

## 千葉県内企業の新事業への取組状況調査

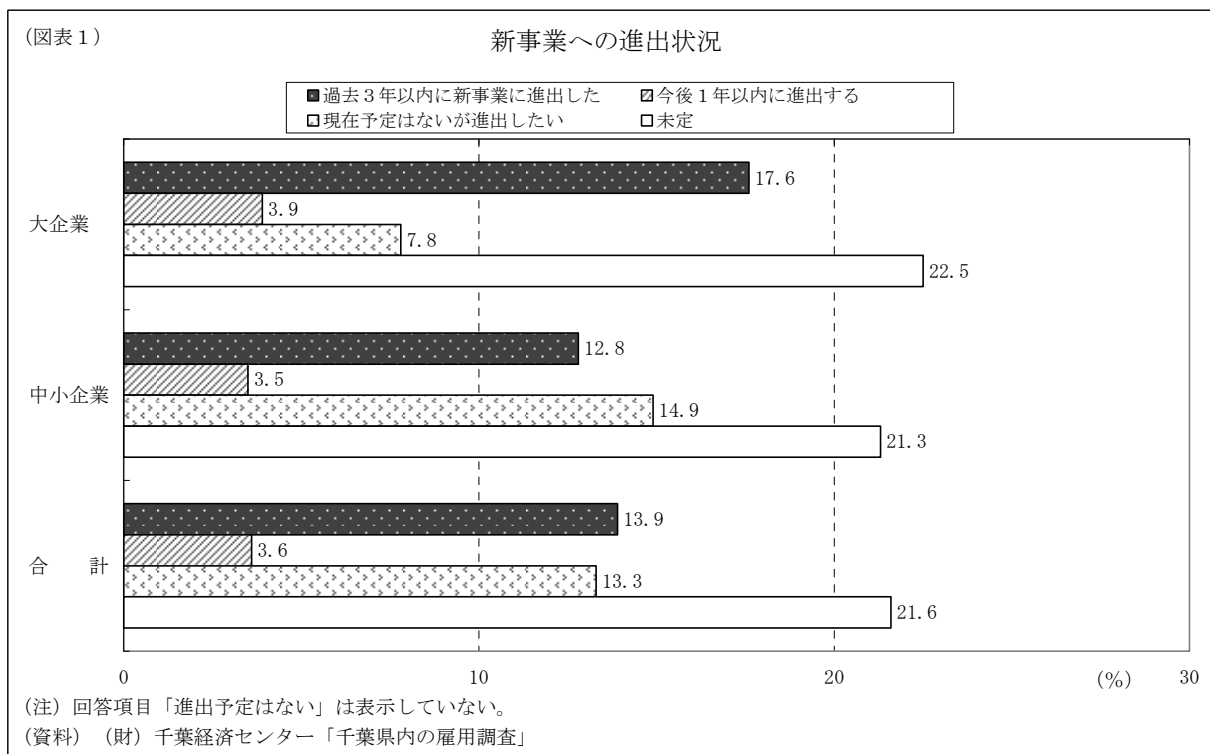
(財) 千葉経済センター

新事業への取組は、産業活性化や雇用の場の創出に向けて、ますます期待や役割が高まっている。今回、県内中小企業経営者にヒヤリングを実施し、新事業取組の具体的事例を調査した。当事者である経営者にとどまらず、大学等の研究機関や行政など、地域全体での積極的取組が望まれる。

