



東経連ビジネスセンターの次期支援組織について

【次期支援組織 基本理念】

超高齢・人口減少社会が急速に進む中、国の集中復興期間が終了し、2020年度には復興庁が廃止され、東北は大きな危機に直面しております。一方、2020東京オリンピックの開催や、ILC等加速器プロジェクトの誘致等、大きなチャンスも到来しており、民間事業化支援機関である東経連ビジネスセンターに対する期待は高まっています。このため、東経連ビジネスセンターでは、会員企業と支援企業とのWin-Winの関係を構築するとともに、東北7県の県境を越えた、民間ならではの柔軟に対応できる支援専門家ネットワークをコアに東北7県の産学官＋金融の総合力により、『高い技術力や優れた地域資源を活かして新製品開発等に挑戦し、雇用増等、地域経済にインパクトを与え、成長モデルとなり得る企業』等の支援を通じて、新しい東北「産学官グローバル・イノベーション・ゾーン東北の創生」を目指して参ります。

【次期支援組織 検討の背景】

1. 東北の強み、弱み、機会、脅威

(強み) ・産学官の支援のネットワーク ・優れた製造技術 ・ポテンシャルを秘める地域資源 等	(弱み) ・マーケティング等、経営戦略 ・開発の事業化ノウハウ ・海外ビジネス知見 等
(機会) ・ILCはじめ加速器関連プロジェクトの誘致 ・2020東京オリンピック・パラリンピック ・世界市場の成長 等	(脅威) ・超高齢・人口減少社会の進展 ・復興庁廃止(2020年度)と震災教訓の風化 ・アジア諸国との競争の激化 等

2. 東経連の中小・ベンチャー支援スキームの変遷(1995年～2015年)

組織名	期間	主な活動内容
東北ベンチャーランド協議会	1995～2000年	中小・ベンチャー企業発掘と新規事業の普及啓発活動を展開
東北ベンチャーランド推進センター	2001～2005年	中小・ベンチャー企業OB(専門家)による個別企業に対する直接的な支援のさきがけ
東経連事業化センター	2006～2010年	マーケティング、セールス、知的財産等に関する事業化のための支援専門家ネットワークの構築
東経連ビジネスセンター	2011～2015年	支援専門家ネットワークをアジアにも広げ、アジア市場進出も支援。東日本大震災からの復興に向けて、「買おう！東北」運動を展開

3. 東経連ビジネスセンターの主な成果

- ① マーケティング・知的財産事業化支援事業**
 - 個別企業の事業化を支援する事業で30件支援。支援終了の21件のうち、アンケートを12件に実施。売上げが9件、新規雇用は7件。
- ② 産学連携・アライアンス支援事業**
 - 大学等との研究開発に助成する新事業開発・アライアンス助成事業で42件助成。支援期間終了案件のうち50%以上が実用化に成功。
- ③ 東北地域の車を考える会**
 - 自動車完成メーカーに対する200社を超えるプレゼンを実施。共同開発に着手した企業を多数生み出す。
- ④ グローバル・ビジネス支援事業**
 - 合計93社の海外市場進出支援。中国大手企業と直接取引や、中国に営業拠点を設置した企業、中国の大学との産学連携プロジェクト等を生み出す。
- ⑤ 東日本大震災復興支援プロジェクト「買おう！東北」**
 - セールス支援チーム等による直接支援、2つのWEBサイト(地域産品のb2b商談支援『東北いいネット』、製造業マッチングWeb展示場『eEXPO』)による間接支援を融合。併せて約12億円+αを売り上げた。

これまで蓄積した支援ネットワークを拡大・進化させ、東京オリンピック、ILCはじめ加速器関連プロジェクト誘致のチャンスを活かし、東北の産業競争力強化に貢献。

【次期支援組織の姿】

1. 次期支援組織体制

名 称	東経連ビジネスセンター
活 動 期 間	平成28年(2016年)4月～平成33年(2021年)3月

2. 次期支援組織の活動目標

■基本目標 新しい東北「産学官グローバル・イノベーション・ゾーン東北の創生」会員企業と支援企業とのWin-Winの関係を構築し、地域経済に波及効果をもたらす成長志向の高い東北企業への支援の強化

- ① ILC・加速器関連プロジェクトや自動車産業への参入支援等による「モノづくり・イノベーション」の創出強化
- ② 新市場、新技術により優れた農林水産資源等、地域資源の高付加価値化等に取り組む「ナチュラル・イノベーション」の創出強化
- ③ 新たな段階を迎えた被災地復興へ貢献するとともに、東京オリンピックをターゲットに、力強く復興する東北企業の国内外への情報発信

3. 重点事業の4本柱

① I L C ・ 加速器産業参入支援事業

- 産学官連携プラットフォームの構築に向けて、ILCはじめ加速器関連プロジェクトへの東北企業の参入支援。

② 産学 ・ 企業間連携支援事業

- 産学・企業間連携に取り組む東北の高い技術力を持つ企業に対して、事業化の可能性を高めるため、助成等の支援。

③ マーケティング・成長戦略支援事業

- マーケティング、知的財産、ブランディング等の支援専門家ネットワークを強化し、新市場参入を目指す企業を中心に支援。

④ セールス・マッチング支援事業

- 支援専門家に商社等を加えたセールス体制を強化するため、「セールス会議」の新設。
- 自動車完成メーカーと東北企業とのマッチングを推進する「東北地域の車を考える会」の継続。
- 中国・台湾に加え、海外在住の支援専門家とのネットワークを強化するとともに、東南アジアや欧米等への販路開拓支援に取り組む。