

# 地域イノベーションの ための企業連携



日時 2023年 11月 8日 (水)  
16:00~17:30



会場 米百俵プレイス  
ミライエ長岡 ミライエステップ

▶ 第1部 基調報告

「新潟県内の中小企業における企業連携に関する実態と課題」

○ 講演者 百合岡 雅博 長岡大学 准教授

▶ 第2部 パネルディスカッション 「地域イノベーションのための企業連携」

○ パネリスト 宮崎 伸洋 氏 一般社団法人新潟県中小企業家同友会 代表理事

南 秀樹 氏 新潟市異業種交流研究会協同組合 副理事長

松木 成徹 氏 にいがた雪室ブランド事業協同組合 理事  
雪室推進プロジェクト 代表

高橋 夢乃 氏 一般社団法人燕三条青年会議所 専務理事

○ コーディネーター 鷲尾 達雄 氏 協同組合新潟県異業種交流センター 副理事長

# 地域イノベーションの ための 企業連携

日時 2023年 11 月 8 日 (水)  
16:00~17:30

会場 米百俵プレイス  
ミライエ長岡 ミライエステップ

## ▶ 第1部 基調報告

### 「新潟県内の中小企業における企業連携に関する実態と課題」

○ 講演者 百合岡 雅博 長岡大学 准教授

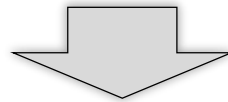
#### 調査概要

第1回：本調査 : 2022年10月 : 対象 新潟県異業種交流センター

第2回：追加調査 : 2023年9月 : 対象 新潟県中小企業家同友会、新潟市異業種研究会、  
にいがた雪室ブランド事業協同組合、雪室推進プロジェクト、燕三条青年会議所

# 1. はじめに：研究の背景・目的

- 環境変化に対応できない企業は市場から淘汰されてきた
- 企業成長は、①既存事業のなかからの選択と集中、②新規事業に取り組む
- 新規事業は、
  - ②-1外部成長（企業連携やM&Aなど社外から経営資源や能力を調達）
  - ②-2内部成長（研究開発や企業内ベンチャーなど社内で経営資源や能力を蓄積）  
により実施
- 中小企業は経営資源が不足しているため、内部成長には時間を要し、機会を逃してしまう可能性があるため、外部成長が重要で、なかでも企業の強みを活かせる企業連携が重要



- 新潟県内の中小企業の企業連携状況や意識を分析・把握
- 中小企業の成長による新潟地域経済の活性化に向け示唆することで、地域経済の発展に貢献

## 連携の定義

規模が相対的に小さいゆえに経営資源が乏しい中小企業においては、保有する経営資源の強みを外部の諸組織の経営資源と融合させて、新事業の創造や新製品・技術の開発を実現するなどにより、企業の存立基盤を強化するための取り組みを行うこと（関 2009 [7]）

# アンケート調査の実施状況

## 本調査：2022年10月

項目	件数	率	回収方法		件数	率 (回答数)
調査対象	2,370件	-				
回収数	251件	10.6%	内訳	Web	94件	37.5%
				FAX	157件	62.5%

## 追加調査：2023年9月 (簡易項目)

項目	件数	率	回収方法		件数	率 (回答数)
調査対象	5団体会員	-				
回収数	50件	-	内訳	Web	50件	100.0%
				FAX	-	-

# 地域イノベーションの ための 企業連携

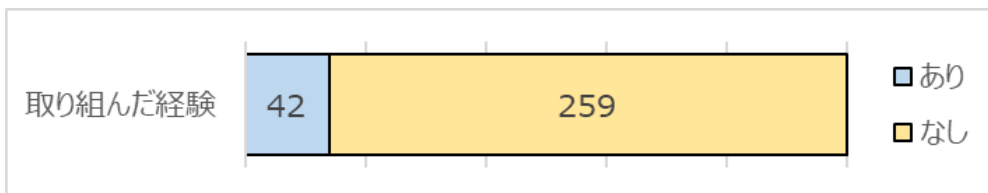
## 2. 回答企業の概要

# 企業連携に取り組んだ経験のある企業と 取り組み企業あたりの取り組み件数

企業連携に取り組んでいる企業は2割未満で、多くの連携に関わっていない

## 取り組み企業

42社 / 301社 (14.0%)



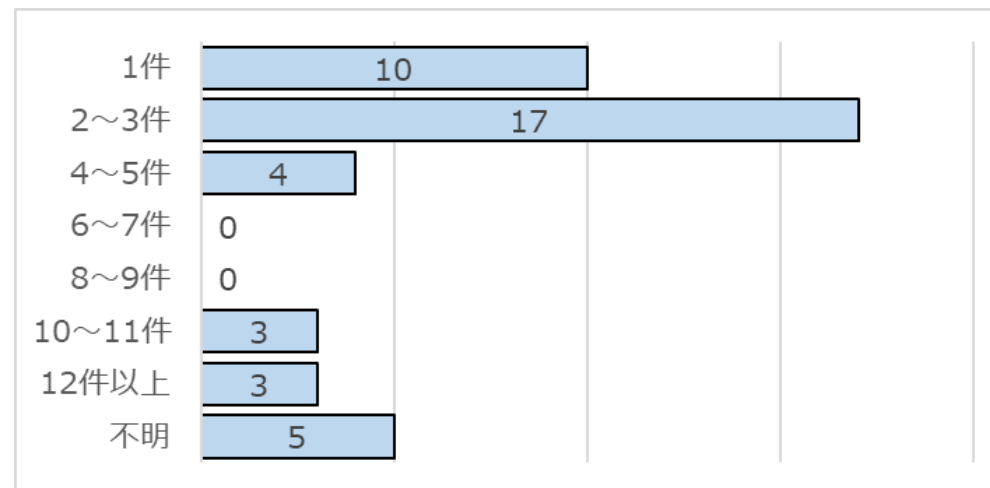
【内訳】  
本調査 20社 / 251社 (8.0%)

追加調査 22社 / 50社 (44.0%)

