イノベーション政策研究センター
日時　　2013年3月12日(木)
場所　　東京大学　総合研究機構

「イノベーションという成長戦略」

俯瞰工学研究所
代表　松島克守
東京大学名誉教授
matsushima@fukan.jp

俯瞰工学研究所

copyright　（社）俯瞰工学研究所

今日の話

イノベーションの本質を理解する

パラダイムシフトの先へ

大学を定年になって、今の活動

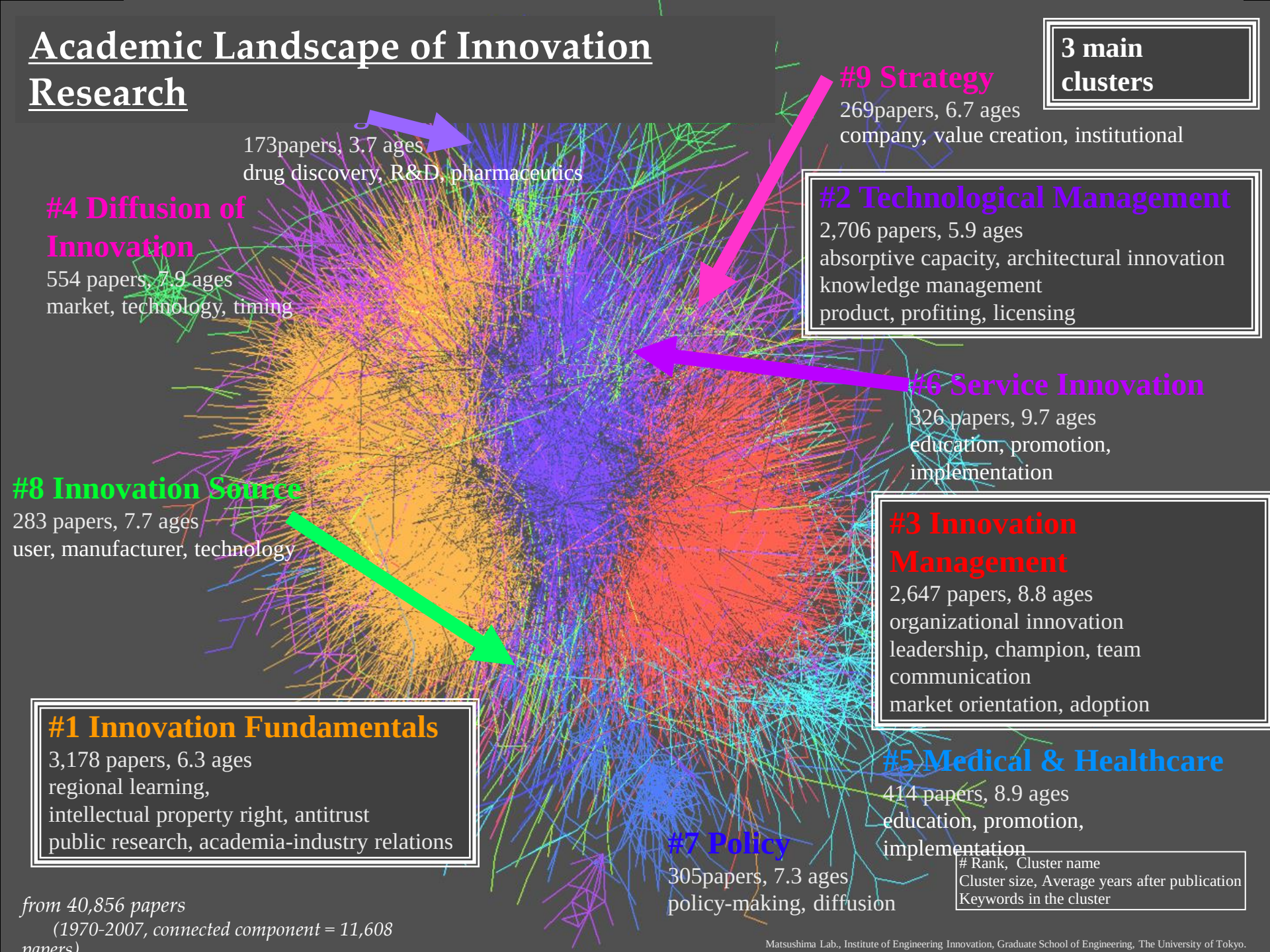
copyright　（社）俯瞰工学研究所

イノベーションの本質を理解する

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

