

# 企業のセレンディピティー

山田 正幸

セレンディピティーという言葉が最近よく使われ、聞かれるようになった。語源をネットで調べてみると、18世紀のイギリスの小説家が書いた「セレンディップの三人の王子たち」という話から来ているらしい。自然科学の研究においても、実験や観察で予期せぬことが起きた時に、新たな着想を得たり、発見をすることを指す言葉としてよく使われてきた言葉だが、いわゆる「ひらめき」ということとは少し違う意味合いを持っているようである。同じ現象を見ても、準備された頭、心を持った人だけが、発見をし、新しい発想をすることができる、ということもセレンディピティーという言葉の意味には含まれている。

企業の研究開発の目的は、一義的には、新たな製品やサービス、あるいは、それらを実現するための材料、技術、製造方法を開発することである。

研究開発部門では、日々、そのための努力が続けられている。現在の事業を発展、成長させるための現製品の新しいグレードや新しい製造プロセスの開発は、各事業が市場での競争を生き抜いていくために必須である。

また、企業が今後も発展し成長していくためには、今の事業の存続を図るのみではなく、今の製品、事業の単なる延長線上にはない新たな製品、事業を開発していくことが必要である。

オープンイノベーションは社外との連携でそれを促進する仕組みで、社内のみ資源、アイデアで研究開発を行うクローズドイノベーションに比べて、学際的な取り組みがしやすく、新しい製品の開発を促進できるという利点が言われていて、色々な形で取り入れて行くべき方法だと思う。

一方で、自社内に様々な事業があり、異なる分野で様々な研究開発が進められており、社内には多くの技術、ノウハウの蓄積があり才能がある。その資源を如何に結び付けて新たな技術、製品を創生するかという点でも、まだまだ努力の余地がある。

研究員や技術者が、顧客に向いて情報を直接得て、研究開発部門と事業部のオープンな議論をもっと行い、グループの研究所、開発部門間で活発に人材交流、コミュニケーションを図って、斬新で学際的な発想が生まれる素地を作っていく努力をして行きたい。

顧客が考えてもいなかったようなものを開発し、顧客がこれこそが本当に欲しかった「ウォンツ」あるいは「ニーズ」だったと気付くようなことが起きれば、正にブルーオーシャンに行きついたことになって夢のようなサクセスストーリーであり、それを目指して努力するこ

とは、オープンイノベーションを上手く活用できる素地としても重要であろう。  
研究者個人だけではなく企業としてのセレンディピティーも求めたい。