



オクタゴン：産官学連携が生んだ貴重な成功例

地域に根ざした高専において、産官学連携の重要性はこれまで以上に高まっています。しかし、製品発売まで進む例は、それほど多くないと聞きます。ここでは、自分が産官学連携で学んだ成功の秘訣をご紹介します。

ご紹介する産官学連携が生んだ「オクタゴン」は、ダンボール製の避難用仮設住宅であり、これまでに無い画期的な製品です。紙製ですので軽量で被災地への持ち運びも容易で、一般の方でも数時間で組み立てることが出来ます。さらに特殊防水加工によって、屋外において半年以上の耐久性を持っています。平成19年の能登半島地震においては、ボランティア休憩所などとして活用実績もあり、既に80棟ほどが出荷され、その有用性が高く評価されています。

1. リーダーシップはあくまで企業です

共同研究とは言いながら、最終目標が製品開発ならばリーダーは企業です。産官学の順序に従って役割を果たすことが必要です。強い企業のリーダーシップのもと、官庁や銀行の支援や助言を受けながら、学校はあくまで技術的な裏付けなどを担当します。共同研究と言っても、皆が自己主張しだしたら何もまとまりません。責任分担を明確にして、代表企業の強い指導のもとで、研究開発を進めることが不可欠です。

2. 企業からのニーズが成功の秘訣です

研究開発ではシーズとニーズの組合せが大切ですが、製品開発を目指すのであれば、企業からのニーズが成功の秘訣です。日頃から顧客や市場の要望を直接に受けている企業は、ニーズを的確につかんでいます。これに学のシーズを組み合わせ、官の枠組みや支援を受けることが、最も良い形だと思います。例えシーズ主導であっても、明確な製品に直結する技術でないと、長い共同研究において目標が揺らいでしまいます。

3. 開発では戦略的に突き進むのみです

共同研究では、産官学の様々な立場の人々の協力が進みますが、色々な思惑があって単調には進みません。どうしても試行錯誤の繰り返しの中で、社会情勢の変化にも影響を受けて目標がぶれたりしますが、製品完成や特許出願などの中間目標を設定して、戦略的に活動を進め、その目標までは何があっても突き進むことが必要です。このとき最も大切なのは、代表企業のリーダーシップだと思います。これなくして成功はありえません。

4. ビジネスは開発より販売が大事です

最後に厳しい現実ですが、素晴らしい製品だからと言って、すぐに市場に受け入れられるわけではありません。特に既存製品の改良ではなく、オクタゴンのように全く新しい市場を切り開くためには、相当な努力が必要です。つまり開発の努力よりも、販売の努力の方が実は大変です。この場面においても、企業の覚悟が全てになってきます。これを後方支援してゆくの、官学の役割だと思います。



写真1 オクタゴンの紹介



写真2 オクタゴンの外観



写真3 オクタゴンの内部



写真4 オクタゴンの組立1



写真5 オクタゴンの組立2