Academic Landscape of Innovation Research

3 main clusters



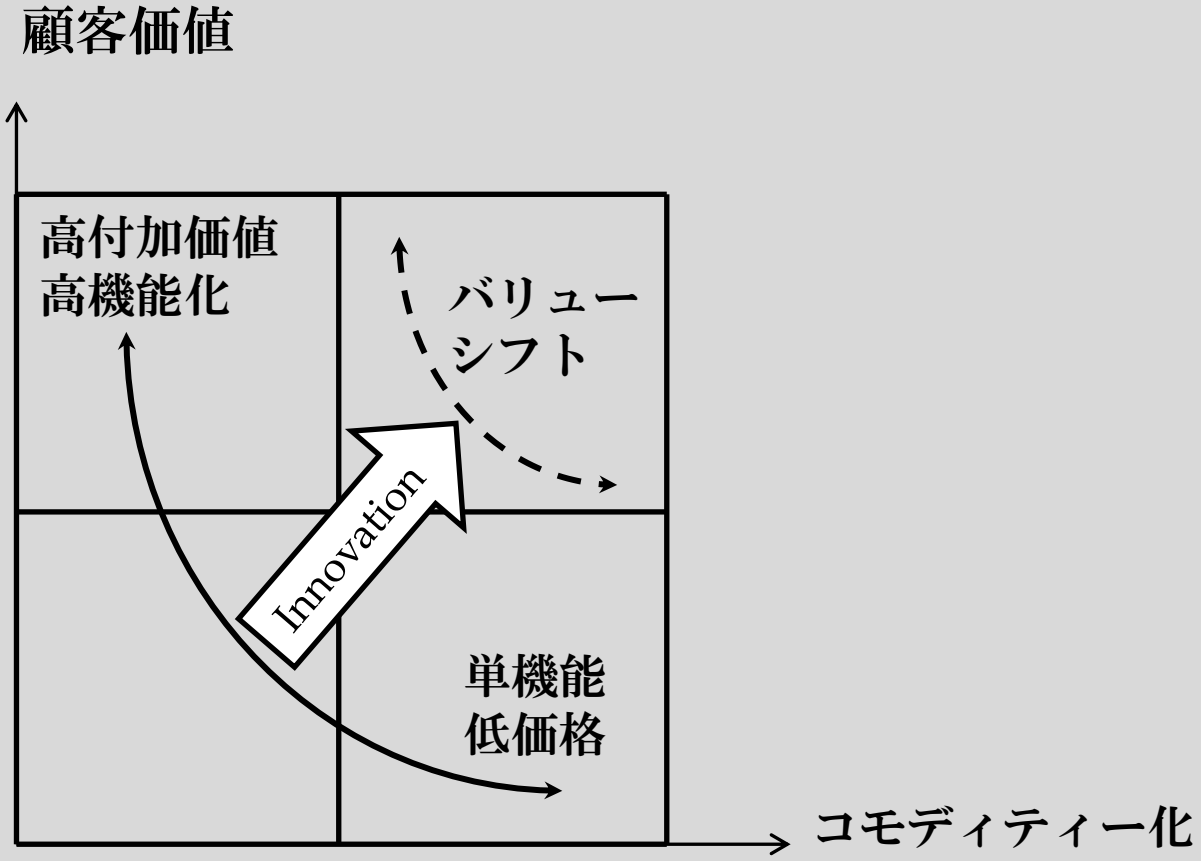
from 40,856 papers
(1970-2007, connected component = 11,608 papers)

Rank, Cluster name
Cluster size, Average years after publication
Keywords in the cluster

Matsushima Lab., Institute of Engineering Innovation, Graduate School of Engineering, The University of Tokyo.

