

■□要旨■□

1. イノベーションとは何か

イノベーションという言葉には「何か新しいことをやる」、「何か新しいものをつくる」、「現状を打破する」、「何か良いことをやる」など、革新的な意味があることが分かる。

しかし、『イノベーションとは何か』は法則などの決まりが存在しない為、簡単には説明がつかない。そこで、『何がイノベーションではないか』を明らかにすることにより、『イノベーションとは何か』を考察していく。

2. イノベーションの本質

イノベーションの本質は「非連続性」で、現状の価値次元から別の価値次元へ転換することである。故に、『「進歩」＝「イノベーション」ではない』と考えることが出来る。

3. コモディティー化

(技術的)進歩には限界があり、競争社会においてはいずれコモディティー化の脅威にさらされる。脱コモディティー化として「イノベーションが必要」となるが、多くの場合は「イノベーション」＝「進歩」と考えてしまい、価値次元を転換出来ずに単なる進歩的な革新が繰返されることとなる。

4. カテゴリーイノベーション

見える次元では価値の劣化であったとしても、「コンセプト」のイノベーションが出来れば、新しい価値・創造に繋がり、新たなカテゴリーを生成することが出来るので、戦略イノベーションは成功したことになる。

5. イノベーションの透明性

価値次元の転換を伴うイノベーションと伴わないイノベーションでは、後者(同じ価値次元)の方が技術や価値などが理解されやすく、協力も得られるので組織力(団結力)は強いが、進歩的なイノベーションになっていき、繰返される。

逆に、前者(別の価値次元)の方は競争相手がいないので、他社・自社共に頑張れない環境から協力が得られにくく、組織力は弱まってしまふ為、ストーリー性を持ったコンセプトになっていないと完結出来ない可能性が出てくる。

■□今回の学び ひとことという■□

イノベーションは技術的進歩ではなく価値次元の転換(路線転換)であり、内発的な動機からなる“個人の閃き”であることが分かったので、感性を大切に、頑張ろうとしないことがイノベーションへの第一歩と思った。

また、イノベーションで成功するのはとても稀なことであり、それは特定少数の人にしか出来ないことだと分かったので、組織としては「攻め」と「守り」に役割分担することが大切だと感じた。

「コンセプトの創造」が“戦略イノベーション”に繋がると思ったこと、イノベーションには従来の技術・価値などの組織的弊害が伴うことより、『ストーリー性を持たせること』が重要だと思う。



■□感想■□講義を通じ、イノベーションの理解が誤っていたことに気付きました。技術進歩だけでは競争社会は生き残れないと感じたので、機能・スペックの観点に固執し過ぎないように注意していきたいと思いました。楽しいことや面白いことと合わせ、「あったら良いな」がイノベーションに繋がる“閃き”だと思うので戦略イノベーションを実施する際はストーリー性を持たせた「コンセプトの創造」を行いたいと思います。