

アクティブ サポート 京都

Active Support Kyoto

京都産業21のビジネス情報誌

05 May. 2005. No.020

<http://www.ki21.jp>

CONTENTS

新京都ブランドレポート⑩	1 ▶ 2
京都産業21環の会	3 ▶ 4
創援隊交流会	5 ▶ 6
京都府異業種交流連絡会議	7 ▶ 8
人づくり塾	9 ▶ 10
産学公連携 大学リエゾンオフィス紹介	11
IT関連セミナー&講習会	12
受発注・遊休機械設備コーナー	13
設備貸与制度	14
行事予定表	15

がんばる企業を支援します。

財団法人 京都産業21

Kyoto Industrial Support Organization 21

けいはんな活性化の起爆剤となった『ローテク』・ネットワーク

レポート⑩ けいはんなITバザール研究会

“新産業創出都市”をめざす関西文化学術研究都市で、新産業創出・ベンチャー育成の拠点となるインキュベートルーム「京都府けいはんなベンチャーセンター」。

その入居者有志の呼びかけで生まれた「けいはんなITバザール研究会」。

会長の北本篤史氏（株式会社北辰光器）と小松 幸氏（システムクリエイツ）を迎えて、当財団の金田修 けいはんな支所長が研究会の活動についてお話を伺いました。

金田：北本さんは、ベンチャーセンター入居後、新たに関連会社（有）HOCを設立され、13階の*SCFにもデスクを置いておられますが、「京都府けいはんなベンチャーセンター」入居のメリットをどのように感じられたでしょうか。

*SCF:「京都府けいはんなベンチャーセンター」卒業生を中心に7社がシェアして利用しているオフィスルーム「ソリューション・クラブ・フロア」の略



株式会社北辰光器取締役・(有)HOC代表取締役
北本 篤史 氏

北本：お蔭様で、大阪府枚方市から、こちらへ移転してきて以来、ソフト・ハードの両面からの様々な支援を得る事ができ、着実に事業を拡大して参りました。

例えば、近畿経済産業局の地域新生コンソーシアムにも参画することができました。

一言で、ここに対する率直な感想を表現すると、「ベンチャーに優しい」という感じですね。

期待していた以上の“支援”の充実度に、大いに満足しております。

また、入居者間の人的ネットワークも自然な形で形成されてきており、ここには、何でも気軽に相談し易い親切な先輩起業家達も多く、昨年には、入居者の先輩格にあたる数名の方が発起人になって、「けいはんなITバザール研究会」を立ち上げる事となりました。

設立総会では、発起人の皆様からの推薦で、最年少の私が会長を任されました。

この会は、所謂“ノコミュニケーション”にも積極的で、友達感覚・ご近所感覚での交流が行われております。

また、講師の方を招いてのセミナーや見学会等の活動も積極的に行っております。

金田：小松さんは、「京都府けいはんなベンチャーセンター」卒業後、現在も京都府南部を拠点にご活躍されておられますね。

小松：現在は、京田辺市にオフィスを構えております。

ここでは、地の利を生かして、同志社大学の学生さんの力も活用するなどの工夫をしております。

また、私自身の経験を踏まえて、木津町商工会等主催の創業者セミナーでの講師も経験させて頂きました。

ここでも、新しい出会いによって、ビジネスの幅を広げる事ができました。

金田：「京都府けいはんなベンチャーセンター」入居時に構築されてきた人的ネットワークが生かされているということですね。

小松：創業時には、様々な形で、「京都府けいはんなベンチャーセンター」入居企業であるという事が、当社事業の信用の裏付けにもなってきたと思います。



システムクリエイツ代表
小松 幸 氏



例えば、京都産業21が作成された入居企業の案内パンフレット等も大いに活用させて頂きました。

また、ケータイ国際フォーラムのような大きなイベントへの参加に際しても、このネームバリューの大きさを実感することができました。

「けいはんなITバザール研究会」などを通じて、入居者間の横の繋がりも広がり、パネル展示会等のイベントへ参加させて頂いた際にも、「文化祭」的気分で、楽しく交流させて頂く事ができました。