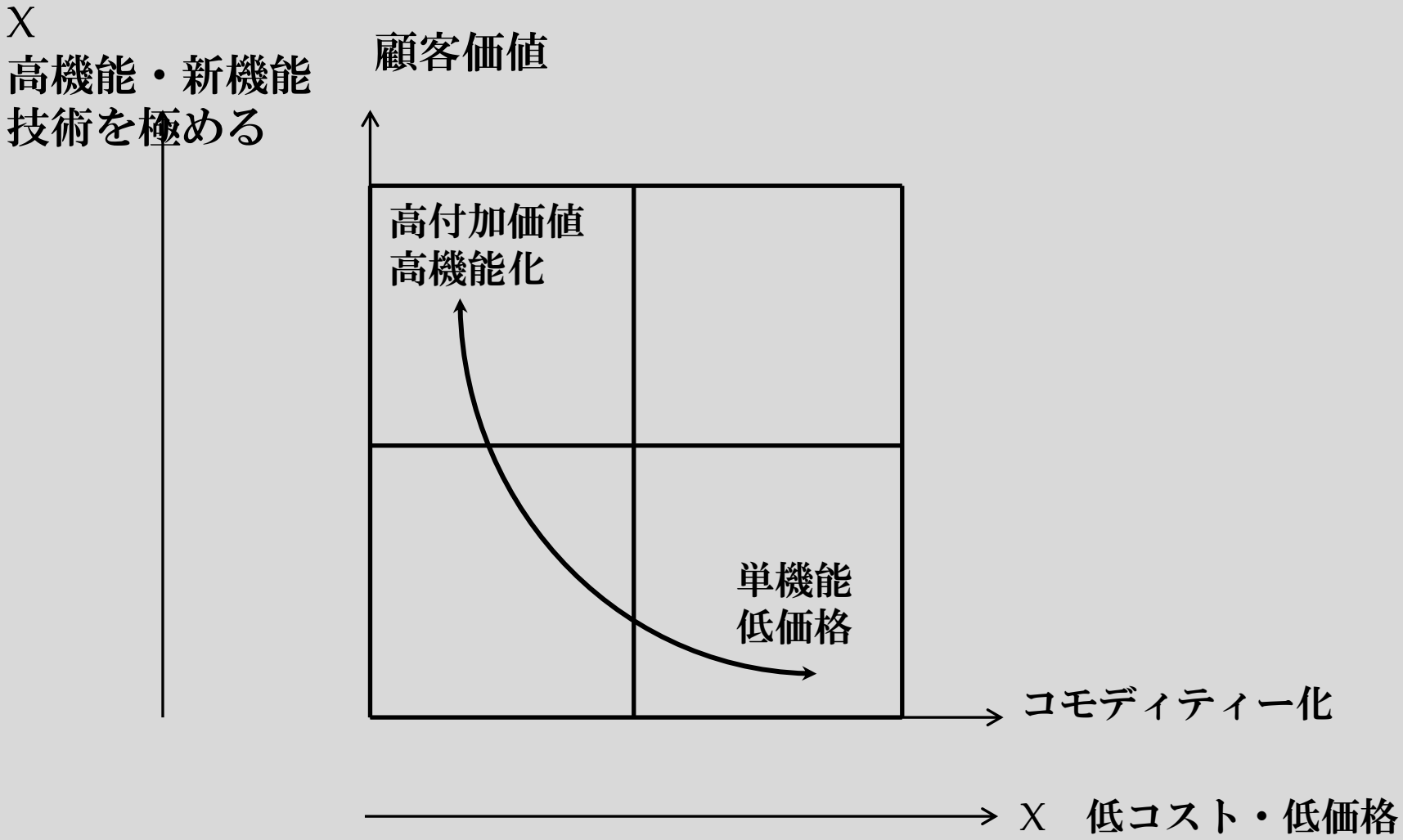
イノベーションの本質を理解する

顧客価値の創造がイノベーション！



copyright （社）俯瞰工学研究所

イノベーションの本質を間違える



copyright　（社）俯瞰工学研究所

iPhoneの成功と競合の凋落

高機能で
ガラパゴス化

顧客が気が付かなった顧客価値

Docomo

iPhone

Nokia

BlackBerry
成功の継続

単機能安い中国製

