

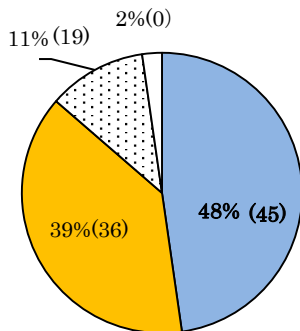
# 異業種交流グループ（平成 29～30 年度活動）のアンケート調査結果

2年間の活動を終えた44グループへのアンケート調査では、「新商品の開発、販路開拓に一定の成果を上げた」、また、「メンバー企業や商品・サービス等の知名度・信用力が向上した」という一方で、「グループとしての意思決定に時間がかかる」、「交流が主目的で具体的なビジネスに結び付きにくき段階にある」グループもあり、異業種交流の普及・定着にはなお課題がある。

## テーマ・目標の達成度

具体的な成果として、新商品の開発など一定の成果が認められる一方で、試作品の段階でコストや工程管理の見直しが必要で商品化まで至らなかったグループもあり、活動期間内での目標達成度にはばらつきがみられるが、昨年度に比べ達成度の評価は高い。

### ◆テーマ・目標の達成度

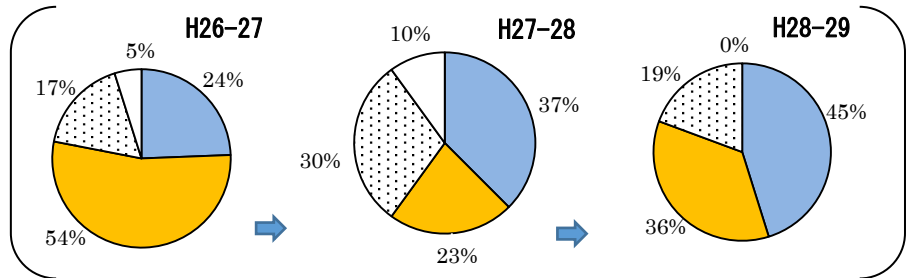


- 達成度 80%以上
- 60%以上
- 40%以上
- 30%以下

[達成度は10%区分で評価]

[ ( ) は昨年度 ]

(参考)



**【具体的に進捗した内容・成果】**

- ・県内の和紙(杉原紙)を素材とした柿渋染による独特の質感と耐久性を持つ「柿屋」ブランドのペーパーバッグの開発、販売に向け様々な展示会に出展
- ・淡路島の素材で開発したエッセンシャルオイル「Suu」の販路開拓のためwebページや各種展示会でのブランド認知に努める中、G20参加国が利用する一流ホテルに採用された
- ・地域内で活用されていない食材資源の酒粕を有効活用し、「酒粕入りもろみ味噌」の開発に着手し地域ブランド化を図る

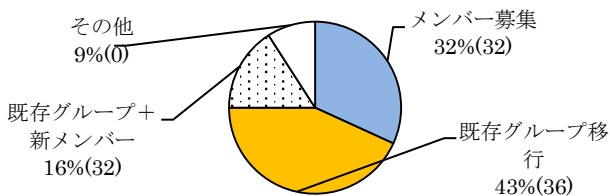
**【進捗しなかった理由】**

- ・地元産の建材を使ったモデルハウスを造ったが、他のメーカーに比べ単価が相当高くなり、改めて仕様の見直しが必要となった
- ・グループ各社で試作品を分業で製作したが、各社製造工程が微妙に異なっていたため、修正などに予想以上の時間がかかった

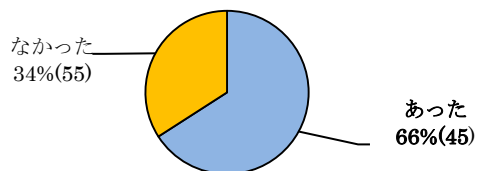
## 異業種グループの運営方法

本年度は「事業開始後に新たなメンバーの参加があった」との回答率が高く、総じてグループ活動が活発に行われたと評価できる。

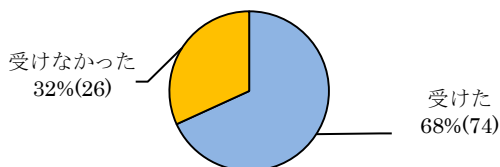
### ◆事業開始時のグループの組成方法



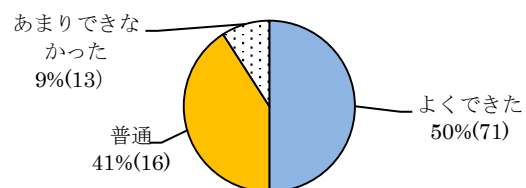
### ◆事業開始後の新たなメンバーの追加



### ◆専門家の指導・助言を受けたか



### ◆メンバー間で十分な意見交換ができた



[ ( ) は昨年度 ]

**【指導・助言を受けた専門家】**

- ・ビジネスコンサルタント
- ・異業種連携アドバイザー
- ・マーケティング・アドバイザー
- ・企業のブランドマネージャー
- ・地域プロデューサー など

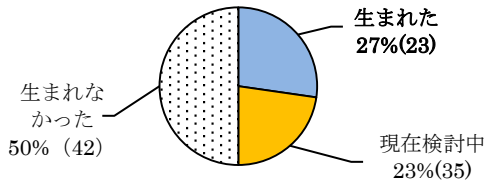
**【意見交換ができた例】**

- ・目標達成に向けてメンバーがそれぞれのノウハウを活かした意見交換ができた
- ・勉強会や展示会など直接メンバー間で意見交換する機会が多く、事業を進める上で効果があった

