

ものづくりマーケット シンポジウム

市場開拓協議会（吉村
徳則会長）^①（株）成研社長）
が十二日、合人社ウエ
ンディット・まちプラザで
開催した。



まず、主催者挨拶とし
て吉村会長が「ものづく
りの成果は市場に展開で
きてこそを、モットーに、
市場開拓の一助になれば

と思い、公的機関と協力
し開催の運びとなりました
」と、今回のシンポジ
ウムの目的を話した。

基調講演は、（公財）さ
いたま市産業創造財団の
山縣秀司理事長が「やる
気のある中小企業の成長
を支援—さいたまの事例
」と題して行った。独自の
企業認証制度による支援
や経営者会、勉強会など
を実施して支援を行って
いる事例などを話した。
特に経営者の挑戦意欲を
高めることが重要といい、
金融機関や行政との連携
も大事だと説いた。

続いて、広島市、呉市、
東広島市、島根県雲南市
の行政関係者らがパネル
ディスカッションを行い、
質疑応答、交流会もあっ
た。参加者は定員の七十
人を超える盛況だった。

中小の販路開拓支援へ マーケティングシンポを開催

中小企業の販路開拓、営業支援を行っている市場開拓協議会（吉村徳則会長）は11月12日、「ものづくりマーケティングシンポジウム」を開いた。中小のものづくりの意欲を引き出し、その成果を市場展開していくための手段を探った。

パネルディスカッションで、4市の支援担当者がそれぞれの取り組みについて成果と課題を説明。中小が販路を広げる際、失敗する理由として「市場のニーズとのミスマッチ」、「営業力不足」を挙げ、それらの解決のための支援事業を紹介した。

広島市は試作品の開発支援を実施。販路開拓コーディネーター、商品デザインの開発室を設けるなど、細かい質問や要望に応じて「売れる商品作り」を推進している。

東広島市は地元の広島大や企業などと産学官連携を積極的に進

め、優れた新製品を「東広島発！ものづくり逸品」に認定。製品のイメージ向上とPR強化で販路拡大に役立ててもらっている。

呉市はコーディネーターが細かく助言しヒット商品となった「広島レモン鍋のもと」、「高級爪やすり」の事例を紹介した。

一方、企業における市の支援事業の認知度不足をはじめ、支援側も企業のニーズを十分に把握しきれていないのが、課題として挙げられた。今後、各市は企業訪問と情報発信の強化を図る。

パネルディスカッションに先立って基調講演した（公財）さいたま市産業創造財団の山縣秀司理事長は、独創的で高い技術力を持つ企業を「リーディングエッジ企業」として重点的に支援している、さいたま市の事例を紹介し、「やる気と技術を持つている日本の中小企業は世界の宝。行政や金融機関など周囲を巻き込み販路拡大を目指してほしい」と話した。