

# MOBIO ものづくり支援アクションプラン 第3期

【地域企業の成長のための大阪版ものづくりエコノミックガーデニング戦略】

「ものづくりビジネス環境ナンバーワンへ！」

平成29（2017）年4月

大阪府 商工労働部

# 目 次

1. はじめに.....	3
2. ものづくり企業とMOBIOの課題.....	4
3. MOBIO ものづくり支援アクションプランについて.....	10
3-1. 戦略1：交流と情報発信で変革・挑戦意欲を喚起.....	13
3-2. 戦略2：ものづくり中小企業の販路開拓を支援.....	14
3-3. 戦略3：ものづくり中小企業の技術革新を促進.....	15
3-4. 戦略4：ものづくり中小企業の知的財産戦略を支援.....	16
3-5. 戦略5：ものづくり中小企業のビジネス環境整備を推進.....	17
【参考資料】	
大阪府のものづくり支援の方向性.....	18
「大阪府ものづくり支援に関する有識者会議」提言（H22.3）.....	19
第1期MOBIO ものづくり支援アクションプラン（H23～H25）.....	20
第2期MOBIO ものづくり支援アクションプラン（H26～H28）.....	21

## ■MOBIO（モビオ：ものづくりビジネスセンター大阪）

MOBIOとは、大阪府がクリエイション・コア東大阪に開設した、府内全域のものづくり中小企業のための「ものづくりの総合支援拠点」。

運営は、大阪府と（公財）大阪産業振興機構、(株)コンベンションリンケージの3団体が行っている。3団体の役割分担は、以下のとおりである。

### ・大阪府

MOBIO運営の中核機能を担い、大阪府のものづくり支援施策を実施。技術支援の拠点である地方独立行政法人大阪産業技術研究所と連携し、ものづくり企業を支援

### ・（公財）大阪産業振興機構

コーディネーター等を配置し、ビジネスマッチング、海外展開支援などの企業支援を実施

### ・(株)コンベンションリンケージ

公募で選定された民間事業者で、常設展示場、インキュベーションオフィス、情報の受発信機能を担う（平成29年度中に、あらためて民間事業者を公募する予定）

## 1. はじめに

平成 22（2010）年 4 月、大阪府商工労働部は、ものづくり中小企業の支援を担当するものづくり支援課を東大阪にあるクリエイション・コア東大阪に移転させ、より現場に近いところで、企業に対する直接支援を行うこととした。

平成 23（2011）年 7 月には、MOBIO の活動方針として第 1 期「MOBIO ものづくり支援アクションプラン」を策定し、ものづくり中小企業の「変革と挑戦」に向けた、「知る、やる、集まる」を徹底的に支援することとした。

また、第 2 期プラン（平成 26（2014）年 4 月改定）では、「大阪版エコノミックガーデニング（EG おおさか）」の展開を活動指針として「ものづくりビジネス環境ナンバーワン」の地域を目指すこととした。

これまでの成果と課題を踏まえ、この度、平成 29（2017）年度から 3 年間の MOBIO の活動方針となる第 3 期 MOBIO ものづくり支援アクションプランを策定した。

第 3 期プランにおいても、引き続き「EG おおさか」の考え方を活動指針に位置付け、産学公民金の連携を強化し、ものづくり中小企業にとって最適なビジネス環境を整備していくこととする。

特に、平成 29（2017）年度には、4 月に大阪府立産業技術総合研究所と大阪市立工業研究所が統合し、新たに地方独立行政法人 大阪産業技術研究所として、両研究所の強みを融合して生まれる総合力を発揮して技術支援に取り組んでいくほか、10 月までに、特許庁所管の独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIT）の近畿統括拠点（仮称）が、大阪市内に設置され、高度で専門的な知的財産に関する相談体制が強化される予定であり、これらの機関と積極的に連携し企業支援を進めることとしている。

また、産学公民金の連携を進めるために構築してきた EG おおさか推進ネットワークについては、より多くの企業支援を実現するため、今後、地域への浸透及び連携の充実により、実践的な「支援力」の向上を図っていくこととする。

### 【経過】

- |                    |                               |
|--------------------|-------------------------------|
| ・平成 15(2003)年 8 月  | クリエイション・コア東大阪北館開業             |
| ・平成 16(2004)年 8 月  | クリエイション・コア東大阪南館開業             |
| ・平成 22(2010)年 1 月  | ものづくり支援に関する有識者会議設置            |
| ・平成 22(2010)年 3 月  | ものづくり支援に関する有識者会議提言            |
| ・平成 22(2010)年 4 月  | ものづくり支援課がクリエイション・コア東大阪へ移転     |
| ・平成 22(2010)年 6 月  | 公募により「MOBIO」に名称決定             |
| ・平成 22(2010)年 8 月  | MOBIO ものづくり支援アクションプラン活性化委員会設置 |
| ・平成 23(2011)年 4 月  | 公募選定した民間事業者による常設展示場等の運営開始     |
| ・平成 23(2011)年 7 月  | MOBIO ものづくり支援アクションプラン策定       |
| ・平成 25(2013)年 12 月 | MOBIO ものづくり支援アクションプラン推進委員会設置  |

## 2. ものづくり企業とMOBIOの課題

### (1) 大阪のものづくり企業の現状 2016年度版『なにわの経済データ』、 経済産業省平成26年工業統計表（産業編）から

#### ・事業所数等

大阪の製造業の事業所数は全国1位の36,315事業所、うち99.6%を中小企業が占めており、製品出荷額は全国3位の約16.7兆円となっている。

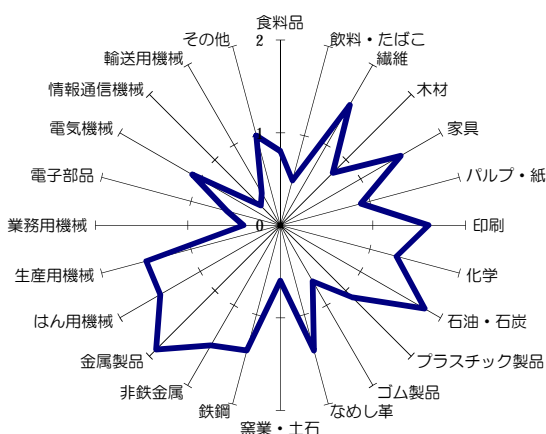
	大阪	東京	愛知
事業所数（社）	36,315	33,756	31,377
従業員数（人）	483,971	312,636	825,243
製造品出荷額（兆円）	16.7	17.9	44

