

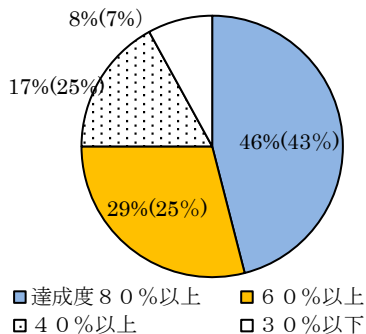
# 異業種交流グループ（令和2～3年度活動）のアンケート調査結果

令和3年度で活動を終了した24グループへのアンケート調査では、「ビジネスの視野が広がる」「新たなビジネスパートナーの発掘」の評価が高かった一方で、新型コロナウイルス感染症の影響により活動が制限されたグループも多かった。 ※（ ）内は、前回の調査結果〔対象：令和2年度で活動を終了した28グループ〕

## テーマ・目標の達成度

具体的な成果として、新商品の開発や販路開拓など一定の成果が認められており、また、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響により活動が制限されたことがあるものの、達成度の評価は増加に転じている。

### ◆テーマ・目標の達成度



[達成度は10%区分で評価]

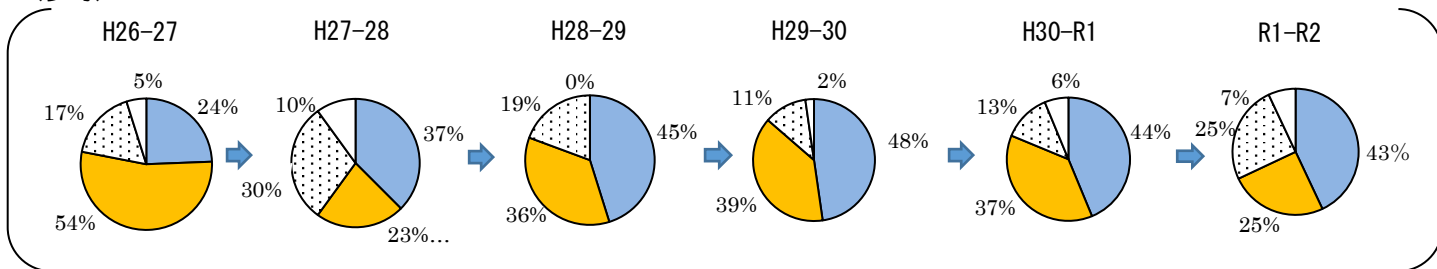
#### 【具体的に進捗した内容・成果】

- ・ SNS を活用した新たな特産品販売方法の開発であるため、仕組みを説明したチラシの作成や個別説明会の開催により新規出店者の開拓・確保に取り組み、商品登録数や POP 設置数が大幅に増加した。
- ・ 新商品を複数開発し、ブランド名を商標登録するとともに、展示会や商談会への出展により商品 PR に取り組み、県内百貨店での催事出展で商品を本格的に販売した。
- ・ 食材の長期保存に関する技術を確立し、実証データを用いて特許を出願するとともに、UAE で開催された商談会において試作品を販売した。

#### 【進捗しなかった理由】

- ・ コロナ禍による感染防止のため、例年実施されているイベントが軒並み中止となり、試食会・即売会による PR 活動ができなかった。
- ・ コロナ禍で打合せ会議が開催できず十分な意見交換ができなかったり、現場検証や先進事例調査ができず、新商品開発が遅れてしまった。
- ・ 販路拡大に向けて出展を予定していた展示会が中止となり、商品の PR や問屋等への営業活動ができなかった。

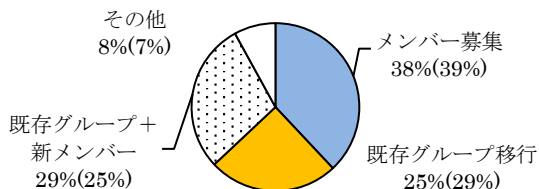
### (参考)



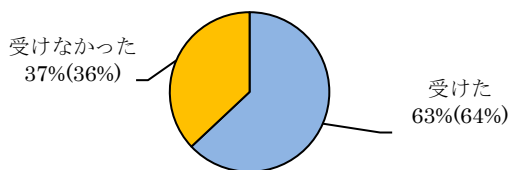
## 異業種グループの運営方法

コロナ禍においてオンライン等を活用した会議が普及し、「メンバー間で十分な意見交換がよくできた」は昨年度に比べて増加し、「あまりできなかった」は減少しており、総じてグループ活動が復活してきているものと思われる。

