

若手技術者戦力化のワンポイント

FRP Consultant

吉田 州一郎*

www.engineer-development.jp

*よしだ しゅういちろう：代表取締役社長。東京工業大学工学部卒業後、Fraunhofer Instituteでのインターンを経て、同大学院修士課程修了。繊維強化プラスチック関連の技術指導や支援を企業に行いながら専門性鍛錬を行う一方、技術者に特化した育成事業を法人向けに展開。自らの10年以上にわたる研究開発と量産ライン立上げ、国内外企業連携によるプロジェクト推進の経験を活かし、繊維、機械、化学などの企業の研究開発現場での技術者育成の指導、支援に尽力。福井大学非常勤講師。

第13回 展示会出展を通じて若手技術者に何を学ばせるか

若手技術者戦力化のワンポイント

「展示会出展を通じて若手技術者に何かを学ばせたい」とき、
「自社の製品やサービスの“技術的強み”の説明を最優先に、相手の要望を聴き、必要に応じてほかの社員の支援を得る」ことを体感させる。

はじめに

製造業企業が新たな潜在的顧客と知り合うために活用するものの一つに“展示会”がある。従来形式のようにパネルや製品を展示し、展示ブースで営業と技術担当者が来場者に説明するという手法だけでなく、展示会場内の公開会場でのセミナー登壇によって、より多くの聴講者に自社製品やサービスを知ってもらおうという取り組みが一般的になっている。

さらには、欧州で先行する“商談会を主とした展示会”の形態も増えている。このような展示会では、展示やブースは簡素なのが一般的で、出展企業と商談したい入場者と当該企業をオンラインシステムで“事前にマッチング”し、そのスケジュールに沿って商談を行う。入場者の飛び入り参加は難しく、事前登録と入場料が必要となるのが一般的であるため、来場者数は少ない一方で、高い目的意識を持っているという意味で来場者の質が高い傾向がある。出展企業同士が交流する昼食会を設定している場合もある。筆者も顧問先の要望で商談を主とする欧州の展示会に何度も参加したが、一般的に言われる展示会とはまったく異なる雰囲気、実際に仕事につながる精度も高かつ

たと感じている。

このように進化を続ける展示会は、事業的観点で重要な役割を果たすが、若手技術者がスキルを高めるフィールドになり得る側面がある。特に自社が出展企業側である場合、その効果が高まる。しかし、明確な指示を与えずに、若手技術者を出展企業の一員として参加させても、リーダーや管理職が求める技術者育成を通じた成長は望めないだろう。今回は、展示会出展を通じて若手技術者に学ばせるべきことについて考える。

若手技術者戦力化のワンポイント

「展示会出展を通じて若手技術者に何かを学ばせたい」とリーダーや管理職が考えた場合、「自社の製品やサービスの“技術的強み”の説明を最優先に、相手の要望を聴き、必要に応じてほかの社員の支援を得る」ことを意識して体感させたい。

展示会出展に携わらせる前に、若手技術者に理解させるべきこと

展示会出展は若手技術者にぜひとも体感させた業務の一つだ。業務が社内で完結しがちな技術者に外の空気を吸わせるという意味もある(図1)。

ここで若手技術者に事前知識として持たせてお