



関根 雅則

経済学部助教授。  
1997年明治大学大学院商学研究科博士後期課程単位取得。同年高崎経済大学経済学部講師に就任。2000年から助教授。  
現在の担当科目は、経営戦略論、戦略的経営論、イノベーション論、ベンチャービジネス論。  
趣味らしい趣味がないのが今の悩み。

## イノベーションとは

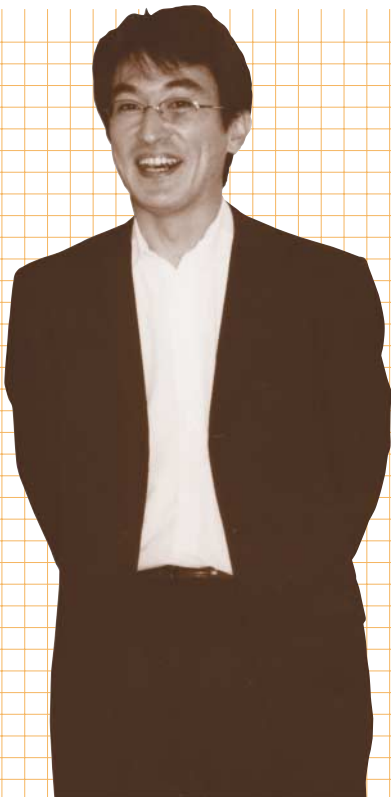
私は、本学で経営戦略論、戦略的経営論、イノベーション論、ベンチャービジネス論の4科目を担当しています。一見しても、これら4科目の関連性、共通項を見出せないかもしれませんが、実は全科目を貫く基本概念が存在します。それは、科目名の1つにもなっているイノベーション (innovation) という概念です。イノベーションは、直訳すれば「革新」という意味になりますが、企業経営との関連では、新しい製品の開発、新しい生産方法の確立、新しい市場の開拓などを意味します。

# イノベーションって？

## — その本質に迫る —

### イノベーションと 経営戦略

ここで、イノベーションという言葉を用いて各科目の概要を説明したいと思います。ただし、イノベーション論に関しては、本稿全体がその説明のようなものですので省略します。まず、経営戦略論は、企業が環境の変化に合致したイノベーションを遂行するための指針について研究する学問です。例えば、今日的な環境の変化として情報技術(IT)の進展という現象があります。企業はこのような環境の変化に対応すべくイノベーションを遂行することになります。情報化が進んでいるという理解だけではあまりに漠然としていて、個々の従業員は具体的にどのようなイノベーション活動を行えば良いのかわかりません。そこで、企業のリーダーが一定の指針を示すことが必要になります。つまり、IT関連事業に進出するとか、既存の製品にITを応用し差別化を図るとか、生産方法をITによって効率化するなどの方向性を明確にします。このようなリーダーが示す指針あるいは方向性について検討するのが経営戦略論です。



## イノベーションとベンチャービジネス

次に、戦略的経営論は、イノベーションを首尾良く遂行するための組織運営、組織づくりについて研究する学問です。先ほど、経営戦略は具体的なイノベーションを導く指針であると述べましたが、リーダーの策定した戦略がいくら立派でも、それを受けてイノベーションを遂行する組織体制が確立されていなければ、戦略は絵に描いた餅に終わってしまいます。そこで、イノベーションを遂行しやすい組織というのがテーマになります。また、ここで、経営戦略は企業のリーダーが策定するという前提で話を進めてきましたが、実際の企業では、一般の従業員が戦略の策定に関与しイノベーションの中心的な役割を担うことも少なくありません。そのような意味で、戦略およびイノベーションを創出しやすい組織というのもテーマになります。以上のようなテーマの下、組織とイノベーションの関係について検討するのが戦略的経営論です。

最後に、ベンチャービジネス論ですが、これはイノベーションを遂行する新興の中小企業について研究する学問です。一般的に中小企業というと、下請け企業から連想されるように弱者としてのイメージが強いのではないかと思います。しかし、「大企業＝強者」、「中小企業＝弱者」という関係は成り立ちません。つまり、規模は小さくても革新的（イノベーター）で、大企業に負けない技術やノウハウを持つている企業が存在します。さらに付け加えるなら、世界的な規模を誇る大企業といえども、創業当時は中小企業だったわけです。ソニーやホンダも、はじめは小さな町工場でした。それでは、企業が成長する鍵は何なのでしょう。それは、積極的にイノベーションを遂行することです。以上のような観点から、規模は小さくても革新的であるがゆえに成長可能性の高い企業について検討するのがベンチャービジネス論です。

## イノベーションと戦略的経営

イノベーションという言葉を用いて各科目の説明を試みましたが、説明を通して企業にとってイノベーションが重要であるということは理解頂けたのではないかと思います。ただ、ここでもう一歩イノベーションの本質に迫ってみたいと思います。

イノベーションの本質は、それが新たな機軸を生み出す行為であるという点にあります。機軸という難しいかもしれませんが、例えば、当該企業の利益獲得の支柱となる製品などです。かつて、キヤノンはカメラ専門のメーカーでしたが、今日、「キヤノン」といつたらカメラ」と思う人は少ないでしょうし、仮にキヤノンがカメラしか作っていなかったとすれば企業としての存在感はだいぶ小さくなっていただろう。つまり、カメラに代わるオフィス機器、さらには、コンピュータ関連機器を新機軸として確立してきたからこそ、今のキヤノンがあるわけです。

このように、イノベーションは、存続・発展の糧となる新機軸を生み出す行為といえますが、それは個別の企業にのみ当てはまることではありません。経済も新機軸が確立されることによって発展を遂げます。事実、これまで経済を支えてきた産業は、繊維・石炭から重化学、そして電気・自動車へと移り変わってきています。今の日本に求められているのは、電気・自動車に変わる新たな機軸を確立することです。さらには、企業や経済に加え、個々の人間とつても、イノベーションを通じて新機軸を確立していくことが必要かもしれません。この点については、紙面の都合上割愛しますので、学生である今、自分自身の機軸について是非考えてみて下さい。

## イノベーションの本質 —新機軸の確立—

授業先取り、  
自主学習先取り

特集1

masanori sekine