



国民性とイノベーションとの関係からうかがえる これからの“戦略”

Future Strategies Derived from the Relation of National Character to Innovation

藤本 武文*

Takefumi Fujimoto

This study offers suggestions that may clarify the relations between innovation and a country's national character, and help design solutions to constantly shifting social problems at the individual and organizational level. Specifically, it calculates a signal-to-noise ratio by using the global innovation index (GII) published by the World Intellectual Property Organization (WIPO) to indicate the state of innovation in each country as a signal and classifying national characteristics as factors that can and cannot be controlled at the national level. By use of this metric it was possible to show that the actions needed to raise the GII differ according to national character. This study accordingly offers countries or organizations suggestions for policy design.

Key words : MT system, T method, innovation, S/N ratio, culture, religion, national character, Hofstede model of national culture, quality engineering, Taguchi methods

1. 背景と目的

社会課題が劇的に変化する昨今において、その課題を解決するためのイノベーションを創出する力は重要である。しかし、日本は欧米諸国に比べ、イノベーションの創出は進んでいないといわれる¹⁾。それを確認するために、WIPO (World Intellectual Property Organization) が毎年発行している各国のイノベーション状況を示す指標 (Global Innovation Index (以下、GII)) に関して、2016～2020年の推移をみる (Fig.1)^{2)～6)}。

Fig.1では、2020年のGIIの上位5か国と、アジ

アでは首位のシンガポール、日本のGII推移を示す。スイス、スウェーデン、米国の欧米諸国と比較すると、日本のGIIは低い。ここで、GIIはWIPOのみで作成しているものではなく、米国コーネル大学とINSEADとが共同して各種指標を数値化して各国の状況を評価しているのが特徴である。具体的に、イノベーションに関してインプットとアウトプットの観点から分析している。インプットの観点は、1. 制度、2. 人材資源および研究、3. 社会インフラ、4. 市場の洗練性、そして、5. ビジネスの洗練性から構成され、アウトプットの観点は、6. 知識と技術に関するアウトプット、7. 創造的なアウトプットの2つからなる。

Fig.2に、上述の指標状況を示す。各国でGIIの

*ローム・アポロ(株)、正会員