参考：※にいがた雪室ブランド11件除いたときの状況  
14社 / 39社 (35.9%) 本報告では含めている

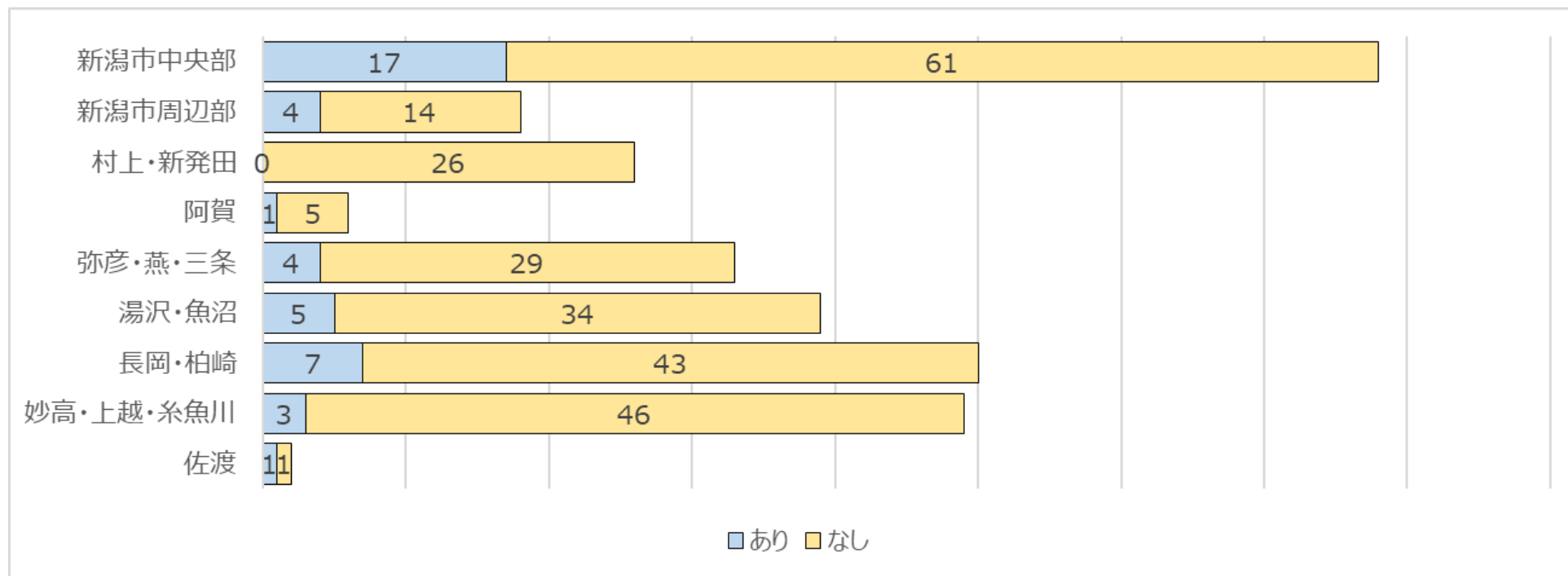
## 取り組み件数

1～3件：64.3%、10件以上：14.2%



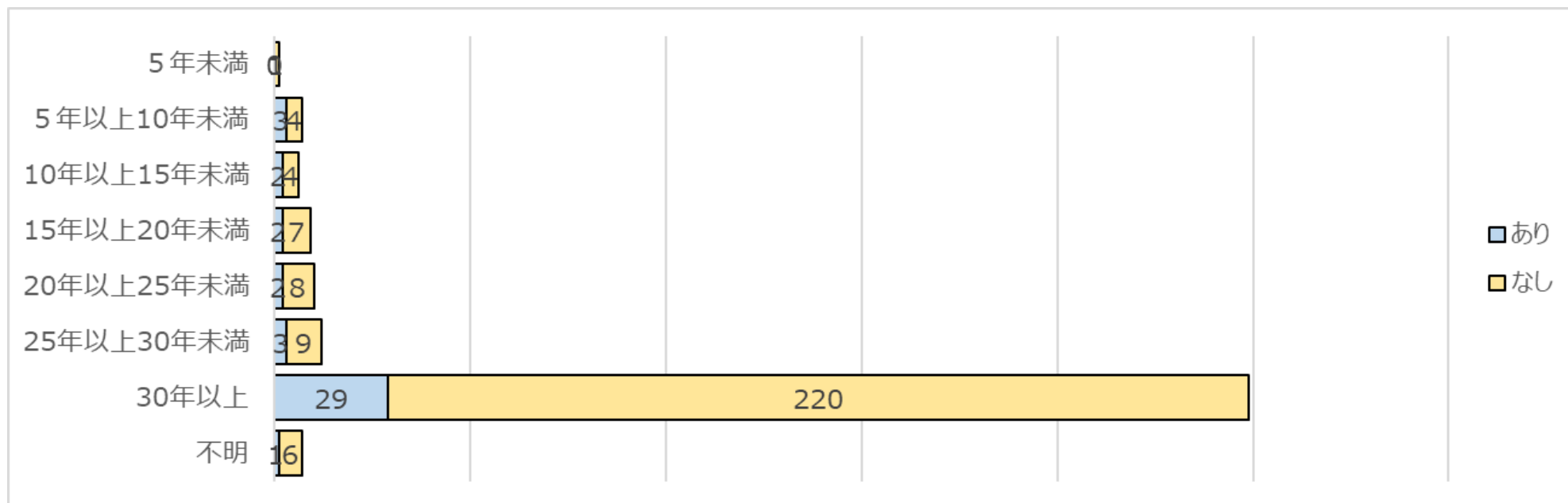
## 本社・本店所在地

新潟市中央部の企業の取り組みは多く見られるが、それ以外の地域で目立った特徴は見られない



## 業歴別

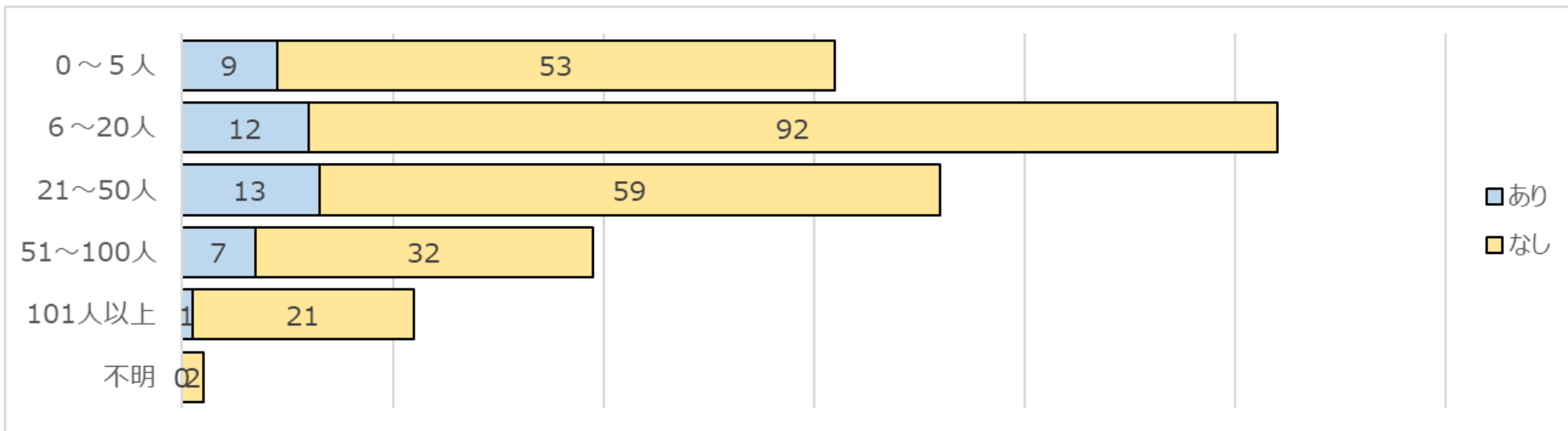
回答企業数301社のうち、30年以上の企業が249社となったため、連携数は多い  
ただ、連携している企業の割合は11.6%で、30年未満の企業と比較すると低い状態にある