copyright （社）俯瞰工学研究所

Walkman と iPod

高機能化・高付加価値化の
技術イノベーションの世界
市場に評価されない

安値競争の果て企業は
息絶える

copyright （社）俯瞰工学研究所

ウォークマンのイノベーション

TOK-TK1614-20070627-YM

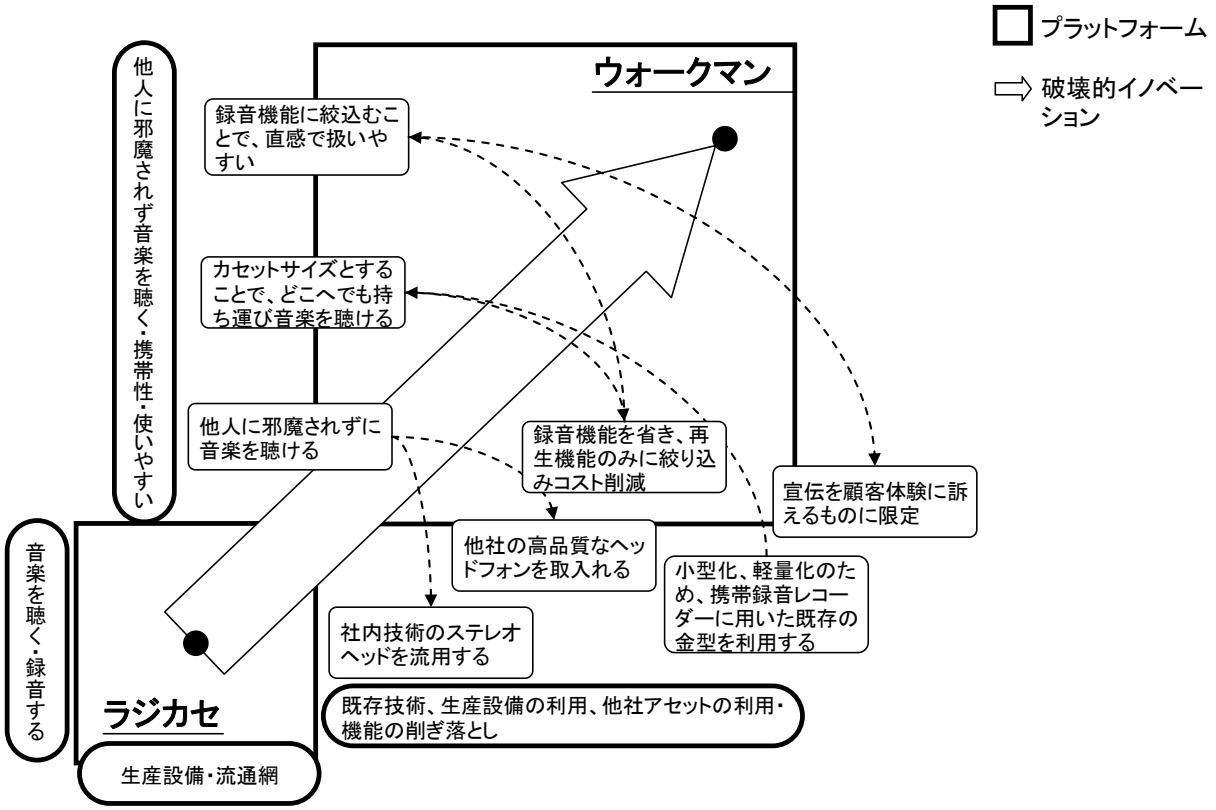
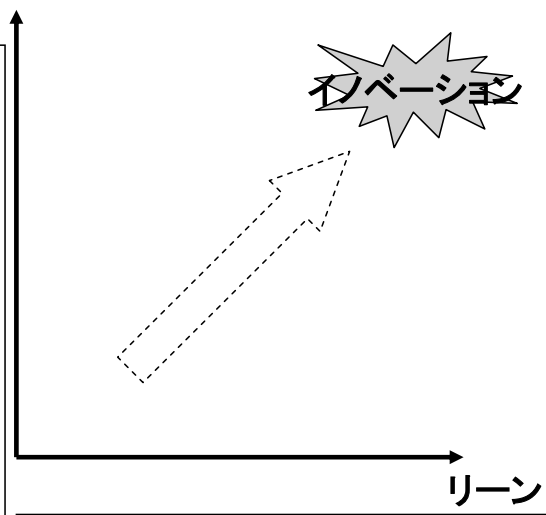