#### ・大阪の産業構造の特徴

東京都・愛知県の製造品出荷額等における特化係数（注）を見てみると、東京都では「情報通信機械」「なめし皮」「印刷」など、愛知県では「輸送用機械」が非常に高いといった特徴を持っている。

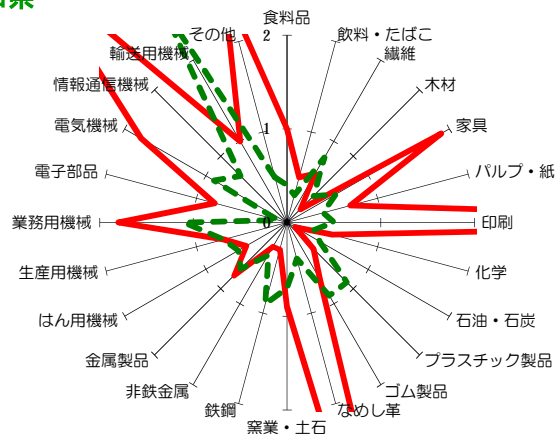
一方、大阪府の特化係数を両県と比較すると、突出して高い産業はなく、比較的全産業がバランスよく集積していると言える。

#### 大阪府



#### 東京都

#### 愛知県



#### (注) 特化係数

ある業種において、全国の製造品出荷額等の構成比に対する、各都府県の当該業種の製造品出荷額等の構成比の比率。この数値が1を超える（下回る）と、当該業種の構成比が、その都府県において相対的に高く（低く）、特化している（いない）ことを示す。

## (2) 中小企業をとりまく環境の変化 2016 中小企業白書から

中小企業を取り巻く環境は変化している。まず、これまでの大企業の下請を中心とした取引構造が希薄化しているが、サービス業や建設業と比較して、製造業ではこの傾向が強い。

また、1950 年以降増加傾向にあった我が国の人口は、2011 年以降減少傾向に転じており、この傾向は今後も続くと思込まれている。少子高齢化と併せて進む、人口減少により、今後も国内需要の縮小が見込まれる。

さらに、中小企業では有効求人数が増加している一方、労働力人口の減少や従業員の高齢化が進むなど、労働力の不足感が強まっており、今後も同様の傾向が続く見込みとなっている。

## (3) 大阪のものづくり中小企業の課題 各種アンケート調査から

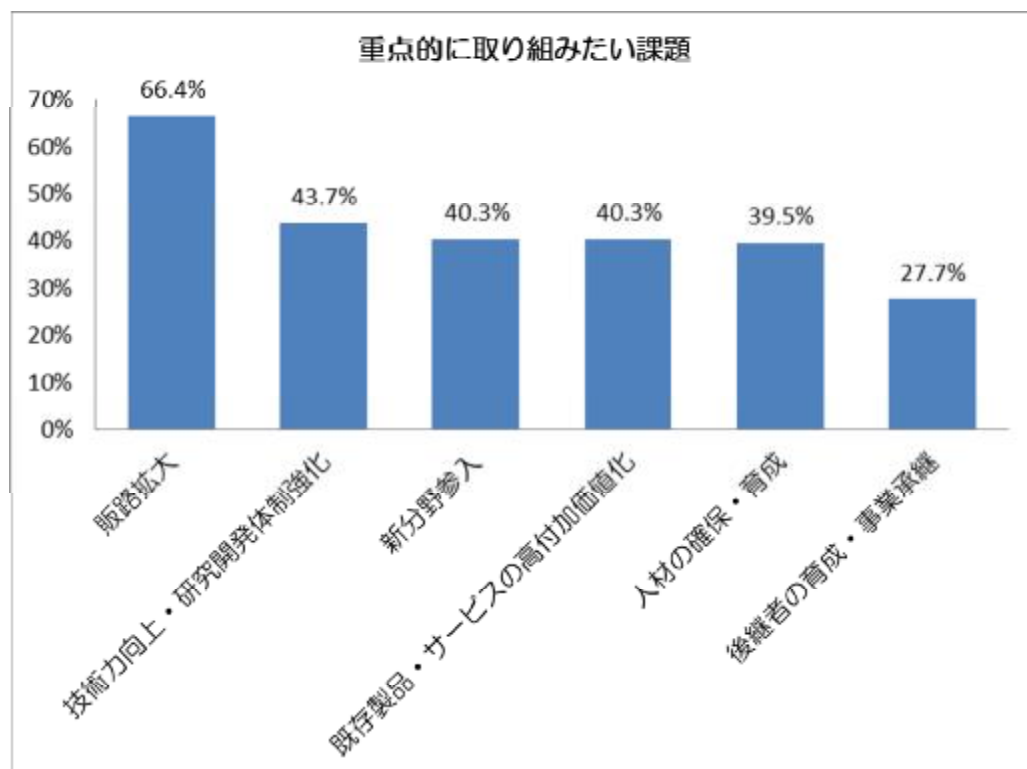
このような環境変化の中、大阪のものづくり中小企業はさまざまな課題を抱えている。

取引構造の変化を受けて、大企業と比較すると営業力の乏しい中小企業にとっては、新たな販路の拡大が課題となっているほか、国内需要の縮小に対応するため、新技術や新製品の開発、新分野への進出などが求められている。さらに、恒常的な労働力不足の中、人材の確保・育成も大きな課題となっている。また、第四次産業革命などのグローバルな動きへの対応も、新たな課題となっている。

