

第4章 新分野進出企業に関するデータ

すでに新分野進出を果たした企業31社を対象に新分野進出に関する調査を行いました。
ここでは、その調査結果と貴重な参考意見を掲載します。

＜31社の内訳＞	・農林水産業	17社	・福祉	3社	・環境	4社
	・小売業	2社	・製造業	3社	・その他	2社

■ 新分野進出にあたり、中心となった人物について

1	経営者	18社
2	従業員	8社
3	その他	5社

経営者が中心となり、新たな事業を進めている企業が多い。やはり経営者自らが真剣に取り組むことで、新分野進出を果たすことができるという意見があった。

■ 新分野進出の背景・動機

1	公共工事の減少	21社
2	地域貢献	9社
	雇用の維持	9社
		※ 複数回答

公共工事の減少とする業者が最も多く、経営への危機感から新分野進出を行っている傾向が高い。

次いで、地域貢献、雇用の維持と続いており、地域に根付く基幹産業である建設業として、新分野進出により地域貢献と雇用維持に努めていきたいという意見があった。

＜その他少数意見＞

- ・環境への配慮
- ・経営リスクの分散
- ・食の安全
- ・新市場の可能性（需要見込大）

■ 新分野進出の課題

1	ノウハウの不足	20社
2	販路	7社
3	設備（設備投資）	4社

※ 複数回答

ノウハウの不足を課題とする企業が最も多く、専門家の活用や先進事例の視察により、ノウハウを取得するとともに、地域と連携・協力することにより、補っている。

<その他少数意見>

- ・ 資金不足 ⇒ 本業からの借入、他社との連携を図る。
- ・ 人材の確保 ⇒ ハローワークを活用
- ・ 製品の効果検証、実証実験 ⇒ 大学などの研究機関を活用

■ 活用した経営資源

1	建設業での技術	13社
2	建設資材・建設機械	7社
3	遊休資産	6社
4	余剰人員	5社
	従業員の有する特殊技能	5社

※ 複数回答

建設業で培ってきた技術や建設資材・機械を活用する企業が多く、全くの異業種への参入ではなく、これまでの技術・資産を活用できる分野への進出が多い。

次いで、縮小傾向にある建設業での遊休資産や余剰人員を活用している企業が多い。

また、従業員の有する特殊技能を活用している企業もある。

<その他少数意見>

- ・ 人的ネットワーク
- ・ 関連会社の施設

■ 公的支援制度の活用

新分野進出を果たした企業(31社)のうち、20社が何らかの公的支援制度を活用しており、新分野進出にあたっては、さまざまな公的支援制度が活用されている。

重視した経営戦略

- | | |
|-----------------------------|----------|
| 1 建設業での技術・機械・
ネットワーク等を活用 | 13社 |
| 2 地域貢献・連携
ブランド化 | 5社
5社 |
- ※ 複数回答

活用した経営資源と同様に、建設業での技術や機械等の活用を経営戦略として重視している。

次いで、地域貢献や地域との連携、ブランド化を重視している傾向にある。

<その他少数意見>

- ・安全安心の提供 ・適正な在庫管理 ・差別化 ・外部機関（大学等）との連携
- ・中小企業ならではの小回りを重視した営業活動 ・直販 ・自然を活用した商品開発

新分野進出の成果

- | | |
|-----------|-----|
| ・何らかの成果あり | 22社 |
| ・現段階では不明 | 6社 |
| ・成果なし | 3社 |

新分野進出の結果、何らかの成果があったとした企業は22社と7割を超えている。一方、成果なしとした企業はわずか3社であり、企業にとって新分野進出に一定の効果があることがうかがわれる。

- | | |
|-------------|----|
| 1 ネットワークの拡大 | 9社 |
| 2 雇用の維持 | 6社 |
| 3 企業イメージの向上 | 5社 |
- ※ 複数回答

成果の内容については、ネットワークの拡大とする企業が最も多く、また企業PRにも繋がり、建設業での受注増となった企業もあった。

他に、雇用の維持とした企業も多い。

<その他少数意見>

- ・地域貢献 ・社員のモチベーション向上

■ 新分野進出を果たした企業経営者の参考意見

- 新分野進出を1つの活性化と捉えるのではなく、地域のつながりを大事に地道に貢献できることを目標として欲しい。
- 地域の応援が得られるビジネスが大切である。
- 農業参入の心構えとして、地域との良好な信頼関係が最も大切である。また、企業が持つノウハウを活かした農業を行うことにより、地域農業を活性化させ、地域社会への貢献に繋がる。
- 企業独自の創意工夫で、従来の生産・販売方法を変えることなどの戦略が必要。
- 世間の情勢・自社の将来・補助金制度・融資制度などを十分に把握することが必要。
- 建設業から新たな事業を始める場合は、以下を十分に検討したうえでないと、かなり厳しい状況となり得る。
 - ① 販路開拓が可能であるか。
 - ② 市場にて十分な需要が見込める商品であるか。
 - ③ 製造又は栽培期間が短期的な商品であるか。
 - ④ 商品化には事前調査や技術開発が伴うものか（開発に係わる期間）。
 - ⑤ 商品の開発に伴う専門家やパートナーの有無
 - ⑥ 自社の所有設備・技術が利用可能であるか。または地域との連携が可能か。
 - ⑦ 資金計画の策定
 - ⑧ 公的支援制度の確認
- 農業は収益が乏しく、なかなか先が見えない。
- 新分野進出の成果を達成するには、費用と時間が必要。
- 新規事業は、なかなか大変である。知れば知るほど、販売の難しさを感じる。しかし、もとより覚悟のうであり、やるしかない。幸いにも、社員も一生懸命であり、その気持ちが伝わり、張り合いもある。この地で行う仕事こそ天命と思い、事にあたっている。