

役員御寄稿(二)

技術経営論(紙上講習 第七回目)

産業能率大学大学院 教授
協会常任理事 岩井善弘



今回は「イノベーション」について考えてみたいと思います。イノベーションは、狭義では、「技術革新」と訳されます。蒸気機関の発明から始まり、最近では、トランジスタ、半導体、コンピュータ、インターネット、ナノテクノロジーやバイオテクノロジーなど、様々な技術革新がわれわれの生活を変えてきています。

しかし経営学の分野では、イノベーションは、事業システム革新、製品革新、組織革新、販売革新、生産革新など様々な領域に用いられます。こうした事業システムや業務革新、開発製品などの革新すべてをまとめ、経営革新というようです。

まず経済学の分野で、イノベーションを「創造的破壊」と定義したのが、著名な経済学者であるシュンペーターです。シュンペーターは、「馬車を何台繋げても決して蒸気機関車にはなりえない」という比喻を用いてイノベーションを表現しています。また創造的破壊とは、旧態を破壊するだけではイノベーションとは言わず、創造して初めてイノベーションになるとも指摘しています。

シュンペーターはまた 1912 年の「経済発展の理論」という名著の中で、イノベーションを「新結合」と述べ、経営資源の組合せによってイノベーションが生じると述べています。そしてイノベーションの担い手を「企業家」と呼び、彼らがイノベーションを起こすと経済環境は混乱を生じるが、それが返って不均衡を起こし、世の中が変化すると述べています。なお後年、「企業家」という用語は「起業家」という用語に変わったようです、

さてシュンペーターはイノベーションを以下の 5 つの類型に分類しています。

まず、新たな財貨の提供です。新たな財貨とは、新しい商品やサービスのことです。世の中の新商品や新サービスを見渡せば、それらが我々に画期的な変化をもたらしたことはいうまでもありません。

第 2 番目が新たな生産方法の導入です。たとえばトヨタ生産方式は好例です。カンバン、自動化(あえて「働」という言葉を用います)、ジャスト・イン・タイムから構成されるトヨタ生産方式は、世の中に大きな変化を与えたことはいうまでもありません。また近年では、1 つの製品を最初から最後まで 1 人の作業者が作りこんでいくという「1 人屋台生産方式」が注目されていますが、これなどは、近年のユーザーニーズの多様化に対応できるよ

うに、すぐ生産機種を切り替えることが出来ることから、画期的な生産方法であるといえましょう。

第 3 が新たな販売方法の出現、第 4 は新たな仕入れ方法の出現です。これらは、インターネットの登場で大きく変わったことはいまでもありません。まず販売方法については、実際の店での販売のほか、通信販売、テレビショッピング、ネット販売など、販売方法は大変多様化しています。また仕入れ方法でも、現在では、製造業が世界中からネットで仕入れ先を探し、安価で高品質の部品を仕入れることが可能になっています。例をあげますと、インフローという企業があります。創業後 7 年しか経っておりませんが、プリント配線基板の試作品をインターネットで受注し、アウトソーシング先に製造を発注し、すばやく納品するというビジネスモデルで、すでに 10 億円近い年商を上げています。顧客数は 5500 先以上に及ぶ急成長企業です。こうしたビジネスは、ユーザーから見ればネットがもたらした仕入れ方法の革新といえましょう。

最後に、新たな組織の出現（独占の形成、またその打破）です。まず独占の形成では、PC の OS のマイクロソフトや MPU のインテルなどが好例でしょう。これら企業の出現で、ほぼ寡占化が図られ、PC の業界では大きな変化がもたらされました。逆に独占の打破の例では、携帯電話通信業者の KDDI やソフトバンクモバイルが当てはまります。NTT ドコモ一社独占であれば、携帯電話通信業界において、これほど低価格での通話が出来たかどうかは大いに疑問です。しかし、こうした競合が現れ、NTT の独占に対校し、様々な料金プランを顧客に提供することによって、我々は安い料金で携帯電話を利用することが出来るようになったわけです。

以上のように、シュンペーターという経営学者は今から 90 年も前にイノベーションを 5 タイプに分類しましたが、そのタイプは今でもなお十分適用できるものであり、シュンペーターの先見性、洞察力には敬意を表さざるをえません。

今回は、米国経営学の大御所が著した「イノベーションと起業家精神」から、イノベーションが生じる 7 つの機会について、説明したいと思います。