

平成 20 年度広域ブロック自立施策等推進調査

「健康文化産業の成長支援等による高齢者等が
健康に暮らせる生活圏形成にかかる調査」

～健康文化産業のイノベーション創造に向けたマッチングとフォローアップ～

報告書

平成 21 年 3 月

経済産業省 近畿経済産業局

－ 目次 －

はじめに	1
(1) 調査の目的.....	1
(2) 調査内容.....	1
(3) 調査のスケジュール.....	2
調査結果(要約版)	3
本編	4
第1章 マッチング会開催内容	4
1. マッチング会全体.....	4
(1) タイトル.....	4
(2) 主催・共催.....	4
(3) 開催日時.....	4
(4) 開催場所.....	4
(5) 出展者の概要.....	4
(6) マッチング会の会場構成.....	7
(7) マッチング会の広報と来場者数.....	9
(8) プログラム.....	9
2. B to B マッチング会.....	11
(1) 開催目的.....	11
(2) 発表者の概要とプログラム.....	11
3. B to B to C マッチング会.....	12
(1) 開催目的.....	12
(2) 発表者の概要とプログラム.....	12
(3) BtoBtoC マッチング会 参加機関の構成.....	13
第2章 本マッチング会の出展者に対する評価	14
(1) 来場者アンケート結果.....	14
(2) B to B マッチング会アンケート.....	14
(3) B to B to C マッチング会アンケート.....	15

第3章 本マッチング会に対する来場者・出展者の評価	16
(1) 来場者の本マッチング会に対する評価(来場者アンケートの結果)	16
(2) 出展者の本マッチング会に対する評価(出展者アンケートの結果)	24
第4章 本調査の今後のフォローアップ	34
(1) 出展者評価の出展者へのフィードバック	34
(2) 異業種連携の芽が出ている事例のアフターフォロー (予定)	34
第5章 本調査結果を踏まえた今後の方向性について	35
(1) 健康文化産業に発展しうる異業種連携促進のためのより戦略的なシナリオづくり	35
(2) 十分な準備期間の確保	35
(3) その他	35
参考資料	36
1. 出展参加の案内	36
2. 出展申込書	40
3. 出展の手引き	42
4. 案内はがき	56
5. 案内チラシ	57
6. アンケート	59
(1) 来場者アンケート	59
(2) 出展者アンケート	63
(3) BtoB マッチング会 アンケート	65
(4) BtoBtoC マッチング会アンケート	67

はじめに

(1) 調査の目的

① 背景

少子高齢化が進展する中、関西は、三大都市圏の中で最も早い高齢化が見込まれており、高齢者等が健康に暮らせる社会を実現することが急務となっている。

こうした中で、健康にかかる産業の担う役割は大きいものと考えられ、当該分野では「運動」「栄養」「メンタルサポート」等の分野が連携した健康プログラムが産官学連携のもと取り組まれるなど、健康社会形成のための関心が大きくなっている。関西は医療、ものづくり分野における先進的技術の集積があると同時に、スポーツ、食等の健康文化産業に高いポテンシャルを有している。こうした強みを十分に活かし、健康と医療、スポーツ、食、デザイン、ファッション、観光、アミューズメント等を融合させ、高齢者等のニーズに対応した健康文化産業の振興及び生活空間の整備が必要とされている。

また、経済産業省においても、健康サービス産業の推進や「人的資本」の基礎となる「健康資本」の増進をはじめ、企業や社会における健康経営、健康増進に向けた新たな取り組みについて検討しているところである。

② 課題

健康文化産業の底上げのためには、異業種連携によるイノベーションの創造を契機とした新たな市場創出と需要拡大、安全・安心の確保、健康水準向上に寄与するエビデンス不足をはじめとした情報発信の不足など、高齢者等が安心・安全に暮らしていくための生活環境の向上に対しては課題が山積している。

③ 健康文化産業にかかる異業種連携推進の必要性

健康文化産業の「見える化」の推進及び新たなビジネスモデルを生み出すためには、健康文化産業を担う企業が異業種間で連携するためのソリューション提案の場や、健康文化産業を担う企業の取り組みが消費者の目に直接触れるような場の提供が必要とされている。

(2) 調査内容

平成20年度広域ブロック自立施策等推進調査「健康文化産業の成長支援等による高齢者等が健康に暮らせる生活圏形成にかかる調査」～健康文化産業の「見える化」に向けての産業振興アプローチ～において開催するフォーラムと下記 i) 及び ii) のマッチング会を同時開催し、その成果について検証する。

i) 健康文化産業における B to B マッチング会

健康文化産業における異業種企業が Win-Win の関係を構築するための B to B マッチング会を開催する。

ii) 健康文化産業における B to B to C マッチング会

健康文化産業における企業の B to B to C 向け商品・サービスに対して、健康保険組合、企業福利厚生担当者、医療機関、宿泊施設等の購入者が評価を行い、商品・サービスの改良のきっかけに繋げてもらうとともに、両社のマッチングのきっかけとする。

iii) 健康文化産業マッチング会における成果事例の検証

i) 及び ii) のマッチング会において、マッチングの可能性が生まれた事例等に対して成果事例調査を実施し、課題等の分析・整理を行う。

(3) 調査のスケジュール

調査のスケジュールは次表のとおりである。

図表 0-1 調査のスケジュール

事業	作業内容	2009年		
		1月	2月	3月
1. マッチング会全体	企画	企画		
	出展者募集・確定		募集	選定
	会場準備	★会場決定		会場準備
	広報			★案内はがき配布 ★案内チラシ配布 メルマガ送信 HP広報
2. BtoBマッチング会	企画	企画		
	発表者募集・確定		募集・確定	
	準備・調整			準備
3. BtoBtoCマッチング会	企画	企画		
	発表者募集・確定		募集・確定	
	準備調整			準備
	審査委員		打診・確定	
4. 成果事例の検証	出展者アンケート			★案内チラシ配布
	アフターフォロー			
5. 報告書	報告書作成			報告書作成

