

■ 今月のメッセージ(平成21年12月)

日本銀行富山事務所長
水上 誠一

先日、ある経済講演会を聴講したところ、中小企業のこれからのキーワードとして、「つなぐ」こと、また、テレビの経済番組では、「オープン・イノベーション」(自社の技術を公開し、他社の技術と有機的に結合させて、価値を創造すること)が話題となっていました。

これらは、言葉自体は新しいものではありませんが、昨今の経済情勢が状況を後押ししている面は否めないでしょう。自社技術の流出というリスクはありますが、自社技術だけで時代の要請に答えられないのであれば、宝の持ち腐れです。貴重な技術のムダを出さないという意味で、エコな技術開発手法と言えるかもしれません。また、中小企業にとっては、全く予想もしなかった大企業や海外企業との結び付きができるチャンスもあるということで、積極的に対応していくべきではないでしょうか。

オープン・イノベーションにあたっては、次のような自社の問題点の整理・工夫が必要とされています。

- ①自社の重要な技術課題について、「自社で自力で行うもの」「既存の取引先と共同して行うもの」「自社技術と融合すべき新しい技術を広く求めるもの」の3つに区分し、技術公開のメリット・デメリットを十分検討する。
- ②自社内で、「予定通り進捗していない」「社内のスキルが不足している」などの理由で進んでいない技術的課題を放置せず、専担部署に吸い上げて、技術公開について検討する。

また、具体的なオープンの方法としては、各種団体が開催する異業種交流会・産官学金の交流会(富山でも先日開催されました)等への参加に効果がありますが、次のようなインターネットの活用もお勧めです。

- ① “@engineer” (日本の製造業とものづくりに携わるエンジニアのためのポータルサイト)
— 国内の最新技術や市場動向が閲覧できるほか、「賢人たちの技術交流広場」というコミュニティでエンジニア達が技術相談や自由な技術論議ができる環境もあり、こうした情報やエンジニアの出会いをきっかけに、企業同士の出会いに発展するチャンスもあると思います。
- ②自社の技術を紹介する1分ビデオを作成し、YouTubeに投稿 (NHKで紹介された)
— ベンチャーの組織化にも積極的な大阪の映像会社が、1本15万円程度で1分間ビデオを作成し、YouTubeに投稿するというもので、これを見て、国内の大手企業や海外企業からの問い合わせが次々に舞い込んだということです。YouTubeとは意外な感じがしますが、「企業CM」で検索すると、約2千件がヒットしますので、既に利用が進んでいるのですね。

現在の不況の「出口」におけるビジネスの世界は、「入口」の時の様相とは相当違ったものになりそうです。「まだ来ない」需要は「もう来ない」需要かもしれません。昔の不況対策とは違った新たな視点での踏み出しが必要なきときではないでしょうか。