

Title	地域イノベーション・サーベイ : 地域企業の競争力強化を目指した俯瞰的調査
Author(s)	金間, 大介
Citation	年次学術大会講演要旨集, 35: 198-201
Issue Date	2020-10-31
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/17446
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨



地域イノベーション・サーベイ： 地域企業の競争力強化を目指した俯瞰的調査

○金間大介（金沢大学）

1. はじめに：本研究の目的

2014 年に「地方創生」が本格的に動き出して以来、ヒト・モノ・カネが東京一極に集中するという従来の一方的な流れを、地方に新たな雇用を創出することによって逆方の流れを創りだすことが図られてきた。しかし現時点では、人口統計上においても、また地方に暮らす人の肌感覚においても、相応の効果が現れているようには感じられていない（金沢市ものづくり戦略推進会議報告、2020）。

この一因として「地方には魅力的な仕事がないから」という考えがある。どれだけ地方の魅力をアピールしたり居住環境を改善しても、魅力的な働き口がなければ、特に若手は定着せず大都市へ流出してしまう。すなわち「地方創生」のためには地域経済の高進は不可欠であり、そのためには地域企業の競争力強化につながるしっかりとした事業戦略の立案能力や、それを実現する組織的なイノベーション創出力、ならびにそれらを下支えする人材育成方策や地域コミュニティの醸成が必要である。

しかしながら、地方に立地する企業の現状としては、代々受け継がれてきた経営基盤や取引等をベースにした経営スタイルが中心となっており、またそれらを運用することに注力するあまり、結果として外部環境の変化への対応や新市場の創出、異業種連携、販路拡大等の取組みに弱さを抱える構造となっている。特に、戦後最長となる「いざなみ景気」に迫る、2012 年 12 月から 71 カ月間続いた緩やかな景気回復基調に加え、長期にわたる地域経済に対する政策的支援が重なり、既存事業・既存顧客を最重視する経営スタイルが地域企業の存続に最良な選択となってきたことは否めない。言うなれば、「地方版イノベーションのジレンマ」とも解釈できる状況が続いてきた。

それに加えて、本研究が第一の対象とする北陸地方は、歴史的に中小規模の事業者が多く、特に部品や電子デバイスの加工・製造、食品加工等に高い技術力を持つ事業者が地域経済の牽引役となってきた。その一方で、そういった強みがあったが故に長らく続く商習慣を変えることができない中、新型コロナウイルスによる景気低迷により、急速に競争力を失う懸念も現実化している。

そこで本研究では、主に北陸地方の企業におけるイノベーション活動の実態を俯瞰的に把握するとともに、事業戦略の立案を巡る現状や課題を深く分析することで、地域企業の競争力強化に資する知見を提供することを目的とする。加えて、これらの企業を下支えする人材育成や地域コミュニティの醸成を実現する地域政策のあり方も視野に入れる。現在のところ、このような地域に特化した事業活動の実態把握を目的とした研究は他に例を見ない。そこで本研究においては、将来的に舞台を北陸地方から全国の地域へ展開させることで、新たな社会的・学術的貢献を果たす。

2. 研究方法

上記の目的を達成するため、本研究では大きな構成として、アンケートを中心とした定量的アプローチと、個別企業の事例分析を柱とした定性的アプローチを組み合わせる。

2. 1. 定量的アプローチ：アンケート調査（地域イノベーション・サーベイ）

定量的アプローチとして、主に北陸地方に拠点を置く企業を対象とした包括的なアンケート調査（地域イノベーション・サーベイ）を実施する。本調査はすでに準備段階に入っており、100社を超える企業会員がいる金沢大学先端科学・イノベーション推進機構の協力を得て実行する。このアプローチから得られた知見を基に、地域企業の事業戦略を巡る実態を包括的に把握するとともに、その根底にある課題を抽出し、整理・体系化する。

具体的な方法として、国内外の文献をベースに詳細な先行研究を行い、地域における事業戦略を巡る活動や課題を俯瞰的に捉えた上で、主に以下のような調査項目を設定する。

- A) 現在直面している事業戦略上の課題
- B) 実際に採用しているイノベーション活動等の実施状況とその成果
- C) 地域資源を活用した製品やサービスの有無および自社におけるそれらの位置づけ
- D) 戦略立案・実行の人材の所在、役割、能力
- E) 知的財産の利活用といったイノベーション活動の成果の保護・収益化に関する能力や人材

