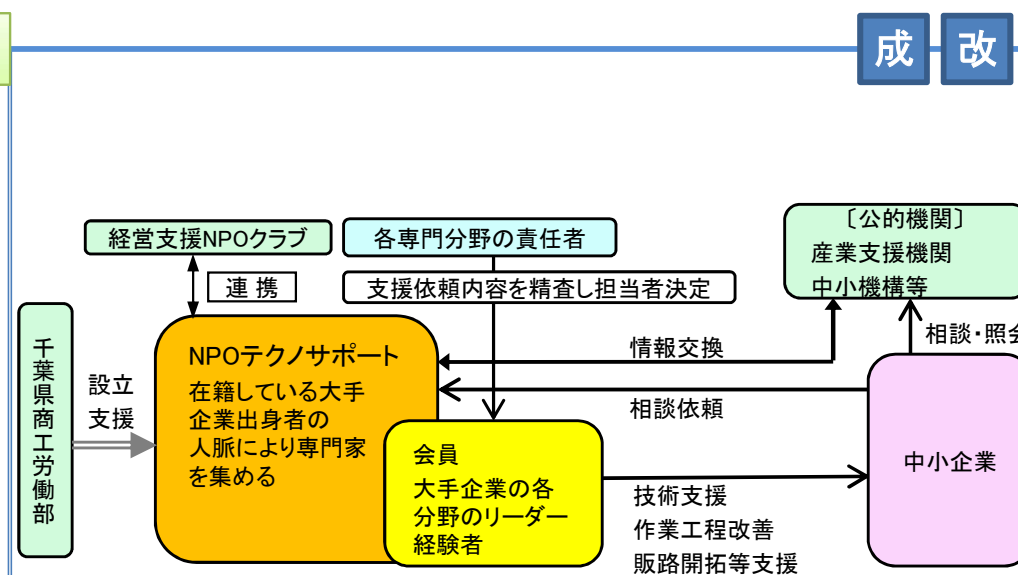
8. NPOテクノサポート(千葉県)

【組織概要】

- ✓ 京葉臨海コンビナート企業OBを中心に、技術や経営の専門能力を持つ大企業OBが、中小企業のために専門知識を役立てたいとして、千葉県に提案、支援を受けNPO法人を設立

【支援概要】

- ✓ 大手企業の研究・開発・商品化、市場開拓・販売、貿易等各分野のリーダー経験者が多岐にわたる支援を実施



成 改

成 改

9. (公財)ひろしま産業振興機構(広島県)

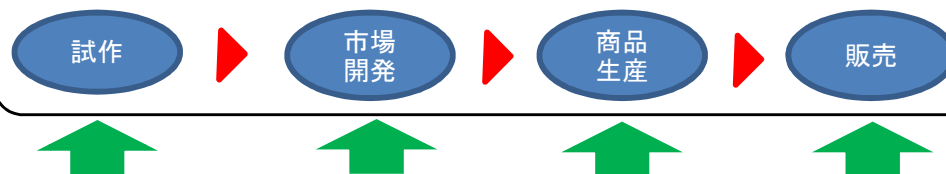
【支援概要】

- ✓ トップレベルの専門家が支援チームをつくり「売れる商品・儲かるしくみ」を生み出す支援
- ✓ 全国のトップレベル専門家による企業の課題に応じた支援チームを編成
- ✓ 試作から販売までの各ステージにおける支援
- ✓ 支援期間は年度をはさんでも可能で最長12ヶ月の集中支援を実施
- ✓ 必要経費のうち、専門家への謝金の1割を企業が負担

【専門人材例】

- ✓ 地元在住者だけでなく、全国の専門家
- ✓ 大手企業の専門分野のOB、工業系大学客員教授
- ✓ MBA、販路コーディネーター、特許コンサルタント等、各種有資格者

【支援ステージ】



【6つの支援をチームで実施】

- マーケティング支援・・・(市場調査の実施、販売促進計画の企画立案等)
- セールス支援・・・(販売チャンネルの選択・新規開拓、販売促進の支援等)
- ブランディング支援・・・(商品ブランド、会社CIなどの立案支援等)
- デザイン支援・・・(商品デザイン戦略、パッケージ、グラフィック支援等)
- 知的財産戦略支援・・・(特許・商標の取得支援、知財の活用戦略支援等)
- 経営戦略・生産管理等支援・・・(品質向上、生産性改善支援等)

10. (公財)岡山県産業振興財団(岡山県)

【支援概要】

- ✓ 大手企業OBや地元出身の現役経営者など様々な人材を活用した販路開拓支援を実施
- ✓ 首都圏を中心に販路開拓支援を実施する「経営支援NPOクラブ」が大手、中堅企業との面談の場をセッティングする
- ✓ 販売戦略のアドバイスを実施する「ビジネスサポーターズ」が、中小企業に対し具体的な販路や新たなビジネスサポーターを紹介する

【支援例】

- ✓ ビジネスサポーターズの会合で商品のプレゼンを行い、大手企業等との販路開拓に繋がる人脈を構築できた【リサイクル業】
- ✓ 複数の専門家からの助言により自社の課題が分かり、営業の方向性を決定できたほか、サンプルを希望する企業の紹介を受けた【卸売業】
- ✓ 販売開拓支援として3社を紹介。建築資材の販売を手掛ける企業の営業ツールとしてラインナップに加える方向で商談継続中【建設業】

【専門人材例】

- ✓ 大手企業OBや地元出身の現役経営者等

成 改

首都圏を中心に販路開拓支援

販売戦略のアドバイス
ビジネスパートナーの紹介

経営支援NPOクラブ
(全国展開の東京所在NPO法人)

ビジネスサポーターズ

- 中小企業の経営支援を目的に、様々な業種の企業OBで構成されたNPO法人
- 現在、会員170名超

- 首都圏で活躍する地元ゆかりのある企業経営者・役員及び、県内に本社を置き首都圏でも事業展開をしている企業で構成する会

・大手、中堅企業との面談の場をセッティング
(1社紹介当たり20,000円、うち半額を産業支援機関が補助)

・具体的な販路や新たなビジネスパートナーを紹介



新商品・新サービス

Ⅱ. 金融機関独自の活用事例

11. 乳製品のブランド化による販路拡大(北海道銀行)

成 改

【1. 当該取組みを始めるに至った経緯、動機、打開が必要だった状況】

- ✓ A社は、チーズ、ヨーグルトや牛乳を生産する中堅乳業メーカー
- ✓ 近年、消費者の牛乳離れを背景に売上げが伸び悩む中、量販店からの価格要請も厳しくなってきたため、今後の事業展開について当行に相談があったもの

※本件は、平成19年9月より開始した当行マーケティング支援コンサルメニューにより取り組んだもの

【2. 当該取組みの具体的内容】

<第1ステップ(現状分析)>

- ✓ A社に対し当行主催の商談会への参加を働きかけ
- ✓ 当行が提携しているブランド構築の専門家を同社へ派遣、同社の顧客や商品群について調査
- ✓ 顧客の8割が関東首都圏に住むことと、原材料の一部に特別契約牧場産の高品質な牛乳を使用しているものの、その良さが十分消費者に伝わっていないことが判明

<第2ステップ(改善対策)>

- ✓ 専門家が同社の商品開発会議に参加し、ブランド化について継続的に指導
- ✓ 同社は提携牧場の生乳だけを使った乳製品の新しいブランドを立ち上げ後、当行主催の商談会へ参加。当行は、主に本州方面への販売先拡大をサポート

