

**日**本の技術は優秀だがビジネス化が下手だと言われる。だがビジネス化には開発者の努力だけでなく社会の協力が不可欠である。以下はここ6年ばかり米国のベンチャーキャピタルとスタートアップ企業(日本語ではベンチャー企業)のお手伝いをして学んだことである。

スタートアップは製品開発の見込みがたつと、アーリアドプターとなってくれるユーザ企業(部品メーカーから見ると組み立てメーカーはユーザである)を探す。アーリアドプターとは先駆者利益を得るために、開発直後の製品(技術)をあえて採用してくれる企業である。機能・性能で先進的だが品質がまだ完全ではない製品を採用することになるので不具合の修正等に余分な手間がかかる、または約束の機能性能が達成できないリスクがある。たいていの企業はアーリアドプターとなることを喜ばない。

米国スタートアップがアーリアドプターを見つけることは容易ではないが米国、欧州等ではチャンスはある。しかし日本ではまず見つからない。日本の経営者は先駆者利益の獲得よりリスク回避を重視するからだ。さらに意思決定が遅い。このため最近では米国のベンチャーキャピタルはスタートアップにアジアでの売り込みには日本ではなくまず韓国、台湾等に行くよう指導している。ここでもジャパンパッシングが起きているのだ。

アーリアドプターは米国の社会学者 E. M. Rogers が最初に使った言葉で、イノベーション(新しい商品・サービス、技術・知識等)が登場したとき、早い段階でそれを採用する人々のことを言う。Rogers はイノベーションの社会への普及についての実証的研究を行いイノベーションの関係者を次の5つのカテゴリに分類した。

- イノベーター  
イノベーションを生み出す人

- アーリアドプター  
自らの判断でイノベーションを採用する人
- アーリマジョリティ  
アーリアドプターの結果を見て追従的に採用する人
- レートマジョリティ  
世の中の普及状況を見て採用する人
- ラガード  
最後に採用する人

Rogers はイノベーション普及のためにはアーリアドプターの存在が特に重要であると主張した。

[シニアコラム]

## IT好き放題



[No.1]

## イノベーションを伸ばす社会

私の経験では日本企業はスタートアップにも出荷実績を要求する。これでは上記の分類のマジョリティである。多分日本のスタートアップに対しても同様と推定される。石橋を叩いてわたる社会風土がイノベーションを阻害している。これはかなり重症だ。

私が以前所属していた電電公社では技術先導という経営理念のもと、積極的に新技術を採用し産業界へのフィードバックを図った。自らも技術開発を行ったが、一方大ユーザとして産業界開発の新技術を大胆に導入し高度成長期の技術革新に貢献した。

これは独占の公共事業体であった電電公社ゆえの施策であるが、その後日本には意識的にアーリアドプターを引き受ける私企業がほとんど見当たらない。自社開発か2番手ビジネスにこだわる企業ばかりである。周知のように米国では軍がアーリアドプターとして重要な役割を果たしている。そのほかにも先駆者利益追求のためリスクをとる私企業が存在する。

技術立国は技術開発に資金を投入するだけでは達成できない。アーリアドプターが生まれる視野の広いかつ大胆な社会風土が必要だ。これには教育の改革をはじめ長期的な啓蒙施策が必要であろう。読者諸賢のご意見はいかが。

(平成22年10月23日受付)

戸田 巖 Iwao TODA

[名誉会員] i.toda@computer.org  
1958年電電公社入社。DIPS コンピュータシリーズの開発等に従事。  
1988年 NTT 常務・研究開発技術本部長。1992年富士通常務・ネットワーク開発本部長。富士通研究所フェロー。2004年 Studio IT を創立。  
1996年本会会長。1997年紫綬褒章。本会、電気通信学会、IEEE フェロー。