図4-2-2　ウォークマンにおけるイノベーションエレメント（IE)

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

イノベーションの進め方



顧客の視点
①顧客の真の購買要因は何か
②先端的顧客は、どのように同種
技術を駆使しているか
③市場や社会は、どの方向に変化し
ているのか
自社の視点
④自社の技術や組織の潜在能力はどの程度か
⑤既存の商品やサービスを再定義することはできないか
競合の視点
⑥競合商品の限界はどこにあるのか
⑦真の競合は誰なのか

価格とコストの視点
①顧客を誰に想定し、価値基準に見合った値付けをしていくべきか
②アーキテクチャやバリューチェーンを　　創造的に発想して、圧倒的なコストダウンはできないか
③スケールやスコープを活用して、コストダウンできないか
品質の視点
④顧客への提供価値に直結する品質基準を定められないか
⑤顧客の購入プロセスにおいて、一貫した品質をいかに担保するか
競合の視点
⑥ITやパートナーを駆使して、SC*の柔軟性や効率性を高められないか
⑦SC*の透明性を高めることで、顧客価値を創造できないか

*サプライーチェーン

図4-4-1　イノベーションを生み出すための思考の枠組み・着眼点

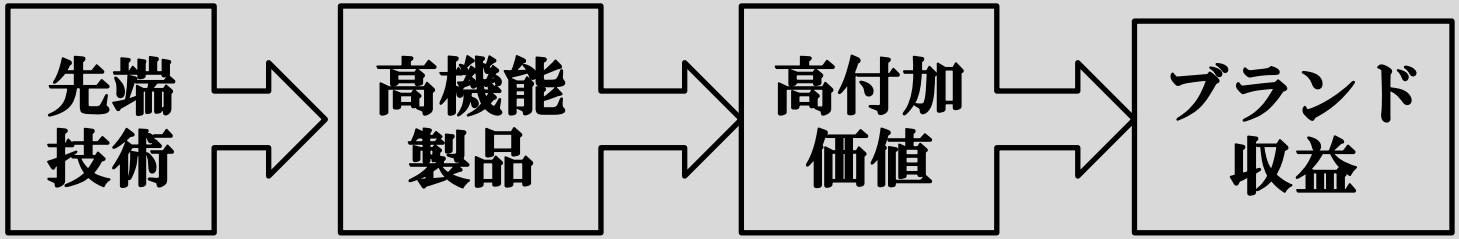
