

(別紙2)

2. 助成対象事業の遂行状況

【事業名】 事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。
京都府中小企業危機克服支援事業（A事業②）

【事業内容（1）】
商品開発プラットフォーム事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

全国や世界から多様な発想やスキルを持つデザイナーやクリエイターなどで構成される既存のWemakeのクラウドシステム等を活用、または独自のオーダーメイドのものづくり支援プラットフォームをオンラインで構築し、中小企業の新商品や新規事業、新サービスを迅速に生み出すための仕組みづくりを目指す。

具体的には、

- ① 中小企業の新商品やサービス開発、新分野進出の迅速な実現に向け、Wemake等の既存プラットフォームを活用できるよう支援を行う。
- ② 新事業展開・新商品開発を希望する企業が、全国各地のデザイナーやバイヤー等とリアル・バーチャルで協業できる独自のオーダーメイド型「商品開発プラットフォーム」を構築する。
- ③ 新商品・サービス開発を進める中での分野横断的な企業間の交流による「新商品開発チーム」の形成によりイノベーションと競争力を創出する。

現在、当財団内においては新商品・サービス開発を支援するための施策としては、それらに係る経費負担を軽減させる補助金事業があげられるが、商品やサービスの開発そのものに対するコンサルティング機能は有していない。

また、Wemake等既存プラットフォームについては、中小企業にとって賞金報酬等の費用負担が大きいことや、ネームバリューのある大企業が優先的に事業化・商品化提案を受けやすい等の課題があり、マーケティング機能を有さない府内中小企業が事業化・商品化を迅速に実現させるためには、コーディネータによる首都圏のニーズ調査や企業に適したデザイナーやバイヤーとのチーム形成の促進など、よりきめの細かいオーダーメイド型の独自プラットフォームが必須となる。

本事業において開発された新商品・サービスについては、プラットフォーム登録バイヤー等の結びつきを活用した販路開拓支援のみならず、当財団と京都府が今年度から共同で運営するビジネスマッチングサイト「京都商談ナビ」への掲載に繋げるとともに、以下に記載する「コロナ時代を生き抜くための販路開拓ビジネスモデル創出事業」内で開催するWEB展示会・商談会において成果発表及び商談機会の場を提供し、販路開拓支援までを行う。

なお、本事業の助成金対象経費はオーダーメイド型商品開発事業のプロデューサー・デザイナー・バイヤーを開拓しコーディネートするコーディネータへの謝金及び旅費のみ計上し、その他のプラットフォーム構築費用等は支援企業からの負担金等で賄うことで、助成期間終了後も持続可能な事業とすることを目指す。

【遂行状況〈実施事業の内容・進捗状況、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

- ① 新商品・サービス開発に向けたWemake等の既存プラットフォーム活用支援

今年度は新商品やサービスを開発中の企業や既に開発したものの未だ改良の余地がある企業計4社に対して支援を行いました。ものづくりに課題があり製品改良が必要な企業には「京都試作ネット」との連携、売り出しているもののターゲットが不確定であったり、新市場への売り出しを検討する3社には、事業ドメインの再定義並びに顧客の反応を探るため「市場調査」を実施した。

- ② オーダーメイド型「商品開発プラットフォーム」の構築

①により連携を図った企業に加え、府内ものづくり企業約50社で形成され、開発工程における「モノづくりソリューション」を提供する団体である一般社団法人京都試作ネット等、府内関連企業・団体に対して「商品開発プラットフォーム」について随時情報交換を行い、連携体制を構築済み。

③ 分野横断的な企業間の交流による「新商品開発チーム」の形成

②に加えて、京都ビジネス交流フェア内において企業連携による新商品開発事例の相談を受け付ける「企業連携、産学連携マッチングコーナー」を設置し、新規案件創出の促進を図った。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

① 新商品・サービス開発に向けたWemake等の既存プラットフォーム活用支援

今年度は目標である4社に対して支援を実施。現在試作ネットと共に商品改良を進めたり、市場調査を基にした新市場の開拓並びに新商品開発に向けた製品開発作りに取り組んでいる。