【3. 当該取組みの成果】

<A社>

- ✓ バイヤーが選ぶ逸品「最優秀賞」受賞
- ✓ 新ブランド化が消費者に受け入れられ3年間で同社の売上高が約1.5倍に増加。社内全体のモチベーションもUP

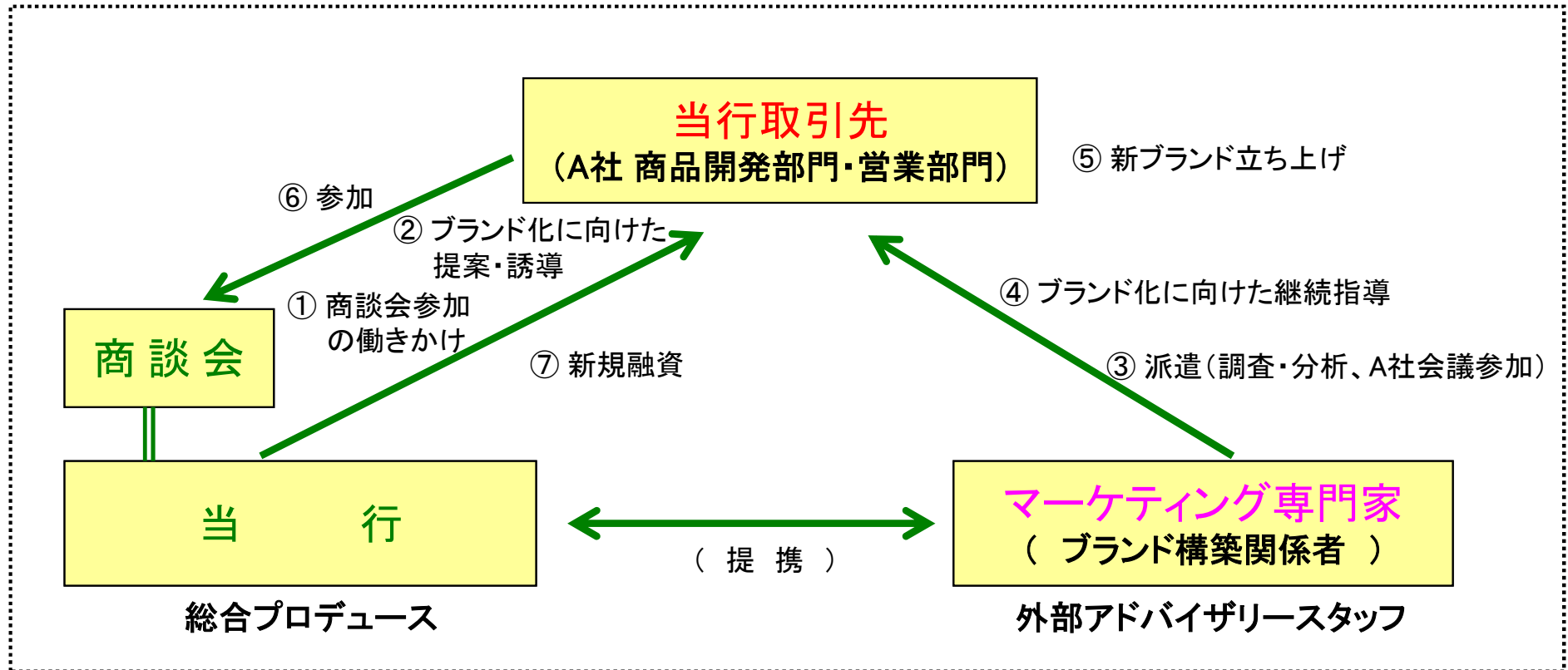
<当行>

- ✓ 設備資金450百万円、運転資金300百万円を融資
- ✓ 本件はメインバンクである当行と顧客が一体となって経営を改善した事例である。この中で、コスト削減等の経営改善指導にとどまらず商品のブランド化や販路拡大など「トップライン」への支援を実施したことにより、経営改善に結びついたもの

【専門人材例】

- ✓ 専門家として大手百貨店販売促進責任者、ブランド化デザイナー、物産品販売業者

製品のブランド化による販路拡大 ～ 当行マーケティング支援コンサルティング・サービスの活用 ～



- 本サービスは「ワークショップ形式」で行う
 - * ワークショップとは、司会進行役を中心にグループ討議を主体とした課題解決の手法
- 取引先の開発部門・営業部門と、当行、マーケティング専門家が「三位一体」となって課題解決に取り組む

- 当行におけるマーケティング支援コンサルの歩み
 - ・平成19年9月 コンサルサービス開始
 - ⇒ 専門機関との業務提携
 - ・平成23年2月 他の専門機関と業務提携
 - ⇒ 経営の視点で新商品開発・自社ブランド構築等を提案
 - ・平成24年1月 ワークショップ型コンサル導入
 - ⇒ 現在、当行マーケティング支援コンサルメニューとして定着化

12. 食品産業の商品力強化・営業力強化に向けた支援態勢の整備(北洋銀行)

【概要】

＜事業名＞

- ✓ 「食のプロダクト・デザイン」(FPD: Food Product Design)【商品ブラッシュアップ個別相談会(商品力強化)・セールスサポート(営業力強化)】

＜目的＞

- ✓ 北海道の成長分野である食品分野に対し、製品の魅力(商品価値)を高めるために専門家の目線や知見を取り入れることで商品力強化・営業力強化を図るもの〔平成22年6月より実施。参加企業:89社〕

＜事業実施者＞

- ✓ 北洋銀行(地域産業支援部)
- ✓ 提携先:北海道ブランド育成支援協議会(当協議会は、北海道商工会議所連合会、ノーステック財団、北洋銀行にて構成。当行(主担:地域産業支援部)が主体となり設立) ※「北海道中小企業応援ファンド」の助成金を活用

＜事業内容＞

- ✓ 商品ブラッシュアップ個別相談会〔参加企業46社〕
- ✓ 道内外の食の専門家(百貨店バイヤー・流通関係者)が、食品メーカー等の課題解決(価格・デザイン他)をサポート
- ✓ セールスサポート〔参加企業71社〕
- ✓ 外部専門機関(新日本スーパーマーケット協会)と連携し首都圏における販路をサポート
- ✓ 参加企業に代わって専門家が首都圏スーパー等に商品を紹介し、結果を参加企業にフィードバック。専門家からの報告に基づき、課題や改善策営業手法についてアドバイスすることで販路開拓を側面支援

【取組みの端緒】

＜平成21年6月に地域産業支援部を設置し、【食】【農業】【ものづくり】分野の取引先や地域支援を主要業務として推進＞

- ✓ 食分野はフードチェーン全体(川上＜農業＞⇒川中＜食品加工＞⇒川下＜流通＞)を一体管理し、特に川下の販路支援に重点を置いた施策展開が道内企業には必要な状況(食の商談会「北洋銀行インフォメーションバザール＜東京・関西＞」など)

＜従来行ってきた販路支援(商談の場の提供)のみでは成約に繋がらない企業が多く、新たな支援ツールの開発を検討＞

- ✓ 出展する商品自体の開発(川中)や、販路の開拓(川中から川下へのつなぎ)にスポットを当て、商品開発や営業面に強い食の専門家の協力を得て、商品力と営業力強化を同時に対応できるメニューとした

【成果(効果)】

- ✓ 商談の場の提供に加え、商品力・営業力強化のプログラムを付加したことで、取引先の抱える課題を浮き彫りにし、販売に繋がるスキームになったことで、取引先から高い評価を得た
- ✓ 本業支援により深く入り込んだことで取引先とのリレーションが増し、営業店職員の人材育成(目利き力向上)にも繋がるなど、事業実施による効果は大きい

＜融資実績・事例等 ～ 平成24年度の融資実績：15社／1,050百万円(※参加企業40社)＞

- ✓ 事例① <商品開発で悩んでいた先が、商品ブラッシュアップ個別相談会に参加し課題を解決した事例>
 専門家から味や食感・量目など具体的なアドバイスを受け商品改良 ⇒ 大手流通関係業者などとの各種商談が具体化
 [融資実績: 運転資金を200百万円増額支援]
- ✓ 事例② <各種商談会に参加し販路拡大を目指す先が、セールスサポートを活用し新たな販路を開拓した事例>
 首都圏スーパー等からの指摘事項を参考に商品改良⇒ 量目を変え小分けにしたことで商談が成約
 [融資実績: 他行と競合していた季節資金100百万円を支援]

【取組みにあたって苦労した点等】

- ✓ 対象先のリストアップ(商品改善や営業力ニーズの把握は、取引先のビジネスに直結するため取引先と営業店との関係構築が必要だが、現状は本部主導の動きが強い。)
- ✓ 取引先及び営業店の関与度合いを高める(専門家からの商品面・営業面のアドバイスを受けた参加企業のヤル気の創出と、営業店と連携したフォロー体制の構築。)
- ✓ 営業力強化のための多様な対象先の確保(現状はスーパー主体になっている。)
- ✓ 最適なソリューションの提供(取引先の状況に応じたサポート体制の構築。個別相談会とセールスサポートを取引先のニーズに合わせ運用。)
- ✓ 事業コストの削減(専門家の個別支援によるスキームは長期間に亘り費用負担も大きく効率化が課題。平成23年4月から北海道ブランド育成支援協議会と連携して助成金を活用しコストを軽減。)

【将来展望、予定、課題など】

- ✓ 販路拡大と商品力強化・営業力強化は食品企業の運営に欠かせない要素であるため、それらをセット化したスキーム(北洋銀行インフォメーションバザール+食のプロダクト・デザイン(FPD))を取引先の支援ツールとして確立する
- ✓ FPDは北洋銀行の独自事業で展開しているが、行政・経済団体・金融機関と連携することで、食品産業に対する他行差別化支援ツールにする
- ✓ 企業規模・地域特性・商品特性にあった川中支援メニューの充実、川上の生産者を巻き込んだ地域産業の育成支援など、幅広いニーズに対応したビジネスモデルの構築

食品産業の商品力強化・営業力強化に向けた支援態勢の整備

農業・食品産業

川上（農業）

川中（食品加工・中食等）

川下（外食・流通）

これまでの取組み

具体的な支援
ツールが不足

- 課題
場の提供だけではなかなか成約に繋がらない
- ・商品に問題が？価格が合わない？
- ・良い商品なのにどうして？
- ・商談会の後、バイヤーと面談ができない



川中の支援ツール

商品ブラッシュアップ Brush up!