今後も、この人的ネットワークは、大切に育てていきたいと思ひます。

金田：「けいはんなITバザール研究会」が出来てから1年が経過しましたが、今後の取り組みに関するご要望やご意見をお聞かせ下さい。

小松：今後も積極的に参加していきたいと思ひますし、気軽に立ち寄れる雰囲気をお大切にしたいと思ひます。

北本：会のネームには、「IT」とついておますが、「IT」に関係ない業種の皆様にも、気軽に参加して頂ける会です。もっと輪を広げていきたいと思ひます。

金田：今後も、皆様が交流の輪を広げられ、事業構築を進めていかれる中で、様々な支援メニューによって、お手伝いをさせて頂ければと考えておます。

まず、その一環として、「けいはんな新産業創出・交流センター」が、けいはんなプラザラボ棟に開設されることになりました。

是非とも、皆様の積極的なご利用をお待ちしております。

関西学研都市の産業化、広域化、国際化を一層促進するため 「けいはんな新産業創出・交流センター」がけいはんなプラザラボ棟に開設

「京都府けいはんなベンチャーセンター（京都府中小企業技術センター、(株)けいはんな、当財団けいはんな支所で構成）」は、けいはんなプラザラボ棟（精華町）6階で活動を展開（平成13年度から）してきましたが、4月26日から新たに開設された「けいはんな新産業創出・交流センター」に合流し、けいはんなプラザラボ棟3階に事務室を移転し活動を展開することになりました。

新たに開設された「けいはんな新産業創出・交流センター」は、関西学研都市の産業化、広域化、国際化を一層促進するために開設されたもので、中小企業等支援機関、地元自治体、関連大学等のオフィスがワンフロア—に集結し、研究成果を生かした地域の産業振興、グローバルな広域的産業クラスターの形成、国際サイエンスシティ交流促進等の機能をワンストップで発揮するプラットホームの形成が目指されています。

【お問い合わせ先】

(財)京都産業21 けいはんな支所

TEL:0774-95-5028 FAX:0774-98-2202
E-mail:keihanna@ki21.jp

誰でもつき合える機械ほど、
すごい技術が隠されている。
ひとりひとりの人に、
機械のほうから合わせてくれる。
そんな、人と機械の関係。
センシング&コントロール技術で、
人と機械のベストマッチングを。



OMRON
Sensing tomorrow™

地域経済を活性化する新連携

～京都産業21環の会（KSR）経済講演会～

国際会議場で開催された京都産業21環の会（KSR）経済講演会は、シンクタンク・ソフィアバンク副代表・藤沢久美氏を講師に招き、「新連携」の必要性とスタイルについて、事例を交えながらのお話をさせていただきました。



<講師プロフィール>

96年日本初の投資信託評価会社、アイフィスを起業。99年、同社をスタンダード&プアーズ社に売却。2000年、シンクタンク・ソフィアバンクの設立に参画。現在、同社副代表、社会起業家を支援する「社会起業家副代表」を兼任。NHK教育テレビ「21世紀ビジネス塾」のキャスターを務めるほか、書籍、雑誌、講演、またテレビ・ラジオ等を通じて、投資や起業など、経済と経営に多くの人が参画する機会をつくるべく、メディアを通じた新しいスタイルのインキュベーションに取り組んでいる。また政府の金融審議会委員にも就任。

シンクタンク・ソフィアバンク
副代表 藤沢 久美 氏

今日は「地域経済を活性化する新連携」というお話をさせていただきます。なぜ連携が必要か、その理由として消費の変化があげられます。IT革命の第二段階がはじまった、ということです。99年、2000年に起きたIT革命はインフラの革命でした。これから起きるのはユビキタス社会です。消費者の意識が変わります。物を買う時に、なぜそれが必要かというニーズよりもニーズを重視するようになるのです。これは個人であろうと企業であろうと、物があふれる時代、情報というものに囲まれる時代になると起こる変化です。そうなった時に1社では対応するのが難しいから連携が必要なのです。つまりニーズ型の産業を生み出すには連携が必要だということです。

では、具体的にどのような形の連携ができるかを考えてみましょう。

ソリューション企業への展開とコンシューマー型商品開発のための提携を考える

寒天というシーズを売っていた会社が寒天のソリューション型産業に進化していったひとつの例です。伊那食品は寒天を作っている会社です。寒天は昔から和菓子の材料として用いられてきました。しかし、和菓子の生産が減少するにつれ、寒天の需要は減り、寒天業界では次々と会社を閉める企業が現れました。そんななか、伊那食品はここ30年黒字、しかも増収状態でいられています。