copyright　（社）俯瞰工学研究所の

パラダイムシフトの先へ

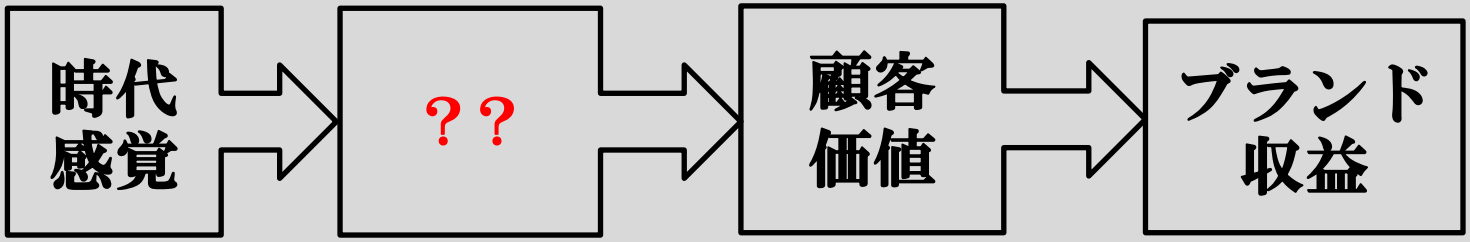
copyright　（社）俯瞰工学研究所の

パラダイムシフトの先へ

Sony,　Panasonic,　Sharpの時代



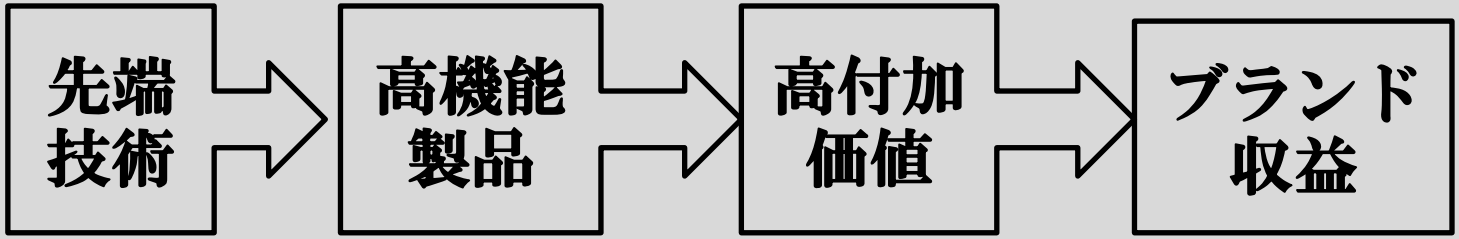
Google,　Apple,　FaceBookの時代



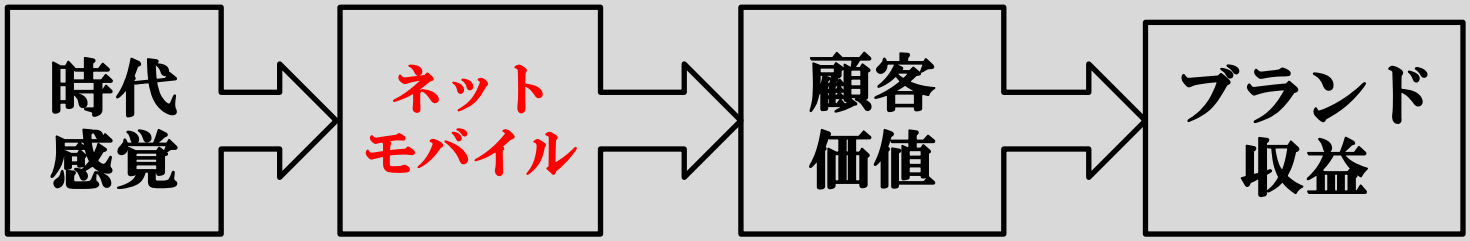
copyright　（社）俯瞰工学研究所

クラウドはパラダイムシフト！

Sony,　Panasonic,　Sharpの時代



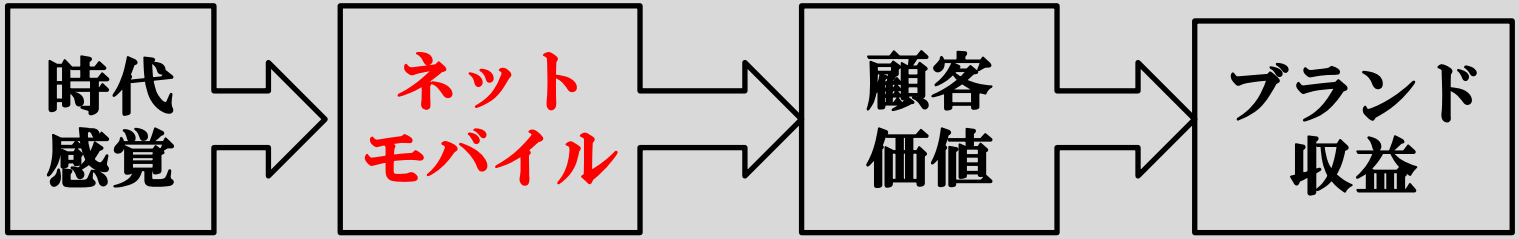
Google,　Apple,　FaceBookの時代



copyright　（社）俯瞰工学研究所

パラダイムシフトの先の世界

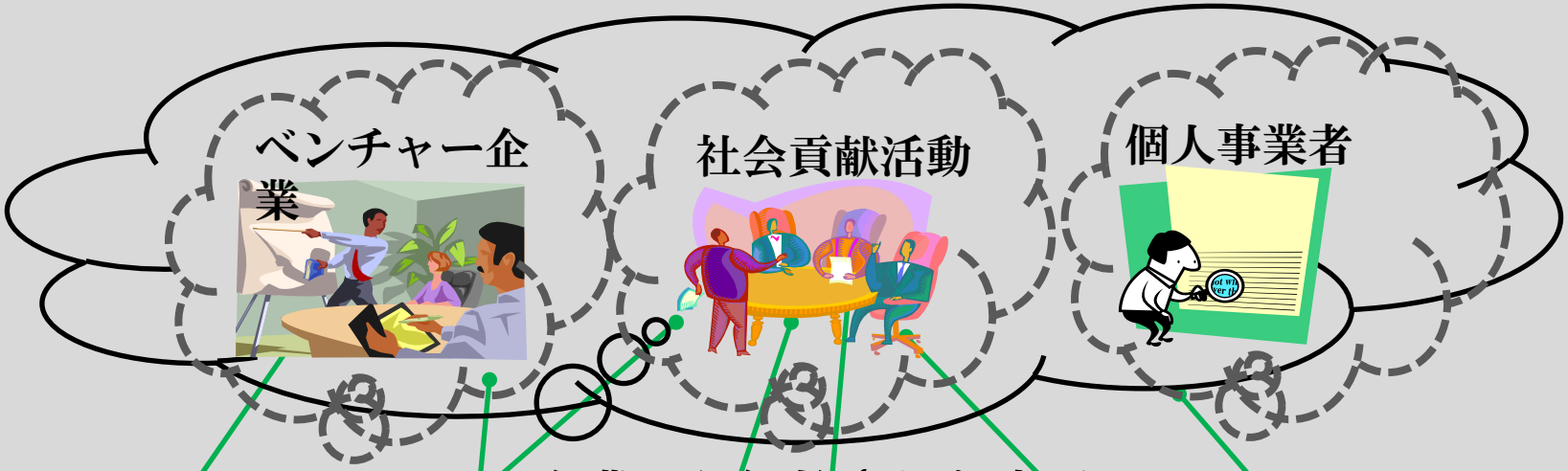
Google,　Apple,　そしてFaceBook?



copyright　（社）俯瞰工学研究所

今の世界は、境界のない世界

マルチな活動を進める「個人」と利潤を追求する「企業」の共生



企業から解放された世界

経済目標を共有する企業組織

企業Ａ

企業Ｂ

企業Ｃ

企業Ｄ

copyright　（社）俯瞰工学研究所

大学を定年になって、今の活動

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

二子玉川都市づくり

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

浜松イノベーション支援

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

プラチナ構想ハンドブック

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

クリエータを育成する

ホーム　J-Creatorsとは　お問い合わせ　運営組織　ギャラリー

http://www.j-creators.com

J-Creatorsへようこそ

この "J-Creators" の 目的は；
クリエイターを集積し、良質な仕事を紹介し、クリエイターを支援・育成し、クリエイティブな日本を推進する事が目的です。そのために才能と仕事のマッチングサイト "J-Creators" を開設しました。
現在のこのサイトは準備段階で、賛同者を募り本格運用したいと思っています。ご参加とご協力をお願いします。

