

奈良県内企業の「異業種交流活動」について

(第119回地元企業動向調査付帯調査)

情報の収集、人脈の拡大、事業連携活動など異業種交流活動については、多くの意義・目的が考えられ、うまく活用すれば大きな効果も期待できる。その反面、効果がわかりにくいということや、景気低迷が続いたことなどもあり、活動が低調になっているともいわれる。

そこで、今回は県内企業の「異業種交流活動」(以下、単に「交流活動」という)の取り組み状況について、調査を行った。

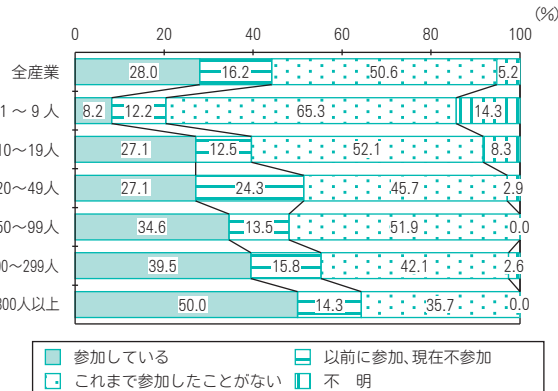
なお、調査対象企業として奈良県内企業565社に対し質問票を送付し、271社から回答(無記名)を得た。(回収率48.0%)

1. 交流活動への参加状況

交流活動への参加状況では、「参加している」は28.0%。これに対し「これまで参加したことがない」は50.6%と半数を占め、「以前に参加したことがあるが、現在は不参加」(16.2%)を合わせると66.8%となり、3分の2の企業は現在交流活動に参加していないことになる。

図表1は交流活動への参加状況を従業員規模別にみたものであるが、これによると従業員数の多い企業の方が参加割合が高いことや、「以前に参加、現在不参加」は「20~49人」で最も多くなっていることがわかる。一方、参加割合を業種別にみた結果では、医薬品(54.5%)、建設業(50.0%)、食料品(41.2%)で高く、卸売業(9.1%)、繊維製品(18.6%)、小売業(19.0%)で低かった。

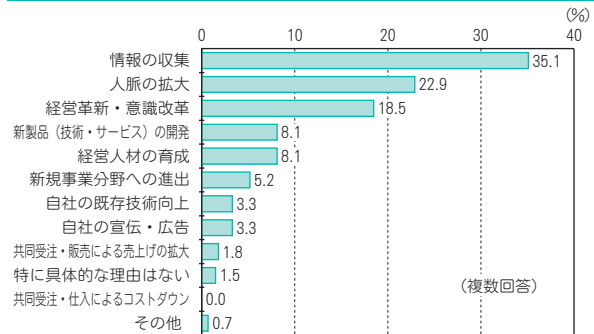
図表1 異業種交流活動参加状況



2. 交流活動参加の目的(複数回答)

交流活動参加の目的では、「情報の収集」(35.1%)、「人脈の拡大」(22.9%)、「経営革新・意識改革」(18.5%)、「新製品(技術・サービス)の開発」(8.1%)、「経営人材の育成」(8.1%)の順となっている(図表2)。なお、「共同受注・販売による売上げの拡大」「共同受注・仕入によるコストダウン」といった事業連携活動は非常に低調であった。

図表2 異業種交流活動参加の目的

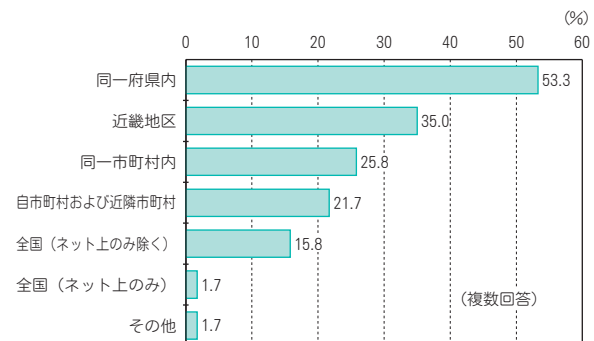


3. 交流活動の地域的な広がり(複数回答)

参加メンバーの地域的な広がりでは、「同一府県内」が53.3%と最も多く、以下「近畿地区」(35.0%)、「同一市町村内」(25.8%)、「自市町村および近隣市町村」(21.7%)、「全国(ネット上のみ除く)」(15.8%)などとなっている(図表3)。

