

報告者：土方千代子

こんにちは、Bグループ「お役立ち隊」リーダーの土方です。

今回は、実際に企業訪問として、

1. 事前に「訪問 OK」をとらずに訪問したパターン
 2. 事前に「訪問 OK」をとり訪問したパターン
- の2つのパターンに分けてご報告します。

1. 事前に「訪問 OK」をとらずに訪問したパターン

前回は少しふれましたが、とりあえず企業に直接行ってカンファレンスのご紹介、ITCの説明、今回の試みの説明を行うことを試みました。Bグループでは、結果として11社の訪問を実現しました。

これには、足で稼ぐという技が必要でした。そして、地元大田区の土地勘を活かしたメンバーと、IT機器であるナビを活用してまわったメンバーが活躍しました。

11社の結果としては、

- 6社：社長がお話を聞いてくださった
- 1社：担当者がお話を聞いてくださった
- 1社：役員が応対して下さり資料をお渡しした
- 3社：社長が会議中、外出中だったので担当者に資料をお渡しした

ここで得たことは、電話ではぶっきらぼうでも、実際にお会いするととても良くお話くださる方が多かったことです。時間がないと言いながらも、メンバーの話を聞いて下さり御意見くださった方もいました。また、直接訪問しての支援の願いは、1回の訪問では難しいということもわかりました。

しかし、実際に企業訪問し、ご担当者にお会いしたり、企業の様子、忙しさなどを実感できたのは収穫でした。また、訪問して断られても、電話で受けるショックよりは少なかったような気がします。

2. 事前に「訪問 OK」をとり訪問したパターン

結果として7社の訪問が実現しました。「訪問 OK」の理由は、カンファレンスや私たちの活動に興味を持っていただいたことだと思います。

2-1. 「訪問 OK」をとりつけるまでの作業工程

興味を持っていただくためのアプローチに要する作業負荷は企業ごとに大きく異なりました。
7社が「訪問 OK」にいたったまでの作業内容を以下にあげます。

- (1)担当者との電話 メール送信 社長との電話 社長から訪問 OK メール受信 社長との電話 訪問
- (2)メール送信 電話：夏休みだった 社長との電話 訪問
- (3)電話 訪問
- (4)メール送信 担当者と電話（担当者が社長のスケジュールを抑えていただく） 訪問
- (5)メール送信 社長との電話 訪問
- (6)（夏休み明けを待って） 社長との電話 訪問
- (7)案内郵送 担当者と電話 社長との電話 訪問

ここで難しかったのは、企業によってアプローチの仕方は1つではないということですし、最終的にアポを取るのにはメールではなく、電話だということもわかりました。まだあったことのない経営者へ電話で主旨をうまく伝え興味を持ってもらうということの重要性も認識しました。同時に、メールは読んでも返事が来ないことが多いことも認識しました。

2-2. 訪問

実際に訪問した際には、下記のような訪問セットを持参して説明しました。

- ・カンファレンス案内（ITC Conference 2005 案内、経営者ご招待状申込書）
- ・ITC 紹介資料（IT コーディネータ協会案内、IT コーディネータ活用ガイド、COMPASS、IT コーディネータ活用事例集、IT 経営のススメなど）
- ・「モノづくり応援隊 in 大田区」説明資料(*1)

その中で、活動に興味を持ち、経営者自らの時間を確保(*2)していただける2社が支援に応じていただくことが出来、現在に至ってます。

他の5社についても、企業・官公庁・ITC など様々な課題をお聞きしていますので、後日ご報告します。

*1:メンバーが今回の作業説明のpptを作ってくれたので有効活用できました

*2:当初は、3社が支援に応じていただけましたが、1社は時間確保が厳しくなり断念しました。