では、伊那食品がどのような提携をしているのかといいますと、お客様と連携しているのです。お客様と連携するというのはかなり重要な目線です。ここには「売れるものを作るのではなくて必ず買ってもらえ

るものを作らなければならない」という社長の考えが現れています。

和菓子の材料としての寒天の需要が見込めなくなったとき、伊那食品では、寒天が何に使えるかを、研究者はじめ従業員全員が考えました。

自分たちが持っているコアの技術、これを今までのものに生かすことだけを考えるのではなく、他のものにどう生かしていけるかを考えるわけです。もう硬くて硬くて折れない寒天なんていうのも作ってみますし、ドロドロで固まらない寒天も作ってみる。

そのなかでいくつか面白いアイデアが出てきました。介護の現場の声を聞いて「食べ物もちゃんと飲み込めない人がいる。ドロドロの寒天というのは食品だし、そういうものに使えるんじゃないか」と。

そのアイデアを伊那食品自社で開発はせず、他の食品メーカーに話を持ちこみ、一緒に寒天で作れませんかと提案するのです。共同で開発が行われ、「飲む朝ご飯」という商品が誕生しました。

それ以外にもドロドロの寒天を見て、「つやつやで綺麗な寒天で、安全な口紅をつくる」という若い社員のアイデアを取り上げて、研究者はカネボウ化粧品に行くわけです。そして、ちゃんと口紅が誕生しました。3年間の共同開発のすえ、つやつやの口紅を開発されて、イメージキャラクターの藤原紀香さんがにっこり微笑んでいる、口紅新発売「寒天入り」のポスターが出ていました。

これらの開発はお客様と一緒にいったものです。きっかけはもちろん伊那食品の寒天をつくる技術です。それと、最終製品に対するアイデアを持ってお客様のところへ提案をしに出かけるのです。お客様がそれに共感してくれた時、共同開発がスタートします。そして製品が世の中に出る限り売ってもらう、買ってもらうという関係が継続されるのです。

このようにお客様と一緒に開発する商品開発のあり方を、プロシューマー型開発と言います。

情報化社会が進んでいくと、プロシューマー型商品が生まれてくる。プロシューマーというのはプロデューサー（＝作る人）と、コンシューマー（＝買う人）が一緒になって開発することです。こういう時代が間違いなくやってきます。

御用聞きビジネスで潜在的ニーズを組み上げる

次にお話するのは、少し形の異なった連携です。連携するのはエンドユーザー、つまり消費者であるお客様です。

でんかのヤマグチという小さな電気屋の事例を紹介いたします。東京の町田という新興住宅地にある電気屋・でんかのヤマグチを取り巻く環境は、時代と共に変わってきました。ヤマダ電機やベスト電器、ヨドバシカメラといった大手の量販店が登場し、でんかのヤマグチは経営状態が難しくなってきました。その中で彼らが建て直しをはかるために考えたのが、お客様を区別しようということでした。

全てのお客様に喜ばれるビジネスというのはできない、という視点の切り替えです。どんな区別をしたかということ、1年前の売上を調べて、それに合わせて見直しをしたわけです。例えば、過去1年間に100万円以上買われたお客様をAグループ、50万円以上買われたお客様をBグループ、それ以下のお客様をCグループ、1年間全然買わなかったお客様をDグループと分けて、それぞれに異なるサービスをしたのです。Aグループのお客様には2週間に1度は訪問すること、Bグループのお客様には月に1回は訪問すること、Cグループには電話をすること、Dグループにはダイレクトメールを送るというふうにサービスを分けました。

大手の量販店は、お客様のところに出かけていくことはせず、来られたお客様に対して安いものを提供するという価格競争のサービスです。大手ができないきめ細かいサービスに特価していったわけです。

