

アクティブ サポート 京都

Active Support Kyoto

京都産業21のビジネス情報誌

04 April. 2005. No.019

<http://www.ki21.jp>

CONTENTS

事業計画	1
財団新体制	2
新京都ブランドレポート⑧	3 ▶ 4
新京都ブランドレポート⑨	5 ▶ 6
京都“ぎじゅつ”フォーラム2005	7 ▶ 8
人づくり塾	9 ▶ 10
産学公連携 大学リエゾンオフィス紹介	11
産学公連携研究開発資金支援事業	12
受発注コーナー	13
遊休機械設備コーナー	14
行事予定表	15

がんばる企業を支援します。

財団 京都産業21

Kyoto Industrial Support Organization 21

平成17年度 (財)京都産業21の事業

財団法人京都産業21では、平成15年3月に策定した「ミッションステートメント(基本理念及び行動指針)」の具現化を進めるため、昨年3月に「中期計画」を策定しました。

「中期計画」の2年目にあたる平成17年度においては、計画で定める基本方針(①京都企業の交流・活動拠点の構築、②顧客視点で企業活動をサポートする強力な知的集団の形成、③経営環境の変化に柔軟かつ機動的に対応する運営基盤の実現)にもとづき、以下の5項目を重点として積極的に取り組みます。

1. ワンストップサービス機能の強化拡充

顧客である中小企業の様々な相談や要望に対して、ワンストップでの相談対応が可能となる様、総合的相談窓口を京都府中小企業技術センター(旧京都府中小企業総合センター)と協調して設置、利便性の向上を図ります。

2. 試作産業プラットフォームの構築

「試作は京都」の合言葉で、試作産業のメッカを目指して京都試作産業プラットフォームの構築を行います。

3. 産学連携の推進

産学公が連携する研究開発等を積極的に推進するとともに、大学との連携を更に強化して、京都の優れた技術・人材と知的資源を活かした独創的技術や新しい商品・サービスの開発、新技術の創出を促進します。

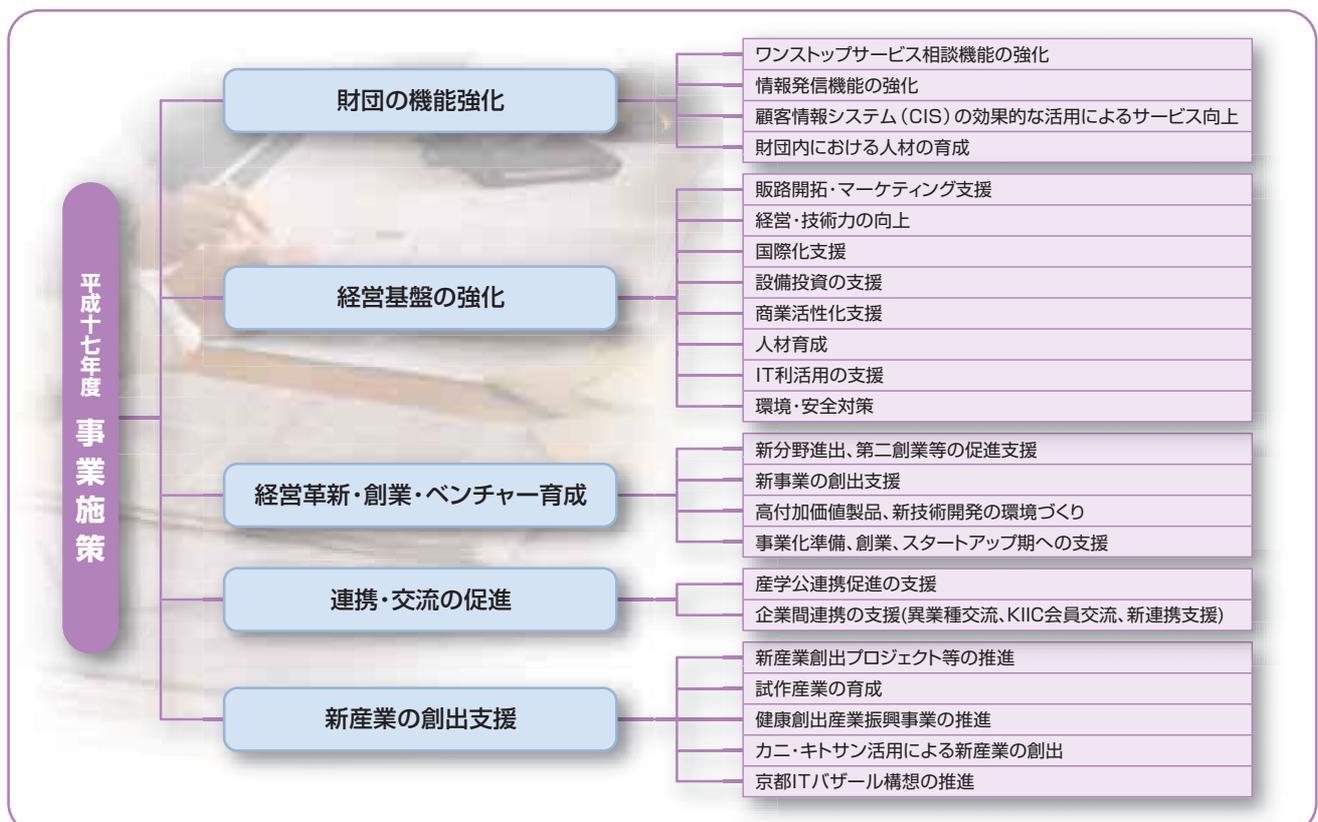
4. 京都府中小企業技術センター(旧京都府中小企業総合センター)の業務移管に伴う、財団業務の拡充強化

