第19回Next30産学フォーラムの発表内容(抜粋)と
講演会とグループディスカッションの様子

人々に驚きと感動を与える"すごいね“連発させる『イノベーション』とは何か

名古屋経済大学経営学部

「成長できる名経、就職につながる名経」

徐 誠敏

ソ ソンミン

2015年 5月27日(水)

主催：一般社団法人 中部経済連合会(産学連携懇談会)

於：名古屋栄ビルディング 12階 特別会議室

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/

自分が注意すべき点^^

本日の目次

Ⅰ 自己紹介

Ⅱ イノベーションとは

Ⅲ「すごいね」を連発させる

イノベーションの成功事例

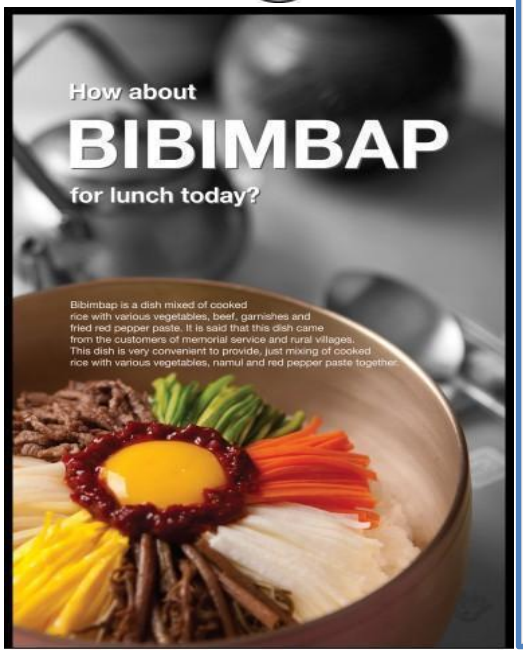
Ⅳ 結論

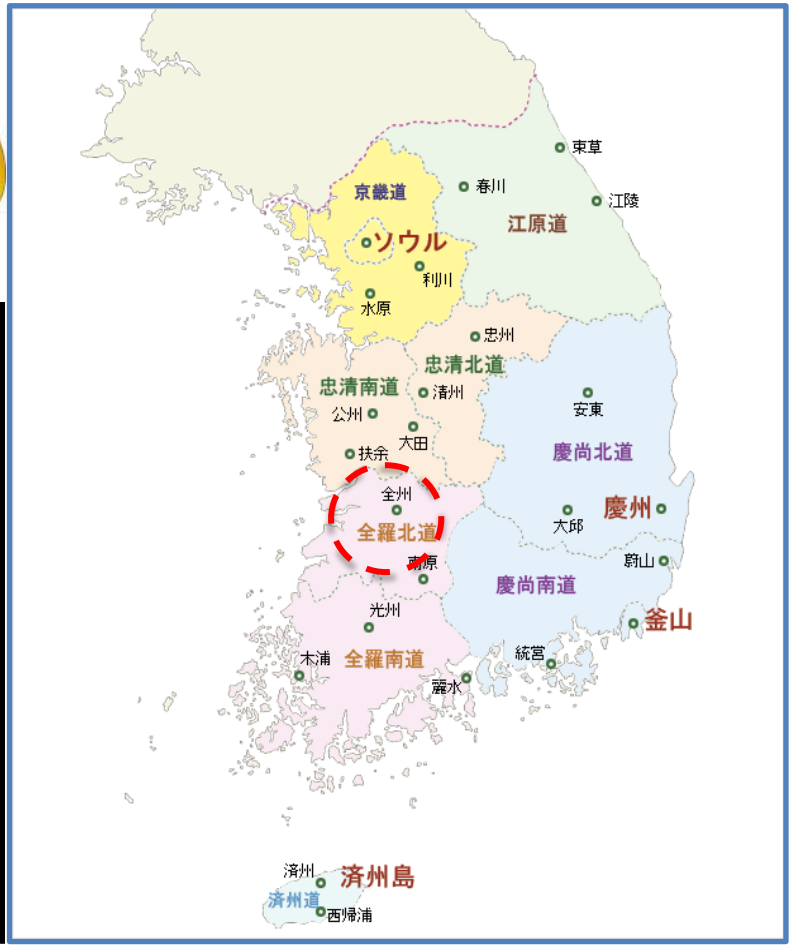
Ⅰ 自己紹介

名古屋経済大学経営学部　徐誠敏(ソソンミン)

韓国 全州市

マッコリ





テヨン(K-pop歌手)

ユンソナ(タレント)

ミスター「ブランドリ」徐 誠敏(ソ ソンミン)のソローアルバム、1994年10月20日

成長できる「名経」、就職につながる「名経」

Meikei, Let's grow together!

徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

成長できる「名経」、就職につながる「名経」

春バージョン

Meikei, Let’s grow together!

徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

成長できる「名経」、就職につながる「名経」

夏バージョン

Meikei, Let’s grow together!

徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

成長できる「名経」、就職につながる「名経」

秋バージョン

Meikei, Let’s grow together!

徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

成長できる「名経」、就職につながる「名経」

冬バージョン

Meikei, Let’s grow together!

徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

ミスター「ブランドリ」の研究室です✌(◠‿◠)✌
ポジティブなモチベーションを持つゼミです!
犬山キャンパス
ssmkorjp@gmail.com
s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp
http://www.ssm-gcbm.com/

ポジベーション・ゼミ生全員

日本人学生10名、中国人学生2名、ベトナム人学生2名、韓国人学生1名、

インターナショナルな顔ぶれです✌(◠‿◠)✌

名古屋経済大学
名古屋経済大学短期大学部
実学と就職の名古屋経済大学
4つの学部と短大部で一人ひとりの学生を仕事へとつなぐ大学です
大学案内
学部・学科
大学院
入試情報
進路・就職
学生サポート
大学案内
ホーム » 大学案内 » 教員紹介 » 徐 誠敏
教員紹介
http://www.nagoya-ku.ac.jp/info/professor/seo_sungmin/
徐 誠敏 Seo Sung Min
所属 経営学部 経営学科
職名 准教授
学位 商学博士
専門分野 マーケティング論、グローバル・マーケティング論、企業ブランド・マネジメント論(企業ブランドと製品ブランド、CEOブランド間の価値創造マネジメントについて理論と実証の両面から研究を行っている)、中小企業論、経営戦略論、グローバル・ビジネス・コミュニケーション論
研究室 本学 8号館 5階 8501室
E-Mail s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp
研究室ホームページ http://www.ssm-gcbm.com/
最終学歴 2010年 中央大学大学院商学研究科商学専攻 博士後期課程修了
略歴（職歴） 2010年 中央大学商学部 兼任講師(2015年3月)
2011年 企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 代表
2013年 静岡産業大学情報学部非常勤講師
2014年 一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザー
2014年 株式会社ラヴォックス チーフ・ブランディング・オフィサー
2015年 中央大学企業研究所 グローバル・コミュニケーション戦略チーム 客員研究員
2015年 名古屋経済大学経営学部 准教授
教育・研究テーマ

BRAND
BRAND
BRAND
ブランドリ
SSM

BRAND
BRAND
BRAND
ブランドリ
SSM

ホーム | 著書紹介 | 履歴・経歴・教育研究業績およびPR | セミナー・トピックス・他

http://www.ssm-gcbm.com/

「CEOにとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」
中央大学院戦略経営研究科教授　田中　洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」
中央大学商学部教授　三浦　俊彦

メニュー Menu

- ホーム
- 著書紹介
- 履歴・経歴・教育研究業績およびPR
- セミナー・トピックス・他
  - 「グローバル市場(新興国市場)に通用する韓国企業のグローバル・マーケティング＆ブランディングの事例研究室」問い合わせ
  - 「日・韓企業のグローバル・マーケティング＆ブランディング、通訳・翻訳などのサポート室」問い合わせ

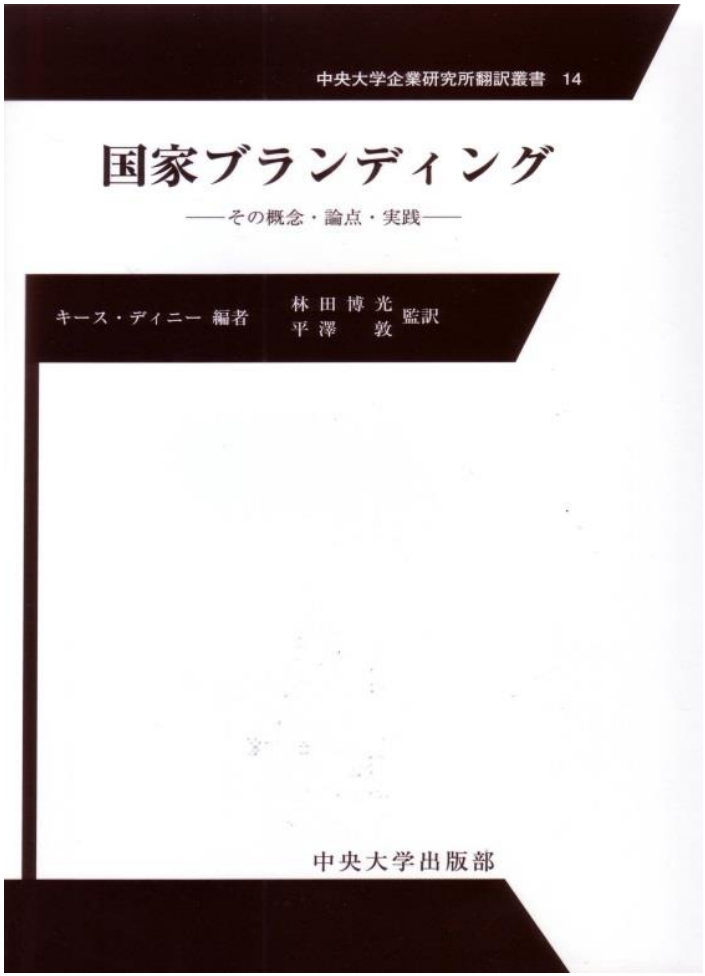
徐 誠敏(ソ ソンミン)主な著書

『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—』(単著、創成社、2010年)

