



**INNOVATOR'S
GARAGE**

Garage Nagoya Topics

ナゴヤ イノベーターズ ガレージ(愛称:ガレージ ナゴヤ)のスタッフが、ガレージ ナゴヤの活動やイベント、そこで活躍する人々を紹介するコーナーです。

Report 1



変化が激しく先が読めないこの時代。悩める現代のビジネスパーソンに向けて、デジタル時代の価値観を考えるリベラル・アーツ講座「大人の学びなおし(第2クール)」を開講。11月4日～3月24日の期間に、全10回開催する。今回は、第1回・第2回の講座について報告する。

**2020.11.04 Wed. & 2020.11.18 Wed.
大人の学びなおし**

11月4日:テーマ 文学

参加者:会場 13名、オンライン 21名

「尾張藩奥医師の日記を読む ～うらやましい人生の送り方」

【講師】名古屋大学大学院 人文学研究科 教授
塩村 耕 氏

【講演要旨】

文学の研究では、古書をとおして昔の人とお知りあいになる。今回は、幕末明治を生きた尾張藩の奥医師、大田常庵(1810～1889)が残した日記から、波乱も少なく平穏な人生でありながら、人を惹きつけてやまない彼の過ごした日々を紹介した。

日記には、常庵が大切にしたい家族とのたくさんのエピソード、何気ない幸せな瞬間、いつの間にか廃れてし

まった当時の習慣、食生活や人間関係などが細かく記されており、古き良き名古屋城下町の生活を羨ましく振り返りつつ、当時の時代背景に照らしあわせることで、歴史の史実がより臨場感を持って伝わってくる。



常庵の墓石の裏は、感謝とともに生きた常庵の人生を言い表した立派な詩句が記されている。日記を読み終えて墓参りに行くと、「人はなぜ日記を残すのか?自分の記録のため?後世に生きた痕跡を残すため?」など、大いに考えさせられる。

11月18日:テーマ 歴史(古代史)

参加者:会場 12名、オンライン 23名

「考古学からみた人間行動と社会」

【講師】名古屋大学大学院 人文学研究科 准教授
梶原 義実 氏

【講演要旨】

考古学とは、遺跡や遺物といった物質資料から人類の歴史を明らかにする学問である。文字に書かれた歴史



を読み解く文献史学と異なり、「もの」の観察結果から歴史を復元するためには、さまざまな手法が必要となり、近年ではAIの活用も期待される。

今回は、「飛鳥・奈良時代の瓦」

から当時の公共事業を明らかにする。この時代、文献資料も残っているが、中央政府に関する内容に偏っており、地域社会の実態などは「もの」から読み解く必要がある。

当時は、国分寺の造営が最大の公共事業であり、中央主導で各地に造営されたとされている。この定説に疑問を感じ、各地の国分寺と在地の寺院それぞれの瓦の文様を調査した。その結果、国分寺の瓦は中央系の文様もあるが、非中央系のものを使用している事例もあり、在地の寺院の文様とも深く関係していた。このことから、「本当に、技術者派遣など中央の積極的な関与があったのか?どのように各地に国分寺が造営されたのか?」を紐解いた。


2020.10.09 Fri. & 2020.11.13 Fri.
IGES (アイジェス: Innovator's Garage Entrepreneurs' Society)

今回のIGESは、4名のメンターのうち、名古屋大学大学院情報学研究科/情報学部教授の安田孝美氏(写真左上)がプロデュースするイベントを紹介する。本イベントは、起業家やスタートアップ企業で活躍する方々を迎え、活動の軌跡や志を等身大の言葉で語るとともに、起業を目指す大学生や新規事業開発に熱心な企業人と座談会形式で意見交換を行っている。今後もさまざまな起業家や新規事業開発に係わる講師を迎えて継続開催していく。

10月9日

参加者:会場 9名、オンライン3名

「ABEJAの軌跡と不確定な未来の生き抜き方 ～ABEJAの8年から皆さんに伝えたいこと～」

【講師】(株)ABEJA 取締役

外木 直樹 氏

【概要】

外木氏は、変化の激しい時代に8年間ベンチャーの経営者として活躍した経験にもとづき、会社創成期から現在に至るまでを8つのテーマに分けて参加者に紹介。海外政府との交渉、ともに働く人との関わり方、経営者としての心構えなど、実際の経験から得た失敗や苦労、

発見などを率直に語った。

参加者からは、マーケットに参入するタイミングや社員採用の考え方など、踏み込んだ質問が寄せられ、外木氏は、自社のビジョンである「テクノプレナiership」の解説を交えながら回答するなど、活発な意見交換が行われた。


11月13日

参加者:会場 6名、オンライン 9名

「ふつうの人のためのスタートアップ入門」

【講師】(株)SmartHR 執行役員 VP of Product

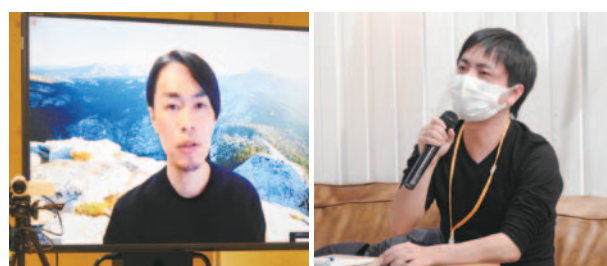
安達 隆 氏

【概要】

安達氏は、「学生時代は起業など考えもしなかったが、気がつけばスタートアップでプロダクトをつくる仕事が仕事になっていた。いわゆる起業家タイプではない人間がどのようにスタートアップ業界を渡り歩いてきたか、一つのサンプルとして紹介する」と、学生時代の経験、起業や複数企業を経て現在に至るまでを語った。