京都府中小企業技術センターから、経営部門の業務が移管されたことにより、経営部門の支援として提供するサービス内容の充実を図った上、その質の更なる向上を目指します。

5. 顧客情報システム(CIS)の効率的な活用によるサービス向上

顧客に対する一層のサービス向上を図るため、顧客情報システム(CIS)を用いて、顧客とのコミュニケーション情報をデータベース化するとともに、効果的に活用することにより、顧客の企業活動に役立つ質の高いサービスを提供します。

事業施策の推進にあたっては、各部門別、機能別に予算財源に裏打ちされた実行計画を定め、計画的な執行を図るとともに、国、京都府、市をはじめ、支援機関、大学、研究機関、企業、金融機関等との連携を更に強めます。



財団の事務局新体制

当財団では、平成17年4月1日付けで人事異動を行い、新たな事務局体制で各事業を実施しておりますので、よろしくお願いいたします。

<p>専務理事 高橋 善男</p> <p>常務理事 道前 正治</p> <p>理事 増田 清</p> <p>審議役 中村 彰</p>	<p>総務部 総務部長 村山 芳登</p> <p>総務・経理グループ 次長・グループ長 駒 忠恭</p> <p>課長補佐 三枝真喜子</p> <p>係長 安東 正浩</p> <p>副主任 田村 浩二</p> <p>企画広報グループ 課長・グループ長 田中 力</p> <p>課長補佐 豊田 英孝</p> <p>副主任 鈴木 陽介</p> <p>お客様相談室 お客様相談室長 井上 茂</p> <p>ものづくり相談グループ グループ長(兼) 井上 茂</p> <p>あきないサポートグループ 課長・グループ長 辻 一幸</p> <p>業務推進役 穂満 典子</p> <p>産業情報部 産業情報部長 徳田 秀明</p> <p>IT推進グループ グループ長 原田 章司</p> <p>副主任 魚島 和晃</p> <p>人材開発グループ 係長・グループ長 巽 健次</p> <p>主任 吉田 忠嗣</p>	<p>企業間交流推進グループ 課長・グループ長 井上 正一</p> <p>係長(兼) 巽 健次</p> <p>主任(兼) 吉田 忠嗣</p> <p>試作産業プラットフォーム構築グループ 課長・グループ長 小林 章一</p> <p>産業振興部 産業振興部長 坂本 悦二</p> <p>マーケティング支援グループ 課長・グループ長 石田 豊</p> <p>担当課長 田中 権一</p> <p>係長 鳴海 勢介</p> <p>主事 土屋 幹代</p> <p>企業連携推進グループ 審議役・グループ長 延廣 正治</p> <p>担当課長 中村 猛</p> <p>設備導入支援グループ 担当部長・グループ長 田平 照雄</p> <p>担当課長(兼) 田中 権一</p> <p>課長補佐 小嶋 秀和</p> <p>業務推進役 富田 修</p> <p>新事業支援部 新事業支援部長 岡嶋 修司</p> <p>経営品質グループ 課長・グループ長 森西 栄治</p> <p>主幹(兼) 豊岡 満男</p> <p>係長(兼) 小寺 祐人</p> <p>主任 内田 真人</p> <p>経営革新グループ 主幹・グループ長 豊岡 満男</p> <p>係長(兼) 足立 貴雄</p> <p>係長 小寺 祐人</p>	<p>主任 小倉 丈寿</p> <p>副主任(兼) 堀 将季</p> <p>ベンチャー支援グループ 審議役・グループ長 泉 正嗣</p> <p>審議役 藤本 潤也</p> <p>係長 足立 貴雄</p> <p>創業・産学公支援グループ 課長・グループ長 新田 稔</p> <p>係長 坪内 貴子</p> <p>主任(兼) 小倉 丈寿</p> <p>副主任 堀 将季</p> <p>海外ビジネスサポートセンター 業務推進役 河野 修一</p> <p>北部支所 所長 嶋田 勇</p> <p>業務推進役 岡川 逸郎</p> <p>けいはんな支所 所長 金田 修</p> <p>退任(3月31日付け) 総務部 課長補佐 戸谷 晃</p> <p>産業振興部 主幹 吉岡 博</p> <p>課長補佐・グループ長 澤井 照明</p> <p>調査役 浅野 久廣</p> <p>業務推進役 家田 清司</p> <p>新事業支援部 主幹 松永 行利</p> <p>北部支所 所長補佐 坂根 房昭</p>
--	---	---	--