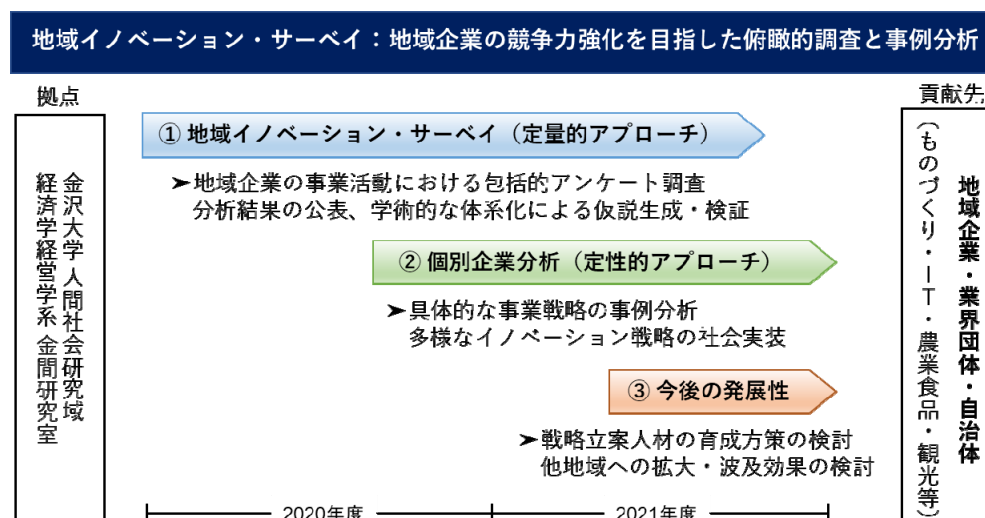
当然ながら企業規模、業種、立地、歴史等でイノベーション戦略の有効性は全く異なることが想定される。本研究では可能な限りこれらをコントロールした上で検証を行う。現在、すでにパイロットサーベイを準備しているところであり、本研究ではそこから得られるフィードバックを本調査に反映することでサーベイ全体の精度を上げていく。なお、分析結果の正確性を考慮し、最終的には地域企業のイノベーション活動における包括的な企業パネルデータを構築することを目標としている。

2. 2. 定性的アプローチ：事例調査（個別企業分析）

上記アンケート調査と並行する形で定性分析を実行する。このプロセスでは、実際に複数の企業と契約を結び、それぞれの業界や業種においてどのような特有の課題があり、どうすれば克服できるかを、現場の知見を基に把握・検討する。その上で、実際の現場においてこれを検証することで、アンケート調査と組み合わせた重層的なエビデンスを構築していく。

また、本研究の特色の1つとして、当事例調査に組み合わせる形で戦略立案方策の検討を行う。その目標として、地域あるいは業界特有の課題を、産学官連携活動等を通してオープンな形で共有・精査しながら、新たな戦略の立案を可能とする人材の育成も射程に入れる。

図1 本研究の全体構想と実施項目



3. 結果

以下に「地域イノベーション・サーベイ」の主な集計結果を示す。2020年9月25日時点で回答数は73社、回収率は68%であった。

本発表では、これらの結果およびさらに分析を進めた結果をベースに議論していく。同サーベイでは、以下の設問の他にも「活用した公的支援の有無」や「採用した知的財産戦略」等について調査している。また、各企業の規模や財務状況も合わせて収集しており、これらと多様な事業戦略との関係について分析が可能となる。

