

新現役ネット「技術総合支援グループ」

2009年2月 中小企業基盤整備機構受託事業「平成20年度新現役チャレンジ支援事業・モデル事業」を受託し、事業実施報告書を中小企業基盤整備機構に提出した。(要旨は下記の通り)

●平成20年度新現役チャレンジ支援事業

「新現役チャレンジ支援事業」は、平成19年度まで実施してきた「企業等OB人材活用推進事業」を強化・拡充し、新現役人材(大企業等の退職者及び近く退職を控えるシニア人材)が持つ豊富な技術・ノウハウ等を、小規模企業をはじめとする中小企業につなげるため、新現役人材の発掘・登録・マッチングを行うことで、生産性の向上など中小企業等の支援に活用することを目的としています。

●平成20年度新現役チャレンジ支援事業への経緯

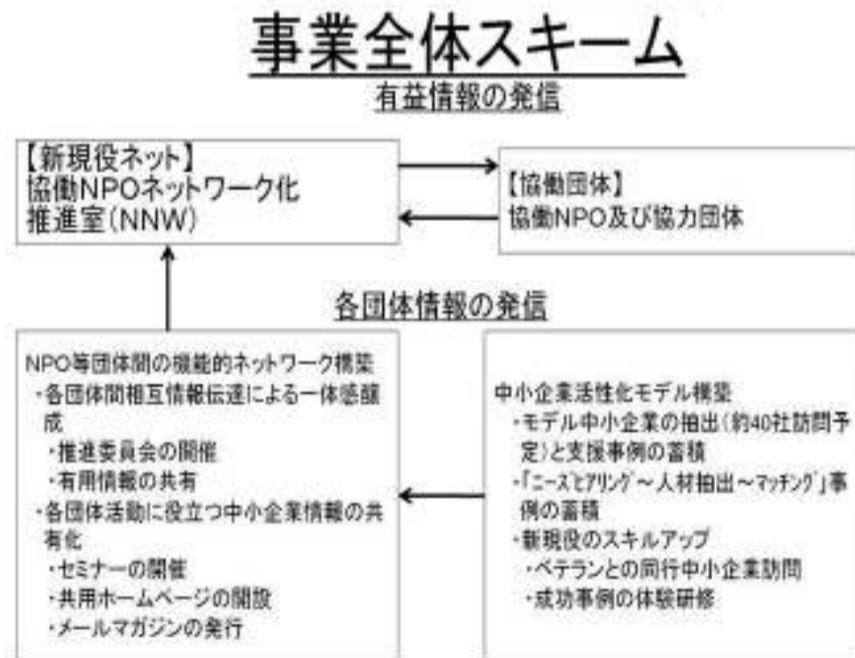
本事業はNPO法人新現役ネット名義で受託し、実務活動はその傘下であるGSSG(当グループ)が行ないました。また、本事業で与えられた課題は「モデル事業」と称され、全国の産業支援型活動を行なう友好NPO・団体を集約し、ネットワーク化する事にありました。具体的な事業として“新現役チャレンジ支援事業「新現役ネット協働NPOネットワーク化推進室”、通称 NNW(NPONetWorkの頭文字)推進室を設置して事業の効果的・効率的推進を図りました。

GSSGの過去の活動例として、

- ・平成17, 18年度に都立六郷工科高校(東京都大田区)デュアルシステムへの協力を通じて70社を超える中小企業との面談実施
- ・平成18から20年度に経済産業省プロジェクト「高専などを利用した中小企業人材育成事業」に参画し中小企業約20社に対して「ものづくりと生産技術」に関する講習と実習を行うとともに、経営者との面談を通じて企業経営に関する情報収集などを行ってきた。これらの経験を本事業活動の基盤としました。

I. 事業の目的

本事業は、これまで当法人が培ってきた有効なネットワーク構築スキルと、それを支える中小企業支援経験を活用し、全国の産業支援型NPOをネットワーク化して、相互の情報交換を行い各団体の中小企業支援情報を共有化することにより各団体会員の意識、支援スキルの向上を目的とし、この目的を達成するため、以下の事業スキームを策定し推進しました。



II 事業(協働NPO等モデルネットワーク構築)の内容

本モデル事業の主目的である協働NPO等(等とは、NPO以外のその他の団体)ネットワーク構築について以下の方針で活動しました

1. 主として首都圏にある産業支援型NPO等の団体を抽出する
2. 上記団体に対し、ネットワーク参加を要請する
3. 協働NPOネットワーク構築化推進委員会を組織し、参加団体委員による推進委員会を開催する

平成20年9月より活動を開催した。その結果19団体の賛同が得られ、平成20年11月27日に第1回推進委員会を開催し年度内に3回の推進委員会を開催することができた。

## ●平成 21 年度新現役チャレンジ支援事業とは

新現役人材（大企業等の退職者及び近く退職を控えるシニア人材）が持つ豊富な技術・ノウハウは、小規模企業をはじめとする中小企業にとって重要な経営資源となるが、他方、こうした人材は、大企業・大都市に集中し、その知識・経験を必要とする中小企業や地域社会の需要との構造的な需給のミスマッチが発生している状況です。このため、新現役人材が「大企業から中小企業へ」「大都市から地方へ」「海外から国内へ」と舞台を変えるための新たな潮流を作り出すための「新現役チャレンジ支援事業」を実施し、新現役人材の発掘・登録・マッチングを行うことで、生産性の向上など、中小企業の支援などに活用することを目的としています。特に今年度は下記の“マッチングの成果”を強く求められました。

### I. 実施内容

#### 1) 事業説明会の開催

首都圏および近畿圏において、本モデル事業に参加の NPO 法人等に所属する新現役人材を対象に事業の概要、実施方針等に関する説明会を行ないました。  
計 参加者：11 団体、30 名。

#### 2) 中小企業支援マッチング

中小企業の経営課題を的確に把握し、新現役人材による最適な経営支援を実施するため、下記の活動で事業を実施しました。

結果中小企業訪問は135社（首都圏：81社、近畿圏：54社）の実績となり、またマッチングも48社（首都圏：27社、近畿圏：21社）で成立しました（目標は合わせて30件以上）。

#### 3) セミナーの開催

首都圏、近畿圏でそれぞれ3回、計6回のセミナーを行ない、各セミナーとも大変好評でした。

### 2. モデル事業としての総括

- ◎「新現役による中小企業支援はどのような方法が有効か？」－本モデル事業を開始するにあたって関係者で徹底的な議論を行ないました。議論の結果、新現役のマッチング件数を30件以上と決め、そのために企業訪問を積極的に行い企業ニーズを詳細にヒアリングしました。
- ◎訪問企業数は、前述のように首都圏で81社、近畿圏で54社となりました。企業のニーズは現今の厳しい経済情勢を反映して、首都圏・近畿圏とも販路開拓に協力してほしいとの声が大勢を占め、特に近畿圏では圧倒的に販路開拓ニーズが多くありました。また元気な中小企業経営者は、受注量の落ちている現在は社員の基礎的な能力を高める機会と考え、社員教育に力を貸して欲しいとの声がありました。
- ◎上記のように各社のニーズを整理し、各グループ内で討議してニーズに応えられる新現役を選定し企業に紹介しました。
- ◎企業経営者は概ね紹介人材について評価し、首都圏27件、近畿圏21件、合わせて48件の新現役のマッチングに成功しました（計画は30件以上）。
- ◎モデル事業として「訪問事前準備(P)～企業訪問・ニーズ聞き出し(D)～グループ討議(C)～新現役紹介(A)」のサイクルを回して事業を実施したことが成功につながったものと自負しています。