

異業種交流グループの主な課題と今後の支援方針

1 主な課題

(1) グループの組成・目標設定・活動

- ① 新型コロナウイルスの影響もあり、R4年度の新規採択数が年度当初で9件と少なく、各支援機関による追加採択に向けた掘り起こしが必要である。
このためには、他のグループ活動（先進事例）の紹介なども有効であると思われる。
- ② グループの目標設定が「交流や研修」とするグループは徐々に減少しており、「ビジネスの具体化」を目標とするグループが増加傾向にある。（下表参照）
当初は「交流・研修」が主目的であっても、グループでの様々な交流活動等を通じ、具体的目標を掲げることができるような助言が求められる。

	H26年度	H29年度	R2年度	R3年度
交流・研修	15 (36%)	15 (21%)	5 (10%)	7 (18%)
特定テーマ研究	22 (54%)	40 (55%)	24 (49%)	19 (50%)
ビジネスの具体化	4 (10%)	17 (24%)	20 (41%)	12 (32%)

- ③ 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グループ活動が制限されたことがあるものの、「テーマ・目標の達成度」の評価は増加に転じている。
（自己評価 80%以上+60%以上：前回 68%→今回 75%）
- ④ 一方、コロナ禍においてリモート会議・Web会議等が普及してきており、「メンバー間で十分な意見交換がよくなった」は昨年度に比べて増加（前回47%→今回58%）し、「あまりできなかった」は大幅に減少（前回32%→今回4%）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。また、「メンバー間のノウハウの提供が行われた」も昨年度に比べて増加（前回36%→今回46%）している。

(2) 新商品・新技術の開発、販路開拓・ブランド力強化

- ① メンバーは生産者が中心で、消費者や地域外の立場から意見を言えるメンバーが参加していないグループが多い。
- ② ファシリテーターやデザイナーなど、外部の専門家を活用しておらず、商品開発段階において商品購入層が不明確なケースが多い。
また、ブランドの維持管理に必要な知識・ノウハウが十分でない。
- ③ ようやく試作品や商品化ができて、コロナ禍で展示会や商談会の中止・延期等により、販路開拓や販売促進に取り組めないケースも多く見られた。
引き続き、「ステップアップ支援枠（H29創設）の活用」により「活動期間を終えたが、継続的な活動をすれば成果が見込まれる」グループへの支援が必要である。
（H29年度7件 H30年度10件 R元年度7件、R2年度4件、R3年度2件）

(3) 事業実施体制への移行

- ① 任意のグループでは、商品開発までは活発に意見を出し合うが、事業化に際して生産・販売体制などの合意形成（メンバーへの事業譲渡、法人・団体の設立）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実施体制や資金調達が明確になっていない。
今後、受け皿団体の設立等の指導に留意する必要がある。

(4) 情報の収集・発信、成果普及

- ① 公的支援機関などの様々な支援策の情報収集があまりできていない。
- ② 展示会・商談会がコロナ禍での中止・延期等により、新商品等の発表の機会が失われたり、ホームページ・フェイスブック等のSNSを活用した情報発信力が弱いグループが多い。（展示会に出展しても、地元の小規模イベントでの発信にとどまっている。）
- ③ 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。

2 異業種交流グループへの今後の支援方針（案）

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助言・指導

- ① 個別グループへの助言・指導
- ② 総合アドバイザーによる巡回訪問の実施（年度後半）

(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年度創設）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
 - ・追加支援により販売増等の成果が見込まれるグループへの活用を推奨
- ② グループ活動の現地訪問・取組状況の把握・助言
 - ・できるだけ全てのグループを現地訪問し、取組状況及び抱える課題を的確に把握
 - ・その結果を踏まえ、よろず支援拠点の専門スタッフ（デザイン・販路開拓等）や課題等に対応した専門家を紹介、各支援団体と連携した支援の実施

《紹介する専門家等の例》

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
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

- ③ コロナ禍で活発な活動が困難なグループもあることから、プッシュ型でタイムリーな支援情報を『異業種情報提供メール』として提供（随時、R3年度～）
 - ・提供実績：計27回配信（別紙参照）
 - ・主な内容：「先進活動事例」「相談窓口」「展示会・商談会」「セミナー・研修会」「補助金情報」
- ④ 「フロンティア産業メッセ2022」への出展によりグループの販路開拓を支援
 - ・活性化センターのブースにおいて、グループの新商品等を展示・紹介
- ⑤ 活動継続組織づくりの助言
 - ・補助事業終了後を見据え、事業活動を継続する受け皿団体の設立や事業譲渡等の助言

グループの共通課題の解決支援

(1) 課題解決セミナーの開催

- ・「グループ活動の運営」や「販路開拓・ブランド化」などグループに共通する課題の解決に結びつくセミナーを開催（年度後半）

(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

- ・農商工連携ファンド、FS助成金など

情報交換の機会の充実

(1) 異業種交流グループ活動事例発表会（異業種交流のすゝめミーティング）の開催

※ 異業種交流活性化支援会議と同時開催（7/29）

(2) 啓発冊子「新しい異業種交流のすゝめ」の発行・活用

(3) 活性化センター機関紙「JUMP」・ホームページによる情報発信

- ・グループの活動情報の提供、情報共有