マッチングの仕組みは；
クリエイターの登録サイトで、各クリエイターは自身の才能や、実績、作品等をデーターベースに登録します。
システムは知的データベースにクリエーターの情報を登録します。
会員の企業（当初はクリエイティブシティーの会員企業を想定）商品企画の初期段階で企画の狙いや必要な提案の方向等を入力して、アイディア募集します。企業の社名と募集内容は守秘され、最初の段階にはクリエーターにも開示されません。クリエーターからの第一次の提案を企業が受けて、さらにその先の提案を求めてきた時から個別の交流が始まります。
このサイトのシステムは、企業の曖昧な問い合わせを自然言語処理で受け、人工知能によるマッチングアルゴリズムで、データーベースから最適なクリエーター（才能）を複数抽出して、事務局に推薦します。これは広く才能を探索すると同時に、新人にも公正にチャンスが与えられるためです。

copyright　（社）俯瞰工学研究所の

ビジネスモデル学会　3月23日！

http://www.biz-model.org/

Business Model Association
ビジネスモデル学会

トピックス
- ニュース&レポート
- 入会の案内
- 大会案内
- 学会員の紹介
- 研究会・フォーラム
- 日本ビジネスモデル大賞
- イブニングセッション
- 学会の案内
- 学会論文誌
- 年次大会の歩み
- 海外コンベンション
- 書籍・出版
- 会員専用ページ
- 各種申し込み・問い合わせ

> トピックス

第一回日本ビジネスモデル大賞、株式会社リブセンスに決定

2013.3.1

ビジネスモデル学会(会長・東京大学名誉教授、松島克守)では、日本経済の活性化に資すべく、優れたビジネスモデルで成功を収め、更なる成長が期待できる企業を表彰する「日本ビジネスモデル大賞」を本年度より創設いたしました。

当ビジネスモデル大賞は、「独創性」、「持続性」、「共感性」の3つの観点から評価できるビジネスモデルを構築し、優れた業績を達成されている企業を対象として、当学会の専門委員会にて選定を行っております。その結果、第一回ビジネスモデル大賞には、株式会社リブセンス(村上太一社長)を選定いたしました。

リブセンス社は2006年設立のインターネットメディア運営会社であり、アルバイト求人サイト「ジョブセンス」を創設し、正社員・派遣社員・不動産賃貸・クチコミサイトへと事業拡大しています。2011年12月に東証マザーズに上場、2012年10月東証一部へ上場変更。村上社長は起業家としていずれも最年少の上場を果たしています。

同社独自の成功報酬型のビジネスモデルや村上社長の起業家としての熱意と実行力、社会的貢献性を高く評価して、今回の大賞選定に至りました。

なお、同賞の表彰式を下記の要領で開催することになりましたのでご案内申し上げます。当日は、東大現役学生によるリブセンス社のビジネスモデル分析の報告も行われる予定です。

ー　記　ー

日　　時：　２０１２年３月２３日（土）10：15～11：00
会　　場：　東京大学本郷キャンパス工学部新２号館
内　　容：　表彰式、東大生による分析発表、村上社長による受賞講演

以上

> 詳細はこちら

言語を選択
Powered by Google 翻訳

協賛企業

株式会社 東大総研

eニュース新着

ビジネスモデル学会eニュース（2012.10.30 第53号）

○　2012年秋季大会を終えて ～大会実行委員長メッセージ～
○　大会講演資料の会員向け公開について
○　11月26日（月）：第６回イブニングセッション開催のご案内

※ eニュースは会員登録されたメールアドレス宛に配信されます。

松島会長Twitter

（準備中）

事務局からのお知らせ

● 「会員専用ページ」の閲覧パ

copyright　（社）俯瞰工学研究所