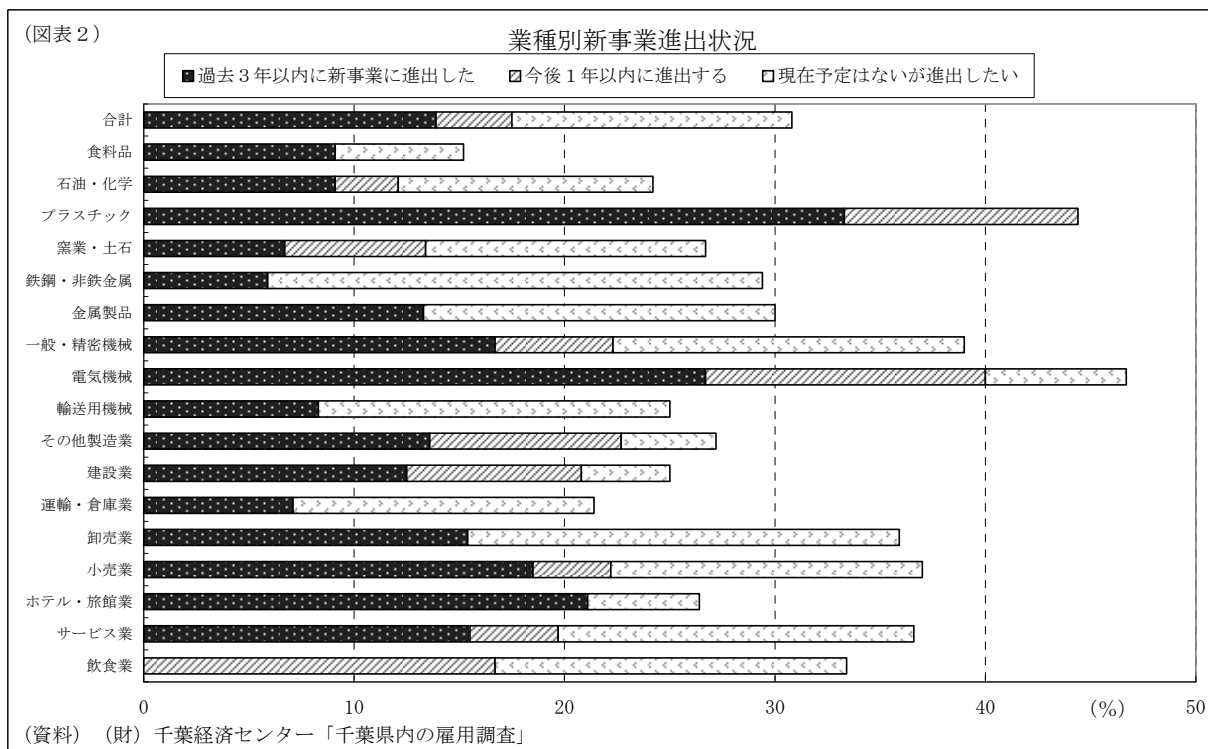
### 1. 企業の新事業への進出希望は、中小企業で多くなっている

新事業への進出とは、既存事業の属する業種と違う業種へ参入することのほか、既存製品・サービスと大きく異なる製品・サービスを提供することを指す。全く新しい技術の導入に限らず、既存技術を組み合わせただけのものも含んでいる。

まず、当センターが実施したアンケート（「千葉県内の雇用調査」02年10月実施）をみると、新事業への進出状況は、県内企業の1割強が過去3年以内に新事業に進出しており、2割弱が今後進出予定あるいは進出希望と回答している(図表1)。企業の規模別にみると、「過去3年以内に新事業に進出した」とする割合は、大企業が17.6%、中小企業が12.8%と、大企業が先行しているが、「現在予定はないが進出したい」とする割合は、大企業が7.8%に対し中小企業は14.9%と大企業を大幅に上回っている。中小企業も厳しい環境下で新事業への進出意欲が強まっている様子が窺われる。

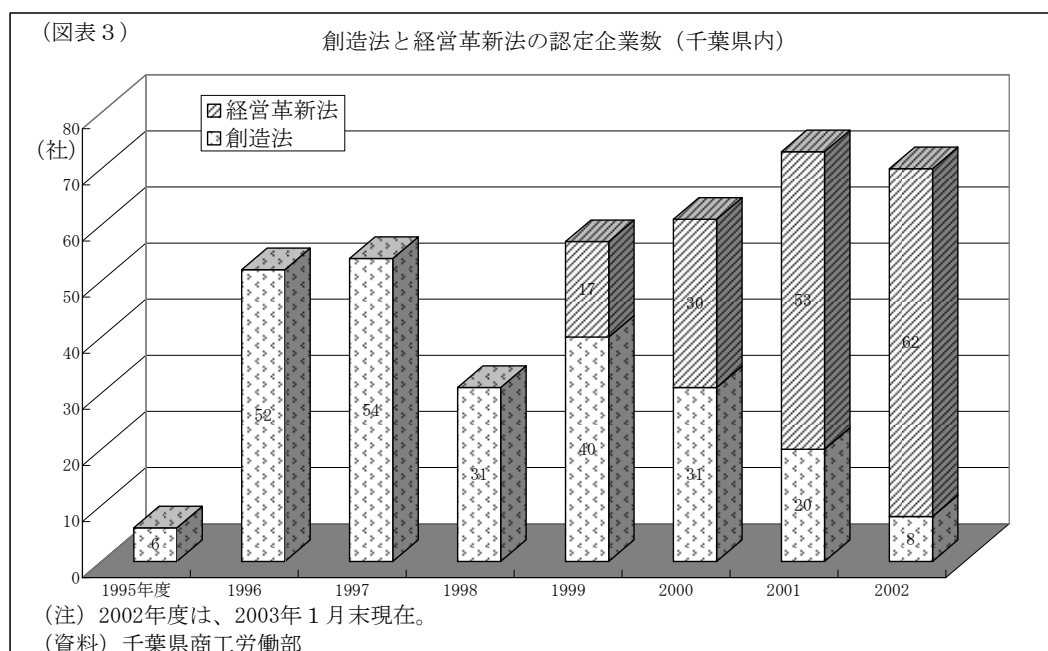


新事業への進出状況を業種別にみると、製造業のなかでは、電気機械、一般・精密機械、プラスチック加工などで進出意欲が高くなっている。一方、食料品製造業は低位にある。第三次産業でも卸・小売業、サービス業、飲食業などで、進出意欲が高い（図表2）。



