
サブゼミ論文ディスカッション

『「緩やかな分化」による顧客情報の製品イノベーションへの転換』川上智子

高垣綾子 福田恭子 遠藤麻美

1．はじめに

顧客の要望を製品の形に転換することは、製品イノベーションにおける重要な課題である。顧客情報を製品イノベーションに利用することの重要性が強調されてきており、顧客情報を製品イノベーションに上手く生かし、成功している企業も多い。

ところが、顧客情報の利用は全ての製品イノベーションに等しく好影響を与えるわけではなく、業種やイノベーションの種類によっては顧客志向はさほど重要ではないという指摘も生まれてきている。しかし、今回は顧客情報が製品イノベーションに好影響を与える、という前提のもと、ディスカッションを展開していくことにする。

2．顧客情報の利用目的

顧客情報の利用目的には 2 つの異なる側面がある。

顧客の要望に応えることで、売上や利益といった製品の市場成果を向上させること。
社内の合意形成を促し、開発効率を向上させること。

今回は、 の利用目的から顧客情報を捉え、開発効率への影響に焦点を絞ることにする。

3．重要語句の説明

情報の粘着性

部門スキーマの違いによって部門間の情報移転が困難になる際に発生する情報移転コスト

* スキーマ (Schema) ... 概念、大要、図式

緩やかな分化

- ・ 伝統的な意味でのタスク分化と長期的なキャリアや能力の面における分化を概念的に区別し、それぞれの次元で分化の冗長性を捉えるという概念である。
- ・ 役割分業を徹底する機能分化と、両者の分業が行われていない未分化との中間的な状態を指し、部門メンバーのキャリアやタスクに冗長性を許容するという特徴がある。

4 . 今日の流れ

