

平成 16 年版 大阪経済・労働白書

企業家精神と地域産業イノベーション

(概 要)

平成 16 年 10 月

大阪府立産業開発研究所

(はじめに)

今大阪は、企業の流出が進む一方で流入が少ない状況に陥っている。こうした状況が続く、府内における企業や人の流入が減少することは、都市の魅力が失われてゆく危険性があるととも、経済活力の低下要因ともなりうる。こうした事態から抜け出すには、大阪府外だけでなく広く海外からもさまざまな意見やアイデアを持った多くの人や企業が集まり、ビジネスに挑戦できる環境を整備する必要がある。そのためには、大阪に存在するさまざまな経営資源を有効に活用し、他の地域には存在しないものを有する都市としての魅力を醸成することが求められる。

現在、大阪では創業や新事業展開を支援する施設として、インキュベーション施設などの拡充が図られ、大阪で業を営もうとする人々を支援する動きが活発化しつつある。また、時代を先取りして株式市場への公開を果たした新興企業の中には、創業以来急速な発展を遂げつつある企業も存在する。

本白書は、創業や企業の新事業展開を支援する施設として増加しつつあるインキュベーション施設や施設への入居企業、株式市場への公開を果たし次世代の大阪産業を担う企業に成長しつつある新興企業へのアンケート調査やヒアリング調査等をもとに、今後大阪が活力を取り戻すために必要な、新しいアイデアにより地域の様々な資源(技術、資金、人材、情報等)を活用する企業家精神に富む人材や、地域の中で、新しい企業や事業を生み育てる仕組みづくり等について考え、とりまとめている。

平成 16 年版 大阪経済・労働白書のポイント

活力ある大阪の再生には企業家を生み育てる土壌、仕組みが必要

- ・かつて大阪では、年季奉公制度、暖簾分け制度など、地域の中で企業家精神を育む仕組みが機能していた。今後大阪が活力を取り戻すためには、新しいアイデアにより地域の様々な資源（技術、資金、人材、情報等）を活用する人材の輩出とそれを育む土壌、仕組みの再生が必要である。

インキュベーション施設で醸成される企業家精神

- ・創業や新事業展開を支援するインキュベーション施設等が府内で充実してきており、新しい産業や市場を開拓するモチベーションや企業家精神を醸成する役割を果たしている。
- ・特に、経験豊かなインキュベーション・マネージャー（入居企業に対し、様々な助言や取引先紹介などを行う専門職）がいる施設では入居企業の新規事業化率が高く、こうした人材の育成が重要である。
- ・入居企業の約 95%が、施設を出た後も継続して大阪府内で事業活動を行う意向を持ち、インキュベーション施設の存在が地域の企業や新しい事業を生み育て、産業の活性化や雇用創出等に結びついている。

大阪の企業は地域との密接な関係のなかで事業を拡大

- ・大阪で創業し、新興株式市場に株式公開した企業の特徴として、「地元の企業・経営者に育てられる機会を得た」が上位を占めるなど、大阪では地域との密接な関係の中で事業を拡大しているといえることができる。
- ・また、大阪で創業した企業の大半は、事業が拡大しても大阪に留まっており、創業の地に根ざしたビジネスを展開しようとしている。

創造的なアイデアを持つ進取の気性に富んだ企業家の育成が必要

- ・大阪の企業家たちは地域に存在する様々な資源を活用しながら新しいものを創造し続けており、大阪は、活力ある産業都市として再生するためのポテンシャルを十分に有している。
- ・今後は、地域資源を発掘、活用する創造的なアイデアを持つ進取の気性に富んだ企業家の育成に加え、世界から大阪へ企業、人材、財、情報、サービス等の誘導を図りながら、新しい企業や事業を生み育てる機能、仕組みの強化が必要である。
- ・また、大阪は事業を興したいという人は誰でも成功のチャンスをつかむことができる魅力あるまちというイメージを、広く内外に訴えかけていくことも重要である。

第1章 今大阪でみられる新たな息吹

大阪では「近畿産業クラスター計画」を受けて、「創薬バイオクラスター」「ものづくりクラスター」「ハイテククラスター」の3つのクラスターが設定され、これらが、新産業の創出・地域経済の活性化につながることを期待されている。

(クラスター...経済活動が活発な地域では、経営力の突出した企業が存在しているだけでなく、その企業の経営活動を支える様々な企業や機関が集積している。また、それらの地域では、特徴を有する企業や機関が集まり、研究活動や事業活動を通して互いに切磋琢磨し合いながら企業は成長し、地域も発展している。このような状態をクラスターと呼ぶ)。

工業集積内からは、製造方法の改善等によってコストダウンや短納期への対応を図る一方で、地域内企業が知恵や技術を提供しあうことで、地域の特性に応じて新たな製品や技術開発に挑もうとする動きが活発化している。また、多種多様な企業が数多く集積していることのメリットを活かすことで、効率的な生産活動やさらなる短納期・小ロット化を実現する企業がみられるようになってきている。

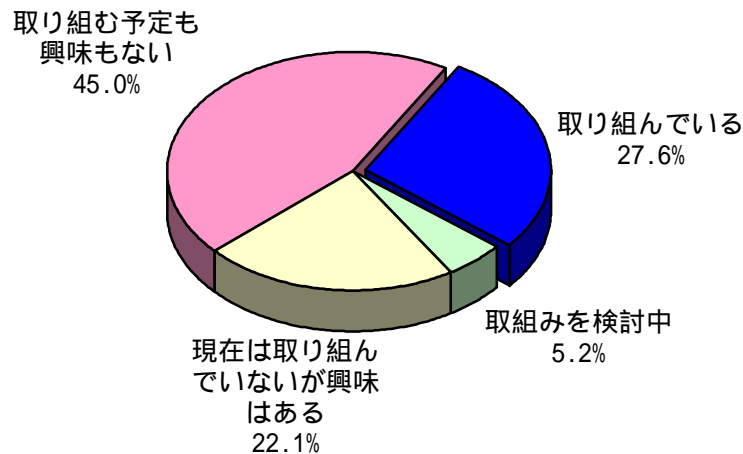
商業集積においては、経営者の高齢化や設備の老朽化などの内部的な要因により、その魅力が低下しつつあることから、地域住民等を巻き込み「まちづくり」活動等による商業集積の活性化が模索されている。そうした状況のなか、大阪の都心部においては、アメリカ村、南船場、堀江、といった新しい街が、賑わいをみせている。

大学においても、産学連携による産業界との結びつきを深めようとする動きが活発化し、既に大学教員がベンチャー企業を立ち上げる事例も出てきている。

また、地域金融機関の中からは、大学や企業との連携を促進することによって、地域中小企業の技術力向上と経営安定化に貢献しようとするところが現れ始めている。

大阪は古くから道修町を中心に医薬品産業が発達し、情報交換や活発な競争が行われ、発展を遂げてきた。今、企業においてはバイオテクノロジーを活用した新たな医薬品開発や、関連産業におけるバイオテクノロジーの活用による技術革新が行われるなど、積極的な取り組みが始まっている(図表1)。

図表1 バイオ関連事業への取組み状況



資料：大阪府立産業開発研究所『関西・大阪におけるバイオ関連産業に関する調査』（平成14年10月）

以上のように、今大阪では地域において企業、大学、行政、住民といったさまざまな主体が関わることにより活力が形成されている。こうした動きをさらに推し進めるには、個々の活力を地域へ波及させる新たな枠組みをつくること、地域が一体となって、新しい企業の誕生や産業の育成に取り組むことが必要である。

第2章 大阪のポテンシャル…潜在可能性

大阪は、明治、大正、昭和期にかけて、商人の町から軽工業・重化学工業を中心とする工業都市へと変貌を遂げ、繊維、重化学工業、金融、鉄道、製薬、家電、新聞といったあらゆる分野においてわが国産業の中心を担う企業家を輩出してきた。

大阪商工会議所「企業家ミュージアムホームページ」により、明治期以降大阪で活躍した企業家の出身地をみると、大阪が約2割、その他関西1府4県が約3割、それ以外が約5割、という構成になっている。つまり、約8割の企業家は大阪府外の出身者であり、関西や他府県から大阪に集まり、新しいビジネスに果敢に挑戦していったのである。