商品は『どうしたら売れるのか』

食の専門家から直接、「売れる商品」にするための改善策など、課題解決に向けた具体的なアドバイスを受けることにより、**商品力強化**



食の専門家・・・百貨店バイヤー、料理研究家、流通関係者など



川中から川下に繋がる支援ツール

セールスサポート

首都圏へ『販路を拡大』したい

セールスサポーターが首都圏バイヤーへ直接商品を持ち込み、売るために必要な情報をプロの目線で聞き出し、企業にフィードバック



現役バイヤーの生の声を食品メーカーにフィードバック

セールスサポーター・・・首都圏食品メーカーの営業経験者

インフォメーションバザール



出展企業・団体 140 社
来場バイヤー 4,200 名
海外バイヤー招聘

(2012年9月 東京開催)

首都圏最大規模の北海道産食品商談会と皆様に認知されるまでに成長

新たな取組み

ソリューション

食のプロダクト・デザイン (FPD)

各種商談会

成果

- 販路支援(商談会)に加え、商品力・営業力強化の支援により、取引先の抱える課題を明確にし、取引先から高い評価を得た
- 本業支援に入り込むことで取引先とのリレーションが増したほか、営業店職員の人材育成(目利き力向上)にも繋がるなど大きな成果となった
- FPD参加先と取引のある食品製造業全体の融資の伸び率・貸出利回りを比較した結果、共にFPD参加先が高く、収益にも大きく貢献

I. 外部機関を活用した事例

13. NPO法人国際社会貢献センター(東京都)

【組織概要】

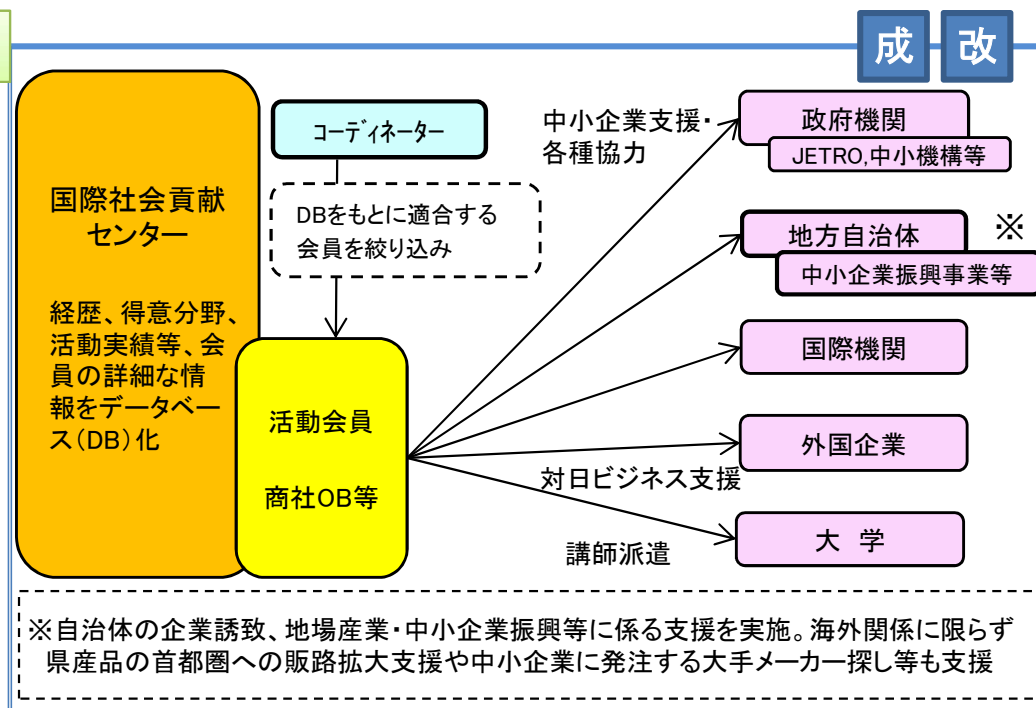
- ✓ 大手商社等で構成する一般社団法人日本貿易会が、商社OB等の海外経験・知識を活用した社会貢献活動を行うべく設立

【支援概要】

- ✓ 商社など国際ビジネスを通じて培われたノウハウ等を活用して、国内外で支援を行い、グローバルに社会貢献活動を推進

【専門人材例】

- ✓ 商社OB等



成 改

14. 九経連国際ビジネス推進室(略称:IBC)(福岡県)

運営主体 : 九州経済連合会 (会長:麻生セメント(株) 麻生泰社長 会員企業数:973社(平成26年1月末現在))
 設立経緯 : 九州の海外ビジネス展開(輸出拡大、海外拠点の確立)を直接的かつ実践的に支援することで、企業のグローバル化を図り、以って、九州経済の活性化に寄与することを目的として平成24年7月2日に設立

ALL九州の海外展開支援ハブとしての役割

中小企業からの声(海外展開会員企業約160社にアンケート)

- ①様々な機関が海外支援を行っているが、実際にどこに相談したらよいか分からない
- ②行政が行っている説明会やセミナーから、さらに一歩踏み込んだよりビジネスに直結するネットワークが欲しい(ex 現地の優秀なバイヤーのネットワークなど)

中小企業と様々な支援機関との橋渡しをするコーディネーター

海外進出を計画する中小企業者(会員・非会員)

海外展開に関する情報などのニーズ

地域金融機関・地公体・業界団体等からの紹介

民間の力を活用し、ハンズオンで支援を実施

IBCへ相談・情報提供

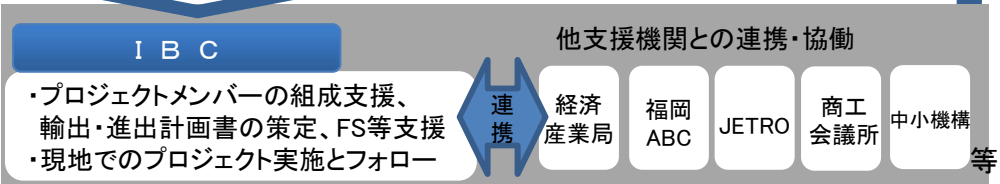
IBC

IBC評価委員会

各支援機関が審査員となり、公平・中立な立場から、プロジェクトを評価

- 福岡ABC
- 経産局
- JETRO
- 中小機構
- 商工会議所
- など

支援の決定



○海外ネットワークを活用し、ビジネスに直結する生の情報を提供

- 九経連がアジア各国(香港、台湾、ベトナム、シンガポールなど)7か国と経済交流に関する覚書(MOU)を締結し、そのネットワークを活用。企業のようなニーズに応じ、アテンドも含め、現地のFS(事業化可能性調査)のアレンジなどを実施
- 既に海外展開をしている九経連の会員企業が構築している現地でのネットワークを活用

○アドバイザーによる支援

IBCスタッフは12名。大手商社OBや出向者など6名による海外駐在経験者(アドバイザー)による支援
 ⇒海外駐在経験をはじめ、出向元の既存の海外ネットワークの活用が可能

○金融機関との連携

開設後、139件の支援依頼を受けているが、その内100件以上が非会員からの相談であり、うち2割程度は地域金融機関からの紹介案件

○支援依頼実績

139件 内訳:輸出関係84件、進出関係39件など。輸出関係は、主に加工食品関係の相談。進出関係は主に製造業
 輸出支援依頼先:香港、中国など
 進出支援依頼先:主にベトナム、タイなどのASEAN諸国

○取組内容

- 九州ブランド産品等の輸出支援。
- 現地パートナー企業や海外工業団地の紹介、FS支援。
- トップセールスや国の海外展開プログラム活用による企業進出支援

○支援事例

海外百貨店(イオン香港・香港シティスーパー)の「九州フェア」開催のため、九州各県の出店商品(特産品など)を取りまとめ、香港バイヤーと九州企業との商談会を通して輸出を支援

15. 福岡アジアビジネスセンター(略称:福岡ABC)(福岡県)

運営主体 : 福岡県中小企業海外展開支援協議会

(構成団体 : 行政・地元経済団体・金融機関・商社等、事務局 : 福岡県商工部国際経済観光課)

所在地 : 福岡市中央区天神1-11-17 福岡ビル4F

設立目的 : 急速に発展するアジアにおいては、今後も市場の大きな拡大が見込まれており、県内中小企業の今後の発展のためには、グローバルにビジネスを展開していくことが不可欠である。このため、県内中小企業が積極的にアジア展開できるよう、情報提供から現地サポートに至るまでワンストップで支援することを目的に平成24年1月23日設立

体制 : スタッフ3名(常勤)、国別・分野別アドバイザー約60名(登録制)