徐 誠敏(ソ ソンミン)の主な著書

『中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディングの戦略的取組事例&
韓国企業の成功事例から読み解くグローバル・マーケティング戦略』
(単著、東洋出版[電子書籍]、2014年)

徐 誠敏(ソ ソンミン)主な著書



「第1章 国家ブランディングの妥当性と範囲、発展」『国家ブランディング―その概念・論点・実践―』(共訳、中央大学出版部、2014年)

徐 誠敏(ソ ソンミン)主な著書

「グローバル・ブランド構築の戦略的要因―サムスン電子の5つの革新期を超えて」
『ブランド戦略全書(Handbook of Brand Strategy)』(共著、有斐閣、2014年)

徐 誠敏(ソ ソンミン)の主な著書

『社員をホンキにさせるブランド構築法』(執筆・編集協力者、同文館出版、2015年)

株式会社ラヴォックス チーフ・ブランディング・オフィサー

学ぶ楽しみ、知る喜び、

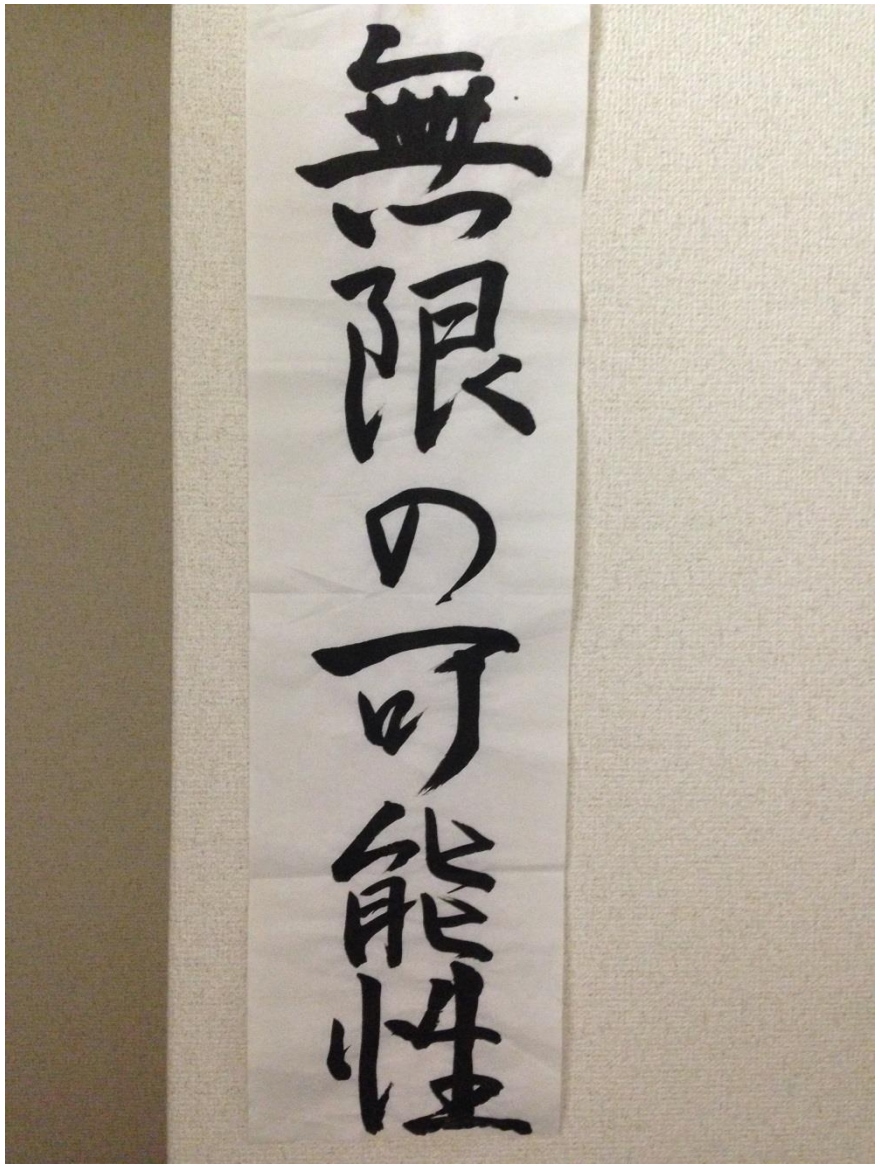
考える喜び、行動する喜びを

共に分かち合いましょう^^

知的好奇心のアウトバーンを

共に走り続けましょう!