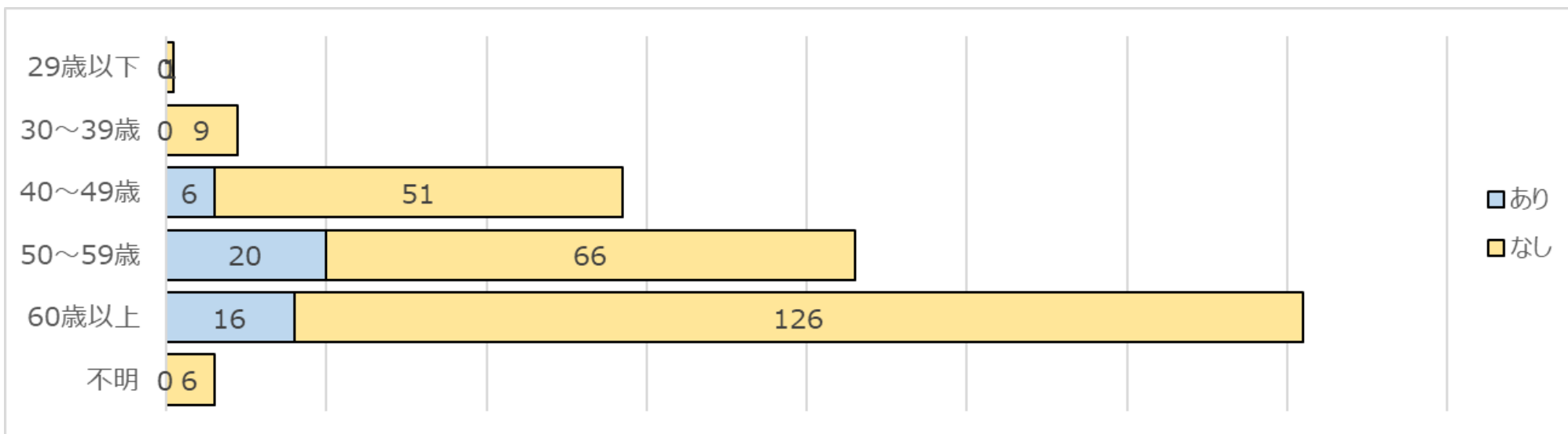
## 従業員数別

100人以下の企業は、従業員数に関係なく10～20%の割合で企業連携に取り組んでいる



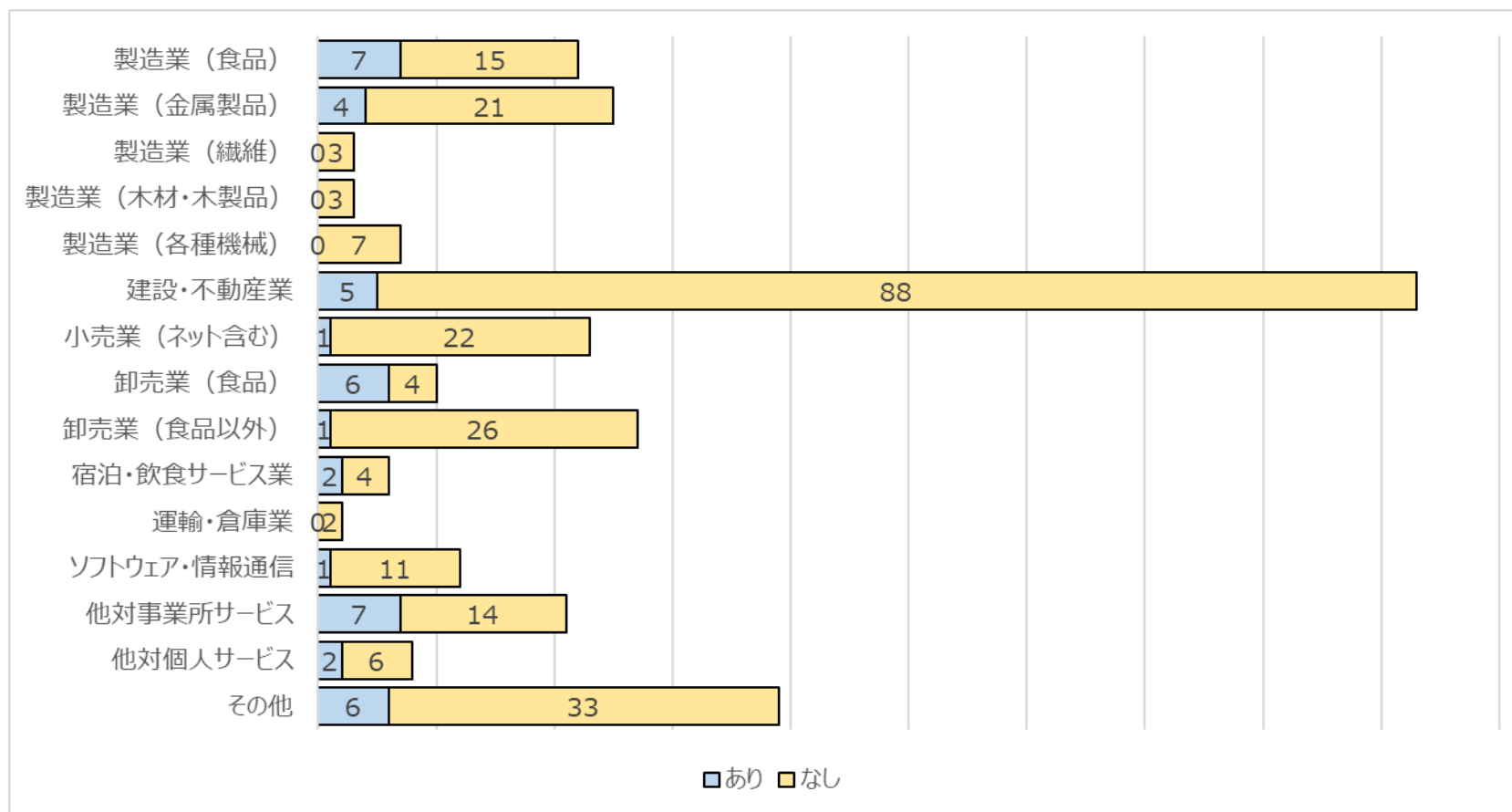
## 代表者の年齢別

50～59歳の割合が23.3%を占めるが、40歳代・60歳代以上になると10%程度となる  
40歳未満については、実施していない



# 主要な業種別

食品製造業と食品卸売業の割合は高いが、にいがた雪室ブランドの影響がおおきく反映している  
対事業所サービス、製造業（金属製品）の割合が高くなっている



# 地域イノベーションの ための 企業連携

## 3. 連携「あり」企業の状況

## 連携組織の概要

全体の75.0%が10社未満での取り組みに携わる

- 本調査 : 2件まで記載可 → 連携「あり」20社が、合計26件の取り組みを回答
- 追加調査 : 1件のみ記載可 → 連携「あり」22社が、合計22件の取り組みを回答

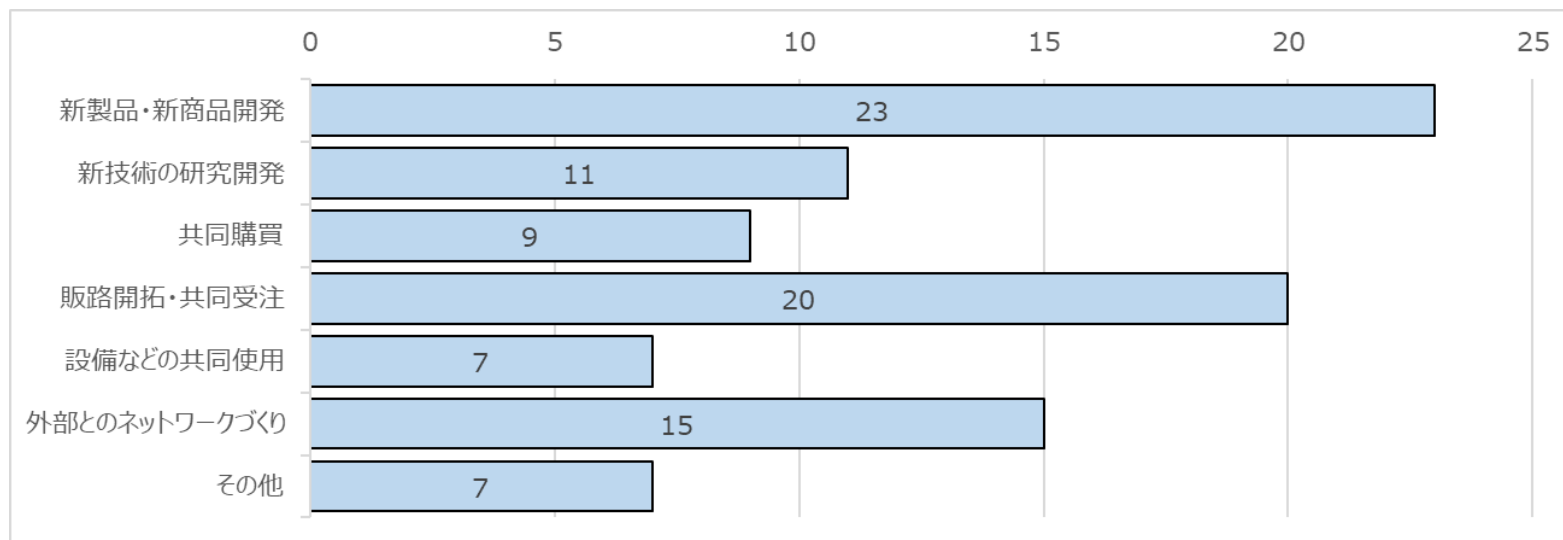
### 42社、48件の取り組みを対象に集計

項目	合計	内訳	
		10社未満	10社以上
取組件数	48	36	12
構成比	100%	75.0%	25.0%

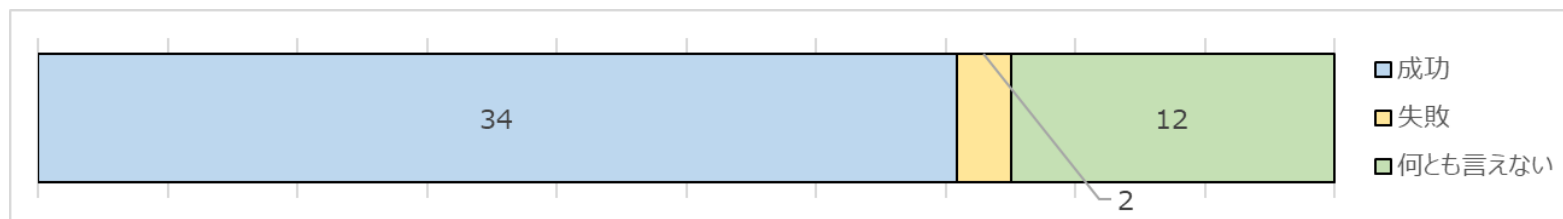
## 連携した目的・成果

新製品・新商品の開発および販路開拓・共同受注のマーケティング課題の解決が目的である連携に参加した企業の70.8%が「成功」と認識する

### 目的 (複数回答)



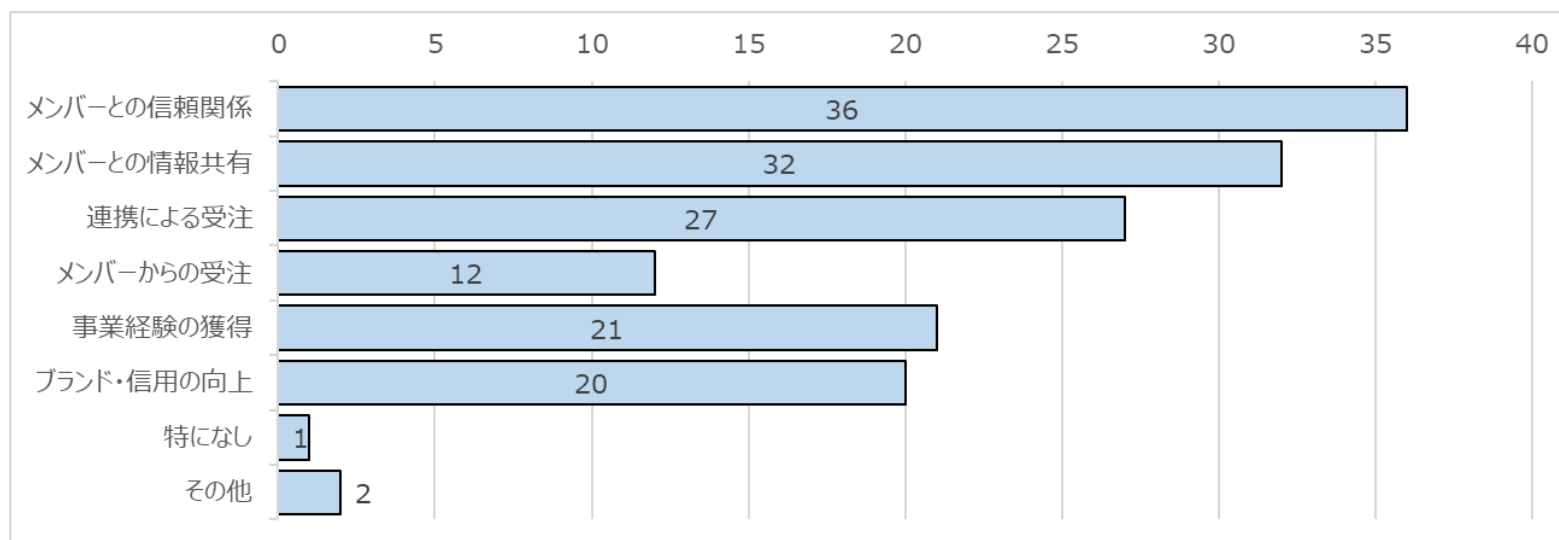
### 成果 (単一回答)



