

目指せ共創マスター！ 先駆者から学ぶ共創イノベーションのイロハ

2024年度アシストソリューション研究会 東日本
「共創を通じた新ビジネス創出のプロセスを学ぶ」分科会



はじめに

About US

▼ メンバー紹介



山口 尚宏
TIS



深町 雅浩
JR東日本情報システム



田中 順子
エムアンドシーシステム エムアンドシーシステム



森 俊輔
エムアンドシーシステム



吉岡 隆志
NTT Com



木元 達哉
NTT CW



立山 あき
アシスト



岡本 大翔
アシスト

研究テーマ

共創を通じた新ビジネス創
出のプロセスを学ぶ

成果物

初心者でも大丈夫！
共創イノベーション虎の巻

▼ 突然ですが...

共創

どのような印象をお持ちでしょうか？

▼ 突然ですが...

共創

言葉の定義は？

なぜ共創が
必要なの？

結局何が目的？

自社で取組むよう
に言われた

何から始めたら
いいかわからない

成功の秘訣が
知りたい

▼ 突然ですが...

共創

言葉の定義は？

なぜ共創が

結局何が目的？

これらの疑問が解消される
かもしれません！

自社で取組む
に言われた

社から始めたら
いいかわからない

成功の秘訣が
知りたい

▼ 私たちの提案

**皆さまの会社、組織で
共創イノベーション始めてみませんか？**

▼ 本日本お伝えしたいこと

01

共創イノベーション
とは



02

虎の巻の有効性





Agenda

- ▶ 01. 共創イノベーションについて
- ▶ 02. 研究内容
- ▶ 03. 共創イノベーション「虎の巻」
- ▶ 04. まとめ



01

共創イノベーションについて

About Co-creation Innovation

▼ 共創の定義

経済産業省の「価値共創の実態調査報告書」によると...

- ・ **社会に変化をもたらす新しい価値を共に生み出す活動。** そのために、画一的でない価値観を有する **多様なステークホルダー** と、共有された大きな目的のもと、**創造的対話** を継続的に実施する。各々が貢献（提供）できる資源を持ち寄り、組み合わせることで、**実験・実装** を行い、地域社会の共感を呼んでいくもの。

▼ 共創の定義

当分科会独自のまとめ

言葉の定義

「異なる背景を持つ複数の組織」が「対等な関係性」の中で、「新たな価値を創出」するためのアプローチ

共創



ポイント

Create&Shareがキーワード
未知の課題や解決策に取り組む



オープンイノベーション

▼ 共創とオープンイノベーション

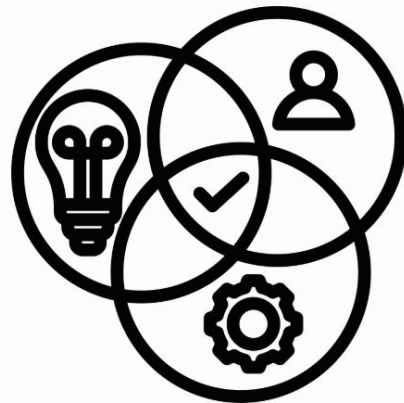
新たな価値を創出している



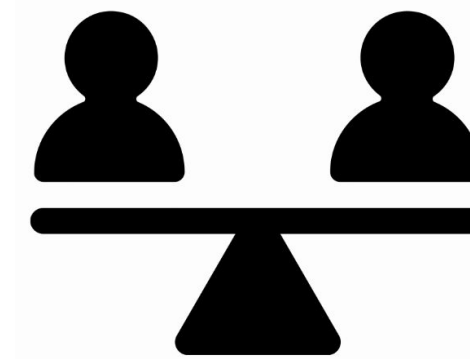
複数の組織が集まっている



共通点



異なる背景を持つ組織



組織間の上下関係がない

▼ 共創とオープンイノベーション

新たな価値を創出している

複数の組織が集まっている

「共創」と「オープンイノベーション」を
同義とし、**共創イノベーション** と名付けた

異なる背景を持つ組織

組織間の上下関係がない

▼ 共創イノベーションが求められる背景

V

Volatility

変動性

変化のスピードが
早く、質・量の
変動も大きい

U

Uncertainty

不確実性

将来何が起きるか
予測できない

C

Complexity

複雑性

さまざまな要素が
複雑に絡み合っ
ている

A

Ambiguity

曖昧性

物事の因果関係が
曖昧になっている

▼ 共創イノベーションが重要視される背景

消費者、事業者
ニーズの多様化



製品寿命の
短命化



グローバル化や
新興国の台頭



あらゆる事業や製品において競争が激化している

▼ 共創イノベーションが重要視される背景

消費者、事業者
ニーズの多様化

製品寿命の
短命化

グローバル化や
新興国の台頭

**企業はスピード感を持った
新たな価値創出が求められている！**

あらゆる事業や製品において競争が激化している

▼ 共創イノベーションが重要視される背景

01

社内外問わず、人材や
技術などのリソースを
柔軟かつ迅速に確保



×

02

企業内部、外部の
アイデア、リソースを
有機的に結合

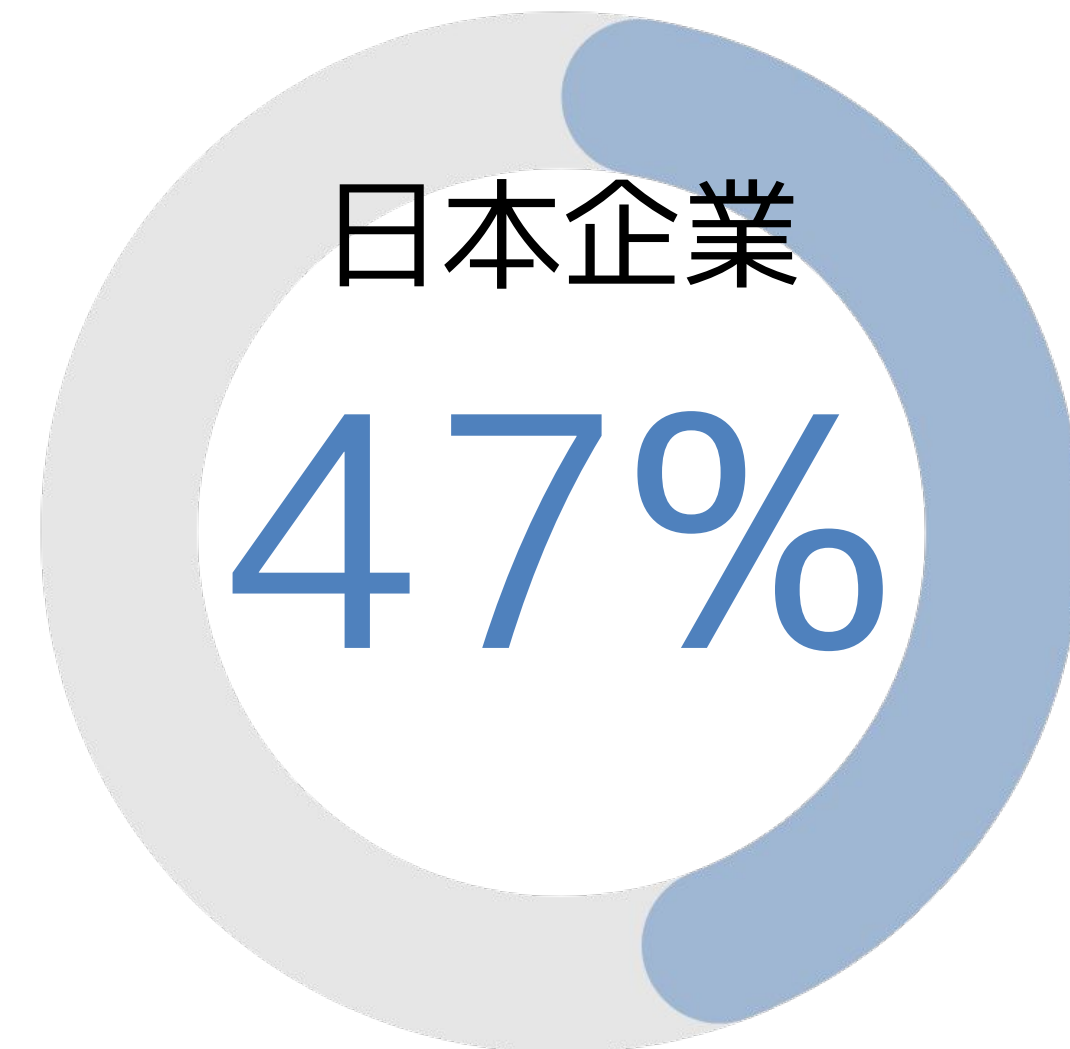
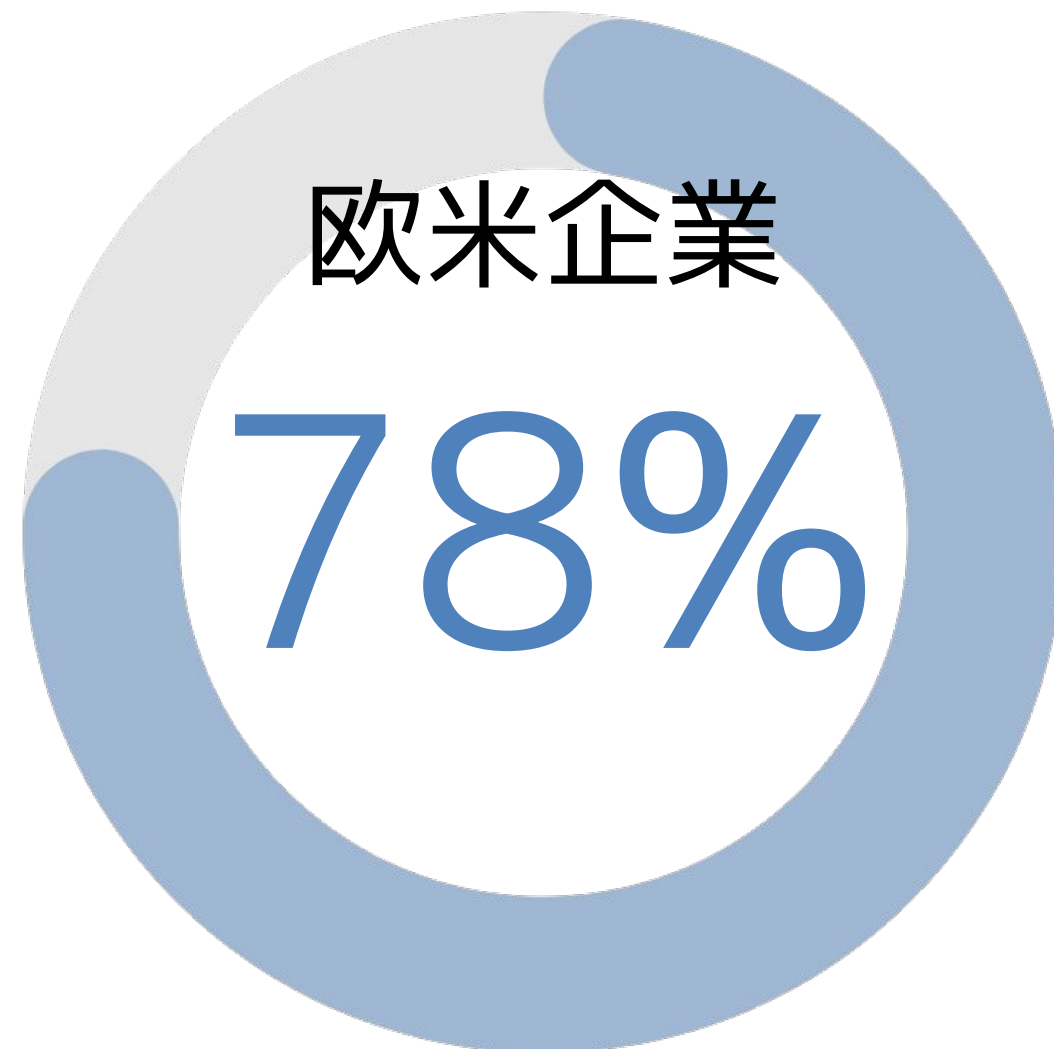