② オーダーメイド型「商品開発プラットフォーム」の構築

京都試作ネットを始め、既に情報交換した企業・団体については連携について協力を得ているところ。スタートアップ企業を中心に新商品・サービス開発時の特許や意匠等知財に関する相談が多く、京都府の知財相談窓口である発明協会との連携も密に行っている。今後は当財団全体のリソースも活用し新商品開発支援に取り組む。

③ 分野横断的な企業間の交流による「新商品開発チーム」の形成

京都ビジネス交流フェアを始めとする財団主催の各種イベントにおいて、チーム形成のための意見交換を行った。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

① 新商品・サービス開発に向けたWemake等の既存プラットフォーム活用支援

今後も年間4社程度の支援目標に引き続き支援体制を構築していく。

② オーダーメイド型「商品開発プラットフォーム」の構築

「商品開発プラットフォーム」の構築に向けてプロデューサー、デザイナー、バイヤー等相談先となる企業・団体との連携体制を継続して保持する。

③ 分野横断的な企業間の交流による「新商品開発チーム」の形成

②において連携する企業・団体に対して企業訪問等により引き続き意見交換を行うとともに、相談先となる企業・団体との交流を促進することで今後も引き続きの支援体制づくりを目指す。

【事業内容（２）】

コロナ時代を生き抜くための販路開拓ビジネスモデル創出事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

コロナ禍により企業訪問や展示会への出展等、対面での営業活動が困難となる中、当財団では2020年度にバーチャル展示会プラットフォーム「バーチャルパーク京都（VPK）※」を構築し、オンラインでの販路開拓の基盤を整備してきた。

来場者（閲覧者）は同プラットフォーム上において、企業概要情報、画像等の確認やメッセージ機能による担当者への問い合わせを行うことが可能で、本システムを介しての商談も行われているが、来場者、特に大企業においては未だ出張制限等により、商談先への訪問が難しい場合があるため、具体的な案件につながりにくいという課題がある。

また、当財団においては、これまで年に数回程度首都圏の製造業向け展示会に共同出展し、そこで名刺交換を行った企業に対して、当財団事業の周知・広報を行ってきたが、コロナ禍

以降の出展機会が減少し、新規来場者を獲得するための広報活動も十分に行えていない状況にある。

本事業ではさらに、これらの課題を解決し、発注企業の研究・開発部門とのネットワークを強化するため、首都圏に発注開拓担当のコーディネータを配置し、新たな発注ニーズの開拓や商談機会の獲得を行うとともに、工場見学や検査・検収をオンラインで行うためのシステムを構築し、コロナ時代を生き抜くための企業選定から出荷までの販路開拓ビジネスモデルを創出することを目指す。

具体的には

- ① 首都圏における発注開拓コーディネータの設置し、取引あっせん担当者を中心とした職員との情報交換、企業選定を行ったうえでの発注企業開拓
- ② リアル・バーチャル双方において、ものづくり、伝統産業、食品等、分野毎に専門展示商談会を開催し、コロナ禍以前より多くの商談機会の提供
- ③ Matterport や RICOH THETA 等 3D カメラによる VR ビジュアルを作成し、展示商談会後の成約率を高めるための非対面・非接触での工場見学ケーススタディの実施
- ④ ZOOM 等 WEB 会議システムを活用したオンラインでの検査・検収の実施支援
- ⑤ 関西・四国の支援機関（府県協会）と連携し、販路開拓支援プラットフォーム事業を活用したオンライン方式の商談会と会場で行う直接面談方式の商談会を同時期に行い、移動自粛やテレワーク等により非対面・非接触でのオンライン商談を求める企業と直接面談による対話を重視する企業の双方の要望に対応することを目指す。

なお、①の発注企業開拓については 2019 年度に採択された、「独自の発注企業データベース作成及び新規販路開拓先調査事業」により作成した発注企業データベースを活用のうへ行う。

また、③で作成したバーチャル工場・店舗見学のVRビジュアルについては、作成後の更新を想定していないが、VRビジュアル内に掲載される各種コンテンツ（動画、画像、pdf資料等）については京都商談ナビやVPK同様、登録企業自身で簡単に更新できるような仕様とする。

