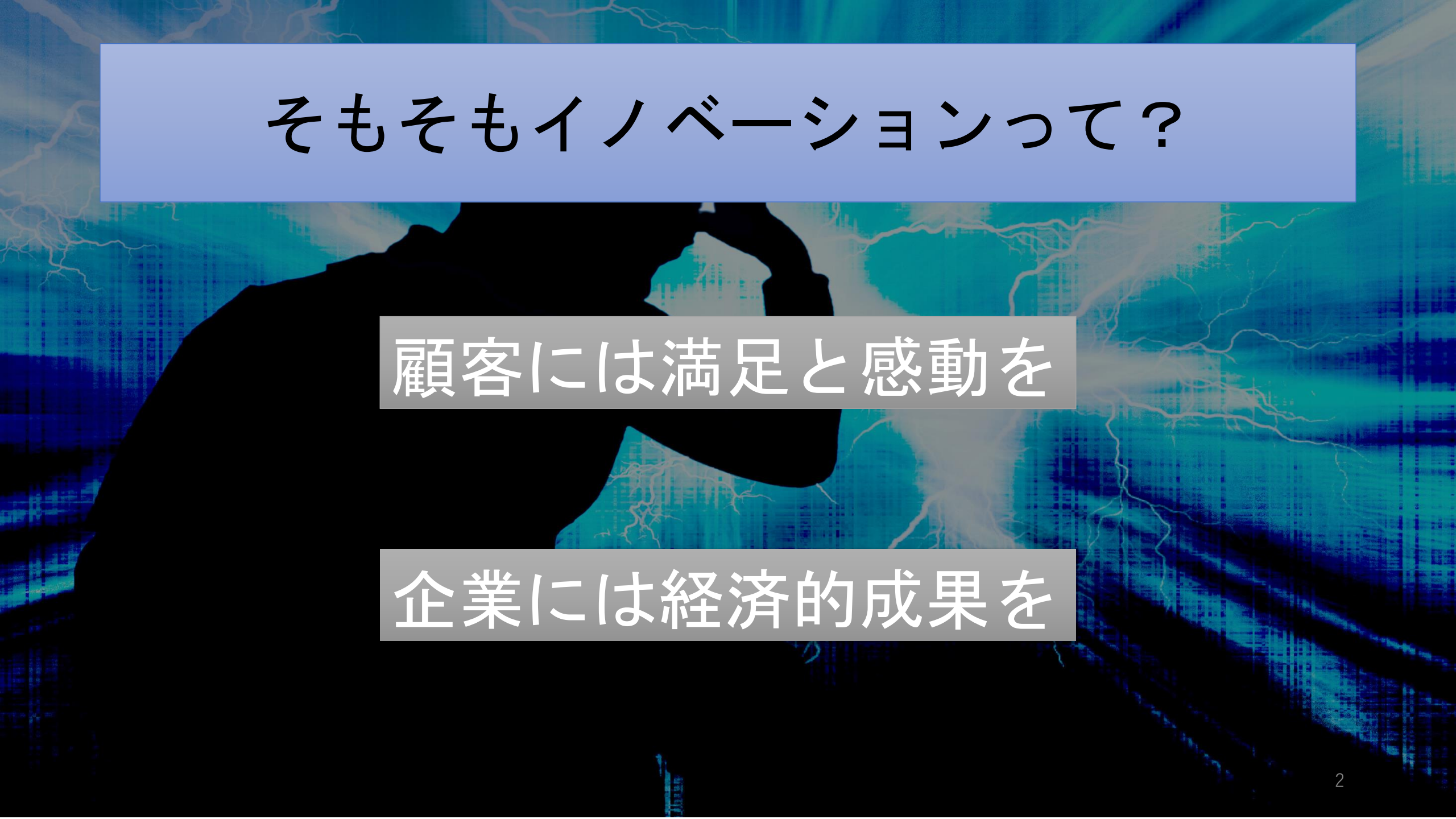


徐誠敏ゼミで考える需要探索型 イノベーション視点から 捉えるブランドづくり



名古屋経済大学経営学部
ポジベーションゼミ 3年生
根本 岬
2019年5月31日



A person is shown in silhouette, sitting and resting their head on their hand in a thoughtful pose. The background is a dark, stormy sky with bright, jagged lightning bolts. The overall color palette is dominated by deep blues and blacks, with the lightning providing a stark white contrast.

