

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 (第四回) 議事要旨

日時	2023年3月16日(月) 14:00~16:00
場所	ハイブリッド方式 (経済産業省別館 11階 1111会議室及び Teams ウェブ会議)
出席者	
委員： 対面参加	各務 茂夫(座長) 国立大学法人東京大学大学院工学系研究科 教授 黒澤 元国 一般社団法人埼玉県商工会議所連合会 広域指導員 田上 宏運 全国中小企業団体中央会 ものづくり補助金事業部 部長 西野 和美 国立大学法人一橋大学大学院経営管理研究科 教授 保科 剛 株式会社 T 代表取締役
委員： ウェブ参加	海野 祐士 静岡銀行 経営企画部 担当部長 大坪 正人 株式会社由紀ホールディングス 代表取締役社長 大野 宏 新潟県工業技術総合研究所 参事 漢野 救泰 公益財団法人石川県産業創出支援機構 事務局参事 佐藤 航 世嬉の一酒造株式会社 代表取締役社長 清水 貴之 日伸工業株式会社 代表取締役社長
事務局： 中小企業庁	角野 然生 長官 飯田 健太 次長 横島 直彦 経営支援部長 田辺 雄史 経営支援部 技術・経営革新課 課長 栗田 宗樹 経営支援部 技術・経営革新課 課長補佐 伊藤 尚志 経営支援部 技術・経営革新課 課長補佐
オブザーバー：	打田 覚志 独立行政法人中小企業基盤整備機構 販路支援部マッチング支援課 課長 栗本 聡 国立研究開発法人産業技術総合研究所 理事 (代理：大本 治康 国立研究開発法人産業技術総合研究所 企画本部 副本部長) 紋川 亮 地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター バイオ技術グループ グループ長

	<p>加藤 正敏 日本商工会議所 中小企業振興部 部長 (代理：杉 健太郎 日本商工会議所 中小企業振興部 課長)</p> <p>荒井 哲郎 株式会社商工組合中央金庫 業務企画部 部長</p> <p>板崎 司 株式会社日本政策金融公庫 中小企業事業 新事業室 室長</p> <p>荒木 太郎 経済産業省 地域経済産業グループ地域企業高度化推進課 課長</p> <p>中井 康裕 経済産業省 産業技術環境局総務課産業技術法人室 室長</p> <p>柴山 豊樹 中小企業庁 事業環境部企画課 課長</p> <p>松井 拓郎 中小企業庁 経営支援部経営支援課 課長</p>
欠席委員	<p>坂本 教晃 株式会社東京大学エッジキャピタルパートナーズ 取締役 COO</p>

議事概要

○各委員からの主な発言内容

1. J-GoodTech（ジェグテック）の活用について

- 良い取組だが、サイトで検索してもヒットしない。周知の方法や、どのぐらい大きなビジネスができたか等の定量的アウトカムデータ、好事例の紹介等があると良い。
- ビジネスマッチングとして一定の成果をあげており、さらに多くの企業の利用を促すよう発展させてほしい。
- ジェグテックのアドバイザーたちの役割に進化を求め、事業プロデューサーとしての機能を高めていくような観点が必要ではないか。
- イノベーション・プロデュース拠点づくりには時間がかかるので、ジェグテック等を発展的に活用すべきではないか。

2. イノベーション・プロデューサーの機能について

- すべての技術分野に詳しいのは無理である。ニーズに対して、その企業の持っているコア技術が対応できるかどうかの目利きができることが重要である。そこから先は、専門家に補強してもらうことが必要だ。そのための人脈は必要であり、データベースがあるのが望ましい。
- イノベーション・プロデューサー機能としては、チームワークで対応するということになるのではないか。起点から一気通貫で、事業をやり遂げるまで面倒を見る機能として、顧客の領域について知見を持っている人がキャップとなって、チームに伴走していくイメージではないか。
- システムとしてどのような支援があるかという議論も重要だが、各地域で企業の実況や経営者の考え方が分かっている、思いを分かりあいながら、長く付き合っていけることが大切だと思う。

3. マッチング後における伴走支援の必要性について

- イノベーション・プロデュース機能として、技術資産を別の企業と組み合わせ、統合して事業化にもっていくことが必要である。当該企業と長い時間をかけてつきあうイメージであり、一過性のスポットコンサルではない。伴走支援が続くイメージである。

- マッチング後のフォローもまた重要な機能である。
- 入口として、ジェグテックを使い、さらなる成長では、ファイナンスを含めて、複数の専門家を揃え、企業に対してコンサルを行うことが望ましい。
- 経営やファイナンスに知見のあるベンチャー経験者を、イノベーション・プロデューサーとして置くことにも意味がある。

4. 海外のマーケットに対する視点について

- 中小企業の真のポテンシャルを見出すには、海外からも見いだされるようにすべきではないか。単に英語のウェブサイトを開設するだけではなく、産業界に通じるよう、マーケットドリブンで作らなければならない。
- ホームページを英語にただけでは海外企業は来ない。昔ながらではあるが、海外の展示会等に直接出ていくことも必要である。
- コア技術はあるのに、市場開拓で困っている企業は結構いる。新潟県での酒の展示会のように、海外からバイヤーに来てもらうやり方もある。
- 国を挙げて中小企業を海外に売り込むという意味で、ジェグテックでの大枠の支援＋イノベーション・プロデューサーによる伴走支援があればよいのではないか。

5. イノベーション・プロデューサーの配置拠点について

- 都道府県を超えてもっと広域をカバーすることになるとしたら、拠点をどこに配置するかという問題は、別途検討が必要になるのではないか。
- イノベーション・プロデューサーのケイパビリティには相当高いものが求められ、都道府県に機能を持たせるよりも、国の中枢に機能を持たせた方が中堅・大企業に成長させることができるのではないか。

6. 支援対象とする中小企業について

- グローバルに展開できる可能性のある中小企業のプールを作って、海外での取組も含め、戦略的・選択的にイノベーション・プロデューサーが伴走支援するのはどうか。全体的な底上げも一つの方向ではあるが、ベストプラクティスを作るという観点が重要だ。
- 研究開発に対する取組の支援と、中堅・大企業への成長をサポートする支援の両方が必要である。
- 中小企業が中堅・大企業まで成長することを目指すなら、ジェグテックのマッチングよりも、もう少し支援対象を絞り込む必要がある。

- 中小企業側に、何としても成功させるという強いコミットメントが無いと、イノベーションは成功しない。良いプロデューサーに対しても、強い意思をもって、リスクもとって、最後までやりきるキーマン（経営層）の存在が大切だ。
- グローバルなマーケットで活躍できる、熱意のある中小企業をセレクションをして国が支援するという、幾つかの精鋭部隊でやることと、地域ごとのイノベーション・プロデューサーがニーズや能力にあった支援を行うという、二段構えが良いのではないか。
- 地方の中堅中小企業とつきあいがあるのは地方銀行なので、地銀に中小企業の推薦を依頼することもあり得るのではないか。

以上