



慶應義塾大学ビジネス・スクール

ニーズとシーズの構造モデルとイノベーション

5

1. 本ノートの目的

新製品を開発したり新市場を開拓したりするイノベーションは、企業や産業ごとの個別性が強く、偶然の幸運に助けられることも多い。したがって特定の企業やプロジェクトで成功した手法が、そのまま他の事例でも応用できるとは限らない。こうすればイノベーションが生まれるという万能の方法は見つかっていない。

10

しかし我々はイノベーションを生みやすい環境がどのようなものか、ある程度共通した経験知を持っている。たとえば企業を訪問した時に、「この会社からは新しいものが生まれそうだ」とか、逆に「この会社から新しいものは生まれないだろう」と直感的に感じことがある。その直感は他の人も同じように感じていることが多い。

15

そのような経験から想像すると、イノベーションが生まれやすい条件には何らかの法則性があると思われる。ただしイノベーションの過程は複雑であり、関与する要因は多い。法則性は1つではなく多くの種類があるのかもしれない。したがって現実的な方法は、1つの固定したモデルや法則をあらゆる種類のイノベーションに当てはめるのではなく、個々の事例の特徴にあわせた使い分けをすることであろう。

20

このノートではそのようなアプローチに適した、個別性と一般性を両立できるモデルを提案する。モデルはニーズとシーズの組合せを基本構造として、その連結でさまざまな事業とイノベーションを表現する。イノベーションをどのように進めるか、成果物をどのように事業化するか、どのようなインセンティブと制度がイノベーションを促進させるかを考えるために役立つであろう。

25

本ノートは、クラス討議の資料するために、慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授 大林厚臣によって作成された。本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクールまで（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。ケースの購入は <http://www.bookpark.ne.jp/kbs/> から。

30

Copyright © 大林厚臣 (2023年5月作成)