製品やサービスの革新とともに、企業家が大阪経済の発展に果たしたもう一つの役割は、その時代の経済社会環境を活かしたビジネスの仕組みを創造したことであろう。

こういった大阪商人や企業家のバイタリティは、単に自らの利益を獲得するためだけ

に向けられてきたのではない。彼らは、橋や道路や公共施設といった地域のインフラへの投資も積極的に行い、大阪産業の活性化に貢献したのである。

江戸時代には、一人の独立した経営者として成功するためには、それぞれの商家に丁稚として奉公し長年に渡って修行を積んだ上で、暖簾分けを受ける必要があった。つまり、この年季奉公制度は、商売についての知識や経験を現場で教え込んで後進を育成するものであり、地域の中で企業家精神を育む仕組みとしても非常に重要であったと考えられる。

江戸時代、大阪に設けられた学問所、「懐徳堂」と「適塾」とに共通することは、いずれも幕府や政府によるものではなく、商人や町人によって作られた学問所であったことである。商家による丁稚奉公制度といういわば上下関係に基づく組織的な仕組みだけでなく、学問や思想として体系的に知識を習得できる場の存在が、大阪が自由闊達で先見性に富む人材を多く輩出してきた要因と考えられる。

歴史的にみればこういった優れた制度や仕組みが存在してきたにもかかわらず、高度経済成長期にシェア志向や成長志向が強まったことにより、暖簾分け制度のような長い年月をかけて企業家を育てるといった仕組みや、社会資本への還元といった考え方は徐々に失われてきたと言われている。大阪産業の活力を再び高めていくためには、新しいアイデアにより地域の様々な資源（技術、資金、人材、情報等）を活用する企業家精神に富む人材とそれを育む土壌をつくること、また、地域の中で新しい企業や事業及びその原動力となる企業家精神を生み育てる、誰もが使える仕組みをつくる必要がある。

第3章 新しい産業を生み育てる機能

そうした仕組みのひとつとして、府内では、創業や新事業展開を支援する施設であるインキュベーション施設等が充実してきている。インキュベーション施設とは、インキュベーション（= incubation 孵化）という言葉が示すように、創業を目指すもの等に、負担の少ない入居費用で事業スペースと様々なサービスを提供して企業の事業活動を支援する機能を有する施設のことである。大阪府内におけるインキュベーション施設の設立状況を見ると、公・民とも2000年以降施設数が増加しており、民間の関連施設も含めた規模を見ると、2003年12月末時点で施設数は59、部屋数は1000を超えている（図表2、3）。

図表2 インキュベーション関連施設の設立状況（2003年12月時点）

開設年	区分	施設名	部屋数	開設年	区分	施設名	部屋数
1981	民	アーバンオフィス	50	2002	公	インキュベーション施設 高槻「マッチ箱」	14
1988	公	イオン工学センター	-	公	吹田市インキュベーション施設 EBIC 吹田	21	
1989	民	シナプス心斎橋	55	公	大阪市立工業研究所 創業支援ラボ	6	
1990	公	島屋ビジネスインキュベータ	31	公	大阪市立大学インキュベータ	12	
1992	公	千里ライフサイエンスセンター	10	公	大阪いずみテクノサポートセンター	20	
1993	民	オフィスポート大阪	81	公	枚方市企業育成室	3	
1995	民	B Sビル	19	公	大阪大学先端科学技術共同研究センター	-	
1996	公	フォレックスインキュベータ	14	民	アルファデジタルボックス南本町	31	
	公	大阪デザイン振興プラザデザイン工房	40	民	北浜T4B	28	
	公	りんくうビジネスセンター	40	民	SOHO*seed 本町1	43	
1997	公	大阪市ソフト産業プラザ MADO	7	民	SOHO CLUB	15	
	公	東大阪市立産業技術支援センター	5	民	公団南船場	58	
	民	ten6/d'Box	23	民	アルファオフィス 247	14	
	民	サブコープ	30	民	梅田エステートビル コンパクトオフィス	27	
1998	公	ソフト産業プラザ iMedio	30	2003	公	Mebic 扇町 インキュベーションオフィス	23
	公	しまねビジネスセンター	15	公	クリエイション・コア東大阪	10	
1999	公	テクノフロンティア堺	11	公	津田サイエンスヒルズインキュベータ	4	
	公	テクノシーズ泉尾	31	公	大東ビジネスインキュベーター	8	
	民	本町エグゼクティブオフィス	65	民	Active Town	41	
	民	レンタルオフィス CUBE	34	民	Bloom21	21	
2000	公	大阪府立特許情報センターパテントラボ	3	民	CHIKO あきんど本町	26	
	公	ATCグリーンエコプラザインキュベーションオフィス	8	民	アルファデジタルボックス新町	14	
	公	いけだピアまるセンター	8	民	I.B.S(インキュベーションピューティーサロン)	9	
	民	SOHO*egg	32	民	NTT-AP ファーストオフィス	34	
	民	エルオフィス 21	33	2004	公	さかい新事業創造センター	(62)
	民	オフィスサポート	48	公	豊中インキュベーションセンターMOMO	-	
2001	公	あきない・えーど創業準備オフィス	30	公	大阪大学イノベーションセンター	-	
	公	大阪府 IT ビジネスインキュベータ incueit	45	公	彩都バイオインキュベータ	(32)	
	公	守門真商工会議所インキュベーション・オフィス	4	公	いけだピアまるセンター(リニューアル)	(15)	
	公	大阪商業大学アントレラボ	12	民	Active Town (増床)	(87)	
	民	SMALL OFFICE CLUB	35	民	SOHO LINK 長堀	(35)	
	民	南船場 SOHO	24	民	アルファデジタルボックス南船場	-	
2002	公	研究成果活用プラザ大阪	15	民	公団デジタルBOX(瓦町、淡路町)	(63)	
	公	エルおおさか IT インキュベータ	15	民	ビジネスポート梅田	(12)	
	公	Mebic 扇町 創業促進オフィス	25				
部屋(区画)数計							1,393

注) 産業開発研究所調べ。公：公的施設（第三セクター、大学を含む）、民：民間施設。
2004年は開設予定施設を含む。

図表3 年次別設立数

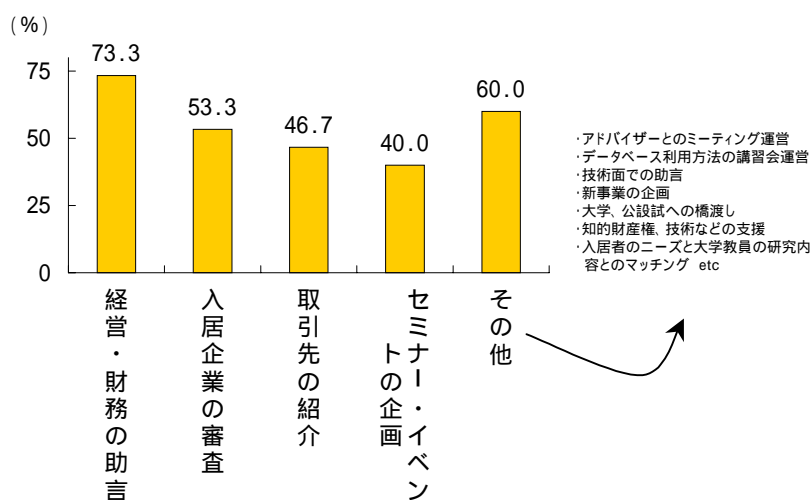
	1995年 以前	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
民間施設	4	-	2	-	2	3	2	7	6	5
公的施設	3	3	2	2	2	3	4	10	4	5
累計	7	10	14	16	20	26	32	49	59	69

注) 同上。2004年は開設予定施設を含む。

ターミナル付近にあるインキュベーション施設では入居率が高い施設が少なくない。ただ、民間施設においては、便利な場所にありながら入居率が低迷する施設もあり、民間施設において二極化が進展している。インキュベーション施設のマネジメントには、単に立地場所や家賃といった条件だけでなく、入居者同士が交流する機会や施設スタッフによるきめ細かなサービスといったソフト機能の充実が鍵となっているようである。

