

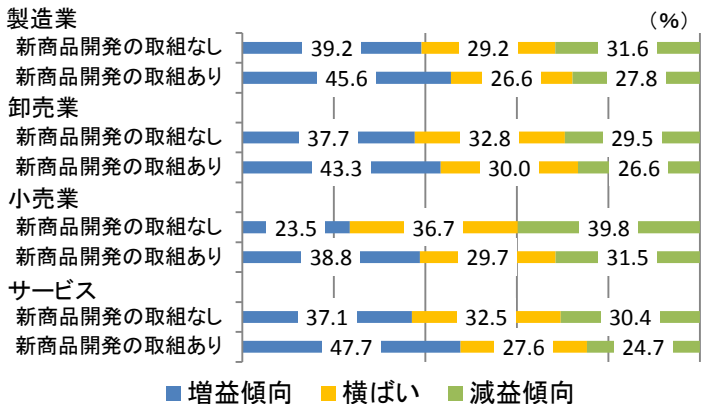
中小企業を取り巻く現状・課題 (新製品・サービスの創出)

平成30年7月11日
産 業 労 働 局

新製品・サービスの開発 ①現状・課題

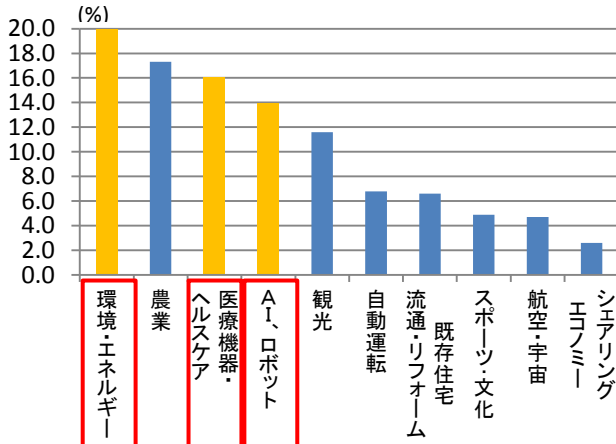
- ▶ 新商品開発の取組をしている企業ほど増益傾向。新事業展開には多様な課題が存在し、サービス業の開発意欲は低い
- ▶ オープンイノベーションは増加傾向だが、相手先によって認識に差。関心のある新事業分野は環境・エネルギーが1位。

