

企業のオープンイノベーション活動における オープンイノベーション室の役割と資質

○樋口 裕思 （北陸先端科学技術大学院大学 産学官連携客員教授）

1. はじめに

筆者はこの3月までの6年間、大阪ガスにてオープンイノベーション室を担当してきた。ここではその経験から、企業のオープンイノベーション活動におけるオープンイノベーション室の役割と資質¹⁾に関して考察を行った¹⁾。

2. 概要

企業におけるオープンイノベーション活動の目的は、主に3つある。1) 技術開発のスピードアップ、2) 開発製品の性能アップ、3) 技術開発の投資効率アップである。この目的を達成するため、企業によってはオープンイノベーション室という専門組織がある。オープンイノベーション活動を円滑に推進するためには3つの主体が必要である²⁾。1) トップのリーダーシップ、2) 研究開発部門の理解とモチベーション、3) オープンイノベーション室によるサポートである。どの主体が中心かによって、各社のオープンイノベーションの推進方法は変わってくる。

オープンイノベーション活動のスキームとしては、研究部門、開発部門や事業部門などの現場から発信されたニーズをオープンイノベーション室がいったん集約し、社外コーディネーターを通じて外部に発信することで、外部からのリソース（シーズ）を獲得するという流れである。オープンイノベーション室の役割は、社内からのニーズの集約と社外への発信、および社外から獲得したシーズの社内への発信である。いわば社内コーディネーターという位置付けである。

オープンイノベーション活動のカタチは3つある。1) ニーズを社外に発信しシーズを獲得するインバウンド型、2) シーズを発信しニーズを獲得するアウトバウンド型、3) 社外からアイデアを募集し、社内のアイデアとの融合を図る新規事業創出型である。近年は新規事業創出のためにオープンイノベーション活動を実施するというパターンが多いようである。

オープンイノベーション室のメンバーの役割は3つある³⁾。1) 世界各地から様々な人材や先進事例を集めてくるグローバルハンター、2) イベントを運営しながらビジネスマッチングするオープンイベーター、3) 社内でイノベーションワーキングを手掛けるアクセラレーターである。グローバルハンターが探索活動の方向性を決め、オープンイベーターが社外からリソースを獲得し、アクセラレーターが社内のオープンイノベーション活動を回す役割である。この3つの役割が上手く連携しなければオープンイノベーション活動は円滑に回らない。それぞれの役割は、自動車におけるハンドル、前輪、および後輪という位置付けである。

ニーズに対しシーズが提案されると「面談」という運びになる。シーズ提供者には独創的な考えを持ちそれを提案できる力が必要であり、ニーズ提供者はその考えを受け入れる力が必要となる。オープンイノベーション室は、社内のニーズ提供者と社外のシーズ提供者を引き合わせ、商談が円滑に進捗するよう取り計らう能力が求められる。そのためには、シーズ提供者を提案してきた社外コーディネーターも同席することが理想である。両コーディネーターには、それぞれニーズ提供者およびシーズ提供者により添う心が必要とされる。

オープンイノベーション活動の成功とは、面談が成功裏に終わり、両者が次のステップに進むことである。コーディネーターはニーズとシーズを取りまとめる「コーディネート力」が必要である。このコーディネート力とは、経験上「おもてなしの心」と言い換えることができる。ニーズとシーズそのものがお互いうまくマッチしていることが前提ではあるが、たとえマッチしていたとしても、両者がそれを認識し次のステップに進めるかどうかは、面談の場の雰囲気にかかってくる。そのため、どちらかのコーディネーターにおもてなしの心がないと面談がうまくいかないことが多い。つまり、社内コーディネーターと社外コーディネーターの綿密な連携が必要である。この連携は、面談前に構築しておくことが望ましい。

【参考文献】

- 1) 樋口裕思:「研究開発部門と他部門の壁の壊し方、協力体制の築き方」, 技術情報協会, pp.325-, 2022.
- 2) 星野達也:「オープンイノベーションの教科書」, ダイヤモンド社, pp.137, 2017.
- 3) 残間光太郎:「実践するオープンイノベーション」, ダイヤモンド社, pp.118, 2015.