センターの機能

○情報ハブ

福岡県やJETRO、商工会議所、商社、金融機等関係機関が実施するセミナー、商談会、海外見本市出展などの情報を一元的に集約し、提供

○学習・交流

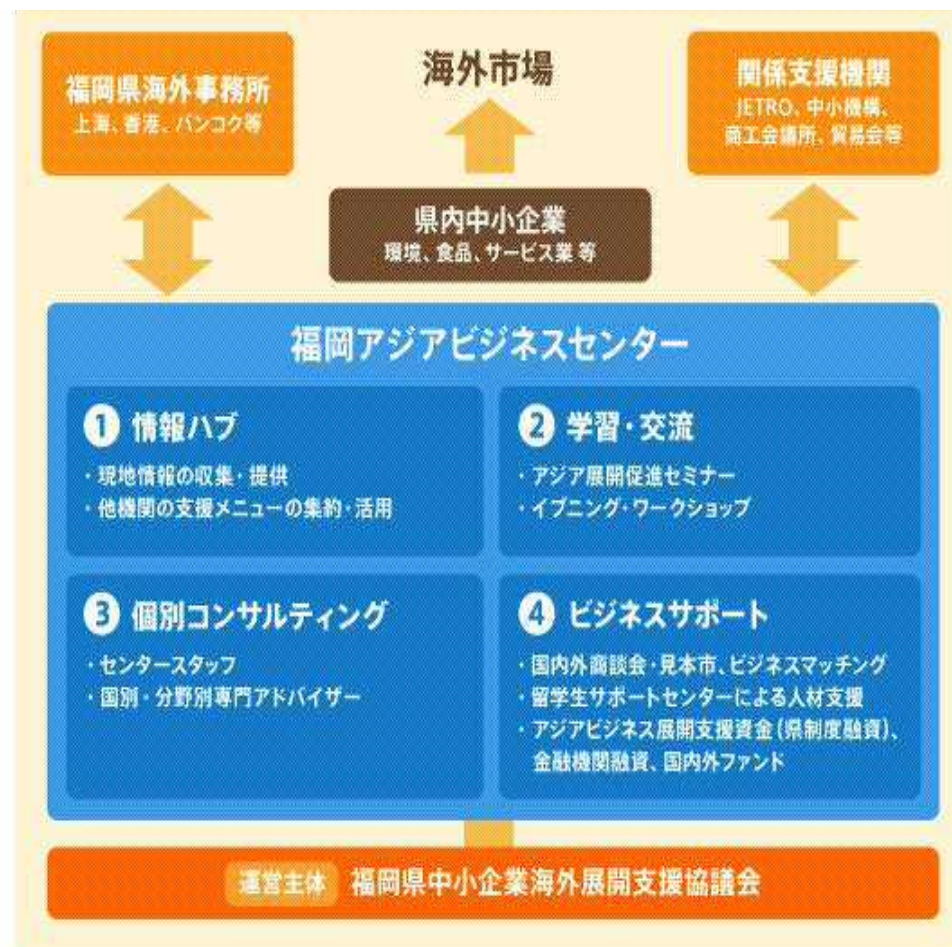
海外展開の第一歩を促すための「アジア展開促進セミナー」を県内各地域において開催。また、特定の国や分野をテーマとし、海外ビジネス成功のヒントや現地ビジネス概況をはじめ、海外展開に役立つ情報を提供する「イブニング・ワークショップ」(小規模交流会)を定期的実施

○個別コンサルティング

常勤スタッフ3名による、海外ビジネスに関する全般的な情報提供や相談対応に加え、登録アドバイザーによる現地の法規制・商習慣についての詳細な情報提供、現地パートナーの紹介・商談設定など、きめ細かく支援

○ビジネスサポート

現地輸入業者等を招聘しての商談会開催などによる、海外への販路開拓支援、留学生サポートセンターと連携した留学生等のグローバル人材紹介や県制度融資等の紹介による資金面での対応等、様々な相談に個別に対応



I. 外部機関を活用した事例

16. 前橋市(群馬県)

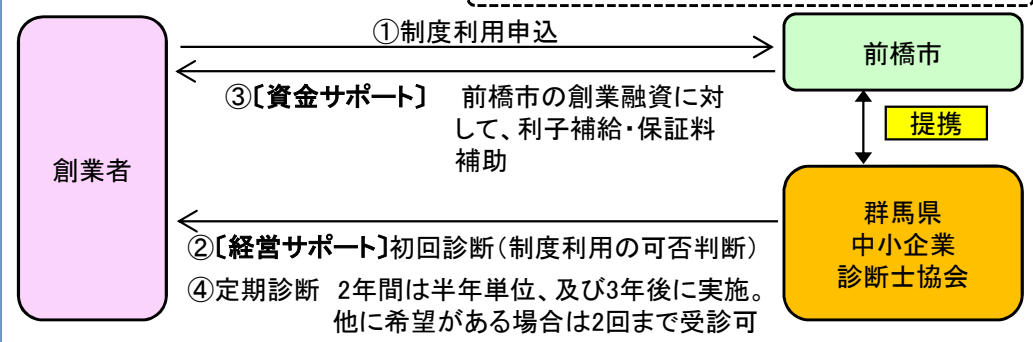
【支援概要】

- ✓ 前橋市が群馬県中小企業診断士協会と提携し、創業者に対して最大8回、中小企業診断士を無料で派遣し、創業をサポート
⇒前橋市独自の取組み
- ✓ 診断士の報酬は前橋市が負担

創

前橋市創業サポート総合制度

診断士協会は、診断士リスト(得意分野・指導実績等入り)を作成。創業者はリストから診断士を選定または協会へ選定を依頼する。



17. ななお創業支援(石川県)

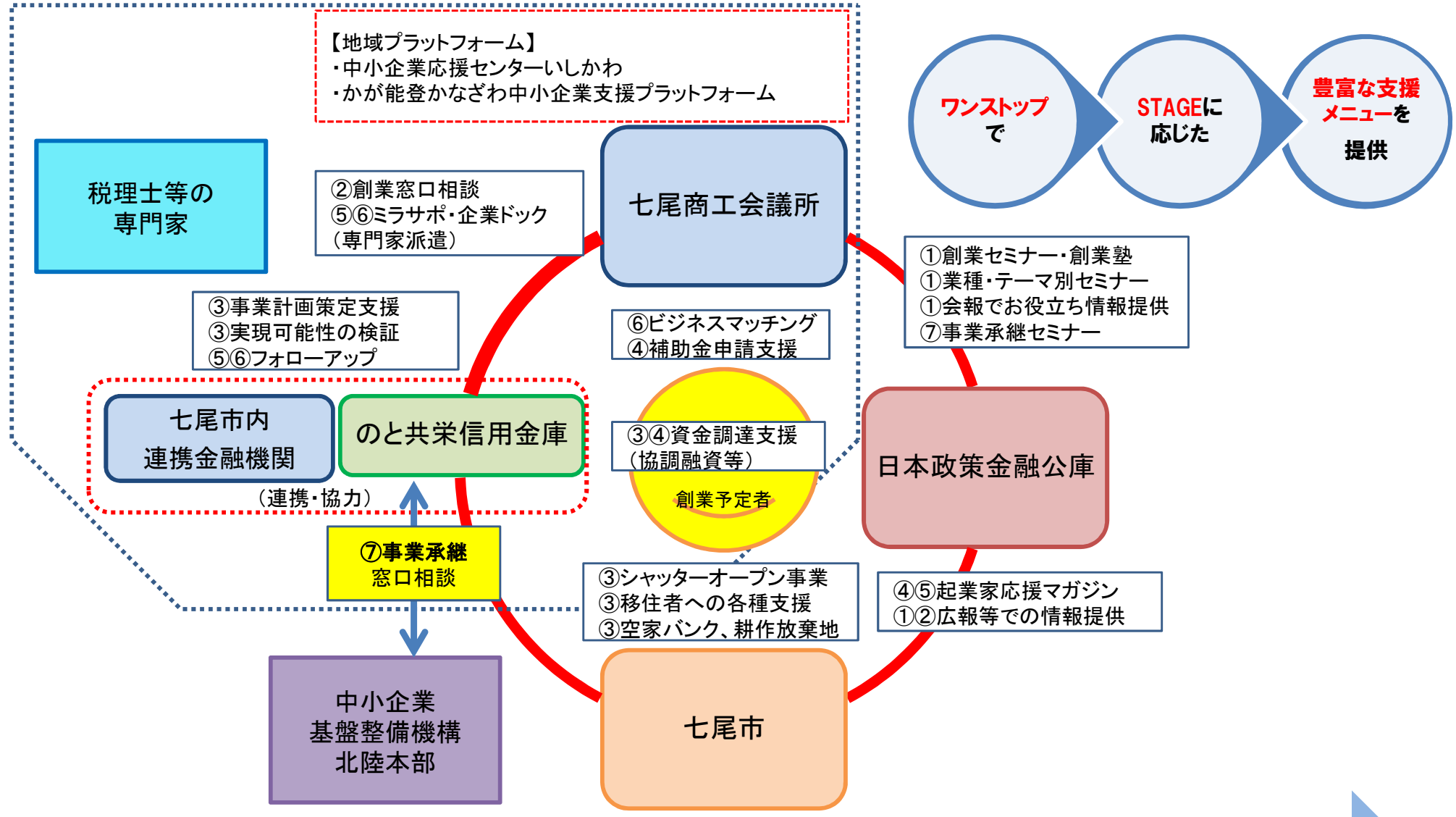
【背景・経緯・目的】

- ✓ 事業所数減少が顕著な当地域において創業者支援が重要課題となっており、平成25年8月より連携会議を開始。その中で創業初期段階から創業後のフォローを含めた各ステージに応じ、官民一体のワンストップ支援が不可欠であるとの結論に至った
- ✓ 同時に産業競争力強化法により官民一体ワンストップの創業支援体制への認定制度も新設されたことで、七尾市も含めた四者の連携を模索してきた
- ✓ 各支援機関それぞれに創業支援メニューを有しているものの、実態として創業者の各ステージにおける支援メニュー、ニーズ等の情報共有の機会がなく、創業者に対して十分な支援が出来ていないといった現状は否めない
- ✓ そのため、七尾商工会議所、のと共栄信用金庫、日本政策金融公庫、七尾市の「業務連携・協力に関する協定書」協定締結により各支援機関が情報共有を行い、創業者のステージに応じた支援メニューをスピーディに提供し、創業初期段階の支援から創業後のフォローを実施することで、当地域の創業を円滑化し事業所数減少に歯止めをかけたい
- ✓ また、雇用や需要など地域に活力をもたらすことに繋がる創業は地域にとって大変重要であることから、夢や想いをカタチにしようと一歩踏み出すチャレンジ精神溢れる創業者に対する支援を強力に推進したい
- ✓ なお、七尾市内に所在し本業務に協力する金融機関を連携金融機関として、幅広く創業者支援を推進していく