新たな価値を創出する

共創イノベーションの重要性が増してきている！

▼ 日本における共創イノベーションの現状

共創イノベーションの実施率



日本企業は共創イノベーションの実施率が低い

出典：オープンイノベーション白書第三版日本におけるイノベーション創出の現状と未来への提言（概要版）

▼ 日本における共創イノベーションの現状

日本企業は大きく遅れをとっており、
このままではマズイ ...危機的な状況と言える



02

研究内容

Research Overview

▼ 研究前のメンバーの共創に対するイメージや意見



共創で何かやれと言われて
いるけど、**何から始めたら
いいかわからない** . . .



新ビジネスは成功しない
と言われていているけど、
成功確率を高めたい



共創の**仲間探し**が難しそ
う。どうやってやればいい
のだろう . . .



失敗には共通点がありそ
う。でも**失敗事例は
あまり見かけない** . . .

▼ 課題仮説 | 共創イノベーションが進まない原因

参考になる事例が
Webや書籍にあまり
なく、学ぶ場もない



事例には基本いいこと
しか書いていない
(≠現場のリアル?)



最初から最後まで
見ながら取り組める
ものがない

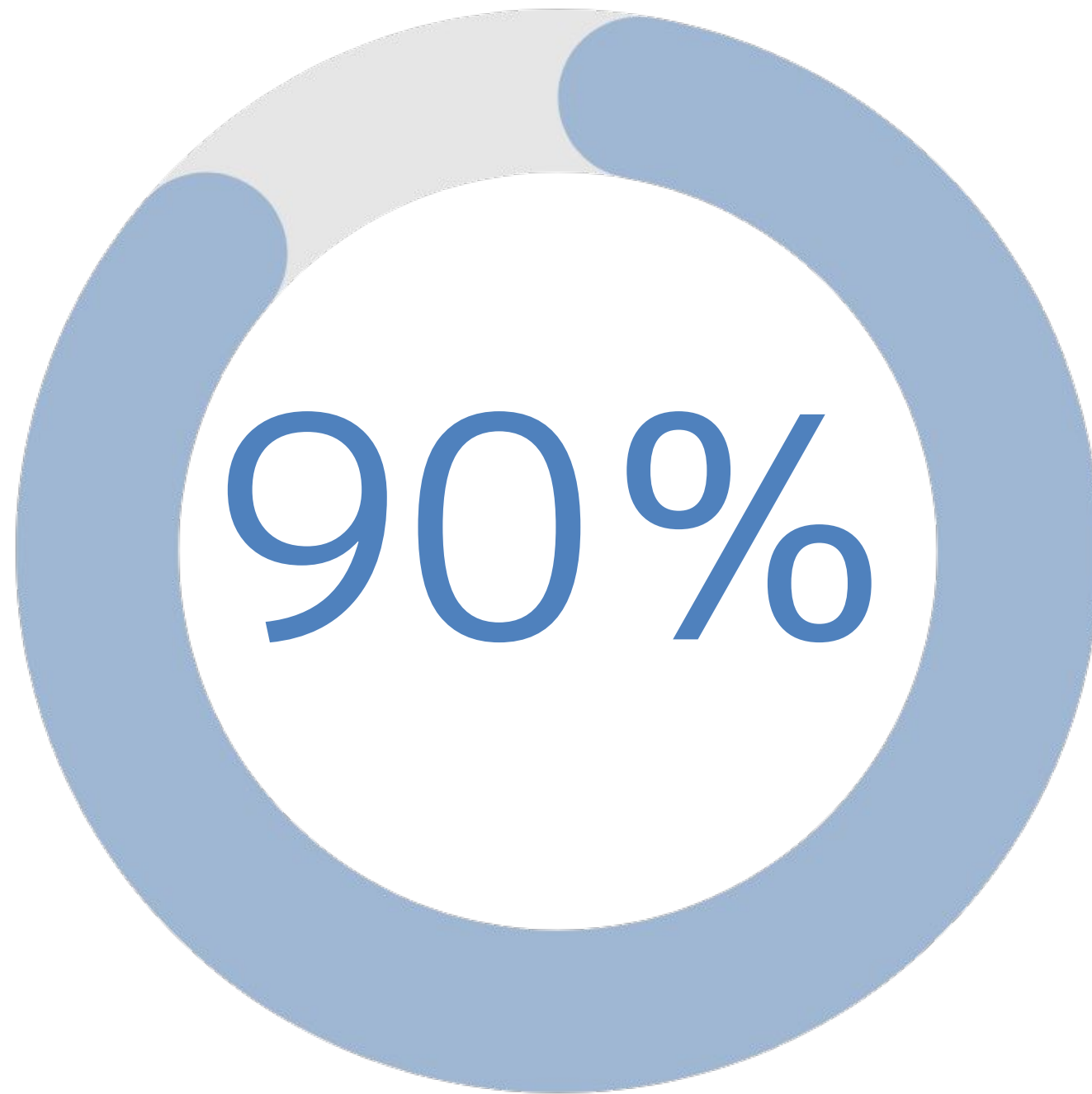


仮説

**理解不足による心理的ハードルの高さ
が課題である**