## 2. 県内中小企業の新事業取組事例は着実に増加

新事業取組の事例として「中小企業創造活動促進法（以下、創造法）」認定企業数と「中小企業経営革新支援法（以下、経営革新法）」認定企業数の動向をみてみよう（図表3、注1）。95年度から始まった創造法の認定企業数は、施行直後の96、97年度は50社を超えているが、その後は減少し、02年度はまだ10社に届いていない。一方、99年度から開始された経営革新法認定企業数は、このところ増加しており、創造法認定企業数と対照的な動きをみせている。

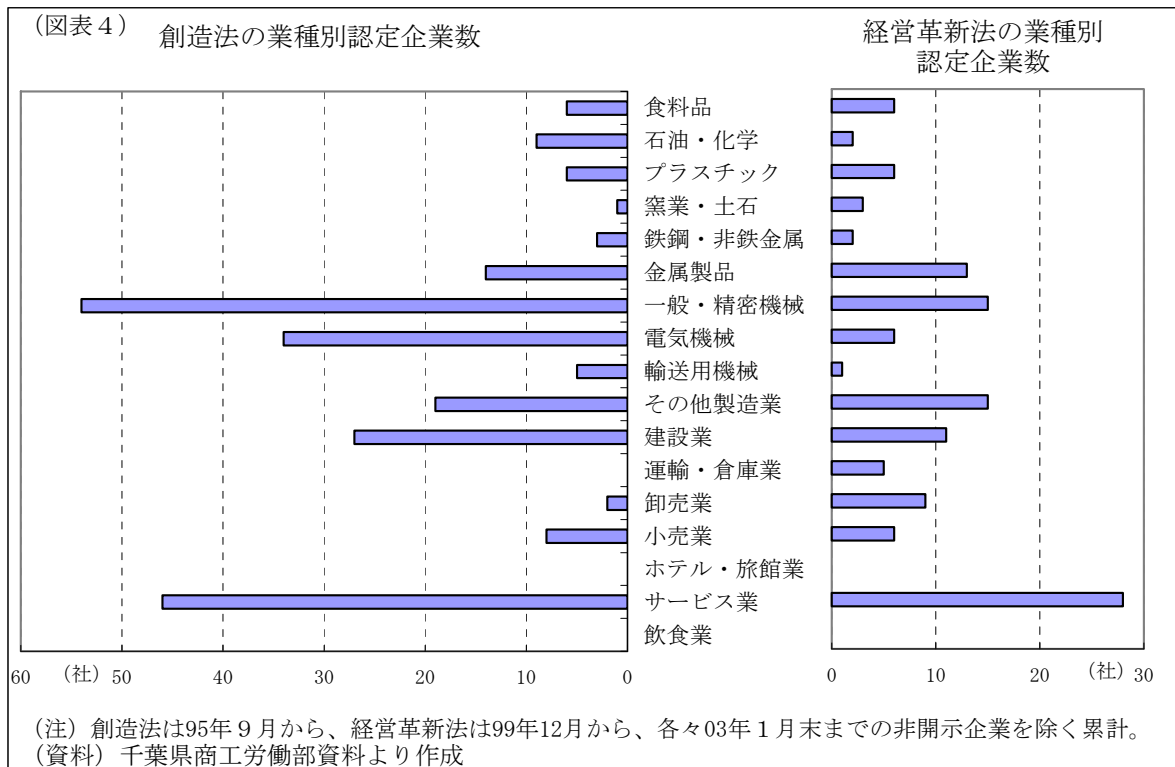


(注1)  
創造法と経営革新法の比較

	「中小企業創業活動促進法」(創造法)	「中小企業経営革新支援法」(経営革新法)
法の目的	○創業や研究開発・事業化を通じて、新製品・新サービス等を生み出そうとする取組を支援する。	○中小企業の自助努力を基本とする経営革新支援及び経営基盤強化の支援を実施する。
支援対象	○新たな技術に関する研究開発及びその事業化を行う中小企業者等 ○特定中小企業者 ・製造業、印刷業、ソフトウェア業、情報処理サービス業に属する創業5年未満の者(1号) ・売上高に対する試験研究費の割合が3%を超える者(2号) ・売上高に対する試験研究費の割合が3%を超える創業5年未満及び5%を超える創業10年未満の者(3号)	○全業種の中小企業又は組合等
手続き	○「研究開発等事業」に関する計画を作成し、主たる事業所の所在地を管轄する都道府県知事の認定を受ける。	○「経営革新計画」を作成し、都道府県知事、あるいは国の各地方機関、本省等に提出し、承認を得る。計画の内容は、 ・新商品の開発又は生産、 ・新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、 ・役務の新たな提供の方式の導入、など。
主な支援措置	○地域活性化創造技術研究開発費補助金制度 ○債務保証制度 ○ベンチャー財団を通じた直接金融支援 ○設備投資減税など税制面での優遇措置 ○リース等による設備投資の円滑化 ○新事業育成等融資など低利融資制度 ○中小企業投資育成債の投資制度(特例) ○エンジェル税制を通じた直接金融支援 ○新規・成長分野雇用創出特別奨励金 ○小規模企業設備資金制度	○中小企業経営革新補助金制度 ○中小企業金融公庫等低利融資制度 ○各種税制措置 ○信用保証協会による信用保険の特例 ○高度化融資制度 ○中小企業投資育成債の投資制度(特例) ○新規事業開拓促進進出資事業 ○雇用対策臨時特例法 ○新規・成長分野雇用創出特別奨励金 ○小規模企業設備資金制度
法施行年月日	1995年4月14日	1999年7月2日
ホームページアドレス	<a href="http://www.chusho.meti.go.jp/gijut/souzoukatudou_sokusin.html">http://www.chusho.meti.go.jp/gijut/souzoukatudou_sokusin.html</a>	<a href="http://www.chusho.meti.go.jp/kakushin/index.html#1">http://www.chusho.meti.go.jp/kakushin/index.html#1</a>
県内受付先	商工労働部産業振興課(043-223-2748) (財)千葉県産業振興センター(043-299-2902)	商工労働部経営支援課(043-223-2712) (財)千葉県産業振興センター(043-299-2651)