総務部

- 総務・経理グループ
TEL: 075-315-9234 FAX: 075-315-9091
- 企画広報グループ
TEL: 075-315-9234 FAX: 075-315-9091

お客様相談室

- ものづくり相談グループ
TEL: 075-315-8660 FAX: 075-315-9091
- あきないサポートグループ
TEL: 075-315-9090 FAX: 075-315-9091

産業情報部

- IT推進グループ
TEL: 075-315-8677 FAX: 075-314-4720
- 人材開発グループ
TEL: 075-315-8677 FAX: 075-314-4720
- 企業間交流推進グループ
TEL: 075-315-8677 FAX: 075-314-4720

- 試作産業プラットフォーム構築グループ
TEL: 075-315-8677 FAX: 075-314-4720

産業振興部

- マーケティング支援グループ
TEL: 075-315-8590 FAX: 075-315-9240
- 企業連携推進グループ
TEL: 075-315-8590 FAX: 075-315-9240
- 設備導入支援グループ
TEL: 075-315-8591 FAX: 075-315-9240

新事業支援部

- 経営品質グループ
TEL: 075-315-8848 FAX: 075-323-5211
- 経営革新グループ
TEL: 075-315-8848 FAX: 075-323-5211
- ベンチャー支援グループ
TEL: 075-315-8848 FAX: 075-323-5211
- 創業・産学公支援グループ
TEL: 075-315-9425 FAX: 075-323-5211

海外ビジネスサポートセンター

TEL: 075-325-2075 FAX: 075-325-2075

北部支所

〒627-0011
京都府京丹後市峰山町丹波139-1
(京都府織物・機械金属振興センター内)
TEL: 0772-69-3675 FAX: 0772-69-3880
e-mail: n-shisho@ki21.jp

けいはんな支所

〒619-0237
京都府相楽郡精華町光台1-7
(けいはんなプラザ内)
TEL: 0774-95-5028 FAX: 0774-98-2202
e-mail: keihanna@ki21.jp

「ニューヨーク国際ギフトフェア」に初出展 京都の伝統産業の商品力・技術力を全世界のバイヤーにアピール

レポート⑧ (財)京都産業21 KIIC会員交流事業 Kyooohoo!?(キョフー)

(財)京都産業21 KIIC会員交流会事業で運営しています「Kyooohoo!?(キョフー)」は、伝統産業分野で活躍している企業と電機・電子、機械・金属製造、鍍金やIT分野の企業32社で構成している異業種交流グループです。そのグループが4年前から海外ビジネスに関するプロジェクトを発足し、海外ビジネスの可能性や海外で通用する技術力や商品の魅力について研究してきました。また、2002年にはアメリカのロサンゼルスにおいて開催された「JAPAN EXPO」に出展するなど「伝統と革新」をキーワードに新しいものづくり、Kyooohoo!?なりの「京都ブランド」を海外に広める活動を続けてきました。