### ■大阪商工会議所「中堅・中小企業の経営課題と賃金動向に関するアンケート調査」

(母数 119 社 製造業、28 年度)

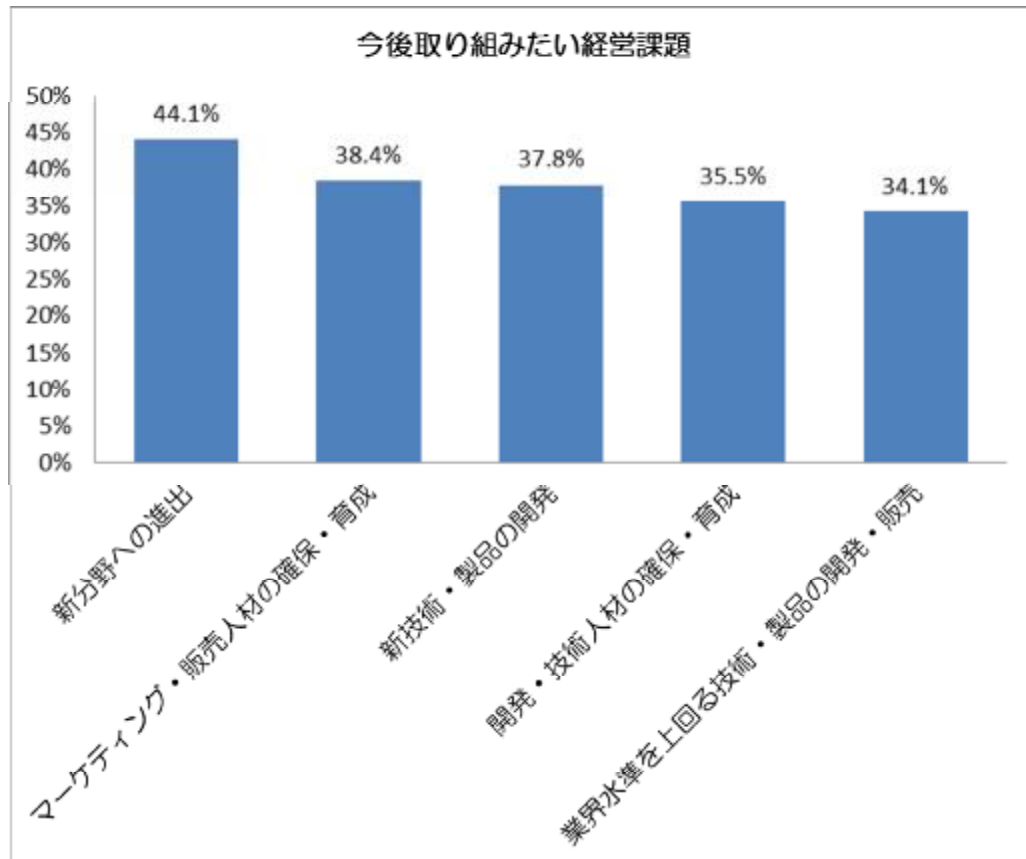
「重点的に取り組みたい課題」



■三菱総合研究所「効果的な経営支援に関する大阪府企業アンケート調査業務」

(母数 555 社、27 年度)

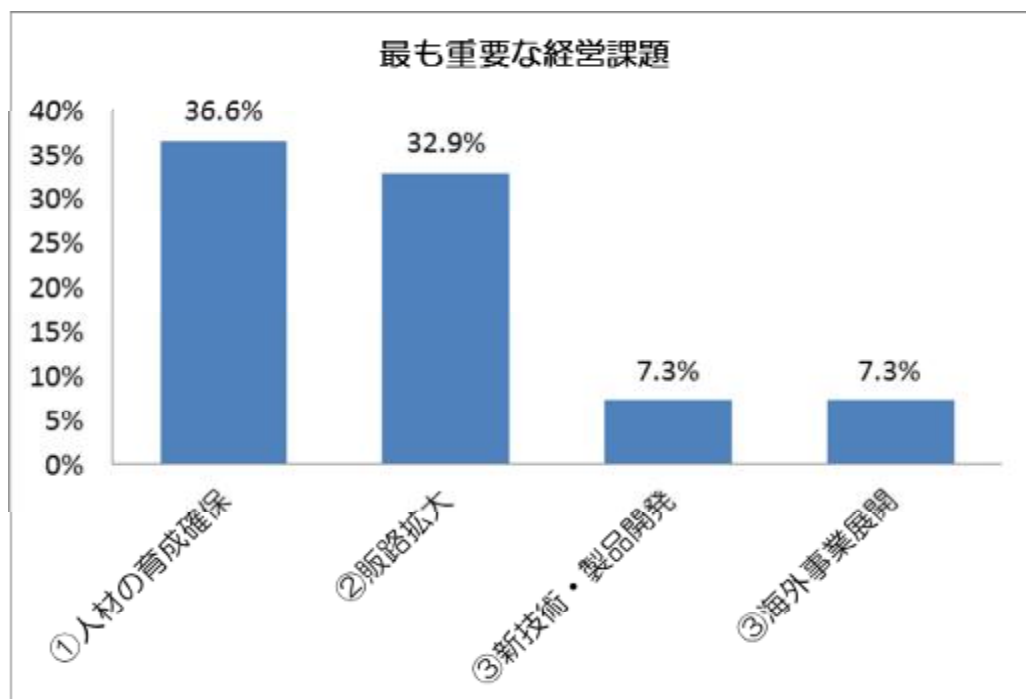
「今後取り組みたい経営課題」



■大阪府「大阪ものづくり優良企業賞受賞企業アンケート」(母数 83 社、27 年度)