▼ 課題仮説の検証 | ソ研参加者へのアンケート

Q：共創を通じた新ビジネス創出の進め方の理解度について教えてください。

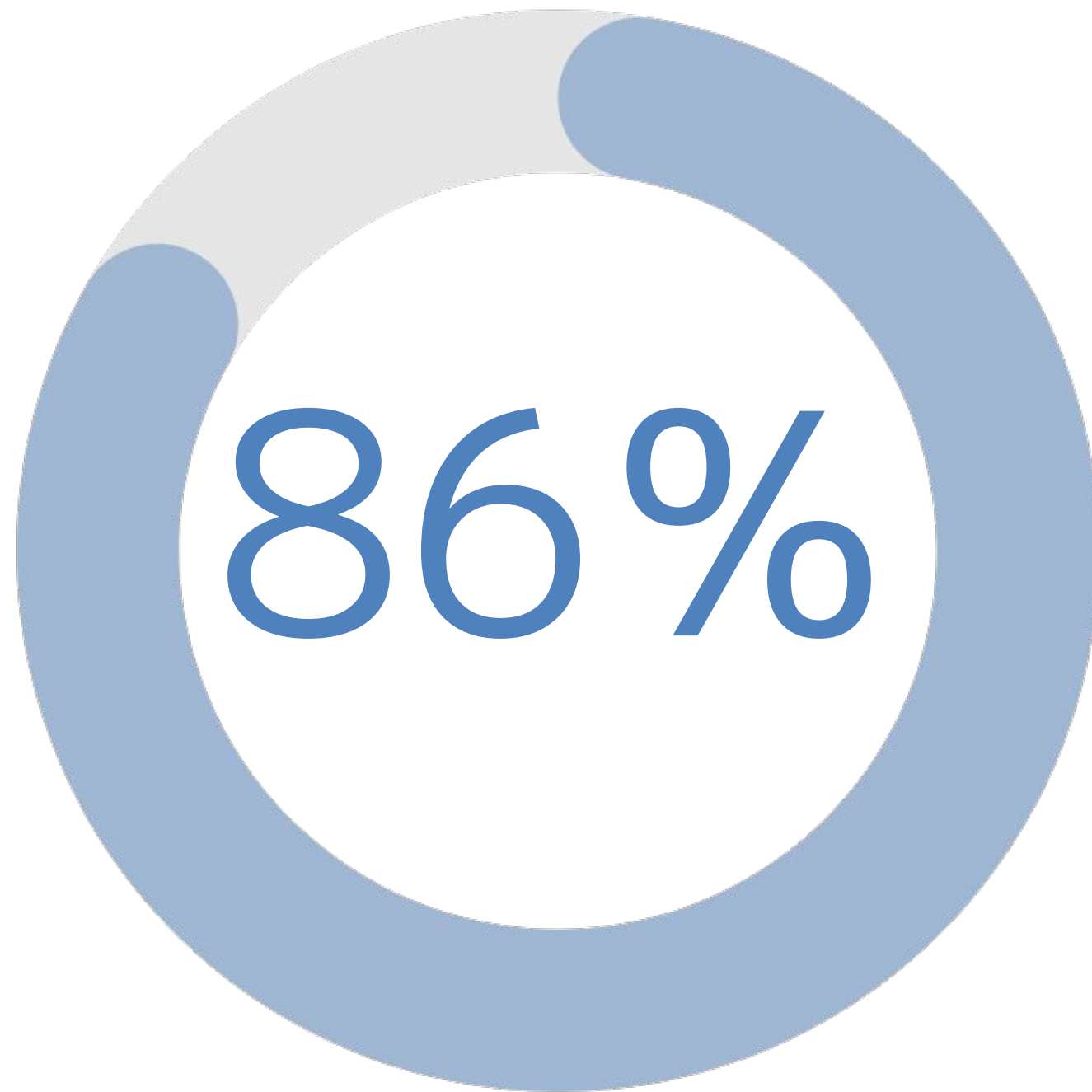


の方が共創について
理解していない/
どちらともいえないと回答

アンケート回答者：ソリューション研究会コミュニティサイト参加者
アンケート回答数：53名

▼ 課題仮説の検証 | ソ研参加者へのアンケート

Q：お勤めの会社で共創について学ぶ機会があるか。

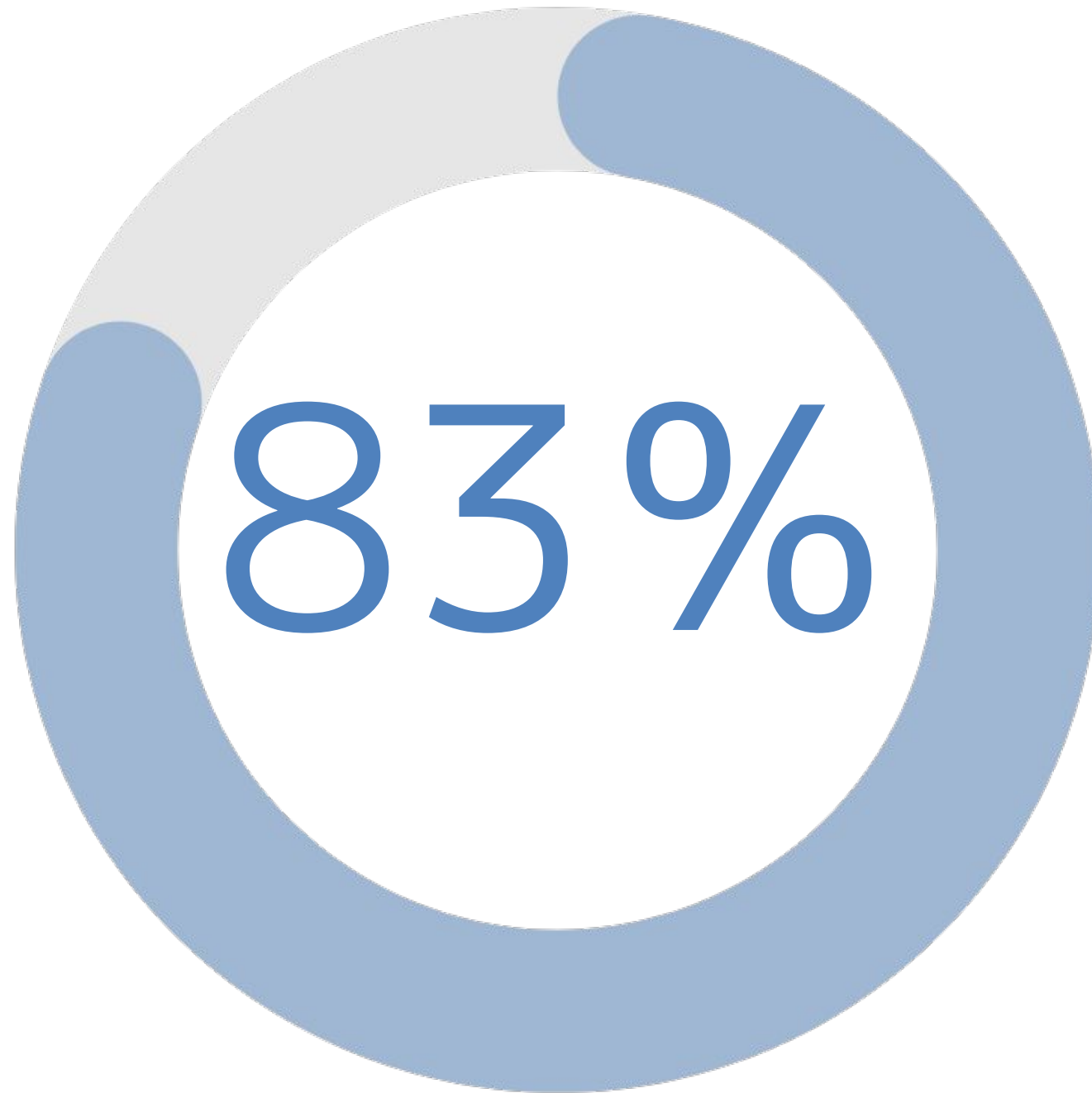


の方が学ぶ機会がない
と回答

アンケート回答者：ソリューション研究会コミュニティサイト参加者
アンケート回答数：53名

▼ 課題仮説の検証 | ソ研参加者へのアンケート

Q：自社で取り組んでいる共創による新ビジネス創出の事例（プロセス含む）が共有されているか。



の方が社内事例から情報を
得られていないと回答

アンケート回答者：ソリューション研究会コミュニティサイト参加者
アンケート回答数：53名

▼ 当分科会が実現したいこと

**共創イノベーション創出の
心理的ハードルを下げたい！**

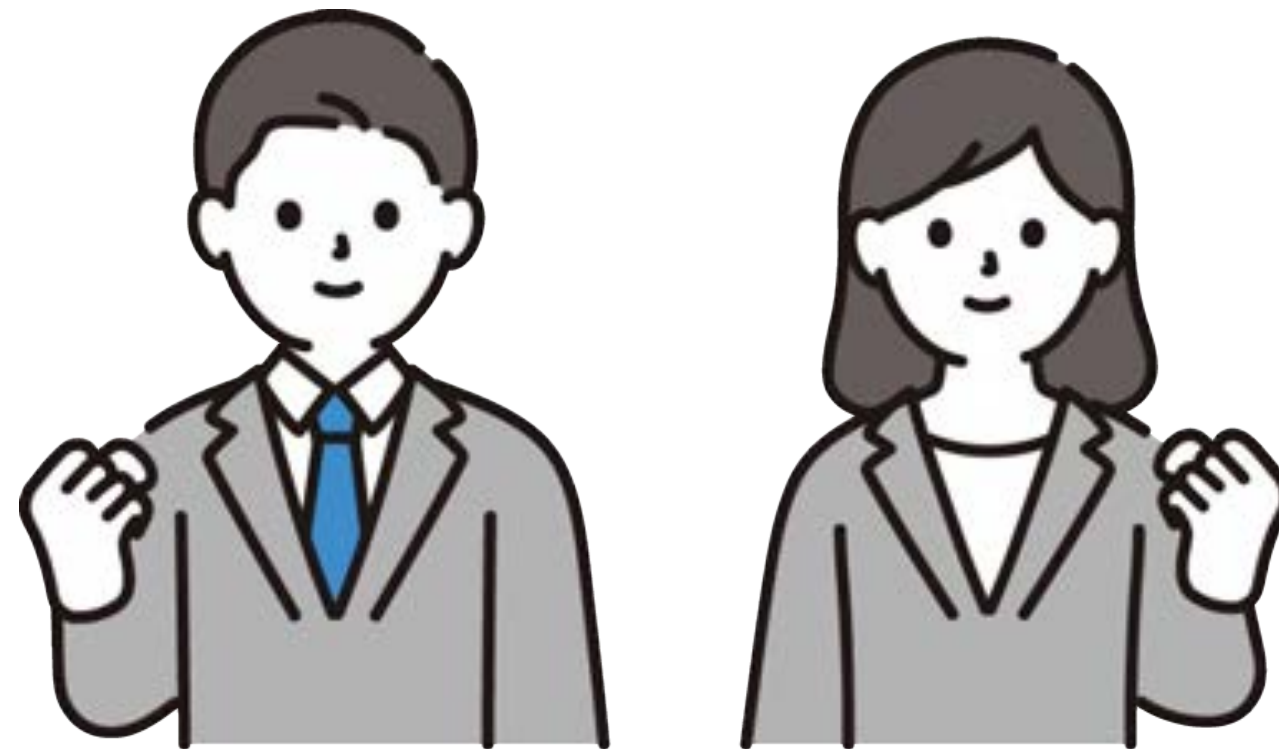
**共創イノベーションを始めたい人や、
企業に貢献したい！**

▼ ということで...

