

データで見る 新ハンズオン支援事業・ 結の場

2025年度 新ハンズオン支援事業・結の場に関する
アンケート調査結果報告



申請時の課題

(n=41) ※複数回答

販路回復・拡大



80%

既存商品の高付加価値化



54%

新商品・サービスの開発



44%

組織体制強化・人材育成

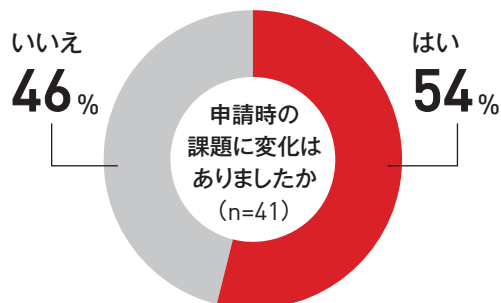


24%

課題特定支援によって

過半数[※]

が申請時から課題の変化を経験



※新ハンズオン支援事業（個社・グループ支援）において



83%

が成果が出たと回答

「支援を受けるに当たって費やした労力と比べて成果が出たか」という設問に対し、新ハンズオン支援事業・結の場を合計して、83%の事業者が成果を実感（「とても出た」「出た」「労力相応の成果だった」と回答）しています。

成果に関する事業者の声



専門家の方が頭ごなしに課題特定や解決に向けた指示を行うのではなく、われわれに寄り添いながら、伴走しながら課題解決に向けて動いていただきました。

課題特定に非常に時間を費やしましたが、自分の迷いや、今後注力すべき方向が明確になりました。「地域にとって何が重要か」「企業理念に合致しているか」ということを毎回問われ続けたから出せた答えだと思っています。



専門家や復興庁担当者からのアドバイスが的確で、解決までスピード感を持って対応できました。

結の場・支援提案企業の声

被災地企業の方々と直接出会う機会を得て、リアルに事業課題を伺うことができました。そして、その解決策を思考することから、アウトプットのイベント、PR、キャンペーン、販路拡大、商品開発、広告の情報発信まで、幅広く新しいアクションを創出しています。



社内販売会を検討していますが、今年も素晴らしい事業者とマッチングできました。社内販売の実施が前提の場合、事前サンプルを頂けると助かります。



アンケート名

- 復興庁「新ハズオン支援事業 個社支援・グループ支援」についてのアンケート
- 復興庁「新ハズオン支援事業 販路拡大グループ支援」についてのアンケート
- 復興庁「結の場」についてのアンケート

調査目的

「新ハズオン支援事業・結の場の事例を踏まえた支援実施のポイント vol.2」の制作において、データの収集や掲載事例の選定を行うため

調査対象

2022～2024年度に新ハズオン支援事業・結の場を利用した185事業者

調査期間

2025年5月15日～6月16日

調査方法

Web、郵送

回答数

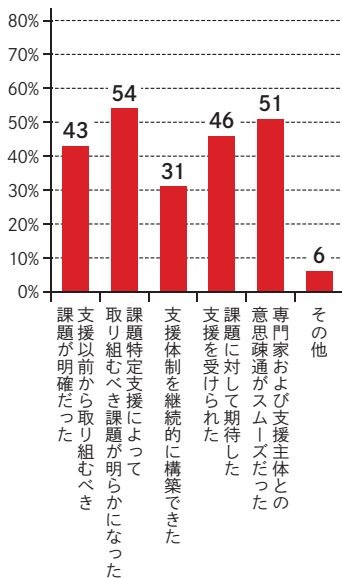
合計85件（回答率46%）

新ハズオン支援事業	53件
個社・グループ支援	41件
販路拡大グループ支援	12件
結の場	32件

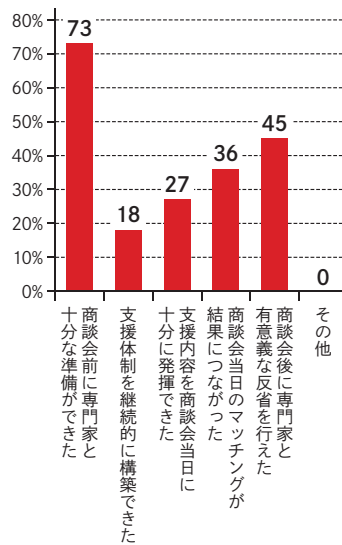
アンケート別 成果が出た要因

※複数回答

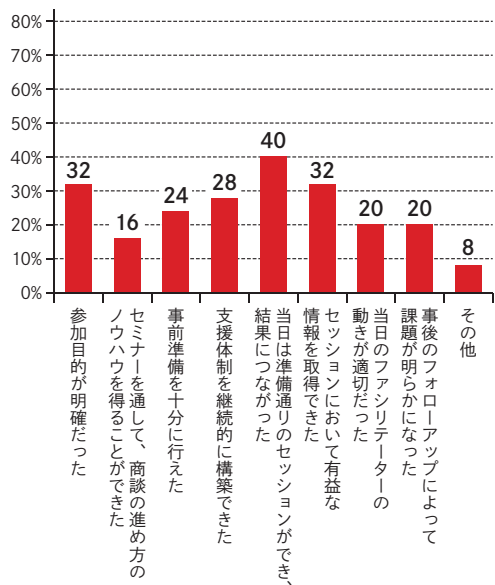
●個社・グループ支援（n=41）



●販路拡大グループ支援（n=12）



●結の場（n=32）



新ハズオン支援事業 地域への波及効果

(n=53) ※複数回答

地域内取引の拡大



15件

地域産品のブランディング化

23件



地域自体の認知度向上や誘客数の拡大



14件

自社および取引先の雇用拡大

14件



同業他社などへのノウハウの普及

8件



異業種連携や産学連携など新たな連携の創出

8件



支援への満足度

(n=85)

とても満足している



36%

満足している



48%