【遂行状況〈実施事業の内容・進捗状況、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

① 首都圏における発注開拓コーディネータの設置及び、発注企業開拓

発注開拓コーディネータを設置、主体業務である取引あっせんを4名体制で行い、グループ員と連携し大企業のオープンイノベーション型商談会への参加やJ-GoodTechを活用したマッチング、企業訪問による発注ニーズヒアリングを実施した。

② リアル・バーチャル双方における商談機会の提供

主に製造業や情報サービス業を出展対象としたBtoBの展示商談会「京都ビジネス交流フェア2024」をリアル・バーチャル双方で開催。新たに大企業とのマッチングを図るオープンイノベーション枠を設けたほか、次世代の産業育成を視野にヘルスケア・環境・DX特別展を実施、またDX事例の紹介や具体的な導入事例・効果を説明する「DX導入事例セミナー」をハイブリッドで行った。

③ VRビジュアルによる非対面・非接触での工場見学ケーススタディの実施

Matterportによって作成した3Dビジュアルに画像や動画を実装し、非対面・非接触での工場見学を疑似体験できる特設サイト「KYOTO 町工場 バーチャル工場見学ツアー」を構築し、17社（2021年度8社、2022年度7社、2023年度2社）の事例を掲載した。

④ オンラインでの検査・検収の実施支援

昨年度については、②、③、⑤により、まずはオンラインによる商談機会を複数提供することに注力したため、今年度以降にアンケートによる成約見込案件を抽出を行い、適宜フォローアップを図る。

⑤ 販路開拓支援プラットフォーム事業を活用した広域商談会のハイブリッド開催

販路開拓支援プラットフォームを活用し、「関西・四国合同広域商談会」をハイブリッド

により開催した。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

- ① 首都圏における発注開拓コーディネータの設置及び、発注企業開拓
個別マッチング数（607件→467件〈R5は2/15まで〉）は高水準を維持した。
- ② リアル・バーチャル双方における商談機会の提供
京都ビジネス交流フェア2024においてリアル開催では約1,078件、バーチャル開催では約220件の商談機会を提供した。
- ③ VRビジュアルによる非対面・非接触での工場見学ケーススタディの実施
「KYOTO 町工場 バーチャル工場見学ツアー」を運用し、累計12,399件以上のアクセスを獲得するとともに、TV、新聞等各種媒体に掲載されるなど、掲載企業の広報活動に寄与した。
- ④ オンラインでの検査・検収の実施支援
発注開拓コーディネータを始めとした相談対応の結果、6件のオンライン検査・検収の実績があった。
- ⑤ 販路開拓支援プラットフォーム事業を活用した広域商談会のハイブリッド開催
関西・四国合同広域商談会においてリアル開催では約1,011件、バーチャル開催では約131件の商談機会を提供した。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

- ① 首都圏における発注開拓コーディネータの設置及び、発注企業開拓
発注開拓コーディネータは継続して、個別マッチング数と共に成約件数を併せて成果指標としてフォローを行っていく。
- ② リアル・バーチャル双方における商談機会の提供
バーチャルでの商談については、コロナ禍も落ち着いたことで大きな役割は終えたと認識。今後、遠距離での商談など利用方法を検討する。
- ③ VRビジュアルによる非対面・非接触での工場見学ケーススタディの実施
「KYOTO 町工場 バーチャル工場見学ツアー」の運用については財団独自のサーバーに移行して継続するとともに、掲載企業の追加やUIの見直し等、ウェブサイトの価値向上を図る。
- ④ オンラインでの検査・検収の実施支援
今年度は積極的にニーズ調査し相談対応をおこなったことで6件の実績があったが、今後も新たな検査方式の調査を進め、ニーズがあれば相談対応を実施する。
- ⑤ 販路開拓支援プラットフォーム事業を活用した広域商談会のハイブリッド開催
7月頃にフォローアンケートを実施し、開催時期、方法等について改善を実施しながら継続する。但し、オンライン商談については、企業の関心度も低くなりつつあることから、ニーズを確認しながら検討する。

