

## 社会イノベーション： 枠を超え新しい価値創造に向けて

経済のサービス化が加速している。従来型の製造業にとってもビジネスモデルの変革が迫られる事態となっている。2004年12月にアメリカ競争力評議会がブッシュ政権に提出した報告書イノベート・アメリカ、通称パルミサーノ・レポートでは、その問題の解決のために分野融合によるサービスサイエンス創出の必要性が提唱された。同年、Vargoらによってサービスドミナントロジックが提言され、サービスを産業の枠を超え「顧客と提供者による価値共創」と定義した。これらの活動は、現在世界の研究者・企業人を巻き込み、サービスイノベーションを支える知識基盤の構築と人材の育成をめざし進められている。社会イノベーション事業のミッションは、新しいサービスシステムを創造し事業化していく事、すなわちサービスイノベーションであろう。これまで製造業においてイノベーションの原動力であった研究開発が、サービスイノベーションに対しても貢献することが期待されている。以下では、サービスシステムの創造、事業化、そしてサービスイノベーションを持続的に生み出すためのポイントを示す。

一つ目は、サービスシステムを創造するためのポイントとして、リフレーミング (Richard Normann, Reframing Business, 2008) を取り上げる。新しいサービスシステムを創造するためには、リフレーミング、枠を外して考える事が必須である。ブライアン・アーサー (The Nature of Technology, 2011) によるとテクノロジーとは、目的を達成するシステムであり、組織・行動・論理に基づく非物質的なものを含む。ピーター・ティール (Zero to One, 2014) は、「ものごとへの新しい取り組み方、より良い手法はすべてテクノロジーだ。」と。技術をサービスシステムのデザイン手法や組織・価格戦略と広く捉えることによって研究開発の対象が広がる。

次に、新しいサービスシステムの事業化について考える。そのためには、時には組織内外のリ・デザインやミッションの見直しも必要となる場合がある。単に新しいサービスシステムを考案するだけでなく、それを提供するための組織作りにはいかに柔軟に取り組めるかが問われている。

最後に、サービスイノベーションを持続的に創造するためには、セレンディピティをいかにマネジメントするが鍵である。価値伝搬のメカニズムとして注目されている弱い連結を促進する事によって、多様な組織を結びつけ、知の探索効果が向上する可能性がある。地球規模の課題に取り組むグローバル企業において、真に求められる製品やサービスを創造するために、オープンイノベーション、多様なステークホルダーを取り込む価値共創の場が必要であろう。

社会全体のシステム化をめざす地球規模のグローバルビジネスにおいても、基本は人間中心、人と人との結びつきが原点。研究開発を始めビジネス関係者が、多様な人々と出会い、今までの枠を超えて未来を創造し、社会イノベーションをドライブしていくことが求められている。



**澤谷 由里子**

早稲田大学研究戦略センター  
教授

東京工業大学大学院総合理工学研究科システム科学専攻修士課程修了、東京大学大学院総合文化研究科広域システム科学系博士後期課程修了。学術博士。

日本アイ・ピー・エム株式会社入社。情報技術の研究開発 (ソフトウェア開発、オブジェクト指向言語開発、R&D戦略、パーソナルシステム研究戦略、研究評価、サービス研究) に従事。2005年からサービスサイエンス研究の立ち上げを行った。2010年から独立行政法人科学技術振興機構社会技術研究開発センターの問題解決型サービス科学研究開発プログラム (S3FIRE) フェロー。

2013年4月より現職。東京工業大学大学院、東京大学、中央大学などにおいて非常勤講師。サービス学会理事、研究・技術計画学会理事、PICMET JAPAN事務局長などを兼任。

専門分野は、R&Dマネジメント、技術経営、サービスサイエンス、サービスデザイン。