創造法の目的や支援対象が限定的であるのに比べ、経営革新法の目的は中小企業の新規事業取組など経営革新が対象でより幅広になっており、支援対象も全業種となるなど、活用しやすいことが要因とみられる。今年度の認定企業数は、03年1月末現在で62社に及んでおり、01年度の53社を既に上回り、創造法認定企業数年間ピークの54件をも上回っている。中小企業の新規事業への取組を含んだ経営革新ニーズの強さが窺われる。

また、経営革新法で認定された企業を業種別に分類すると、製造業ではアンケート結果と同様に、組立加工型企業の認定が多く、基礎素材型企業の認定は少数にとどまっている(図表4)。一方、第三次産業は、業種による格差が目立ち、ITソフト産業などを含むサービス業の認定企業数が28社に達しているのに対し、卸・小売業は各々10社に満たない。さらにホテル・旅館業と飲食業では、皆無であり、進出意欲が現実の新事業開始まで至っていない。



### 3. 県内中小企業で新事業に取り組んでいる事例

新事業への取組を実践している県内企業（創造法、経営革新法、ベンチャープラザ出展先、新事業に関して積極的に情報発信している企業）の具体的活動事例をみておこう。

#### (1) A社（本社：柏市、東葛テクノプラザ入居企業）

【自動車用ワイパーの試作、製造 ⇒ 高精度小型センサーの開発、製造】

当社は、昨年8月27日に東京大学物性研究所などと共同で一酸化炭素だけに反応する世界初の「高精度小型センサー」（特許出願中）を開発したと発表した。（財）千葉県産業振興センターが管理する即効型中小企業地域新生コンソーシアム委託事業で研究開発したもので、産学官連携の成果としても注目されている。

当社は、大手自動車メーカーのワイパーの試作、製造の下位の下請であったが、バブルの崩壊により、受注が激減したため、「脱・下請」＝「独自製品の開発」に着手した。その時、社長が異業種交流会でCOセンサーの特許所有者と出会い、8年程前からセンサーの核となるコイル製作に取りかかってきた。製品開発の過程においては、大学研究室や他企業、公的機関とネットワークを構築し、当社が巻き線技術を応用したコイル製造を担当し、東京大学物性研究所がガス反応理論、千葉県機械金属試験場が材料分析を担当した。

センサー開発に対して、既に年商の数倍の資金を投入しており、正に社運、社長の人生をかけて取り組んできた。現在当社は、東京ガスと業務提携を締結し、サンプル出荷を開始しており、夏以降には販売を開始する予定である。また、別の新製品に向けた開発に東京大学と共同研究で取りかかっており、さらにオンリーワン企業を目指している。

#### (2) B社（本社：千葉市）

【印刷機械メーカー ⇒ 液晶パネル向け配向膜形成装置製造】

当社はオフセット校正機械メーカーとして設立されたが、社長が76年頃から液晶パネルの将来性に注目し、独自に配向膜の研究に着手していた。70年代はカラーコピーやプリンターの出現により、印刷業界は危機感に満ちていた。その頃、日立製作所の技術者が液晶のガラス面に絶縁性のある薄膜を印刷する技術について、当社に相談を持ちかけてきたのがきっかけで、日立との共同研究で3年がかりで装置第一号を完成させた。

95年に業績が低迷していたことから、事業内容を大きく方向転換し、配向膜形成装置の本格的製造に取りかかった。その後コア技術を活用して洗浄装置や乾燥装置なども製品化させた。現在、配向膜形成装置の世界シェアの8割強を有している。

#### (3) C社（本社：流山市）

【ハードディスク膜付 ⇒ ペットボトル膜付】

当社は、社長が92年3月に独立して創設した産業機械メーカーである。電子部品や半導体を製造する装置類の製造を手がけ、なかでもプラズマCVD（化学蒸気膜付）装置の超微細加工技術は、世界で3社のみが対応可能なものであった。また、90年代半ば過ぎにはハードディスク装置に使われるMRヘッドの保護膜形成用装置が業界トップクラスの性能を有すると認められ、国内大手メーカーとの直接取引が可能となった。

