

① 「『売り』づくり」が大阪経済の元気を高めます ～経済力アップ～

成長への強い意欲を持つ大阪のものづくり企業が、厳しい経済情勢のもとでも高い技術力や課題解決力を発揮できるよう、ニーズに応じたきめ細かな支援を実施します。そうすることで、新たな製品開発や海外も視野に入れた多彩なビジネスが展開される、企業が元気なまち大阪をめざします。

元気アップ指標

企業が技術力や課題解決力を向上し、顧客ニーズに対応した製品開発等へその力を発揮することが、より多くの価値を生み出すものづくりにつながっていることを示す指標として「**製造品出荷額等に占める付加価値額^(注1)の割合**」を設定します。

また、ものづくりへの支援が、社会情勢の変化や企業ニーズに対応した、利用者にとって満足する内容になっていることを示す指標として「**売りづくりセンター（仮称）及び大阪産業創造館のものづくり支援事業に対する満足度**」を、技術力や課題解決力をより高め、顧客の個別のニーズに応じたものづくりを進めようと試みる企業が増加していることを示す指標として「**新たに工業研究所を利用した企業数**」をそれぞれ設定しています。

指標項目	現状	元気アップ指標
製造品出荷額等に占める付加価値額の割合 (工業統計調査・従業員4人以上の事業所)	東京都区部や主要都市 の中で最も高い (平成18年)	最も高い水準を確保 (平成23年)
売りづくりセンター（仮称）及び大阪産業創造館のものづくり支援事業に対する満足度 (大阪市調べ)	売りづくりセンター（仮称） 未設置 大阪産業創造館 88.5% (平成19年度)	90%以上 (平成23年度)
新たに工業研究所を利用した企業数 (地方独立行政法人 大阪市立工業研究所 調べ)	年間10社 (平成19年以前の 年間最多数)	累計50社以上 (平成21～23年度)

(注1) 付加価値額：事業所の生産活動において新たに付け加えられた価値のことで、製造品出荷額等から原材料使用額等を控除した額のこと。

現状と課題

ものづくりは、他の産業に及ぼす影響が大きく、大阪経済の基盤となる産業であることから、大阪の経済力アップを進めるためには、ものづくりの力を高めることが求められます。

大阪市においては、従来から大手メーカーに部品等を供給するさまざまな分野の中小製造業の集積がありましたが（図1）、1990年代以降のグローバル化の進展から、大手メーカー生産拠点の海外移転による下請け構造の転換や、アジア等で生産された低コストの量販品との競争などにより、製造品出荷額や工場数等で大阪市製造業シェアは低下が続いてきました（図2）。

こうした中で、大阪の中小「ものづくり」企業を取り巻く環境は急速に変化し、顧客である大企業との関係が、従来のピラミッド型（下請け関係）から網の目型（系列にとらわれずニーズに対応できる複数の企業と取引する関係）に移行しています。中小製造業にとっては独自に顧客や市場を開拓していくことが必要となっており、大企業が解決できない個別課題に果敢に対応することや、売り先の市場ニーズに合わせた製品開発などが求められるようになってきています。

このような時代の変化に伴う厳しい環境を乗り越え、高い技術や独自製品を持ち、また企業間連携などで単独では対応できないものづくりに取り組むなど、市場競争に挑戦し、付加価値の高い生産活動を行って成長する企業が数多く存在していることが、ものづくり大阪のポテンシャルを高めています（図3）。

また、最近では大阪湾岸地域でフラットディスプレイパネルや電池関連など先端分野での大規模投資が進められており、こうした集積から生み出される新たなものづくりの胎動に今後注視していくことが必要となっています。

さらに、大阪は従来からアジアと経済的に強い結びつきがありますが、現在は世界の工場として最終製品を組み立てる中国などに基幹部品を輸出するなど、水平分業^(注1)体制の中で特にアジア地域との活発な取引が行われています。今後とも着実な成長が見込まれるアジア新興地域の市場獲得は、少子高齢化により将来の国内市場の減少が予想される中、大阪の企業にとって大きなビジネスチャンスになってくると考えられます。

こうしたさまざまな状況を捉えながら、高い技術力や高付加価値型ものづくりなどの大阪のポテンシャルを、新たな市場や顧客のニーズに合わせてブラッシュアップ^(注2)し、大阪のものづくりがますます発展できるような支援策が求められており、そのためにも大阪産業創造館や大阪市立工業研究所（表1）などの本市支援機関のノウハウを総合し最大限活かすような施策を進める必要があります。

