

# “知”を絞り、“知”を磨き、“知”を活かす。

3月19日に発表された経済産業省の2002年商業統計(速報)によれば、長引く景気低迷の中で、商業の業態が大きく変化している様子が浮き彫りになった。従来型の商品構成をする業態に比べ、消費者のライフスタイルの変化を素早くとらえたホームセンターやドラッグストアなどが急成長している。バブル経済の崩壊を経て、変化し続けてきた商業のビジネスモデル。一時期ブームとなったネット販売も落ち着きをみせるなか、これからの“商い”の潮流はどこへ向かおうとしているのか。そのキーワードを探ってみた。



## “知”を解き放つ構造改革特区!

香港や上海にみられる中国の経済特区にヒントを受けてスタートした、日本の構造改革特区。低迷する日本及び地域経済の打開策のひとつとして、大きな期待が寄せられている。すでに全国から1,000以上の提案が出されているが、その中には自治体だけではなく、企業や個人の提案も数多く含まれている。岩手県に関連する例としては、三洋電機が提案している「ITを核とした産学官連携特区」があり、介護保険法などの規制を緩和して訪問介護員の業務範囲を拡大し、ITを遠隔地医療に活用しようという仕組みづくりに、岩手県立大学とNTTデータ三洋システム、(株)三技協が共同で取り組む構想がある。

特区といえど、県内ではグリーンツーリズムに関連して、酒税法が絡んだブロクの醸造や旅館業法が絡んだ民泊(民家への宿泊)などが話題になるが、そればかりではない。構造改革特区の本質は、さまざまな規制を緩和することで、これまで埋もれていた知識や技術を活かそうという試みだ。いわば従来の枠から“知”を解き放つことなのである。

## “知”を資産に起業を支援!

従来の枠の中で埋もれていた“知”を掘り起こそうという事例を2つ紹介しよう。ひとつは、関西の大手企業が

結成した「大学発ベンチャーボランティアクラブ」。松下電器産業やシャープなど12社が参加し、大学での研究成果をベンチャー企業の設立や事業化に結びつけるため、経済産業局の仲介により、必要な人材を企業側が無償で派遣するという。

これまで、研究成果はあっても市場のニーズがつかめず、経営能力のある人材の不足などで企業化できなかった大学側と、経営や販売する人材を抱えつつも新しい事業を模索していた企業側が互いの“知”を活かし、補完し合う試みだ。

もうひとつは、ホームページを担保に融資をしたベンチャー支援のお話。日本政策投資銀行では、ネット上でポータルサイトの企画・運営をしている企業に、一部のサイトの商標権とドメイン名の所有権などを担保として、新規事業の開発資金1,000万円を融資した。融資の対象となったのは、ホームページの広告効果を即時に分析するシステムの開発事業で、費用総額は約240万円。予想キャッシュフローの現在価値を評価して融資したとのことだが、“知”を担保に融資を受けられるようになれば、土地などの有形資産が乏しいベンチャー企業にとって大きな味方になる。

## 歴史上の“知”で地域を興す!

活かせる“知”が必ずしも新しいも

のばかりとは限らない。青森県では、芸術振興の功労者を表彰する「棟方志功賞」の創設を検討することになった。青森県総合開発審議会の席上で提唱されたもので、今年、生誕100年を迎える郷土出身の著名な版画家・棟方の名を冠した賞を授与することで、県内の文化振興に結びつけるとともに、県外に向けても発信しようというものである。詳細は今後検討されるとのことだが、教育的な効果も期待されており、動向が注目される。

また、福島県では、食品企業7社が共同で、猪苗代町出身の細菌学者、野口英世をモチーフにしたキャラクター事業を始めようとしている。来年から新しい千円札の顔となる野口の功績にちなみ、各社各様に商品を開発するが、商品の梱包などには共通の似顔絵を使い、統一したイメージで販売する。収益の一部を福祉団体に寄付することになっており、全国から参加企業を募集中だ。最後に自社の“知”を活かしたブランド化の動きをひとつ。茨城県の酒造メーカーでは、複数あった銘柄を1つに集約し、銘柄のブランド化を進めている。とかく消費者の価値観の多様化を反映し細分化される傾向にあるが、銘柄を統一することで企業イメージを創り出そうというのである。“知”を絞り、“知”を磨き、“知”を活かすさまざまな挑戦が各地で始まっている。(公)