そうした技術力に惹かれて三菱商事プラスチックから、ビールメーカーが保有している

特許の供与を受けて、ペットボトルの内側を特殊な炭素膜でコーティングする装置の共同開発話が持ち込まれた。ペットボトルは、軽くて割れないが、分子レベルで酸素を透過させることから内容物の酸化により風味が失われる欠点があったが、炭素膜コーティングにより、ワインなどにも利用可能となり、ペットボトルの利用範囲が一段と拡大するものと期待されている。昨年から実験機としてサンプル出荷を開始し、今年から本格的な生産装置として販売する。当社では、常に新事業のための布石を打つ必要があるとし、年商の1割程度を研究開発費に投入している。

(4) D社（本社：柏市、東葛テクノプラザ入居企業）

【各種研究機器の開発・製作】

当社社長は、97年に勤務していたメーカーから独立し、98年に当社を設立した。当社の企業理念に「研究者と共に進む研究開発型企業を目指す」と掲げている。

全国の大学研究室や試験研究機関と交流を通して研究者達が欲しいものを創り出すのが当社の事業であり、発注側が「こんな感じのもの」が欲しいという漠然としたものを、仕様書の作成から設計図、見積、試作から手がけるコーディネーター役を担っている。

これまでにクール・ミル（凍結核酸抽出器具）、コピープレート（簡易型リプリケーター）、マイクロプレート用生物発光・化学発光測定装置、牛の乳房炎診断装置（特許共同取得）など、多くの機器を開発してきた。

研究開発型企業故に受注から完成までに時間を要することなどから、資金繰りは容易ではないが、創造法の認定取得（98年12月）やひまわりベンチャー基金からの助成金交付などを利用して、乗り切ってきた。これまでに開発してきた製品が大手販社の販売ルートにも乗るようになり、昨年から従業員数も10名程度までに拡大させた。当面新入社員を教育しながら汎用品を扱わせて経営の安定を図り、社長は特注品の開発と経営者としての勉強を重ねていきたいとしている。

(5) E社（本社：柏市、東葛テクノプラザ入居企業）

【設計コンサルタント ⇒ 福祉関連機器の製作】

当社は、6つの点で構成する点字の原理を応用し、視聴覚に障害を持つ人が、他者と容易にコミュニケーションをとれるユニバーサルキーボードシステム（指点字式携帯端末）を開発した（特許出願中）。

このシステムの大きな特徴は、①1人対1人だけでなく、1人対複数の指点字での会話が可能であること、②端末からの信号をパソコンによって文字や音声に変換することも可能であること、などである。通訳を介さずに意思の伝達が可能であるとともに、健常者との対話も可能となる。

当社は、社長が建設設計業として創業し、下水再利用システムなど主に都市インフラのコンサルタントを手がけてきた。しかし、公共事業発注が冷え込み、事業環境が厳しくなるなかで、社長が98年頃に高速道路の料金所で追突事故に遭い、その後遺症で激しい耳鳴りに見舞われた。「もし、耳が聞こえなくなったら」という不安感が本システムを開発するきっかけとなった。

社長は、ユニバーサルキーボードシステムの構築に向け、積極的な情報収集と情報発信

を行い、経済産業省、千葉県、柏市等の各種支援をとりつけた。また、パソコンによる変換システムについては、市川千葉大学大学院教授との共同研究によって、成功に漕ぎ着けた。

(6) F社（本社：銚子市）

【電気工事 ⇒ ガラス瓶リサイクル】

創業者の当社会長は、地元醤油醸造メーカーに勤務後独立し、90年に電気工事業を始めたが、バブル崩壊後は将来展望が開けない状況であった。そうしたときに知人から「容器包装リサイクル法」が施行されること、ボトラーが廃ガラス瓶の処理に困っていることを知らされ、事業化を決意し、98年に当社を創設した。知人の紹介により、設立当初からサントリーや宝酒造といった大手企業との取引が始まった。

銚子市郊外に建設した処理プラントは、分別、破碎、選別の工程順に形成され、日量400トンの処理能力があり、廃ガラス瓶処理としては国内最大級とみられている。処理能力と対外信用の獲得、地方自治体への営業活動などが奏功し、毎年大きく売上を伸ばしている。装置産業への新規参入であることから、受注が軌道に乗るまでは資金的には厳しい状況もあったが、私募債を発行するなどして凌いだ。

次の課題は処理生成物の再資源化であった。再資源化については、熱加工した玉砂利や古タイヤチップと練り合わせた路盤材のほか、軟弱地盤改良工事向けのガラス砂の開発（自然砂の代替）に取り組み、01年に国土交通省の「新技術情報システム」に登録され、公共工事にも使用可能となった。100%ガラスリサイクル製品や加工品については、用途についての特許も取得している。今後は、ガラス瓶にとどまらず、ペットボトルリサイクル事業や食品リサイクル関連事業にも進出する予定で、間もなく新工場を建設する予定である。