【事業内容（3）】

産業支援機関のDX対応強化事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

- ① 中小企業支援等のワンストップ提供
補助金の運営管理については、利用しやすい制度への改善が求められているところである

が、コロナ禍で課題となったとおり、いち早く企業に補助金支援を行うことが求められ、さらに国や府の押印見直しの動きを受け、手続きのデジタル化を検討する必要があると考えている。

具体的には、経済産業省が開発した補助金申請システム「jGrants」を活用し、従来全て紙ベースで行っていた当財団が実施する補助金についてもスマホでのオンライン申請に対応し、中小企業の補助金申請に係る手続きの簡素化を図る。

② 中小企業応援隊員（団体職員、商工会・商工会議所の経営支援員等で構成）に対するDX教育

中小企業のDX推進のためには、企業の課題を見極め、専門家に的確に繋ぎ、解決に導くことが必要である。そのためには、財団プロパー職員はじめ中小企業応援隊員を対象に、地域課題解決や商品開発を企業とともに取り組む研修等を通じてDX教育を行い、知識向上を図る必要がある。

③ 京都産業21の基盤システムの再構築

当財団が運用中の顧客情報管理システム（CIS）については、顧客情報とともに、財団職員の対応履歴等を記録し、財団内での情報共有を図っているところだが、顧客情報の偏りや連携機能・拡張性に乏しい点等見直すべき点・デメリットが存在する。再構築により、これらデメリットを解消し、現システム内の情報を引き継ぐとともに、顧客情報の一元化と連携機能・拡張性の整備による業務効率化を図りつつ、新たな情報を追加、更新することで、相談から支援メニュー提供までのリードタイムを平均2日→1日に短縮する。

また、当財団HPサーバーがダウンし、一定期間HPにアクセスができず、中小企業への支援メニュー提供が滞る事象が過去に数回発生していることや、財団で使用しているGWS(グループウェアシステム)は10年以上前のシステムを使用しており、新たなGWSへの移行が急務となっている。HPサーバー及びGWSを新たな仕組みに移行することで、中小企業への支援体制強化に向けた整備を順次進める。

【遂行状況〈実施事業の内容・進捗状況、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

① 中小企業支援等のワンストップ提供

デジタル庁において開発が進められた補助金申請システム「jGrants」について、一定開発が終了したことから、財団内において導入に向けた検討をした結果、令和6年度内に導入する運びとなった。

② 中小企業応援隊員（団体職員、商工会・商工会議所の経営支援員等で構成）に対するDX教育

支援企業へのDX促進や、ITを活用した経営支援に関するセミナーに計9名が参加した。

③ 京都産業21の基盤システムの再構築

顧客情報管理システム(CIS)について、令和4年度に財団内プロジェクトチームを設置し、意見集約の元、CISの不具合、不便の解消するための改修を図っているところである。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

① 中小企業支援等のワンストップ提供

「jGrants」導入を決定した。他支援機関と連携を図るとともに、改良の内容等に注視しながら令和6年度中に導入する。

② 中小企業応援隊員（団体職員、商工会・商工会議所の経営支援員等で構成）に対するDX教育

R5年度は、支援企業へのDX促進や、ITを活用した経営支援に関するセミナーに、計9名が参加したが、DX化相談対応件数は数件に留まった。

中小企業におけるDX促進支援の重要性を職員に浸透させるために、今後もより多くの職員を研修に参加させ、研修資料や成果物を全応援隊員に共有する必要がある。

③ 京都産業 2 1 の基盤システムの再構築

顧客情報管理システム(CIS)について、セキュリティ対策も併せ、一定の改修を終了した。令和 6 年度以降に向けてはスマホでの表示、入力を想定して最終改修を実施予定。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

① 中小企業支援等のワンストップ提供

「jGrants」を導入するにあたり、同システムを導入している他支援機関と連携を図るとともに、改良の内容等に注視しながら導入を進める。

② 中小企業応援隊員（団体職員、商工会・商工会議所の経営支援員等で構成）に対するDX教育

中小企業におけるDX促進支援の重要性を職員に浸透させるために、引き続きより多くの職員を研修に参加させ、研修資料や成果物を全応援隊員に共有し、中小企業からのDX化に関する相談に積極的に対応する。