自分の無限の可能性を信じよう!



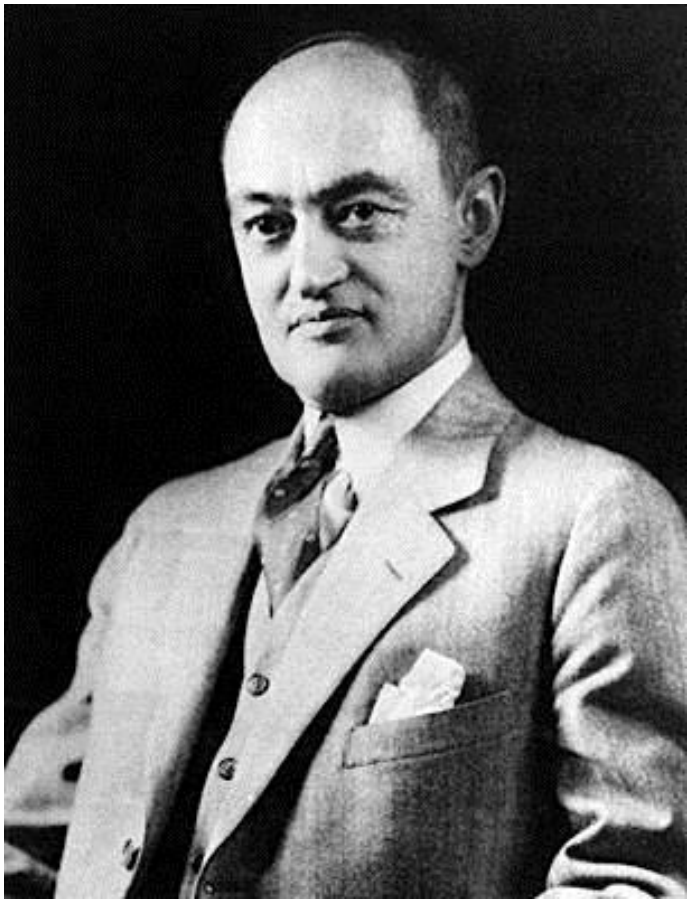
名古屋経済大学経営学部　徐誠敏(ソソンミン)

Ⅱ イノベーションとは

what is innovation?

想像力は愛である

イノベーション理論の創始者



ヨーゼフ・アロイス・シュンペーター(Joseph Alois Schumpeter)