当社の企業経営の特徴の一つが、公的支援制度の積極利用である。創造法の認定（99年8月）に続き、経営革新法の認定（02年7月）などのほかに公的機関の補助事業にも指定されている。さらに千葉県や県内支援機関の協力を得て、経済産業省の「中小企業技術開発産学官連携促進事業計画」に自動車ガラスのリサイクル技術開発について申請中である。

当社事業の基となっている容器リサイクル法は毎年のように改訂されており、新しい処理システムが可能になれば、法律が変わり、法律が変わればそこに新しいビジネスチャンスが生まれる。如何に変化を先取りするかが当社の課題となっている。

(7) G社（本社：市原市）

【建設機械販売 ⇒ 土木工事】

当社社長は、建設機械販売店に勤務した後、90年に当社を設立してコベルコ製品の販売業を開始し、現在に至っている。バブル崩壊後建機の販売が頭打ちになり、さらには、資金回収リスクを回避するためファイナンス会社を活用し、販売手数料のみの商法に転換した。その手数料も低減し、かつ販売台数も減少していった。

こうした厳しい経営環境にあるなかで、社長は同郷の発明家と出会い、新事業へのきっかけをつかんだ。95年頃、県内、特に山武地区で新築直後の住宅が傾斜する事態が多数発生した。このとき同発明家が開発した「不陸修正装置」という傾斜した家を水平に戻す技術を基に、ショベルと組み合わせることによって、移動が容易なND式圧密機を開発し、

特許を取得した（共願）。ND式圧密工法の基本原理は、ヘドロや粘性土を締め固めて水分を抜いて極めて良好な支持基盤とすることである。地下水位の高い砂層も粘性のある山砂や多少のセメントを混ぜて圧密することによって土中の間隙比が減少して水分を押しだし、地耐力が増加し砂岩状の強固な地盤になる。住宅の地盤改良に適した工法とされている。

しかし、新しいが故に市場の信認を得ることは容易ではなかった。同社長は、自らが施工業者となって、実績を積み上げるしか方策は無いと判断し、土木工事業に参入した。受注を重ねるなかで、各種の地盤改良検査を受診し、学会でも発表するに至った。県内の工務店やハウスメーカーに働きかけ、ようやく軟弱地盤での建築工事の際に必ず発注してくれる先も現れ、工事受注額も軌道に乗り始めている。さらに、社長は、全国にも展開したいとしており、北海道から九州まで仲間づくりを始めている。

#### (8) H社（本社：木更津市）

##### 【和菓子製造 ⇒ 化粧品製造】

当社は75年頃から自社製造和菓子の大手スーパーへの納品に成功し、大きく業績を伸ばした。しかし、80年代半ばには、大手スーパーの仕入れ効率化に伴い取引が大幅に縮小したことから、独立店舗を開設し、売上を確保した。さらに90年代に入ると、競合するコンビニエンスストアの出店ラッシュが当社を襲い、またバブル崩壊が社長の個人資産に大きな打撃を与えた。会社にとっても個人にとっても事業継続が厳しい状況になった。

そうした時期に、夫人の皮膚病が、ある化粧水によって大幅に改善した。社長は、早速沖縄にある製造元に出向いて交渉を重ね、その製品の製造販売の承諾を得ることができ、99年6月に和菓子製造業から化粧品製造業へと事業転換した。

現在では関西テレビのテレビショッピングでレギュラー出店しており、本年4月から「千趣会」でも商品を委託販売する予定である。

当社の特徴は、①和菓子製造用に研究していた「水」を化粧品に用いることができ、化粧品としての効果が高まったこと、②全く化粧品業界を知らずに参入したことから、原価率や販売方法など業界の慣習にとらわれなかったこと、③資金繰りや商品開発、販売手段の開発などで行き詰まったときに、協力者が現れた、ことである。

#### 4. 新事業に取り組んでいる企業や経営者の特徴

新事業への取組を進めて成果を挙げている企業の経営者からのヒヤリングを通して読みとれる特徴的な動きは、次のとおりである。

##### (1) 経営者の強烈な熱意

中小企業にとって、新事業に挑戦することは社運をかけた戦いである。多くの中小企業は、技術力にある程度の自信を持っていても、資金面など他の経営資源が乏しいことから、新しいことに取り組むことは、会社の存亡を賭けることになりやすい。特に経営者は、自らの個人資産までも投入して精力的に目標に向かって邁進している。従って、社内においては全社一丸となつての取り組みというよりも、社長の強烈なリーダーシップによって全社が引っ張られていく形が多い。重要な時期には、経営者自らが会社に泊まり込んで難局