## 連携したメリット

メンバーとの信頼関係、情報共有が上位になっている  
受注を目的に連携するが成果は、メンバーとの関係性のほうが上位を占める

### メリット (複数回答)

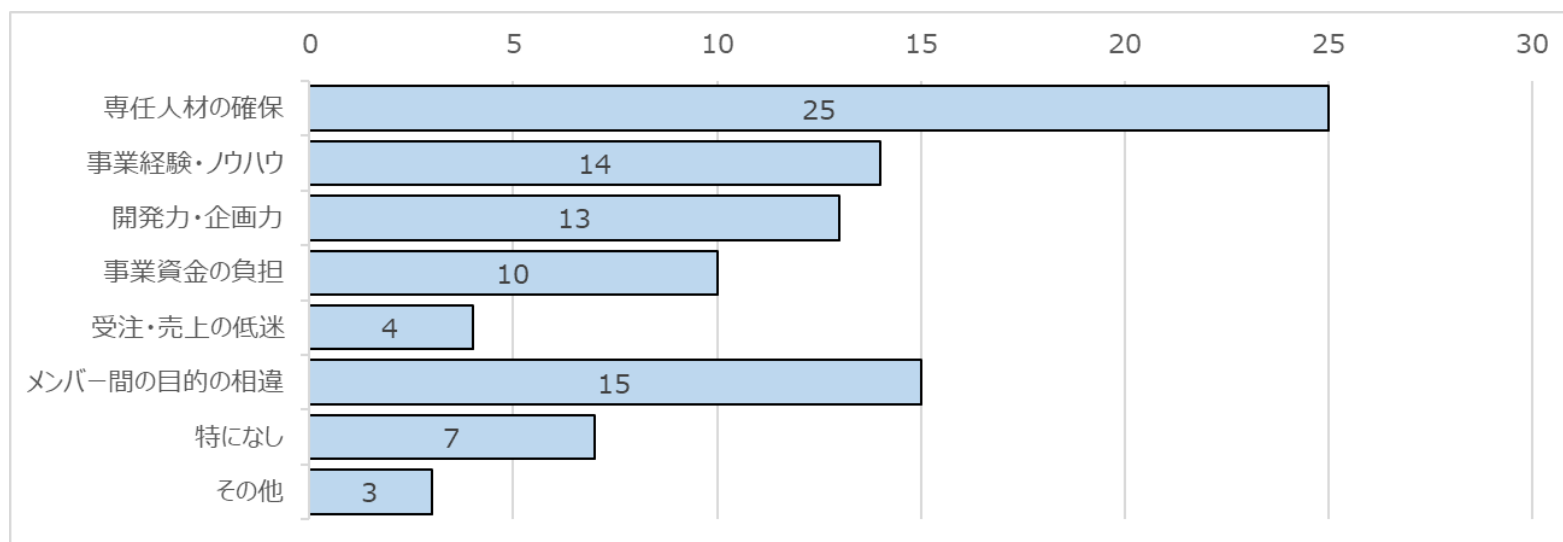


連携による受注27件、メンバーからの受注12件を合計すると39件になる（これが目的？）

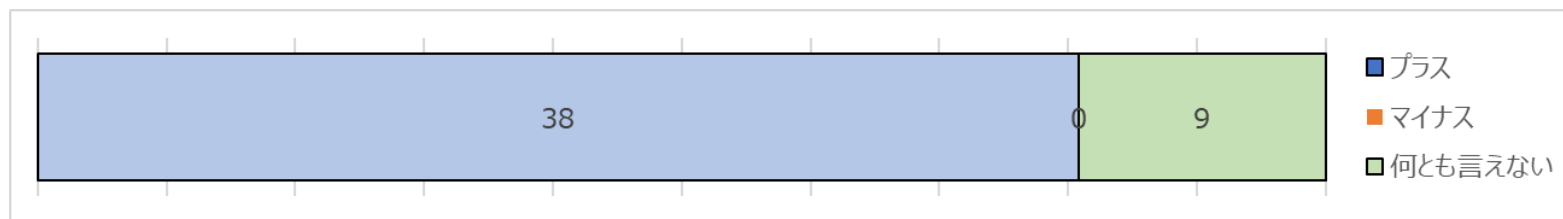
## 連携で直面した課題・本業への影響

人材問題がもっとも多く、目的の違い、事業ノウハウ、資金面の課題が続いている  
本業へのプラスの影響も多く、マイナスの影響は見られない

### 課題 (複数回答)



### 本業への影響 (単一回答)





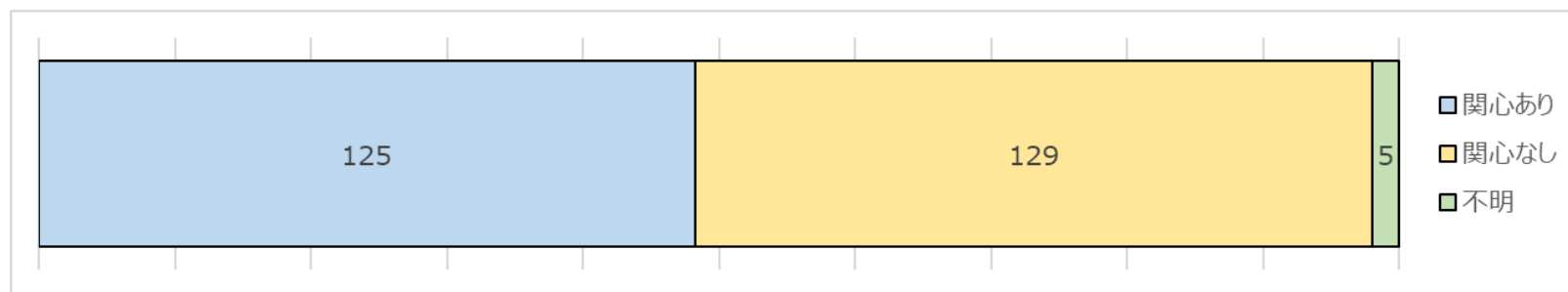
# 地域イノベーションの ための 企業連携

## 4. 連携「なし」企業の状況

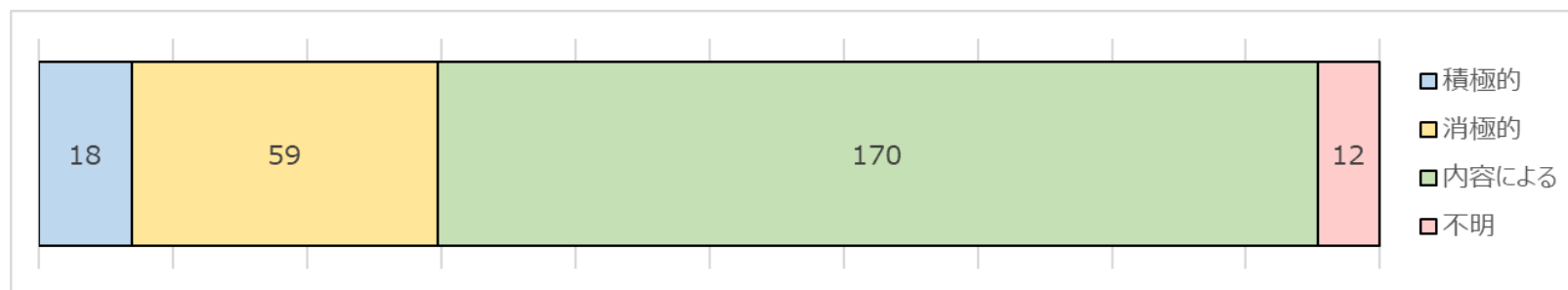
## 連携していない企業の意識

連携に関心を持つ企業とそうでない企業それぞれが約半数を占める  
今後、取り組むかどうかについては、内容によるとするのが2/3を占める

### 連携への関心 (単一回答)



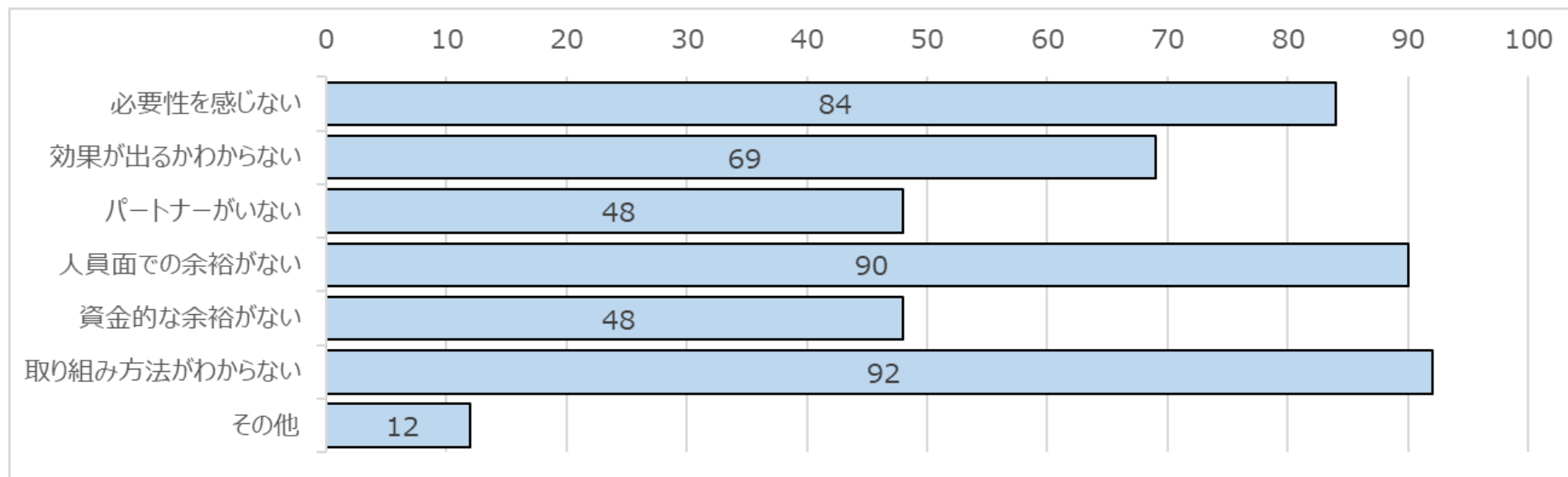
### 取り組み姿勢 (単一回答)



