

## 第7回 OB 活用全国会議 コーディネーター機関の連携を目指して

OB 活用全国会議は、「2007 年問題」と呼ばれた、大量に定年退職してくる団塊の世代を中小企業の支援に役立てようとの主旨で、大阪科学技術センター ATAC の呼びかけで 2007 年 11 月に発足したもので、今回で 7 回目を迎えます。

H25 年 11 月 8 日、10 機関から合計 28 名の参加を得て大阪科学技術センターで開催しました。

今回はメンバー機関による全体会議に続いて、東経連ビジネスセンターの加福氏の特別報告と、(株)中村超硬の井上社長の招待講演があり、そのあと交流会で意見交換を行いました。

### 1. 開会挨拶

ATAC 運営委員長梶原孝生から、各機関の連携は進んでいるが、その成果はまだ不十分と思う。最近発行された「ものづくり成長戦略」(藤本隆宏・柴田孝編著、光文社新書)に記載されている自治体・コーディネーター・企業間の連携の事例は参考になる、とのコメントがあった。

### 2. 参加機関の活動状況報告

各機関の活動状況のうち主なものを挙げる。

#### キャリアコンサルティング協同組合(東京)

60 名。高齢化で世代交代中。特に東京と関西の両方に生産または営業拠点を持つ企業の支援で関西地区機関とのビジネス連携を進めたいとの提案があった。

#### 近畿産業技術クラスター協議会(大阪)

24 名。公共機関の支援を受け、ものづくり企業の技術的課題解決、人材マッチング、販路開拓に注力中。

#### 大阪府産業支援型 NPO 協議会(大阪)

20 名。中小企業の海外展開等を支援する組織。クライアントの確保が難しい。似た組織との協業を期待。

#### 企業組合 STEP - 21(滋賀)

19 名。企業の経営・技術コンサルティング。高齢化と依頼減少が問題。講演会開催へシフト。

#### NPO 法人ノーハウ会(大阪)

正会員 50 名。企業の支援が主体。500 名の準



会員を擁し、必要なら応援。依頼が少ないのが問題。

**日本機会学会関西支部シニア会（大阪）**

200名。大学への人材派遣、理科教室開催など。

**（株）パワーマーケティング（大阪）**

100名で技術系・文系が半々。マーケティング業務の請負とコンサルティング。企業のホームページを見て社長にアタックし、戦略マップを作成して提案。企業の課題解決は経営戦略から技術戦略へと展開している。

**NPO法人ATACMATE奈良（奈良）**

15名。会員減少、クライアント減少が問題。元気な企業50社を順次訪問し、公的支援や新5SをPR。

**NPO法人ATACひろしま（広島）**

22名。数100万円の補助事業と常翔学園の教育支援に注力中。

**NPO法人アタック・メイト和歌山（和歌山）**

14名。エネルギー（太陽光発電設備メンテ）、科学教育（小水力発電、温度差発電）などに注力。

**ATAC（大阪）**

30名。コンサルティング件数の減少に対し、公的支援・展示会・金融機関など全部手を打てとっている。昨年来東北支援事業を推進し、成果が出始めた。



**3. 特別報告「コーディネーターの皆様とのB to BソーシングサービスeEXPOの紹介」**

東経連ビジネスセンター ナビゲーター

加福 秀互 氏



「eEXPO ソーシング」はもっと技術や製品をアピールしたいという中堅・中小企業とより良いサプライヤー/パートナーを探したいという大企業とをWeb 展示会場 eEXPO

を介してマッチングさせるシステムである。

大企業が欲しいシーズを登録メンバーに公開し、その技術・製品を保有する中小企業を教えてもらう第1段階と、その中から有力コーディネーターが最適のパートナー企業に絞り込む第2段階と、絞り込んだ中小企業と大企業が実際に面談してお互いのシーズとニーズがマッチングするか折衝する第3段階から成り立っている。

この8月からスタートしたが、今回会議に参加したコーディネーター機関に対して第一段階の情報提供者としてメンバー登録して欲しいと訴えられた。

**4. 招待講演「中小企業の効率的R / Dに対するOB人材の活用」**

中村超硬社長 井上 誠 氏



井上社長には第2回会議（2008年）で「ものづくり企業としての成功を目指して」という演題で講演いただき、工場見学も行ったが、今回はその後の当社の基幹事業となっ

ているダイヤモンドソーワイヤの開発とこれによる太陽電池用シリコン及びLED用サファイアのウエハ切断事業開発の際に採用した5名の大企業OBがそれぞれの専門性と持ち味を発揮して活躍してくれているとの紹介があった。

また、OB採用の際の注意事項としては、企業側は、経営者は熱意を示す、明確なミッションを示す、本人の成果を明確にする、ブランド（出身企業名）で信用してはいけない、OB側は、入社企業で「この会社は・・・」は禁句、などOB採用に関する有益なアドバイスが聞けた。

**5. 交流会**

参加者同士、講師と参加者の間で情報交換と懇談が行われ有意義であった。

**6. 終わりに**

これまで本会議は各機関の運営方法やクライアント獲得方法の良い点を参考にするという取り組みであったが、今回の会議では特に各機関の間の業務連携が強く認識され、今後の重要課題になるとの印象を強くした。  
(池田隆記)