今回は、ただ単に京都文化、京都商品の展示出展だけではなく、直接ビジネスにつなげるためにも、世界で最も規模が大きく、世界中のバイヤーが一同に集うギフトビジネスフェアである「ニューヨーク国際ギフトフェア」へJETRO(独)日本貿易振興機構)や京都府商工部など関係機関の多大なご支援を得て、12社の企業が出展する事ができました。

1. 出展までの経過

Kyooohoo!?が、2002年にロサンゼルスで出展後、次は実際にビジネスにつながる展示会への出展をめざして、模索していた時、(株)松栄堂の畑社長から、それならば世界で一番権威もありビジネスチャンスが大きい「ニューヨーク国際ギフトフェア」へ出展してはどうか、というアドバイスをいただいたことを契機として、フェアへの出展の取り組みが始まりました。

世界最大の「ニューヨーク国際ギフトフェア」に出展することは、出展企業のステータスが高くなり、その会社の信用を高めるといったメリットがありますが、出展できるまでの道程は険しく、3つの大きな関門がありました。

第一関門は、JETROの「平成16年度地場産業等展示事業」の認定です。JETRO本部にKyooohoo!?という異業種交流グループの存在をどのように認めてもらうのか、その参加企業はどのようなものか、日本や京都での位置付けなどについて、審査がはじまりました。

これもJETRO京都情報デスク、JETRO大阪本部の力強い支援のおかげで、難関を突破し「平成16年度地場産業等展示事業」に認定していただきました。

第2関門は、「ニューヨーク国際ギフトフェア」へのエントリーです。これは、申込順だとか、出展費用があるからといってエントリーを認めてもらえるものでなく、Kyooohoo!?とは何か、参加企業の商品力・技術力などの厳しい審査がありました。窓口になったJETROの信用力とJETROニューヨークの片山氏が商品力と技術力について強くアピールしていただいたおかげで審査をパスできました。これでエントリーの資格を得たということになりました。

第3関門は、出展の認定です。「ニューヨーク国際ギフトフェア」

は、通常ならエントリーをして数年間は出展待ちのリストに掲載され、出展のキャンセルが出てから、都度出展審査をパスした企業が初めて出展できるということで、相当時間がかかります。

今回は、JETROの事業という位置付けでもありましたので、JETROニューヨークが主催者と直接出展交渉して頂きました。

当初、9月上旬には出展の認定状況が分かるという事だったのですが、10月上旬でもキャンセル待ちの状態でした。

もしかすると出展ができないかも知れないという不安と認定ができれば直ぐに具体的準備に取り掛からなければならないという状況の中、出展企業の勧誘&確保の作業と並行して、主催者へのPRのために、出展時の展示ブースレイアウトの簡単なスケッチ作成など、出展できるかどうか半信半疑のまま進めざるを得ませんでした。

そして、10月中旬の連絡では、1ブース出展の認定が出て、Kyooohoo!?としての実績が残るので元気を出して進めていたところ、11月上旬になって4つの出展ブースの認定を得たとの連絡がありました。

この時期から実際出展する企業と商品の検討に入り、またディスプレイの企画や英語版のパンフレットの作成、英語版ホームページの作成、荷物の運送方法など、課題が山積み状態のまま、メンバー全員が突貫作業をしながら進め、本番の日を迎えました。

