

【イノベーション】

- イノベーションは、真新しいものを創ろうと大上段に構えるのではなく、広島独自のものをいくつか融合させていると、新しい広島型のものができる。
- イノベーションにサブタイトルを付けると理解しやすい。
- イノベーションの目標・目的を、はっきりさせる必要。地域の発展、県民の幸福価値追求を目的としてはどうか。
- 地域の雇用創出・雇用の維持を目的に、そのための手段としてイノベーションがある。

【マインド、危機意識・やる気】

- イノベーション立県という意識のある県とない県では差が出る。
- 高い理念・志と将来を見るという意識で中期的に取り組んだ結果、イノベーションが生まれた。
- イノベーションの重要性など若い人へのイメージ戦略が重要。
- 若手の育成・活性化も、イノベーションを支えるマインドの原動力になるのではないか。
- 域内のイノベーション創出の取組みを評価し、表彰・顕彰する恒常的なイベントを創設してほしい。

【支援環境】

■支援機関

○ 公的試験機関に、企業が抱えている問題を迅速に解決できる人を常時配置して欲しい。

■資金供給機能

○ 資金調達については、アーリーの段階で数千万円規模での投資が必要。

○ 技術・経営力評価について、一番大事なのは、技術をお金に変えるビジネスモデル。

○ 2013年3月に訪れる、金融円滑化法の期限は、金融機関にとって重要な課題。

■法規制・リスク

○ 国際競争力を高めるため、インフラコストを低減する施策を講じてほしい。

■創業環境

○ 創業者が出てきたら、それを支える仕組みを作るのも、イノベーションを推進する方法。

○ 創業初期を支援する仕組みが出来れば、広島発のベンチャーがもっと成長できると思う。

■グローバル展開

○ (県の施策で)海外展開をいうならば、漫然と海外ではなく、ターゲットを絞るべき。

○ 行政には1つの事業テーマではなく、裾野を広げるような取組を望む。

○ 地域のリソース、ポテンシャルを分析し、プライオリティをつけて取組を決めるべき。

【人材確保・育成】

■人材確保

- イノベーターとアントレプレナーの関係。
- 既存事業でも、海外での新事業展開には、アントレプレナー的性格の人が必要。
- アントレプレナー的性格の人材をどうやって育成するか。
- 高付加価値のものづくりで儲ける仕組みを考え、それをドライブする人材が必要。
- 企業が持つコアな技術を、研究やビジネスに結びつけるコーディネーター人材が必要。
- 様々な匠を育てる必要があるが、時代を担っていくべき30～45歳の層が薄い。
- 退職技術者の海外流出も課題。

■人材育成

- 支援機関で、専門家を育成する研修や、専門士の認定試験を行ってほしい。
- 情熱を持ったイノベーターを発掘し、ビジネスアイデアを実行し、やりきるまでコーチングする仕組みが必要。
- 地域企業は、学生をインターンシップで実践教育し、地域企業の優秀な研究人材を相互活用すべき。

【企業集積】

- 広島は産業のすそ野に広がりがあることが、コアコンピタンスの一つである。

【知の拠点】

- 知的人材は大学のみならず、企業等と一体で集めるべき。
- 競争的資金は、3～5年後に成果を求められるため、腰を据えた研究ができなくなっている。
- 広島大学は、産業の活性化を推進することを目的として、「産学官連携推進研究協力会」を設立。
- 地域イノベーションに通じる大学の役割を果たしていきたい。共同研究を推進したいと考えており、行政にも支援してもらいたい。

【連携・ネットワーク】

- 能力ある企業人材がスピンアウトしないで、例えば域内大学で活動できるなど循環する仕組みが必要。
- 物事を違う切り口で新しい見方をすることが重要。商社、銀行、大学などコラボし、ネットワークを構築することが重要。
- 地域のシンクタンク&実行機関として、イノベーションバンク(人・モノ・カネ)を広島に持つとおもしろい。