

イノベーションは観光資源を生む

いつの間にか、失われた 10 年が 25 年になろうとしています。

日本人は、物真似あるいはカイゼン・改良は上手だが、技術革新と翻訳されたイノベーションはできないなどと言う人がいます。

イノベーションが要らなかった時代

バブル末期からつい最近まで、国内外における過剰な設備投資の結果、気が付けば消化しきれない生産能力を抱えていました。この間、新興国市場が拡大したこともあって、企業は概ね現行商品、ビジネスで十分な利益が得られたため、あえて新しい製品のリスクを取って展開する必要はありませんでした。国内で売れている製品を現地生産、販売先である地域、国に合った仕様にすればよかったといえます。つまり、新興国で拡大再生産するのにイノベーションは要らなかった時代でした。

イノベーションを必要とする時代

人件費の安さにひかれ、コストダウン目的で進出した国々で現地資本等がより安く作れるようになって、日本企業の製品の価格競争力が低下してきました。

その結果、日本で海外勢が簡単に追随できない新製品が求められるようになりました。

しかしながら、日本ではイノベーションが起きないなどと言われます。本当にそうであるならば、従来なら国内で完結していた研究、生産、販売と言った機能が世界に分散、拡散してイノベーション創出力が弱体化してしまった面もありますが、日本人の気力が萎えてしまったように見えることが最大の問題でしょう。日本がイノベティブでないなんて、どなたが仰ったのか、停滞した期間が長くなると視野が狭くなり、発想、行動力が弱くなる、そんなところでしょうか。

最初から大それたイノベーションを起そうなんて身構える必要はありません。構えるから硬直して動けなくなるのです。身近な問題を解決すればよいのです。鮮やかに解決できればそれがイノベーションでしょう。HV、ガラケー、コンビニ、回転寿司だって、カラオケだって数多くの日本発が挙げられます。

トムソン・ロイターという情報サービス企業が行う「Top 100 グローバル・イノベーター 2015」※では、世界トップ 100 社のうち 40 社が日本企業で断トツです。

世界中で最もイノベティブな企業が多いのは日本です。

<http://ip-science.thomsonreuters.jp/press/release/2015/TOP100/>

世界で最もイノベティブな国である日本は、申し上げるまでもなく、課題先進国でもあります。課題先進国日本は、イノベーションを必要としています。

二次産業だけではなく、一次産業も、三次産業もイノベーションを必要としています。

イノベーションは観光資源を作る ～イノベーションの副次効果～

今、海外からの観光客が増えています。

さらに観光客を増やす短期・長期の取り組みが必要とされています。

ちょっと強引かもしれませんが、イノベーションと結び付けて考えてみました。

短期的には、課題先進国・日本は混沌とした未来に向かって世界が目指すべき方向、世界が羨む社会システムを構築し、世界に示さなければなりません。それができる日本が課題解決先進国となり、日本そのものを観光資源化するのです。2020年東京オリンピックと言う格好の舞台で、日本全体を見本会場にする。そうして、メイドインジャパンによる世界制覇を目指すのです。

長期的には、我が国に海外からの観光客を増やすために、ユネスコの世界遺産、文化遺産、歴史遺産、産業遺産の指定を受けるのを待つだけでは十分ではありません。遺産は文字通り、過去の遺物です。

イノベーションには、一瞬にして現状を時代遅れ（遺物、一見の価値があれば遺産）にする力があります。繰り返しイノベーションができれば、産業遺産、文化遺産の山ができ、それが未来の観光資源となる可能性が増加します。

観光資源が増えれば、2020年訪日観光客目標、3,000万人が視野に入り、更にイノベーションが連続して増えれば、観光客は増え続けます。