

事例:情報家電ビジネスパートナーズ

～ 大手企業への架け橋 ～

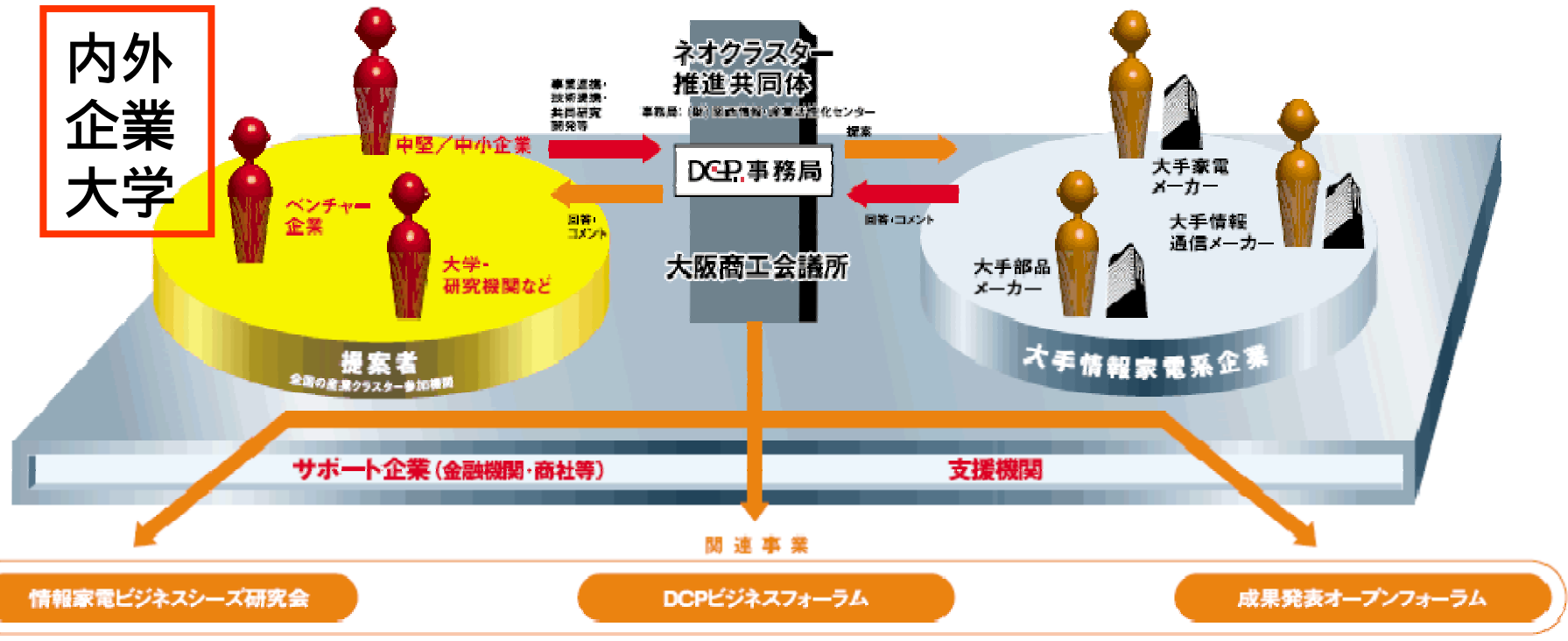
2007.6

事務局:財団法人関西情報・産業活性化センター
ネオクラスター推進共同体

クラスターマネージャー 堀江多賀雄

1. 事業の概要:

配布資料参照



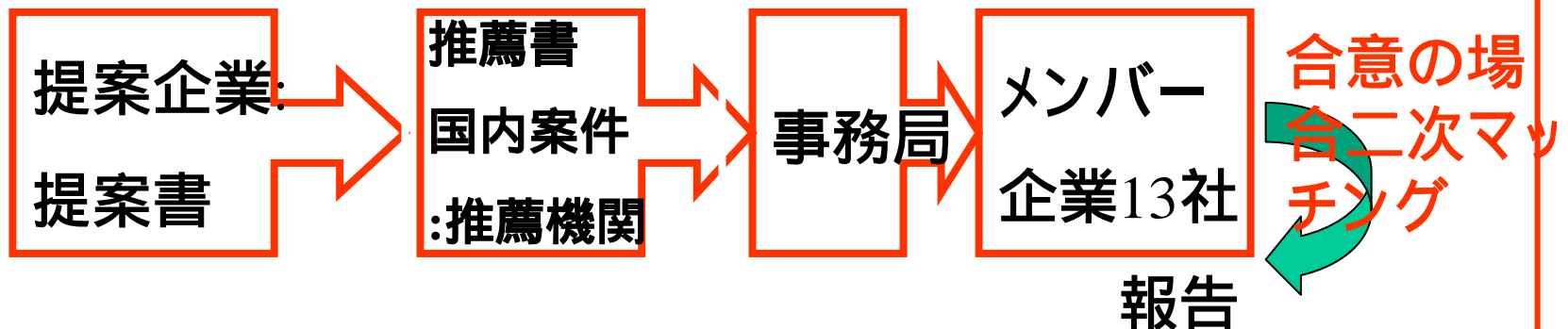
メンバー企業13社有料

サポート企業21社有料

推薦機関12団体

2. マッチングの仕組み

- 提案には推薦機関(公的機関等)の推薦が必要
- 一次マッチングは事務局経由、ペーパーにて提案
- 提案受け入れ企業は提案案件を社内適所を選定し、採用・導入可能かの検討
- 採用出来ない場合も含めて、所見について記述した報告書を提案企業にフィードバック



3. マッチングの実績

1. マッチング実績

- ・問合せ、相談件数 97件
- ・マッチング件数 34件
- ・二次ステップへ進んだ件数 10件

2. ビジネス・フォーラム

(メンバーとサポート企業、推薦機関)

- ・発表企業件数 8社 その内でのマッチング
個別マッチング10件

販路開拓支援 1件(企業支援)

3. ビジネス・シーズ研究会(メンバー企業対象)

- ・発表件数 3件(新ビジネスの可能性話題)

4. 事業構築と運用のポイント

・構築のポイント

推進代表企業の協力と意欲(家電三社幹事企業)

意欲ある推進指導学識者(白川教授、アドバイザー)

企業の地域への貢献意欲の活用

クローズで指名できる事での情報の限定的開示

・運用のポイント

知的財産などの保護

推薦機関との協力:提案内容の精査と書き方指導など

全国的アピールと提案案件の拡大(量の拡大)

5.課題

- **大企業の詳細なニーズ公開は難しい**
(求めている技術ニーズや開発ニーズの公開は極めて難しい)
- **提案にいたるまで時間がかかる**
(魅力ある提案、核心部のアイデアをさらけ出す危険との兼ね合いの中で、伝える提案書作成の準備に)
- **成功事例の排出にも時間がかかる。**
(一般消費材は厳しい市場にさらされ、新技術の採用に周到な準備、)
- **ビジネスモデルを逃さない提案の拡大とPR**
(新技術ばかりでなく、既存技術の利用によるi-podのような新ビジネスモデルなど)

