

第9回新潟活性化サロン トライアングルでの共創 - 魅力発信×事業創造×人材確保 -

- ◇ 令和元年12月4日開催
- ◇ ゲストスピーカー 坂本 忠弘 地域共創ネットワーク代表取締役

「トライアングルでの共創 - 魅力発信×事業創造×人材確保 -」発表概要

1. 事業創造（キーワード：「掛け合せ」「協同協働」）

- 京都ではモノづくりの担い手と訪れる人との交流の場である「DESIGN WEEK KYOTO」が開催されている。オープンファクトリーやイベント開催を通じて、伝統工芸の担い手と異種職人に、クリエイターやマーケター、サポーターやユーザーが、さまざまに交わり、モノづくりの現場で刺激し合うことで、京都の創造性をより広げ、深めるきっかけの場となっている。
- 京都信用金庫では、1年を通じてサロン形式で企業経営者を支援する場を支店所在の各地で開設している。スモールビジネスを営む起業家が気兼ねなく参加できるコミュニティであり、主体的に参加することで自らの成長を実感でき、横のつながりも生まれ、「地域を元気にしたい」という同じ志を持つ起業家が地域内のすぐ近くにいることを認識できる場として、価値あるものとなっている。
- 地域の製造業の中小企業が協同協働で仕事を引き受け製品を創造していく「京都試作ネット」という連携事例もある。これは、製造業自らが運営する開発試作に特化した「B to B」のインバウンドサイトを通じて、小ロットの試作分部品加工案件から大型開発試作案件まで、参画企業50数社が連携して企業開発者の思いの実現に向けて取り組むものである。

2. 魅力発信（キーワード：WEBコミュニケーション）

- クラウドファンディング(購入型)を事業者側からみると、企画した商品を市場に投入する前にどれくらいの反響があるのか、テストマーケティングの意味合いでも活用されている。
- 魅力発信という観点からは、「地域を越えて様々な動きを伝え、共感や価値観を共有する可能性」、「生産者の協同協働で新たなサービスを創造する可能性」、「消費者と直接つながり、商流を見える化し、参画型の活動を生み出す可能性」、という3つの可能性があると考えられる。

3. 人材確保（キーワード：「体験創造」「副業兼業」）

- 企業と社員の関係をどう考えるか。企業が社員をどう使うか(人数管理)ではなく、企業と社員がどう結びつくか(共感創造)、更には、社員が企業をどう使うか(体験創造)という考え方が求められてきているのではないかと考える。人材を確保するためには、「この職場で社員が何を実現できるのか」、「どのような経験ができるのか」、という観点を意識することが重要。
- 京都信用金庫では、地元の中企業の次代を担う若手社員を対象に、「働き甲斐」や「10年後の自分の将来像」などをテーマとしたトークセッションや、グループワーク、懇親会を通じて、他社の同世代同士のつながりを作る異業種交流会も定期的で開催している。このような交流を通じて、自社内だけでは得られない「新たな気づき」を持ち帰ることで自身の成長と社内の活性化につながるもの。
- 人材の流動化をどう捉えるか。本業と並行して異業種に就くことを認める副業制度の解禁が金融機関においても広がり始めている。職員の多様性を育むとともに、人口減少が課題となっている地域の活性化につながるのではないかと考える。