

異業種交流グループへの今後の支援方針(案)

異業種交流活性化支援会議

(支援方策等検討)

(事務局：ひょうご産業活性化センター異業種連携相談室)

個別グループへの集中支援

(1) 異業種連携アドバイザーによる指導・助言

- ① 個別グループへの指導・助言
- ② 異業種連携アドバイザーによる巡回訪問の拡充

(2) 活性化センターによる運営支援

- ① ステップアップ支援枠(H29 創設)への対応
 - ・ ステップアップ支援枠採択グループへの重点的訪問指導、集中支援
- ② グループ活動の現地訪問・取組状況の把握・助言
 - ・ 原則としてすべてのグループを効率的に訪問し、抱える課題を的確に把握
 - ・ よろず拠点の専門スタッフ(デザイン・販路開拓等)や各支援団体と連携した支援
- ③ 課題に対応した専門家の紹介
 - ・ 議論の活性化の方法や具体的テーマ抽出のためのファシリテーター
 - ・ 消費者視点の開発コンセプトを支援するデザイナー・マーケティングプランナー等
 - ・ 商品化に向けた提携企業
 - ・ 展示会、商談会(ひょうご・神戸合同商品展示会、販路開拓市(逆見本市))等の活用促進
 - ・ 円滑な事業実施体制への移行を支援する経営コンサルタント等
- ④ 支援のフォローアップ
 - ・ 紹介した専門家からのヒヤリングなど活動のフォローアップ

グループの共通課題の解決支援

(1) 課題解決実践セミナー・相談会の開催

- ・ 「グループ活動の運営」や「販路開拓・ブランド化」「広報戦略」などグループに共通する課題を解決するための実践セミナー、個別相談会

(2) 専門家の発掘・活用

- ・ 専門家を活用して成果をあげている事例の収集、専門家の活用促進

(3) センター支援メニューの活用(マッチング、農商工連携ファンド等)

情報交換の機会の充実

(1) 異業種交流グループ事例発表会、交流会の開催

(2) 啓発冊子「新しい異業種交流のすゝめ」(三訂版)の発行・活用

(3) ホームページ・FB等SNSによる情報発信の強化

- ・ タイムリーな情報収集・発信

主な課題

(1) グループの組成・目標の設定

- ① 一部のグループは、メンバーの交流・研修自体が目標となり、新商品の開発・新技術の活用へつながらない。また数十人を超えるグループではセミナーや名刺交換会に終わりがちである。

(ただし、このようなグループは減少し具体的目標を掲げるグループが増加している。)

- ② 目標が地域の活性化など大き過ぎて具体的な活動目標の設定に至っていない。
- ③ ファシリテーターやデザイナーなど専門家を活用せず、本音の議論ができていない。
- ④ リーダーシップが発揮されず事務局任せで、メンバーの主体的な運営が不十分なグループがある。

(2) 新商品開発・新技術の活用

- ① メンバーは生産者が中心で、消費者の立場から意見を言うメンバーが参加していない。
- ② 外部の専門家や販路想定先が参画していない。
- ③ ようやく試作品・商品化できたが、販路開拓までは手が回らなかった。

(「ステップアップ支援枠」の創設)

(3) 販路開拓・ブランド力強化

- ① 生産や技術開発は熱心だが、販路は何とかなると甘い見込みが見られる。
- ② 商品開発の段階から商品の購入層が明確にされなかったり、販路想定先のバイヤーの意見を聴いていない。
- ③ 消費者に商品の魅力を伝えるストーリーが弱い。
- ④ ブランドの維持管理などのルールづくりの知識・ノウハウが十分でない。

(4) 事業実施体制への移行

- ① 任意のグループで商品開発までは活発にアイデアを出し合うが、事業化に際して生産・販売体制の合意形成が難しい。
- ② グループの取組から産地全体での流通・生産体制の整備が望まれる。
- ③ 補助事業終了後の事業の実施体制や資金調達が明確になっていない。

(5) 情報の発信・成果普及

- ① 展示会、商談会への出展やホームページ・フェイスブック等を活用した活動成果の情報発信力が弱い。
- ② 類似のテーマで活動しているグループ相互の情報共有が進んでいない。

更なる
課題解決