インキュベーション施設運営の中心的な存在として注目されているのが、インキュベーション・マネージャー（IM）である。IMは入居企業に対して様々な支援を通じて事業活動の円滑化を図ることを目的に設置された専門的な職業であり、企業経営の現場で日々起る問題に臨機応変に対応するといった意味で、施設運営、企業支援の鍵を握っている（図表4）。

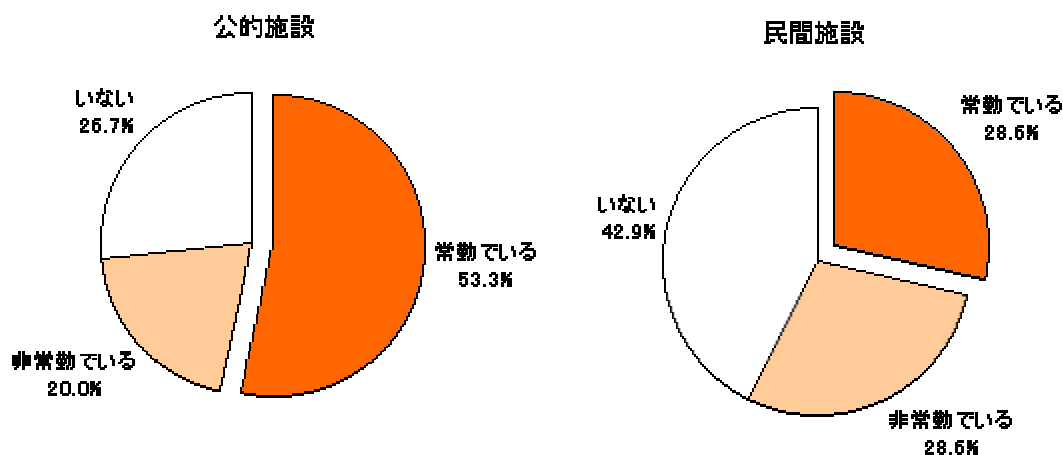
図表4 IMの主な業務



大阪府立阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設とインキュベーション・マネージャーに関する調査』（平成15年12月）

インキュベーション施設の運営状況を見ると、IMによるサポート体制や、継続的な支援体制が充実している施設ほど、入居企業の事業化率は高まる傾向にあることが確認されている。しかしながら、常勤のIMがいるのは公的施設でも約半数の施設に過ぎない（図表5）。アンケート結果によると、公的施設が抱える運営上の課題として「IMの人材不足」が最も大きくなっており、特に、経験豊かなIMがいる施設では新規事業化率が高いことから、今後、IMなど企業支援のノウハウを持つ人材の育成がさらに重要となることがわかる（図表6、7）。

図表5 インキュベーション・マネージャーの配置



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設とインキュベーション・マネージャーに関する調査』（平成15年12月）

図表6 施設運営上の課題

公的施設	度数	民間施設	度数
IM等の人材不足	6	入居者の申し込みが伸びない	5
施設管理に手間	5	イベントのノウハウ不足	2
入居者の申し込みが伸びない	5	施設運営コストが高い	2
入居者の業績が伸びない	4	入居者の業績が伸びない	1
設備の老朽化	4	施設管理に手間	1

資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設とインキュベーション・マネージャーに関する調査』（平成15年12月）

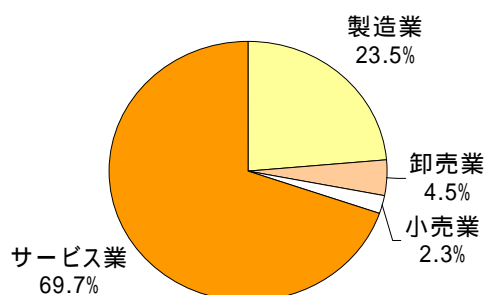
図表7 IM養成講座受講者数（多い順）

都道府県	平成14年	平成15年	合計
東京	19	22	41
大阪	4	10	14
北海道	7	6	13
広島	7	6	13
全国計	112	116	228

資料：日本新事業支援機関協議会（JANBO）調べ。

インキュベーション施設入居企業の事業分野をみると、ソフト開発や WEB コンテンツ作成といった IT 関連が最も多く、次いで、医療・福祉分野、さらにコンサルタントなどの専門職種となっている。その具体的な内容は多岐に渡っており、いずれも新分野や新市場の開拓を目指すものとなっている。これら入居企業の施設を拠点とした事業活動が活発化する過程で、施設内外の企業・関係機関との連携や取引関係が形成されて新たな製品や事業を生み出す例もみられ、インキュベーション施設は地域経済との関わりの面でポテンシャルが高い（図表 8、9）。

図表 8 入居企業の業種



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）。

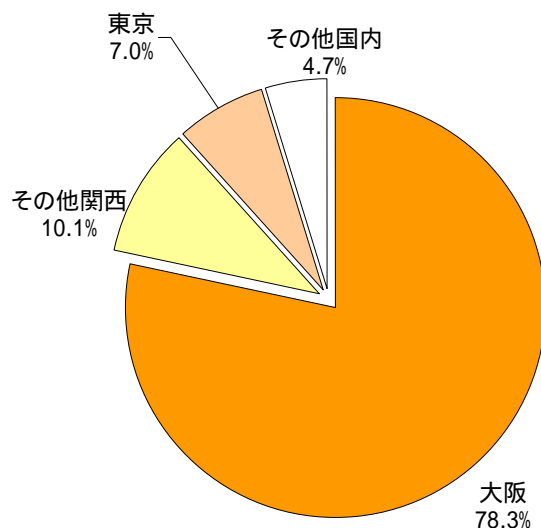
図表 9 入居企業の実施する主な事業内容

サービス業	WEB コンサルティング企画・開発・運用 / ISO コンサルティング / LIMS の研究開発、コンサルティング / インターネットによる遠隔画像監視カメラシステム開発 / インダストリアルデザイン、グラフィックデザイン・商品企画 / オープンソースの業務アプリケーションソフトの開発・設計 / バス等のラッピングの企画・製作・販売 / 半導体回路修正加工・マスクデータ処理 / 海外移住支援及び FP 業 / 気象情報配信、コンテンツ開発 / 環境教育プログラム開発、教育ソフトウェアの開発・販売、e-learning サービスの提供 / 携帯電話向けの WEB サイト制作 / 雑誌編集、広告、販促物、ウェブの企画制作等 / 産業技術翻訳、航空機内 AV システム輸出入、特許翻訳ソフトの販売 / 全方位カメラシステムの企画 / 中国でのインターナショナル事業 / 日本・中国ソフト企業のビジネス・マッチング / 歩行者ナビゲーションシステムの開発
製造業	マイクロコンピュータ応用製品の開発・設計・製作 / 小型衛星の研究開発 / レンジセンサの開発、センサチップ製造 / 環境技術の研究開発およびプラントの設計・製造 / 機能性セラミックの機能開発と関連機器・装置の開発 / 抗菌・抗がん等薬剤の研究開発 / 高周波プローブガードの研究開発 / 産業機械のメンテナンス及び設計 / 超極細金属線用伸線機の開発、電子部品材料へのめっき装置の研究開発 / 非接触 IC タグの研究開発・製造・販売 / 歩行状態の解析システム及び機器の開発
卸・小売業	商品の企画・開発・分析受託サービス / 天然水の卸売・小売 / 電池材料の評価装置の研究開発 / 粉碎装置の設計・販売 / 健康支援のための健康食品販売及び HP・販促物の制作 / 会員向け商品配信のための WEB 流通組織の開発

資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）。

創業期の企業は地域の様々な資源との関わりの中で事業基盤を確立し成長を遂げる。大阪府内のインキュベーション施設に入居する企業経営者の独立以前の活動場所（学業や仕事）をみると78.3%が大阪となっている。また、その他の関西を含めると9割近くの経営者がもともと大阪圏で仕事や学業に取り組んでいたということになり、創業地である大阪は、創業以前の活動場所との関わりが深い（図表10）。