同時に、行政の支援機関や施策の認知度が低く、十分活用されていないという現状がある（図

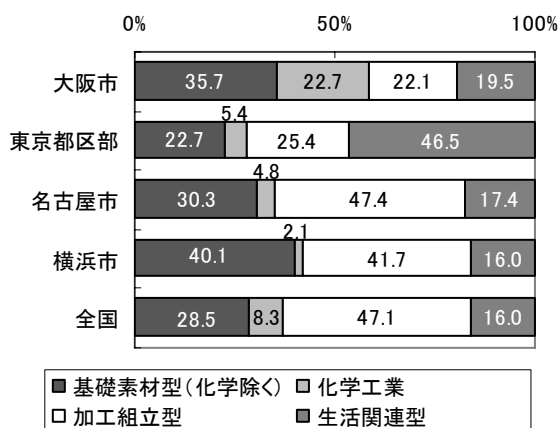
(注1) 水平分業：ある商品やサービスを市場に供給する際、複数企業（グループ）が関連業務を分業的に担当すること。

(注2) ブラッシュアップ：磨きをかけること。さらによくすること。

4) ため、本市の支援策が地域のすみずみまで利用されるようにしていくことも重要です。

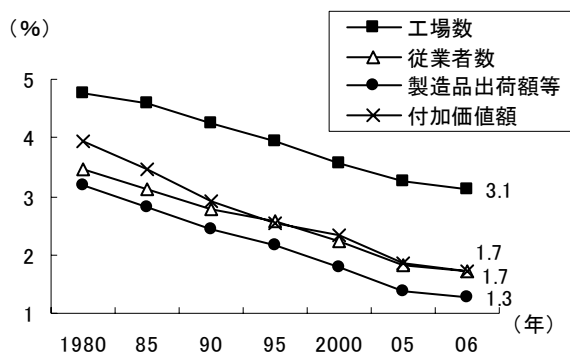
現在は、アメリカ発の金融危機に始まった世界同時不況という経済情勢の只中で、中小企業を取り巻く経営環境は極めて厳しいものがあり、大阪市でも中小企業がまず必要とする資金需要に速やかに応え、安心して事業継続できるよう緊急金融対策として低利融資を実施しています(表2)が、同時に将来を見据えて、グローバル化する市場動向や技術的課題にも的確に対応できるような、中長期的な視点からの支援策の構築も着実に進めていくことが必要となっています。

(図1) 製造品出荷額等の分野別構成比の他都市比較(2006年)