当分科会オリジナルの
虎の巻を作成しました

▼ 虎の巻とは

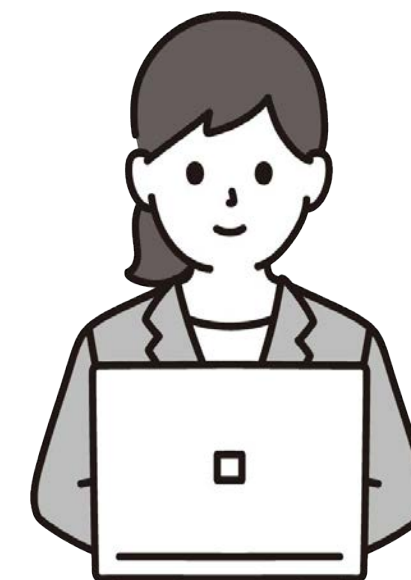
初心者が共創によるイノベーションを
始める時の道標となる「手引書」



▼ 虎の巻の制作プロセス



書籍の情報



Webの情報



共創経験者10名のリアルな情報

▼ 虎の巻の制作プロセス

共創経験者へのインタビューや、
レビューの結果を踏まえ、
虎の巻ver3.0まで進化させております！



共創経験者10名のリアルな情報

▼ 虎の巻を通じ読者にどうなって欲しいか？

読む前



- 共創についてよく分からない
- 共創に関心がない
- 何から取り組めばいいか分からない



読んだ後



- 共創について理解度が上がっている
- 共創に興味関心が湧く
- 具体的なアクションが想像できる

▼ でもその虎の巻...



書籍や世の中にある
情報をまとめただけ
じゃないの？



▼ 虎の巻の価値

共創経験者の教え

しくじり先生から学ぶ

▼ 虎の巻の価値

特に、世の中にあまり出回っていない
成功の秘訣、失敗談を盛り込んでいる 点に
価値がある

▼ 虎の巻の価値 | コラム

29個のオリジナルコラムを作成し各章に盛り込みました！

☕ コラム 共創経験者の教え

社内の理解を得よう！

経験者 某IT事業 氏は語る

主軸となる事業がある中で、共創のような新しいことを始めることに対する理解を得るのが難しい状況があると思うのですが、どのような取り組みを実施したのでしょうか。

新規事業を生み出すという目的があったとしても、何をやってもいいということではないので、自社の方向性として何をすべきかを経営層とマッチさせることに苦労しました。

共創の取り組みとしては、自社の強みと共創パートナーの強みをかけ合わせて、新規事業を生み出す所にあると考えたため、**自社の強みを活かして何ができるのか、それは自社のビジョンとマッチしているのか**という観点で検討を行い、経営層へ説明することで、理解を得られたと思います。

共創のような新しい取り組みでは、すぐに結果を出すのは難しいと思いますが、経営層の理解を得ることで、共創事業を推進できるのですね。

☕ コラム ぜひ使うべき！この理論

KJ法による共通課題抽出

東京工業大学の名誉教授、川喜田二郎（K.J）氏考案！

川喜田二郎氏により提唱された、断片的なデータから創造的なアイデアや問題解決の糸口を探索するための手法。

以下に、KJ法を応用して多数の断片的な課題から共通的な課題を抽出するための手順を紹介する。

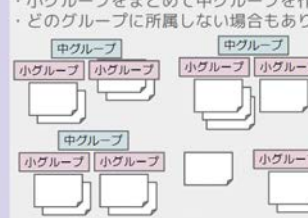
Step1：課題の書き出し

- カードに課題をなるべく多く書き出す
- 一つのカードには一つの課題だけ書く



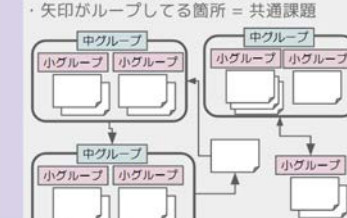
Step2：課題のグルーピング

- 類似課題をまとめた小グループを作る
- 小グループをまとめて中グループを作る
- どのグループに所属しない場合もあり



Step3：課題の関係の図解

- 関連性の高いグループを近づける
- 矢印を使って因果関係を図示する
- 矢印がループしている箇所 = 共通課題



出典：「発想法 - 創造性開発のために」より（著）：川喜田 二郎

☕ コラム しくじり先生から学ぶ

マネタイズ（収益化）は常に意識すべし！

経験者 某大手小売事業 K氏は語る

事業を考えるにあたり、マネタイズ（誰から、どのように、どのくらいの収益を得るか）は常に意識すべきですね。

なるほど、しくじりがあったと伺ったのですが・・・？

はい、しくじり事例があります。ある事業立ち上げにおいて、**利益を生み出せるビジネスにならず、立ち上げから間もなく事業撤退**になってしまいました。あるべき姿の実現や顧客課題解決も大事ですが、事業の継続には当然利益が出ないと続けられませんからね。

事業はボランティアではないので、利益を出し続けて、事業を継続することが大事ということですね！

☕ コラム 今日からやってみよう！行動のススメ

Let's Try!

☑ WHY / WHAT / HOWを言語化してみよう！（ゴールデンサークル理論）

なぜこの課題を解決したいのか？（目的）
どうやってこの課題を解決するのか？（戦略）
何を使って解決するのか？（戦術）

☑ 自社の既存ビジネスを分析してみよう！

既存ビジネスでうまくいっていないこと、制限事項、課題や既存顧客の行動等の分析から新たなビジネスのヒントを得る
自社のビジネスがどのような理念のもとに成り立っているかを今一度ふりかえる

☑ 新規事業アイデアと既存ビジネスの関連性を分析してみよう！

既存ビジネスの課題の解決につながるアイデアなのか？
既存ビジネスの売上増加やコスト削減など、期待できる効果活用可能なリソースの有無（環境、人材など）



☕ コラム ぜひ使うべき！この理論

アンゾフの成長マトリクス

戦略経営の父 イゴール・アンゾフ氏は語る

戦略経営の父とも言われているイゴール・アンゾフ氏が提唱する、事業の成長、拡大を図る時に用いるマトリクス型のフレームワーク。企業には下記の4つの成長可能性があるとして述べている。

		製品（自社が提供する製品・サービス）	
		既存	新規
市場	新規	市場開拓戦略	多角化戦略
	既存	市場浸透戦略	製品開発戦略

難易度：高（市場開拓戦略から多角化戦略へ）
難易度：中（市場浸透戦略から製品開発戦略へ）

共創によるイノベーションには多角化戦略／製品開発戦略が適している。
多角化戦略を採用する際は、飛び地に行き過ぎに要注意！！

出典：Ansoff, I. (1957). Strategies for Diversification, Harvard Business Review, Vol. 35 より（著）：H. Igor Ansoff

▼ そうは言ってもこの虎の巻...



本当に分かりやすいの？

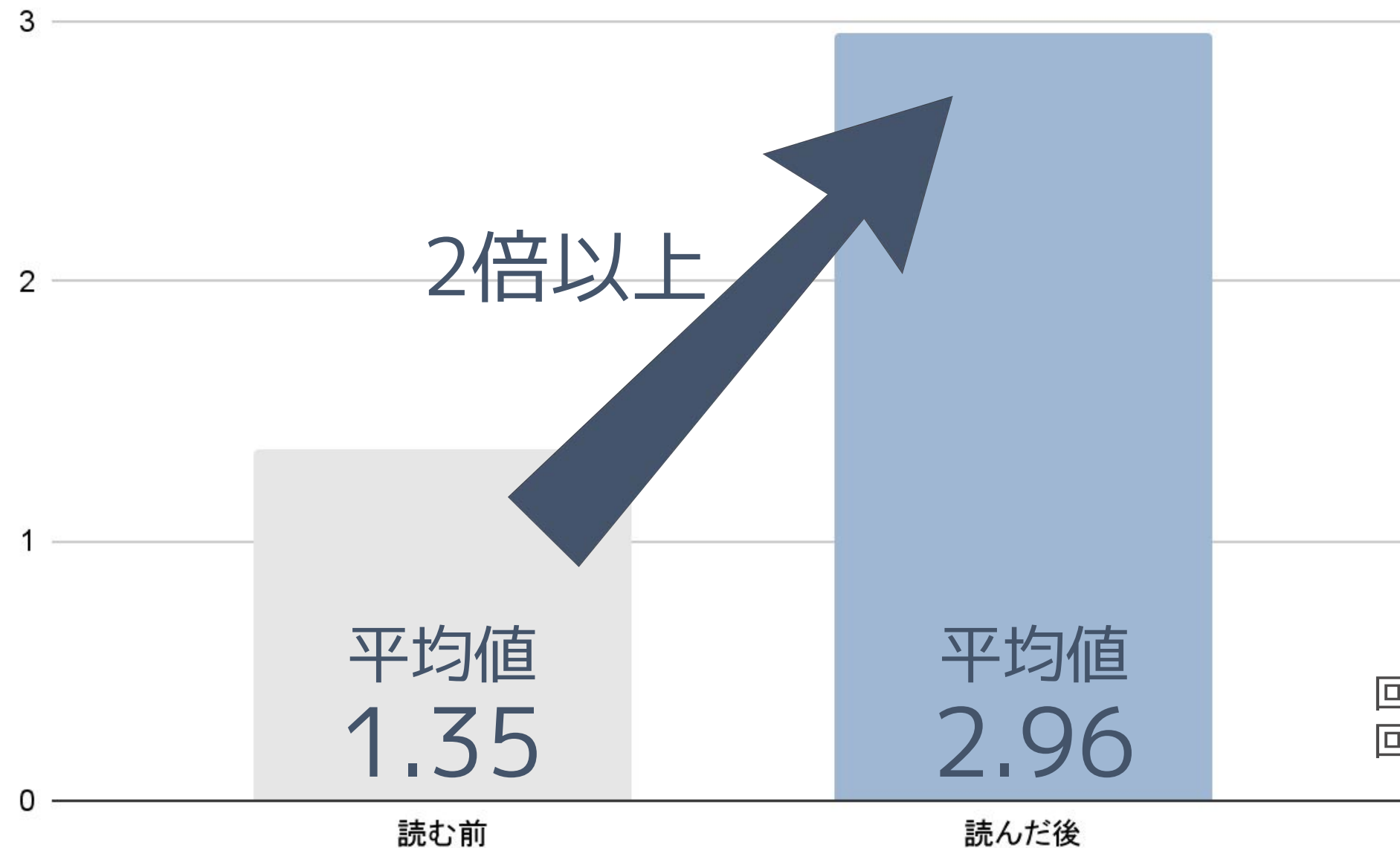
本当に使えるの？

▼ 虎の巻の評価

46名ものの共創初心者を読んで
もらった結果、
非常に多くの高評価を得ることが
できました！！！！

▼ 虎の巻を読む前後の理解度の変化

Q：共創を通じた新ビジネス創出の理解度について教えてください。(0点～4点)