「経営課題のうち最も重要な経営課題」

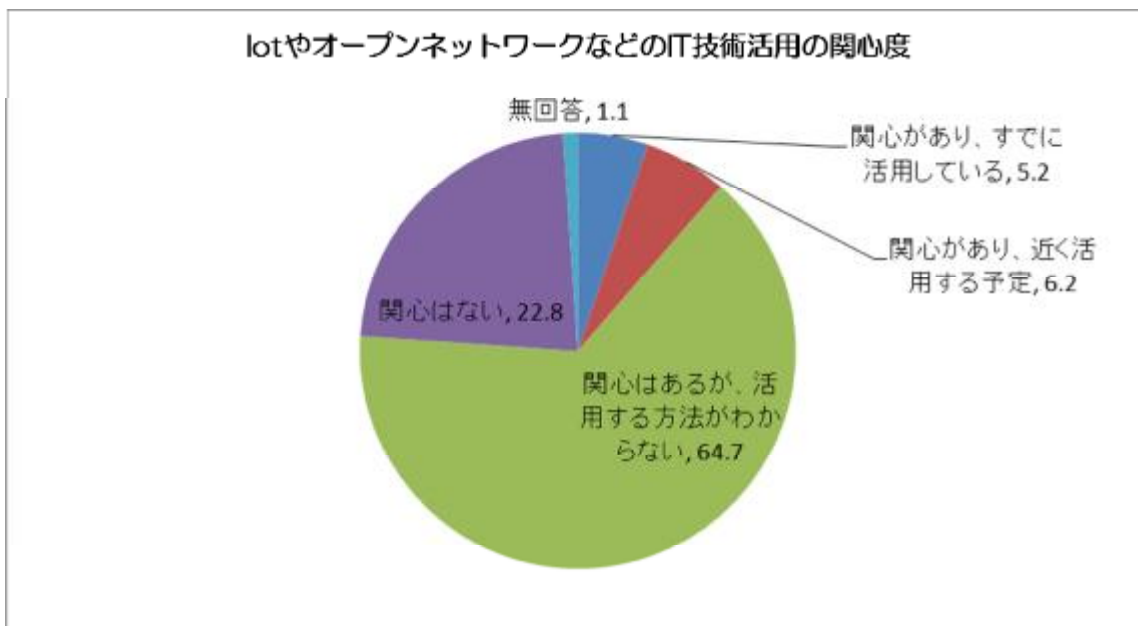
- ① 人材の育成確保 36.6% (内訳：専門・技術人材 25.6%、経営人材 7.3%、営業・企画 3.7%)
- ② 販路拡大 32.9% (内訳：新たな販売先の確保 24.4%、既存の販売先との取引増加 8.5%)
- ③ 新技術・製品開発 7.3%、海外事業展開 7.3%



■大阪商工会議所等「製造現場におけるIT活用に関する調査」（母数 493 社、27 年度）

「IoT やオープンネットワークなどのIT 技術活用の関心度」

関心はあるが、活用する方法がわからない 64.7%



## (4) MOBIOの課題

### 第2期目の成果

- 企業が集まる場として一定レベルで定着
  - ・来場者数、相談件数、ビジネスマッチング引合件数等
- EG（エコミックガーデニング）おおさかの展開
  - ・各戦略に共通する視点として展開
  - ・ネットワークづくり・ノウハウと人材の共有
- 支援ネットワークの充実
  - ・ものづくりイノベーションネットワーク会員の増
  - ・EG おおさか推進ネットワーク参画機関・者の増

企業+情報+支援者が集まる拠点に！

### 課題1：企業の「経営力・展開力」向上のための支援

販路拡大や新技術開発、新分野進出などの課題を克服するため、企業が経営力・展開力の向上に自ら取り組むための支援が必要

- ・企業課題に対応した情報発信の充実（MOBIO-cafe など）
- ・匠・大阪製などの企業・製品認証制度のブランディング強化（高付加価値化）
- ・新分野展開などにも対応した販路開拓・知的財産活用支援、技術開発・新製品開発への支援の充実

### 課題2：他機関との連携による「支援力」の向上

企業が抱えるさまざまな課題の解決を支援するため、「産学公民金」が連携し、互いの情報やノウハウ・人材を共有・相互活用することを通じた府内自治体・支援機関の「支援力」向上が必要

- ・産学公民金の連携強化による企業支援体制の充実
- ・ものづくり中小企業に携わる、府内自治体や支援機関向け研修等の充実

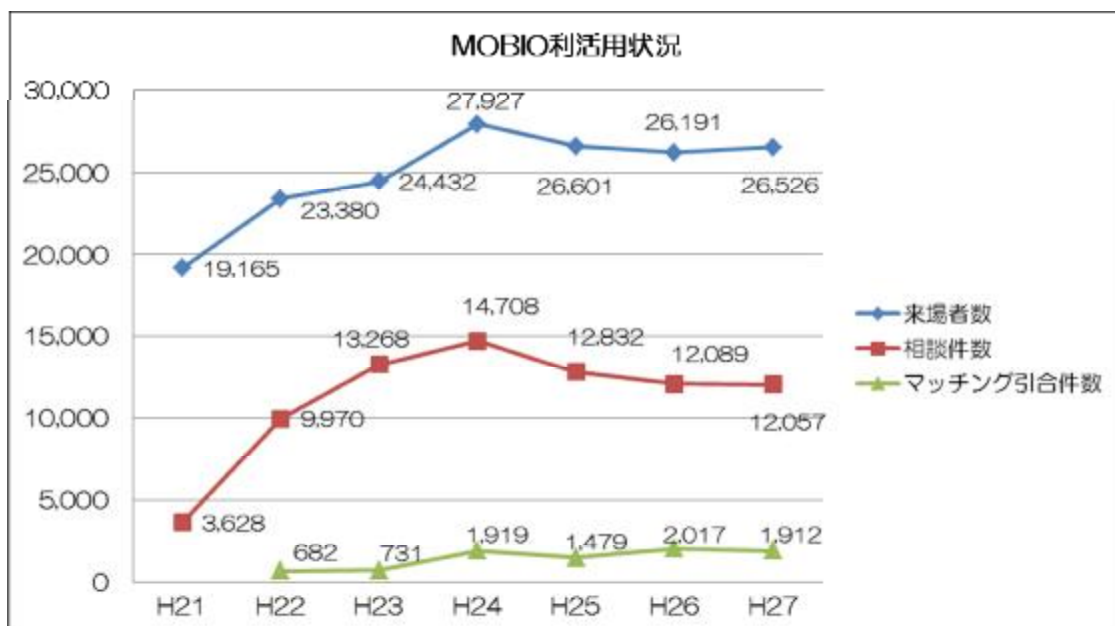
### 課題3：MOBIOの「知名度」の向上

より多くのものづくり中小企業に、MOBIO や MOBIO と連携する支援機関が実施する支援メニューを活用してもらうため、MOBIO の知名度向上が必要

- ・産学公民金の各支援機関職員に対する事業紹介や、SNS 等を活用した情報発信などを通じた知名度向上
- ・MOBIO 事業の府内各地での実施
- ・他機関実施事業の広報等への協力