《新商品開発取組状況と経常利益の動向》



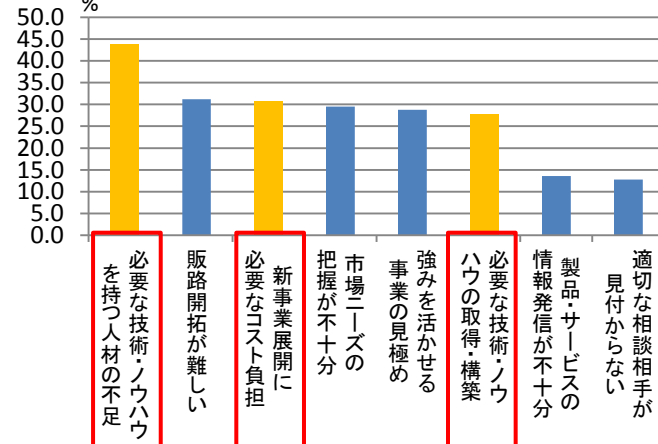
出典 中小企業庁「2015年版中小企業白書」より東京都加工

《中小企業が関心のある新事業分野》



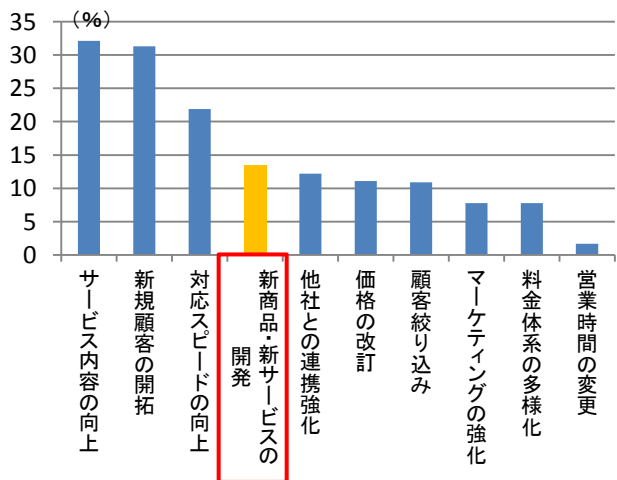
出典 中小企業庁「2017年版中小企業白書」より東京都加工

《新事業展開をしていない企業の課題》



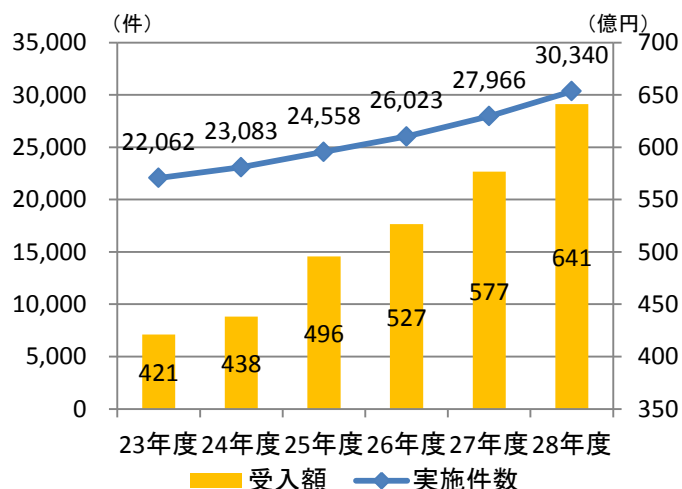
出典 中小企業庁「2017年版中小企業白書」より東京都加工

《サービス産業の競争戦略の取組》



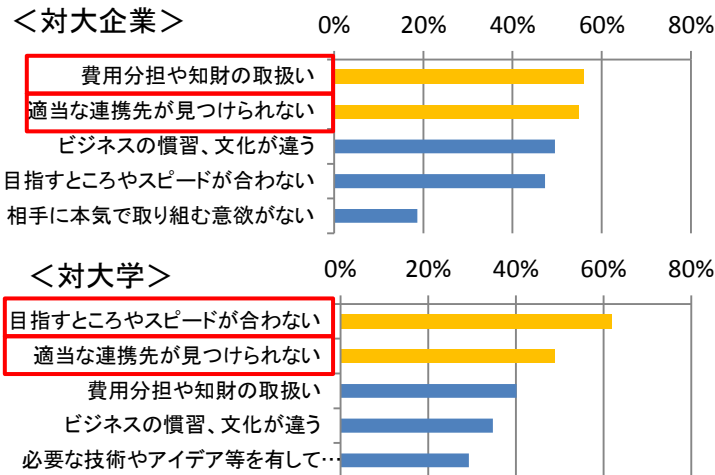
出典 東京都「平成28年度東京の中小企業の現状」より東京都加工

《大学と民間企業の共同研究実績》



出典 文部科学省「平成28年度大学等における産学連携等実施状況について」より東京都加工

《相手先別のオープンイノベーションの阻害要因》



出典 経済産業省「オープンイノベーションに係る企業の意思決定プロセスと課題認識について」より東京都加工

新製品・サービスの開発 ②都の施策

- 企画段階や製品開発、製品改良までの各段階に対応した支援やオープンイノベーションの促進による開発促進を支援
- 中小企業が医療機器や航空機分野といった成長分野に参入するための支援や知的財産、技術面での支援も展開