【具体的施策】

- ✓ 産業競争力強化法認定を視野に入れ、既存施策を強化するとともに、以下の施策を実施していく予定
 - (1) 各支援機関担当者による定期的な連絡会議開催(連携金融機関を含む)
 - (2) 情報共有ツールの整備(相談シート、創業計画書等)
 - (3) 支援機関での相談窓口設置
 - (4) 創業に関する相談会実施(今年度は2/22、3/22)
 - (5) 創業セミナー開催(今年度は3/22)
 - (6) 創業塾(平成26年度/5月募集開始予定)
 - (7) 創業インフォメーションコーナー設置予定
 - (8) 創業後フォローアップ(モニタリング)相談会・専門家派遣
 - (9) 異業種・同業種ネットワーク交流会開催

『ななお創業応援カルテット』



- STAGE① 起業に関心がある
- STAGE② 起業を思いつく
- STAGE③ 起業を決意する
- STAGE④ 起業への準備
- STAGE⑤ いよいよ起業
- STAGE⑥ 事業を成長軌道へ
- STAGE⑦ 事業をモニタリング

18. 熊本県中小企業経営支援連携会議（熊本県）

【支援概要】

- ✓ 熊本県中小企業経営支援連携会議(がんばろう！くまもと経営支援ネットワーク:事務局 熊本県信用保証協会)は、従来からの中小企業“再生”支援に加え、“創業”支援の取組みを開始(平成25年12月)
- ✓ なお、名称も「再生支援連携会議」から「経営支援連携会議」に変更

【創業支援ネットワーク個別支援会議】

- ✓ 「創業を予定しているが計画が思うようにできない」「創業を予定しているが取引金融機関が定まらない」などのご要望をお持ちの創業者のご相談により、商工団体、金融機関が一堂に会する会議

【創業支援ネットワーク個別支援会議のメリット】

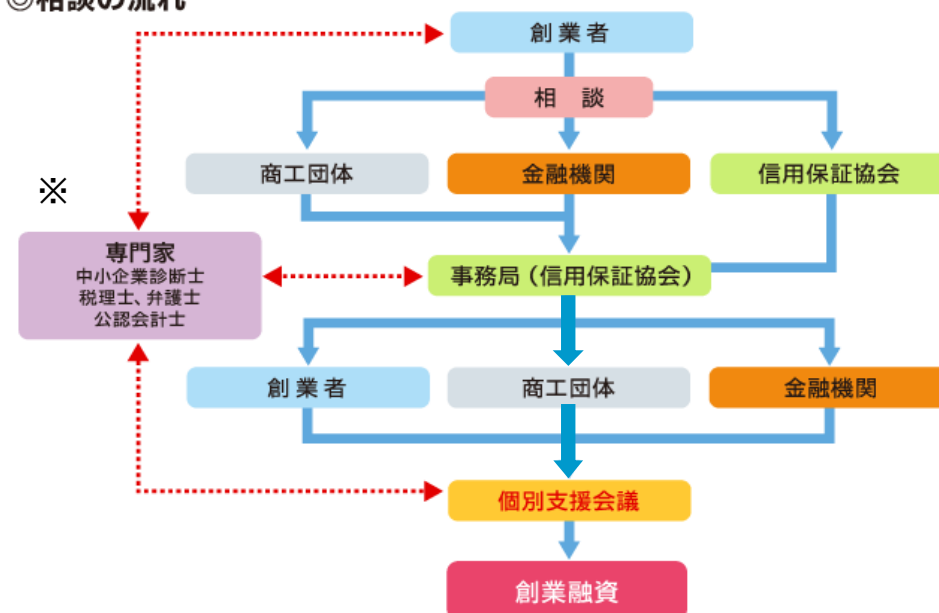
- ✓ 関係機関が一堂に会して創業支援策を協議することにより、創業計画の策定支援(専門家派遣)等、より適確なアドバイスを受けることができ、スムーズな創業が可能
- ✓ 取引予定である金融機関が一堂に会するため、創業予定者が各々の金融機関に相談に行く手間が省ける
- ✓ 創業後、関係機関によるフォローアップが継続的に行われる

【専門人材例】

- ✓ 中小企業診断士、税理士、弁護士及び公認会計士

創業支援ネットワーク個別支援会議

◎相談の流れ



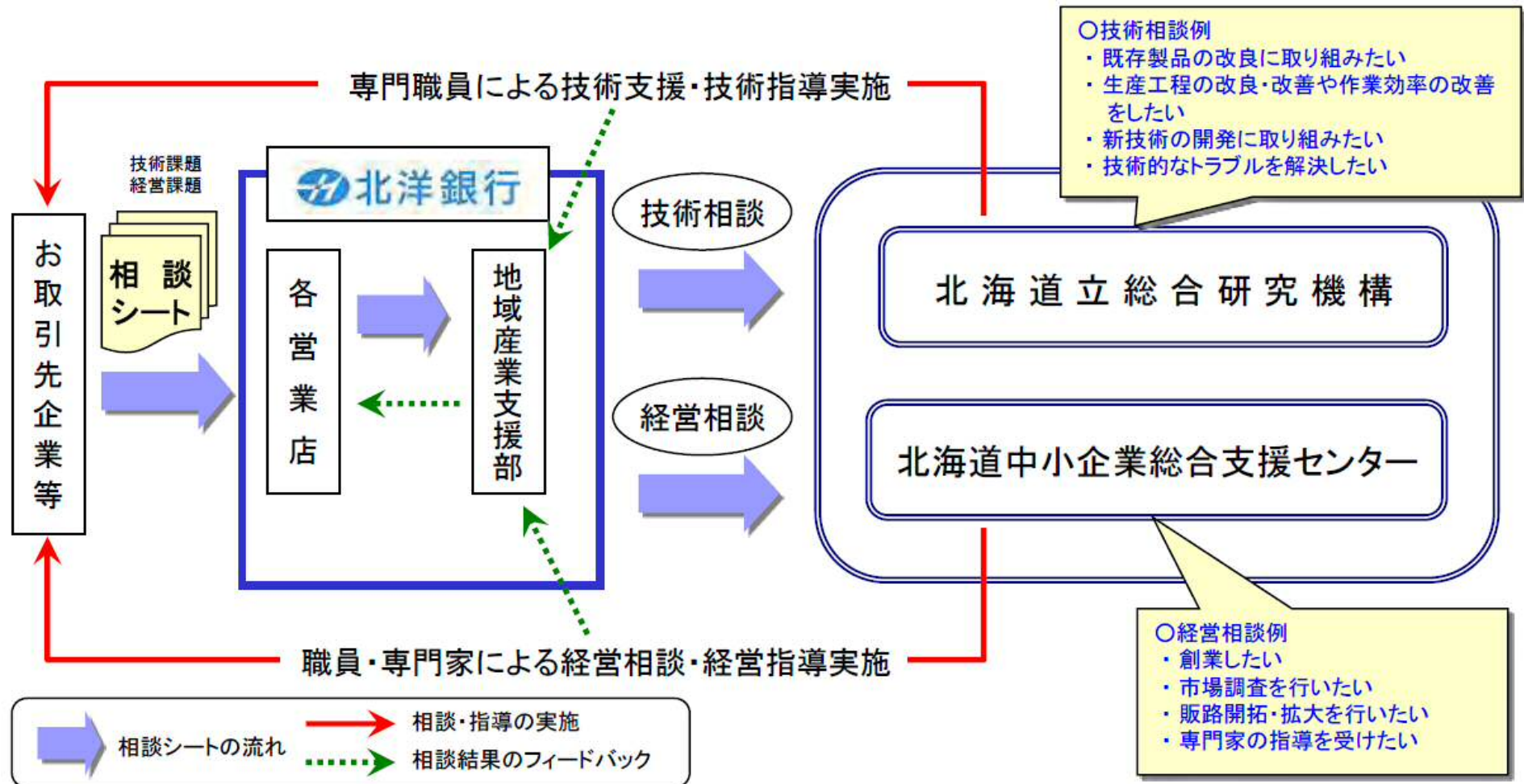
I. 外部機関を活用した事例

19. (地独)北海道立総合研究機構、(公財)北海道中小企業総合支援センター(北海道)

創 成 改

【支援概要】

- ✓ 中小企業・小規模事業者からの高度な技術相談・経営相談に応えるため、(地独)北海道立総合研究機構、(公財)北海道中小企業総合支援センターと連携したコンサルティング業務を平成23年10月より開始
- ✓ 中小企業・小規模事業者が抱える課題を「相談シート」で把握し、外部機関を活用することで、専門的な課題解決に取り組む



20. サイバーシルクロード八王子(東京都)