回答者：様々な年代、職種の共創初心者
回答数：46名

理解度が大きく上がりました！

▼ 虎の巻を読んだ後の意識の変化

Q：虎の巻を読んだ後、共創イノベーションについて
どんな気持ちの変化がありましたか。（複数回答可）



共創イノベーション
に興味をわいた



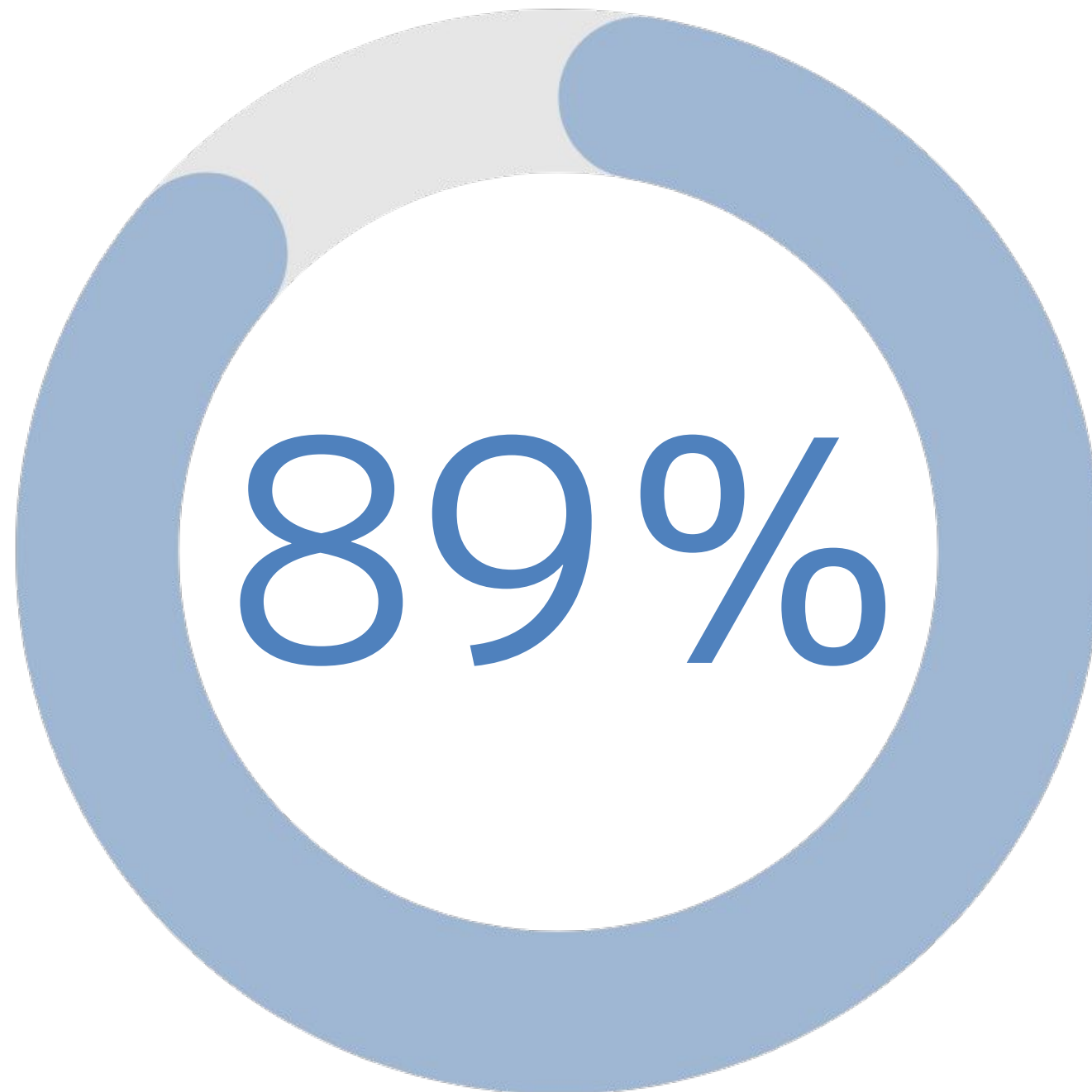
心理的ハードルが
下がった

前向きな意識の変化が見られました！

回答者：様々な年代、職種の共創初心者
回答数：46名

▼ 虎の巻の満足度

Q：虎の巻の内容の満足度を教えてください



の方が非常に満足 / 満足
と回答

回答者：様々な年代、職種の共創初心者
回答数：46名

高い満足度評価を得ることができました！

▼ 主なアンケートのコメント



コラムがわかりやすく
ライトに読めて
よかった！



特に共創経験者の教え
やすくじり先生が参考
になった！



共創以外のビジネス
創出にも活かそう！



共創に興味が湧いた！
実際に虎の巻を使って
みたい！

▼ 虎の巻の内容、気になりませんか？

この後、解説いたします！





03

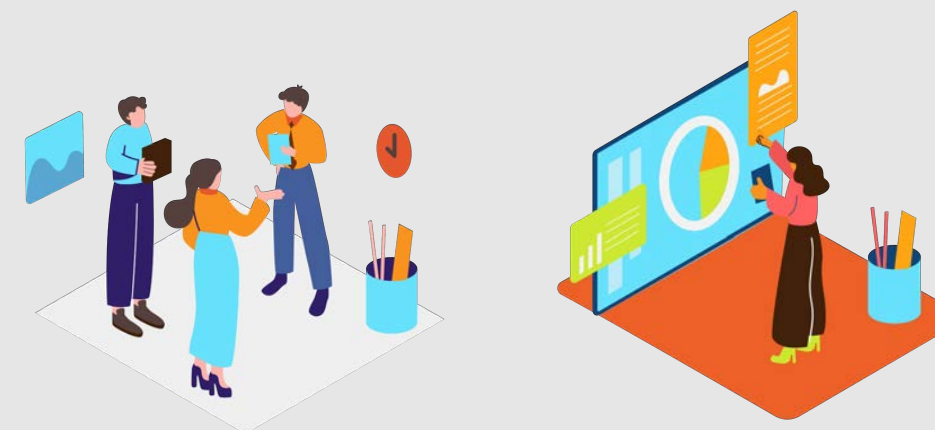
共創イノベーション

「虎の巻」

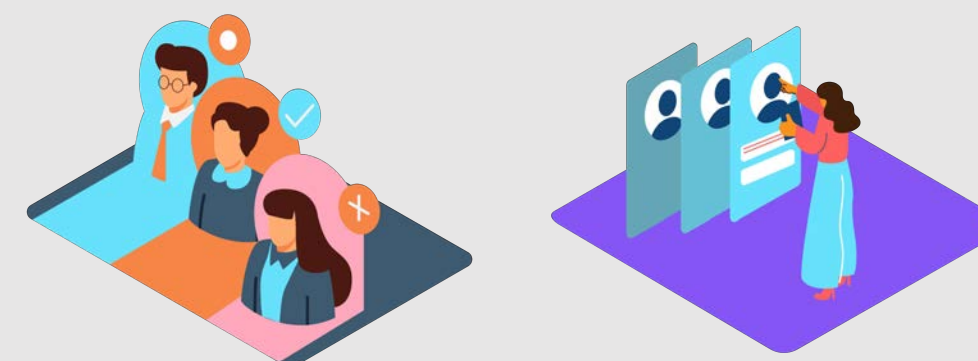
Guide to Co-creation Innovation

▼ 虎の巻の全体像

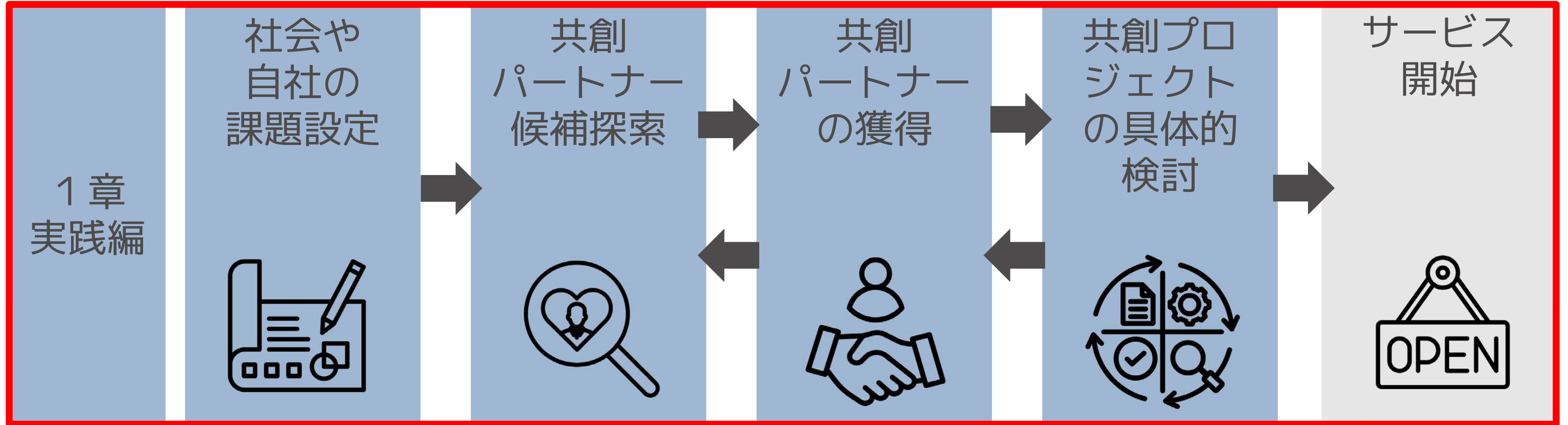
1章：実践編



2章：組織・人材編



▼ 1章 実践編



2章 組織・人材編



組織作り・人材育成



▼ 実践編 | 目次

1 章 共創の始め方（実践）編

1-1 社会や自社のあるべき姿と解決したい課題を設定する

1-2 共創パートナー候補の探索

1-3 共創パートナーの獲得

1-4 共創プロジェクトの具体的検討と推進

▼ 1-1. 社会や自社のあるべき姿と課題を設定する

GOAL

ビジョンを設定し、ビジョン実現のために
解決したい課題を決定する

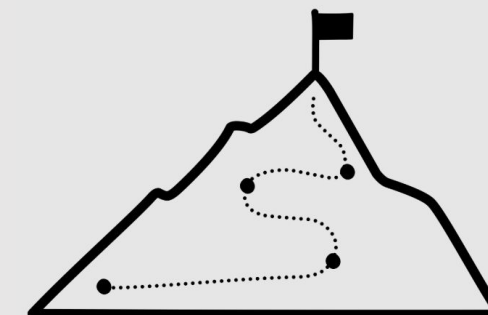
Step1

社会や自社のあるべき姿
の言語化を行う



Step2

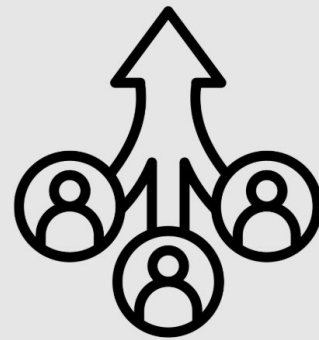
解決したい課題を設定、
言語化する



▼ 1-1における重要なポイント

POINT

01. 設定したビジョンが
自社の方針と一致していること



02. ビジョンおよび解決したい課題
について社内で合意すること



▼ 共創経験者の教え

POINT

01. 設定したビジョンが
自社の方針と一致していること



02. ビジョンおよび解決したい課題
について社内で合意すること



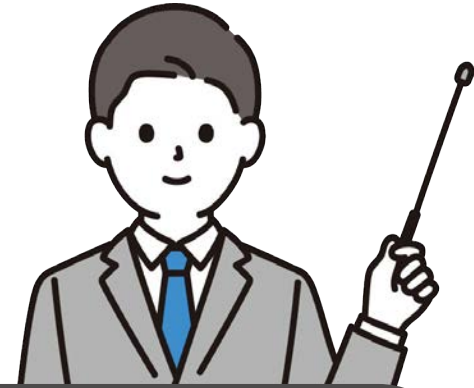
共創経験者の教え



某通信事業会社
I氏は語る

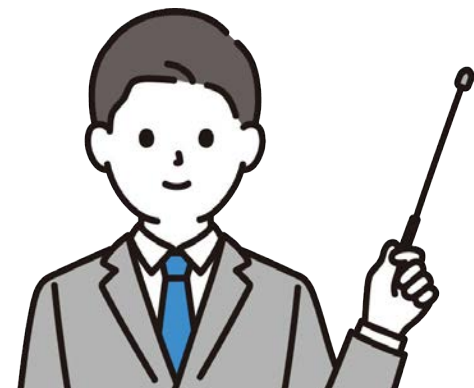
自社の強みを活かして何ができるのか？／それは
自社のビジョンとマッチしているのか？を予め
社内（特に経営層）に理解してもらうことが重要！

▼ 1-1. まとめ



POINT①

- ・ ビジョンを設定し、ビジョン実現のために解決したい課題を決定しましょう



POINT②

- ・ 設定したビジョンが自社の方針と一致していることを確認し、ビジョンおよび解決したい課題について社内で合意しておきましょう

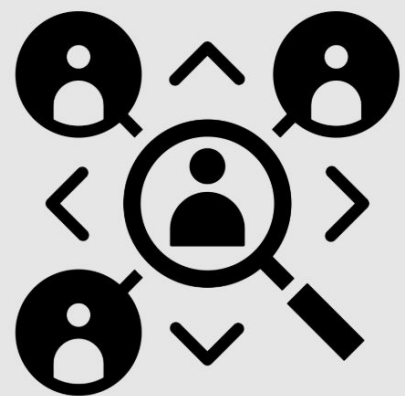
▼ 1-2. 共創パートナー候補の探索

GOAL

