2011年1月6日(木)テラプロジェクトについて日経に記事が掲載されました

2011年(平成23年)1月6日(木曜日)

消費者の発想借り商品化

阪大教授ら梅田に参加型施設

大阪大学の教授らとアサヒビールなど企業は医学連携で、消費者の発想を初期段階から取り入れた参加型の製品開発を事業として始める。大阪市内に2月、企業の技術や試作品に直接触れて創意を促す体験施設を開設する。消費者のニーズに専門家が必要な知識や技術を肉付けして製品やサービスに育てる。米国で「オープンイノベーション」といわれる試みで、消費者の目線で開発力を磨き、売れる製品づくりにつなげる。

テラプロジェクトの概念図

テラプロジェクトに参加する主な企業

企業名	主な目的
アサヒビール	適正飲酒量に対応した新製品開発
フジキン（大阪市）	独自の炭化技術を活用した製品開発
竹中緑園緑化（大阪府東大阪市）	オリジナルの樹木や花の開発
トーケン（石川県小松市）	屋上緑化関連の新製品開発
ネオプロジェクト（岡山県美作市）	香りを切り口にした製品・サービスの開発
大原学園（東京・千代田）	少子高齢化に対応した新たな資格講座の開発

アサヒビール――適正酒量を把握

フジキン――炭化綿活用探る

阪大を中心とする教授らが組織した一般社団法人テラプロジェクト（大阪市、理事長＝小林昭雄・阪大名誉教授）が事業を主導する。大阪・梅田の大阪富国生命ビル4階に「テラプロジェクト」と名付けた施設を開設。大手や中小企業・団体がショールームなどを設ける。

8つ前後の企業・団体が展示、一定期間後に入れ替わりを進める予定。新製品や試作品に関する評価や新たな発想を消費者から直接吸い上げ、大学関係者らと協力して製品化する。消費者の関心が高い「食」「植」「健康」の3つをキーワードに製品開発を支援する。

アサヒビールは試飲コーナーなどのほか、体内のアルコールの分解能力を測定できるコーナーを用意。サンプル数を増やし日本人の適正飲酒量を把握し、今後の商品開発などに生かす。美容関連製品を開発するネオプロジェクト（岡山県美作市）は爽れを回復する香りの開発や個々人に合った調香事業を始める。

非製造業では専門学校を再開する大原学園（東京・千代田）などサービス関連企業も入居する。生活関連分野で新規事業の開拓を目指すバルブ大手のフジキン（大阪市）は綿を独自技術で炭化させた製品の開発を進める。

事業化が見込める企画案はテラプロジェクトに参画する研究者の人脈を通じて、最適と思われる専門家や企業を仲介する。商品化や事業化のメドが立てば、個人と企業の間で売り上げなどに応じたアイデア使用料の契約を結ぶ。起業を目指す場合には、事務局がスポンサー探しも請け負う。

旗振り役でバイオテクノロジーを専門とする阪大の小林名誉教授は「双方を上手に束ねる仕組みがあれば、関西発で日本経済はもっと元気になる」と新たな形の産学連携に期待をかけている。