2. 「ニューヨーク国際ギフトフェア」出展の概要と成果

寒いニューヨークに到着後、京都の雰囲気を出して、各社の商品や次の新試作品(各社でコラボレート)をディスプレイするなど、出展準備に取りかかりました。

プロのバイヤーの厳しい商談の場に接しながら、多忙で充実した4日間のフェアは終了し、初参加としては大成功だったと思

います。「ニューヨーク国際ギフトフェア」出展の概要と成果は次のとおりです。

- 日程 2005年1月30日(日)～2月2日(水) 4日間
- 場所 Pasenger Ship Terminal Pier94 New York, USA
The Jacob K. Javits Convention Center of New York, USA
- 出展企業(12社)
(株)鈴木松風堂、(株)小堀、もとやま畳店、(株)丸和商业、(有)松園、(株)木村桜士堂、(株)橋本光蔵堂、(有)双樹庵、錦玉、(有)ピクスタイル、(株)もりた園、竹辰 *ニューヨーク販売代理店:East Coast Motion
- NYフェア出展に関する協力機関
・京都府商工部・和装・伝統産業チャレンジ支援事業補助金
・京都府国際課・海外留学生との交流会事業
・JETRO(独)日本貿易振興機構・平成16年度「地場産業等展示事業」
- 成果【JETRO ニューヨーク報告より】
①Kyooohoo!?ブースに来られたバイヤー数:約1,000人
②商談件数:210件、成約件数:146件、成約見込み件数:152件
③会期中の契約金額:56,382,30ドル(日本円で約580万円)
- 課題
①市場ニーズに沿った“価格設定”と“商品の差異化要素”の明確化
京都の良い素材を使った商品なので価格が高くなるのは仕方ない面はありますが、現地バイヤーから「何故高いのか」、「アジアの商品に比べてどこが違うのか」という問いに、高価格の理由やアジアの商品との差異化要素を、正確に伝えないと納得してもらえないという事を、直接感じました。
②“ディスプレイの方法・表現、バイヤーへのプレゼンテーション”の改善
3000ブースもある展示会なので、各バイヤーは短時間に多くのブースを回りますので、バイヤーにすぐ目にとまる印象的なディスプレイを創り出す点でも課題が残りました。

このように、課題は残りましたが、得たものも多く、商品のデザイン、色などについて、海外バイヤーの反応や好みなどを直接肌で感じたことは、今後の顧客ニーズに沿った商品づくりを考える上に、とても役立つ経験でした。

そして、ニューヨーク現地に販売代理店と契約できた事も成功要因の1つです。

これは、3年前にロサンゼルスでの展示会に出展した経験から、今後につながるビジネスをするためには、現地代理店との契約が不可欠との認識を共有していましたが、ニューヨークで良きビジネスパートナーと契約できたことは、フェア終了後の活発な営業活動を期待することもできます。現在、実際に商談案件も増加し、顧客の商品に対する要望や提案がたくさんきています。

今後もこれらの要望に対応することで、バイヤーに対して満足できる商品を提供していく事によって、取引の増加が見込まれますし、双方向のやり取りは、今後のマーケティングにとっても大きな成果につながるものと期待を寄せています。

3.今後の展開について

Kyooohoo!?の今後は、平成17年度も「ニューヨーク国際ギフトフェア」に出展し、今回得た課題を解決し、他の国に負けない“ほんまもの商品”を世界に認めてもらい取り組みを推進します。そして、まだ表現されていない京都の伝統産業・伝統技術を全世界に広めるとともに、参画企業のビジネス拡大を図り、京都ブランドの推進と「Kyooohoo!?ブランド」の認知度を高めていきたいと考えています。

将来のKyooohoo!?の夢は、世界各主要都市(NY、パリ、ミラノ、東京など)にKyooohoo!?ショップを持ち、全世界のニーズをキャッチするとともに、その情報を京都でコラボレートし、世界に通用する商品創りを行い、全世界に京都ブランド、Kyooohoo!?ブランドを広げていきたいと考えています。



【お申し込み・お問い合わせ先】

(財)京都産業21 産業情報部(異)

TEL:075-315-8677 FAX:075-314-4720
E-mail:tatsumi@mail.joho-kyoto.or.jp



計ることの未来を
見つめ続けるイシダは、
さまざまな計量機器・システムを
ご提供することで、
豊かな明日の社会づくりに
貢献してまいります。



夢も未来も はかりたい

株式会社イシダ <http://www.ishida.co.jp>

本社 京都市左京区聖護院山王町44番地
〒606-8392 Tel(075)771-4141

東京支店 東京都板橋区板橋1丁目52番1号
〒173-0004 Tel(03)3964-6111

滋賀事業所 滋賀県栗東市下鈎959番地1
〒520-3026 Tel(077)553-4141

京都モードの新基準 = 「祇園音」をめざし 商品企画・開発に取り組む

レポート⑨ 京都産業21環の会 (KSR) 商品開発グループ

京都産業21の支援を受けて設立されたKSRの商品開発グループは、メンバーに(株)タナカテック・田中稔氏、野黒ネクタイ工芸(株)・野黒秀行氏、川並鉄工(株)・川並宏造氏、(株)長濱製作所・立入勘一氏、園部重工業(株)・上野修司氏、(株)EVメルテック・藤井啓之介氏の6企業、また、商品開発、グループ活動のアドバイザーとして京都造形芸術大学教授・藤井秀雪氏が参加。ブランド「祇園音(ギオーネ)」を創設し、世界をめざして商品開発に取り組んでいます。2月8・9日国際会議場で開催されたBP交流会では商品第一号のネクタイ(いろ味)を発表しました。