(参考) MOB I O利活用状況



### 3. MOBIO ものづくり支援アクションプランについて

日本一のものづくり企業の集積を誇る大阪において、その大半を占める中小企業は府内の産業活性化の要、雇用の源泉であるとともに、国内外に新しい価値を生み続けるかけがえのない存在である。大阪府のものづくり総合支援拠点である MOBIO では、大阪府を中心に、協働して運営にあたる（公財）大阪産業振興機構、公募により選定された民間運営事業者のスタッフがー丸となって、以下のミッション、ビジョン、活動指針に基づき事業戦略を策定し、ものづくり中小企業の支援を実施する。

#### 1. ミッション：ものづくり中小企業支援に向けた MOBIO の役割

○企業がその地域においてイノベーション意欲を喚起し、自ら経営力・展開力の向上にむけた変革と挑戦をめざすための企業支援を実施

MOBIO は、企業の変革と挑戦に向けた「知る、やる、集まる」を徹底的に支援

○企業支援の場には活気・元気が不可欠「人が人を呼ぶ支援機関づくり」を実施

企業と企業をサポートする人々が MOBIO の施設・サービスを双方向に活用し、企業や企業をサポートする人材が集まる施設へ

- 「知る」情報の収集と企業向けの発信を強化
- 「やる」様々なステージで、場面で、支援を展開
- 「集まる」ものづくり中小企業と企業・支援拠点・支援人材の交流機会を創出

#### 2. ビジョン：MOBIO が本プランを通じてめざす姿

MOBIO は、本プランを通じて、国内外のものづくりに関する企業・機関・研究者・専門家と、意欲あるものづくり中小企業とが協働して社会課題の解決や新たな価値の創造と地域の中企業の成長を実現できる「ものづくりビジネス環境ナンバーワン」の地域をめざす。

具体的には、ものづくり中小企業が「変革と挑戦」に取り組む時、産学公民金のネットワークという土壌を活かして「多様な支援を選択、享受できる地域」「適切なパートナーに出会うことができる地域」「府内外のキーパーソンや優良企業等と出会い、適切な判断ができる地域」の実現をめざす。

### 3. 活動指針：大阪版エコノミックガーデニング「EGおおさか」の展開

本プランのビジョン、ミッションを実現するため、MOBIOは、以下の活動指針に則り、ものづくり中小企業の支援を実施する。

#### ○積極的なアプローチ【approach】

「変革と挑戦」にチャレンジするがんばる中小企業等の発掘に努め、積極的にアプローチ。

#### ○持続的な支援【continue】

中小企業等のブランド力の向上や高付加価値化などに取り組むとともに、交流の場の提供、マッチング、フォローアップ、施策の情報提供等を通じ、がんばる中小企業等を持続的に支援。

#### ○信頼関係の構築【trust】

中小企業等にとって頼れる存在となれるようスタッフ一人ひとりが自己の研鑽に努め、一丸となって中小企業等の支援に取り組むとともに、「丁寧かつ親身な相談」を心がけるなど、中小企業等や支援機関との信頼関係を強化。

#### ○協働体制の拡充【co-opetition】

地域で中小企業等の活性化や支援に取り組む人々や組織と積極的に協働し、互いに切磋琢磨しながらネットワークを拡充。

#### ※大阪版エコノミックガーデニング（EGおおさか）

EG（エコノミックガーデニング）は、企業家精神あふれる地域の中小企業が繁栄し長生きできる地域のビジネス環境を創出し、地元企業を成長させることにより地域経済を活性化させる活動。

企業誘致を「ハンティング」として認識し、それと対照的に地域の中小企業を育むための環境づくりを「造園（ガーデニング）」になぞらえて表現。

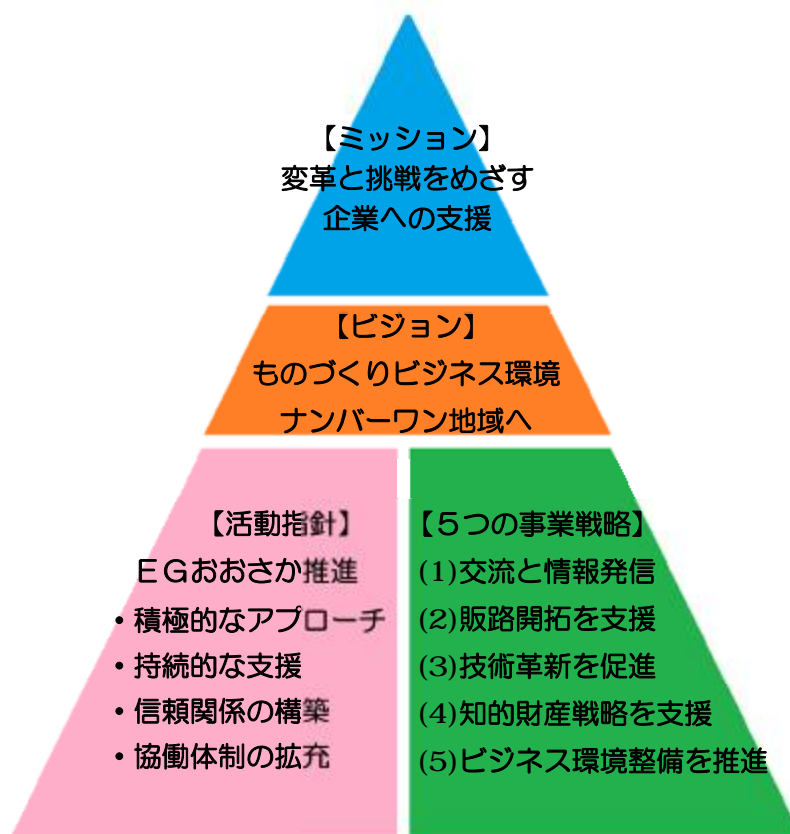
大阪府中小企業支援室では、がんばる中小企業等を育む最適なビジネス環境づくりに資する様々な活動を「EGおおさか」と称し、中小企業支援の旗印としている。



