

|              |                                                                                                                                             |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title        | ソーシャル・イノベーションの戦略と社会性の評価                                                                                                                     |
| Author(s)    | 高, 玲                                                                                                                                        |
| Citation     | 年次学術大会講演要旨集, 25: 617-622                                                                                                                    |
| Issue Date   | 2010-10-09                                                                                                                                  |
| Type         | Conference Paper                                                                                                                            |
| Text version | publisher                                                                                                                                   |
| URL          | <a href="http://hdl.handle.net/10119/9372">http://hdl.handle.net/10119/9372</a>                                                             |
| Rights       | 本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management. |
| Description  | 一般講演要旨                                                                                                                                      |

## ソーシャル・イノベーションの戦略と社会性の評価

○高玲（亜細亜大学）

## 問題認識

21 世紀に入り、情報技術の発展や環境問題の顕在化と言った大きな社会のパラダイム転換を促す事象が生ずる中で、持続可能な社会形成の実現に寄与するイノベーション（Innovation）の重要性が益々拡大している（神田,2006,p.13）。1970 年代の後半以降、超 L S I の開発を中心に、マイクロエレクトロニクス技術は急速な展開を示し、コンピュータ・ネットワーク、高度情報処理システム、ニューメディア、ロボット化、さらにはバイオテクノロジーなどに、多くの人々の関心が集まった。

技術の社会的影響は、人間の物質的生活のみならず、精神的・文化的側面にまで深く及びつつあり、技術体系はますます社会的性格を強めている。企業の目先の利益にとらわれない深い考察が必要であることを、多くの人々が感じ始めているのである（スティラーマン,1975）。

イノベーションの今後の方向とあり方を模索するにあたっては、それを生み出す一つの間となる企業と、それらを受け入れると共に次の革新を育む社会の関係を深く洞察することが求められるが、社会の中での企業の存在の大きさを考えるとき、企業組織構造の社会的な最適化と社会的な責任の文脈における経営能力の改善や人材の訓練と生産性向上といった事項は重要な要件となってくるであろう。

これらの要件を充足した上で、イノベーションにおける知的創造のプロセスと、それを迅速かつ効果的に市場や社会に結びつけていくプロセスが極めて重用になる。

また、大規模化した企業内での研究開発活動の成否が、その企業の競争力を左右し、さらには、一国経済の栄枯盛衰にさえ、大きく影響を及ぼすような現実をみることができる。こうした状況は、企業における研究開発に関して、その一定の目的を効果的に実現するための社会的な戦略が必要であることを示している。

イノベーションが、社会発展に大きく貢献してきたことは歴史を垣間見ても容易に理解される。日本のような天然資源に乏しく多くの人口を抱える国が発展を続けるためには、自らイノベーションを生み出すことが必須である。特に欧米諸国にキャッチアップするかたちでの成長を望めなくなった 1990 年代以降、イノベーションの重要性はさらに大きく高まった。しかしながら、イノベーションの生成プロセスに関するわれわれの理解は不十分な状況にあり、技術開発の領域でイノベーションが扱われることはあっても、技術的発明が産業発展へと実を結ぶまでの長い社会的プロセスには、十分な注意が払われてこなかった

と言える。

歴史的な概念としてのイノベーションとは、端的に言って、「新しいアイデアの企業化に成功することによって、その企業に新たな利益源泉をもたらすこと」である（占部,1993,p.205）。要するに、イノベーションとは、「新しい製品や生産方法、その他を成功裏に導入すること」（後藤,2000,p.22）によって、新たな利益を創出されることを意味している。イノベーションこそが長期的に生産性を上昇させ、持続的成長を可能にする唯一の方法であると考えられる。かくしてシュンペーターも経済発展の原動力としての企業家のイノベーションの役割を強調しているのである（高橋,2004,p.57）。

広田（1988：p.4）および廣田（2004：p.133）は、価値観の革新を伴う情報やモノの流れの革新により社会・経済システムを再編させるイノベーションを、特に「ソーシャル・イノベーション」と呼んでいる。ソーシャル・イノベーションの既存の研究には、イノベーションを促進させる社会・経済システムへの変革、イノベーション後の社会・経済システムの変革、社会問題を解決する新たな仕組みとしてのソーシャル・イノベーションという三つの潮流が認識されている（大室,2004：p.186）。本研究が取り扱おうとしている現象は、自社のビジネスプロセスや社会・経済システムを変革し得る潜在的な影響力を有するイノベーションの、企業の研究開発活動への影響にある。つまり、これまでのソーシャル・イノベーション論において見逃されていた、イノベーション後のビジネスプロセスや社会・経済システムの変革がどのように研究開発活動を動かし、その変動に対して企業が如何に能動的・受動的に対応し得るのかという問題を、企業における研究開発の社会戦略としてとらえようとするものである。

## 研究目的

本研究では、既存のソーシャル・イノベーション研究において見逃されてきた、イノベーション後のビジネスプロセス、社会・経済システム変革の影響を考慮した、企業における研究開発に関する社会戦略の論理を構築することを目的とする。本研究の狙いは、市場での競争優位性との関係で分析されてきたイノベーションを、社会・経済システムへの働きかけとして観るだけではなく、社会・経済システムからの働き掛けとしても同時に捉え、企業と社会・経済システムとの相互作用に立脚した戦略構築の可能性を論ずるところにある。