なお、以下のデータは速報値であり、今後修正される可能性があることに留意されたい。

図2 2016年から2019年の間に市場に導入した新しいまたは改善した(a)製品、(b)サービスの有無

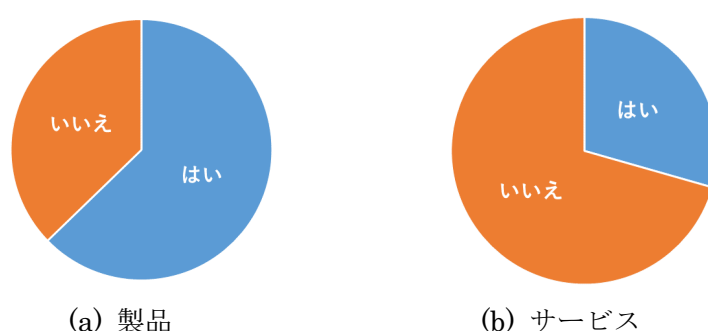


図3 図2でいずれかに「はい」と回答した場合の(a)主な開発形態および何らかの他社の協力を得た場合の(b)連携相手先の所在地

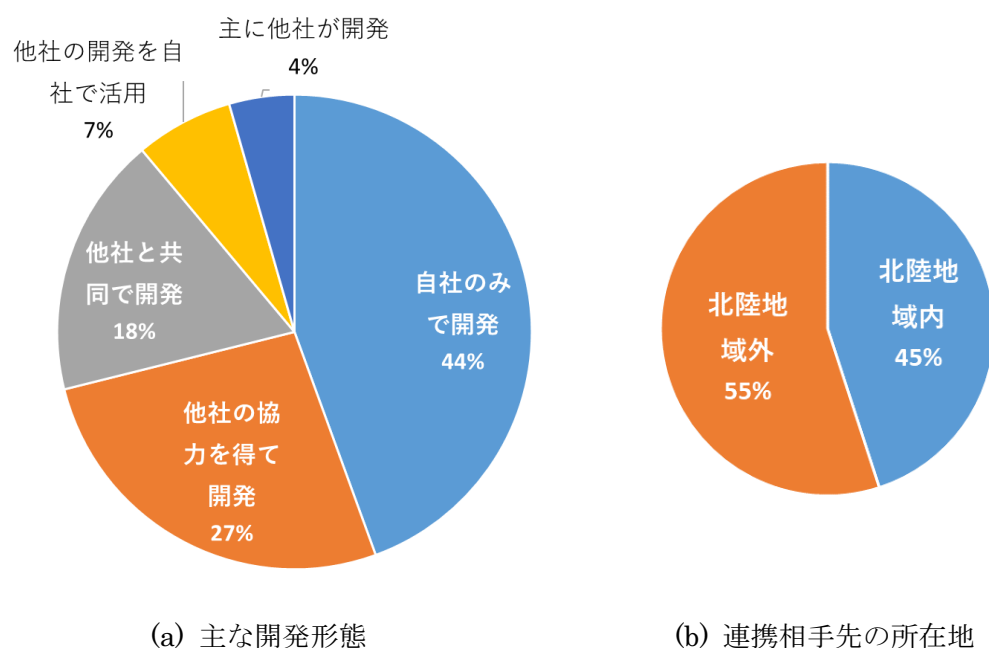


図 4 2016 年から 2019 年の間に採用した戦略とその達成状況

	採用した			採用して いない
	目標を 達成した	ある程度目標 を達成した	目標を達成 していない	
新しい製品やサービスの開発	11.8	47.1	15.7	25.5
既存の製品やサービスの高品質化	7.8	58.8	15.7	17.6
既存の製品やサービスの低価格化	2.0	23.5	25.5	49.0
製品やサービスのラインナップの拡充	7.8	39.2	15.7	37.3
製品やサービスの生産方法の高度化・ 効率化	5.9	41.2	31.4	21.6
製品やサービスのロジスティクス、配 送方法、流通方法の高度化・効率化	5.9	15.7	19.6	58.8
新しい販売チャネルの開拓	2.0	41.2	27.5	29.4
販売促進やプロモーションの強化	3.9	35.3	21.6	39.2
既存顧客の満足度の向上	4.1	69.4	18.4	8.2
新規顧客の開拓	6.0	48.0	34.0	12.0
異業種との連携	4.0	22.0	28.0	46.0
新製品・新サービス開発におけるデー タの利活用	3.9	13.7	27.5	54.9
顧客開拓や顧客接点改良におけるデー タの利活用	4.0	12.0	24.0	60.0
組織改革におけるデータの利活用	4.0	14.0	18.0	64.0
従業員の教育・訓練	6.0	50.0	32.0	12.0
人事制度の改革	2.0	36.7	24.5	36.7

単位：％

図 5 新型コロナウイルスの影響

	増加（加速） した	変わらない	減少（減速） した	増加-減少
売上	14.3	16.3	69.4	-55.1
営業利益	12.2	18.4	69.4	-57.1
新製品・新サービスの開発	8.5	66.0	25.5	-17.0
既存事業の販売促進や営業活動	0.0	32.7	67.3	-67.3
原材料の仕入れ	2.2	58.7	39.1	-37.0
顧客からの発注	4.2	22.9	72.9	-68.8
社内業務の進捗	6.1	59.2	34.7	-28.6
社外との連携	6.1	42.9	51.0	-44.9
新規人材採用	6.1	67.3	26.5	-20.4
事業計画の見直し	22.4	51.0	26.5	-4.1

単位：％