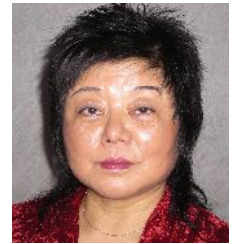


『スウェーデンのイノベーション・モデル』

ケイ・インターナショナル代表 三瓶 恵子(さんぺい・けいこ)



略歴:1952 年生まれ。1982 年お茶の水女子大学大学院博士課程中退。1988 年～2011 年日本貿易振興機構 (JETRO) ストックホルム事務所勤務。2012 年現在ビジネス・コンサルタント。主な著書として『ピッピの生みの親 アストリッド・リンドグレーン』(岩波書店刊)『スウェーデン右往左往』(日本貿易振興会刊)『スウェーデンハンドブック』(共著、早稲田大学出版部刊)『どこにもない国』(富山房刊)がある。

1. スウェーデンはイノベーションの国

高福祉高負担の社会であるスウェーデンでは税金が高い。所得税ばかりでなく法人税や付加価値税も高く、それらは物の値段にはね返ってくるので、スウェーデンの物価は高い。しかも国内市場の小さいスウェーデンでは、その高い製品を輸出しなければならない。「スウェーデン製品は高価だが質が良い」という定評がある。他の OECD 諸国に比べてスウェーデン製品の輸出価格は平均より低いものは 10%しかない。高価でも売れるのはそれだけ付加価値が高いということであり、国内の物価や人件費が高いのに平均的な価格で輸出できるというのはそれだけ生産性が高い、ということだ。

スウェーデンは全輸出の半分以上が機械製品という工業国である。各企業や関連業界団体の研究所などで盛んにイノベーション研究が進められているが、国としての取り組みは 2001 年に設立された「革新庁」(VINNOVA)が主導している。

イノベーションの資金援助は革新庁を通じての政府による助成ばかりでなく、半官半民の研究助成組織(財団等)や地方自治体の基金、EU 助成などもある。

2. ソルバッテン社にみるスウェーデン・イノベーション・モデル

業界団体や地域のイノベーションへの取り組みとは別に、独自で新製品を開発し成功している企業もある。スウェーデンの環境技術企業として注目されるソルバッテン社はストックホルム市内に本社を置く従業員 10 人未満の小さな企業である。

社長のペトラさんは元々はデザイナーで、東南アジアを訪れたときに良い飲み水が得られずに難儀する人々を見て、日光で水を浄化する装置を思いついた。それは書類かばんを少し大きくしたくらい黒いプラスチック容器で、中に川の水等を入れ、折りたたみ式になった両面を開いて日光に向けて 2~6 時間(日射量によって時間が異なる)ほど置いておくと紫外線の働きで微生物が殺菌され 70℃の飲み水が得られるというものだ。NPO との協力の下にケニアやネパールで普及に努めているが、2010 年のハイチ地震に際しては民間からの寄付を募ってハイチに 275 台のソルバッテン(会社名と同じ商品名。太陽の水、という意味)を送付した。

ペトラさんは自社製品を「ハイクオリティのローテク製品」だという。もちろん特許をとっているがそれは中の小さなフィルター装置と殺菌終了を知らせるランプのところだけで、一見だれでもコピー商品が作れそうな簡単なつくりだ。でもプラスチック素材や大きさ、内部の構造等、実は綿密に計算されておりコピーはできないのだという。品質を保つために生産はスウェーデン国内で行っている。最終ユーザーは新興国の人々であるが、普及に関する指導は国際 NPO に委ねている。これまでスウェーデン国内のイノベーション助成金ばかりでなく、WHO や EU の環境技術助成金等いろいろな国際プロジェクト資金を得てきた。2011 年に入りハイチ政府が国内プロジェクトのために装置の購入を発表した。

ソルバッテンはイノベーションによる新製品だがそれは技術革新というだけでなく、発想のイノベーションというべきものだ。商品の普及を NPO に委ねるといふビジネスモデルも興味深い。そしてローテクであろうと高品質でなければならない、というペトラさんの主張はいかにもスウェーデン的で、日本も学ぶべきことだろう。



太陽光で水を浄化するソルバッテン