

青年部長等研修会（主張発表大会）概況

定刻となり、司会者、県青連浅野副会長は開会を宣し、県青連宮崎会長及び県連渡部専務理事が挨拶をした。

その後、田中副会長の朗読により「商工会青年部宣言」と「誓いの言葉」を斉唱し、開会終了後の午後1時50分から青年部主張発表大会が開催された。

新潟日报社上越支局 斎藤報道部長が審査委員長となり、新潟県産業労働観光部産業政策課 神山参事、県連合会 渡部専務理事、県青連 宮崎会長、兼田組織指導課長の5人により審査が行われた。

<発表順とテーマは別紙のとおり>

各発表者とも、聴衆に訴えかける見事な発表であった。内容も、青年部員にとって今後の活動のヒントとなる興味深いものばかりであった。

全発表の終了後、審査委員による審査の間、16時00分から、「ソーシャルメディアの活用によるビジネス戦略」と題し、イーンスパイア株式会社 代表取締役 横田 秀珠 氏による研修会が行われた。内容は以下のとおり。

冒頭、現在の購入形態が「リアルで試し、ネットで購入」になっている点を指摘。米国では「実店舗はショールーム」と称されているそうだ。

このような状況の中、ネットビジネスを使わずに勝ち抜く方法があり、それは「検索されないこと」だという。

ここで言う「検索されない」とは「オーダーメイド商品を作る」、「行商に行く」、「Facebook を使う」の3つのことを示し、横田氏は特に「Facebook を使う」ことを強調した。

ところで、昔（インターネットの無い時代）の購入形態は、「知っている人から買う」のが当たり前であった。また当時は、他店・他商品と比較することが出来なかった。

つまり、購入の動機が「人」となりうる。その裏には安心して物を買いたいという心理もある。

横田氏はこの点に注目し、顔を覚えてもらうことの重要性を説いた。仕

事の顔だけでなく、色々な顔を出すことが相手への意識付けになる。

余談ながら、顔を知ってもらうことの最終手段は、「お酒を飲む」ことだそうで、それは、自分を知ってもらうことができ、相手を知ることができるからである。

ここまでの話において、誰かに顔を覚えてもらうことがビジネスチャンスに繋がることが分かった。ではどのようにして顔を覚えてもらうのか。そこで利用するのが **Facebook**（ソーシャルメディア）。

一見、「検索されないこと」と聞くとインターネットを利用しないことを想起させ、「**Facebook**（ソーシャルメディア）を使う」に反したことのように聞こえる。

横田氏は「検索」と「ソーシャルメディア」は別物であると捉え、ソーシャルメディアは「誰から買う」を探すツールであり、検索エンジンは「何を買うか」を探すツールであるとしている。

では **Facebook** をどのようにビジネスに活用するのか。

まず前提として、仕事を得るためには信用が大事であり、中小零細企業はこの点が不足していると語った。そこで **Facebook** を用い、オモテ（個人）とウラ（企業）の顔を使い分け、親近感を感じてもらおう（フローの一例として別紙資料 48～52 参照）。この親近感が、信用に繋がるという。

ここまで述べたように、**Facebook** はビジネスにおいて有効なツールとなりうる。まずは「**Facebook** やっていますか？」という問いかけを試みるのがきっかけとなり、ビジネスに繋がっていく可能性がある。

最後に、ソーシャルメディアはリアルビジネスを助けるものだと言った。

リアルビジネスで成功している人はソーシャルメディアの活用で、ビジネスが加速する。一方で、あまり成功していない人がソーシャルメディアを活用すると、マイナス方向に加速するという。

