

イノベーションを考える

高島 利尚

TMI主宰(中小企業診断士、ITコーディネータ)

日本工業大学大学院技術経営研究科客員教授、地域活性化伝道師

寒川町地域経済コンシェルジュ

toshi-takashima@jcom.zaq.ne.jp

イノベーションとは

環境変化に適応して、新たな価値を創出すること

シュンペーター: 価値の創出方法を変革して、その領域に革命をもたらすこと

中小企業の活性化の考え方

中小企業が、環境変化に適応し、活力のある経営を持続的に行えるようにすること。

そのためには、ターゲットとする顧客価値を満足する商品・サービスを提供し続けられることが求められる。

経営資源に制約の多い中小企業は、よい企業との対話、ときには連携が求められる。

(「イノベーションの創出は、対話から生まれる。」と言われている)

デジタルディスラプション

デジタルディスラプション: デジタル技術がもたらす破壊的イノベーション。グローバルな競争の中で、競合する新たなビジネスモデルにより既存ビジネスが破壊される

**事例: フィルム、メール、電話、書籍など
今起きつつある EV化 など**

**書店数は、この20
年間で約半分?
10年間で3割減**

経営環境は、変化している。

昨今のコロナ禍、ウクライナ紛争など

デジタル化の進展(スマホ、5Gなど)

地球環境(SDGs対応 など)

法改正(働き方改革、インボイス・電帳法など)

半導体不足、エネルギー問題、物価高騰、…………

**経営資源が少ない中小企業において、
経営資源の不足を補うための「企業間連携」が求められる**

(ミラサポplus <https://mirasapo-plus.go.jp/hint/19429/>)

異業種とのコラボで、自社商品の付加価値を高める

自社の商品・サービスに新たな価値をプラスし、競争力を高める
福岡県福岡市の料理教室では、宮城県の水産加工会社と連携し、「お魚販売＋
(オンライン)料理レッスン」という新しいスタイルの講座を開講

連携により、エンドユーザー向け製品を開発

新潟県上越市の金属加工メーカーはメッキ処理技術を強みに事業を展開してた。
地域のチタン製造企業・市内加工業者・デザイン会社と連携し、自社の表面処理
技術を活かしたカラフルなチタン製文房具を開発