を乗り切ったという事例を多く耳にした。

#### (2) 危機意識が根底に

ヒヤリングした全ての経営者が、企業経営に危機意識が芽生えたが故に新事業に取り組んだとしている。多くの業種でバブル崩壊後に売上が減少し、そのままでは立ち行かなくなるとの認識を持っていた。また、ハイテク産業で好調な状況にあっても、変化のスピードが速く、既存事業の製品寿命が極めて短いことから、常に新しいものを求めていかなければならないとの意識が高かった。

#### (3) 目標は、ナンバーワンよりもオンリーワン

新しく取り組む事業を選択するときに、他社のやっていないことに取り組んだとする経営者が多かった。例えば、「この技術を完成させれば、その市場には競争相手は誰もいない」という声が聞かれた。技術開発面では特許を取得する、環境・安全面では法的基準を独走して達成する、などの明確な目標を設定している。そのためには、常に時代の変化に敏感に反応し、社会や企業が求めるであろう技術や製品を他社に先駆けて研究開発していく先見性が求められる。また、市場に競争相手がいない状況が達成できれば、数人規模の企業が数万人規模の大企業と対等に交渉できることとなり、結果として高付加価値の技術や製品になっている。

#### (4) 公的支援の積極活用

先行して新事業を立ち上げ、ある程度経営の目途が立ってきた企業では、創造法や経営革新法の認定を受けたり、行政等の支援事業として研究開発を行っている。新事業取組のきっかけは、まず、情報収集が大切であるが、事業が進展し始めた後は自社の情報発信を積極的に行うことが重要としている。具体的には、公的な相談窓口等を利用して、様々な支援策の紹介を受け、経営者自らの意思で公的支援を積極的に活用している。さらに注目されることは、新規事業に関係する研究者等の紹介を受け、人的交流が一段と広がっていたという事例である。また、異業種交流会でヒントをつかんだとする経営者もみられた。

#### (5) 徹底した現場主義

研究開発においても、製品の販売においても、社員任せにすることなく、社長自らが現場に臨んでいる。マーケットの動向を素早くつかむことになるだけでなく、経営者が誰よりも詳しければ社員がついてこないとしている。製造業では、後継者について、スーツではなくて作業服を着せなければ中小企業は経営が持たないとの声も聞かれた。



## 5. 新事業への取組活発化に向けた提言

創造法や経営革新法の認定企業や新技術開発に伴う新事業展開を積極的に発信している企業を中心に、県内企業の新事業への進出状況をみてきたが、最近認定企業数が増加している経営革新法においても、飲食業やホテル・旅館業等では依然として認定企業がゼロであり、また、県内事業者数が多い小売業や運輸・倉庫業などでも認定企業は少数にとどまっている。しかし、これら業種においても経営革新が進展している事例がみられ、新事業への進出希望比率も先端技術関連の業種同様にかんがりの高率となっている（図表2）。

新事業への取組については先端技術に支えられた新製品、新サービスの提供という面が強く意識されているが、必ずしも先端技術を用いたものでなくても、応用技術の組み合わせにより新規性が認められれば経営革新法に認定されるなど、多くの事業者が挑戦できる環境が整備されてきている。幅広い業種、階層での新事業への取組活性化の方策を考えてみた。

### (1) 新事業に向けた「技術のタネ（以下、シーズ）」を創り、発信しよう

ヒヤリングを通じて、新事業として成果を挙げているのは、既従事業者の既従事業に対する危機意識がもたらす新事業へのニーズが強いことである。このとき、ニーズとマッチングするシーズの存在が不可欠である。

県内には、多くの大学や研究機関があり、産学連携に向けた意識は強まっており、一部の研究者は連携に積極的に取り組んでいるが、大学や研究機関が組織として新技術の共同研究や応用に向けて積極的に取り組んでいる向きは少ない。

新事業による産業活性化を展望するとき、今後ますます増大する可能性の高い企業ニーズに対して、それを満たすシーズの一層の充実に向けて、大学や研究機関が研究成果の活用のために、積極的に情報発信することが必要である。

### (2) 千葉県にTLOの創設を

今回のヒヤリング調査のなかで、多くの企業が自社の優位性確保のために、特許を取得、使用している。千葉県内の場合、東葛テクノプラザや千葉大学共同研究推進センター、千葉県知的所有権センター（（社）発明協会千葉県支部）などで情報収集できる。しかし、全国に目を転じると、TLO（Technology Licensing Organization:技術移転機関（注2））を設置し、拠点化する動きが多い。

（注2）

#### TLOについて

TLOは、大学等の研究者の研究成果を評価した上で特許化し、それを情報提供、マーケティングを行って企業へ技術移転を図る法人であり、産と学の仲介役の役割を果たす組織である。大学発の新規産業を生み出し、それにより得られた収益を大学や研究者に戻すことにより研究資金を生み出し、大学の研究の更なる活性化をもたらすという「知的創造サイクル」の原動力として産学連携の中核をなす組織である。