## 連携していない企業の意識

取り組み方法がわからない、人員面での余裕がないという意識を持つ企業がある  
一方、必要性を感じていない企業も多数存在する

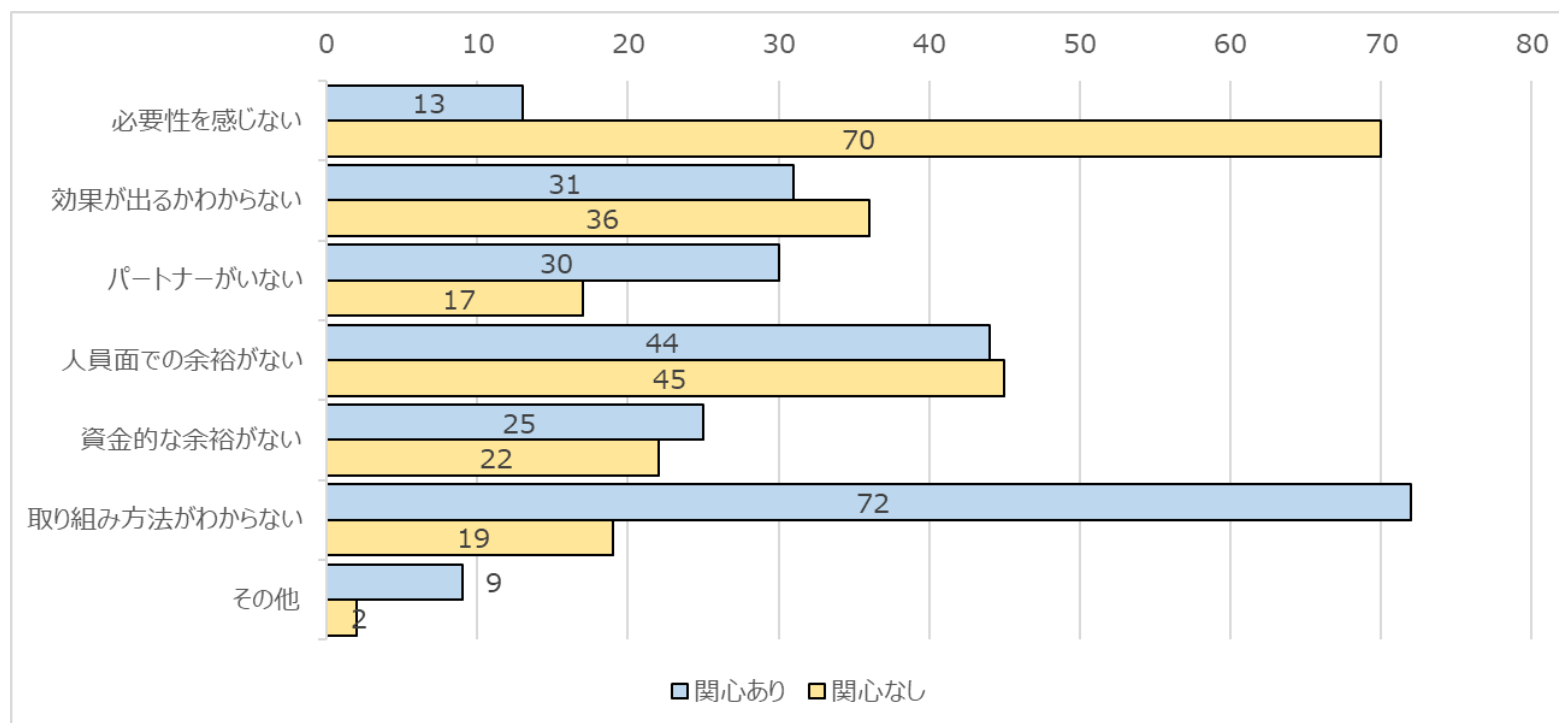
### 取り組まない理由 (複数回答)



## 連携していない企業の意識

関心のない企業は「必要性がなく」、関心のある企業は「取り組み方法がわからない」が多い  
人員面の余裕がないのは共通している

### 関心 × 企業連携に取り組まなかった理由 (複数回答)

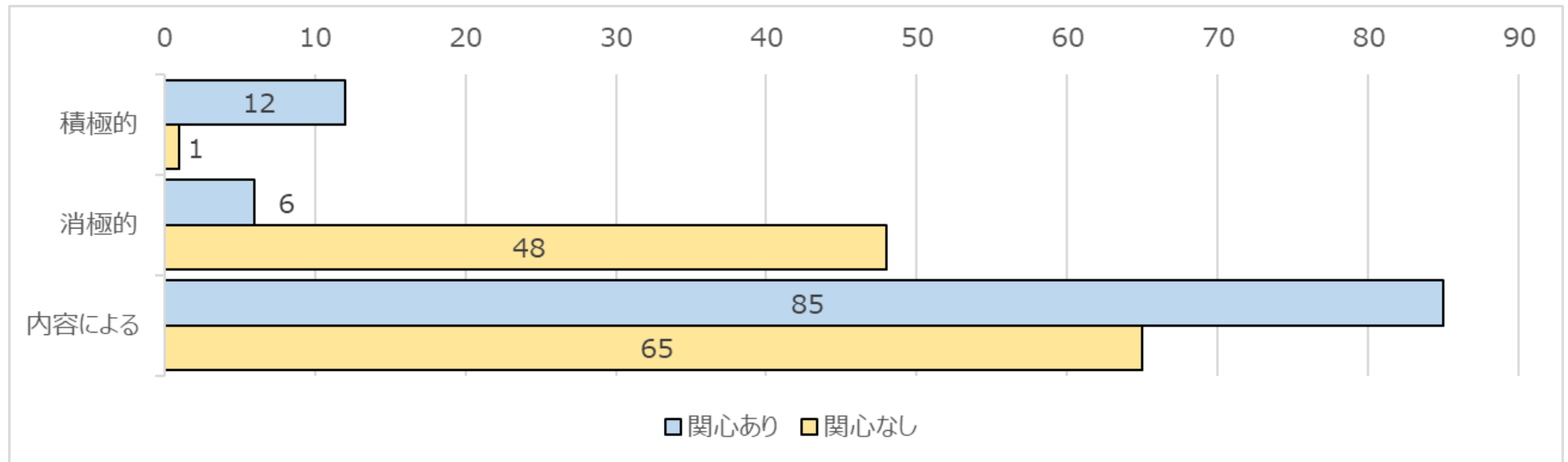


## 4. 連携「なし」企業の状況

### 連携していない企業の意識

関心の有無にかかわらず、内容によっては連携する意識のある企業が多い  
一方、連携する意識がまったくない企業も一定数見られる

#### 関心 × 企業連携に取り組まなかった理由 (単一回答)



# 地域イノベーションの ための 企業連携

## 5. フリーコメントの内容

## 連携あり【1 / 2】

### 外部環境（10文から抜粋）

- 企業同士が連携するのは地方の中小企業にとってことさら、重要だと考えます。
- マーケット縮小や働き手不足に直面するなか、自社及び既存顧客を守るためにも、企業連携やそこから拡大しての異業種の企業統合は避けて通れないテーマと感じています。
- 人口減少が更に進む中、単独で頑張っても、企業規模や顧客基盤の拡大は難しい。
- お互い仕事量に違いがあるときは人数調整ができるなど、仕事量の安定と、職人不足の解消ができた。
- 人材不足が深刻化していく中、新商品開発などの面では企業連携はどんどんすべきと思う。

### イノベーション（9文から抜粋）

- 他社の方とさまざまな意見交換・情報共有をすることで、学ぶことが沢山あります。
- 互いのブランドを高め合ったり、ノウハウを一緒に考え創り上げるプロセスは1企業だけでは起きないイノベーションが起こせる。
- 中小企業の新たな創造と広げるパワーは企業連携でしか生まれない。
- 人数的に単独での受注は困難であったが、連携することにより可能になり新しい業務に挑戦できた。
- 自社のリソース以外との連携や他都市との連携は自社だけでは切り拓けないことが可能となるので有効。
- 全てを自社でするのではなく、必要に応じて引き出しを増やしたり、他業種のシステムやノウハウを吸収できる。
- 他業種のクライアントへの商品を利用して開発・オンリーワン商品を作り上げ、連携企業、自社と売上・利益アップが可能である。

