

「特集 価値あるイノベーション」によせ



日本アイ・ピー・エム株式会社
代表取締役社長執行役員

大歳 卓麻

「ビジネス・ウィーク誌 (2006年4月24日号)に、「The World's 25 Most Innovative Companies」と題した10ページのスペシャルレポートが掲載されました。63カ国1,070人の経営者を対象にした調査と分析によるイノベティブ企業のランキングから、イノベーションに対して二つの力強いメッセージが発せられている、と同誌は主張しています。

一つは「デザインが優位性を明確にする」というメッセージです。デザインに照準を合わせた企業がランキングの上位に付け、あるいは昨年より順位を上げています。わたしが注目した、もう一つのメッセージは「イノベーションは、これまで以上に広く定義されている」というものです。製品や商品のイノベーターが目を引く一方で、サプライチェーンや物流、販売チャネルの改革、ビジネスモデルの変革を実現した企業がランクインしています。

さらに、このランキングが興味深い点は、「製品(商品)」「プロセス」「ビジネスモデル」という三つの切り口でイノベーションを調査している点です。つまり、世界中のビジネスリーダーはイノベーションを「技術革新」という狭義ではなく、それによって実現される製品(商品)やサービス、あるいは企業の優位性や競争力という広い概念でとらえているということです。

IBM自身も、イノベーションを単に「技術革新」という狭い意味ではとらえていません。技術革新の核とな

る発明(Invention)が引き続き重要であることに疑いの余地はありませんが、それが将来のビジネスや社会にどのような影響をもたらすかといった洞察(Insight)と交差することで、21世紀のイノベーションやイノベーターが生まれてくると考えています。

国内においても政・官・産・学の幅広い分野で、イノベーションの重要性がますます高まっています。いざなぎ景気超え目前と言われるほどの長期の景気回復期にある中で、多くのお客様企業が今後の成長のドライバー(推進役)としてイノベーションを掲げておられます。換言すれば、日本企業がバブル崩壊以降のコスト削減や経営効率の向上といった守りの経営戦略から、高付加価値で競争力の高い商品やサービスの提供、新規事業分野での競争力確立といった前向きな投資や成長戦略へとかじを切りつつあるということです。

一方で、BRICs(Brazil, Russia, India and China)に代表される新興経済国家の台頭や、中国やインドなどの高付加価値産業分野への参入、経営資源の水平統合といった世界規模の事業効率化など、グローバル経済がいっそう進展していく中で、日本の企業が競争力を確保し、成長を持続するためには「技術革新」「急速に進むコモディティー化」「競争優位性の喪失」という「イノベーションの負のスパイラル」を解決する新しいイノベーションが必要になります。

既にテレビCMや新聞広告、Webなどでご覧になった方も多いと思いますが、IBMでは4月から世界各国で「What Makes You Special? (スペシャルになろう)」というキャンペーンを展開しています。「スペシャルになろう」という言葉には、お客様企業自身が「特別な存在」になるためのイノベーションを、IBMが提供するソリューションを通じてご支援するという意味が込められています。つまり、製品や商品、サービス、ビジネスモデルあるいは企業文化や経営方針といった広範な分野で、お客様にとって「価値あるイノベーション」のお手伝いをさせていただきたいということです。こうした観点から、今号ではイノベーションに対するIBMおよび日本アイ・ビー・エム株式会社(以下、日本IBM)の多彩な取り組みをご紹介します。

創業以来、IBMは自らさまざまなイノベーションに取り組み、時には新しい価値を創造し、時には危機的な状況乗り越えて今日に至っています。そういう意味で、イノベーションはIBM自身にとってのDNAといえるでしょう。日本IBMも継続的なイノベーションに取り組み、「お客様にイノベーションによって成功していただくための、最も信頼されるパートナーになる」ことを目指して、全力をあげて取り組んでまいります。