## 第3期の方向性と推進体制

- ◆従来の基本コンセプト “企業の変革と挑戦に向けた「知る、やる、集まる」を徹底的に支援” を継承しつつ、第2期までの成果と課題を踏まえ、次期3年のプランを策定
- ◆企業の個別課題を踏まえた、企業の「経営力」「展開力」の向上を支援
- ◆エコノミックガーデニングの考え方に基づき、産学公民金の連携を強化して、ものづくり中小企業にとって最適なビジネス環境整備を推進
- ◆より実践的な「支援力」の向上を目的に、EGおおさかの地域への浸透・連携の充実を図る
- ◆新たにスタートする地方独立行政法人 大阪産業技術研究所や、独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIT）の近畿統括拠点（仮称）との連携を推進
- ◆府と民間事業者等との適切な役割分担を検討

### ■MOBIO ものづくり支援アクションプランの概要



### 3-1. 戦略1：交流と情報発信で変革・挑戦意欲を喚起

企業・支援機関の情報交換や連携の苗床となる「交流機会」の提供と、ものづくり中小企業向け情報の収集・発信により、ものづくり中小企業の「変革」と「挑戦意欲」を喚起する。

#### ■アクション1：ものづくりに関わる多様な企業や機関との「交流機会」を提供

- ① ものづくり中小企業や府内外のものづくりクラスター、中小企業支援機関、専門家等の支援人材が集まる場を提供する。
- ② 国外郭団体等が実施するプロジェクトへの参入機会を提供する。
- ③ 府外の産業集積地域・機関との交流機会を提供する。

#### ■アクション2：情報収集・発信の充実

- ① ものづくり中小企業の課題に対応した情報発信やセミナーを開催する。
- ② 中小企業支援機関（者）との連携による MOBIO-Cafe/Forum/Meeting といった数種のセミナー（交流会）の他、MOBIO 協力によるセミナーを開催する。
- ③ メールマガジンの活用、ホームページ・情報誌の充実を図りながら、中小企業支援機関（者）との連携による情報の受発信を行う。

#### ■アクション3：常設展示場・視察の受け入れを通じたPRの推進

- ① 常設展示や常設展示場で行う企画展を通じて大阪のものづくり力を国内外に向けてPR・情報発信を行う。

#### 【評価指標】

- MOBIO-Cafe、Forum、Meeting 等の開催件数、参加者数  
初参加者数の把握、他施策の活用状況・意向
- 企業グループの取組みを発掘、情報発信
- MOBIO 情報サイト（ホームページ）のアクセス件数・プレビュー数
- メールマガジン発行数、配信先件数
- 常設展示場出展企業数
- 視察団体件数
- ものづくり相談件数・成果等の状況

## 3-2. 戦略2：ものづくり中小企業の販路開拓を支援

国内外に向けたプロモーションとビジネスチャンスの提供やブランディング強化を通じ、府内ものづくり中小企業の販路開拓を支援する。

### ■アクション4：ブランド力の強化やプロモーションの推進を通じた支援

- ① 大阪の優れた企業や製品、改革事例を発掘し、内外に発信する。
- ② 大阪ものづくり優良企業賞や大阪製の認証などのプロモーションを通じ企業のブランド戦略を支援する。
- ③ 展示会等への出展を通じて企業の販路開拓を支援する。

### ■アクション5：ビジネスマッチングや伴走型支援による事業化の推進を通じた支援

- ① 従来の取引あっせんに加え、B2B ネットワーク、技術マッチングや開発プロジェクトのコーディネート等を行うビジネスマッチングサポートなど、多様なマッチングメニューにより、ビジネスマッチングを推進する。
- ② 新分野・ニッチ市場等に参入する案件への伴走型支援により、事業化を推進する。

### 【評価指標】

- ビジネスマッチング3事業の引き合い件数、紹介あっせん件数  
(ビジネスマッチング 3 事業：取引あっせん事業、ビジネスマッチング CD 事業、B2B ネットワーク事業)
- 展示会等出展件数・出展企業数
- 大手・中堅企業の発掘、アプローチ活動状況
- 新分野・ニッチ市場参入事業化プロジェクト支援状況

### 3-3. 戦略3：ものづくり中小企業の技術革新を促進

大阪ものづくりイノベーションネットワークを活用した技術革新につながる情報発信と技術交流の場の提供や、大学・高専、大阪産業技術研究所等との連携を強化することにより、ものづくりの技術革新を促進する。

#### ■アクション6：企業と支援機関との双方向ネットワークの強化

- ① 大阪ものづくりイノベーションネットワークを活用し、プロジェクト創出を促進する。
- ② 府内ものづくり企業集積地域の支援機関等との相互協力など連携を強化する。

#### ■アクション7：産学交流の環境整備と産学連携プロジェクト創出の仕掛け作り

- ① 大学・高専等との連携による交流事業を充実させる。
- ② 産学連携領域（連携テーマ）の拡大を推進する。（文系・クリエイティブ系等）

#### ■アクション8：企業の技術的課題の解決を支援

- ① 大阪産業技術研究所における技術支援との連携を進める。
- ② 支援機関との連携を強化し、ものづくり中小企業の研究開発、技術的課題の解決を支援するとともに、大学等からの技術移転を推進する。
- ③ ものづくり中小企業の第4次産業革命への対応を支援するため、情報発信・交流事業を重点的に実施する。