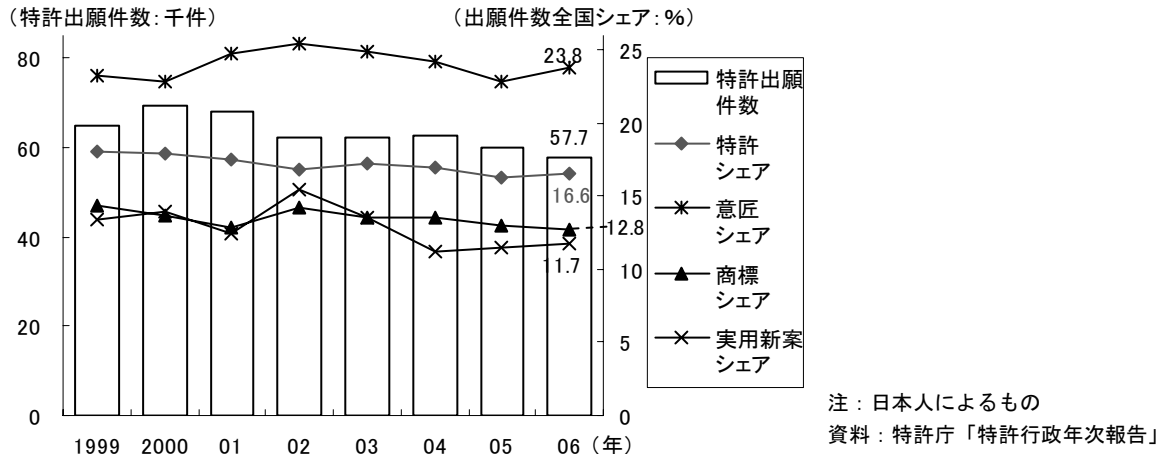
注：対象は従業員数4人以上の事業所
資料：経済産業省「工業統計表(概要版)」

(図2) 大阪市の製造業の全国シェアの推移

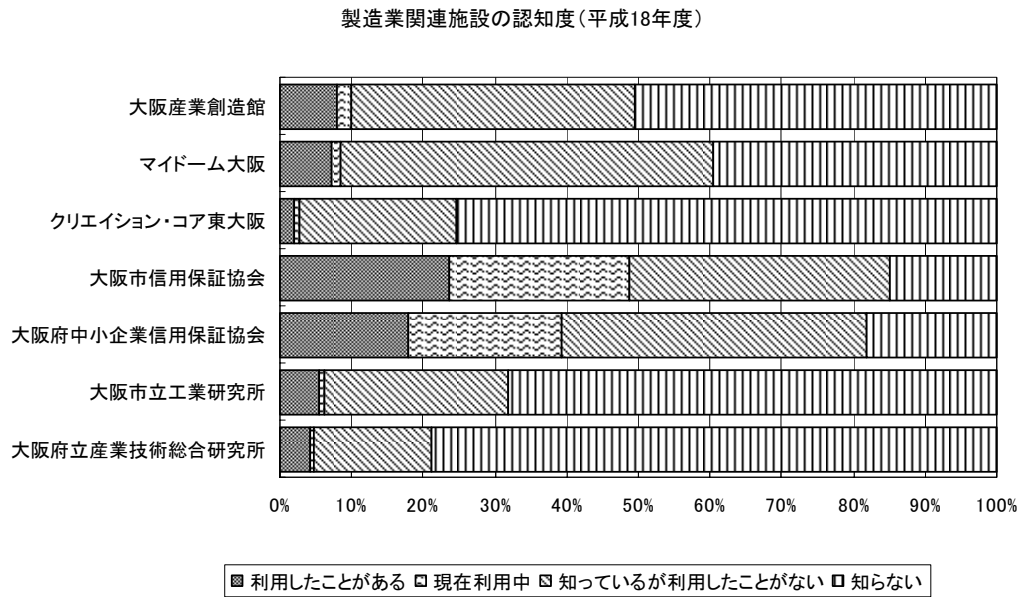


注：対象は従業員数4人以上の事業所
工業統計表の全数調査が実施された年(1980年、85年、90年、95年、2000年、05年)は調査における工場の捕捉率が上昇するため、数値が大きくなる傾向がある
2002年以降の工業統計調査では日本標準産業分類の改訂により、出版業と新聞業が調査対象から外れたため、時系列比較には注意を要する
付加価値額の算出は、1980年は従業員4人以上のすべての事業所、85~2000年は従業員9人以下の事業所、それより後の年は従業員29人以下の事業所について粗付加価値額を用いて算出した
資料：経済産業省「工業統計表(概要版)」

(図3) 大阪府内企業等の知的財産出願状況



(図4) 製造業関連支援施設の認知度



資料: 大阪市工場集積地実態調査(平成18年度)

(表 1) 大阪産業創造館・大阪市立工業研究所の概要

大阪産業創造館	地方独立行政法人大阪市立工業研究所
<p>中小企業・ベンチャー企業の総合的支援拠点。経営や創業相談をはじめ、融資相談、ビジネスマッチング、各種セミナーなど、多種多様なサービスで中小企業の経営革新や創業などを応援している。</p> <p>(19年実績) 相談件数：6,513件 プログラム利用者数：33,668人</p>	<p>化学分野を中心に、新技術の開発研究に取り組んでいる公設研究機関。 企業・業界を対象に、各種材料分野等の技術相談や試験分析、受託研究、情報提供などの各種サービスを実施している。</p> <p>(19年実績) 特許登録・出願件数：281件 受託研究件数：1,795件</p>

(表 2) 大阪市の緊急金融対策（平成 21 年 2 月現在）

項 目	概 要
緊急相談窓口の設置	資金繰りの悩みを抱える市内中小企業の相談にスムーズに応えることができるよう、大阪市信用保証協会とともに、セーフティネット保証の認定手続きや低利融資の申し込みなどを案内する緊急相談窓口を大阪産業創造館に設置
大阪市緊急対策資金融資の創設	国の「原材料価格高騰対応等緊急保証制度」に対応した制度を創設
「原油等高騰対策特別融資」の名称変更及び拡充	国の「原材料価格高騰対応等緊急保証制度」の対象とならない方への本市独自の緊急対策として、現行の「原油等高騰対策特別融資」の名称を変更し、利用要件を拡充（「原材料価格高騰対策特別融資」）
大阪市中小企業制度融資の融資利率の引き下げ	<ul style="list-style-type: none"> 平成 20 年 11 月 17 日(月)の融資決定分から制度融資の融資利率を一律 0.2%引き下げ 平成 21 年 1 月 14 日(水)の融資決定分から「大阪市緊急対策資金融資」及び「原材料価格高騰対策特別融資」の融資利率を 0.2%引き下げ