そもそもイノベーションって？

顧客には満足と感動を

企業には経済的成果を

シュンペーターの5つのイノベーション

プロダクト・イノベーション

プロセス・イノベーション

マーケット・イノベーション

マテリアル・イノベーション

組織的・イノベーション

プロダクト・イノベーション

顧客の知らない革新的な製品・サービス

競合他社との製品・サービスで差別化を図る

iTunesのプロダクト・イノベーション

音楽・動画等の視聴

音楽・動画等の購入

音楽・動画等の管理

Apple製品のバックアップ及び同期



A detailed background image of industrial machinery, featuring various pipes, valves, and mechanical components in a factory setting. The machinery is primarily metallic and has a complex, interconnected structure.

プロセス・イノベーション

新製法・新生産方式を導入

開発・製造・物流で競合他社が模倣困難

ヤマトのイノベーション



マーケット・イノベーション

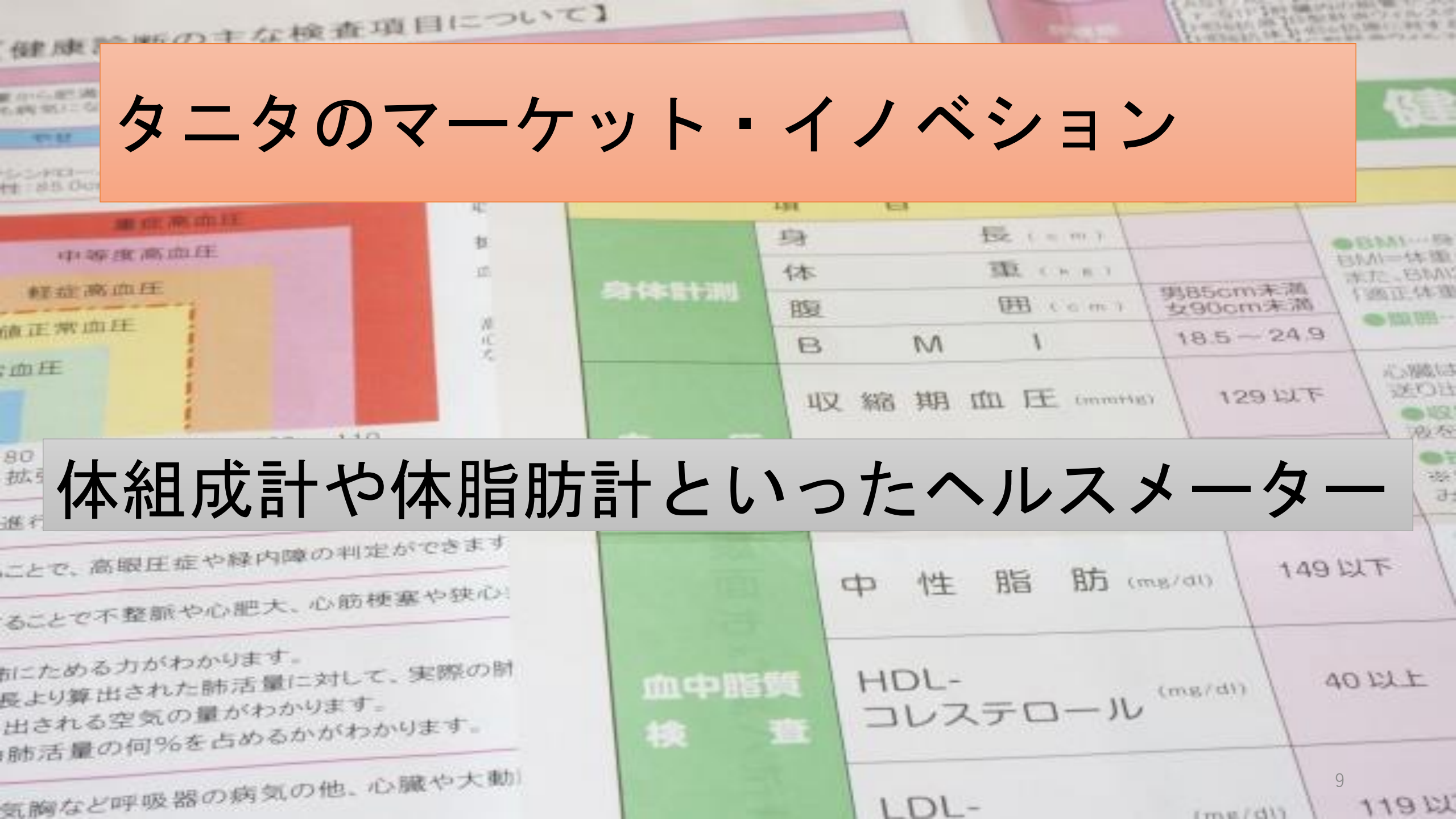
新しい販路・新市場の開拓

自社の支配力を高める

既存の製品・サービスの新たな価値

タニタのマーケット・イノベーション

体組成計や体脂肪計といったヘルスマーター



タニタのヘルスマーター

1992年世界初
体内脂肪計を発売



タニタのヘルスマーター

2001年世界初
内臓脂肪チェック付き
脂肪計を発売



マテリアル・イノベーション

原料・半製品の新しい供給源の獲得

組織的イノベーション

部門間で生じた問題を解決

活性化を促す新しい組織

自社ブランドを高めるため企業全体を活性化

クリステンセンのイノベーション

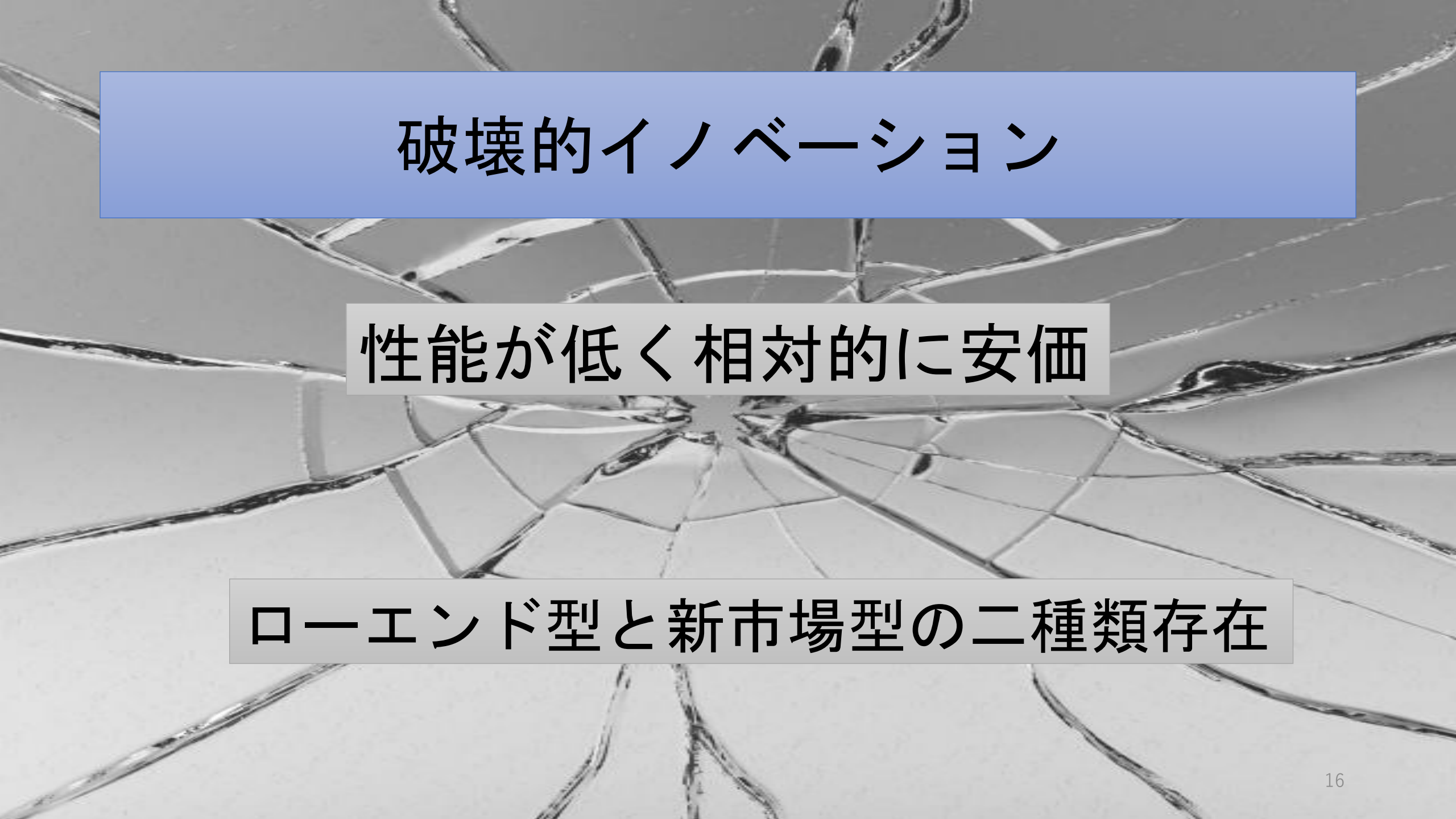
持続的イノベーション

破壊的イノベーション

持続的イノベーション

以前の製品よりも性能の良いものを出す

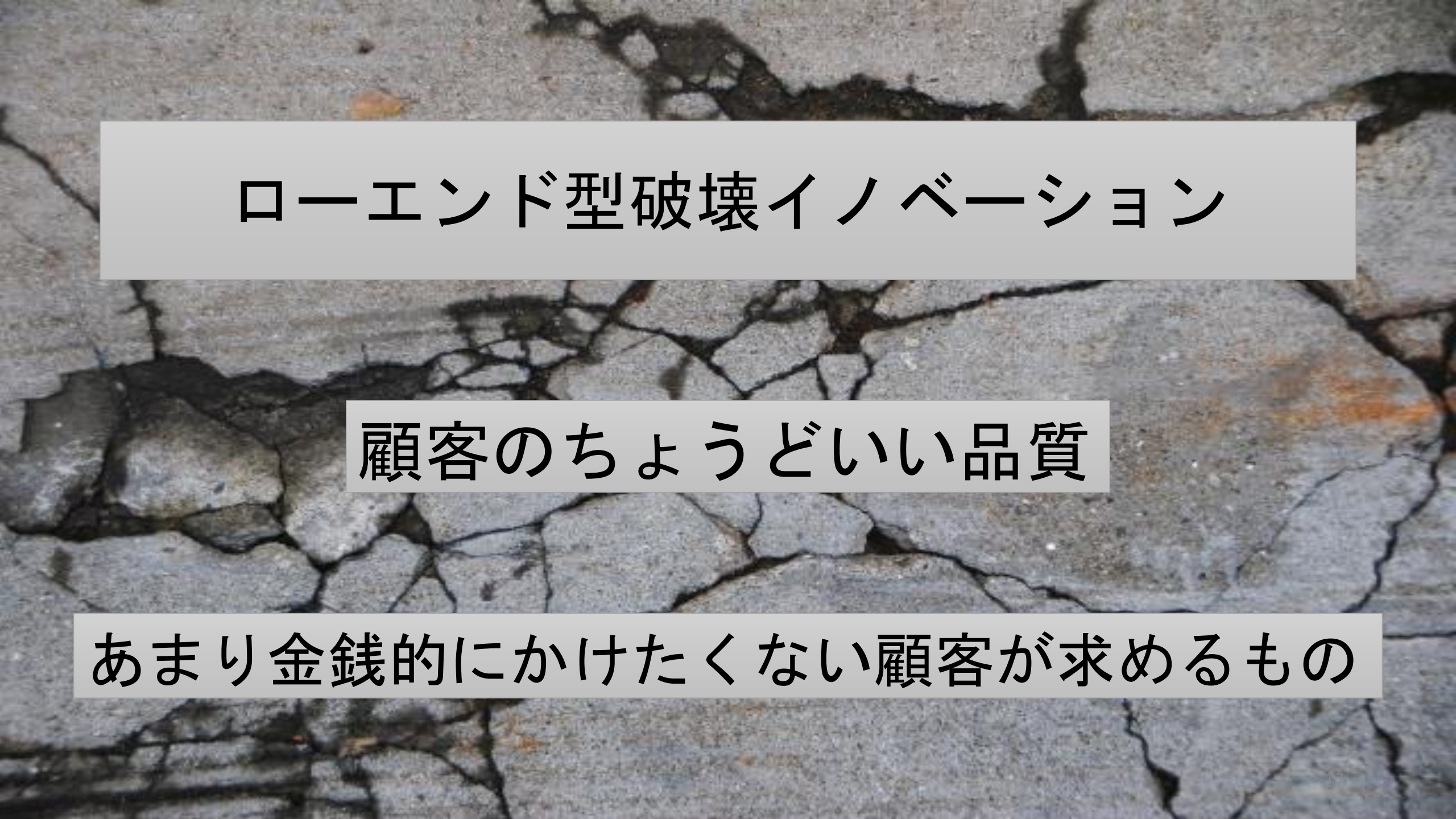
高レベルでの自社ブランド価値の維持



破壊的イノベーション

性能が低く相対的に安価

ローエンド型と新市場型の二種類存在

The background of the entire slide is a close-up photograph of a grey concrete surface. It is heavily cracked, with numerous dark, irregular lines of varying widths and directions. Some cracks are deep and form a network, while others are more superficial. The lighting is somewhat uneven, with slightly darker areas in the crevices of the cracks.

ローエンド型破壊イノベーション

顧客のちょうどいい品質

あまり金銭的にかけたくない顧客が求めるもの

新市場型イノベーション

主流市場とは異なる価値基準

新規顧客の製品の購買意欲を促す

目的ブランドの確立

3つの事例

232, 500円
(税抜)



EOS 6D Mark II (WG) 【EF24-105 IS STM レンズキット】 / デジタル一眼レフカメラ

11, 500円
(税抜)



A100 コンパクトデジタルカメラ
COOLPIX (クールピクス) シルバー

820円
(税抜)



写ルンです 新シンプルエース (27枚撮り)