## 連携あり【2 / 2】

### ビジョンとリスク（15文から抜粋）

- 目標や価値観に相違があっても目的が共有されていれば異業種と取り組む意味はある。
- 企業同士が共通の目標を共有は大きな力になり、取り組みがスタート後もそれを都度確認し続けることが最も大切だと考えます。
- メンバーの選定を慎重に 志が重要 マーケティングをしっかりと ビジョンを明確に。
- 企業どうしの連携というより、信頼できる人間同士の連携という側面が強いと思う。
- 上手く行くかどうかはケースバイケースですが、連携の目的が明確で全参加企業に共有されていないと、途中で失速することがある。
- 売り上げが上がるにつれ当初の理念やコンセプトを見失い、売り上げ優先の思考に陥りがちになるような懸念もある。
- トップに権力が集中してしまうと、会社の大小や売上の違いで発言力に差が出て来てしまう傾向もあるように感じる。
- 異業種連携なので相互の立場を理解し合い、リスペクトすることが大切。
- 社風、就業規則の違いがあり、統一性に欠けた。
- 連携することで自社に無い技術が使えるが、秘密が漏れる恐れがある。
- 自社の強み（コア）がなんであるか常に意識していないと事業領域が拡散するだけで終わってしまう。

### その他（3文）

- 相手方にパーパスがなくただのセールス目的が多かったため、中小企業と事業連携したことはない。
- 標準化できることを願っております。
- 本業を犠牲にはできないが、余力があればあらためて取り組みたい。



## 5. フリーコメントの内容

# 連携なし × 関心あり【1 / 2】

### ノウハウ・先入観など（20文から抜粋）

- シナジー効果を生み出せる手法を知り、単独の企業活動から脱皮し、シナジー効果を追求したい。
- 連携のメリット・デメリットが明確でないと難しいと思う。
- 企業連携のやり方や、具体的な双方のメリットが見えないのと、連携をすること自体の難しさを感じています。
- 技術力の向上を製品に転化し続けることは必須なので、社内開発だけでなく、大学などと連携を図ることで必要な技術を得る。
- 製品はどこに帰属するのか難しい点が多くなるなど、事前に細かい取り決めが必要な事項が数多くあるように思います。
- 企業連携について、いまひとつ理解（システム等）出来ていない。連携の方法がわかりません。
- 増収増益に繋がれば積極的に取り組みたいが、それに割ける人員も不足しており二の足を踏んでいる。
- 多くの中小企業では、リソース、予算、時間の捻出も難しいとも感じています。
- 小規模事業者でも企業連携に参加できるのであればしたいが、ハードルが高いように思われる。
- 企業連携とは、何を指すのかが不明です。（中略）営利団体間では、なかなか利害が発生して大変だと思いが……。

### その他（2文）

- 「早く行きたければ一人で進め 遠くまで行きたければみんなで進め」の言葉通りでスピード感を持って事業を成し遂げる必要があれば連携している余裕はないと思います。
- これからは、企業単独では経営が難しい場面が出てくると感じています。

## 5. フリーコメントの内容

# 連携なし × 関心あり【2 / 2】

### 連携実現に向けて（18文から抜粋）

- 相乗効果があったり、イノベーションが起きたり、新潟発というのがあったら嬉しい。
- 今まで南魚沼市周辺の企業は、皆が良くなる事に考えがなかった。
- 地域の魅力を高めるために企業連携は有効な手段だと思えます。
- もはや地方の中小企業が単独で運営できる時代ではなくなったと感じ、競合から協業へと切替えをする時期にきていると思う。
- 小回りの利く、意思決定の早い中小企業が連携し、強味を持ち寄り、課題に対応することは必要だと考えています。
  
- 未知の世界に入り込めるチャンスでも有るので様々な業種の方々と出合いを大切にしていきたいと思えます。
- もっと大きく・広く事業を展開したいのであれば様々な業種と交わるのはとてもいいことだと思えます。
  
- 地域性や業種特性（卸売）で企業連携が可能なのか、事例も含め知りたい。
- 国・県などのバックアップ（人員＋資金＋ノウハウ）があると取り組んでみたい気持ちはあります。
- 企業連携のマッチングサイトなどがあれば利用したい。
  
- 当方から発注して開発や製造依頼と言う方法を取っている。
- 税理士事務所からの紹介、幣所から税理士事務所への紹介を行っている。

## 5. フリーコメントの内容

# 連携なし × 関心なし

### 業界特性など（5文から抜粋）

- 私たちの業種では意味がないと思います。
- 特殊性があり専門技能職が必要なため連携は難しい。
- 受注工事のかなりの部分は外注に振っているので、これが企業連携なのかも知れない。

### ノウハウ・意識など（12文から抜粋）

- 将来は企業連携が重要と感じております。
- 工業系大学との産学連携の話を1回聞いてみたい。
- まずは本業を優先し確固たる地盤を作ってから取り組むものと考えています。
  
- 同等の関係になるのは難しいのではないかと先入観があります。
- どういう内容について行うのが良いのか現状で方向性が見いだせない。
- 参考事例などがあればご教示頂き、今後の参考にさせて頂ければと思います。
- 当社は、そのレベルに達していません。

# 地域イノベーションの ための 企業連携

## 6. 他地域との比較

## 類似調査を行っている秋田県（2012）との比較

中小企業が連携している割合

秋田県の  
調査結果  
(n=597)

項目	社数	率	関心		社数	率（回答数）
連携あり	<b>117社</b>	<b>19.6%</b>				
連携なし	480社	80.4%	内訳	あり	<b>279社</b>	<b>58.1%</b>
				なし	201社	41.9%

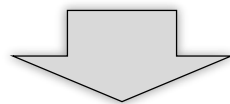
新潟県の  
調査結果  
(n=301)

項目	社数	率	関心		社数	率（回答数）
連携あり	<b>42社</b>	<b>14.0%</b>				
連携なし	259社	86.0%	内訳	あり	<b>125社</b>	<b>48.3%</b>
				なし・不明	134社	51.7%

連携している割合：▲5.6ポイント、連携なし × 関心ありの割合：▲9.8ポイント  
新潟県が低くなっている

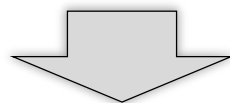
## 類似調査を行っている秋田県（2012）との比較

地域経済が活性化することが目的で、企業連携は手段である



経済が活性化しているなら、どのような手段でも問題ない

年度	秋田県		新潟県	
	付加価値額(億円)	地域経済循環率	付加価値額(億円)	地域経済循環率
2010年	32,641	82.4%	83,497	88.8%
2013年	32,417	83.4%	83,160	88.8%
2015年	33,795	82.0%	85,660	89.7%
2018年	35,175	84.7%	88,777	91.4%



18-10	2,534	2.3%	5,280	2.6%
-------	-------	------	-------	------

両県とも地域経済が好転している

# 地域イノベーションの ための 企業連携

調査結果からの考察

## 産業集積やネットワーク効果などの研究

### 木南（2019） [4] の起業家精神に影響を及ぼす要因を明らかにする研究

- 社会関係資本（ソーシャルキャピタル）が社会組織内での同質の主体的な結びつきが戦略構想に貢献する
- そして、異質な主体や社会組織がさまざまな利害関係を持つグループ間の情報共有や情報交換が戦略推進に有効である



# 考察

新潟県では、他地域（秋田県）よりも企業連携が多く実施されていない

新潟県は、企業連携が多く実施されている地域（秋田県）と同程度経済成長している

新潟県の企業は企業連携以外の方法で成長している可能性？

内部成長  
(ベンチャー、研究開発)

外部成長  
(M&A・企業連携)

その他

これから新潟の企業が取り組まなければならないことは？

1. 秋田県信用保証協会（2012）『企業連携に関するアンケート調査』、<https://www.cgc-akita.or.jp/post-2849/>（閲覧2023年2月7日）
2. オープンイノベーション・ベンチャー創造協議会（編集）（2018）『オープンイノベーション白書 第二版』経済産業調査会
3. 北嶋貴朗（2021）『イノベーションの再現性を高める 新規事業開発マネジメント』日本経済新聞出版
4. 木南章・木南莉莉・古澤慎一（2019）「起業家精神と起業環境が開業率に与える影響：都道府県データによる分析」『新潟大学農学部研究報告』第71巻、pp.P9-16
5. サラス・サラスバシー（加護野忠男監訳、高瀬進、吉田満梨訳）（2015）『エフェクチュエーション』碩学舎
6. ジョエル・M・ポドルニー、モルテン・T・ハンセン（有賀裕子訳）「～職能別組織をなぜ保ち続けるのか～ イノベーションを促すアップルの組織設計」『ハーバードビジネスレビュー 2021年4月号』ダイヤモンド社、pp.6-P20
7. 関智宏（2009）「中小企業連携の成果と課題 -新連携支援施策にかんするアンケート調査を中心として-」『阪南論集 社会科学編』第45巻第1号、pp.41-68
8. チャールズ・A・オリリー、マイケル・L・タッシュマン（入山章栄監訳、渡部典子訳）（2019）『両利きの経営 -「二兎を追う」戦略が未来を切り拓く-』東洋経済新報社
9. 樋口耕一（2014）『社会調査のための計量テキスト分析：内容分析の継承と発展を目指して』ナカニシヤ出版
10. 百合岡雅博（2010）「組織は戦略に従えるのか-企業変革の阻害要因-」『新時代マーケティングへの挑戦-理論と実践-（第3章）』六甲出版販売、pp.48-73