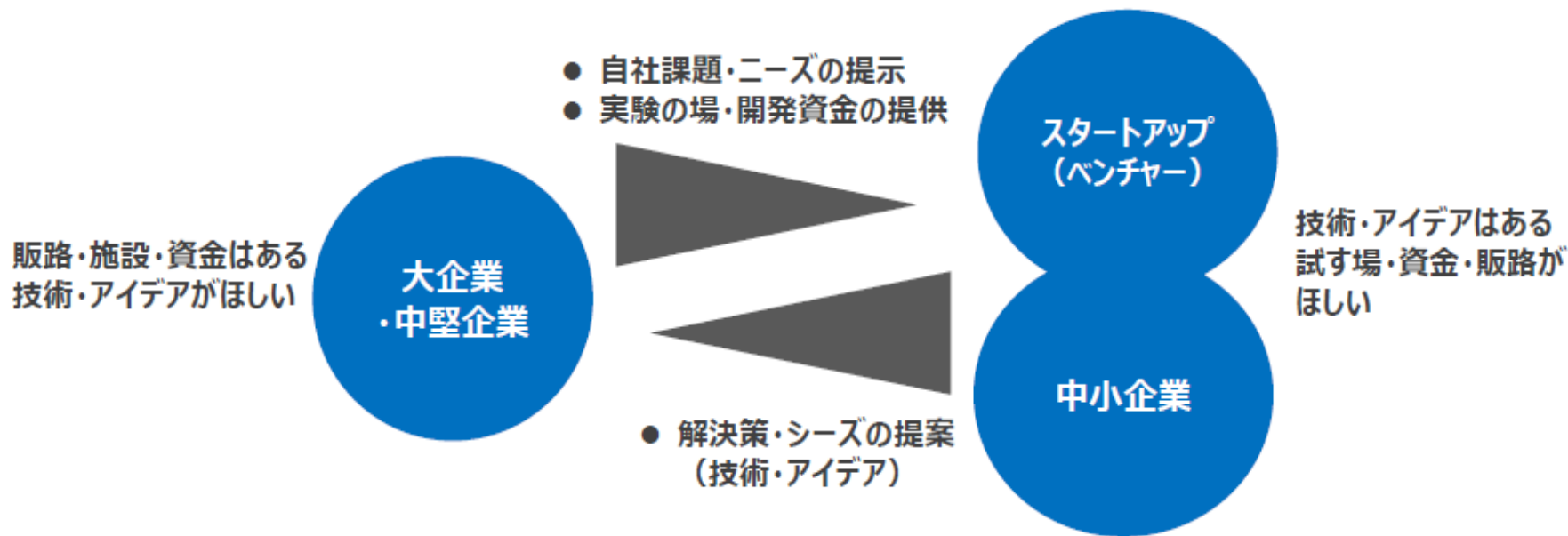
同業種が連携し、経営効率化と販売力強化を図る

地域課題の解決につながるビジネスモデルを創出

企業間連携をすすめるために

**お互いの強みを持ちよることで新しい付加価値を生み出したり、経
営資源を共有化すること……**

オープンイノベーションとは？



意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やす手段

オープンイノベーションの定義

オープンイノベーションとは、組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、その結果組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすことである。

(Henry W. Chesbrough教授(ハーバード大学院) 2003年)

図表 1-3 オープンイノベーションの要件と日本の成功要件

オープンイノベーションの要件	日本が成功するための要件
外部資源の評価と内部資源との統合	産学間、異業種間、大企業とスタートアップ間の連携強化
企業の方針と戦略の明確化	リスクをとれるスタートアップ企業の重要性の認識
外部人材とのネットワーク	人材の流動化、キャリアパスの多様化、起業家教育、グローバル人材育成

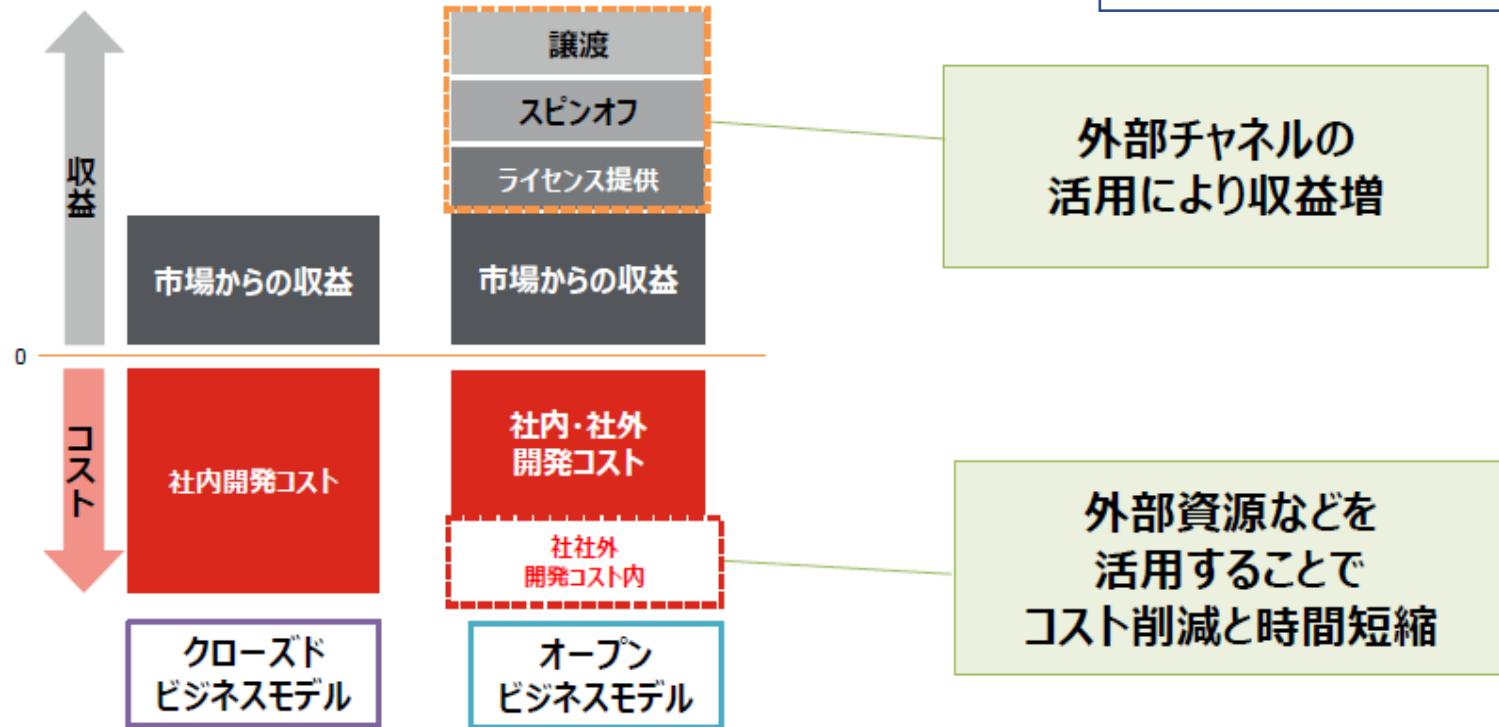
出所： US-Asia Technology Management Center資料9

