



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 215号

経営コンサルタント 栗田 剛志 13.11.11

発行元：m9コンサルティング

<http://www.m9consulting.biz>

このメールマガジンは、今週発売となる日経ビジネスの中から気になった記事を選び、私なりの視点で考えたことについてお伝えするものです。会社での朝礼時のネタ、取引先との会話、同僚との間の話題づくりにお役に立てたらと思い、毎週月曜日に発信いたします。

「日経ビジネス2013年11月11日号 no.1715  
『日本の革新者たち～世界を変える突破力』」より

### 【何もないところにイノベーションは起こらない】

「人間は停滞してはならない。停滞は一種の死だからである」と言ったのは、ダイラ・ラマ14世です。企業も同じです。常に新しく、変化をし続けなければなりません。すなわち、イノベーションです。

この「イノベーション」という言葉、技術革新と訳されがちですが、実は、正しくありません。1956年の経済白書が、イノベーションを技術革新と訳してから、そのイメージが広がってしまったのですが、実際は、もっと幅広い概念となります。

イノベーションの概念を最初に定義したのは、オーストリア出身の経済学者、ヨーゼフ・シュンペーターです。1912年に著した「経済発展の理論」において、5つのイノベーションが指し示されました。

イノベーションとは、

- ・新しい財貨、すなわち消費者の間でまだ知られていない財貨、あるいは新しい品質の財貨の生産
- ・新しい生産方法、これは決して科学的な新しい発見に基づく必要はなく、商品の商業的取扱いに関する新しい方法をも含んでいる
- ・原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得
- ・新しい販路の開拓
- ・新しい組織の出現

としています。つまり、画期的な新技術に限らず、新市場の創造、組織の変革などを、ユニークなアプローチで生み出すことがイノベーションなのです。

もちろん単純な目新しさだけでは、優れたイノベーションとは言えません。思わず膝を打つような驚き、家族や友人にも伝えたいと思うような感動を利用者に感じさせられるかどうかはその価値を決めます。

かといって、イノベーションは、難しいものと身構える必要はありません。私の周りは、常に新しいことを考え、チャレンジしている社長さんばかりです。いつかきっと、日経ビジネスに取り上げられるようなイノベーションを起こすのではないかと、ドキドキしています。

革新を起こすのは、人です。今年、特に目立ったイノベーターをご紹介します。

「LINE」という無料通話アプリをお使いでしょうか。世界で2億人ものユーザーを獲得し、年内には3億人を突破する勢いで、2013年4～6月期の売上高は前年同期比4.4倍の128億円と耳を疑うような急成長を遂げている会社です。

東京・渋谷の雑居ビルのワンフロアで、30人がすし詰めになって夜昼なく働いていたのは10年前のことです。今では、社員の数は20倍以上に増えました。

2010年の暮れ、社長の森川氏は、経営陣を集めて大きな決断を告げました。

「世界で勝ちたい。今後の開発資源はすべてスマートフォンに注ぐ」

当時のLINEの屋台骨はゲームやパソコン向けであり、スマホ向けの売上はほぼゼロでした。2010年といえば、まだ携帯端末の出荷台数の8割をガラケーが占めていたころです。

この思いきりのいい決断に対して、森川氏はこう言います。

「ガラケーで負けていたからできたこと」

また、こうも言います。

「極端な決断や厳しい言動をしたことで、たとえ孤独になっても、会社がつぶれるよりまし」

ガラケーにしがみついたばかりに、凋落を迎えた会社がある一方で、森川氏率いるLINEは、イノベーションのジレンマに陥ることなく、軽やかにスマホの世界に自らを導いたのです。

球団設立9年目にして日本一の栄冠を手にした東北楽天ゴールデンイーグルス。この球団の社長さんである立花氏も異色のイノベーターです。

ソロモンブラザーズ、ゴールドマン・サックス、メリルリンチといった外資の証券会社を渡り歩き、球団社長に就任したのが2012年8月のことです。

最初のシーズンを4位で終えた立花氏は、100名の球団職員を前にこう言いました。

「チームが4位ということは、あなたたちが4位ということです。12球団中最もハードワークをすれば、必ず1位になれる。ただし、近道はない。選手、球団職員、ファンがお互いに尊敬し合い、本気で挑めば絶対に勝てる」

年明け早々に撮影した写真は、選手と職員が入れ子になってV字を描くように並んで撮りました。選手だけでこうした写真を撮ることは珍しくありませんが、球団職員と一緒に撮ることは別な話です。

「ファンリレーション室」という部署を新たに設け、室長には、元選手を就任させました。選手の協力をうまく仰ぎながら、ファンと選手の交流イベントなどを積極的に仕掛けた結果、主催試合において球団史上最多の動員数128万1087人を記録しました。

立花氏は、弱小球団の選手、コーチ、球団職員を巻き込み、周囲を鼓舞してやる気を引き出すことで見事に革新を実現させたリーダーと言えます。

それまでパソコン向けのサービスで成り立っていた事業を、一気にスマートフォンにシフトすることで、今の成功を引き寄せた森川社長、明確なビジョンを掲げて周囲を巻き込み、チームをひとつの方向に進ませる力を持つ立花社長、どちらもすごいのですが、この方々にしかできないことはありません。

では、イノベーションにつながるか否かは、何によって左右されるのでしょうか。

成功事例は、いい面ばかりが取り沙汰されます。しかし、成功の裏には、いくつもの失敗があります。

LINEの森川社長は、こう言います。

「失敗なくして運は来ません。機が訪れた時に、それを生かす環境、能力、経験を持っていることが重要だと思います」

要は積み重ねです。何もないとこにイノベーションは起こりません。