イノベーションのジレンマ

顧客の需要を満たしすぎてしまう

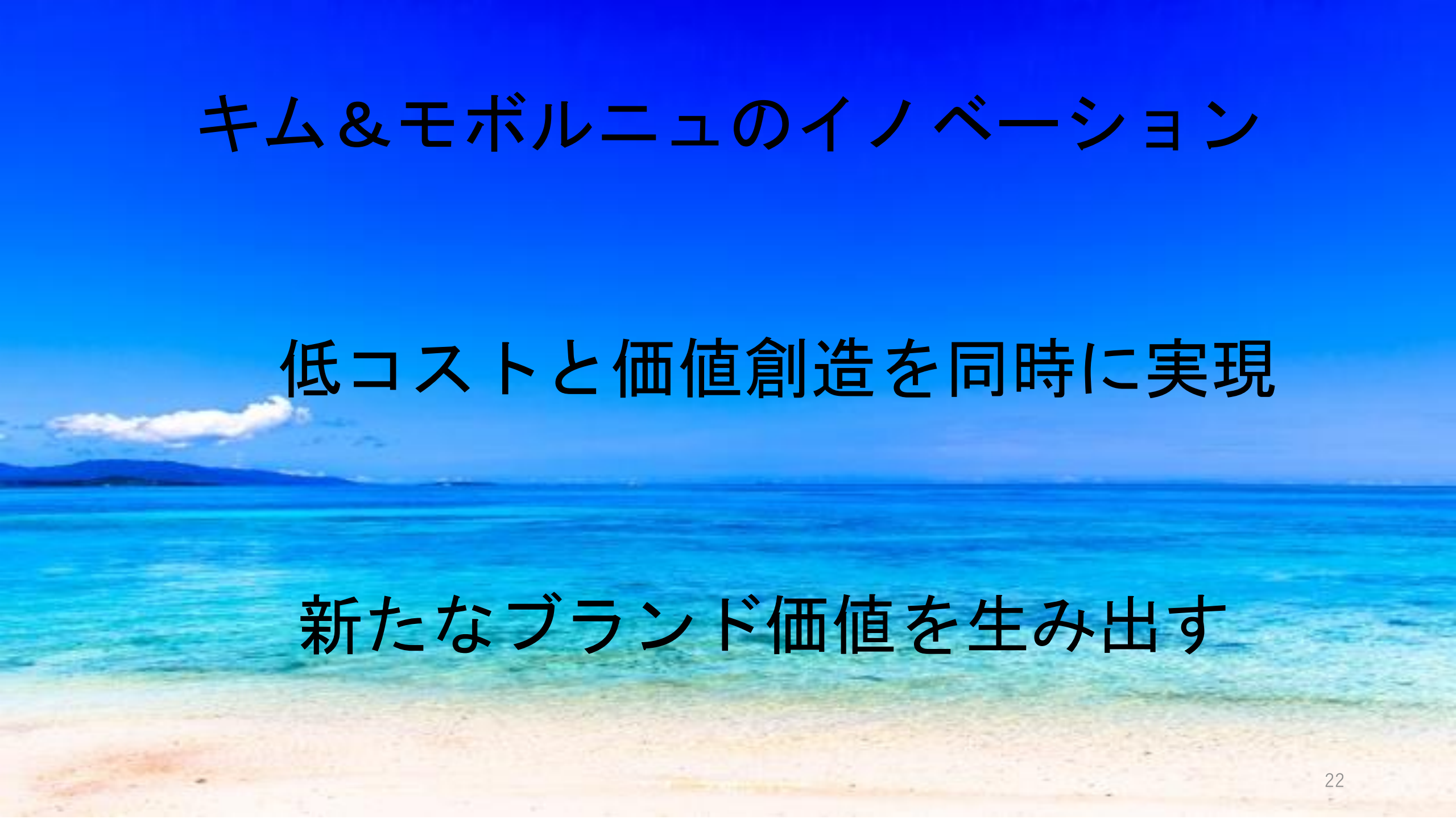
破壊的技術を採用した競合他社入り込まれる

顧客が流れる

チェスブロウのイノベーション

組織内部と外部のアイデアを有機的に結合

多様なステークホルダーとの協力体制の構築



キム&モボルニユのイノベーション

低コストと価値創造を同時に実現

新たなブランド価値を生み出す

アーカーのカテゴリーイノベーション

漸進的イノベーション

本格的イノベーション

変革的イノベーション

漸進的イノベーション

ブランド選好に若干影響する程度の改善

若干の改善のため気づかない場合がある

本格的イノベーション

製品・サービスの大きな改善

差別化ポイントが目立ち話題性を高めることができる

変革的イノベーション

市場を一変させる

競合他社の製品・サービスの魅力を下げる

自社の基本的な製品・サービスの質の変化を促す

まとめ

イノベーションは多種多様なものがあり
その企業や状態に合うもの・必要なものがある

ブランド弱者である中小企業は
取り入れるべきである

議論点

今回のプレゼンで取り上げたさまざまなイノベーションの中で、
我々の日常生活に大きな影響を与えているイノベーションは何か、
または自分が一番大事だと思っているイノベーションは何か

参考文献

徐誠敏(2018)「需要探索型イノベーションの視点から捉えるブランドづくりに関する研究—日米韓グローバル企業の先進的な取り組みを中心に」『商学論纂』第59巻第3・4号、中央大学商学研究会、141-171頁。

徐誠敏・李美善(2018)「新興国市場における需要探索型イノベーションの戦略的優位性に関する研究—韓国企業の先進的取り組みを中心に」『経済経営論集』第25巻第2号、名古屋経済大学経済・経営研究会、23-39頁。

徐誠敏・李美善(2017)「包括的な観点からとらえる需要探索型イノベーションに関する事例研究—戦略的優位に着目して」『経済経営論集』第25巻第1号、名古屋経済大学経済・経営研究会、21-34頁。

参考文献

Apple日本ホームページ

<https://www.apple.com/jp/itunes/> (2019年5月31日確認)。

ヤマト運輸ホームページ

<http://www.kuronekoyamato.co.jp/ytcc/customer/> (2019年5月31日確認)。

タニタホームページ

<http://www.tanita.co.jp/content/60th/> (2019年5月31日確認)。

ビックカメラホームページ

<https://www.biccamera.com/bc/item/3710493/> (2019年5月31日確認)。

ご清聴ありがとうございました