

中小企業にとっての オープンイノベーションと 企業連携の心得

(2024年3月4日(月) セミナー「オープンイノベーションの始め方」より)

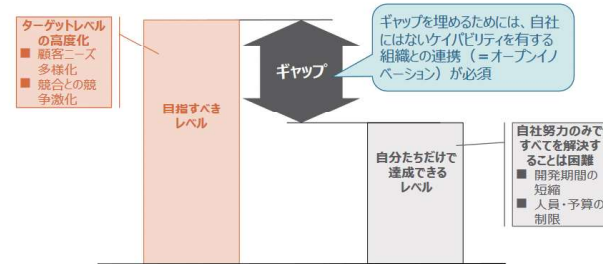
ナインシグマ・
ホールディングス株式会社
緒方 清仁氏

0. はじめに

VUCA時代では、企業が自社内でのみ新製品・サービスを開発し、ビジネスを展開することが難しくなっています。既存事業の周辺領域への展開やデジタル技術の活用など、既存の手法では対応が難しく、新規開発には時間とリソースが必要です。そのため、外部組織との連携によるオープンイノベーションが注目されており、技術やアイデアを共有し新たな価値を創出する動きが広がっています。

変化に対して自社だけの取り組みでは追いつけない

外部連携なくして、目指すレベルへのスピード感のある到達は難しく、ギャップを埋めるための外部連携（オープンイノベーション活動）は必須である

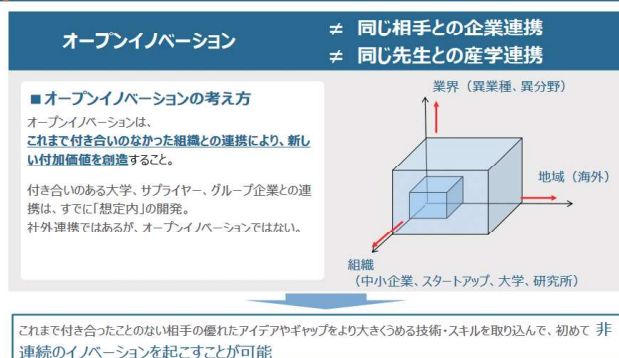


1. オープンイノベーションの2つの大きな目的

オープンイノベーション実践の手法は複数存在していますが、その目的は大きく以下の2つに分けることができます。

- インバウンド型：社外に存在する有望なアイデアや技術を探検、自社に取り込んでいく活動
 - アウトバウンド型：自社内で有効活用できていない、現在展開している事業領域以外での可能性を見出す、もしくは自社のイノベーションでは上市に大きなハードルがある技術やアイデアについて、他社で活路を見出す活動
- オープンイノベーションでは従前からお付き合いのある組織ではなく、新たな組織とのつながりを目指すものです。そのため、ただ課題や技術を外部に公開すれば、求めるパートナーにたどり着ける訳ではなく、外部への適切な情報発信が極めて重要となります。

自社のこれまでのネットワークを超えた連携が価値を創造する



2. インバウンド型オープンイノベーションのポイント - 課題の掘り下げ

インバウンド型では、自社にはない技術やアイデアを求める活動であり、そこには明確な課題があるという前提でスタートします。ここで、考えなければならないのは、自社にとっての真の課題とは？を適切な大きさと深さまで落とし込むという点です。例えば、「生産性を向上させなければならない」といった課題感にぶつかった際に、「生産性向上ソリューション」とウェブ検索すると、数多くのソリューションがヒットすると思います。ただ、自社にとってはToo muchになってしまっているケースが多いのが実情です。そこで、まずは適切な大きさに分解するために生産性に関わる課題を幅出しする必要があります。スキルが特定の方に偏っている、チームのコミュニケーション・コラボレーションが乏しい、業務プロセスに無駄が多い、など生産性を低下させてしまう要因を挙げていきます。次に、幅出しをした課題と自社の実情を照らし合わせて、最も該当する課題を特定します。続いて深さの検討になりますが、チームのコミュニケーション・コラボレーションを例に考えてみますと、誰が、こういった場面で困っており、コミュニケーションやコラボレーションが乏しいことにより、どのような不都合が生じているかといった点を具体化していきます。その結果、チームリーダーがチームメンバーの稼働状況や困りごとを適切に把握できておらず、リソース配分がうまくできていないといった点へ行きつくイメージです。ここまで掘り下げて考えられると、大規模なシステムを導入せずとも、必要十分かつ手頃なソリューションも視野に入ってきます。

3. アウトバウンド型オープンイノベーションのポイント - 技術の機能・価値への翻訳ー

アウトバウンド型では、自社の技術に対する潜在的なニーズを引き出すことが重要となります。そのためには、「〇〇性が高く、〇〇といった物性もあるような、すごい技術です」といった技術アピールのような投げかけではなく、「あなたの業界の〇〇といった用途では、〇〇という機能により、〇〇といった価値を提供します」のように、お客様自身に課題と技術の必要性を認識してもらえるようなメッセージ（仮説）を構築しなければなりません。そのためには、以下の4点を技術から価値への発想（上から下）、ユースケースに紐づく価値から求められる技術の発想（下から上）の両面で検討する必要があり、後者には展示会などを活用して、想定されるお客様の生の声を獲得する努力が必要となります。

- 技術的な特徴や概要
- 技術により実現できる機能（お客様にとっての便益を生む手段）
- 機能によりもたらされる価値（お客様が得られる便益）
- 価値が紐づいているユースケース（活用用途）