

06 関西チャレンジ②「強みを活用」

- A 関西の強みを活用・応用し、時代が求める新たな価値を創出
- B 関西が誇る技術、プロダクトを、より多く、より広く、より深く提供

2 現状維持を超え、高付加価値化（新展開、深化）による持続的成長

- ◆ 世の中の急激な変化にチャンスを見出し、また、変化の中で多様化するニーズを把握
- ◆ 関西の強みやポテンシャルを活かした新たな展開にチャレンジし、これまでにない価値を提案・提供
- ◆ 関西の強みやポテンシャルを研ぎ澄まし、より浸透を図ることで持続的成長を実現

A 関西の強みを活用・応用し、時代が求める新たな価値を創出

【取組アイデア】

- ✓ 現時点で確立しているポジションに甘んじることなく、強みを活かして、複雑・多様化する社会課題解決に貢献
- ✓ 域内の様々なプレイヤーの特長・強みの掛け合わせにより、これまでにない価値提供を迅速に実現（持続的成長）

● 社会課題の解決に貢献する新たな価値創造

- ・ 複雑化する課題解決をめざし、多様なプレイヤーとの交流・協業
- ・ それぞれの強みの掛け合わせによる関西発のイノベーション創出
- ・ イノベーション創出を支える産学官民のネットワーク
- ・ 業界一丸となつての構造転換（環境負荷低減）
- ・ 既存産業の事業継承の機をとらえた方針転換（第二創業）
など

● 多様なニーズに対応した新たな価値の提供

- ・ 各地の伝統産業・地場産業の特長、強みを極限化、差別化
- ・ それぞれ魅力ある地域の産品を、組み合わせる新たなライフスタイル等を提案
- ・ これまで接点のない顧客等にも訴求するデザイン性向上による価値提案
- ・ デジタル活用でこれまでにない価値を提供（データ活用によるパーソナライズ等）
など

● 域内リソースの有効活用による、時代の変化のスピードに対応した迅速なチャレンジ

- ・ 工業系公設試験研究機関の専門性、ノウハウ等の域内最適化（相互補完、共同化）
- ・ 域内の工業系公設試験研究機関、大学、企業等の連携によるイノベーション（得意分野の持ち寄り）
- ・ 実証フィールドを活用した、最新の研究や知見に基づくエビデンスの確立（信頼性向上、新たな価値提供）
- ・ 農林水産分野の生産活動に、域内の多様なプレイヤーとの連携による、加工や販売、体験型観光など、付加価値を高める6次産業化 など

06 関西チャレンジ②「強みを活用」

- A 関西の強みを活用・応用し、時代が求める新たな価値を創出
- B 関西が誇る技術、プロダクトを、より多く、より広く、より深く提供

2 現状維持を超え、高付加価値化（新展開、深化）による持続的成長

- ◆ 世の中の急激な変化にチャンスを見出し、また、変化の中で多様化するニーズを把握
- ◆ 関西の強みやポテンシャルを活かした新たな展開にチャレンジし、これまでにない価値を提案・提供
- ◆ 関西の強みやポテンシャルを研ぎ澄まし、より浸透を図ることで持続的成長を実現

B 関西が誇る技術、プロダクトを、より多く、より広く、より深く提供

【取組アイデア】

- ✓ 「技術・プロダクトありき」ではなく、それを使って、課題解決や欲求充足したいユーザーの多様なニーズに対応
- ✓ ユーザーとの関係を再定義する中で、創意工夫を凝らし、関西の技術、プロダクトによる新たな価値提供

● デジタル活用による生産性の向上

<生産拡大、安定供給、在庫管理>

- ・ 生産工程の自動化・省人化
- ・ サプライチェーンの最適化、物流効率化
- ・ 需要予測の高度化、生産計画の最適化
- ・ 顧客ニーズの把握、分析による商品・サービス開発 など

● 新市場開拓、新顧客獲得

- ・ 固定観念にとらわれない既存製品、商品、サービスの新たな用途開発、価値創造（イノベーション、コラボレーション）
- ・ 顧客範囲の拡張（潜在ニーズの発掘）
- ・ 地理的拡大（展開していないエリア、地域、国等への進出）
- ・ 空間・時間的拡大（デジタル活用、EC、仮想空間等への進出、リアルとデジタルのハイブリッドな体験の提供） など

● ニーズの多様化等への対応 <殻破りの視点・着想>

- ・ 非所有（状況に応じた利用）：ユーザー本位のサービス化
- ・ カスタマイズ（パーソナライズ）：ユーザー起点のサービス化
- ・ 希少性（付加価値の向上）：産地限定、厳選素材、名工の逸品、会員限定、期間限定 など

● プロモーション強化

- ・ 製品、商品、サービスの強みの深堀り、明確化（訴求効果の最大化）
- ・ コアユーザーとの緊密なコミュニケーション（ロイヤリティ向上、ファン化、インフルエンサー化） など