オープンイノベーションのメリットは？

- ① 外部資源を活用することにより、**研究開発コストの低減**と**製品開発期間の短縮**を実現。
- ② 内部の研究開発を外部のチャネルの活用によって拡散することで、**収益増**に繋げることが可能に。

チェスブロウのオープンビジネスモデル

2003年に提唱した



オープンイノベーションに関する生声

大手企業

- 共同研究は時間がかかる。短期間で成果がでるのはビジネスマッチング。売上げの軸になったO Iは10年かかった。O Iを回す人材が必要。お金より人の問題が重要。
- ピンポイントでシーズを求めているため、技術内容のすり合わせが難しく、成約が少ない。一方で、シーズを網羅的に把握できる関東経済産業局ネットワークはありがたい。
- O Iは、感度の高い人材がポイント。そういう人材支援や仕組みを促してほしい。
• ニーズ企業側にも、スタートアップや中小企業を受け入れる土壌（風土）が必要。
- ベンチャーとの連携には、時間と資金が必要。連携補助金などあれば嬉しい。
- 大学は短期間で契約に持って行こうとするが、ある程度の成果がでないとビジネスの方向性は決められない。

- 自社が有する技術が既存事業分野（既存サプライチェーン等の取引先）以外のどの分野に役立つのかわからない。
- 他社との商談の中で、自社の独自技術やノウハウが盗まれてしまわないか不安。

中小企業

スタートアップ

- 大手企業は定期的な人事異動が行われるため、外部リソース活用のノウハウが定着しづらく、担当者のスキルと熱量によって大きく左右。
- スピード感のある中堅・中小企業との連携にも関心はあるが、接点がない。

オープンイノベーション事例

HILLTOP株式会社（京都府宇治市）

アルミ切削加工

（機械加工事業、表面処理事業、装置開発事業）

試作品製造を、よりスピーディーに低コストで行うことを目的
試作に特化したソリューション提供サービスを専門とする「京
都試作ネット」が2001年に京都で組成（2006年から5年2代目代表）
HILLTOP System(生産管理システム) 自動化
試作ビジネスを世界に！

すべて無人・24時間稼働
どのような工具を使っているか(データ取り)
現場中心からオフィス中心へ

出典：オープンイノベーション白書 第三版

https://www.joic.jp/joic_members/open_innovation_hakusyo

(参考)

図表1-26 イノベーション創出にあたり、組織や推進者が考えるべき視点(p46)
製品・サービスがイノベーションかの視点、イノベーションとなる例、イノベーショ
ンになりきれない例

中小企業支援のポイント

- ①支援対象企業の強みの顕在化(見える化)
何がコアコンピタンスか？ **ここを強調**
(広く知ってもらう)
- ②数年後のターゲット市場(得意先)に向けて、「提供する価値」の明確化
顧客に喜んでもらえるポイントをみえるように示す。
- ③事業の「ありたい姿」の明確化
ターゲットとする事業領域において、環境変化を想定してのビジネスモデルを描く
- ④事業計画実現に向けての実行計画のフォロー
(現状の対処に囚われがち)
常に繰り返し確認しながら、その実現に向けての課題設定とタイミングよく実績を確認していく。



10年先の会社を考えよう 経営戦略マップ

β版



次の一手を考える 経営の磨き上げ

業種、目的、条件を選択すると、あなたに合ったサービスが見つかります。

未来予想図を描く

会社の未来へ進むために、10年先の姿をイメージしよう。