## 異業種交流を通じた波及成果

当初の計画では想定していなかった波及効果として、「異業種交流に参加した企業間で新たな取引関係が生まれた」、「新商品・新サービスの開発があった」との回答率が昨年度に比べ高い。

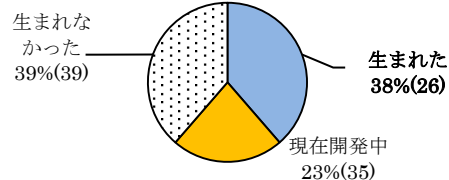
### ◆メンバー間の新たな取引関係



#### 【具体例】

- ・メンバー間で商品の製造委託や通販部門の委託、デザインの委託など取引が生まれた
- ・メンバーの生産農家がこの事業で新しい取引先を見つけることができた

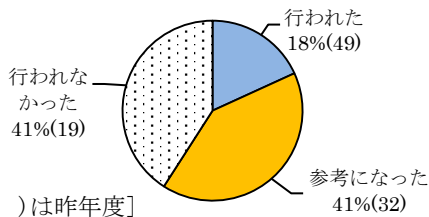
### ◆メンバー間の新商品・新サービスの開発



#### 【具体例】

- ・有馬山椒チョコレートなどの新商品のほか、山椒スパイスなどを試作中
- ・みつばちカヌレのほか「ピールのはちみつ漬け」を商品化

### ◆メンバー間のノウハウ提供

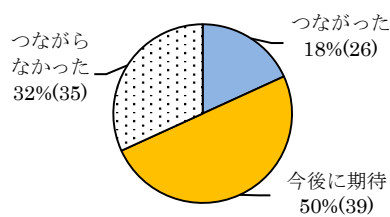


[ ( ) は昨年度 ]

#### 【具体例】

- ・各店舗が考案したメニューにメンバーが売れるためのアイデアを提供
- ・マーケットへの出品のノウハウを相互に共有し、個々の出店のクオリティの向上につながった

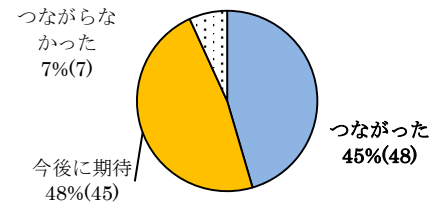
### ◆メンバー企業の能力向上や人材育成



#### 【具体例】

- ・製造業の社員が他事業者とのイベント運営等を経験し、接客の大切さ、商品知識の向上が図れた
- ・メンバーの若手経営者にとって事業拡大や地域振興への意欲が高まった

### ◆メンバー企業や商品・サービス等の知名度・信用力の向上

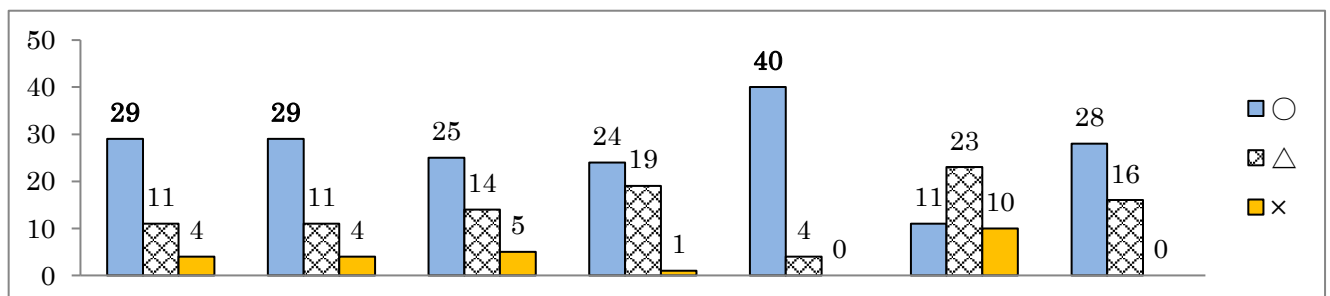


#### 【具体例】

- ・新聞、TV、ラジオ等のマスメディアの取材や web 発信で認知度が高まり、売り上げも伸びた
- ・HP に英文表記を加えたところ、海外からの受注を獲得できた

## 異業種交流活動の評価

異業種交流活動そのものには、「視野が広がった」「新たなビジネスパートナーの発掘」「消費者目線を意識するようになった」と評価しているが、「グループとしての意思決定に時間がかかる」という課題がある。



新たなビジネスパートナーや事業連携の可能性を発掘するきっかけがつかめる

消費者目線にたった新商品、新サービス、新技術開発を意識するようになる

社外の経営資源を活用した新たなビジネスの創出に有効である

他者の目を借りて自社ではわからなかった長所や短所に気づける

異業種の人と交流することができビジネスの視野が広がる

グループとしての意思決定に時間がかかる

自社のビジネスの発展につながる