川並 ● 最初からネクタイを創ることを目標に商品開発に取り組んできたわけではありません。ただ活動の根本として、エンドユーザーの声を聞き、それを商品開発に直接活かせる企業活動に魅力を感じていたことはありました。たとえばエルメスやルイ・ヴィトンといった有名ブランドは、商品を購入してくれる人たちが、どういう気持ちで、どのようなイメージを求めて自社のブランド製品を選んだのかを理解することができます。そういった反応を知ることは、ものを創る者にとって大変興味のあるところですし、また創造するエネルギーにもなります。そういう体験を、企業活動・商品開発を通して持ちたかったという思いが、今度の新ブランド創出の取り組みに結び

ついています。

田中 ● このグループはとてもゆるやかな「縛り」で結びついています。グループのなかに企業的な役割分担があるわけではない。誰かが「こういうアイデアがあるが、どうだろうか」と提案すれば、「それについては、こういう展開が望める」という意見が出、グループ内で「おもしろそうだ。やってみる価値がある」と納得すれば、発起人が先導役となり、具体的な活動スケジュールが出来てくるのです。

藤井啓 ● ですから、自分が惚れ込んだアイデアにみんなが意見を出し合って、練り上げ、行動する、こういったスタイルで柔軟に動いてきました。

ひとりひとりの人に、
機械のほうから合わせてくれる。
そんな、人と機械の関係。
センシング&コントロール技術で、
人と機械のベストマッチングを。

誰でもつき合える機械ほど、
すごい技術が隠されている。

川並●商品開発にあたっては、エンドユーザーの声を直接聞けるチャンスが多い「身に着けるグッズ」をテーマとしました。メンバーの野黒さんにネクタイに関するさまざまな歴史も含めた知識・市場性などをアドバイスいただきながら、デザインを決めていきました。インクジェットによるプリントで、素材はシルク。商品コンセプトはどこか京都らしさを匂わせることです。

田中●昨年11月にプリントデザインが決まり、カラー展開は日本の伝統色を10色選びました。このカラー展開を「いろ味」と表現することで、京都のイメージを彷彿させるキーワードとしました。ここに「祇園音」のこだわりがあります。つまり、京都を匂わせるキーワードを形にする、しかも「祇園音」独自の発想で形を決めていくことを私たちは商品開発のルールにしました。

野黒●ネクタイという商品にしても、フォルムを変える、結び方を変えるというところまで提案できれば、「祇園音」の付加価値が付いてきます。今後の課題は、その付加価値をどう創造していくかだと考えています。

川並●そのために、第一になすべきことは仕組みづくりであると思っています。同時に多くの才能と出会うことで



す。そして、出会った才能を活かせる場所を創っていくこと。そういう仕掛けをすることが私たちの今後の課題です。

藤井啓●どこで才能と出会うかですが、たとえば大学で意匠デザインを学ぶ学生とコラボレーションをする、またはフリーランスで活動している写真家、デザイナーとコラボレーションする。そしてコンペをすることなどによって、作品の質を高めていくことができると考えています。

野黒●私たちはアンテナショップを持っておりませんので、関係商品を扱っている小売店、あるいは染め、織りを手がけている方を訪ね、ネットワークの構築を図ることも大切になってくると思っています。

川並●ひとつの目標であったBP交流会への出展は、大変好評で、染織、意匠を手がけている企業の方からも高い評価を頂きました。今後は今まで申し上げたような課題の解決に向けて取り組みつつも、めざすところは、3年後の海外見本市出展です。ヨーロッパブランドのブースの横に、涼しい顔をして「祇園音」のブースがある、なんて想像しただけでワクワクするでしょ。

田中●失敗も楽しみ、成功はもちろん楽しみ。とにかくアイデアを出してそれを活かすための行動を起こすことが、私たちの経験となり、また本業にもどっても成長へと繋がっていくものと考えております。とても実験的な活動ですが、やるからには本気で楽しむ。ここが大事だと思っています。

野黒●ぼんやりと「祇園音」の「らしさ」を感じてもらえれば、と思います。柔らかくて頑固なブランドとしてこれからどう展開していくか、私たちも大いなる期待を持って今後取り組んでいく所存です。

全員●応援、よろしくお願いいたします。

【お申し込み・
お問い合わせ先】

(財)京都産業21 産業振興部
マーケティング支援グループ(鳴海)