共創パートナー候補を明確にして、
アプローチ可能な状態にする

Step1

課題解決に関与しそうな
ステークホルダーを
洗い出す



Step2

ステークホルダーの課題
と提供できるリソースを
仮説設定する



Step3

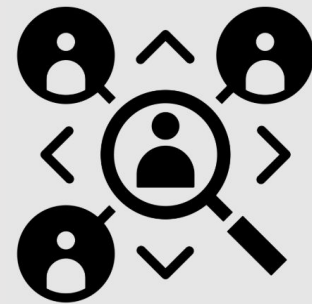
共創で進めるかどうかを
決定する



▼ 1-2における重要なポイント

POINT

01. ステークホルダーを漏れなく
洗い出すこと



02. 自社が提供可能なリソースと
ステークホルダーに求める
リソースを明確にすること



▼ ステークホルダー洗い出しの方法



まずは考えやすい
ステークホルダーから
洗い出す



更に、
一見関係なさそうな
ステークホルダーも、
網羅的にリストアップ

▼ 具体例：ステークホルダー洗い出し

Point

仮説ベースで
情報を列挙

例：共創による靴の新規事業開発

ステークホルダー	目的	課題	提供可能なリソース	役割
自社	痛くならない靴が見つけれられる社会の実現	ECサイトでピッタリの靴を見つけられない	資金、フィールド	全体調整、試験フィールド準備
顧客	ECサイトでもピッタリの靴を見つけたい	買ってみないとピッタリの靴が分からない		試験導入への協力
靴メーカー	顧客に喜んでもらえる靴を作りたい		販売している靴のデータ	靴の寸法データの提供
運送業者	返品による運搬を減らしたい	ECの購入品の返品作業に労力がかかる		
X社	自身の画像認識技術の利用を広めたい	技術はあるが、実践するフィールドがない	技術、人工	画像認識で足のサイズを計測

▼ しくじり先生の教え

POINT

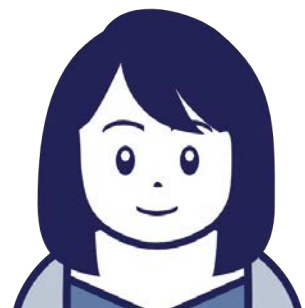
01. ステークホルダーを漏れなく
洗い出すこと



02. 自社が提供可能なリソースと
ステークホルダーに求める
リソースを明確にすること



しくじり先生の教え



某大手小売事業
T氏は語る

社外のステークホルダーだけではなく、社内のス
テークホルダーを見逃さないように注意すべし！

▼ 共創経験者の教え

POINT

01. ステークホルダーを漏れなく
洗い出すこと



02. 自社が提供可能なリソースと
ステークホルダーに求める
リソースを明確にすること



共創経験者の教え

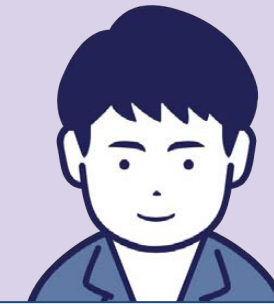


某大手小売事業
K氏は語る

日頃から多くの人と出会い、
交流することを意識すべし！

☕ コラム ぜひ使うべき！この理論

弱いつながりの強さ理論（SWT理論）



マーク・グラノ
ヴェッター氏は語る

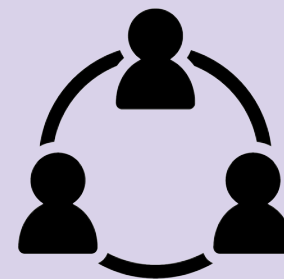
スタンフォード大学の社会学者であるマーク・グラノヴェッター氏が提唱する
人的ネットワークにおける人と人との関係性を説いた理論。

普段のビジネスで密に関わらない様な弱いつながりを豊かに持つことがイノベーション創出には重要と主張。



新しいアイデアを
生み出す

強いつながり



イノベーションを実践
に落とし込む

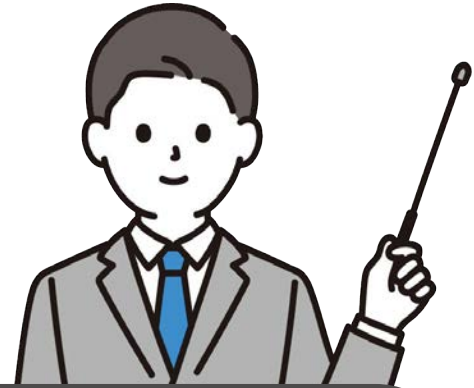


イノベーションの実現

新しいことを成しているイノベーターはフットワーク軽く弱いつながりを企業内外に
広げている方が多い。人的ネットワーク作りにも取り組んでみよう！

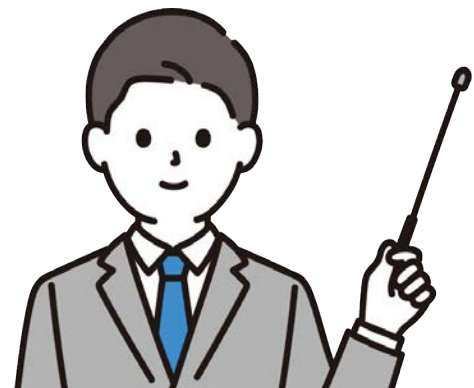
出典：世界標準の経営理論 (著)：入山 章栄

▼ 1-2. まとめ



POINT①

- ・ 課題解決に関与するステークホルダーを漏れなく洗い出しましょう
(仮説でOK、社内も忘れずに)



