

Title	革新する企業の条件
Sub Title	
Author	野中文雄(Nonaka, Fumio) 奥村昭博
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1989
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1989年度経営学 第709号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001989-0709

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名 野 中 文 雄
(カテナ株式会社)
所属ゼミナール 奥 村 昭 博 研

主査 奥 村 昭 博
副査 石 田 英 夫
関 谷 章

革新する企業の条件

革新とは「ビジネスの考え方、やり方を変える」ことである。それまでの考え方ややり方を変えることによって、新たな機会を見いだすことができる。それは新しい認識枠組を得ると情報の組変えや創造が活性化されるからである。

革新は2つの軸から類型化することができる。第1は革新の主導力である。イニシアティブがトップにあるか、ボトムにあるかにより分けられる。第2は、革新の範囲（スコープ）である。革新の対象が企業全体もしくは本業に関わるのか、一部門あるいはプロジェクトにかぎられるかという分け方である。2軸で分けられる4類型によって企業の革新のやり方に違いが見られる。（事例による分析を行った）

部分革新では(a)若手を中心に(b)大きく権限を委ねている。全体革新においては(a)一部を突出させ、(b)組織のあり方を全体に問いかけるかたちが行われている。トップ主導で進められる革新は(a)重点をきわめて誇張し(b)トップが従来の考え方を積極的に崩している。ボトム主導では(a)トップはボトムの妨げを取り払い(b)失敗に対しては寛容な態度を示す。

革新を行うに当たっては、(1)新しい動きをつくり出し (2)それを全体に広げること
にトップはもっとも気を配る必要がある。