オーストリアの経済学者

1883年2月8日 - 1950年1月8日。

シュンペーターのよる
イノベーションの定義

イノベーションとは、**新しいものを生産する、あるいは**

既存のものを新しい方法で生産することである。

イノベーションの例：5つの新結合

Product Innovation

① まだ消費者に知られていない

創造的活動による新製品開発

イノベーションの例：5つの新結合

Market Innovation

③ 従来参入していなかった新マーケットの開拓

イノベーションの例：5つの新結合

Material Innovation

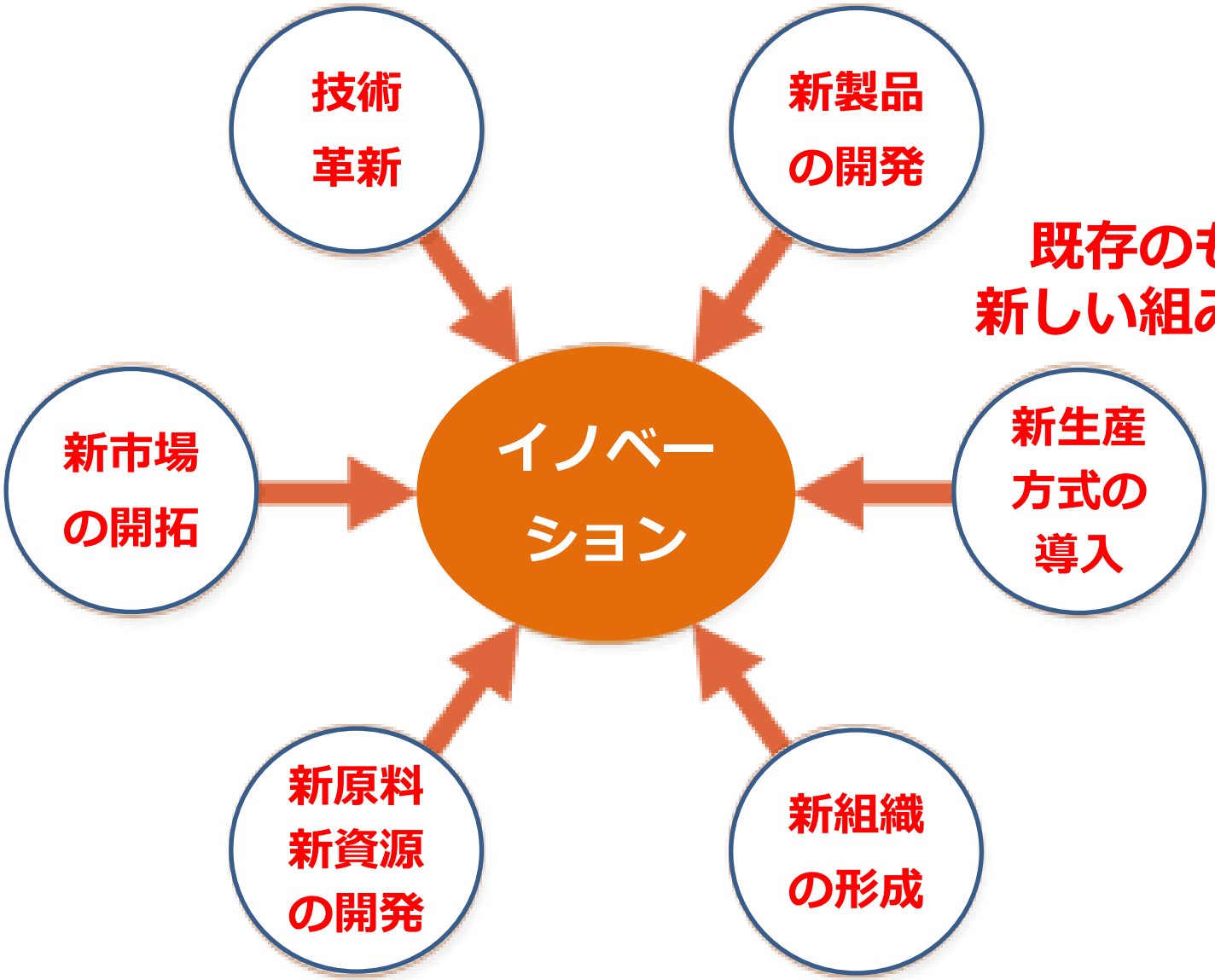
④ 原料ないし半製品の新たな資源(の供給源)の獲得

イノベーションの例：5つの新結合

Institutional Innovation

⑤ 新しい組織の改革

5つの新結合



既存のものの
新しい組み合わせ

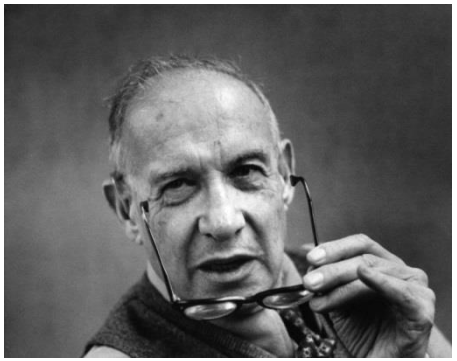
企業の目的

"The purpose of the business is to create customers"

企業の目的＝顧客の創造

▼

企業(組織)＝機能する機関



マネジメント
その企業(組織)に成果を上げさせるもの

基本的な機能1
マーケティング

基本的な機能2
イノベーション

顧客の要求からスタートする

新しい満足を生み出す

出所：ドラッカー著、現代経営研究会訳[1965]、49-53頁をもとに徐誠敏(ソソンミン)作成。

名古屋経済大学経営学部　徐誠敏(ソソンミン)

