

# 中小企業のイノベーションの 在り方に関する有識者検討会 第二回（事務局資料②）

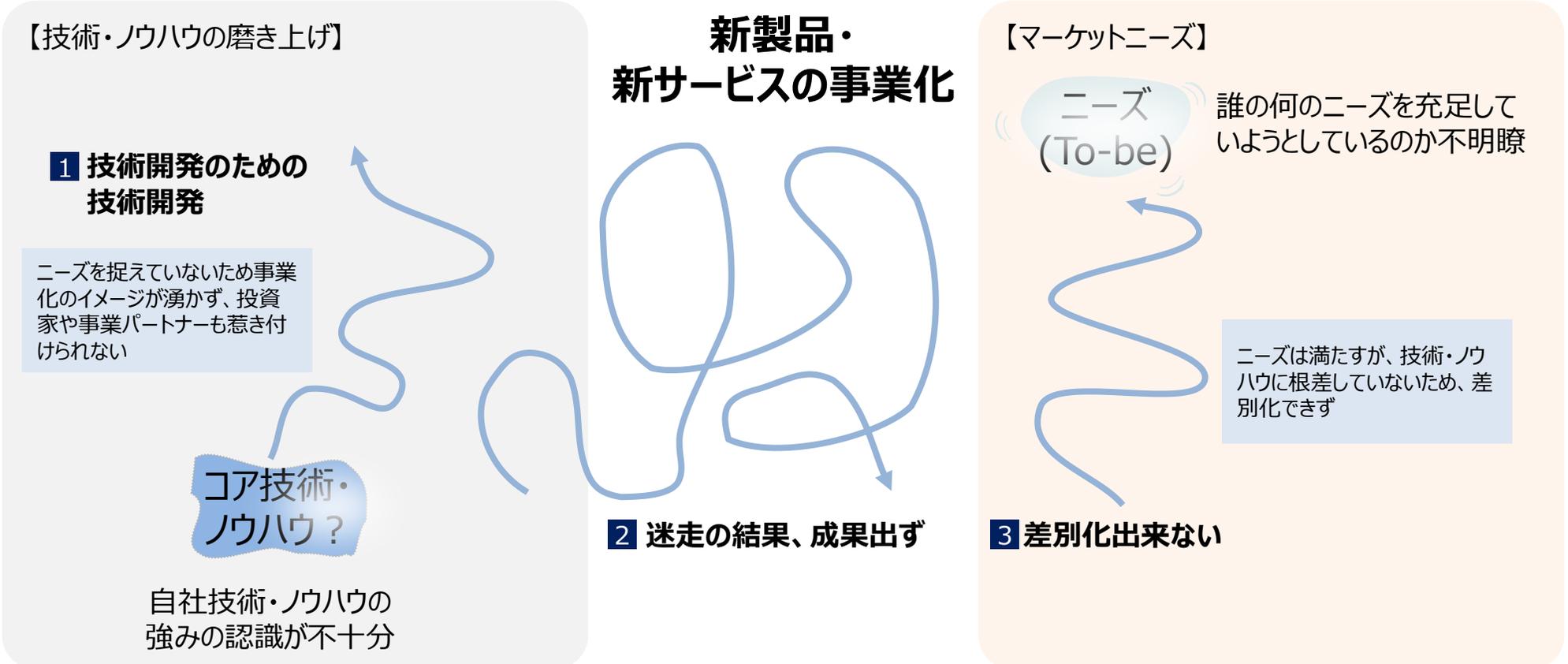
2023.1.19

検討会事務局

# 中小企業のイノベーションにおける課題仮説

- (初期仮説では、中小企業のリソースマッチング不足が課題ではないかと主に考えていたが、) 第1回検討会を踏まえると、そもそも**事業化戦略の中で技術・ノウハウをどう位置付けるか、どう差別化していくのかという視点の欠如**が課題ではないか。
- 事業化戦略を立てるためには、まず**自社技術・ノウハウの強みを認識**した上で、市場において**誰がどのようなニーズを有しているか**の情報を収集し、そのニーズに対し**自社の技術の強みが発揮できる部分があるか**の確認が必要。

## 中小企業のイノベーションの課題(仮説)



# 事業化戦略におけるイノベーション・マーケター（仮称）の必要性

- マーケットニーズと自社技術・ノウハウを比較し、不足している機能（課題）があれば、それをいかに克服し、ニーズとのギャップを埋め整合させていく（＝新製品・新サービスを生み出す）かという構想、つまりマーケティングを踏まえた戦略が必要ではないか。

【技術・ノウハウの磨き上げ】

4 自社のコア技術・ノウハウとニーズの間にあるギャップを克服するため、研究開発や資金調達等を実施

1 自社のコア技術・ノウハウは何かを見極める

新製品・  
新サービスの事業化

【マーケットニーズ】

5 製品・サービスの市場投入

3 自社のコア技術・ノウハウとマーケットニーズの間にあるギャップは何かを分析する

2 市場において、どのようなニーズがあるか探索する

イノベーション・  
マーケター

中小企業

## ご議論いただきたい内容

- 産業技術総合研究所におけるこれまでの取組の振り返りを踏まえて、本検討会での政策検討において留意すべきことはあるか。
- 中小企業がマーケットニーズと自社活用可能リソースとの行き来を通じて、差別化の出来る新製品・新サービスを産み出すことにおいて、どの課題がありうるのか。
- イノベーション・マーケターとしてどのような人材が適切か。
- それらの人材はどこにいてどのように確保できるのか。