新規事業に挑戦！（第2回）

わずか1週間でピッタリの企業が紹介される

2016.05.16

大手メーカーと中小企業をマッチングする新しいサービスを展開するリンカーズ。前回はサービスを利用する大手メーカーのニーズの集め方を解説した。第2回は、相手先の中小企業の絞り込み方を説明し、マッチングの実例も紹介する。

リンカーズ（メーカーマッチングサービス）第2回

発注された大手メーカーのニーズは、リンカーズの担当者によってA4サイズ1～2枚分ほどにまとめられ、メーカーマッチングサービスサイト「Linkers」を通して全国のコーディネーターへ一斉配信されます。その案件の詳細を見て、コーディネーターがニーズに合った企業を推薦します。

案件によりますが、公募期間は3週間～1カ月程度で、少なくとも1案件に20～30社、多いときは100社以上の企業が上がってくることもあるといいます。

全国1200人のコーディネーターが活躍

コーディネーターには2種類あります。1つは公的機関に所属している人が業務の一環として協力するケースです。公的機関の人は謝金を受け取ることができないケースが多いのですが、「地元の産業を盛り上げたい」「成功事例を生み出していくことがうれしい」という思いを持ち、同社のビジネスに共感してくれている人が多いといいます。もう1つが民間や個人のコンサルタント、中小企業診断士などの専門家たちです。

コーディネーターの質も重要になってくるため、契約前には必ず一人ひとりと面談をします。同社とコーディネーターの間に地域統括コーディネーター機関を介することもあります。例えば関西地方では公益財団法人のNIRO（新産業創造研究機構）と連携しています。関西エリアから最近提案が少ないとなれば、このような機関を訪問し、フィットする企業はないかを聞いてみるなど、普段からのコミュニケーションを欠かさないようにしているといいます。

リンカーズは、オンライン上だけではなく、こうしたオフラインのコミュニケーションを取ることで、全国の1200人ものコーディネーターとの関係性を維持しているのです。「今後は質を維持しつつ、コーディネーターを2000～3000人規模まで拡大したい」と話す前田社長。そのためにも常にコーディネーターの提案数をウオッチしています。

中には提案が少ないコーディネーターがいるため、その場合はただ忙しくて提案できないのか、企業を知らないのかを見極めます。企業を知らないコーディネーターは、同社からただ情報を漏らすだけになってしまいリスクとなるため、判別していくことが非常に重要だと前田社長は考えています。今後は提案数や成約率によって、コーディネーターのランク付けも検討していくそうです。

複数の候補の中から中小企業を絞り込む… 続きを読む