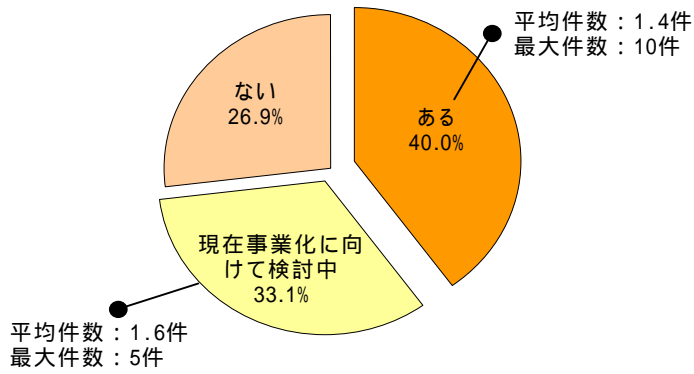
図表10 入居企業の独立までの活動場所（学業や仕事）



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成15年12月）

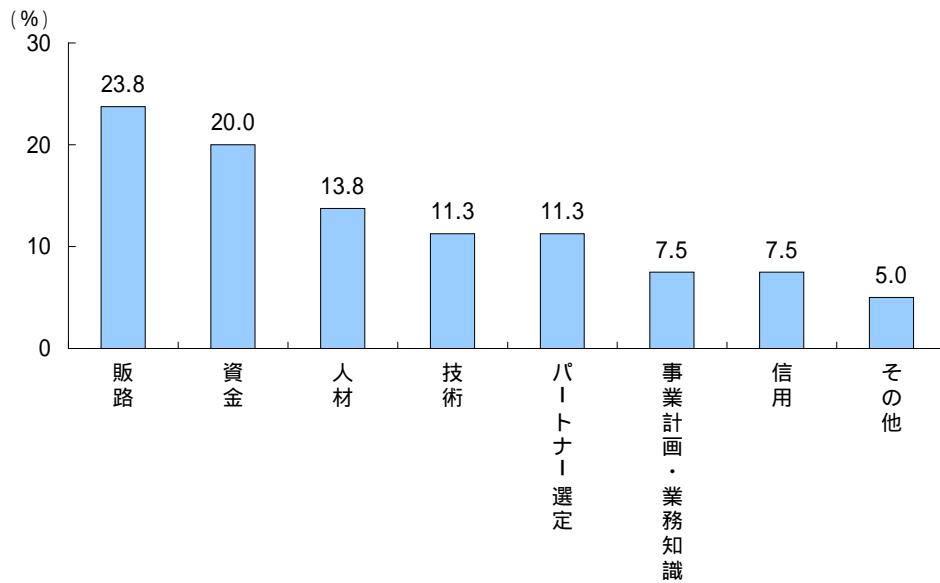
施設入居後に新たに事業化に取り組んだ企業は40.0%、事業化に向けて検討中の企業33.1%に達しており、両者を合わせると7割を超える企業が施設において何らかの新しい事業に取り組みつづけていることがわかる。また、それぞれの事業件数をみると、取り組んだ事業がある企業では平均1.4件、他方、検討中の企業では1.6件となっており、平均すると入居企業は1件以上の新規事業に取り組んでいることになる（図表11）。また事業化において苦労した点は、販路が最も多く、次いで資金、人材である（図表12）。

図表 11 施設入居後に取り組んだ新たな事業の有無



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）

図表 12 事業化において最も苦労した点



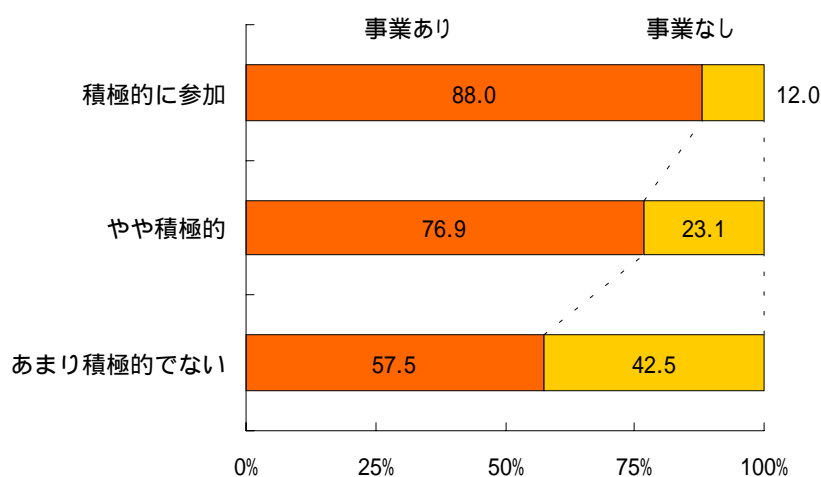
資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）

インキュベーション施設では入居企業への支援策の一つとして経営に関するセミナーやイベントを実施している。セミナーには入居企業のみを対象とした財務や経営戦略といった基本的なものから、先進的な企業の経営者等を招き外部の企業等も対象にしたセ

ミナーもある。施設が実施するそれらセミナーへの参加状況と事業化の状況をみると、事業化を実現している割合は、セミナーに「積極的に参加」する企業では 88.0%と非常に高く、「やや積極的」に参加する企業では 76.9%、「あまり積極的でない」とする企業では 57.5%となっており、こうした支援策が重要であることがわかる（図表 13）。

事業化には企業の積極的な経営姿勢が深く関わっており、新たな事業に取り組むには、リスクを負いながらも果敢に挑戦する姿勢が必要である。その意味でも、日々積極的に行動しより多くの情報を入手したりネットワークを形成できる企業の方が、事業化率が高いといえよう。