業種別に最も多い項目をみると、大半の業種では「同一府県内」であったが、「医薬品」では「同一市町村」、「サービス業」では「全国(ネット上のみ除く)」がトップであった。

図表3 参加メンバーの地域的な広がり



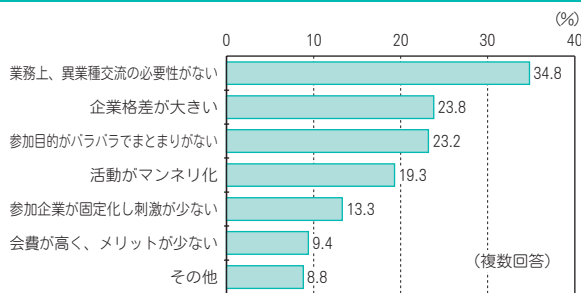
4. 交流活動に不参加の理由（複数回答）

交流活動に不参加の理由としては、「業務上、異業種交流の必要性がない」（34.8%）が最も多い。以下「企業格差が大きい」（23.8%）、「参加目的がバラバラでまとまりがない」（23.2%）、「活動がマンネリ化している」（19.3%）などとなった（図表4）。

なお、「企業格差が大きい」と答えた企業は、従業員規模の小さい企業（「1～9人」（26.3%）、「10～19人」（38.7%））および大きい企業（「300人以上」（42.9%））で多かった。（図表4）

業種別の不参加の理由で全産業平均を大きく上回ったものは図表5の通りである。

図表4 異業種交流活動不参加の理由



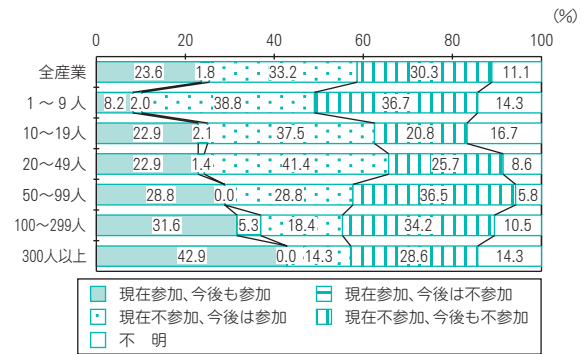
図表5 全産業平均を大きく上回った項目

業種	全産業平均を大きく上回った項目（割合）	全産業平均
食料品	「活動がマンネリ化」（30.0%）	19.3%
	「参加企業が固定化し刺激が少ない」（30.0%）	13.3%
	「参加目的がバラバラでまとまりがない」（40.0%）	23.2%
木材・木製品	「業務上異業種交流の必要性がない」（60.0%）	34.8%
プラスチック製品	「活動がマンネリ化」（43.8%）	19.3%
	「参加目的がバラバラでまとまりがない」（37.5%）	23.2%
建設業	「企業格差が大きい」（37.5%）	23.8%

5. 今後の交流活動について

今後の交流活動に対する方針については、現在参加している企業では「今後も参加」（23.6%）、「今後は不参加」（1.8%）と、圧倒的に今後も参加する企業が多い。これに対し、現在不参加の企業では「今後は参加（検討を含む）」（33.2%）、「今後も不参加」（30.3%）と大きく二つに分かれた（図表6）。従業員規模の小さい企業では参加率が低いものの、「今後参加（検討を含む）」とする企業が4割前後と多く、異業種交流活動の必要性に関する認識は相当程度高いことがうかがわれる。

図表6 今後の異業種交流活動



6. おわりに

図表7は交流活動不参加の企業（181社）の不参加理由を、今後「参加」及び「不参加」企業内で占める割合を示したものである。これによると、「今後も不参加」の企業は「業務上必要性がない」が圧倒的に多く、当然のことともいえよう。しかし、「今後参加」の企業では、よく言われる「会費（の高さ）→経費節減」の問題よりも「参加目的がバラバラでまとまりがない」「企業格差が大きい」「活動がマンネリ化している」などが不参加の理由になっている。

現在のところ、交流活動に参加する企業は、3割にも満たないうえ従業員規模の大きい企業に偏っている。ただ、5.でもみたように、50人未満の企業では4割前後の企業が交流活動への参加意欲を示しており、今後交流活動を盛んにし、ひいては県内企業（産業）の活性化につながるかどうかは、これら企業の参加にかかっているともいえよう。そして、その試金石となるのは「明確な目的意識を持った」「参加企業に魅力のある」交流活動となることではないだろうか。

（井阪 英夫）

図表7 交流活動不参加企業の今後の参加方針