#### 【評価指標】

- ものづくりイノベーションネットワーク参画状況
- ものづくりイノベーションネットワークを活用した交流事業の実施件数
- ものづくりイノベーション支援助成金申請件数
- 産学連携相談件数
- 産学官交流事業（展示会出展等）参画・実施件数
- 産学連携領域（連携テーマ）の拡大状況
- 大阪産業技術研究所との連携状況



### 3-4. 戦略4：ものづくり中小企業の知的財産戦略を支援

平成 29 年 10 月までに設置される予定の INPIT 近畿統括拠点（仮称）をはじめ、各種支援機関とネットワークを構築し、知財活用支援の取組みと連携することにより、府内ものづくり中小企業における知的財産の創造・保護・活用を促進する。

#### ■アクション9：各種支援機関と連携した、普及啓発や相談案件の発掘

- ① 大阪弁護士会や日本弁理士会近畿支部等と連携し、知財活用セミナー（MOBIO-cafe等）を開催する。
- ② 大阪ものづくり優良企業賞において知財部門賞を実施する。
- ③ 商工会・商工会議所や金融機関と連携し、知財活用セミナーの開催や中小企業における知財相談案件の発掘を行う。

#### ■アクション10：企業の実践レベルに応じた支援

- ① 大阪発明協会と連携し、MOBIO 内において特許庁事業の知財総合支援窓口を引き続き開設する。
- ② 海外展開における知財保護・活用や、営業秘密管理・知財戦略構築の高度・専門的な相談窓口である INPIT 近畿統括拠点（仮称）との連携を進める。
- ③ 中小企業の戦略的な外国出願を促進するため、中小企業等外国出願支援事業を実施する。

#### ■アクション11：知財相談を入口とした、各種支援機関と連携した総合的なサポート

- ① MOBIO における知財相談を入り口に、MOBIO 知財サポートチームとして大阪産業技術研究所や大阪産業デザインセンター等と連携し、技術支援やデザイン相談など総合的なサポートを実施する。
- ② 公設試験研究機関や大学が有する特許等と活用を希望する中小企業をマッチングする展示会を開催する。

#### 【評価指標】

- 知財活用セミナー（MOBIO-cafe等）の開催件数・参加者数
- MOBIO における知財総合支援窓口の相談件数
- 中小企業等外国出願支援事業の申込件数
- INPIT 近畿統括拠点（仮称）との連携状況



## 3-5. 戦略5：ものづくり中小企業のビジネス環境整備を推進

産学公民金の連携を強化して、「変革」と「挑戦」に取り組むものづくり中小企業にとって最適なビジネス環境を整備するとともに、EGおおさかの地域への浸透・連携の充実による、より実践的な「支援力」の向上を図る。

### ■アクション12：活動・人材・情報の共有等を通じた産学公民金の連携強化

- ① EGおおさか推進ネットワークや研修等で企業支援に関する活動・人材・情報の共有を図るとともに顔の見えるネットワークを構築する。
- ② 各事業を通じてキーパーソン・地域リーダー・支援機関等の人的・組織的資源を発掘し、EGおおさか推進ネットワークへつなげるとともに、また出張MOBIO-Cafeなど地域との連携によりネットワークを強化する。

### ■アクション13：企業支援を意識した実践的な研修等の充実

- ① EG活動の担い手となる職員等の人材養成のための研修を実施する。
- ② 研修での実践向けメニュー、EGおおさか推進ネットワーク定例交流会での研修修了生による実践事例紹介など内容充実と研修・交流会の一体的運用を行う。

### ■アクション14：公立図書館・専門図書館との連携強化

- ① 府立中央図書館・中之島図書館等と連携し、レファレンス・サービスの活用や読書会の開催、セミナー・ワークショップの共催等を行う。

### ■アクション15：府と民間事業者等との適切な役割分担の検討

- ① 31年度当初に向けて、より効果的・効率的な支援を実施するため、府の役割を精査し、民間の優れたノウハウを活用できる分野は民間実施するなど、民間事業者等との適切な役割分担の検討を行う。

#### 【評価指標】

- EGおおさか推進ネットワーク参画状況
- 地域経済コンシェルジュ養成研修の参加状況、研修生の満足度・業務でのお役立ち度
- EGおおさか推進ネットワーク（定例交流会）・地域経済コンシェルジュ養成研修を通じた企業支援の状況
- ものづくり中小企業支援機関向け視察・説明の状況
- 公立図書館・専門図書館との連携の状況

## 大阪府のものづくり支援の方向性

### 大阪の成長戦略（H25.1.25版）

#### <策定の趣旨>

今後10年間の成長目標を掲げ、それを実現するための短期・中期（3から5年）の具体的取組方向を明示

#### <大阪・関西が目指すべき方向性>

- ・ハイエンド都市（価値創造都市）
- ・中継都市（アジアと日本各地の結節点）

#### <成長の源泉>

- ・強みを生かす産業・技術の強化
  - ハイエンドなものづくりの推進
    - ・ものづくりビジネスセンター大阪（MOBIO）等において、新たな研究開発や製品・技術開発等のプロジェクト創出支援に際し、国・府・市・民（金融機関等）の支援を最適に組み合わせて実施するための仕組みを構築
    - ・上記プロジェクト提案などに対応するため、現行の産学官ネットワークをさらに拡大し、共同受注会社・グループなど「新しい公共」が参画した運営体制を推進・強化

### 知事メッセージ（H22.12）

#### <ものづくり中小企業の皆さんへ>

##### ・**変革と挑戦！**

急成長するアジアを中心とする新興国。日本の相対的な地位は低下。要因の一つはグローバル化への対応の遅れ。このピンチをチャンスに、大胆に「変革」し、新たな分野や市場に「挑戦」を。