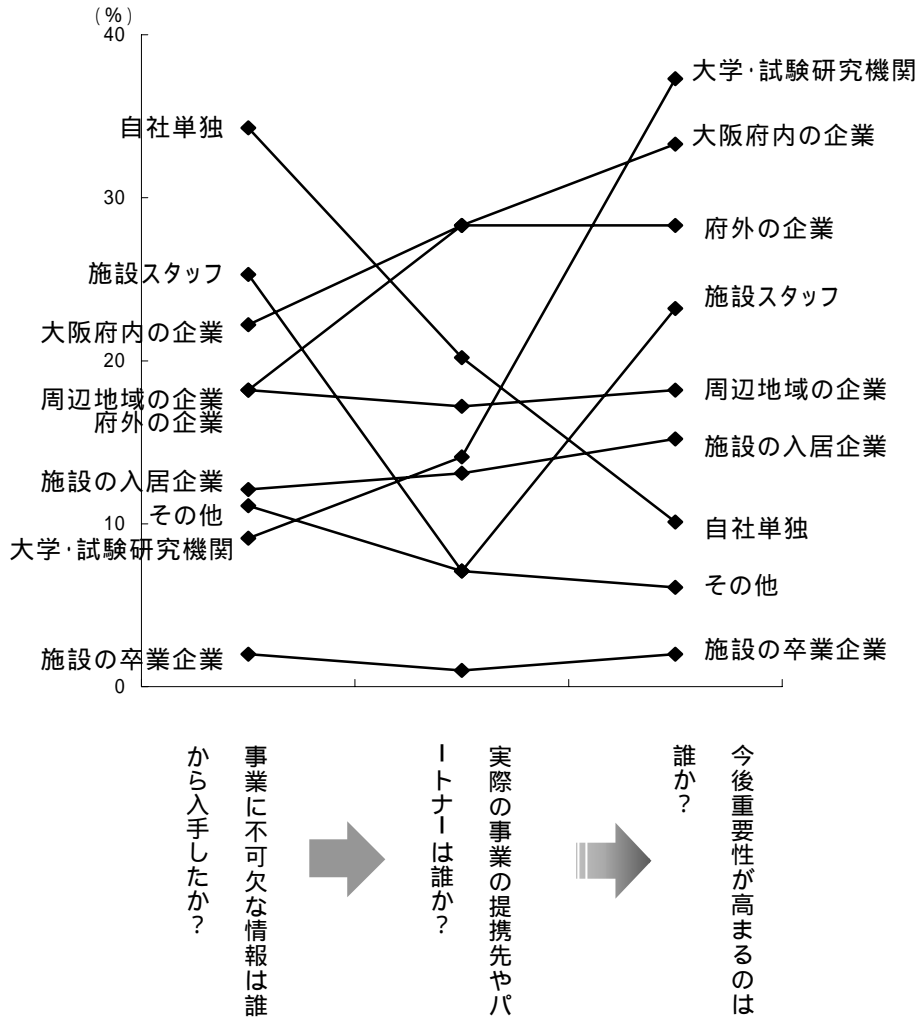
図表 13 施設が企画するセミナーへの参加状況と事業化の関係



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）

入居企業がどのような人や組織との関わりの中で事業を実現していったかについてみると、まず、「事業に不可欠な情報の入手先」として「自社独自」とするところが最も多く次いで、「施設スタッフ」「大阪府内の企業」「周辺地域の企業」の順に重要な役割を果たしている。また、「実際の事業パートナー」についてみると、大阪府のみならず府外の企業が重要とする割合も高く、地域内に止まらず広範囲な企業との連携により事業化が図られている。インキュベーション施設においては、経営者同士が顔見知りになりそこから事業が生まれるといったケースも多く、施設内での交流が重要であることがわかる。今後重要性が高まる相手としては、「大学・試験研究機関」が最も多く、今後はそういった取り組みが活発化することが予想される（図表 14）。

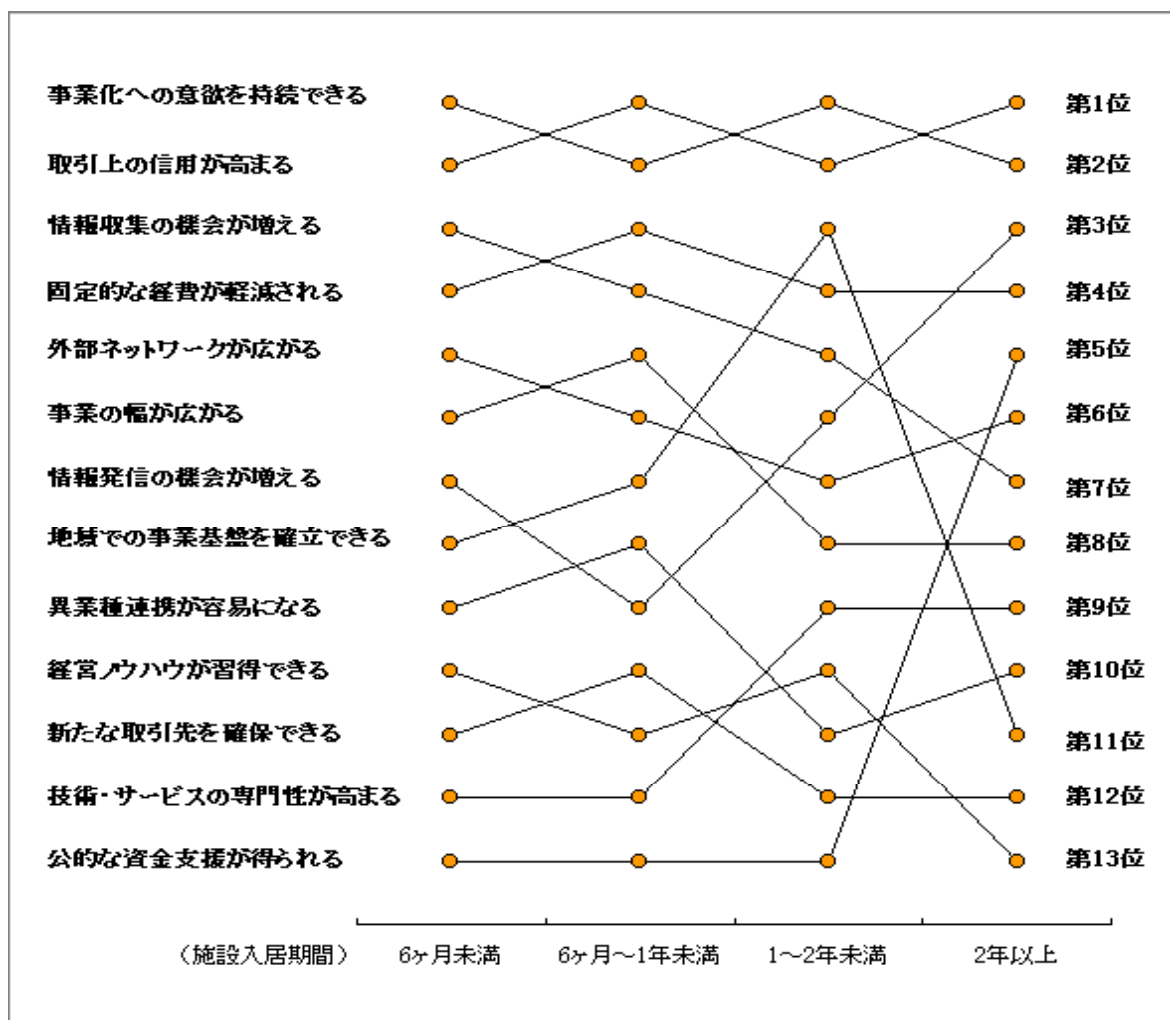
図表 14 事業化に際して重要な存在



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』(平成15年12月)

入居企業に共通してみられるインキュベーション施設のメリットとしては、事業化の意欲持続と信用向上という二つがあげられる。事業化への意欲は、IMによる入居企業への支援活動のみならず、同じような意識を持つ企業が身近に存在することや、地域の企業経営者から受ける刺激から得られるものである。このことは、特に創業期の企業にとっては重要な要素であり、インキュベーション施設が新しい産業や市場分野を開拓するモチベーション、すなわち企業家精神を醸成する役割を果たしていることを表している(図表15)。

図表 15 施設入居によるメリット（施設入居期間別、順位）



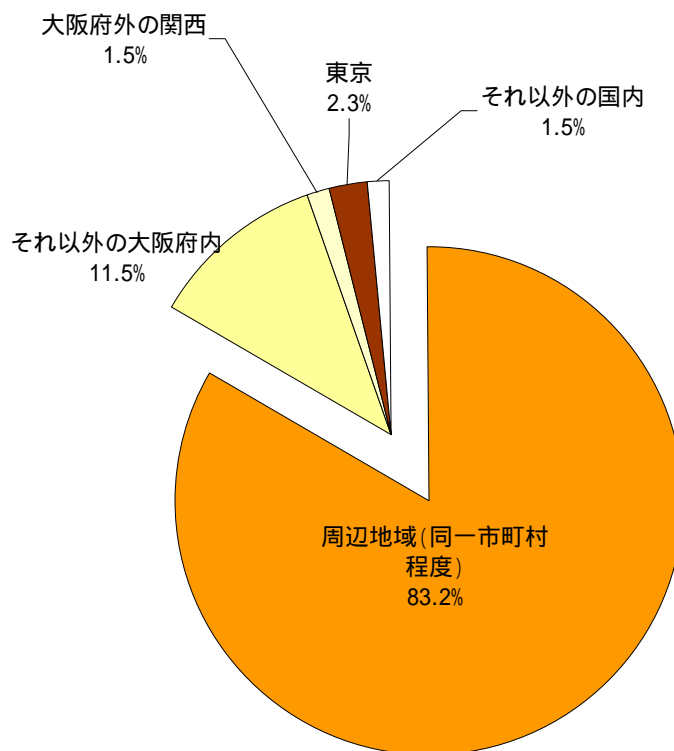
資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）

入居企業は、施設を拠点としながら様々な情報を収集しネットワークを形成しながら地域との関わりの中で事業展開を図っている。このことは、施設を卒業した後も地域にオフィスを構え事業活動を行うインセンティブへとつながる。実際に、施設を出た後に「周辺地域（同一市町村程度）」への立地を希望する企業の割合は 83.2%に達しており、「それ以外の大阪府内」を加えると 94.7%が大阪府内で事業活動を継続する意向を有している。