製品化への支援

➤ 企画～改良までの多様な支援

＜企画・構想＞

製品開発着手助成事業

- 本格開発前の事前検証
助成限度額100万円

＜試作開発＞

新製品・新技術開発助成事業

- 新製品の試作 助成限度額 1500万円

＜改良・実用化＞

製品改良・規格等適合化支援事業

- 国内外の市場やニーズに合わせた改良
助成限度額 500万円

➤ サービス産業に対する支援

中小企業新サービス創出事業

- サービス産業の新たなビジネスモデルの創出等を、事業計画の策定から資金面まで切れ目なく支援
助成限度額 2000万円

➤ 新商品開発～販路拡大を支援

ものづくりイノベーション企業創出道場

- 新製品のアイデア実現化ノウハウを、講座とハンズオン支援により一貫支援

➤ オープンイノベーションの推進

次世代イノベーション創出プロジェクト2020

- 他企業、大学等との連携による大規模開発プロジェクトを支援 助成限度額 8000万円

広域多摩イノベーションプラットフォーム

- セミナー・勉強会を通じた中小企業、大手企業、大学のネットワークを形成
- 大手企業等の技術ニーズと中小企業の技術シーズをマッチング(交流会、研究会等)し、共同開発を促進

- 新規プロジェクトに対してプロジェクトマネージャーが事業化までをハンズオン支援

未来を拓くイノベーションTOKYOプロジェクト

- 大企業も巻き込んだオープンイノベーションにより、革新的な製品を創出する東京発ビッグプロジェクトを支援 助成限度額 5億円

付加価値の向上支援

知的財産総合センター

- 専門家によるアドバイスやセミナー等

デザイン活用への支援

- デザイン導入支援セミナーの実施
- デザイナーとのマッチング環境を整備

成長分野への参入支援

医療機器産業への参入支援

- 医工連携HUB機構による医工連携の推進
ものづくり企業、臨床機関、製販企業等の連携
- 医療機器産業参入促進助成金
共同開発着手支援 助成限度額 500万円 等
- 先端医療機器アクセラレーションプロジェクト

