

仲介者を用いた企業間の 共同開発の促進策

高 橋 信 弘
(大阪市立大学)
(商学部准教授)



世界的不況と円高、そして日本経済の先行き不安の影響を受けて、工場の海外移転が進むとともに、製品や部品の輸入が増加する傾向にある。こうした中で、国内で部品等を生産する企業は、納入先企業との値段交渉の際に、納入価格を下げざるを得ない。なぜなら、納入先企業から、この値段でできないなら国内発注をやめて輸入部品に切り替えられると、さらに交渉することが難しいからである。

そのため、中小企業が生き残るための最も有効な方法の一つは、独自製品を開発して下請けから脱することである。だが、限られた資金力と人材のもとで、独自製品の開発は容易ではない。そこで多くの中小企業が、他社との共同開発によって新製品を作れないかと考えている。また大企業も、製品サイクルの短縮化に対処するために、他社の技術を利用して短期間で製品を開発したいと考えている。

さらに、政府や経済団体等も、企業間の共同開発を促進しようとしている。経済産業省は2001年より産業クラスター計画を実施し、企業向けのセミナー、交流会、マッチング会などを開いている。また地方自治体、商工会議所なども大企業と中小企業の交流会やマッチング会を行っている。ところが、それらの取り組みを通じて共同開発が実現する例は多くない。

この事実が示すように、共同開発を促進するためには、交流会やマッチング会を開いて企業間の出会いの場を作るだけでは不十分なのである。他の企業が持っていない独自の優れた技術シーズ（技術の種、つまり、将来何かに役立つだろう技術）を持つ企業と、まさにその技術シーズを生かせる技術ニーズを持つ企業が出会うしくみが必要である。

そこで本稿は、共同開発の促進策として、大阪ですでに実践され成果を上げている3つの方法を取り上げる。これらの方法は政府や非営利組織によって運営されており、企業はマッチング活動に無料で参加する。よって多くの企業が参加できるため、これらの方法の事務局では、企業の技術シーズ・ニーズに関するデータの蓄積が進む。また、これらの方法は仲介者を使う。仲介者は、技術シーズ・ニーズを集めるとともに、そのマッチングを行う。多数の技術データが蓄積されることで、適切なパートナーを見つけやすくなる。

第一の方法は、ベテラン技術者集団が仲介者となるマッチングである。大阪市の外郭団体が運営する大阪産業創造館は、大阪市内の中小企業のマッチングを促進している。この取り

組みでは、ものづくりに関する高度な技術知識を持ち、人脈と経験豊かな大手企業の技術系OB約50人が、マッチングナビゲーターという肩書きで、中小ものづくり企業を訪問しヒアリングを行う。そして、ヒアリングから得られた技術シーズ・ニーズなどの情報を、毎月開かれるナビゲーター全員参加の会議で報告する。そこから、各ナビゲーターがその知識や人脈を生かして、製品の受発注や共同開発などのパートナー企業を見つけるというものである。ナビゲーターが訪問した企業同士がパートナーとなることもあり、また、ナビゲーターの人脈を通じて大手企業がパートナーとなることもある。

ナビゲーターの殆どは、大手企業の技術部長などを経て退職した、50代後半から60代前半の人達である。彼らは、ある技術分野の深い知識と、大手企業との太い人脈を持つ。こうした人達が集団となることで、仲介者として大きな力を発揮しているのである。

第二の方法は、技術ニーズの公開によるマッチングである。先述の大阪産業創造館は、大企業のマッチングも促進している。この取り組みでは、大企業が技術ニーズを公開して、そのニーズを満たす技術を持つ中小企業を公募する。当初はあまり実績が上がらなかったものの、応募する中小企業の提出する資料を大阪産業創造館が事前に審査して助言することにより、マッチング数が増加している。つまり、大阪産業創造館が仲介者となり、アドバイスを与えることで、マッチングが進むようになった。

また大阪商工会議所も、全国の医療関係者・研究者の医療・研究現場のニーズを公開し、製品化のための提携先を募集するフォーラムを開催している。この取り組みにおいても、当初はそれほど実績が上がらなかったが、事務局とコーディネーターが技術ニーズを事前に調整し、また応募する企業の技術シーズを把握することで、参加企業数やマッチング数が増加している。異業種からの参入も多く、自動車用ワイヤメーカーが内視鏡用ワイヤを製作することになったという事例もある。

第三の方法は、特定分野に関する施設によるマッチングである。JR大阪駅近くに、ロボットラボラトリーという場所がある。これは大阪市の外郭団体が運営する施設で、ロボットに関する相談、会合、講演会、技術シーズ発表会、パーティなどに利用できる。

ロボットラボラトリーでは、その事務局だけでなく、この場所自体が、仲介者の役割を果たしていると見なすことが出来る。その理由は、第一に、そこに集まる人々の技術シーズ・ニーズの全てがロボットと関連しているので、マッチング相手を見つけやすい。第二に、自由に集まれる場所を提供し、かつ、その参加者を制限しない。このため、多様な人々が雑談したり互いの意見をぶつけ合ったりすることから、面白いアイデアが生まれる。そして、何度も会うことが信頼関係形成につながる。このこともマッチングを促進する。

中小企業に最も欠けているのは、情報、企画力、人脈である。優れた技術を持っているのに、その生かし方が分からない企業が少なくない。仲介者はその技術の価値を見極め、活用のための助言を与え、そしてマッチングを行う。よってこれらの方法は、とりわけ中小企業にとって有益である。