POINT②

- ・ 自社が提供できるリソースと、共創パートナーに求めるリソースを整理しましょう

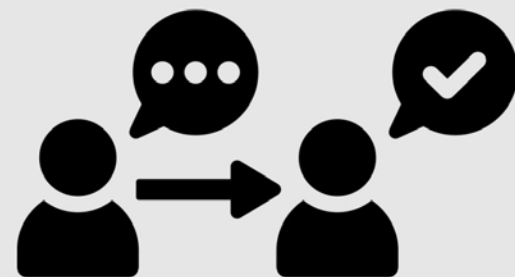
▼ 1-3. 共創パートナーの獲得

GOAL

共創パートナーを選定し、契約を締結する

Step1

共創パートナー候補
へのアプローチ



Step2

共創パートナー候補
との共通目的の設定、
契約締結



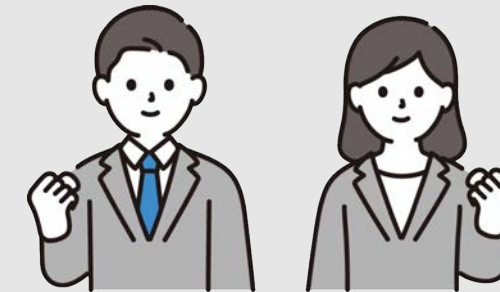
▼ 1-3における重要なポイント①

POINT

01. 主体的にプロジェクトに関わってくれる共創パートナー候補を探す



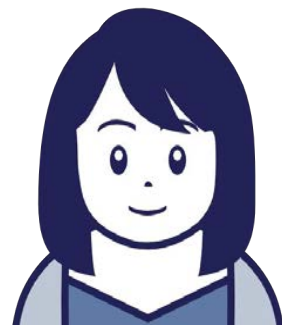
【主体的な共創パートナー】
自分ごと化して、積極的に行動し、プロジェクト成功に向けて貢献してくれる存在



▼ 主体的に参画してもらうには



1-1で設定した解決したい課題（目的）と、共創パートナーの目的を合致させましょう！



自社の課題と共創パートナーの目的が合致していると共感が生まれて自分ごと化につながりやすい！

悪い例①：目的が抽象的すぎる



世界を平和にしたい！

想いは分かるんだけど、結局何がしたいんだろう...

共創
パートナー



悪い例②：目的が独りよがり



共創で自社サービスの改善をしたい！

それって当社に何のメリットが...?

共創
パートナー



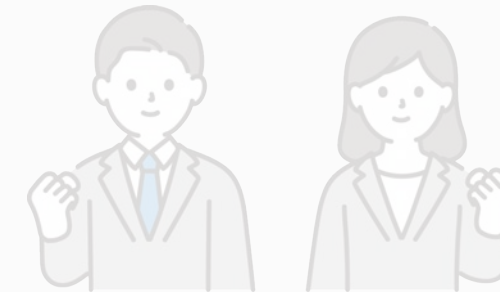
▼ 共創経験者の教え

POINT

01. 主体的にプロジェクトに関わってくれる共創パートナー候補を探す



【主体的な共創パートナー】
自分ごと化して、積極的に行動し、プロジェクト成功に向けて貢献してくれる存在



共創経験者の教え



某通信事業会社
I氏は語る

何のためにこの事業をやっているかなど、熱量や想いを伝えビジョンに共感してもらおうべし！

▼ 1-3における重要なポイント②

POINT

02. 契約条件について合意する



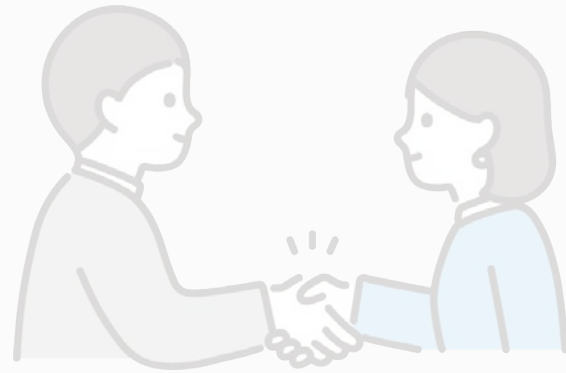
【契約条件例】
プロジェクトの目的や期間・ゴール
の設定、提供するリソース・役割



しくじり先生の教え

POINT

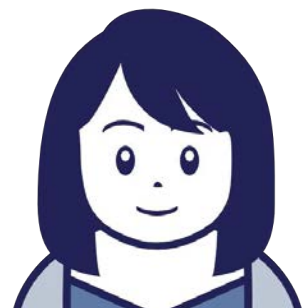
02. 契約条件について合意する



【契約条件例】
プロジェクトの目的や期間・ゴール
の設定、提供するリソース・役割



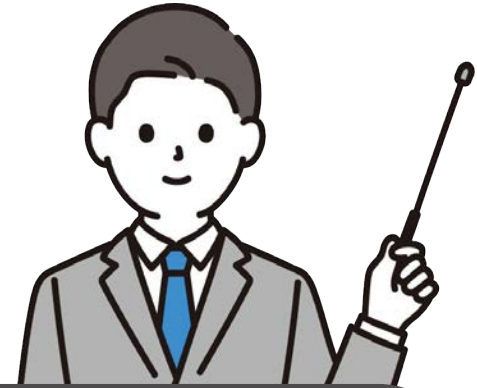
しくじり先生の教え



某大手小売事業
Y氏は語る

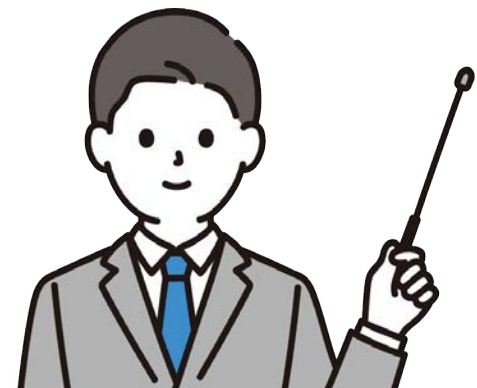
先を見越した契約条件の取り決めにすべし！

▼ 1-3. まとめ



POINT①

- ・ 共創パートナーと「共通の目的」を設定し、各々の目的を明確にしましょう



POINT②

- ・ 共創パートナーと契約条件について合意し、契約を締結しましょう
(リスクヘッジの観点も大事)

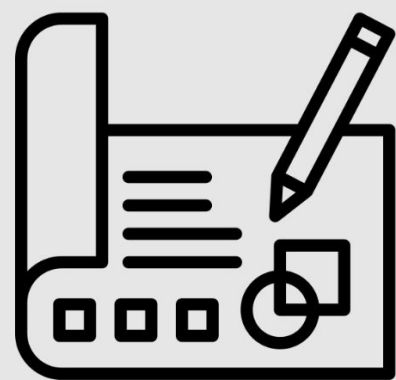
▼ 1-4. 共創プロジェクトの具体的検討と推進

GOAL

仮説検証を実施し、事業化(サービス化)するか
共創事業を終了するかの判断を行う

Step1

仮説検証計画を
作成する



Step2

仮説検証を繰り返す



Step3

検証結果の評価
(継続 or 撤退判断)