航空機産業への参入支援

- 品質保証の人材育成や国際規格認証取得を支援

ロボット産業活性化事業

- 東京ロボット産業支援プラザの運営
- 研究開発支援や導入促進のための実証実験

中小企業のIoT化支援事業

- IoTテストベッドによる普及促進、相談対応
- 共同研究による製品開発支援
- IoT人材の育成 等

東京都立産業技術研究センター

技術支援窓口

- 技術相談や依頼試験、機器利用等

製品開発支援

- 技術シーズの基盤研究や共同研究

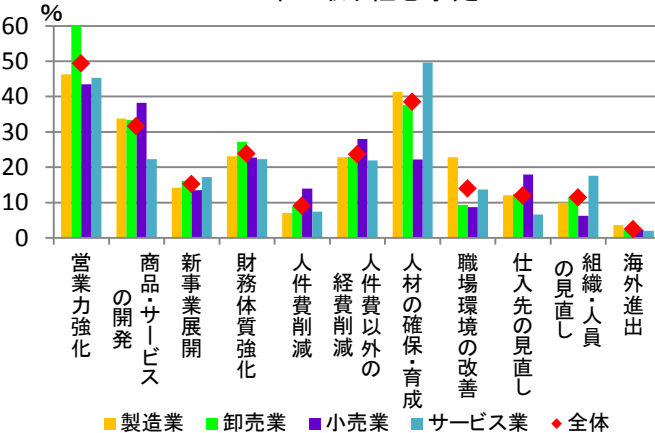
主な論点

- ・新製品・新サービス開発の後押し
- ・効果的なイノベーションのためのマッチング
- ・10年後に向けた重点支援分野

販路開拓 ①現状・課題

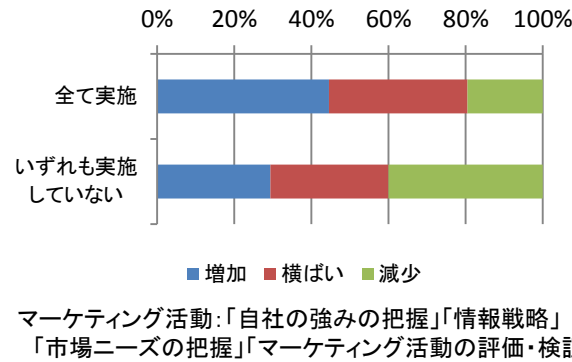
- 営業力の強化に注力する企業が多く、人材や自社のアピールが課題。マーケティングをする企業の収益は増加傾向
- アジアに進出する企業は増加傾向。中小企業の海外取引は3割未満だが、ECサイトの市場規模は年々拡大

《H30年に取り組む予定》



出典 東京都「東京都中小企業の景況(平成30年2月調査)」より東京都加工

《マーケティング活動有無と経常利益率》



マーケティング活動:「自社の強みの把握」「情報戦略」「市場ニーズの把握」「マーケティング活動の評価・検証」

出典 中小企業庁「2017年版中小企業白書」より東京都加工

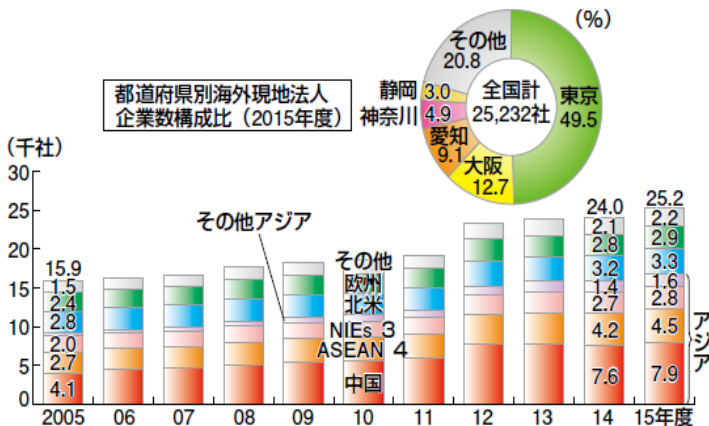
《販路開拓時の課題》

段階	課題	%
情報収集・分析の段階	自社の強みを活かせる市場を見つけることが難しい	41.7
	情報収集・分析をする人材がいない	37.0
	市場のニーズを把握することが難しい	34.9
	販売チャネルを確保するのが難しい	34.5
販路開拓、商品の提供の段階	新規顧客の発掘等が出来る営業の人材がいない	58.0
	自社のアピールがうまくいかない	31.1
	新規顧客の発掘のためのITの活用が不十分	22.8
	販路開拓のための社外ネットワークや相談相手がない	19.4

出典 中小企業庁「2015年版中小企業白書」より東京都加工

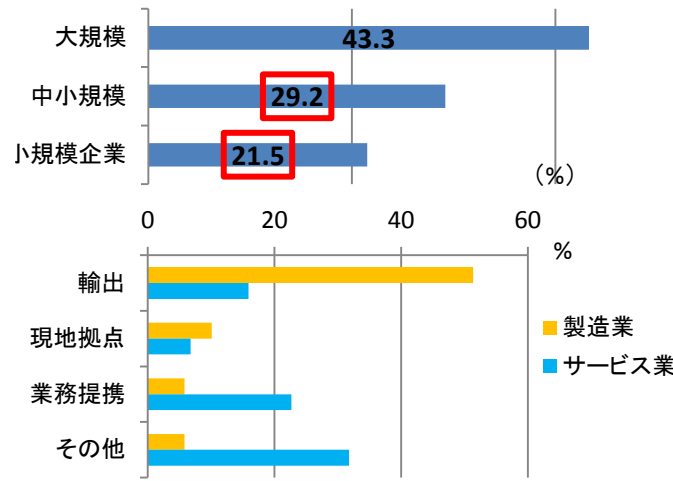
《企業の海外進出状況》

進出地域別現地法人企業数の推移(全国)