## 先行研究

ここでは、イノベーションの理論について整理する。経済理論に「イノベーション」という概念を最初に導入したシュンペーターは、企業者の行う不断のイノベーション（革新）が経済を変動させるという理論を構築した。その後、アバナシーとアターバックによって創造的破壊もシュンペーターの指すようなプロダクトイノベーションと、漸進的なプロセスイノベーションに分けられることを明らかにし、企業はこの両者のバランスを取らなけ

ればならないと強調した。クリステンセンによる、イノベーションのジレンマとは、優れた特色を持つ商品を売る巨大企業が、その特色を改良する事だけに目を奪われ、顧客別の需要に目が届かず、その商品より劣るが新たな特色を持つ商品を売り出し始めた新興企業の前に力を失う理由を説明した。これらのイノベーション理論は、イノベーションの創造主体と内容、方法をめぐって議論されてきたように思われる。

一方日本においては岡本康雄（1985）が個人の創造性と組織の創造性を相互代替的な関係として捉え、相互連鎖の形をとって技術革新の波動を形成していると論じた。野中郁次郎（1990）の理論の特徴は、知識がもっとも重要な経営資源とされる「知識社会」においていかにして知識を上手く創造するかというところにあるとされている。特に組織のミドルに注目して知識創造を論じた。それに対して企業の優位性の源泉として、池島政広（1999）は競争優位性の確立・維持の重要性を論じつつ、イノベーションと組織のトップとの関係に焦点を当てた分析を行った。榊原清則（2005,）は内外の様々な事例から、イノベーションを収益に結びつけるという営みを鮮やかに描きしている。しかしこれらのイノベーションについて研究は市場競争を中心に論じてきたといえる。

## 事例分析

社会革新に成功したイノベーションの事例を取り上げると食品・トイレタリーなど日用品の大手多国籍企業であるユニリーバの事例がある。同社はインドにおいて顧客の抱える社会課題の解決を図りながら、新たな市場を開拓した。インドの農村地域では、衛生状態が思わしくなく、毎日数多くの幼い命が失われていくという現状であった。

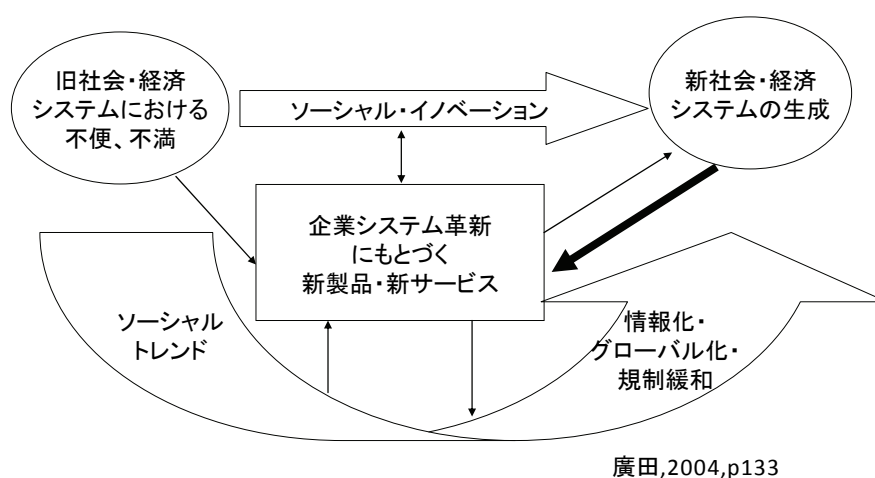
また、女性の経済的自立が実現できておらず、社会的課題となっていた。ユニリーバは 2000 年から人々の衛生改善の意識を啓発する活動を展開するとともに、女性の経済的自立支援という社会的目的のもと、女性をトレーニングして販売員として活用する「プロジェクトシャクティ」と呼ばれる取り組みを展開した。衛生改善のための効果的な方法は、石鹼などの同社の製品販売に結びついた。ユニリーバのケースにおいて、戦略上、更に効果を発揮したのは、現地 400 の NGO の協力である。結果として、2005 年には、約 7000 万人の新たな顧客にアプローチし、市場開拓を成し遂げたのである。（伊吹,2007,p.4）

こうした企業によるイノベーションの社会革新は、ソーシャル・イノベーション論として議論されるようになってきている。ソーシャル・イノベーション論では、現在の社会・経済システムのもつ諸問題が、企業家の活動、そして消費者の活動を通じて徐々に解消されていくという進化的プロセスを通じて達成されることを論ずるイノベーション研究の一分野である。ソーシャル・イノベーションが達成されるプロセスは図のように表現されている。

ただし、従来の研究はこの図の太線の矢印が示すような新社会・経済システムの生成が企業システム革新にもとづく新製品及び新サービスへ与える影響を考慮していない。本研究ではこれを中心に検討することを目的とし、検討問題を探索する。