### ◆事業開始時のグループの組成方法



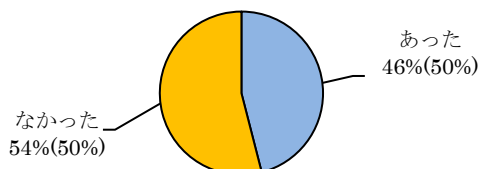
### ◆専門家の指導・助言を受けたか



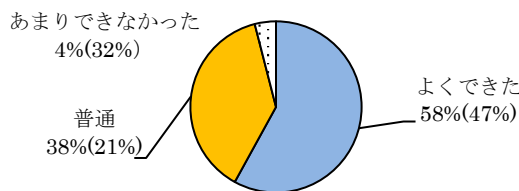
#### 【指導・助言を受けた専門家】

商品開発コンサルタント・デザイナー・IT コーディネーター・フードコーディネーター・中小企業診断士・特許事務所

### ◆事業開始後の新たなメンバーの追加



### ◆メンバー間で十分な意見交換ができた



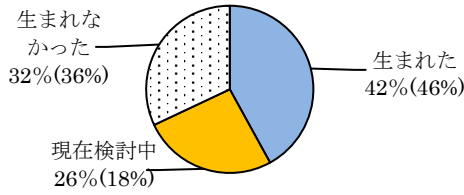
#### 【意見交換ができた例】

- ・ グループラインやオンラインでのミーティングを開催した。
- ・ 毎月定期的に会議を開催し、積極的な発言が多くあり、議論を深めることができた。
- ・ 違う業種の視点での発想・発言が新たな気付きになった。

## 異業種交流を通じた波及成果

異業種交流を通じた波及効果として、「メンバー間のノウハウ提供」「メンバー企業の能力向上や人材育成」は昨年度に比べて増加し、反対に「メンバー間の新商品・新サービスの開発」は減少している。

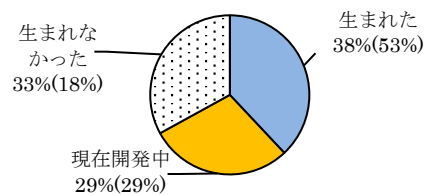
### ◆メンバー間の新たな取引関係



#### 【具体例】

- それぞれのグループメンバーが開発した新商品を、他のメンバーの店舗でも相互販売するようになった。
- 新たに開発した各社の製品を「ギフトセット」として組み合わせ合わせて販売することにつながった。

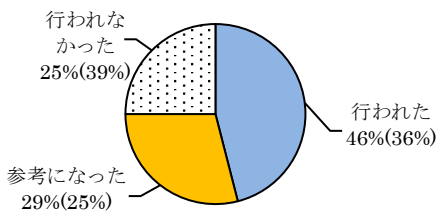
### ◆メンバー間の新商品・新サービスの開発



#### 【具体例】

- グループメンバーのコラボにより計画外の新たな商品を開発し、販売に向け更なるブラッシュアップ中
- 県内遠隔地でのオンラインによる研修サービスを新たに企画し、次年度から開始予定

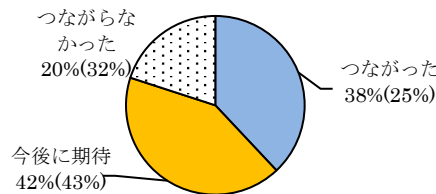
### ◆メンバー間のノウハウ提供



#### 【具体例】

- 技術面でのノウハウ提供や協力を受け、新商品の開発に結び付いた。
- メンバー各社と販売アイデアを交換することができた。

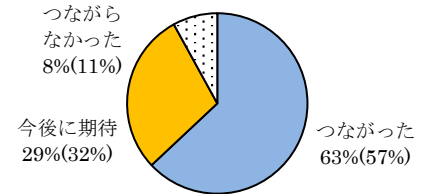
### ◆メンバー企業の能力向上や人材育成



#### 【具体例】

- お互いのアドバイスや意見交換により経営上のノウハウを共有することができ、企業間・社員間での交流も生まれた。
- メンバー企業間で人材評価制度や経営情報の共有方法等をお互いに公開し、自社内での展開の参考になった。

### ◆メンバー企業や商品・サービス等の知名度・信用力の向上

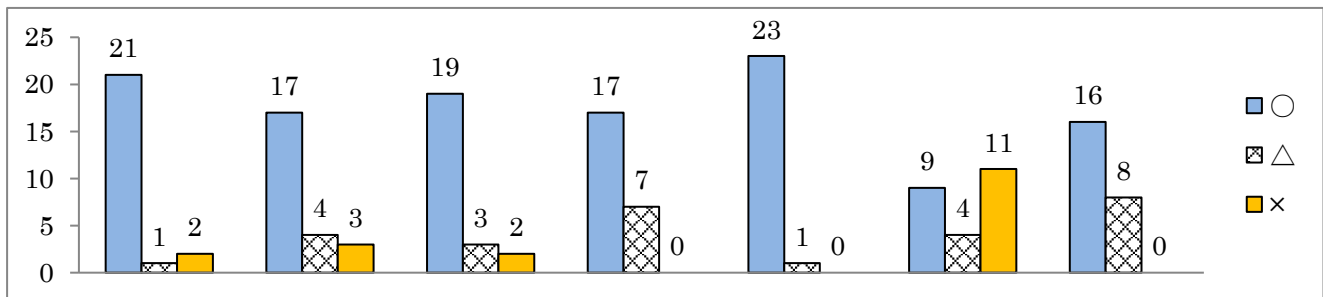


#### 【具体例】

- グループの活動がメディアに取り上げられ、企業の知名度向上に役立った。
- スタンプラリーイベントの新聞掲載や、ワクチン接種の記念品としてグループ店舗のコーヒーチケットが提供されたことにより、コーヒーのまちとしてのPRに役立った。

## 異業種交流活動の評価

異業種交流活動そのものには、「ビジネスの視野が広がる」「新たなビジネスパートナーの発掘」「新たなビジネスの創出」と評価しているグループが多く見られた。



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