つまるところ、リアルビジネスありきのソーシャルメディアであるとして、研修会を締めくくった。

研修会終了後の 17 時 30 分より、表彰式が行なわれた。

はじめに成績発表が行われ、最優秀賞は県産業政策課神山参事、優秀賞は県連渡部専務理事、優良賞は県青連宮崎会長からそれぞれ表彰状の授与を行った。

その後、審査委員長の新潟日報社上越支社 斎藤部長から発表者ごとに

講評をいただいた。表彰結果並びに講評内容は以下のとおり。

最優秀賞（県知事表彰）	水原商工会青年部	高橋	英徳
優秀賞（県連会長表彰）	弥彦商工会青年部	三方	剛
優良賞（県青連会長表彰）	関川村商工会青年部	高橋	俊

・越路町商工会青年部 神林 克彦

「2つのソウゾウリョク（想像力と創造力）を結び付ける着眼点が良い。イベントについてもう少し踏み込んだ話ができればよかったのではないか。」

・白根商工会青年部 中村 宏太

「青年部が考案した「でんぶ焼き」を聞いていて食べたくなるような、具体的な話だった。説得力もあった。」

・大和商工会青年部 川島 弘之

「失敗から始まる内容で、その原因を分析している。斬新な視点。」

・弥彦村商工会青年部 三方 剛

「観光地を背負った青年部ならではの、独特な視点の話だった。」

・黒姫商工会青年部 池嶋 政浩

「なかなか知られない現状を訴えた内容で、心に伝わってきた。」

・水原商工会青年部 高橋 英徳

「広報誌という、珍しい内容だった。自分なりの視点で話を展開しており、元気が良く堂々とした発表だった。広報誌について言及するとなお良い。」

・妙高高原商工会青年部 小林 隆浩

「論点・構成がしっかりしており、話がわかりやすい。また、青年部の活動とはどんなものかが分かる発表だった。」

・新穂商工会青年部 土屋 稔之

「原稿と話す内容が一番違っていた。発表直前まで練りに練ったのでは。生き生きとした話だった」

・大潟商工会青年部 縄 大輔

「震災復興のイベントを通して、地域で何ができるのか考えさせられた。イベントを作っていくことの大切さが伝わった。発表の最後に宣言したことを踏まえ、地域復興を引っ張ってほしい。」

・関川村商工会青年部 高橋 俊

「落ち着いた、語りかけるような口調の発表。青年部の課題を整理。他所から来た視点で、冷静に客観的に現状を捉えた内容だった。」

19時00分から、県青連浅野副会長の進行のもと懇親会が開催され、今回は、参加者の交流を目的に、くじ引きによる席決めを行った。

最後に県青連田中副会長の締めの挨拶により1日目が終了した。

(21:00)

6月27日（水）

定刻となり、県青連浅野副会長の進行のもと、宮崎会長の開会挨拶、その後、研修会に入った。内容は以下のとおり。

研修会「未来を変える Web 活用法～クラブインパルスを事例に～」

講師 新潟県商工会青年部連合会
副会長 伊藤 善行 氏

はじめに、インターネットの検索エンジンの話から研修会が幕を開けた。HPを一冊の本に例えると、検索エンジンを用いた場合、一ページずつ探すという感覚だそうだ。

また、検索するタイトルだけに注意すればいいわけではなく、タイトルとまったく関係の無いHPがHITすることもあるそうだ。

余談としてネット利用の注意事項として、以下の4点が示された。

- 1 画像流出、
- 2 GPSで居場所流出、
- 3 ソーシャルメディア流出、
- 4 個人情報流出

このようなことが起きないようにと、受講者に注意を促す場面も見られた。

続いて、HP作成時のポイントやコツをお話いただいた。

まず、HPのタイトルについて。タイトルは単純に「会社名」をそのまま使用すると、同じ会社名の企業がHITする可能性がある。そこで伊藤氏はHPのタイトルを「会社名+地域」とすることを提案した。これにより条件が限定され、自身の会社が検索結果に表示されやすくなる。さらにそこへ「業種」を加え、タイトルを「会社名+地域+業種」とするとより一層効果的だという。

HPの役割としては、認知・集客・販売の効果がある。HPの作成は不要と考えている人も多いと思うが、そう思っているのは自分だけで、あなたの企業の情報を求めている人が存在するのでは、と説いた

後半は、前半のHPの役割等を受け、クラブインパルスについてお話いただいた。

クラブインパルスは、商工会というバックボーンがあり信頼性が高く、利用する側としても信用に足るものであるとしたうえで、別紙の全青連作成資料に基づき、登録までの一連の流れを解説した。

最後に、クラブインパルスを利用するにあたり、すでにご自分で HP を持っている企業は、切り口をもう 1 つ作るという意味合いで利用してみてもどうかと加えた。

研修会終了後、田中県青連副会長から閉会挨拶があり、2 日間の研修を終了した。

(1 1 : 0 0)