

2018年1月1日

Value Management Innovation

株式会社ブイ・エム・アイ総研

「活・人・経・営」コラム第66回

＜共創・イノベーション＞

謹んで新年のお慶びを申し上げます。

新しい年を迎えて、新たな想いで企業経営の **Re-Start** を誓っておられる方も多いのではないのでしょうか。新年という節目の効果は特に大きいようです。

私達は限られた地球資源の中で、エネルギーや環境の問題から逃げる事は不可能ですから、グローバル化や少子高齢化がますます進む今日、今年も連続的イノベーションや非連続のイノベーションに挑戦しながら、現状を変えていくことなしに成長が見えてきません。

今迄は市場において競争優位を築くために、イノベーションは主として自社内で生み出し（クローズドイノベーション）、それが又、市場での訴求力を促進してきました。知的財産権のマネジメントも一般的にこのような背景がベースにあります。しかし、市場における変化のスピードが今日のように加速度的に速くなると、場合によってはイノベーションの創出に向き合う人や組織の姿勢も、変わらざるを得なくなって参りました。

インターネットの活用インフラがどんどん整備され、AIやロボットが進化し、人財の流動化が進んでいる今日、オープンイノベーションが叫ばれて久しくなりますが、社内外を問わず **Win-Win** の共通認識のもとに、イノベーションも共創する時代がやって来たと感じています。

＜新たなイノベーション手法＞

社外に豊富な知識がある中で、社内での研究開発は次のようにあるべきである。

- 社外の知識を見つけ、理解し、選別する。
- 社外の知識では欠けている部分を社内で開発する。
- 社内と社外の知識を融合し、新たなシステムを創造する。
- 社内で有効に活用できない研究成果を社外に出し利益を得る。

研究には時間がかかるので、ビジネスに必要な知識がタイムリーに生み出されるとは限らない。ビジネス環境は目まぐるしく変化している。新たなイノベーション手法においては、ビジネスに必要な知識には、社内、社外を問わずアクセスすべきである。

— 出典：「OPEN INNOVATION」ヘンリー・チェスブロウ著 大前恵一朗訳 —