マーケティングとは

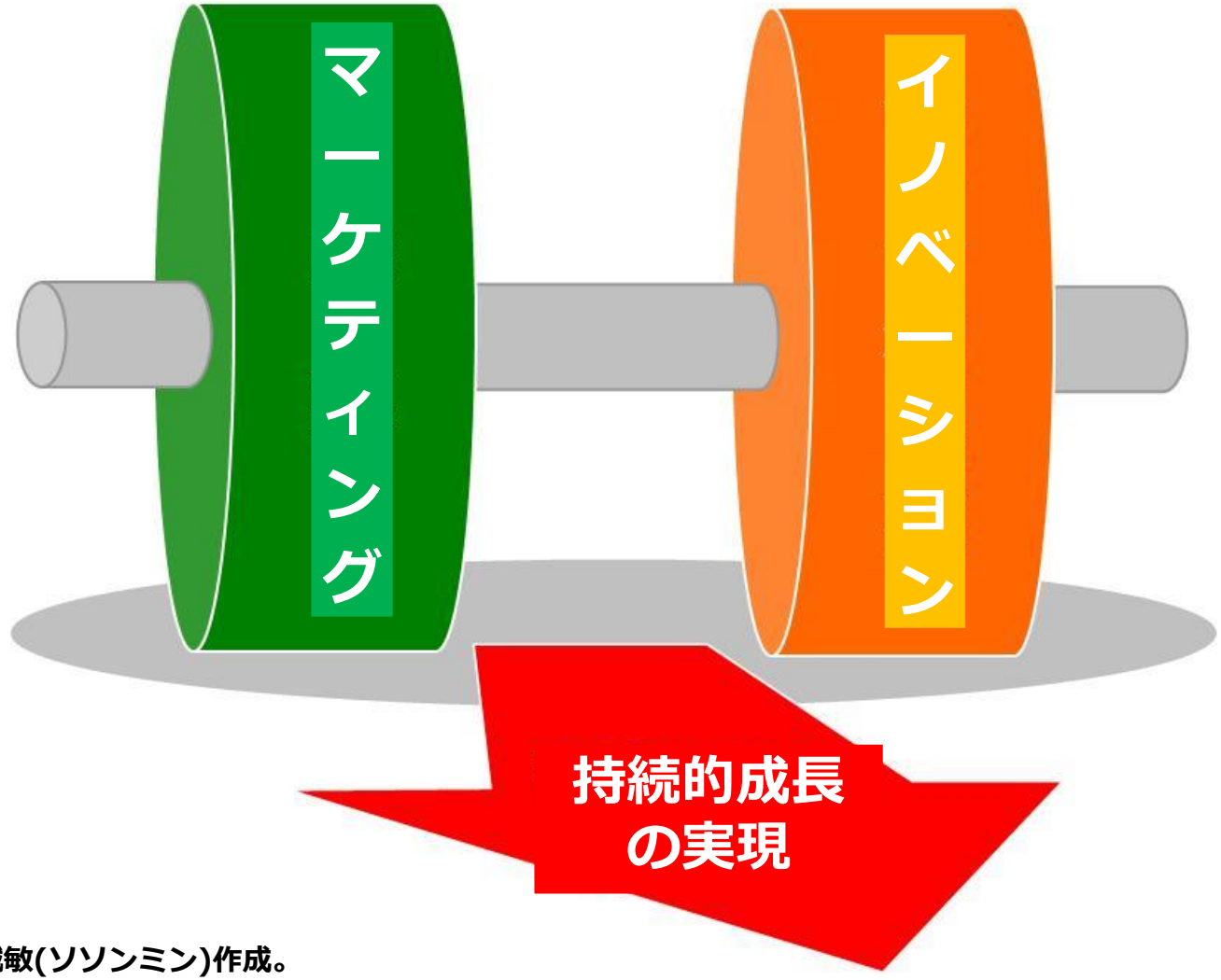
「マーケティングとは、メインターゲット顧客が

本当に求めている潜在的なニーズを探り当てて、

それを具体的な製品・サービスの形にして提供することで、

利益を上げる一連の組織活動である。」

企業の目的の実現のためのバランス戦略



出所：徐誠敏(ソソンミン)作成。

心理学の視点から見る
イノベーションの定義

「イノベーションとは、新しいと

知覚されたアイデアやモノである」

カール・ロジャーズ(Carl Ransom Rogers)

アメリカ合衆国の臨床心理学者

1902年1月8日 - 1987年2月4日

スティーブ・ジョブズによる
イノベーションの定義

Innovation distinguishes between

a leader and a follower

クリステンセンによる イノベーションの種類

イノベーション

持続的イノベーション

技術改良により、以前の製品よりも高い性能の製品を世の中に出すタイプのイノベーション

破壊的イノベーション

性能は低いが、相対的に価格も安い破壊的技術によるイノベーション
主流市場以外の市場で受け入れられる

出所：クリステンセン著、櫻井訳[2003]、39-40頁をもとに徐誠敏(ソソンミン)作成。

Ⅲ「すごいね」を連発させる
イノベーションの成功事例

羅針盤はイノベーションである

羅針盤がイノベーションであることは、羅針盤が針や方位磁石

というインベンションと、方位に関する知識などが結合され、

船乗りのために提供されたものであるからなのである。

創造的破壊とは

創造的破壊とは、シュンペーターによって提唱された経済学用語の一つであり、**経済発展というのは新たな効率的な方法が生み出されれば、それと同時に古い非効率的な方法は駆逐されていくという、その一連の新陳代謝を指す**。

