

# 一般社団法人日本MOT振興協会

## 設立趣意書

私達は今、未曾有の大変革期と言われる21世紀の初頭に立っています。それはまた、地球規模の未来を展望した時、ミレニアム2000年代の初頭でもあります。その前夜、20世紀の最後の20年間に、私達は将来への最大の教訓とすべき、貴重な体験をしました。1980年代の、世界における日本の急膨脹に対して、1990年代の米国の総力を挙げた復権と、それと対照的な日本の「失われた10年」と言われる長期間に及ぶ停滞があります。そして、日本は、バブル崩壊と国際競争力の凋落を克服して、最近ようやく、21世紀の世界の中での日本の方向を明確に定め、大きく進み始めました。

その方向とは、持続的な高い経済成長を長期的に達成するために、産業、企業を中心に、絶え間ない、しかも、世界の最先端を走るイノベーション（産業技術・科学技術の革新）を、広範囲に、かつ活発に展開することにあります。「科学技術立国」、「イノベーション立国」の重要性が、改めて強調される所以ですが、その基本戦略として、最近、新しい「日本型MOT戦略」が非常に注目を集めています。90年代の「米国の復権戦略」と、80年代までの「日本的経営」の強さを融合させた新経営戦略のうねりです。日本は「失われた10年」を経験したからこそ、将来へのイノベーションに必要な知見を蓄積することができ、その知見を基盤として、世界をリードする「日本型MOT戦略」が開花しようとしているのだと言えます。

MOTとは、Management of Technologyの頭文字を取ったもので、「技術経営」、つまり、「技術資産を効果的に運用することにより、企業・組織の業績と価値の最大化を図る経営革新」を意味しています。80年代の日本の驚異的な急成長に対して、強い危機感を抱いた米国は、政府、企業、大学などが一体となって、日本の生産システムなど優れた点を、謙虚に、しかも徹底して研究するとともに、全米200校以上の大学・大学院にMOT講座を設置して、①イノベーション方法論の確立、②技術資産を基にした他社連携、③不足技術を補完する研究開発型ベンチャー買収、などの復権戦略を遂行、これにIT（情報技術）とデジタル革命が同時に進行して、「ニューエコノミー」と称される繁栄を現出して今日に至っています。米国の成功の原因は、戦術（Technology Management＝経営工学）を「戦略レベル化」したことに加え、新規産業の創造に直結する技術パラダイムの変換を実現したことです。これに対して、日本はこれまで、研究開発投資や特許取得件数などの技術力

では、米国と1、2位を競う最高水準を保持しながら、マーケティングや起業などの経営諸指標では、先進国でも中位以下に留まっており、その大きなギャップを埋める“切り札”として、こうした米国の復権戦略を吸収した上で、日本的経営のもともとの長所を基本とした、新たな「日本型MOT戦略」の構築が各界の命題になっているわけです。

MOTの最大の特徴は、従来、技術者の専門傾城とみなされ、最高技術責任者（CTO）の段階に留まっていた「技術に関する意思決定」を最高経営責任者（CEO）レベルに引き上げ、まさにトップマターの経営戦略として、研究、実践することによって、測り知れない成果を期待できる新経営戦略であることです。CEOによる研究開発投資など技術に関する戦略判断が、その後の企業業績を大きく左右し、企業の命運を決定的にすることは、最近の学術研究からも立証されています。また、MOTは、人材育成主導型であり、戦略構想力と技術展望力を兼ね備えた人材を、大量に、計画的に育成しようとしている点も特徴です。トップ・マネジメント志向でMOT教育を強化することは、構造的な変革を最も効果的かつ永続的に可能にすることになります。21世紀の成功の秘訣と言われる「ヒトづくり+モノづくり+コト（価値）づくり」を現実のものにしようとしているわけです。さらに、MOTは、従来の縦割り志向から大きく脱皮して、「文理融合」（文科系と理科系、人文科学と自然科学）と、「実理融合」（実務と理論）による飛躍的な相乗効果を狙っていることも画期的な特徴です。異なった専門分野の知識や知恵を交流させ、融合・統合を促進する努力は、技術パラダイムの変換、つまり、質的に全く異なった新技術・新製品の創造につながるとの考え方に基づいています。

米国と同様に、日本でも、産業界に先行して、2003年にMOT学科を持つ専門職大学院が新設されたのを契機に、MOTブームが短期間に全国に波及して、現在では、学科、講座を持つ大学・大学院の数は、90校以上にのぼり、まだまだ増加する勢いを示しています。さらに、最近、MOT学科を持つ専門職大学院10校が、共通課題の解決を目指して、技術経営系専門職大学院協議会を設立するとともに、日本MOT学会を発足させて、MOTに関する学術研究の交流と高度化に一段と積極的に取り組もうとしています。また、文部科学省の大学・大学院向けと、企業向けの二通りのMOT演習教材の開発や、経済産業省のMOT知識プラットフォーム構築、地方MOT普及など、政策当局によるMOT支復と推進の動きも、毎年、強化、拡大されてきています。

産業界では、長期に渡った経済低迷を脱却するため、日本経済団体連合会、経済同友会、

日本商工会議所など経済団体を中心に、内外の経営環境をめぐる諸問題について、テーマごとの専門委員会等を設けて検討する一方、それぞれの企業でも独自に、事業の再構築や技術開発戦略の見直しなど、懸命に復活と成長への努力を続けており、その中で新たな経営戦略の試みとして、「日本型MOT戦略」の研究と導入への挑戦が始まっています。

バブルの負の遺産を処理した体験と学習を、戦略構築の新たな土台にしつつ、世界同時不況に落ち込むだけでなく、この難局を日本が主導的に、前向きに打開していくため、産学官など各界が衆知を結集し、民間主導・政策支援によって一体的に運営できる、新しいMOT振興機構である、「日本MOT振興協会」(仮称)の設立が必要になっていると思われます。新組織の積極的な活動を通じて、世界の最先端経営・技術動向の常時把握や、「日本型MOT戦略」の多面的かつ具体的な諸研究、アジア諸国や、ダボス会議などとの提携による国際交流や海外MOT視察団の派遣、異業種・異学問交流と融合の活発化、MOT人材の情報蓄積や流通市場の形成、ハイブリッド戦略(異種交配による新品種開発)の創成などが期待され、言わば、「経理融合」(経済・経営と理工)を促進することが新たに重要なポイントになると見られます。

世界は、中国をはじめとするBRICs諸国などの台頭と経済ブロック化が急進展し、環境・エネルギー問題がますます重視される中で、「技術」は、流通、ソフト・サービス、知的財産権までも包含して、広義化する一方です。この背景には、インターネットや携帯電話などITの普及によって、消費者・生活者が能動的にメディア発信をするようになり、グローバルなネットワーク社会が形成されており、政府、企業、大学など社会を構成する組織体が消費者・生活者と直結して活動しているという革命的な変化があります。そのため、これからの世界と日本を俯瞰した時、こうした消費者・生活者の急激な変容に注目した、「生活ビジョン」に対する研究と対応といった戦略視点も求められてくるでしょう。

1980年代の「日本の成功」を体系化する努力を怠ったため、20世紀の最後に体験した、国際競争における「日本の増長と、米国の逆転」というドラマチックな展開を二度と繰り返さないためにも、日本がこれから、絶えず世界の先頭集団に位置しながら、「日本型MOT戦略」を通じて、「日本発」のリーダーシップを世界に発揮していけるようにすることが、私達の共通した念願です。

平成21年3月2日

設立発起人一同