課題への対応方針と具体的な事業展開

対応方針1 グローバル化に対応できる大阪の『売り』づくり力^(注1)を伸ばします

中小企業がグローバル化する市場動向を的確に反映した製品開発ができるよう、コーディネーター機能やアドバイス機能を強化し、成長するアジアの活力を大阪経済に取り込むという視点から、海外への事業展開に向けた支援策も充実します。

<具体的な事業展開>

【顧客ニーズに基づいた戦略的マーケティング^(注2)の支援】

○ 『売り』づくりの視点からの製品開発・海外販路開拓支援

中小企業が海外市場に初めて販路を開く際には、単なる情報提供にとどまらず、海外の各地域の現地ニーズと企業の製品を個別に対応させ、売り方にいたるまで、それぞれの企業に対してきめ細かに個別かつ専門的な支援を行うことが求められます。

そこで、専門的に『売り』づくりを支援する「売りづくりセンター（仮称）」を立ち上げ、海外の市場動向やニーズを熟知している営業経験のある方にコーディネーターとしてご協力いただき、優れた技術力と海外展開への意欲を持つ企業を発掘して、海外見本市等で製品や技術をPRすることで、海外の市場の反応や市場動向を把握します。そしてその内容を企業へフィードバック^(注3)し、販路開拓にいたるまで個別に支援します。

○ 大阪産業創造館における各種マッチング^(注4)事業の展開

豊富な経験と人脈を持つ企業OBが、市内中小企業の優れた技術を大手・中小企業のニーズとマッチングし、新製品の開発や新分野への進出を支援するなど、大阪産業創造館において、刻々と変化する社会情勢やニーズに合わせた各種マッチング事業等を展開します。

(注1) 『売り』づくり力：ものを確実に売るために、製品開発の段階から顧客のニーズや市場動向を見据えたものづくりを行う力のこと。

(注2) マーケティング：顧客の求めている製品等を調査し、供給する製品や販売活動の方法などを決定する企業活動のこと。

(注3) フィードバック：結果を参考に行動を修正し、より適切なものにしていくこと。

(注4) マッチング：商品やサービス、技術力、人材などを必要としている事業者に対し、それを提供する事業者を紹介すること。

<実施計画>

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
顧客ニーズに基づいた戦略的マーケティングの支援				
<p>「『売り』づくり」の視点からの製品開発・海外販路開拓支援</p>	<p>「売りづくりセンター（仮称）」立ち上げ</p> <p>コーディネーターの確保・海外情報の収集</p> <p>市内企業発掘・訪問</p> <p>相談件数（年間） 30件</p> <p>海外見本市へ代理出展（3箇所）</p> <p>商談件数 12件/社</p>	<p>海外見本市へ代理出展（分野拡大）（5箇所）</p> <p>相談件数（年間） 100件</p> <p>商談件数 14件/社</p> <p>出展企業・コーディネーター訪問企業への情報のフィードバックや商談成立に向けたフォローの実施</p> <p>成約見込件数（出展1年後） 2件/社</p>	<p>海外見本市へ代理出展（分野拡大）（7箇所）</p> <p>相談件数（年間） 100件</p> <p>商談件数 16件/社</p> <p>成約見込件数（出展1年後） 2件/社</p>	<p>販路開拓につながる相談件数（年間） 100件</p> <p>商談件数 1社あたり16件</p> <p>成約見込件数（出展1年後） 1社あたり2件</p>
	<p>大阪産業創造館における各種マッチング事業の展開</p> <p>技術系企業OBによるビジネスマッチングのほか、消費者モニター会やデザイン力をサポートするセミナーなどを通じて、消費者ニーズにあった新製品の開発を支援</p> <p>マッチング件数 年間 800件</p>	<p>マッチング件数 年間 800件</p>	<p>マッチング件数 年間 800件</p>	<p>マッチング件数 年間 800件</p>