こういった結果は、インキュベーション施設の存在が地域の企業や新しい事業を生み育

て、産業の活性化や雇用創出等の効果を再び地域へ還元するという役割を期待できることを示している（図表 16）。

図表 16 施設を出たあとの立地場所



資料：大阪府立産業開発研究所『インキュベーション施設の活用に関する調査』（平成 15 年 12 月）。

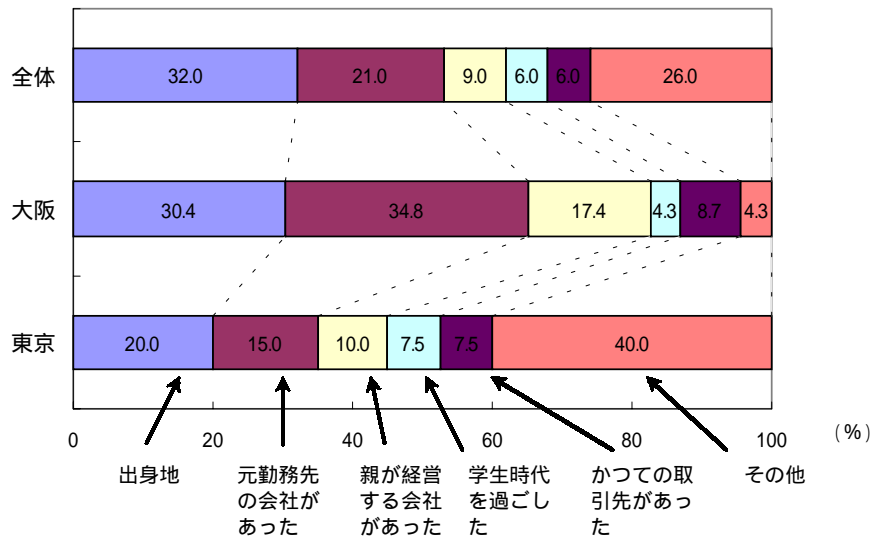
第4章 新規株式公開企業の成長軌跡

長引く景気低迷の環境下でも、急激に売上高や雇用従業者数を増加させている企業群がある。ジャスダック（店頭市場）やヘラクレス、東証マザーズといわれる新興市場に株式公開を実現した企業である。これら企業の存在は、このような時代にあっても市場ニーズを確実に捉え、それに的確に対応すれば、成長発展の可能性が十分存在していることを物語っている。これら企業は市場との緊密な関わりを有していることから、次世代の中核的役割を果たすものとしてさらなる飛躍が期待されている。また、こうした企業の誕生はそれが立地する地域において雇用創出効果や産業活動への波及効果を有している。売上げの急激な拡大はそこで働く従業員の雇用増につながり、地域経済の活性化に対する役割は極めて大きなものがある。

そこで、大阪がかつての活力ある都市として復活するためには、これらの成長企業を次世代を担う企業群として位置づけるとともに、新規に開業する企業の中からこうした株式公開企業が数多く誕生することが重要と考えられる。

創業段階における事業スタイルとしては、最初から市場規模が大きいことに着目してビジネスチャンスの潜在的な可能性を有する大都市部で勝負するケースと、自らの地縁・血縁のある地域で事業を立ち上げるケースの二つに大別することができるが、ビジネスは人と人とのコミュニケーションを基本として営まれることから、大阪の企業では、多くの人や企業とフェイス・トゥ・フェイスの関係を築きやすい地域で事業基盤を固めようとしている姿勢がうかがえる。はじめは小さな単位から事業をスタートさせており、周囲から得られる身近な協力や支援をもとに、切磋琢磨することで成長を果たしているといえよう(図表 17)。

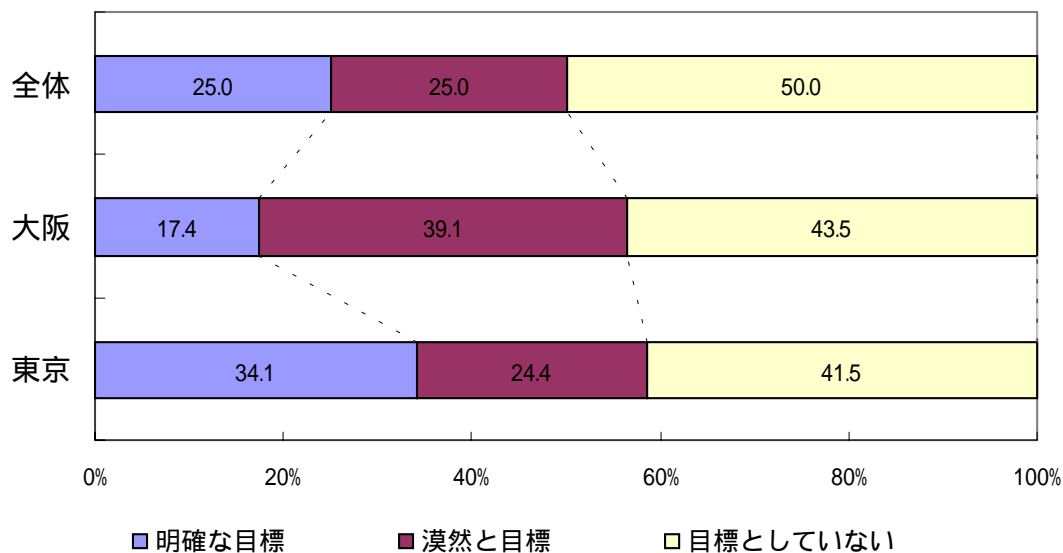
図表17 創業の地とその選択理由



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成15年11月）。

新規公開企業では、事業開始当初から株式公開を目標としていたわけではない。最近では、ヘラクレスや東証マザーズの創設により、従来に比べ株式公開基準が緩和され、会社設立当初から株式公開を意識する者も存在しているが、必ずしもすべての企業がそれに該当するわけではない。株式公開は事業展開の結果として達成されるものであり、しかもそのこと自体が目的ではないからである。事業の目的は、あくまでも提供する商品やサービスを通じての顧客の満足度を通じた社会への貢献にあり、株式公開はそうした事業展開を行っていく上での一つの通過点として考えられている(図表18)。

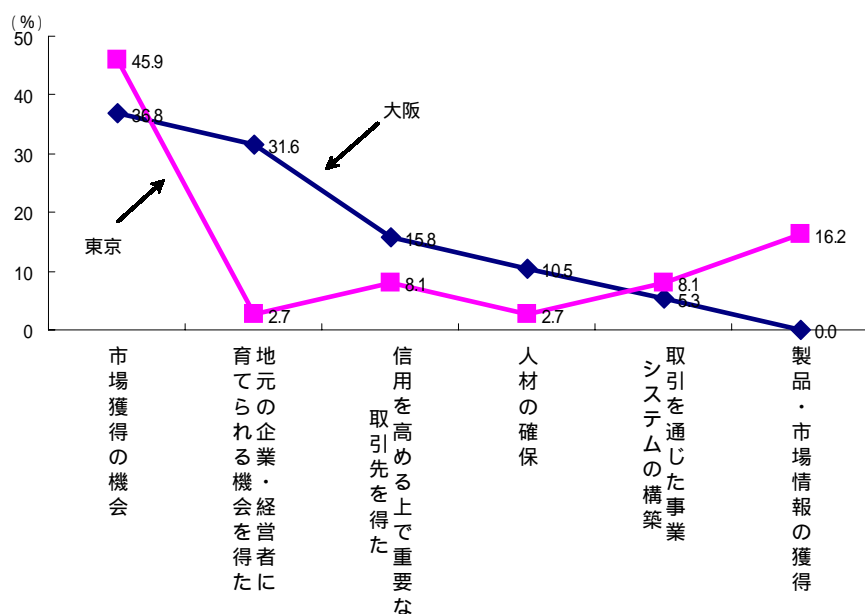
図表18 創業時における株式公開についての意識



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成 15 年 11 月）。

大阪、東京のいずれの地域においても、創業により得られた最も重要なメリットとしては、「市場獲得の機会」を指摘する企業がそれぞれ 36.8%、45.9%でトップを占めている。ビジネスを展開する以上、立地する地域には一定規模以上の顧客や人口の集中が必要となるようである。しかしながら、第 2 位以下の項目については、大阪と東京の企業では相違がみられ、大阪で創業した企業では、「地元の企業・経営者に育てられる機会を得た」が 31.6%、「信用を高める上で重要な取引先を得た」が 15.8%で上位を占めている。一方、東京では「製品・市場情報の獲得」が 16.2%、「信用を高める上で重要な取引先を得た」が 8.1%で続いている。このことは、大阪では地域との密接な関係の中で事業を拡大してきているといえるのに対し、東京では、市場の大きさそのものが創業のメリットとして捉えられていることを表しているといえよう（図表 19）。