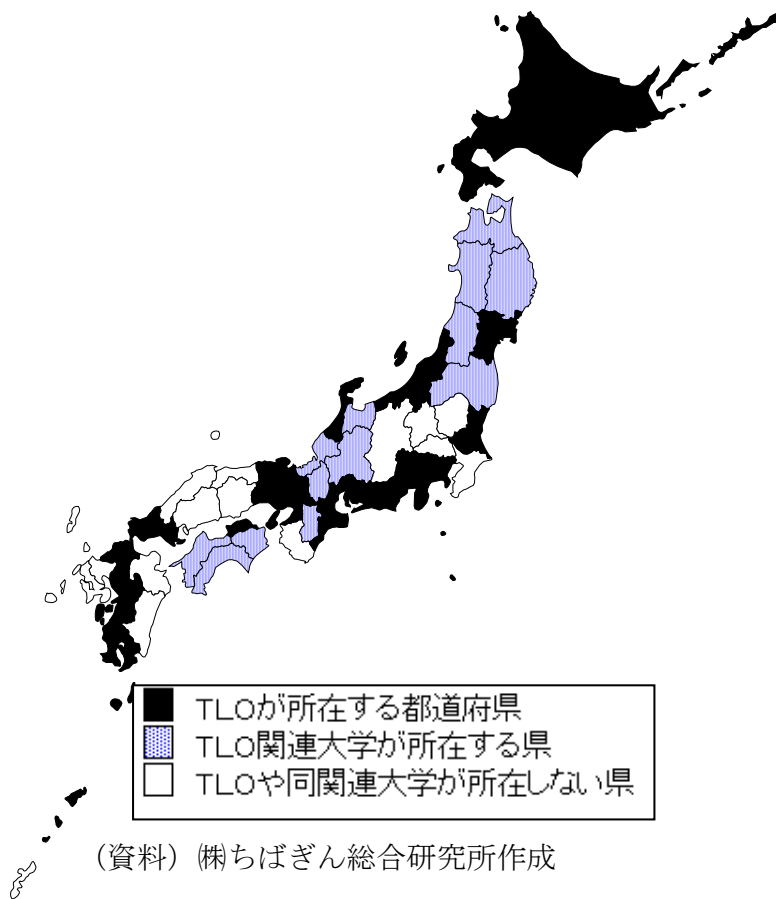
03年2月現在、国内では31機関がTLOとして国から承認されている。因みに都道府県別にTLOの設置状況をみた（図表5）。TLOの本部組織が所在している都道府県が19、TLOは無いがTLOに関連している大学がある県が13、TLOも関連大学も無い県が15となっている。関東では、4県がTLOも関連大学も無いが、埼玉県、栃木県、群馬県では各県の国立大学が茨城県の国立大学を加えて、協力してTLOを設立する予定になっており、本県が取り残される形となっている。県内をみると、新世紀ちば5か年計画のなかで、TLO設立にも触れられているが、具体的な動きは未だみられない。一方、千葉大学では千葉大学共同研究推進センターを設置しているほか、「都市エリア産学官連携促進事業」として千葉県産業振興センターなど公的機関や地元民間企業と連携して新規事業の創出や産業競争力育成を図る動きがみられるが、TLOに関しては不透明である。

TLOがあれば全てうまくいく訳でもなく、多くのTLOが法人としての収益確保に苦勞をしている模様である。しかし、TLOは地域の研究者のシーズをしっかりと汲み上げる組織として重要であること、国の施策もTLOの存在を前提にしたものがみられる（大学発事業創出実用化研究開発事業）など、地域社会にとってインフラ的な役割を持ち始めている。

TLOは、大学のみの努力で創設させ機能させられるものではない。地元の民間企業と行政の協力、支援が不可欠である。本県でもTLO創設に対する地域全体としての積極的な取り組みが期待される。

(図表5)

都道府県別TLOの所在状況



(資料) 株式会社ちばぎん総合研究所作成

(3) 新事業を推進するにはニーズとシーズを結びつける専門家（仲介者）が有用

新事業に取り組むためのシーズとニーズのマッチングが大切であるが、具体的にマッチングを推進するのは「人材」である。中心となる事業者と研究者のまわりに各々ネットワークが形成され、人脈と同時に技術や情報が伝達されていく。

県内では、こうした条件が整備された「東葛テクノプラザ」が新事業創出の大きな役割を果たしている。東葛テクノプラザが新事業創出に成果を挙げているネットワークづくりの本質は、ニーズとシーズを結びつける仲介の仕組み作りにある。その成果を踏まえて、専門の研究機関や公的部門の産業振興関連部署に地域特性を考慮した専門分野の仲介担当者を育成することが望まれる。ゲノムやバイオ、ナノテク等に特化した専門家の存在が地域の特化を推進するタネとなり得る。

さらに先端技術を使うわけではない飲食店やホテル・旅館業等の業種における新事業展開を伴う活性化にも専門分野に特化したアドバイザー（ニーズとシーズの仲介者）が有用である。新事業推進のために整備された経営革新法を軸にして、ハイテク関連企業だけでなく一般の企業が、経営革新、新事業創出にたちむかう支援体制作りが重要である。

(小川 肇)