##### ・**強みを再認識。技術を活かして新たな分野に！**

自らの強みを点検し、再認識する。自立自尊の気概、匠の精神で、付加価値を高める。変化を恐れず新たな分野に果敢に挑戦を。

##### ・**世界へ、アジアへ、打って出ましょう！**

生き残りをかけ、世界へ、アジアへ打って出る。思い切って、飛び出してみませんか。

【今日的な企業支援の基本ミッション】

- 企業自らの経営ビジョン、イノベーション意欲を喚起する自立成長型の施策提供を心がける＝「大阪で、未永く事業継続してもらうために何ができるのか」
- 施策・支援を実施する側の論理ではなく、真にその支援を活用する企業の側に立った支援であるべき＝「施策依存の企業を作らない」
- 企業支援の場には活気・元気が不可欠＝「人が人を呼ぶ支援機関づくり」

1)企業アプローチの基本的スタンス

業務や事業があるからアプローチをするのではなく、企業への支援そのものをミッションにアプローチ

(2)企業課題の発見把握と双方向のつながりづくり

事業実施だけでなく、双方向の関係性を構築し「顧客から友人へ」に至る魅力あるつながりを確立

(3)課題把握から解決までの連携と伴走的アプローチ

課題の発見・相談は、必ず何らかの制度や活動へ結びつけ、課題解決につなげるプロセスを重視

(4)企業と支援のハブ機能としてのワンストップサービス

必要なマッチングは実効があがるまで繰り返し、企業と支援のハブ機能としてワンストップサービスを実施

(5)支援ニーズの集約と制度化の視点 －PDCAサイクルの確立

相談により把握したニーズは集約し、共通課題は施策・事業に反映。施策・事業のPDCAサイクルを確立

(6)多様な支援の場としての「地域」「グループ」を重視する

府は、地域ネットワークや企業グループなどを積極的に発掘・支援し、多様な支援の場として確保

(7)セーフティネットの確立

金融や取引振興などの経営のセーフティネットに関する支援は、常に実効力のあるものへと制度の点検を行い改善

MOBIOは、5つの戦略を柱に、

ものづくり中小企業の変革と挑戦を支援！

**n 戦略1：交流と情報発信で変革・挑戦意欲を喚起**

- ・ MOBIOの施設機能と府・関係機関のコーディネート力を動員して、経営や技術の革新に挑む意欲の喚起や企業間連携の苗床となる中小企業の交流機会を創出
- ・ 支援拠点、支援人材の集まる交流機会を創出
- ・ 中小企業向けの情報や企業自身の取り組みを発信し、変革と挑戦マインドを喚起

**n 戦略2：ものづくりのビジネスマッチングを支援**

- ・ 国内外に向けた大阪のものづくり中小企業プロモーションとビジネスチャンスの提供
- ・ 産業構造や取引関係の変化に対応できる新たな企業態様の創出、育成
- ・ 国、産業支援機関・団体、大学や公設試等の研究機関、金融機関など外部のリソースと連携して、マッチング案件に対し徹底的にフォロー

**n 戦略3：ものづくりの技術革新を支援**

- ・ 情報発信と技術交流を通じ、中小企業の技術・研究開発意欲を喚起
- ・ 産・学の連携プロジェクトを通じて、中小企業の技術高度化と事業化を支援

**n 戦略4：中小企業のデザイン戦略を支援**

- ・ 府デザインセンターと連携し、府内中小企業のデザイン導入と活用を促進し、ユーザーのニーズを踏まえた商品やサービスの高付加価値化によるビジネスの高度化を図ることにより、中小企業の競争力を向上

**n 戦略5：中小企業の知的財産戦略を支援**

- ・ 大阪府知的財産戦略指針に基づき、最適な知的財産の生み出し方・守り方・活かし方を実践して競争力を強化する企業を増やす取り組みを推進
- ・ 支援対象を明確化し、MOBIOを拠点に知財支援機関との連携・ネットワークを構築して実施

「大阪版エコノミックガーデニング（EGおおさか）」

を指針に活動を推進！

**n 戦略1：交流と情報発信で変革・挑戦意欲を喚起**

- ものづくり中小企業向けの情報の収集や企業の実情を発信し、変革と挑戦マインドを喚起
- とりわけ、企業における「経営力と展開力」の向上に向けた取組みとして、MOBIOの施設機能と府・関係機関のコーディネート力を総動員し、意欲の喚起や企業間連携の苗床となる中小企業の交流機会を創出

**n 戦略2：ものづくりのビジネスマッチングを支援**

- 国内外に向けた大阪のものづくり中小企業プロモーションとビジネスチャンスの提供
- 新分野やニッチ市場等への参入、新技術の創出等を、マッチングと事業化に向けたプロジェクトマネジメントの両面から支援
- 産業構造や取引関係の変化に対応できる新たな企業態様の創出、育成

**n 戦略3：ものづくりの技術革新を支援**

- 情報発信と技術交流を通じ、中小企業の技術・研究開発意欲を喚起
- 産学連携案件や国事業へのエントリー案件のプロジェクト創出に向けた仕組みの構築
- 府立産業技術総合研究所をはじめとした公設試や支援機関等との連携を強化し、産学連携の領域（地域・研究テーマ）を広げることにより、中小企業のさらなる技術高度化等を支援

**n 戦略4：ものづくりの知的財産戦略を支援**

- 府知的財産戦略指針(平成22年11月改定)に基づき、最適な知的財産の「生み出し方(創造) 守り方(保護)・活かし方(活用)」を実践して競争力を強化する企業を増やす取組みの推進
- 「知的財産戦略の実践を目指す企業」を支援対象として、MOBIOを拠点に知財支援機関との連携・ネットワークを構築

**n 戦略5：ものづくりのビジネス環境整備を支援**

- 各戦略に関連する取組み、事業に共通して、エコノミックガーデニングの視点を盛り込み、企業家精神あふれる地元の中小企業が長生きして繁栄できるようなビジネス環境を整備
- エコノミックガーデニングの理念による企業支援活動への協力を働きかけるため「EGおおさか推進ネットワーク」を設置しノウハウと人材を共有