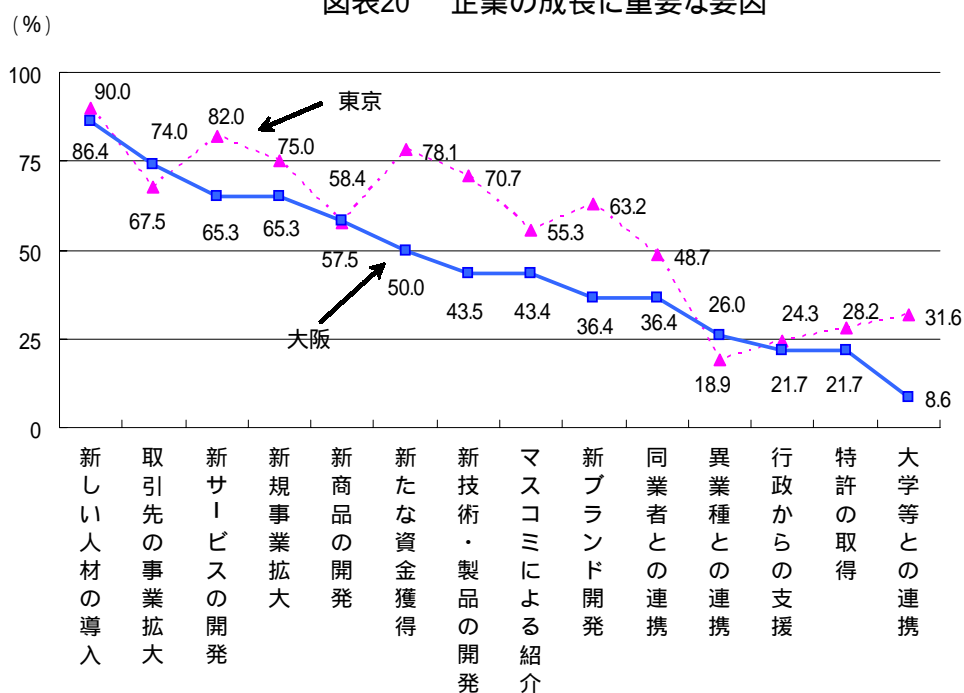
図表19 創業の地から得た最も重要なメリット



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成15年11月）。

企業の立地する地域に関係なく、「新しい人材の導入」「新規事業拡大」や「取引先の事業拡大」が重要と考えられている。また、東京に所在する企業では、「新サービスの開発」「新たな資金獲得」「新技術・製品の開発」「新ブランドの開発」といった、新しいものを誕生させる活動が重要視されている。このことは、東京は多くの人や企業が集中していることから商品やサービスの開発機会が多いことや、厳しい企業競争が繰り広げられているため、絶えず顧客のニーズに合った目新しいものが求められていることの現れであると考えられる。大阪の企業においても、「新しい人材の導入」や「取引先の事業拡大」の重要性を指摘するものが多いが、東京に対し、「異業種との連携」をあげる割合がやや高くなっている(図表20)。

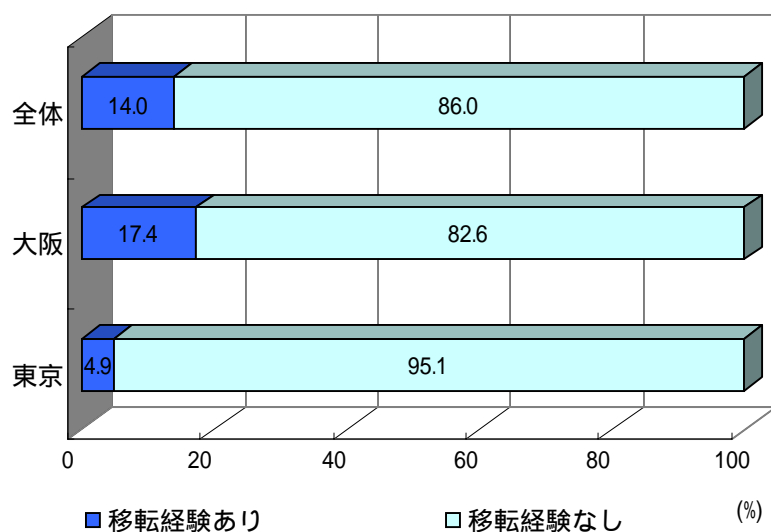
図表20 企業の成長に重要な要因



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成15年11月）。

株式公開企業では他の府県への移転経験を有する企業の割合は全体の14.0%となっている。大阪では事業及び企業の成長発展や経営効率性の向上という理由から、所在地を移転した企業が17.4%見受けられるが、大半の企業は創業の地にしっかりと根ざしてビジネスを展開していることが明らかになっている。このことは、東京という大きな市場を目指すことのみがビジネスではなく、大阪やその他の地域には、その地域に古くから伝わる商慣習や教えを踏まえ、自らが置かれている状況を冷静に判断しながら事業拡大を遂げていこうとする企業が存在すること、また、特徴を有する地域の企業と協力し合いながら新しい商品やサービスの開発に挑戦する企業が存在していることを表すものである（図表21）。