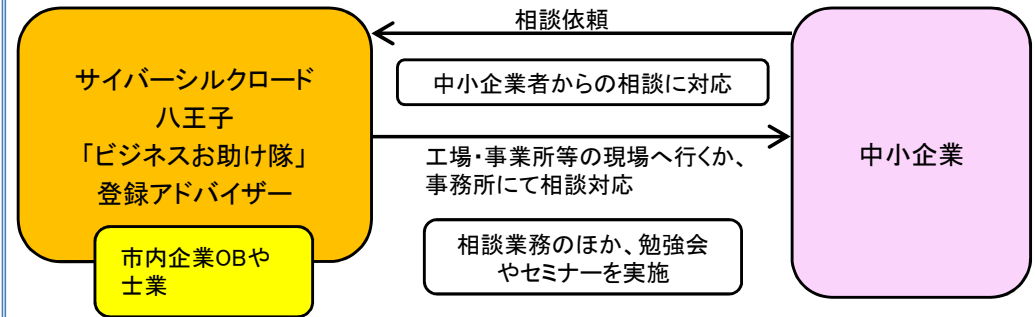
創 成 改

【組織概要】

- ✓ 八王子市と八王子商工会議所が資金負担しサイバーシルクロード八王子(正式名:「首都圏情報産業特区・八王子」構想推進協議会)を設立

【支援概要】

- ✓ 当機関で組織する「ビジネスお助け隊」に登録する市内企業OBや士業が自らの経験や専門知識を活かして多様な分野で支援(ボランティア)を実施



21. きらり川口OB人材マッチング協議会(埼玉県)

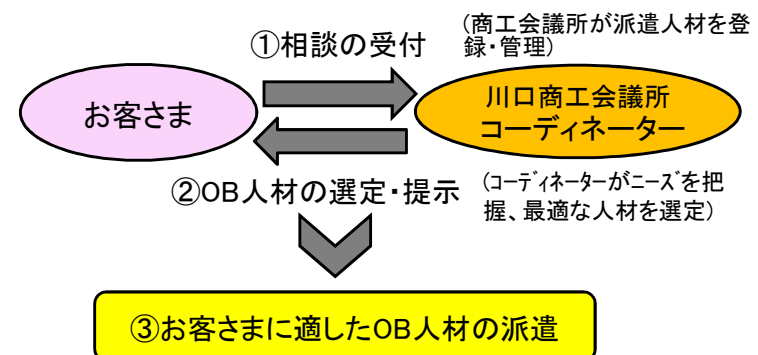
成 改

【組織概要】

- ✓ 中堅・大手企業を退職した者やコンサルティング会社において役職を経験した者等を登録
- ✓ 生産管理・品質管理の分野に精通した者が多いが、海外展開支援、人事・労務管理、IT分野に対応できる者も登録

【支援概要】

- ✓ 専門的なスキルを有した市内在住の企業OB等を、中小企業等に紹介し、企業の体質強化を支援

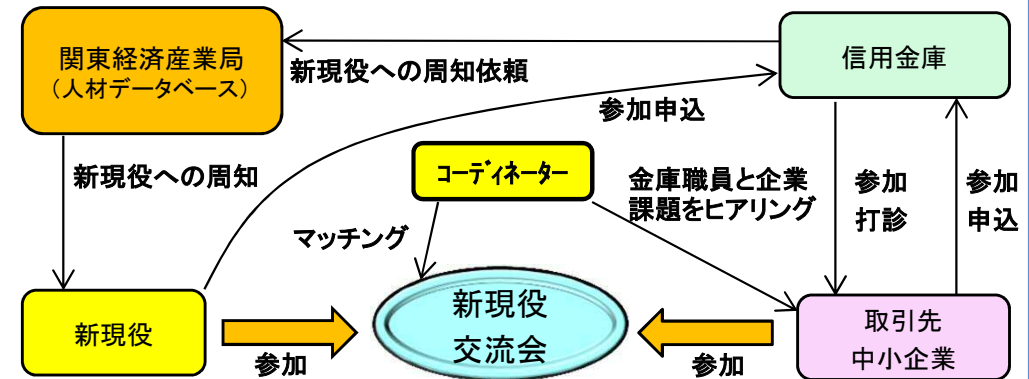


※中小企業庁の「企業等OB人材活用推進事業」を商工会議所が引継ぎ活動しているもの(埼玉県内ではほかにもいくつかの会議所が実施継続している)

22. 新現役交流会(関東経済産業局)

【支援概要】

- ✓ 企業OBである「新現役」と、現場改善、技術・販路拡大など様々な経営課題を抱える地域中小企業とのマッチング
- ✓ 交流会の成否は、中小企業のニーズと新現役の知識・経験を適切にマッチングさせることにかかっており、「コーディネーター」の役割が重要



23. (公財)ひょうご産業活性化センター(兵庫県)

<p>設立</p>	<p>昭和41年7月</p>		
<p>専門人材を活用した支援方法等</p>	<p>①窓口相談 ②専門人材派遣 ③「中小企業支援ネットひょうご」を活用した、成長期待企業の育成・支援</p>	<p>▶ネットワークの状況</p>	
<p>専門人材登録状況</p>	<p>①アドバイザー6人(診断士等) ②専門人材登録303人(診断士、税理士、ISO専門家、技術士等) ③「中小企業支援ネットひょうご」として技術支援機関、中小企業支援機関、大学、金融機関等46団体をネットワーク化</p>	<p>○同センターは、県内の技術支援機関、中小企業支援機関、大学、金融機関など、計46団体をネットワーク化。これを活用し企業ニーズにあった支援策の紹介・コーディネートを実施。</p> <p>○併せて、同ネットワークで成長期待企業を発掘・選定し、総括コーディネーター及びマネージャーが、関係機関が有する情報・知見等も活用し、企業の将来戦略や必要な支援策を提案するなど、継続的に支援。</p>	
<p>実績等</p>	<p>①窓口相談 平成24年度3,430件(資金繰り、経営全般、マーケティング等) ②専門人材派遣 平成24年度48先262回(製造、建設等) ③成長期待企業育成・支援 平成24年度60先126回</p>	<p>【構成機関 (18)】 兵庫県立工業センター、(公財)新産業創造研究機構[NIRO]、(公財)ひょうご科学技術協会、(公財)神戸市産業振興財団、(一財)近畿高エネルギー加工技術研究所[AMPI]ものづくり支援センター、(公財)先端医療振興財団、(一社)兵庫県発明協会、(公社)兵庫工業会、兵庫県信用保証協会、兵庫県商工会議所連合会、兵庫県商工会連合会、兵庫県中小企業団体中央会、(一財)兵庫県雇用開発協会、(独)高齢・障害・求職者雇用支援機構兵庫職業訓練支援センター、兵庫県職業能力開発協会、(一財)明石市産業振興財団、(公財)尼崎地域産業活性化機構、(公財)ひょうご産業活性化センター</p> <p>【連携団体 (28)】 (株)日本政策金融公庫(国民生活事業・中小企業事業)、(株)商工組合中央金庫、(株)三井住友銀行、(株)みなと銀行、(株)但馬銀行、神戸信用金庫、姫路信用金庫、播州信用金庫、兵庫信用金庫、尼崎信用金庫、日新信用金庫、淡路信用金庫、但馬信用金庫、但陽信用金庫、中兵庫信用金庫、西兵庫信用金庫、兵庫県信用組合、淡陽信用組合、神戸大学、兵庫県立大学、関西学院大学、甲南大学、神戸市立工業高等専門学校、国立明石工業高等専門学校、(一社)兵庫県中小企業診断士協会、(特)兵庫県技術士会、(一社)神戸市機械金属工業会、(協)尼崎工業会</p>	
<p>専門人材派遣費用負担</p>	<p>①③無料 ②13,500円/回 ※1回3時間程度</p>		

II. 金融機関独自の活用事例

24. 企業支援ツール「企業戦略会議(CSM)」(北洋銀行)

成 改 再 承

【当該取組みを始めるに至った経緯、動機、打開が必要だった状況】

- ✓ 飲食業者であるA社は創業以来のメイン取引先であり、A社グループは、冷食事業、外食事業、食品製造、物流事業等幅広く展開
- ✓ A社代表者は事業意欲が旺盛で、グループの更なる成長・規模拡大を目指しており、A社の多岐に亘る事業ニーズは営業店単独で対応しきれないことから、本部も含めた支援態勢を構築する必要性が高まった