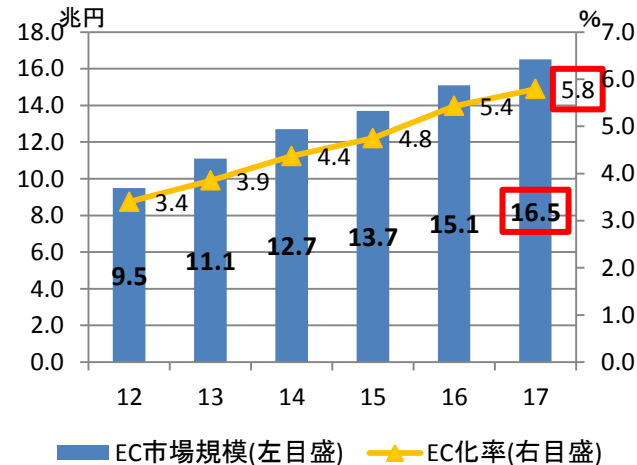
出典 東京都「グラフィック 東京の産業と雇用就業」

《海外との取引関係の有無と取引内容》



出典 東京都「東京都中小企業の景況(平成29年8月調査)」より東京都加工

《個人向けEC市場規模の推移》



出典 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より東京都加工

販路開拓 ②都の施策

- ▶ 中小企業の販路開拓について、市場開拓や販売チャネルの開拓、プロモーション展開等に対する多様な支援を展開
- ▶ 海外市場への進出に必要な人材育成や展示会への出展支援、知財面のサポート等、企業のビジネス機会の拡大を支援

販路開拓への支援

▶ 中小企業の市場開拓をサポート

市場開拓助成事業

- 展示会出展費用の助成 助成限度額 300万円

新・目指せ！中小企業経営力強化事業

- 経営診断を行った企業に対し、出展経費等の一部を助成
助成限度額150万円

中小企業ニューマーケット開拓支援事業

- 営業力の弱い企業に対して、マッチング支援やマーケティング戦略策定支援等を実施

▶ 新規販売チャネルの開拓を支援

メディア活用販路開拓支援

- セミナー、商談会を通じ、企業と通信販売事業者等とをマッチング
- 越境EC等を活用し、中小企業の製品をアジア市場に展開

▶ 企業のプロモーション展開をサポート

中小企業プロモーション支援事業

- 専門家による自社PR策定支援やプロモーション戦略の策定支援

▶ 新たな商談機会を創出

地域連携型商談機会創出事業

- 都内中小企業と地方企業との商談・交流機会を創出

中小企業世界発信プロジェクト

- 受発注のマッチングサイト

海外展開への支援

▶ 都内中小企業の海外展開を総合的・多角的に支援

海外展開総合支援事業

- 海外ワンストップ相談窓口
- 海外販路ナビゲータによる海外取引、進出に向けた実践的なハンズオン支援
- 公社プランマネージャーが「海外展開プラン」の策定をサポート
- セミナーや講習会を通じて、国際化に対応した人材の育成を支援

ASEAN展開サポート事業

- 公社タイ事務所 ○Tokyo SME サポートデスク インドネシア
- Tokyo SME サポートデスク ベトナム (H30 6月開設)
- 都内中小企業の海外展開を現地でサポート

海外企業連携プロジェクト

- 中小企業と海外企業との業務提携や技術提携等を海外企業の情報提供や個別マッチングにより支援

医療関連機器等の海外展開支援

- 都内中小企業の国際医療機器技術・部品展「COMPAMED」への出展を支援

▶ 企業の海外進出を知財・規格面からサポート

知的戦略導入支援事業

- 海外特許の取得費の一部助成やハンズオン支援

MTEP/広域首都圏輸出製品技術支援センター

- 国際規格や海外の製品規格に関する相談や情報提供、評価試験

(東京都立産業技術研究センター)

主な論点

- ・中小企業の海外展開のあり方(重点エリア・重点分野)
- ・多様な販売チャネルへの対応