本調査は、「2022年度 長岡大学地域志向教育研究費」により実施しています。

2022年10月吉日

協同組合 新潟県異業種交流センター 会員企業御中

## 新潟県内の中小企業における企業連携に関する調査

【実施者】長岡大学 経済経営学部 百合同雅博  
【事務局】長岡大学 地域連携研究センター

### ■ 本調査へのご協力をお願い

前略 貴社におかれましては、ますますご盛栄のこととお喜び申し上げます。  
さて、現在、新潟県内の中小企業の企業連携について、実態や意向などの把握を目的とした研究を行っております。  
※本調査では企業連携を「本業事業以外で、新たに他社と共同して行う取り組み」としてご回答ください。



協同組合新潟県異業種交流センターさまのFネットを通じ、本アンケート調査を実施させていただきます。  
ご多用の時期にお手数をおかけ大変恐縮ですが、ご協力くださいますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。  
本調査の回答内容は統計的に処理しますので、アンケート結果において個別企業の名称を明示することはありません。また、本調査の目的以外で利用することはありません。  
本調査結果に興味のある方は、貴社名・ご担当者役職氏名・メールアドレスをご記入ください。完成次第、メールにて送付いたします。

### ■ 実施方法

実施期間	2022年10月31日（月）		
回答方法	1. 調査票によるFAXでの回答	本調査票に回答をご記入のうえ、以下のFAXまでご送付ください。	
※いずれか1つ	2. Webサイトからの回答	上記のQRコードからアクセスして、ご回答ください。	
	3. 長岡大学ホームページからの回答	下記URLからアクセスして、ご回答ください。	
	https://www.nagaokauniv.ac.jp/ →「地域・企業」をクリック → スクロールして下へ → 「新着情報」		

### ■ 本調査に関するお問い合わせ、FAX送付先

長岡大学 地域連携研究センター 小田原、横大道	FAX（回答の送付先）：
TEL：0258-39-1600	0258-39-9566
E-Mail：chiken@nagaokauniv.ac.jp	

※調査結果の送付を希望する方のみご記入ください（予定：2023年3月ごろ）

貴社名	ご担当者 役職氏名
部署名	E-mail

### 以下、調査内容

#### 1. 貴社の状況についてお聞かせください（記入または にチェックをつけてください）

本社所在地 (市区町村)	業歴 (年数)	組織	<input type="checkbox"/> 法人 <input type="checkbox"/> 個人
従業員数 (正社員)	<input type="checkbox"/> ① 0~5人	<input type="checkbox"/> ② 6~20人	<input type="checkbox"/> ③ 21~50人
代表者年齢 (回答日時点)	<input type="checkbox"/> ④ 51~100人	<input type="checkbox"/> ⑤ 101人以上	
	<input type="checkbox"/> ① 29歳以下	<input type="checkbox"/> ② 30~39歳	<input type="checkbox"/> ③ 40~49歳
	<input type="checkbox"/> ④ 50~59歳	<input type="checkbox"/> ⑤ 60歳以上	
主要な業種 (ひとつだけ)	<input type="checkbox"/> ① 製造業 (食品)	<input type="checkbox"/> ② 製造業 (金属製品)	<input type="checkbox"/> ③ 製造業 (繊維)
	<input type="checkbox"/> ④ 製造業 (木材・木製品)	<input type="checkbox"/> ⑤ 製造業 (各種機械)	
	<input type="checkbox"/> ⑥ 建設・ 不動産業	<input type="checkbox"/> ⑦ 小売業 (ネット含む)	<input type="checkbox"/> ⑧ 卸売業 (食品)
	<input type="checkbox"/> ⑨ 卸売業 (食品以外)	<input type="checkbox"/> ⑩ 宿泊・飲食 サービス業	
	<input type="checkbox"/> ⑪ 運輸・ 倉庫業	<input type="checkbox"/> ⑫ ソフトウェア・ 情報通信	<input type="checkbox"/> ⑬ 他対事業 所サービス
	<input type="checkbox"/> ⑭ 他対個人 サービス	<input type="checkbox"/> ⑮ その他	

1ページ

2枚目に続きます。

2. これまで企業連携に取り組んだ経験がありますか  
 あり → 「3」へ  なし → 「4」へ
3. 2で「あり」を選んだ方のみご回答ください。  
これまで参加したことがある企業連携の件数を教えてください。

件数	
----	--

次に、参加したことのある企業連携の概要についてお聞かせください。  
※複数参加したことがある場合、任意の2つの取り組みを選択して、それぞれについてご回答ください。

項目	企業連携①				企業連携②			
	企業数		社		企業数		社	
主な役割 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① リーダー	<input type="checkbox"/> ② メンバー	<input type="checkbox"/> ③ 事務局	<input type="checkbox"/> ④ 支援(賛助・協賛含む)	<input type="checkbox"/> ① リーダー	<input type="checkbox"/> ② メンバー	<input type="checkbox"/> ③ 事務局	<input type="checkbox"/> ④ 支援(賛助・協賛含む)
連携内容(ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 単発(恒例行事含む)	<input type="checkbox"/> ② 継続	<input type="checkbox"/> ① 単発(恒例行事含む)	<input type="checkbox"/> ② 継続	<input type="checkbox"/> ① 単発(恒例行事含む)	<input type="checkbox"/> ② 継続	<input type="checkbox"/> ① 単発(恒例行事含む)	<input type="checkbox"/> ② 継続
参加企業数と 参加地域 (記入)	企業数	社	企業数	社	企業数	社	企業数	社
主なメンバー(複数可)	<input type="checkbox"/> ① 同業種	<input type="checkbox"/> ② 異業種	<input type="checkbox"/> ③ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ④ 同業種	<input type="checkbox"/> ⑤ 異業種	<input type="checkbox"/> ⑥ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑦ 同業種	<input type="checkbox"/> ⑧ 異業種
主な連携テーマ (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 食料品関連	<input type="checkbox"/> ② 日用品関連	<input type="checkbox"/> ③ IT関連	<input type="checkbox"/> ④ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ① 食料品関連	<input type="checkbox"/> ② 日用品関連	<input type="checkbox"/> ③ IT関連	<input type="checkbox"/> ④ その他 ( )
構成メンバーとの 関係のきつかけ (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 同じ団体に所属	<input type="checkbox"/> ② 既存の取引先	<input type="checkbox"/> ③ 外部からの紹介	<input type="checkbox"/> ④ 地縁的なつながり	<input type="checkbox"/> ① 同じ団体に所属	<input type="checkbox"/> ② 既存の取引先	<input type="checkbox"/> ③ 外部からの紹介	<input type="checkbox"/> ④ 地縁的なつながり
年間活動状況 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 3回以下	<input type="checkbox"/> ② 4~10回	<input type="checkbox"/> ③ 11回以上	<input type="checkbox"/> ④ 不定期	<input type="checkbox"/> ① 3回以下	<input type="checkbox"/> ② 4~10回	<input type="checkbox"/> ③ 11回以上	<input type="checkbox"/> ④ 不定期
継続期間 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 1年以内	<input type="checkbox"/> ② 2~5年	<input type="checkbox"/> ③ 6~9年	<input type="checkbox"/> ④ 10年以上	<input type="checkbox"/> ① 1年以内	<input type="checkbox"/> ② 2~5年	<input type="checkbox"/> ③ 6~9年	<input type="checkbox"/> ④ 10年以上
参加した目的 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 新製品・新商品開発	<input type="checkbox"/> ② 新技術の研究開発	<input type="checkbox"/> ③ 共同購買	<input type="checkbox"/> ④ 販路開拓・共同受注	<input type="checkbox"/> ① 新製品・新商品開発	<input type="checkbox"/> ② 新技術の研究開発	<input type="checkbox"/> ③ 共同購買	<input type="checkbox"/> ④ 販路開拓・共同受注
	<input type="checkbox"/> ⑤ 設備などの共同使用	<input type="checkbox"/> ⑥ 外部とのネットワークづくり	<input type="checkbox"/> ⑦ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑤ 設備などの共同使用	<input type="checkbox"/> ⑥ 外部とのネットワークづくり	<input type="checkbox"/> ⑦ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )
事業の成果(ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 成功	<input type="checkbox"/> ② 失敗	<input type="checkbox"/> ③ 何とも言えない	<input type="checkbox"/> ④ 成功	<input type="checkbox"/> ⑤ 失敗	<input type="checkbox"/> ⑥ 何とも言えない	<input type="checkbox"/> ⑦ 成功	<input type="checkbox"/> ⑧ 何とも言えない
連携で得られた メリット (複数可)	<input type="checkbox"/> ① メンバーとの信頼関係	<input type="checkbox"/> ② メンバーとの情報共有	<input type="checkbox"/> ③ 連携による受注	<input type="checkbox"/> ④ メンバーからの受注	<input type="checkbox"/> ① メンバーとの信頼関係	<input type="checkbox"/> ② メンバーとの情報共有	<input type="checkbox"/> ③ 連携による受注	<input type="checkbox"/> ④ メンバーからの受注
	<input type="checkbox"/> ⑤ 事業経験の獲得	<input type="checkbox"/> ⑥ ブランド・信用の向上	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑤ 事業経験の獲得	<input type="checkbox"/> ⑥ ブランド・信用の向上	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )
連携するなかで 直面した課題 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 専任人材の確保	<input type="checkbox"/> ② 事業経験・ノウハウ	<input type="checkbox"/> ③ 開発力・企画力	<input type="checkbox"/> ④ 事業資金の負担	<input type="checkbox"/> ① 専任人材の確保	<input type="checkbox"/> ② 事業経験・ノウハウ	<input type="checkbox"/> ③ 開発力・企画力	<input type="checkbox"/> ④ 事業資金の負担
	<input type="checkbox"/> ⑤ 受注・売上の低迷	<input type="checkbox"/> ⑥ メンバー間の目的の相違	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )	<input type="checkbox"/> ⑤ 受注・売上の低迷	<input type="checkbox"/> ⑥ メンバー間の目的の相違	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )
企業への影響(ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① プラス	<input type="checkbox"/> ② マイナス	<input type="checkbox"/> ③ 何とも言えない	<input type="checkbox"/> ④ プラス	<input type="checkbox"/> ⑤ マイナス	<input type="checkbox"/> ⑥ 何とも言えない	<input type="checkbox"/> ⑦ プラス	<input type="checkbox"/> ⑧ マイナス