さらに「何でも言ってください。すぐに飛んで行きます」という新しいキャッチフレーズを付けました。「電球が切れたでも、電池がなくなった」でも何でもいいから言ってくださいと。本当に「台所の電球が切れたから持ってきてちょうだい」という電話がかかってくるのです。普通、そういう電話がかかってきたら、蛍光灯ですか、白熱灯ですか、何ワットですかと聞きますね。ところが「加藤さんですね。台所の電球ですね。今すぐ持って行きます」と対応できるほどに、でんかのヤマグチとお客様は密接なのです。2週間に1度、訪問しているから台所がどこにあるかも知っている。家の間取りも知っている。それだけ信頼関係も生まれていて、台所に行くと60歳過ぎくらいの女性が座っていらして「有難う」といって雑巾を渡されるわけです。営業の人が笠も拭いて電球も付け替えて、「はい終わりました」と言うと、「助かったわ。お茶でも飲んでいってちょうだい」という話になるのです。仕事で伺っているのに、お茶を飲みながら雑談がどんどん進んでいくのです。「今度、娘が結婚しそうなの」とか「息子が一人暮らしを始めるの」なんて話もあるわけです。そうするとこれはダイレクトなチャンスになります。

例えば、「デジタルカメラを買いに行くと、何万画素でございませうとか、メモリは何キガでございませうとか言われて

全部カタカナで意味がわからないし、自分にとって使いやすく、いい商品はどれなのかを知りたいけれど、それを教えてくれる人がいない。でも、でんかのヤマグチの人はしょっちゅう家に来て、自分たちのライフスタイルも知っているから自分に合った商品を教えてくれるだろう」とお客様は考えているわけです。

でんかのヤマグチは、電気製品だけを売っているうちに、いろいろなものをアドバイスするようになり、今はリフォームビジネスも始められました。以前は工務店の下請けとしてリフォームに加わる立場でしたが、いまでは逆転して、リフォームの仕事をとってくる窓口になったというのです。

このように1対1でお客様との関係を深く作っていくことによって、ワンストップ、そのお客様全てのニーズにおいて解決してあげられる窓口になれる、そういう形があります。

ワンツウワンとかワンストップというのは、インターネットの世界の言葉です。インターネットでワンツウワンマーケティングをやって、ワンストップショッピングの窓口になる。まさに楽天がやっていることです。お客様からいろいろな情報を聞いて、ワンツウワンでコミュニケーションをする中で、お客様の生活に必要なものなら何でも楽天に来てください、何でもそろっていますよ、という切り口でビジネスを展開していくのです。それを現実の世界でやっているのが、でんかのヤマグチです。



ネットの世界で起きていることというのはこれから未来、現実の世界で起きることのシュミレーションだと考えられます。ネットでお客様がどのような行動をしているか、そのお客様に対して企業がどのようなサービスを提供しているかということ、違った目線で見つめてみると、我々がこれから現実の世界でやっていくことの参考になる動きがあります。視線を現実社会のみに固定せず、ネットの世界にまでひろげ、自社のコア技術が何に活かせるか、自社の強みは何かを考えてみる。そしてそのシュミレーションに最適な相手と連携をすることで、新たな価値を生み出してください。その動きはサイズの大きすぎない中小企業だからできるこれからのビジネス界に最適の戦略だと考えています。

【お問い合わせ先】

(財)京都産業21 産業振興部
企業連携推進グループ

TEL:075-315-8590 FAX:075-315-9240
E-mail:renkei@ki21.jp

第8回創援隊交流会（京都）開催される

創援隊の平成16年度第8回交流会が3月8日（火）、京都の新・都ホテルで開催されました。今回も業種・分野の異なる4社がオリジナリティのあるプレゼンテーションを行いました。

創援隊交流会について

交流会では、参加されたベンチャー企業や第二創業企業の方に創援隊隊員へ販路開拓を目指す製品やそのビジネスプランを発表していただきます。また、持ち込んでいただいた製品、パネルなどを参考にしながら、隊員から販路先の紹介、具体的なアドバイスをおこないます。また、交流会の前にプレゼンテーションの専門家のアドバイスを受けることもできます。

※交流会参加お申し込みはホームページをご覧ください。→<http://www.ki21.jp/souentai/>

● 樹木内部断層画像診断サービス



サン・アクト(株)
代表取締役社長 小島 愛一郎 氏
TEL ● 075-595-5501
FAX ● 075-593-0053

当社は環境を考慮した樹木の専門医として、農業や化学肥料ではなく有機物や微生物によって枯れかけた樹木などを回復させるサービスを提供しています。樹木のせん定の際に使用する防腐剤の開発や、また、樹木を人間の医学と同様に客観的に診断するという方法も産学連携で開発しています。今回プレゼンテーションするのは、PICUSを使用して行う樹木内