参加者からは、「起業すること自体を目標に起業して

いいか」「前職でのピボット(企業経営の方向転換)は具体的にどのような業種を手掛けたのか」「過去の自分に“やらないで”と言いたことは」など、多様な質問が寄せられた。安達氏は、人から選ばれる人材になることの重要性を説きつつ、未来の起業家へ向けてエールを送った。



【講師】BCG Digital Ventures Managing Director & Partner, Japan Head 平井 陽一朗 氏

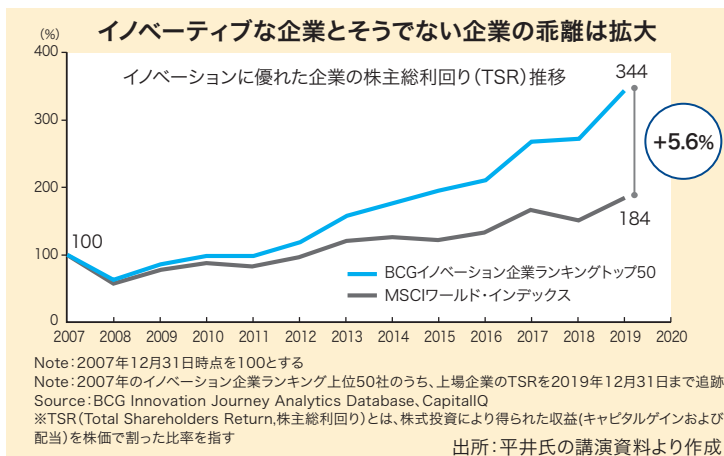
プロフィール／三菱商事(株)を経て2000年にBCGに入社。その後、ウォルト・ディズニー・ジャパン、オリコンCOO、ザッパラス社長兼CEOを経て、2012年にBCGに再入社。ほぼ一貫して新規事業、事業開発やプロデュースを手掛ける。BCG Digital Ventures Japan Headとして、新規事業アイデアの創出、新規事業の出資を含めた立ち上げなどを指揮。同社の出資するデジタル系合弁会社数社の役員も兼務。



【講演要旨】

1. イノベーションが衰退か

新型コロナウイルスの影響により、働き方やデジタル化など、社会変化のスピードが一層加速している。この社会環境の変化の激しい時代にあって、イノベーション機能の重要性がより高まっている。実際に「イノベーションに優れた企業」と一般的な企業の株主総利回りの推移を比較すると、この10年余りで5%以上の差がついている。



残念ながら、イノベーションを評価された企業50社に含まれた日本企業は、2020年は3社のみだった。しかし、長く生き残ってきた日本企業が、数々の危機を乗り越えて今も存在しているのは、時代に応じて変化してきたからこそである。大企業は保守的でイノベーションが起きにくいという先入観を持たれがちだが、大企業でも変革を起こす素地はある。但し、デジタル時代のイノベーションには、新たなキーポイントがいくつかあり、実現のためにリーダー層が担う役割は大きい。

2. 時代をとらえたケイパビリティの獲得

今の時代にあったイノベーション創出には、デジタル技術は絶対必要条件であり、リーダー自らがデジタルリテラシーを身に付けなければ、戦略をはじめビジネス

モデルや組織を変えることはできない。話題のアプリを自身で試すことや、相談相手としてその道の専門家と知りあうことも一つの方法である。

また、事業においては、デジタル化などについて「まずは社内でやってみる」という企業が多いが、最終的に基幹技術を内包化するステップとして、デジタル化の推進はむしろ初期段階こそスピードとコストの要因から外部の力を借りるのに適している。デジタル時代の技術獲得には、アクハイヤー(買収による人材獲得)によりスキルを持つ人材を取り込むのも一つの方法である。

特に日本のICT投資額は、アメリカと比較して約4倍も差をつけられている。内部で積み上げ資金を不活化してしまうのではなく、市場の迅速な変化に対応するために、積極的に投資すべき時期にある。

3. 戦う土俵を明確にし、大企業の強みを生かしたアクションを

どこは譲らず、どこをパートナーに補ってもらうのかを明確にしなければならない。リーク開発やスピードでスタートアップと勝負する代わりに、得意分野の応用リソースをかけて1を10にできる領域で成長を目指すなど、大企業ならではの戦い方をすることで優位に立てる。0を1にする部分については、M&Aで技術を獲得することも可能である。

複数の企画を平行して実行に移し、芽の出そうなものを選抜して育てるアプローチも企業のスケールを強みとして生かせる方法の一つである。最近の日本企業で見受けられるのは、トップ在任期間の短さである。トップが事業の成功を見届けられる在任期間や自らの結果責任を負う仕組みをつくり、数百から数千億円単位のイノベーション投資をするくらいの覚悟が必要となる。