

Title	コロナ下におけるオープンイノベーション活動
Author(s)	樋口, 裕思
Citation	年次学術大会講演要旨集, 36: 798-799
Issue Date	2021-10-30
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/17924">http://hdl.handle.net/10119/17924</a>
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

## コロナ下におけるオープンイノベーション活動

○樋口 裕思（大阪ガス株式会社 オープンイノベーション室）

### 1. はじめに

大阪ガスグループ (Daigas グループ) では 13 年前からオープンイノベーション活動を開始し、これまでに多数の開発パートナーとの協創活動を生み出してきた<sup>1⑥</sup>。ここでは、コロナ下となった昨年（12 年目）の活動とその成果を中心に報告する。

### 2. Daigas グループのオープンイノベーション活動

Daigas グループではオープンイノベーション活動を、「社外のリソースを探索してきて、社内のリソースと柔軟に絡めることで新しい商品やサービスを作り出す活動」と定義している。そしてその推進組織として、オープンイノベーション室を設置している。

オープンイノベーション活動の目的は、次に示す 3 つである。

- 新たなパートナーとの連携による
- ① 技術開発のスピードアップ
  - ② 開発製品の性能アップ
  - ③ 技術開発の投資効率アップ

さらにこの活動が目指す究極の目的は、新規テーマ創出や新事業創出である。



図1 オープンイノベーション活動のしくみ

活動のしくみを図1に示す。Daigasグループが必要とする技術（技術ニーズ）をホームページやマッチングイベントで公開し、ニーズにマッチした技術（技術シーズ）を外部組織から募る。外部組織としては、企業、大学、ベンチャー、公的研究機関、海外を想定している。応募された技術は、いったんオープンイノベーション室で技術の見極めを行い、その上で原局（ニーズ発信元）に紹介する。その後は原局に引き継ぎ、原局と外部組織（提案組織）とで協業を模索するという流れである。

### 4. オープンイノベーション活動の成果

12年間の活動成果を説明する。815件のニーズを公開することで、7457件の提案を外部から獲得した。1ニーズに対し平均9件の提案である。オープンイノベーション室でこれらの提案技術の見極めを行い、3374件の面談をしている。これは全提案件数の約半数である。そして原局が技術内容を精査し1606件の提案組織と面談することで、これまでに586件の協業を生み出している。このようにオープンイノベーション室は、約7割のニーズに対してシーズ技術を保有する外部組織を探索できている。原局は面談した3件に1件の割合で外部組織（提案組織）との協業が、提案組織は13件に1件の割合でDaigasグループとの協業ができているという実績である。

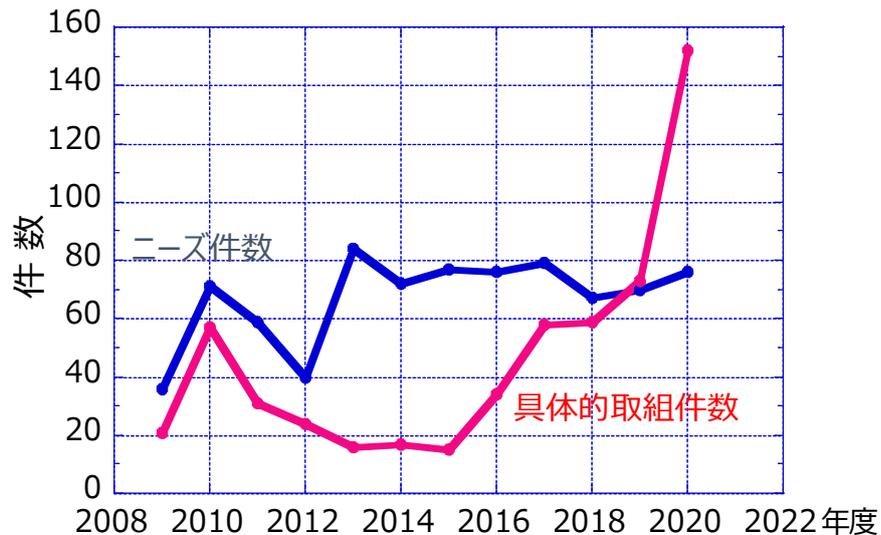


図1 年度別ニーズ件数と具体的取組件数

図1に年度別のニーズ件数と具体的な取り組みに進展した件数を示す。2009年に活動を開始し、2010年には全ニーズ件数の8割近いヒット件数（具体的な取組件数）を獲得した。ヒットによりニーズ数が減少したが、その後2012年まではニーズ件数の半数以上をヒットさせている。ニーズが一巡し要求仕様が難しくなった2013年からはヒット率（数）は低下したが、現場からニーズがオープンイノベーション室にコンスタントに届くようになった。この地点をもってオープンイノベーション活動が定着したと判断している。

オープンイノベーション室は2016年から新体制で臨み、数々の改善と工夫を行うことでヒット数が再上昇し、2017、2018年には過去最高のヒット件数を更新し、さらに2019年には具体的な取り組み件数が初めてニーズ件数を超えた。これは、1つのニーズに対して複数の取り組みを併存させていることを示している。

コロナ下となった2020年はヒット件数が昨年の倍程度となった。つまりニーズ件数の2倍である。この理由としては、提案件数が昨年の2倍程度となったことが主な要因であると考えている。提案件数を獲得した手法としてはWEB公募を活用した。会場に参加企業を集めてニーズを説明するリアルなマッチング活動が、コロナ下で開催を断念せざるを得ない状況となったため、WEB公募を本格的に実施することで、提案獲得の重要な手段とすることができた。

このようにしてオープンイノベーション室は、オープンイノベーション活動自体におけるイノベーションを進化発展させている。発表時には、WEB公募とリアルなマッチング活動との成約率の違いを報告し考察を加える予定である。

#### 【参考文献】

- 1) 樋口裕思：10年間のオープンイノベーション活動、研究・イノベーション学会第33回年次学術大会講演要旨集、pp683-685 (2018)
- 2) 樋口裕思：11年間のオープンイノベーション活動、産学連携学会関西中・四国支部 第11回研究・事例発表会、M11-13 (2019)
- 3) 樋口裕思：進化する大阪ガスのオープンイノベーション活動、研究・イノベーション学会第34回年次学術大会講演要旨集、pp591-592 (2019)
- 4) 樋口裕思：11年間のオープンイノベーション活動、産学連携学会第18回大会予稿集、pp64-65 (2020)
- 5) 樋口裕思：12年間のオープンイノベーション活動、産学連携学会関西中・四国支部 第12回研究・事例発表会、M12-3 (2021)
- 6) 樋口裕思：オープンイノベーション活動成果－産学官連携に関する考察－、産学連携学会第19回大会予稿集、603B1600-1 (2021)