ウォークマンを聞きながらジョギングするといった新しい文化までつくった

出所：WALKMAN　TPS-L2の単品カタログ　7月。

AppleのiPodはイノベーションである

東芝製の小型ハードディスクというインベンションを採用して、

Appleは顧客のために、たくさんの音楽を収録できる小型MP3

プレイヤーという新しい製品カテゴリーを創造したから、

「カテゴリー・イノベーション」でもあるといえる。

AppleのiPodはイノベーションである

iTunes

同社のイノベーションは、新しい機器を創り出したことではなく、

「iTunes」という音楽そのものを流通させるプラットフォーム

を構築し、全く新しいビジネスモデルを実現させたことだ。

カテゴリーイノベーションとは

既存カテゴリーの魅力を失わせる新カテゴリーを創出し、

それを代表するブランドになることである。

他の市場とは明確に違う差別化ポイントのある

市場を創造することである。

カテゴリーイノベーションの事例①

史上最小、最軽量の「GoPro」

ウェアラブルカメラ・カムコーダ

より小さく、軽く、さらに強力

小型無人航空機“ドローン”

空撮をはじめ、測量、物流、警備など様々な用途が期待され

「空の産業革命」とまで言われる小型無人航空機“ドローン”

カテゴリーイノベーションの事例②

小型無人航空機“ドローン”

空撮をはじめ、測量、物流、警備など様々な用途が期待され

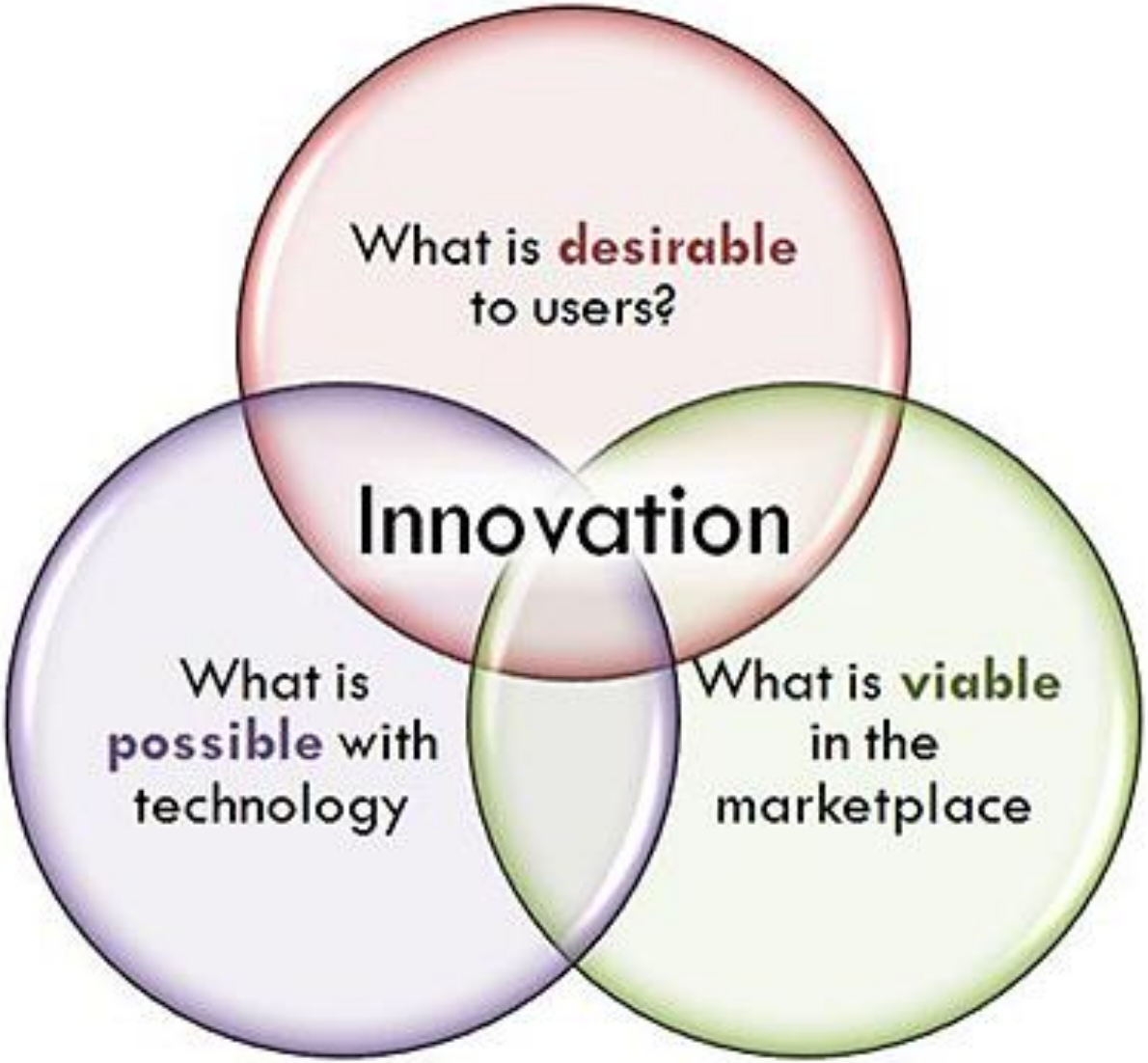
「空の産業革命」とまで言われる小型無人航空機“ドローン”