楠木（2001）によれば、現在のイノベーション研究は、社会・経済システムに影響を与える「『新しいもの』が生み出されるプロセス」の研究である。ソーシャル・イノベーション論もこれに該当し、如何にソーシャル・イノベーションを生み出すかというところに関心

## 図：企業システム革新とソーシャル・イノベーションとの相互作用的生成



がある。しかし、この太い矢印が示すようなマイナスの効果については意識されていないのである。つまり、イノベーションが結果として生みだす、社会・経済システムからのマイナスの効果をも意識する必要がある、存在しているのである。

## 論点の考察

ここで問題になるのは、どのような時に企業が生み出した社会・経済の変革が企業にマイナスの効果をもたらし、どのような時にプラス効果になるのかということにある。イノベーションに対する社会の評価がこれに関係しているものと思われる。本研究では、こうした企業の行動とその結果に対する社会的な評価の基準として、企業の倫理基準や社会的責任基準の観点から探る。それは、エンロン事件や食品偽装事件、メキシコ湾原油流出のような企業による環境破壊といった問題が提起するように、企業の行動には一定の枠が存在し、その枠からはみ出した時、社会・経済システムによるマイナスの影響が生ずると考えられるからである。倫理基準は企業が超えてはならない一線を示し、社会的責任基準はなさなければならない義務を表していると言えるだろう。そうした理由から本研究ではこの

二つを中心に検討して参りたいと考える。

そして、倫理・社会的責任基準はこれらが充足されれば企業の生み出した社会・経済の变革が企業にプラスの影響をもたらすものと考えられる。あるいは、少なくとも非マイナスとなるだろう。その一方、未充足ならば恐らくマイナスの影響が出ると考えられる。そこで、企業には基準を事前に認識しておくことが求められると言えるだろう。イノベーション後の社会・経済を認識し、それに基づく自社のイノベーション・事業のビジョンを有しておくことが重要であり、ソーシャル・イノベーション戦略を構築におくことが必要なのである。そして、イノベーションや事業の展開を倫理・社会的責任基準に適合させる組織行動原則の認識も必要であると考えられる。そのような原則は、過去のイノベーション及び事業経験から得られると思われる。

## 研究方法

そこで今後、先に述べた研究モデルの構成要素個々の内容を把握するためにフィールドサーベイを行い。フィールドとしては、中国を選択した。

現在、著しく発展している中国には先進諸国のイノベーションが導入され社会・経済の变革が著しく進展していることを背景として、今後フィールドサーベイを中国で行いたいと考えている。そして、対象とする会社としては中国に進出している日系企業についてインタビューを行いたいと思っている。インタビューする内容については、各社の中国における事業展開においてイノベーション・事業ビジョンや組織行動原則の有無を確認すること、また社会性評価の認識をしているかどうかの確認及び今まで中国にイノベーションを導入した経験内容について聞きたいと思います。そしてフィールドサーベイの結果をまとめて研究モデルにある個々構成要素間の関係、特にモデルに示した三つの課題に答えて参りたいと思っている。

## 今後の課題

最後に、今後の課題について述べます。まずは、フィールドサーベイの結果をまとめて、作業仮説を導出し、これらの仮説については、アンケート調査を通じて実証したいと思っている。さらに、各種調査の実証分析の結果を総合し、今後の報告に向けて参りたいと考えている。

## 参考文献

1. ドラッカー、P.F. (小林宏治監訳)『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社、1985 年
2. Freeman, Christopher, Technology Policy and Economic Performance, Pinter Publishers, 1987. (大野喜久之輔監訳、新田光重訳『技術政策と経済パフォーマンス』晃洋書房、1989 年)

3. J.ガーシュニィ／I.マイルズ（阿部真也監訳）『現代のサービス経済』ミネルヴァ書房，1987年
4. 後藤晃『イノベーションと日本経済』岩波書店，2000.
5. ヘンリー チェスブロウ（大前恵一朗翻訳）『OPEN INNOVATION—ハーバード流イノベーション戦略のすべて』産業能率大学出版部，2004年
6. 廣田俊郎「ソーシャル・イノベーションと企業システム革新の相互作用的生成」『社会・経済システム』,pp.133-138, 2004.
7. 伊吹英子「ソーシャルイノベーションを仕掛ける～社会変革を志向する経営戦略が競争優位を築く～」『NRI Management Review』Vol.17 2007
8. 池島政広『戦略と研究開発の統合メカニズム』白桃書房，1999年
9. クレイト・クリステンセン（玉田俊平太監修、伊豆原弓翻訳）『イノベーションのジレンマ—技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』翔泳社，2001年
10. 楠木建「価値分化と制約共存」一橋大学イノベーション研究所『知識とイノベーション』東洋経済新報社，2001
11. 野中郁次郎『知識創造の経営』日本経済新聞社，1990年
12. 岡本康雄「技術革新と経営戦略」岡本康雄・若杉敬明編『技術革新と企業行動』東京大学出版会，1985年
13. 榊原清則『イノベーションの収益化—技術経営の課題と分析』有斐閣，2005年
14. リチャード・ノーマン（近藤隆雄訳）『サービス・マネジメント』NTT出版，1993年