

## 登壇者



ティーエスアイ株式会社 取締役会長・  
株式会社イオンテクノセンター  
取締役会長 徃西 裕之氏

大学発の技術シーズを創業前から支援するティーエスアイ株式会社を設立。イオンテクノセンターでは研究所モデルから事業会社への転換を実現。研究開発型企業の事業化を数多く手がける。



株式会社Thinker  
CEO 藤本 弘道氏

ロボティクス技術の社会実装を目的にスタートアップを創業。近接覚センサーを核としたロボットハンド技術により、製造業を中心とした現場の自動化・省人化を推進している。



スカイリンクテクノロジーズ株式会社  
CEO 森本 高広氏

次世代の交通インフラとしての空飛ぶクルマの開発を目指して、スタートアップを創業。CEOとして、長距離かつ高速飛行可能な次世代空モビリティの実用化に取り組んでいる。

司会:NTTデータ経営研究所(事務局)橋岡

### テーマ1 協業のきっかけ・相手をどのように選ぶのか？

司会:協業の大きなきっかけや、相手企業の探し方はどのようにされましたか？

藤本:ものづくり企業とは、紹介でつながることが多い。口コミ的なつながりが中心で、商談先から「この会社はいいよ」と勧められることもよくある。営業メールには、ほとんど返信しないようにしている。メールの中の「高品質なものづくりができます」という文言も、基本的には信用していない。結局は直接会って話すのが一番だと考えている。

司会:ロボット導入(設備導入)の場合、どのような企業を探されますか？

藤本:まずは自社から情報発信をして、興味を持った企業から連絡をもらうケースが多い。営業としては“受けの営業”が中心である。共同で取り組む場合は「売上を伸ばしたい」という意思のある企業を優先するようにしていて、一緒に市場を育てる姿勢を重視している。自社はスタートアップなので品質では老舗にかなわない部分もあり、顧客と一緒に製品を育てていくことがとても大事だと考えている。

司会:具体的に中小企業にお願いしている部品や業務について教えていただきたい。

森本:依頼内容は非常に幅広い。自社にも試作品の製作や技術検証を行うことができるものづくり拠点はありますが、専門家ではないため、競争力のある製品を作るには中小企業の技術力が欠かせない。技術力の高い企業を見

つけることが、競争力の向上に繋がる。空飛ぶクルマでは軽量化・耐久性・品質・コストのバランスを極限まで攻め込む必要があり、自社では作れない領域も多い。だから最初に渡す図面は本当に粗くて、「この要求を満たすにはどうするのがいいか」と相談するところから始める。その上で企業側から「この作り方なら、この品質とコストでいける」という提案をもらい、そこからさらに改善点を議論しながら、一緒に図面を仕上げている。

司会:ロボットの図面はどのように作成されていますか？

森本:図面は基本的に自社で設計しているが、案件によってはラフスケッチだけを渡し、中小企業側から提案をもらうこともある。状況に応じて柔軟に対応してもらっており、かなり多くの場面で中小企業に助けてもらっている。

司会:スタートアップはそもそも製造体制を持たず、大学発スタートアップでは大学の先生が社長である例も多いかと思います。ものづくり人材をどのように探されていますか？

徃西:人材の確保は本当に難しい。スタートアップには多様な人材が入ってくるものの、人材確保では常に苦労する。資金調達後は特に深刻であり、最近では、技術系の人材紹介会社や人脈を頼って探すことが多い。自社で人材を抱える場合と、中小企業と協業する場合、それぞれの良さや難しさがある。相手企業の探し方については、自社としても、

テーマ2 協業に対して抱く期待～ものづくり  
中小企業の良さ、今後の展望～

現場を見ることが一番だと思っている。昔から付き合いのある大学の教員は、企業から声がかかるたびに必ず現場を見に行っており、その企業が本当に実行できるか確かめていた。私が現在関わっている別のプロジェクトでは、大学の教員に実際の現場を見てもらったことをきっかけに、「この企業と協業したい」という意向が示され、その結果、共同プロジェクトが立ち上がった事例がある。現場を確認することの大切さを改めて実感している。

司会: 協業には一緒に課題を解決するというパターンもありますが、『実証』という視点ではどのように取り組まれましたか？

藤本: 自社のピッキングロボットでは、まず依頼企業にサンプルを用意してもらい、それがロボットで扱えるかを判断する。対応可能であれば現場での実証に進み、どの作業をロボットで代替できるか検証していく。基本的にお客様には、既製品として購入してもらう形を推奨し、複雑なカスタムは避けるようにしている。大手企業ではカスタムが高額になりがちで、中小企業への負担が大きくなるためである。ただ、ロボットはすぐに人間の代わりになるわけではなく、今は過渡期であるため、顧客と一緒に作る姿勢が重要で、自社ではそれを協奏と呼んでいる。

司会: 実証への時間やリソースの投入に対し、費用の扱いはどのようにされていますか？

藤本: こちらのリソースに限りがあり、無償で試す余裕がないため、とりあえず実証は有償で行っている。ある大手家電メーカーの例では、中小企業にサンプル提供を依頼する際、無償だと放置されることも多いが、有償だと担当者が責任を持って評価する傾向があるという。これらの理由により、有償化は双方にとってメリットがあると考えている。

森本: 中小企業には、独自の強みや尖った技術を持つ企業が多く、スタートアップにとっては人手不足を補う重要なパートナーとなっている。小回りが利き、アイデアも豊富で、柔軟に相談に乗ってくれる点が大きな魅力である。スタートアップ側としては、中小企業の技術力を結集し、ともに世界をめざせる関係を築いていきたいと考えている。

藤本: 中小企業には必ず尖った強みがあり、特に“匠の技”を活かしたものづくりが大きな特徴になっている。私たちは、人とロボットが協働する現場づくりを通じて、こうした匠の技を活かせる事業価値を中小企業に提案し、共に発展していきたいと考えている。また、中小企業が生み出す匠の部品が私たちの製品をさらに高め、その成果が再び中小企業に還元されるという好循環が生まれれば、理想的な物語が描けると期待している。

往西: あるべき姿という点での話になるが、これからの中小企業やスタートアップにとって人材育成が基盤になると考えている。自分たちの世界だけを見がちだが、異なる文化やスキルを持つ人との関わりが視野を広げ、成長のきっかけを生む。社員を外に出し、タスクを持って現場で動かす経験は、彼らの育成だけでなく、経営者自身にも学びをもたらす。互いに成長を促し合う関係こそ理想であり、協業の成否にかかわらず得られるものは必ずある。だからこそ結果にとらわれず、外の世界と交わり続けることが、人材育成と組織の発展につながると信じている。



(左から)往西氏、藤本氏、森本氏

Co-MoSta セミナーvol.2  
日時: 2025年10月15日(水)  
16:00~18:00  
会場: クリエイション・コア東大阪  
南館3階 技術交流室A