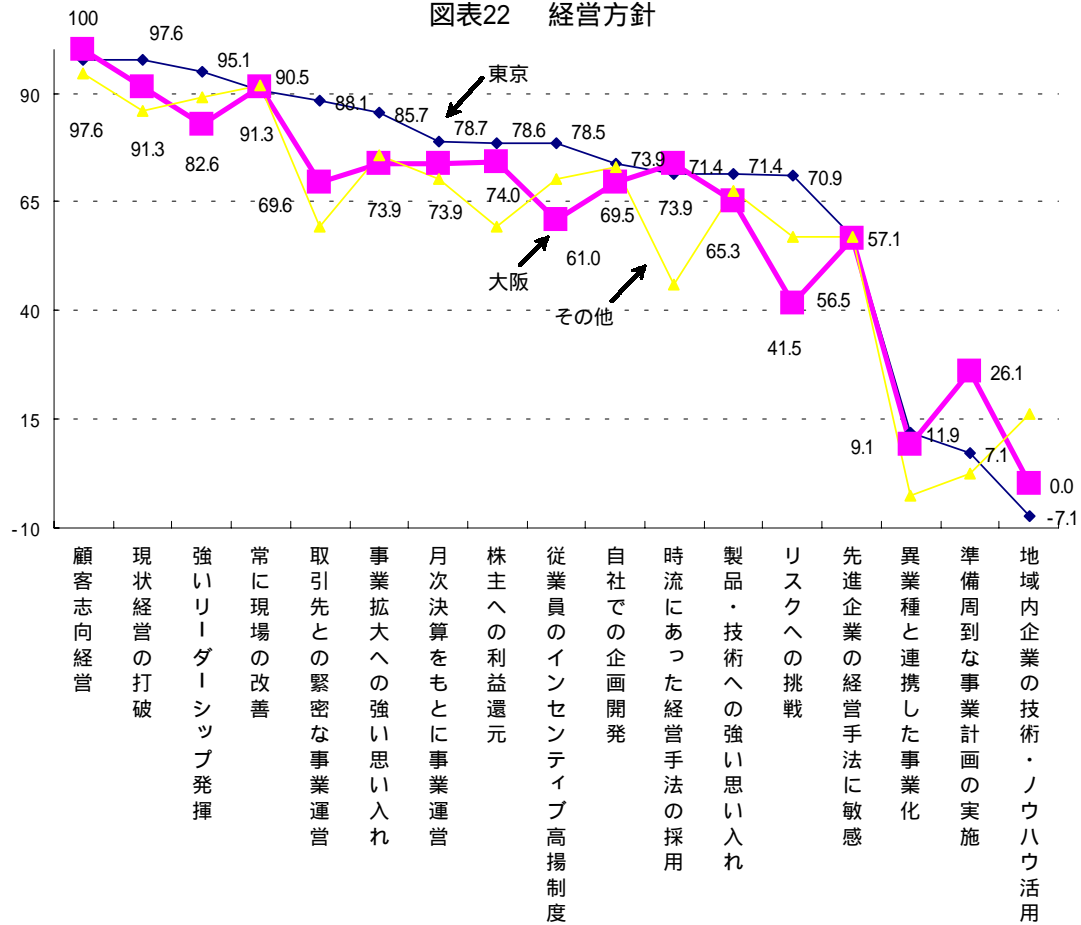
図表21 創業の地と移転経験の有無



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成15年11月）。

上場企業は市場での株式公開を維持していくため、絶えず経営革新を図りながら、新しいものを追い求めチャレンジする必要性に迫られているといえよう。しかし、上場した企業の経営者にとって、経営者として当り前のことをしているだけという声が良く聞かれた。企業とは社会の公器であって、社会を欺かず役に立つことをするのは当然であるとの認識があるようである。「顧客志向経営」の重要性や、「現状経営の打破」「常に現場の改善」という経営方針のもとで、今の状態に満足することなく常に進化を遂げようとする積極的な姿勢がうかがわれる（図表22）。

図表22 経営方針



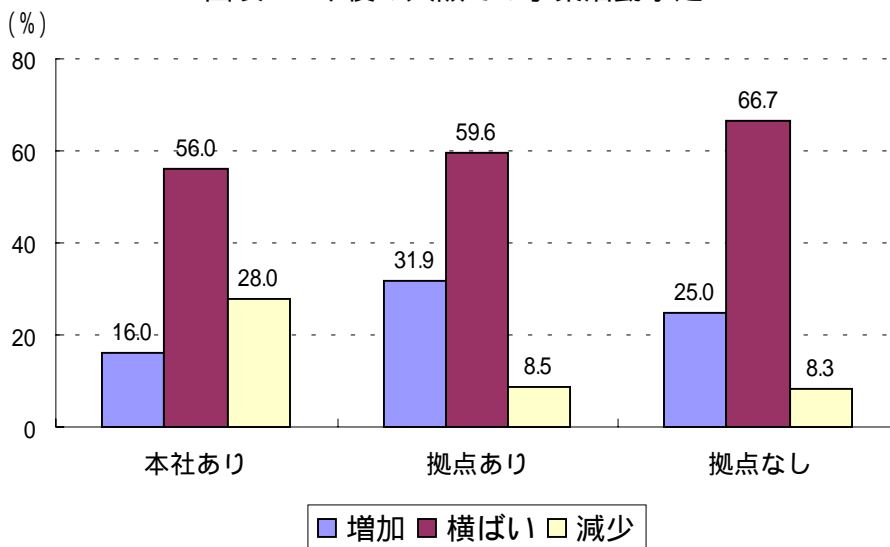
資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成15年11月）。

注）設問に対して「該当する」と回答した割合から、「該当しない」と回答した割合を差し引きした値。

第5章 活力ある産業都市・大阪をめざして

新規株式公開企業に対する調査では、東京やその他の地域に本社が所在し、大阪に拠点を持つ企業は大阪の成長発展の可能性を認識し、今後のビジネスを拡大していきたいという意向を持っており、大阪に拠点を持たない企業でも、同様の傾向がみられる。このことは、大阪産業の活性化は単に大阪に立地する企業だけでなく、府外や海外といった大阪以外の企業とともに成し遂げられる可能性があることを示しているといえよう（図表23）。

図表23 今後の大阪での事業活動予定



資料：大阪府立産業開発研究所『企業の発展と地域との関わりに関する調査』（平成 15 年 11 月）。

大阪で活躍、成長を遂げている企業家は、地域に存在する経営資源を独創的なアイデアによって、今流に活用することで、新しい製品やサービス、さらにはビジネスの仕組みを創り出しているという特徴を有している。このように、今求められているのは地域に存在する様々な資源を取捨選択し、自らのアイデアに基づき新しいものの創造に試行錯誤を繰り返す、いわば地域資源の編集能力を有する企業家である。このような進取の気性に富み編集作業に長けた企業家をリソース・エディターと呼ぶことにすれば、こうしたリソース・エディターの誕生が待たれているのである。

新しいものを創造するには、集積や商機能など地域に根ざしたビジネス・インフラが極めて重要であり、それが豊富な大阪こそ、創業や新事業を生み出す地としてふさわしいといえる。大阪府内のインキュベーション施設には、創業者だけでなく多種の企業が府内外から多く入居している。そういった都心部におけるオフィス環境を整備することで、新たな産業を生み出す素地ができよう。その際、かつて大阪が数多くの画期的な商品を誕生させてきた場所であったように、大阪を新しいものを創造する「インキュベーション都市」として位置づけることが重要となろう。

新しいものを創造するインキュベーション都市として大阪が取り組まなければならない課題は、第一に府外や海外から企業を誘致するとともに、専門的能力を有する人々を招聘し地域コミュニティを形成することである。第二は、各地域単位で優れた技術を有

する企業の実態を把握し、それらへのアクセスが比較的容易にできるような環境整備をインキュベーション施設が中心となって行い、ビジネスにつながるマッチング促進を行うことである。第三は、新しいものの誕生に対する需要創出の一翼を公的セクターが担うことである。政府や自治体が調達する資材の一定割合を、新しい技術をもとに製品化にチャレンジした企業から調達するような制度づくりを行うことが必要である。第四の課題は、空きオフィスや歴史的な建築物などを活用した場づくりである。空きオフィスをインキュベーション施設に活用するなど、遊休施設を積極的に新しい産業創出の場として活用することである。

新しい商品やサービスを次々と誕生させてきた大阪が有する産業のダイナミズムを活性化させるには、地域の資源を活用することで大きく成長発展した企業の経営ノウハウや技術を、あとに続く企業の成長を促す手立て・枠組みとして、直接・間接的に利用できるように用意し、彼らの事業化リスクの低減や参入コストの引き下げに貢献させることが必要である。こうしたフィードバック・システムが、地域内から新たな商品・サービスや技術を有する企業の誕生を促し、地域内企業間での相互の取引による補完的な役割が果たされることで、地域の経済活動が活性化される。

今、大阪では、かつてのように賑わいのある都市に復活させようとするボランティア精神に満ちた経営者たちが出現し、次世代の大阪や関西の経済を担っていく後進の育成に乗り出す動きが本格化している。「関西を元気にする会」という組織では、株式公開を実現した経営者たちが中心となって、今後の大阪、関西の経済の一翼を担っていく企業家を育成するという目標が掲げられている。大阪、関西の復活を図るには、企業経営者が責任と自覚を持って経営に望むことが必要であることを唱え、企業としての社会的責任を果たすためにも株式公開を目指した活動が行われている。株式公開を達成した成功体験を有する経営者が講師となって後進を支援するという試みは、今後の大阪経済の一翼を担い得る活力あふれる経営人材の育成につながることから、更なる発展が期待される。

今回の調査では、大阪には社会のために役立つ事業を考え、進取の気性を持った企業家精神が脈々と引き継がれていることが確認された。さらには、地域では一体となって新しい企業の誕生や産業の育成にも取り組み始められている。大阪の企業家たちは、地域に存在する様々な資源を活用しながら新しいものを創造し続けており、こうした動きは、大阪が活力ある都市として復活するためのポテンシャルを有していることを示すものであ

る。また、大阪は事業を興したいという人は誰でも、新しいものを生み出す土壌を活用し、成功のチャンスをつかむことができる魅力ある町というイメージを、広く内外に訴えかけていくことも重要となろう。