3月27日

3月16日
マッチング会開催

平成20年度「健康文化産業の成長支援等による高齢者等が健康に暮らせる生活圏形成にかかる調査」
 ～健康文化産業のイノベーション創造に向けたマッチングとフォローアップ～ 調査結果(要約版)

テーマ 「健康文化産業」の創造・連携展
 ～健康を楽しむ、一步先のスマートライフ！～

目的:健康文化産業の見える化の推進及び新たなビジネスモデルを生み出すため、健康をテーマとした多様な連携を創出する。

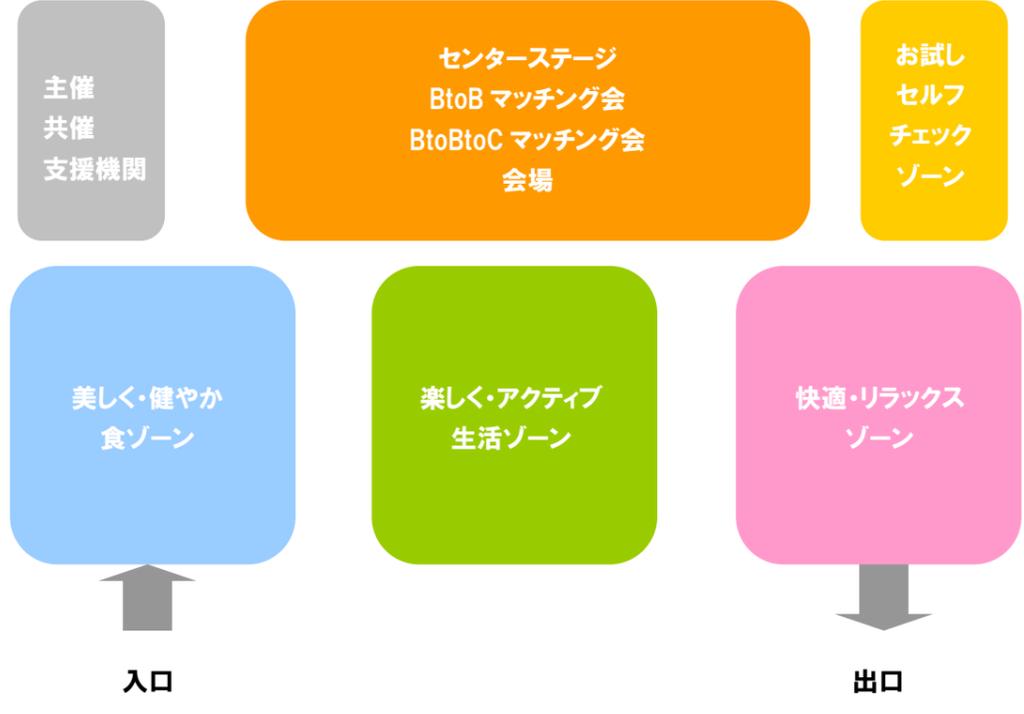
開催日:平成21年3月16日(月)
開催時間:12:15～17:30

主催:近畿経済産業局
共催:(財)大阪市都市型産業振興センター

施設名称:マイドームおおさか
会場:3階展示場E

【開催結果】
出展者:44者
来場者:325名

会場構成



主なプログラム

BtoB マッチング会

開催目的:健康文化産業における異業種企業の連携促進
内容:出展者9社から1社10分程度で、自社商品・サービスのプレゼンテーション企画を行ってもらった。

BtoBtoC マッチング会

開催目的:BtoBtoC 向け商品・サービスのマッチング及び商品・サービスの改良
内容:出展者14社から1社5分程度で、自社商品・サービスのプレゼンテーション企画を行ってもらった。プレゼンテーションに対して参加機関から各発表者に対してアドバイスをを行った。

本マッチング会に対する評価

来場者の評価

開催の意義:開催の意義を感じるという回答の割合が約7割。
BtoB マッチング会への評価:良かったとする回答の割合が約5割。
BtoBtoC マッチング会への評価:良かったとする回答の割合が約5割。
商談の成立状況:商談の約束をしたとする回答の割合が16.5%。

出展者の評価

開催の意義:開催の意義を感じるという回答の割合が96.5%。
出展の満足度:満足とする回答の割合が約5割。
BtoB マッチング会への評価:良かったとする回答の割合が約1割。
BtoBtoC マッチング会への評価:良かったとする回答の割合が25.0%。

本調査の今後のフォローアップ

- 出展者評価の出展者へのフィードバック
 ⇒「来場者アンケート」、「BtoB マッチング会アンケート」、「BtoBtoC マッチング会アンケート」の出展企業に対する評価を出展者にフィードバック
- 異業種連携の芽が出つつある事例のアフターフォロー
 ⇒本マッチング会をきっかけに連携の芽が出つつある事例を産創館等とともにフォロー

調査結果を踏まえた今後の方向性

- 健康文化産業に発展しうる異業種連携促進のためのより戦略的なシナリオづくり
 ⇒出展前からの連携の相談の実施等
- 十分な準備期間の確保
 ⇒十分な時間をかけ、企画の質の向上、ポテンシャルの高い出展者の発掘、集客力の向上を図る必要がある