布団からハウスダストを効果的に

取り除く布団専用掃除機「レイコップ」

カテゴリー・イノベーション

イノベーションの重要性



出所：http://www.guerrillaonline.com/cs/Importance-of-Innovation-78.htm(2015年5月1日確認)

Ⅳ 結論

イノベーションとは

イノベーションは、製品や製法が
市場で受け入れられてはじめて実現する。

新しければイノベーション、
変化すればイノベーションというわけではない。

あくまでも経済的な成果を目指し、
それが市場で実現されたものが、
イノベーションである。

したがって、イノベーションとして成立するかどうか、
その成否を判定するのは市場である。

参考文献

E.フォン・ヒッペル著、榊原清則訳[1991]『イノベーションの源泉―真のイノベーターは誰か』ダイヤモンド社。

クレイトン・クリステンセン著、伊豆原弓訳[2001]『イノベーションのジレンマ』翔泳社。

クレイトン・クリステンセン著、櫻井裕子訳[2003]『イノベーションへの解』翔泳社。

クレイトン・クリステンセン著、櫻井裕子訳[2012]『イノベーションのDNA』翔泳社。

J.A. シュムペーター著、塩野谷 祐一・東畑 精一訳[1977]『経済発展の理論―企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究(上)』岩波文庫。

J.A. シュムペーター著、塩野谷 祐一・東畑 精一訳[1977]『経済発展の理論―企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究(下)』岩波文庫。

徐誠敏[2010]『企業ブランド・マネジメント戦略―CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ―』創成社。

D.A.アーカー著、電通ブランド・クリエーション・センター訳[2001]『カテゴリー・イノベーション―ブランド・レレバンスで戦わずして勝つ』日本経済新聞出版社。

一橋大学イノベーション研究センター編[2001]『イノベーション・マネジメント入門』日本経済新聞社。

P.F.ドラッカー著、現代経営研究会訳[1965]『現代の経営(上)』ダイヤモンド社。

会場の様子

講演会とグループディスカッションの様子

グループディスカッションの内容

1. 自社にとってのイノベーションの促進要因とは?
2. 自社にとってのイノベーションの妨害要因とは?
3. 自社には、どのようなタイプのイノベーションがあるのか?
4. 自社の持続的成長を果たすために、イノベーション力以外にどのような競争力を持っているのか、または今後どのような競争力が求められるのか
5. 自社にはイノベーションを生み出すために、必要な力(①質問力、②観察力、③実験力、④ネットワーク力、関連づけ思考力)は、備わっているのか?

人々に驚きと感動を与える"すごいね"
連発させる『イノベーション』とは何か

SAPPORO
evian

19:17
2015/05/27

SAPPORO
BACARDI

学ぶ楽しみ、知る喜び、
考える喜び、行動する喜びを
共に分かち合いましょう^^
知的好奇心のアウトバーンを
共に走り続けましょう!

Innovation
想像力は愛である
古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)
15

BACARDI

Asahi

IMAGINATION
SAPPORO

Innovation
イノベーションの例：5つの新結合
名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)
SAPPORO

Innovation
イノベーションの例：5つの新結合
HONDA PLUS+
名古屋経済大学経営学部 徐誠敏(ソソンミン)

Japan
SHORYUDO
Asahi

Innovation
破壊的イノベーションの2つの種類
性能
持続的イノベーション
スペック、処理能力の連続的な向上
新市場型
SAPPORO
BACARDI

Innovation
カテゴリーイノベーションの事例
銀塩カメラ
デジタルカメラ
固定電話
携帯電話

Innovation
AppleのiPodはイノベーションである
iTunes
同社のイノベーションは、新しい機器を創り出したことではなく、
「iTunes」という音楽そのものを流通させるプラットフォーム
を構築し、全く新しいビジネスモデルを実現させたことだ。

AppleのiPodはイノベーションである
iTunes

SHORYUDO

中部経済連合会

イノベーションを生み出すために
今後の課題

人々に驚きと感動を与える"すごいね"
連発させる『イノベーション』とは何か

人々に驚きと感動を与える"すごいね"
連発させる『イノベーション』とは何が

イノベーションを生み出すための
今後の課題

中部経済連合会
SHORYUDO
SAPPORO

中部経済連合会
SAPPORO

中国経済連合会

Japan
SHORYUDO
SHORYUDO Project
Promotion Association
中部経済連
Asahi

Japan
SHORYUDO
昇龍道
Tojinbo
Fukui
Kurobe
Route

中国経済連合会

イノベーションを生み出すための
今後の課題

イノベーションを生み出すための
今後の課題

イノベーションを生み出すための
今後の課題

Owari