

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

中間取りまとめ骨子案

I. 背景・課題意識・検討スコープ

1. 背景・課題意識

- 中小企業の稼ぐ力を強化するという観点でイノベーションは大幅な成長をもたらす有力な手段。
- しかしながら、イノベーションを支える研究開発に取り組んでいる中小企業は全体の2.3%に留まっている。研究開発にとどまらず、創意工夫から生まれるイノベーションも低調であり、全体として中小企業によるイノベーション創出は限定的。

2. 検討スコープ

- 取り組みはイノベーションを通じて、差別化可能な新しい製品・サービスを産み出し、中堅・大企業への成長を目指す成長志向の企業が対象
- 中小企業のイノベーション創出という観点では、現在イノベーションに取り組めていない企業の底上げという視点もあるが、それは別途検討

II. 中小企業におけるイノベーションの現状と課題

1. 中小企業へのアンケート調査により浮き彫りになった課題

- イノベーションの必要性を感じている者の割合は、2014年度の調査では約50%だったが、今回のアンケートでは70%超と上昇
- 一方、実際にイノベーションに取り組んでいる企業は約50%にとどまり、必要性を感じていても取り組めていない企業が存在
- イノベーションに取り組む前段でニーズの探索に取り組んだ企業の事業化・収益化成功率は高い
- 他方、アクセス出来るニーズ探索において情報源は既存事業関係者に偏る
- 中小企業がイノベーションに取り組むにあたり、最も不足しているリソースは人材であり、中でも新製品・サービスを構想する人材が不足。

2. 過去の関連政策の振り返りと学び

- 産総研は、ドイツのフラウンホーファー研究機構も参考に、平成 27 年（2015 年）以降、「技術の橋渡し」機能を強化。しかし、中小企業への「技術の橋渡し」という観点では、中小企業との連携は全体の 3 割程度に留まっている。
- さらに中小企業に対する間口を広げていくためには、技術に加え、資金・事業化の構想がある程度整っており、自主的に相談に来ない中小企業への支援も視野に入れる必要がある。

III. 課題を踏まえた今後の施策の方向性

1. イノベーション・プロデューサーの必要性

- 中小企業のイノベーション創出に欠けたピースを埋める以下のような活動を行うイノベーションのプロデューサー設置を検討
 - ① 幅広い市場調査を通じて、グローバルの動向や世界レベルでの最先端技術を俯瞰・分析し、「このような商品・サービスにすれば、こうした顧客に売れる」という事業化のビジョンを構想する。
 - ② イノベーションのインパクトや期待される付加価値を資金提供者、技術者、企業それぞれに響くメッセージに翻訳して発信し、誘い込む
 - ③ 多少の困難があっても事業化までやり遂げるよう中小企業を励まし、関係者を勇気づける。

2. イノベーション・プロデューサーの成り手

3. イノベーション・プロデューサーの設置拠点の在り方

- 以下の条件を満たす機関から公募
 - 1. 特定の分野の研究開発に実績があり、業界でも知名度が高く、マーケット動向・情報が集まっている
 - 2. 全国の中小企業の相談に応じ、特定の地域に限定せずに資金、技術力、連携企業を惹きつける活動に携わる
 - 3. 論文数や売上等組織の既存 KPI をイノベーション・プロデューサーに当てはめるのではなく、適切な KPI を設計すること

4. 想定されるスケジュール・進め方