部断層画像診断サービスです。

これはどういったものかと言いますと、幹の周りに設定したPICUSのセンサーが、音波により樹木の内部状況を瞬時に画像化します。色分けされたその画像を見ることで、容易に状況を知ることができます。約6mまでの太さの樹木に対応でき、夏場の診断も可能になったため、年間を通じてサービスを提供することができます。PICUSは誰にでも簡単に操作できますが、当社は医師が病名を特定して手術をするのと同様に、センサーを設置すべき位置はどこか、回復させるにはどうするかといったノウハウも持っています。衰退樹木の回復は当社が培ってきた事業であり、このサービスとの相乗効果が期待できると考えています。

PICUSはドイツ製で、日本ではこのような高精度の測定機器は開発されていません。造園業者4社が購入していますが、当社のように巨木に対応できる機器ではなく、ニーズとして考えられる天然記念物の大きな樹木の診断はできません。またこのような診断サービスも国内にはありませんでした。ここに競合他社との優位性があると考えられます。

2001年の環境省の調査では、全国の巨木の18%が衰退しているという結果が報告されています。このサービスには、全国の行政の担当者から興味を持っていただいております。DM送付を行っているところです。

当社は全国規模でこのサービスを展開する計画です。創援隊のみならず、交通費などの余分な経費を削減するために、業務提携先の支援をお願いしたいと思っています。

● 学校設備および施設の遊休期間を利用した教育プログラムの企画・運営システム 教育発ブランド企業提携業務



ジャパンリード(株) 教育事業部
代表取締役社長 安本 真樹 氏
TEL ● 0774-44-3929
FAX ● 0774-44-9643

当社は教育発ブランド（企業提携）事業ULTRAKIDSとして、関西有名校に浸透したイメージ（2005年度3月時点、約15校、約2万人の生徒と2000人の教員、その世帯、進学を目指す対象生徒を含めると約3万世帯）をもとに教育プロデューサーとして、様々な分野での企業提携を積極的に行っています。事業としては、学校教育のニーズとe-ULTRAKIDS（学校

専門のスクールライセンスと自宅学習コースウェアをセットした語学学習システム）やスクールブランディング（差別化イメージ戦略）、学校課外学習プログラムの運営業務委託等を提供すると共に、様々な分野の企業と提携し教育マーケティング事業を展開しています。

現在学校は1年間のうち約200日程度しか使用されておらず、学校施設および機材の遊休期間を有効利用した事業テーマとして昨年、中小企業経営革新法認定取得、現在、近畿圏を中心とした土曜学校プログラムを実施しています。また、教育をテーマに様々な業務提携を行い教育グループウェア開発、日本経済新聞社との教育プログラム展開、アミューズメント・ゲーム企業との教育効果共同プロジェクト、出版社販促プロジェクト、そして複数の海外企業との商品展開や販売プロジェクトを行っています。また、このような活動がパブリシティとしても取り上げられ、TBS系「NEW23」特集「じゃぱんモデル未来の元気印」や朝日新聞全国版記事「しごとと新世紀」など、年間複数のメディアで紹介されています。

当社は今まで数多くの教育提携を行ってきましたが、提供学校が関西にありながら、事業活動が首都圏中心であったため、関西に基盤を置く企業との接点がほとんど無い状態です。弊社は京都の企業として、そして関西企業とのコラボレーションによる商品企画開発を推進したいと考えています。創援隊交流会の皆様には、巨大教育市場における提携企業の紹介、また地元産官学による事業協力などの支援を御願い申し上げます。

●パーセプション・プレゼンテーション



デジタルレボリューション(有)
代表取締役社長 田村 徹氏
TEL●075-706-1801
FAX●075-702-9903

当社の仕事はほとんどが黒子のな
もので、クライアントが他社でプレゼ
ンテーションや企業紹介をされる場
合のコンテンツ制作などを主な事業
としています。企業経営者の方は、言
いたいことがたくさんあるために焦
点をしぼることができず、結果的にな
かなか考えを整理できないというこ
とが多々あります。