対応方針2大阪の技術力を活かし、「課題解決型ものづくり^(注1)都市」を実現します

市場競争力のある高付加価値型ものづくりを推進するため、大阪市立工業研究所と大阪産業創造館や関係機関が連携し、顧客の求める技術的課題を解決できる中小企業の集積を図るような取組みを進めます。

さらに、先進的なものづくりで急成長している中堅企業と中小企業の連携等を中心としたものづくり活性化策を検討します。

<具体的な事業展開>

【中堅企業・中小企業連携を通じた課題解決型ものづくりの推進】

○ 中堅企業を核としたものづくり支援施策の充実

大阪には、中小企業とネットワークを構築し、互いの強みを活かすことで業績を伸ばしている中堅企業が存在します。この動きを大阪経済の活性化につなげることができるよう、中堅企業を核とした大阪のものづくり活性化策を検討し、中堅企業・中小企業支援策を充実します。

○ 中堅企業・中小企業による新製品開発ネットワークの構築

大阪市立工業研究所では技術支援を通じて中堅企業等と多数の技術シーズ^(注2)を共有しています。この技術シーズの活用を希望する中堅企業・中小企業が、顧客の抱える課題や市場でのニーズへの対応をめざし共同で実施する「課題解決型」の研究開発を支援することで、企業間ネットワークを構築し、課題解決型ものづくり企業の集積をめざします。

○ 中堅企業・中小企業の技術課題解決への総合的な支援

大阪市立工業研究所がこれまで蓄積してきた独自の研究成果や技術ノウハウを活用し、企画開発から製品化に至るまで一貫して支援できるよう、技術相談・依頼試験分析・受託研究等の技術支援サービスを強化し、中小企業の技術的な諸課題に対する総合的な支援を充実します。

(注1) 課題解決型ものづくり：製品・サービス、技術、アイデアに関する諸課題を受け身ではなく、自主的、主体的に解決していこうとするものづくりのこと。

(注2) 技術シーズ：新しい技術や製品を生み出す可能性のある研究成果のこと。

<実施計画>

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
中堅企業・中小企業連携を通じた課題解決型ものづくりの推進				
中堅企業を核としたものづくり支援施策の充実	中堅企業に対するヒアリング等を通じた実態把握の上、ものづくり支援施策を検討	新たなものづくり支援施策の実施		中堅企業を核とした支援施策の構築
中堅企業・中小企業による新製品開発ネットワークの構築	研究開発に参画する中小企業を募集、研究開発を実施 企業の抱える技術課題を把握し、次年度に実施する研究開発テーマを抽出	研究開発を完了 研究開発に参画する中小企業を募集、研究開発を実施 創出された企業群 累計 1グループ	研究開発を受けた製品化を各企業が実施 研究開発を完了 創出された企業群 累計 2グループ	支援事業を通じて創出された課題解決力の高い企業群（累計） 2グループ
中堅企業・中小企業の技術課題解決への総合的な支援	技術支援サービスを実施 サービスの改善・充実に向けた検討 製品化支援 年間5件以上			製品化支援 5件以上（年間）

対応方針3 元気な企業の裾野を広げます

新たな事業展開を考えるものづくり企業の諸課題に迅速に対応するため、身近な施設や民間の組織・人のネットワークを活用して、ものづくり支援の施策や情報を提供する仕組みを充実します。

<具体的な事業展開>

○ 地域の企業のニーズに応じたものづくり支援機能の充実

経済局、大阪産業創造館、大阪市立工業研究所が持つ企業支援のノウハウや専門知識を活かして、地域の拠点である区役所をはじめ経済団体等とも連携しながら、経営力向上に向けたセミナーや地域課題解決のための研究会の開催など地域の企業ニーズに応じたさまざまな事業を身近なところで展開することで、ものづくり支援機能の充実を図ります。

<実施計画>

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
地域の企業のニーズに応じたものづくり支援機能の充実	企業支援施策の浸透に向け、各区や大商支部などの機関にヒアリング、連携策を検討			区内総生産に占める製造業のシェアが約3割を占める区のうち4区以上で、関係機関が連携し、地域に応じたものづくり支援策を実施している
		地域特性に応じた事業を実施 (2事業)	(2事業)	
	各区におけるものづくりを中心とした事業をサポート		前年度の成果を活かし、各地域で新たに企業ニーズに応じた支援策を展開	