【当該取組みの具体的内容】

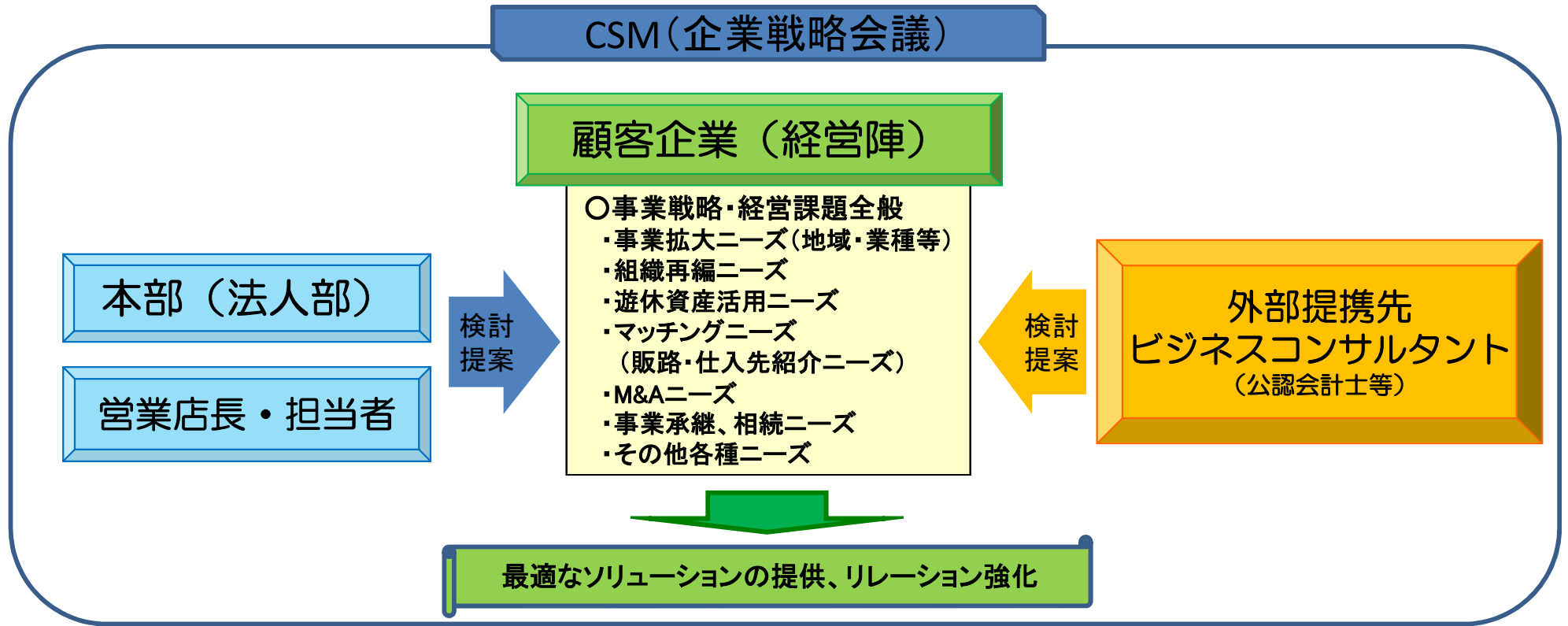
- ✓ 当行では、顧客企業・コンサルタント会社・本部・営業店の4者が一堂に会して、顧客企業の事業戦略・経営課題等のニーズを抽出し最適なソリューションを議論するため、「企業戦略会議(CSM=Corporate Strategy Meeting)」を設置
- ✓ 当行は、A社の様々な事業拡大ニーズに応えるため、このCSMを活用し関係者による最適なソリューションを提供するための議論を開始
- ✓ 鶏卵や、から揚げ粉用の小麦粉の仕入資金として、新たな運転資金ニーズを把握。当該ニーズに対し、当行からは「環境配慮型企業向け私募債」(北洋エコボンド)の活用を提案
- ✓ 当該私募債には、①金利優遇が受けられる、②「環境保全に貢献している企業」との評価が得られる、③厳しい発行基準を満たしている必要があることから「優良企業」としての社会的評価が得られる、④固定金利5年の一括償還といった安定した資金調達ができる等、通常の借入金では得られない活用メリットがあることをA社に説明。結果、実施に至った
- ✓ グループでは食を中心とした事業を営み、その品質管理の徹底の必要性に加え、サービス面や人事管理上の課題を有していることが確認できたことから、CSM構成員であるコンサルタント会社からの指導を実施することとした
- ✓ CSMは、A社のケースでは4回開催し、十分な議論を経て関係者間で認識を共有できたことが迅速なソリューションの提案につながったものと認識

【当該取組みの成果】

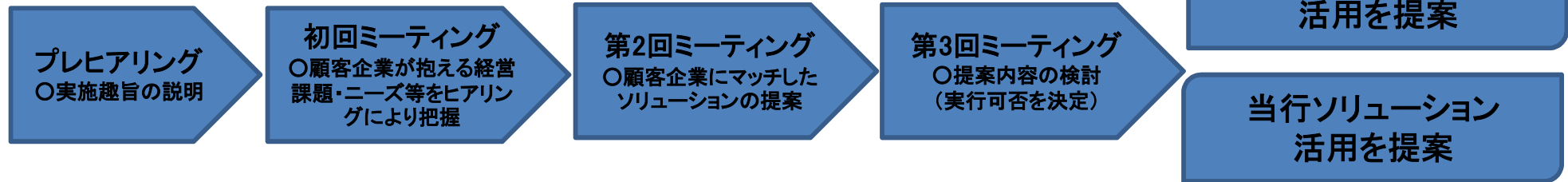
- ✓ 運転資金として銀行保証付私募債100百万円を実行し、A社との与信取引の拡大につなげた。また、メイン行としての役割を担えたほか、営業店と顧客企業のリレーションの強化にも寄与した
- ✓ 上記ニーズの他に、養鶏場の自社保有ニーズ(6次産業化を志向)や、A社で独自に使用している「から揚げ粉」の自社ブランド化ニーズも把握できており、現在、その効果や採算性、「から揚げ粉」に関しては商品化の実現可能性等について検証・研究中。引き続き、最適なソリューションの提供を目指すとともに、融資商材の発掘へもつなげたい
- ✓ 当該企業支援ツールは、既存顧客が有する潜在ニーズの掘り起しに非常に有効であり、新規融資の開拓につながる

「CSM (Corporate Strategy Meeting) = 企業戦略会議」

(1) 当行優良基幹取引先に対し、M&A・事業承継などのニーズに加え、事業戦略・経営課題全般のディスカッションを実施しリレーション強化に繋げるもの。平成25年上期からの新施策で、取組み開始来60先実施。
 (2) 取引先、営業店、当部、外部提携先の4者による戦略会議を実施し、当該取引先の事業戦略・経営課題等のニーズを抽出のうえ、ニーズに対するソリューション提供により、リレーション強化、当行のプレゼンス向上を実現し、取引拡充に結びつけることを目的とする。



CSMの具体的な流れ

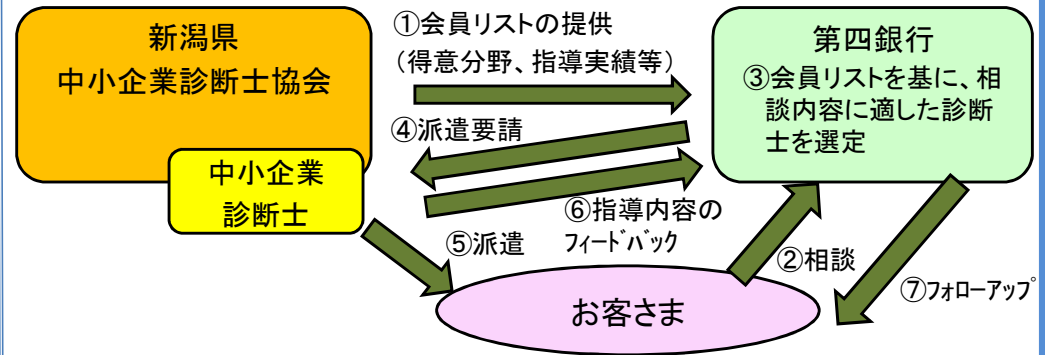


25. だいし専門家派遣制度(第四銀行)

成 改

【支援概要】

- ✓ 新潟県中小企業診断士協会と提携し、同協会から派遣された中小企業診断士が経営改善に関する指導・助言を実施



26. 課題解決プラットフォームTAMA(多摩信用金庫)

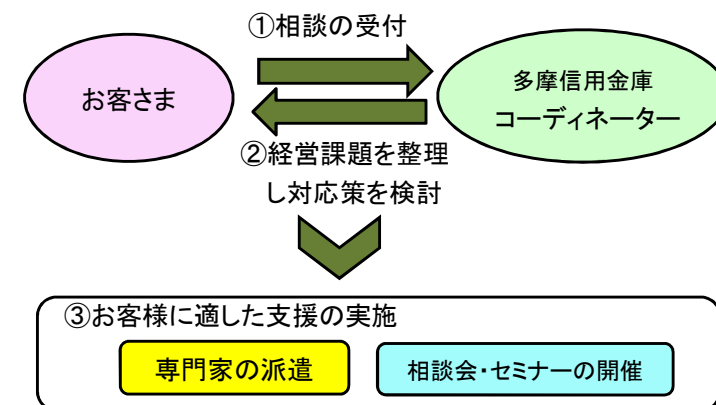
創 成 改 再 廃 承

【支援概要】

- ✓ 中小企業等の全てのライフステージ・経営課題に応じた専門家派遣等を金庫独自の事業として展開
- ✓ コーディネーター(金庫職員)が取引先のニーズを把握し専門家を選定

【専門人材例】

- ✓ 中小企業経営において、大きな課題となっている事業計画立案やマーケティング、事業承継をはじめ、様々な知識や支援経験が豊富な専門家を登録



27. 新現役(企業OB人材)交流会を活用した中小・零細企業支援(三島信用金庫)

