

イノベーションの方法（要約）

イノベーションとは新しい知識を創ることである。現場、現実が大事である。それを深掘する。同時に現場、現実から離れて知識を創る能力が必要である。

1 背景

日本の社会は激動のなかにある。従来、発展途上国と言われた国・地域が経済力を持つに至り、日本の産業を侵食している。IoT、AI（人工知能）、ロボットなどの技術革新が起きている。私たちの仕事のやり方は変更を迫られている。

2 目的

この報告書は、イノベーションの方法をまとめたものであり、経営者のニーズ「自社の将来を変えたい」「もう一つの柱を立てたい」に答えるものである。

3 概要

目次は下記のとおりである。

- | | | |
|-------------|--------------|--------|
| 1 イノベーションとは | 2 事例 | 3 企業診断 |
| 4 コンセプト構築 | 5 イノベーションの手順 | |

(1) イノベーションとは

国際的な標準になろうとしているオスロマニュアルをもとに、そこで提示されている4類型を紹介する。

(2) 事例

日本には古来より「桃栗三年、柿八年」という言葉がある。種（または苗）が異なれば、実のなるまでに要する期間が異なる（＝育成の方法が異なる）という意味である。

イノベーションはその規模によって方法が異なる。ここではリチウムイオン二次電池（100年に一度のイノベーション）から東海地方の中堅企業の新事業創設（3年に一度のイノベーション）を概観し、経営者が狙いを定めることのできる案内をする。

(3) 企業診断

イノベーションの推進の前に第三者が診断し方向を定めることは有益である。当社が診断する場合を中心にして企業診断の概要を示す。

(4) コンセプト構築

参画者を巻き込んでイノベーションを行うが、それら参画者のあいだで共通の認識を持つ必要がある。共通の認識はけっして参画者にとどまるものではなく、社会にとって新規性のあるものでなければいけない。コンセプトがイノベーションの核になる。

(5) イノベーションの手順

この報告書の主たる部分である。イノベーションの手順は会社ごと異なる。ここではインスタントラーメンの開発物語を土台にして（縦軸として）、市場の声を聞き、それらをスクリーニングし、試作品を作り、マーケティングをする手順を事例に沿って述べる。