そこで、当社はコンテンツ制作に加
えてビジネスモデルを整理するお手伝いにも取り組んでいます。

当社では、コンテンツづくりにおいて独自のスキルやノウハウを蓄積
しています。例えば一般的なパワーポイントによるプレゼンテーションで
は理解しにくい部分を解消するため、一般にWebサイト制作ツールとし
て使用されている動画制作ソフト「マクロメディア・フラッシュ」を用いて
コンテンツを制作しています。こうしたノウハウによって、理解の難しい
ビジネスモデルを平易に表現するといったサービスを提供しています。

パーセプション・プレゼンテーションとは「個人の認知、理解、価値感」
という意味ですが、本日のようなプレゼンテーションの場では、聴衆のパー
セプションが必ずしもプレゼンターが望む姿であるとは限りません。

双方のパーセプションギャップを埋めるため、論理的な構造認識に優
れた左脳と共に、ビジュアル化されたイメージによって右脳にも訴えて
いく必要があります。当社の「パーセプションプレゼンテーション」は
“左脳と右脳の両方に効く”コンテンツとして、様々なビジネスシーンに採
用・評価されています。例えば、ビジネスコンテスト、企業内の役員会議、
商品プロモーション、学会における講演、経営革新企業の新規事業
説明、投資家向け説明会などです。ブロードバンド化が進めば、インター
ネット環境でのストリーミング配信も展開していきたいと考えています。

さらなる販路開拓のため、創援隊の方々には、連携によってシナジー
効果が発揮できる企業とのマッチングをお願いしたいと思ひます。

●香炉(渦巻型お香専用)・花器(苔玉/草盆栽併用)



高橋 明美 氏
TEL●075-957-1170
FAX●075-957-1170

従来の渦巻型お香の燃焼台は、香
を支える部分で熱が奪われるため、ど
うしてもお香の中心部が燃え残って
しまいました。また、これまでの燃焼
台はお香をのせておくだけなので、少
しの振動や風でも落下してしまうとい
う欠点がありました。

今回プレゼンテーションする香炉は、
芯台を支える部分に不燃性断熱材の
シートを用いて渦巻型お香専用の燃

焼台を作り、燃え残りのない香炉を実現しました。特許出願しています。

また、「かやぶき屋根の田舎屋」をモチーフにした香炉の中に入れて
使用するため、風や振動の影響を受けず、安全で手軽に、ゆったりとお
香を楽しんでいただけます。①火の用心がよい。②風の吹き込む玄関
などでも灰が散らず、お香が落下しない。③片手でも渦巻お香のセット
と着火ができる。④付着したヤニはシートを取り換えるだけで、香炉を
洗う必要がない。⑤灰の掃除が簡単にできる。などの長所があります。
一品性の価値を重んじていますので、気持ちをこめた手づくりを続ける
方針です。

次にプレゼンテーションします花器は、剣山などの花止めがなくとも
垂直に花を生けることができるというものです。またこの花器は重心が低
いために、背丈の高い花木や柿のように実の重い花木も倒れる心配が
ありません。デザインの特徴としては、簡単に和風の生け花を楽しむこ
とができるようになっています。

創援隊のみなさまには、渦巻型お香を多く消費しているだろうと思わ
れる旅館や料亭、またそれらに食器を納入する陶磁器店、高級和雑貨店
のご紹介をお願いいたします。

商品に対する評価やご指摘・ご意見などをお聞かせ下さい。よろしく
お願いいたします。

【お問い合わせ先】

(財)京都産業21 新事業支援部
ベンチャー支援グループ

TEL:075-315-8848 FAX:075-323-5211
E-mail:shinjigyo@ki21.jp

ベンチャー企業支援室のご案内

業務内容

- ベンチャーファンドによる株式投資やご融資を通じて、
事業資金のサポートを行います。
- 公的機関・大学等との連携により、各種支援施策の
有効活用や技術情報の収集などを図り、ベンチャー
企業の成長をバックアップしていきます。
- 色々な分野の専門家や専門機関を活用し、経営相談や
M&Aなど幅広いニーズにお応えします。



飾らない銀行



京都銀行

お問い合わせは

法人金融部

ベンチャー企業支援室
京銀KRPベンチャーデスク

TEL:075(361)8600
TEL:075(315)9076

第20回総会げんき交流KYOTO開催!