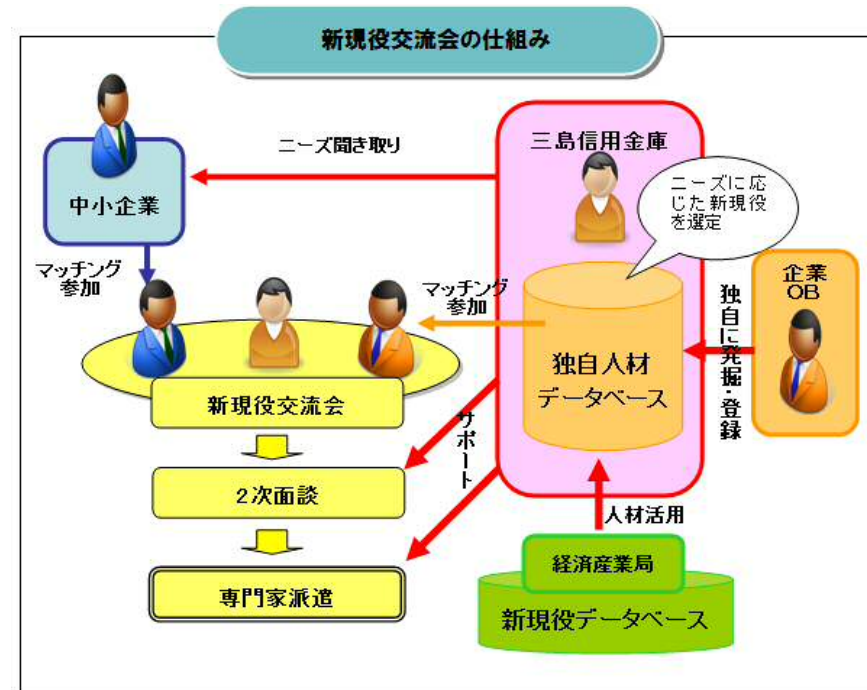
創 成 改 再
承

【目的】

- ✓ 中小・零細企業は様々な経営課題を抱えているものの、人・物・金・情報といった経営資源に限りがあることから、自社単独では抜本的な解決が難しいのが現状
- ✓ 大手企業OB人材(新現役)の保有している知識・スキル・経験を活用して、このような中小・零細企業の経営課題を支援するために、関東経済産業局の施策である新現役交流会を開催

【支援概要】

- ✓ 新現役交流会において、新現役と支援を希望する中小・零細企業をコーディネート
- ✓ 新現役交流会で、双方合意すれば、2次面談を行ったあと、新現役を専門家として当該企業に派遣するなど、課題解決に向けた具体的な支援に着手
- ✓ 当金庫では、新現役のエントリーに当って、関東経済産業局のデータベースを活用するとともに、当金庫が独自で新現役にアプローチしデータベースを作成
- ✓ 新現役交流会は金庫本部にて開催(2月26日)。支援希望企業24社、出席希望の新現役50名(2月12日現在)



28. 専門家派遣制度（浜松信用金庫）

【目的】

- ✓ 創業、ベンチャー企業及び経営革新を図ろうとする中小企業等が抱える様々な課題に対して、民間の専門家を派遣し、適切な助言を行うことにより、中小企業等の順調な発展・成長の促進に寄与すること
- ✓ 金融円滑化法に基づく条件変更等を行った取引先に関する「出口戦略」のひとつの手段として、取引先自身による課題認識とその解決に向けた主体的な取り組みを促進し最適なソリューションの提案を行い、経営改善に結びつけること

【支援概要】

<派遣制度概要>

- ✓ ①経営分野 ②技術分野 ③知財分野の3分野（*国、県、市、産業支援機関が対象としない分野に対しても柔軟に対応）
- ✓ 派遣回数上限 5回
- ✓ 派遣1回につき 30,000円(税込 当金庫と相談企業が折半)
- ✓ 現地での助言時間は1回あたり3～4時間程度
- ✓ 営業店から専門家派遣の要請があった場合、必ず本部担当職員が取引先を訪問し課題を整理したうえで、最適な専門家を派遣するよう努めている

<派遣実績>

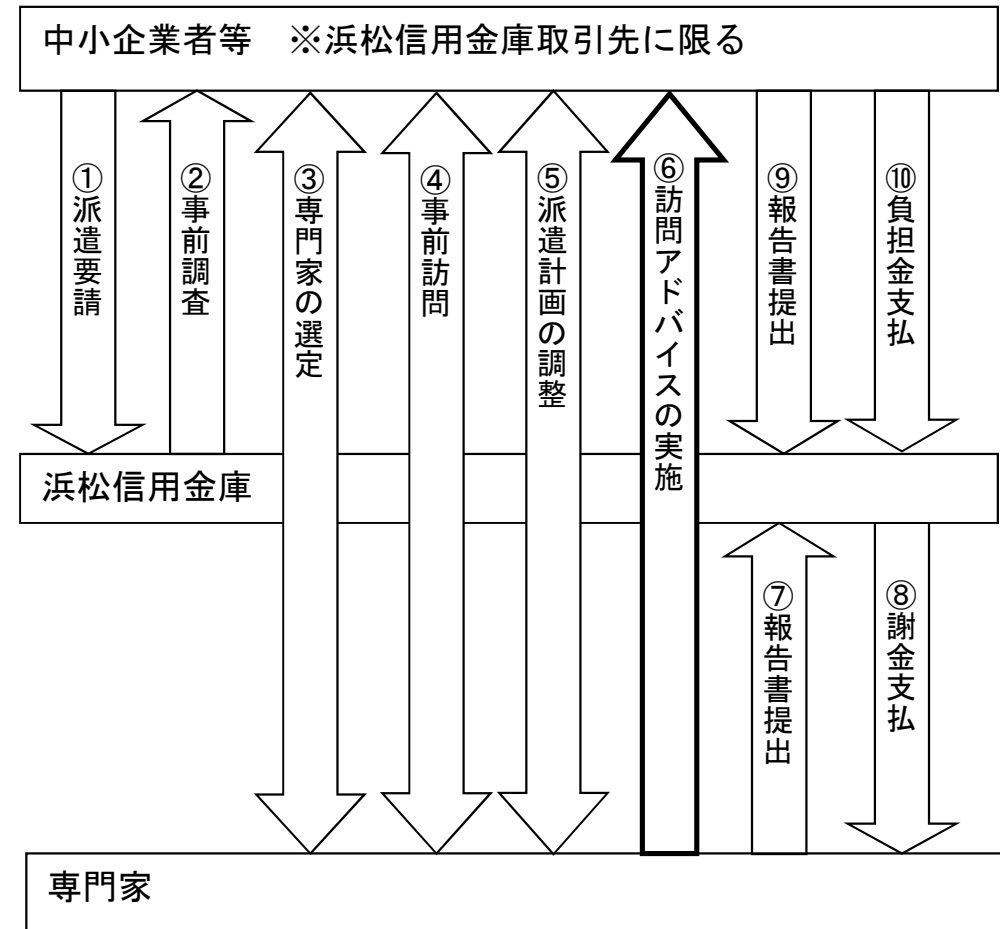
- ✓ 平成24年度 7社 派遣回数26回
- ✓ 平成25年度 18社 派遣回数78回(3月末までの派遣予定を含む)

【専門人材例】

- ✓ 地域力連携拠点事業や中小企業応援センター事業等への参画の経験から得た地域の専門家を活用

専門家派遣制度

<専門家派遣スキーム図>



29. はましん新現役活用プラン(浜松信用金庫)

【概要】

- ✓ 関東経済産業局が独自に創設したマネジメントメンター制度(新現役(企業OB)が有する豊富な実務経験、専門知識や人的ネットワークを中小企業の課題解決に活用する制度)を活用しながら、地域の特性に合わせて金庫独自の運用を目指している

【目的】

- ✓ 新現役の知識・経験を活用した中小企業支援を実施し、浜松地域の活性化に寄与する
- ✓ 中小企業と新現役と出会いの場を提供し、双方の納得感の高いマッチングを実現する
- ✓ 新現役が活躍する場を提供し、中小企業の経営支援を通じた社会貢献を実現する

【中小企業が期待する支援分野】

- ✓ 企画・戦略立案、販売・マーケティング、人事・労務管理、海外展開・国際化、技術・商品開発、IT化・情報管理、物流管理、経理・財務管理等

【新現役の組織化】

- ✓ 平成25年7月23日、地域の企業OBを対象に説明会を開催(参加者約70名)
- ✓ ヤマハ(株)等、当地大手企業のOB会等に働きかけ、支援スキルがあると思われ、主旨に賛同いただいた新現役(企業OB)を登録(平成26年1月末現在 登録者65名)

【新現役交流会】

- ✓ 課題を抱える中小企業と新現役のマッチング機会として新現役交流会を開催
- ✓ 申込企業へのヒアリングを本部担当者が実施し、課題を整理、抽出し、課題シート作成
- ✓ 新現役登録者に対して課題シートを開示して、交流会参加者を募集
- ✓ 平成25年10月18日に1回目の交流会を開催

【開催結果】

- ✓ 参加企業19社、新現役参加者20名、延べ面談数44件。うち6社、7名が二次面談を実施し、1社が直接雇用、4社が専門家派遣制度を利用して支援を受けた