#### 4. 2で「なし」を選んだ方のみご回答ください。

関心はありますか(ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 関心あり	<input type="checkbox"/> ② 関心なし
取り組みなかつた理由 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 必要性を感じない	<input type="checkbox"/> ② 効果が出るかわからない
	<input type="checkbox"/> ③ パートナーがない	<input type="checkbox"/> ④ 人員面で余裕がない
	<input type="checkbox"/> ⑤ 金銭的な余裕がない	<input type="checkbox"/> ⑥ 取り組み方法がわからない
	<input type="checkbox"/> ⑦ その他 ( )	
今後の取組姿勢(ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 積極的	<input type="checkbox"/> ② 消極的
	<input type="checkbox"/> ③ 内容による	

#### 5. 企業連携に対する考えについて、自由にお聞かせください（自由記述）。

--

2ページ

以上で終了です。ご協力くださりありがとうございました。

2023年9月吉日

●● 会員企業御中

## 新潟県内の中小企業における企業連携に関する調査

【実施者】長岡大学 経済経営学部 百合岡雅博  
【事務局】長岡大学 地域連携研究センター

### ■ 本調査へのご協力をお願い

前略 貴社におかれましては、ますますご盛栄のこととお喜び申し上げます。  
さて、現在、新潟県内の中小企業の企業連携について、実態や意向などの把握を目的とした研究を行っております。  
※本調査では企業連携を「本業事業以外で、新たに他社と共同して行う取り組み」としてご回答ください。

協同組合新潟県異業種交流センターさまのFネットを通じ、本アンケート調査を実施させていただきます。  
ご多用の時期にお手数をおかけし大変恐縮ですが、ご協力くださいますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。  
本調査の回答内容は統計的に処理しますので、アンケート結果において個別企業の名称を明示することはありません。また、本調査の目的以外で利用することはありません。  
本調査結果に興味のある方は、貴社名・ご担当者役職氏名・メールアドレスをご記入ください。完成次第、メールにて送付いたします。

### ■ 実施方法

実施期間	2023年9月25日（月）		
回答方法	1. 調査票によるFAXでの回答	本調査票に回答をご記入のうえ、以下のFAXまでご送付ください。	
※いずれか1つ	2. Webサイトからの回答	上記のQRコードからアクセスして、ご回答ください。	
	3. 長岡大学ホームページからの回答	下記URLからアクセスして、ご回答ください。	
	https://www.nagaokauniv.ac.jp/ → 「地域・企業」をクリック → スクロールして下へ → 「新着情報」		

### ■ 本調査に関するお問い合わせ、FAX送付先

長岡大学 地域連携研究センター 小田原 横大道	FAX（回答の送付先）：
TEL：0258-39-1600	0258-39-9566
E-Mail：chiken@nagaokauniv.ac.jp	

### 以下、調査内容

#### 1. 貴社の状況についてお聞かせください（記入または□にチェックをつけてください）

本社所在地 (市区町村)					業歴 (年数)					組織	<input type="checkbox"/> 法人 <input type="checkbox"/> 個人
従業員数 (正社員)	<input type="checkbox"/> ① 0~5人	<input type="checkbox"/> ② 6~20人	<input type="checkbox"/> ③ 21~50人	<input type="checkbox"/> ④ 51~100人	<input type="checkbox"/> ⑤ 101人以上						
代表者年齢 (回答日時点)	<input type="checkbox"/> ① 29歳以下	<input type="checkbox"/> ② 30~39歳	<input type="checkbox"/> ③ 40~49歳	<input type="checkbox"/> ④ 50~59歳	<input type="checkbox"/> ⑤ 60歳以上						
主要な業種 (ひとつだけ)	<input type="checkbox"/> ① 製造業 (食品)	<input type="checkbox"/> ② 製造業 (金属製品)	<input type="checkbox"/> ③ 製造業 (繊維)	<input type="checkbox"/> ④ 製造業 (木材・木製品)	<input type="checkbox"/> ⑤ 製造業 (各種機械)						
	<input type="checkbox"/> ⑥ 建設・ 不動産業	<input type="checkbox"/> ⑦ 小売業 (ネット含む)	<input type="checkbox"/> ⑧ 卸売業 (食品)	<input type="checkbox"/> ⑨ 卸売業 (食品以外)	<input type="checkbox"/> ⑩ 宿泊・飲食 サービス業						
	<input type="checkbox"/> ⑪ 運輸・ 倉庫業	<input type="checkbox"/> ⑫ ソフトウェア・ 情報通信	<input type="checkbox"/> ⑬ 他対事業 所サービス	<input type="checkbox"/> ⑭ 他对个人 サービス	<input type="checkbox"/> ⑮ その他						

1ページ

2枚目に続きます。

#### 2. これまで企業連携に取り組んだ経験がありますか

あり → 「3」へ  なし → 「4」へ

#### 3. 2で「あり」を選んだ方のみご回答ください。

これまで参加したことがある企業連携の件数を教えてください。

件数

次に、参加したことがある企業連携の概要についてお聞かせください。

※複数参加したことがある場合、任意の2つの取り組みを選択して、それぞれについてご回答ください。

参加した目的 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 新製品・新商品開発	<input type="checkbox"/> ② 新技術の研究開発	<input type="checkbox"/> ③ 共同購買	<input type="checkbox"/> ④ 販路開拓・共同受注
	<input type="checkbox"/> ⑤ 設備などの共同使用	<input type="checkbox"/> ⑥ 外部とのネットワーク作り		
	<input type="checkbox"/> ⑦ その他 ( )			
事業の成果 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 成功	<input type="checkbox"/> ② 失敗	<input type="checkbox"/> ③ 何とも言えない	
連携で得られた メリット (複数可)	<input type="checkbox"/> ① メンバーとの信頼関係	<input type="checkbox"/> ② メンバーとの情報共有	<input type="checkbox"/> ③ 連携による受注	<input type="checkbox"/> ④ メンバーからの受注
	<input type="checkbox"/> ⑤ 事業経験の獲得	<input type="checkbox"/> ⑥ ブランド・信用の向上	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	
	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )			
連携するなかで 直面した課題 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 専任人材の確保	<input type="checkbox"/> ② 事業経験・ノウハウ	<input type="checkbox"/> ③ 開発力・企画力	<input type="checkbox"/> ④ 事業資金の負担
	<input type="checkbox"/> ⑤ 受注・売上の低迷	<input type="checkbox"/> ⑥ メンバー間の目的の相違	<input type="checkbox"/> ⑦ 特になし	
	<input type="checkbox"/> ⑧ その他 ( )			
本業への影響 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① プラス	<input type="checkbox"/> ② マイナス	<input type="checkbox"/> ③ 何とも言えない	

#### 4. 2で「なし」を選んだ方のみご回答ください。

関心はありますか (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 関心あり	<input type="checkbox"/> ② 関心なし	
取り組みなかった理由 (複数可)	<input type="checkbox"/> ① 必要性を感じない	<input type="checkbox"/> ② 効果が出るかわからない	<input type="checkbox"/> ③ パートナーがない
	<input type="checkbox"/> ④ 人員面での余裕がない	<input type="checkbox"/> ⑤ 資金的な余裕がない	<input type="checkbox"/> ⑥ 取り組み方法がわからない
	<input type="checkbox"/> ⑦ その他 ( )		
今後の取組姿勢 (ひとつ)	<input type="checkbox"/> ① 積極的	<input type="checkbox"/> ② 消極的	<input type="checkbox"/> ③ 内容による

#### 5. 企業連携に対する考えについて、自由にお聞かせください（自由記述）。

2ページ

以上で終了です。ご協力くださりありがとうございました。