去る3月23日(水)、「げんき交流KYOTO」が京都全日空ホテルにおいて開催されました。経済産業省や京都府など行政担当講師が、平成17年度より施行される法律や事業などについて講演され、参加者は熱心にメモを取るなど積極的に情報収集につとめていました。また、情報交流懇親会では、なごやかな雰囲気の中で講師の方々へ質問するなど有意義な時間となりました。

講演 1



中小企業新事業活動促進法 について

近畿経済産業局
産業部ものづくりクラスター推進室室長補佐
笹山 清志氏

経済産業省では、平成17年4月から「中小企業新事業活動促進法」を施行することになりました。これまでわが国の経済活動の基盤である中小企業の創出、経営革新を支援してきました。既存の「新事業創出促進法」「中小創造法」「経営革新法」については、わかりにくい、PR不足などの指摘がありました。抜本的な改正を行い、3つの法律を束ねて創業支援、経営革新支援、新連携支援という枠組みで本法律を制定しました。

新たに新連携支援という枠組みを設けましたのは、市場競争の激化、技術革新、少子高齢化時代の到来、環境・福祉分野などへの需要と経済社会の構造変化に対応するためです。このように市場環境が変化すれば、中小企業が取り組むテーマも変化します。スピード経営、系列や固定化された取引だけではない対応、技術などのすりあわせによる新たな需要、リスクや知的所有権侵害、自社の長所の活用に取り組まなければなりません。より良いサービス、製品を提供するために企業単独ではなく、他社とお互いの強みを合わせた新たな連携が必要と思われ、それを実現する「新連携」を支援しようとする施策です。

「新連携」は、複数の事業者、大学などが互いの技術、ノウハウを融合し、新たな事業活動を行うグループのことで。特徴として、市場ニーズをとらえていること、互い補完し、連携して実現できること、対外的に責任主体となるコア企業があること、工程管理・品質保持の取り決めがあることです。これらをふまえて計画を立てていただきますが、各地方の新事業支援地域戦略会議ではその計画についてアドバイスそして認定、ハンズオン(実践的)支援を行います。認定グループには、補助金の交付、政府系金融機関の融資を実施します。新連携の事業化への支援だけでなく、新連携構築のための支援も行います。「新連携」について詳しくご相談されたい方は、産業部のものづくりクラスター推進室へお問い合わせください。

(講演より一部抜粋)

講演 2



京都府平成17年度施策 中小企業成長支援事業について

京都府商工部産業支援室
ものづくり支援チーム副室長
松田 実氏

京都府商工部産業支援室は、府内の産業振興を図ることを業務としています。昨今の経済の国際化、国内地域間の競争激化、そして産業構造がドラスティックに変化している中、京都府は時代に対応した施策に日々つとめています。

第一の基本方向として、産学公連携による新産業の育成、既存の中小企業の成長分野への進出の促進を支援しています。15年度から、産学公連携、共同研究グループに京都府の資金援助を行い、新事業展開をサポートしています。第二に府内産業集積の強化を図っています。京都への企業誘致、府内立地企業の事業推進の支援をしていく方針です。第三に「新京都ブランド」の育成の促進につとめていきます。これはQOL(Quality Of Life…生活の質)の向上を図る産業、IT、環境、試作産業などを「新京都ブランド」と呼び、これらの事業化への支援を行います。

また、産業活性化のためのプランの検討を行い、今年は産学公連携について、①大学と中小企業の橋渡しとなる産業支援機能の強化・京都府中小企業総合センターと(財)京都産業21の業務内容を見直し、外部からもわかりやすい組織づくり ②総合的にすすめるのが難しい中小企業人材の育成 ③京都の特性を活かしたウェルネス産業振興。これら3つのテーマを検討委員会を設け、まとめあげました。

今年度から、再生・創造・継続・整備を4つの柱として施策を展開する計画です。「再生」は、中小企業再生支援融資を100億円規模で実施します。「創造」は、産学公連携の推進による新しい産業の創出、ベンチャー企業の育成、京都ITバザール構想(ケータイ産業、けいはんなベンチャーセンター、西陣IT路地など)を推進していきます。「継続」は、事業を継続していくための経営革新、資金援助、税の削減、販路開拓などの支援です。「整備」は総合支援センターの整備で、京都府中小企業総合センターを中小企業技術センターと名称変更し、(財)京都産業21と総力をあげて中小企業へワンストップ支援の体制をつくります。

京都産業を活力あるものにするため、さらなる支援施策をすすめていきたいと考えています。