

## (3) 企業、外部連携に後れ 研究費・人材の流動性低く

2016/12/26付 | 日本経済新聞 朝刊

「オープンイノベーションの意味すらわかっていない企業が多い」。オープンイノベーションの支援を手掛けるナインシグマ・ジャパン（東京・千代田）の諏訪暁彦社長は、そう嘆く。

欧米企業はスピード重視で、必要な技術は外部から取り込むのが一般的だ。他の企業や大学などが持つ技術やアイデアなどを組み合わせ、革新的な製品開発につなげるオープンイノベーションの土壌がある。

一方、日本企業は高度成長時代、研究開発から製品化まですべてを自社内で手掛ける「自前主義」で強くなった。その成功体験が今も根強く、外部との連携には慎重だ。



NEDOが開いたオープンイノベーションのイベントは盛況だった（川崎市）

### 欧米が困り込み

諏訪氏はある菓子メーカーの依頼で、ガムのようにかんで味わい、数分たつと溶けて飲み込める食材の技術を探し回った経験が忘れられない。有望な企業のほぼすべてに米食品大手が食い込んでいた。「海外勢の困り込みはここまで進んでいるのか」と驚いたという。

「10年前に比べてオープンイノベーションが活発化した」。新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）が7月にまとめた「オープンイノベーション白書」によれば、調査にそう答えた企業は4割強。だが、活発化したと回答した企業も「自社単独での開発」が開発案件の平均6割を占めていた。海外企業の変化の速さに比べると、立ち遅れは否めない。

日本の研究費は総額18兆円（2013年度）。うち12兆円を企業が占めるが、そこから大学に流れるのはわずか1000億円だ。企業と大学の間の人材流動も低調だ。NEDOの小栗和行主幹は「企業の研究者のプライドやトップの理解のなさが阻んでいる」と話す。

### トヨタに危機感

今月7日、トヨタ自動車は同社初の試みとなるオープンイノベーションのプロジェク「トヨタネクスト」を発表した。クルマの位置や走行距離といった情報などを活用し、クルマの安全・安心や利用促進に役立つ革新技術を外部から募る。来年2月まで提案を募集し、同8月にも開発成果をリリースする。

少子高齢化や地方の過疎化、所有から利用への移行など、日本の自動車業界は大きな構造変化に直面する。数万社の取引先と強固な関係を結びながら多くの独自技術を開発してきたトヨタも、「今までの自前主義では限界がある。我々の働き方を変えないといけない」（デジタルマーケティング部の垣迫和行担当部長）と危機感を募らせる。

今月20日、川崎市で開かれたオープンイノベーションのイベントに大手企業の担当者ら約120人が集まった。人工知能（AI）ベンチャー5社のトップらのプレゼンに熱心に聞き入り、スライドにスマートフォンを向けシャッターを切った。

この分野の第一人者、松尾豊東京大学特任准教授の研究室を出てパークシャテクノロジー（東京・文京）を創業した上野山勝也代表取締役は、自然言語処理技術を駆使したコールセンターの自動化技術などを引っさげ、パートナーを求めた。10月にはNTTドコモと資本業務提携を結んだ上野山氏は「大企業とベンチャーは足りない部分を補い合える」と強調する。

発表後、登壇した5人との名刺交換を求める長い列ができた。遅れてきたオープンイノベーションの波は、日本の研究開発を変えるだろうか。

許諾番号30052757 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。