



イノベーション 4.0 への種

イノベーションは、第 4 期に入ったと言われます。第 1 期は、発明家が単独で発明する時代で、人類史のほとんどがこれに入ります。エジソンに代表される発明家がイノベーションを生み出してきました。第 2 期は、企業内研究所の時代です。100 年くらい前から、技術開発が複雑化しコストがかさむようになると、個人では手に負えなくなり、企業主導の取り組みが進められました。化学、機械など多様な業界で企業内研究所発のイノベーションが生まれました。

しかし、その後、大企業では、組織の階層化と官僚化が進み、主流を外れた研究に取り組みにくくなり、イノベーションが生み出されにくくなりました。そうした中、イノベーターは会社を去り、新しい会社を設立するようになりました。こうしたイノベーターたちに資金を提供するベンチャー・キャピタルが登場しました。第 3 期は、こうしたベンチャー起業家とベンチャー・キャピタリストによるイノベーションの時代です。ソフトウェアの開発などは、小規模な組織でも取り組みやすいということもあり、最近の IT 分野の多くのイノベーションは、ここから生まれました。

そして今、イノベーションは第 4 期を迎えつつあるといわれます。先進的な大企業は、ベンチャー企業に倣って、オープン・イノベーションと階層を減らしたフラットなマネジメントを採用するようになり、従来の課題を解決しつつあります。加えて、現在のイノベーションのフロンティアは、環境、医療、農業、都市インフラなどの社会問題領域にあります。

社会問題領域でイノベーションを実現するには、政府、関連業界などとの協業が必要になり、大企業がすでに持っている能力、経験、人間関係、専門知識、リソースが生きてきます。イノベーションの第 4 期は、オープンでフラットな大企業が社会問題を解決するイノベーションを生み出す時代と言えるのです。

鍵を握るソーシャル・イントラプレナー

しかし、大企業は、イノベーションの創出に向け、組織の階層化、官僚化という課題を解決する方向にあるとは言え、

多くの企業では、まだ十分に対応できていません。そこで、第 4 期のイノベーションの鍵を握るのが、「ソーシャル・イントラプレナー」と呼ばれる人たちです。

ソーシャル・イントラプレナーは、社会問題を解決するビジネスを起業するソーシャル・アントレプレナー（社会起業家）に対して、企業内にあって、社会起業家の精神を持って、新たな事業や商品開発に取り組む人たちです。

社会に対する高い感度、社会問題に対する強い意識を持ち、周囲を巻き込みながら、問題解決に向けて突き進むソーシャル・イントラプレナーの資質を持つ人は、大きな組織であれば必ず存在するはずで

す。そうした人たちがこそが、組織が抱える課題を乗り越え、社会問題を解決するイノベーションを前に進める鍵を握っています。そうした人たちを見出し、そうした人たちが活躍できる環境を如何に整備できるかが、これからの時代にイノベーションを生み出すためには、極めて重要です。

多くの日本企業では、オープン・イノベーションの受け入れ、意思決定の簡素化、失敗に寛容な組織風土の醸成など、第 4 期のイノベーションに必要な条件は十分整備されていません。

社会問題がこれからのイノベーションの主たるフロンティアであるという考えも十分に共有されているとは言えません。そうした中で、ソーシャル・イントラプレナーの資質を持つ人たちも不満を抱えながら、埋もれてしまっているかも知れません。

CSV/ シェアード・バリューは、社会問題の解決が企業の成長を促すという考え方に立っています。CSV/ シェアード・バリューの考えが広まれば、ソーシャル・イントラプレナーも活躍しやすくなるでしょう。ソーシャル・イントラプレナーに機会を与えれば、少々官僚的な壁が残っていても、それを突破できるようになるでしょう。

CSV/ シェアード・バリューとイノベーション 4.0 の考え方を社内に広めていくことは、これからの時代に非常に重要です。社会に対する感度の高い CSR 部門がその役割を担うことは、十分可能ではないでしょうか。