

〔西岡委員長 挨拶〕

皆さん、こんにちは。

外はあいにくの天気ですが、今日は、北海道から沖縄まで全国から約100名のITC組織代表者の方々に集まいただきました。是非、参加者全員で活発な意見交換をしたいと思います。

まず、業務開発・広報委員会のH19年度活動基本方針を紹介します。

1つ目は、この2年間推進してきたITCのビジネス機会、マッチメイクを継続し、さらに進めること。正式には、『ITCのビジネス市場確立への支援継続』です。このために、

第1は金融機関との連携です。最近、金融機関でも資金の融資のみならず顧客の様々なニーズに応えていく顧客満足度の向上が問われていますから、ITCが紹介された顧客の経営改革を支援することは金融機関とITCがお互いにWIN-WINの関係を作ることになります。しかも、政府系金融機関の中小企業金融公庫などでは、多くの投資・改善意欲を持った中小企業を顧客として持っています。

第2にIT経営応援隊との連携です。経済産業省の夏目室長からお話があると思いますが、国の施策とITCの活動が連動できるよう、逐次、皆さんに必要な情報をお伝えしていきます。

第3には、IT経営キャラバンとの連携です。前回のコミュニティ大会のパネル討論で、ITCがどう、これを活用していくかをテーマとして、ディスカッションを行いました。今年度も継続していきます。

第4は、ITC届出組織間の情報交流です。H19年度も6回程度、全国各ブロックで地域ワークショップを行い、自らの組織の事業計画を立案した、やる気のある届出組織のビジネス立ち上げやネットワークづくりを図っていきます。

2つ目は、『ITCのブランディング』です。

とにかく、ITCを有名にしたい。そのためにITCを分かりやすく表現する工夫をしていきます。ITCの説明を求められたときにパッと答えられるようにITCをビジュアライズする方法を開発していきます。

一昨年実施した皆さんからのアンケート(3千名のITCアンケート)のなかでも、ITCとはどういう人なのかの説明に苦労されていると聞いています。そこで、昨年度は当委員会でITCに関する紹介記事を雑誌や新聞に能動的に載せてもらう活動をしてきたことはみなさんに良く知って頂いていると思います。

広報委員会としては、広告記事ではなく、信頼できるマスコミのニュースとして、ITCに関する情報を届けることを広報活動として行い、成果を上げています。また、全国の中小企業経営者に身近に感じる情報は、全国紙ではなく、地方紙または全国紙の地方版で取り上げてもらうため、昨年は届出組織に対して地域ワークショップの中で参加組織にプレスリリースのノウハウを伝えました。

本年はこういうことにも効果を挙げるため、ITCのビジュアライズを行っていくわけですが、ITCは「全国に何人です」、「成功事例はA社、B社、C社と全国で何社です」と誰に聞いても同じ答えが得られるようにしていきます。それにより、皆さんが地元で動きやすくなるようにする、これが、「ブランディング」の狙いです。

今日は、懇親会終了の18:30まで長丁場ですが、しっかりコミュニケーションをして頂きたいと思います。どうか今日一日を充実させて頂くことをお願いします。