

今回の「海洋情報フォーラム」の課題について



(株)フグロジャパン
代表取締役社長 山野澄雄

海洋情報 とは: 結論、私には良くわからない。

本シンポジウムの主催者: 「そうはいってもフグロは世界で一番巧く海洋情報を使ってビジネスをしている。何か云えるでしょう」
そもそも

では、一度「海洋情報」の棚卸しをして皆に分かり易く見せて戴けないか？

海洋 ...で何だろう？ → だがこれはさて置き？

+
情報

精査し裏を取り周到な分析を加える

インテリジェンス
(仕事に役立つ)

「情報」を「インテリジェンス」に変えるのは我々の努力次第

矢張「海洋情報」の正確な定義が必要

「海洋情報ビジネス」の可能性

- ①「海洋情報」の提供→公的業務の一環として今迄通りやって戴ければよい
- ②「海洋情報」を使った新規ビジネス → これは今も今後も大いに可能性はある。

(いずれにしても)

今後海洋情報の活用のために我々として考えたいこと

- ①今、海洋ビジネスではイノベーションが遅れているのではないか？
- ②わが国は今後一層科学立国—科学技術インセンティブ必要
- ③海洋ビジネスの成長分野はどこか？ロードマップは必要
- ④創造的破壊必要(市場均衡 → 新規ビジネス)

フグロについて(海洋情報を活用した新産業創出の可能性の為のひとつのケーススタディとして)



フグロについて

本社:オランダ 設立:1962年
業務:陸・海・空の資源調査・コンサルタント等
保有機材:調査船 70隻、オフショア
リグ 17基、AUV 8基、ROV 150基
航空機/ヘリコプター 60機
従業員:14,500名
売上高:26億ユーロ(2011年末)
(2,500億円)
今フグロは上記の規模の会社になった。しかしつい50年前一人のエンジニアが土質調査の機器のCone Penetrationの技術を改良するという信念で起業した。

フグロ50年の歴史から感じる事

1. 会社発展の条件
 - (1) 他社と差別化できるコア技術がある
 - (2) 組織運営のマネジメント能力がある
 - (3) 成長分野で仕事を展開すること
 - ①ギャップ(業績、認識、価値観)、産業構造の変化、ニーズを知る
 - ②当該政府の政策への対応
2. 会社がおかしくなる理由
 - (1) 技術の遅れ
 - (2) 市場にある種の均衡が出て来た時
(均衡 → 沈滞 → 要創造的破壊)