TEL:075-315-8590 FAX:075-315-9240
E-mail:kigyoo@ki21.jp

向かい合うおつきあいから、
となり合うおつきあいへ。
つねにみなさまの傍らにいて、ともに肩を並べ、
声を掛け合いながら、まっすぐに同じ夢、
同じ目標に向かって歩んでいきたい。
ともに喜びを共有できるおつきあい。

On Your Side。一緒にうれしい。

みなさまのすぐとなりに京都中央信用金庫がいます。



京都 **中央信用金庫**

京都市下京区四条通烏丸西入ル
TEL.075-223-2525
www.chushin.co.jp

技術開発型企業の成長戦略

～夢の技術とメシの技術～

2月8日、京都国際会館で開催された、京都“ぎじゅつ”フォーラム2005。記念講演では、サムコ株式会社代表取締役社長・辻理氏を講師に迎え、中小企業の強みと戦略について、具体的な事例を盛り込みながら、興味深いお話を聞かせていただきました。



サムコ株式会社
代表取締役社長 辻理 氏

<講師プロフィール>

1942年京都生まれ。1965年、分析機器メーカー入社と同時に京都大学薬学部に出向、有機微量分析、表面分析に関する研究に携わる。1976年米国NASAエームス研究所の研究員になり、1979年には(株)サムコインターナショナル研究所を設立、代表取締役社長に就任。昨年12月には事業拡大に伴い、社名をサムコ株式会社に変更。現在は本業のみならず、産学連携やMOT教育の推進にも力を注ぎ、中小企業庁技術評価委員や京都大学などの非常勤講師としても活躍中。2001年から財団法人京都産業21の理事に就任。



連携こそ中小企業の生きる道

ナノテクノロジーとは、物質を小さくすることによって、あるいは材料の本質が変わる特性を利用したテクノロジーのことです。

たとえば光は直進すると相場は決まっていますが、三次元フォトニック結晶を使えば光を自由自在に曲げたり、閉じ込めたりすることが可能です。これはナノレベルで物質・材料の量子科学的性質が変わることを利用した技術です。この技術は次世代の光コンピュータ製作や、次世代光通信に応用されつつあります。

私どもの会社は国内・国外をはじめ、多数の大学との共同研究を行っています。光の事例は京都大学や東京工業大学との共同研究です。

ここでひとつ申し上げたいのは、特に中小企業の場合、全ての技術を自社内ではまかなえないということです。大学と、あるいは同業他社、それも国内外を問わず優秀な技術を持っている企業や研究機関と提携することが非常に大切になります。自社の人員、予算で全ての事業分野をまかなうことは事実上不可能だからです。

たとえばSBTやPZTなどの薄膜強誘電体材料があります。これもケンブリッジ大学と私どもが共同開発をした強誘電体ナノチューブと呼ばれるひとつの事例です。これは、弊社とケンブリッジが特許を共有しており、海外のいろいろなメーカーから特許使用許可願が届いています。

つけ加えれば、私はナノテクノロジーというのは技術もナノ、市場もナノだと思います。市場も小さい。しかし大きくなる余地があります。ただしその期間は5年とか10年。ひょっとしたら20年かもしれない。そのくらいのスパン

で研究開発、技術開発に取り組まない限り、成功しないだろうと考えています。

大企業に勝る中小企業の4つの利点

パソコンの生産は、今後中国が中心となってくるでしょう。しかしパソコンの心臓部となる部品・技術は8割が日本製のものです。つまり商品の表に名前や社名やロゴが出なくても、内部に日本の技術が凝縮されているから我々はこうして毎日暮らしていけるわけです。しかも、それを支えているのは中小企業や中堅企業、ベンチャー企業なのです。

ここで考えてみてください。技術開発戦略の中で、我々が大企業と違うところが何点かあります。

①意志決定が速い

大企業の戦略というのは極めてオーソドックスです。まず、市場調査をし、特許がいくら出ているか、先行文献がどれだけあるかなど相当な調査をした上でなければその市場には進出しません。ひとつのプロジェクトに対して多くの人材と予算を投入するわけです。

ところが中小企業やベンチャーは絶対にそんなことはありません。もともと十分な人がいないわけですから、一人が二・三人分の智恵を絞って頑張る。そしてなによりも意思決定が早い。我々の強さはスピードです。会議をしている暇に実践しています。

私は、分野を限定すればベンチャーや中小企業のほうが有利であると思っています。さらに中小企業やベンチャーではトップが研究開発・商品開発に直接関与できることも