▼ 1-4における重要なポイント

POINT

01. 検証結果に対する判断基準を設定しておく



02. 試作品作成→検証→検証結果のフィードバックを繰り返し、試作品の改善を実施する



▼ 共創経験者の教え

POINT

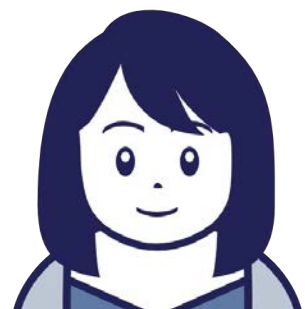
01. 検証結果に対する判断基準を設定しておく



02. 試作品作成→検証→検証結果のフィードバックを繰り返し、試作品の改善を実施する



共創経験者の教え



某大手小売事業
Y氏は語る

共創パートナーとのスピード感・文化の違いに注意！

▼ 共創経験者の教え

POINT

01. 検証結果に対する判断基準を設定しておく



02. 試作品作成→検証→検証結果のフィードバックを繰り返し、試作品の改善を実施する



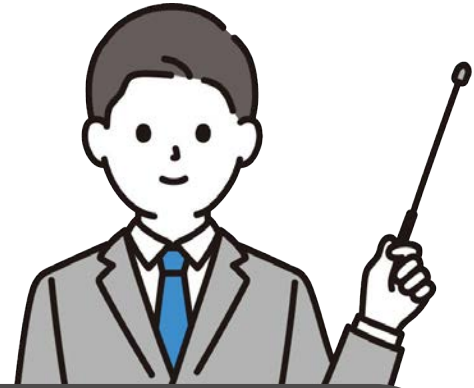
共創経験者の教え



某電気機器メーカー
S氏は語る

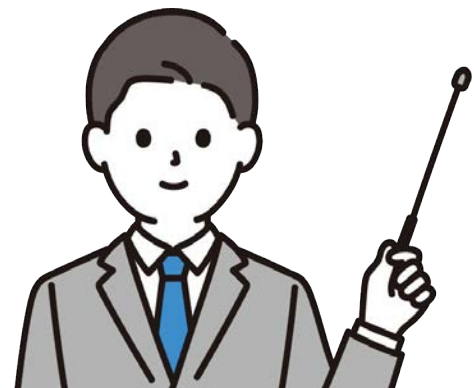
貢献60%のマインドを意識すべし！

▼ 1-4. まとめ



POINT①

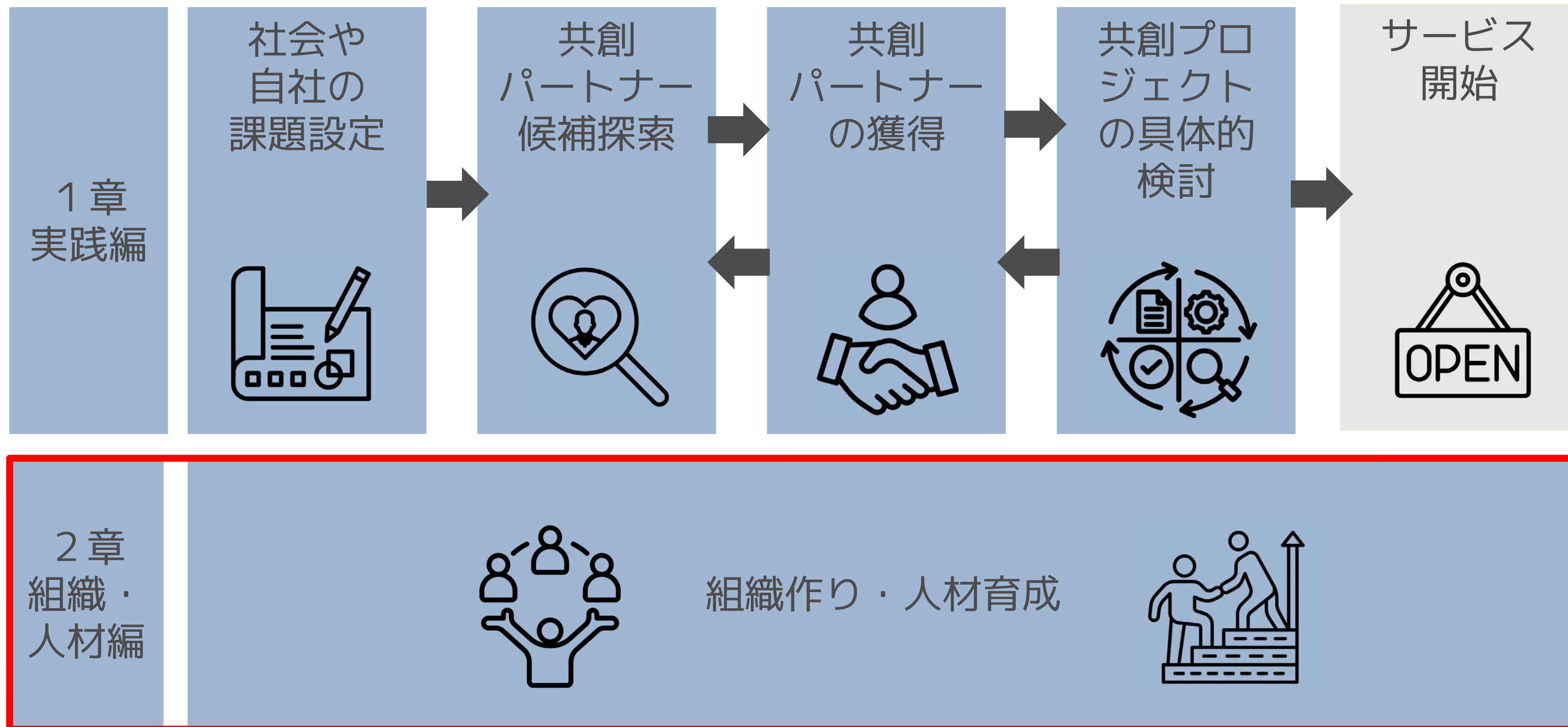
- ・ 仮説検証計画で判断基準を設定しましょう



POINT②

- ・ 共創パートナーを尊重し、リソースを出し惜しみせず少しでも多く貢献するスタンスを持ちましょう

▼ 2章 組織・人材編



▼ 組織作りのポイント



01.目標設定



02.少数精鋭



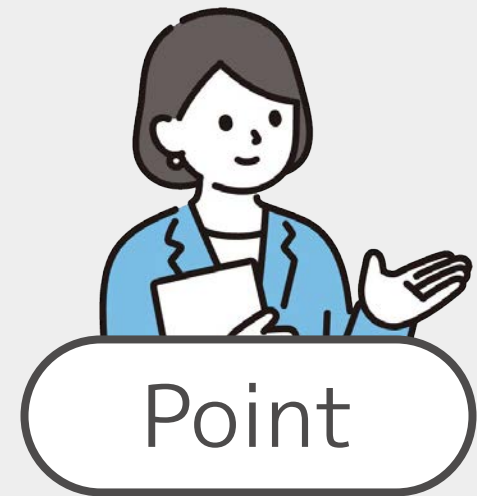
03.キーマン巻き込み



04.モチベーション

4つの
ポイント

▼ 01. 目標設定



共創は短期的な利益(成果)が出づらい。
収益的なメリット以外の指標を目標値にしよう！



それぞれ成功の指標を明確に！

指標例：

課題抽出の数

ステークホルダー
との面談数

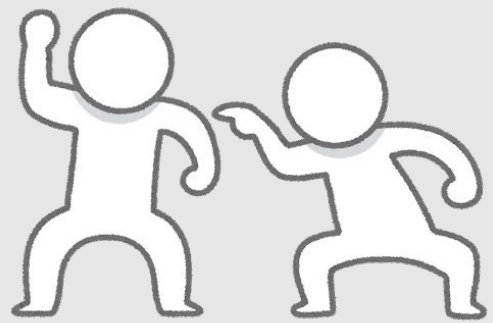
NDA締結数

など

▼ 01. 目標設定

悪い例

上司



君が考えた事業がうまく
行かなかったから
今期は最低評価！！

担当者



私はダメなやつなんだ...

しくじり先生の教え



某電気機器メーカー
S氏は語る

新ビジネス創出は「千三つ」と言われており、
事業化や収益化だけを高評価とするとやりたい人
がいなくなってしまう

▼ 02. 少数精鋭



Point

少人数チームでもよいので
共創プロジェクトに専念させよう！



Tips

中途半端は NG（工数をしっかり割く）
専属にすることでプロジェクト推進が
スムーズに！

▼ 03. キーマンの巻き込み

悪い例

担当者



経営層の巻き込みが
出来たからうまく
いくだろう

担当者



現場のキーマンの反発
に合って滞って
しまった...

共創経験者の教え



某大手通信事業
T氏は語る

キーマンはプロジェクトの
早い段階から積極的に巻き込みましょう！

▼ 04. モチベーション



Point

非金銭的な報酬が効果的な場合も。
金銭以外の報酬でやりがいを高めよう！



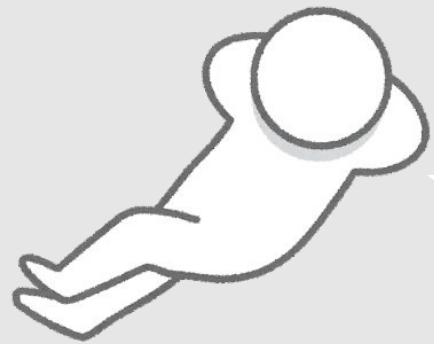
Tips

社内報などで好事例として取り上げる
社内外の講演に第一人者として参加してもらおう
など

▼ 04. モチベーション

悪い例

担当者



モチベーションが
高い人を集めれば
うまくいくのでは？

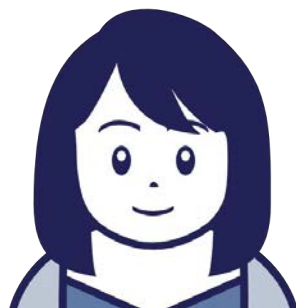


担当者



未経験者ばかりで
うまく進まない...

共創経験者の教え



某大手小売事業
Y氏は語る

モチベーションも大事ですが、
まずは組織として必要な人を集めましょう！

▼ 共創人材に求められるスキル

01

リーダーシップ



02

新しいものに
気付く力



03

利他の精神
情熱



04

シナリオ構築力



05

リファレンスを
外から得る力



共創人材に求められるスキル

3) 利他精神、イノベーションへの情熱

社内・社外の仲間を引きつける利他精神。事業や社会課題解決への情熱。



良い行動例：

- **共感と協力**: チームメンバーやパートナー企業と協力し、共通の目標に向かって努力する。
例えば、他部門のメンバーと協力してプロジェクトを進める。
- **社会貢献**: 事業を通じて社会課題の解決に取り組む。
例えば、新しい技術を活用して環境問題の解決に貢献する。



悪い行動例：

- **自己中心的**: 自分の利益だけを追求し、他人の利益を考えない。
例えば、プロジェクトの成功を自分の手柄にしようとする。
- **無関心**: 社会課題や他人の問題に対して無関心である。
例えば、環境への影響を考えずに事業を進める。



04

まとめ

Summary

▼ 再掲) 本日本伝えたいこと

01

共創イノベーション
とは



02

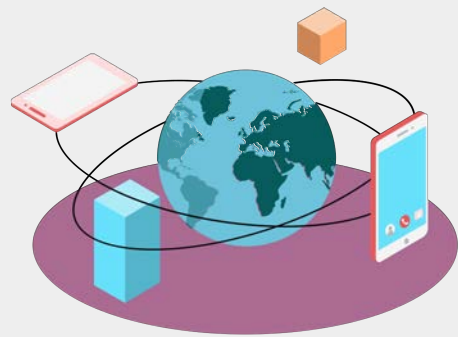
虎の巻の有効性



▼ まとめ | 共創イノベーションとは



「異なる背景を持つ複数の組織」が
「対等な関係性」の中で、
「新たな価値を創出」するためのアプローチ

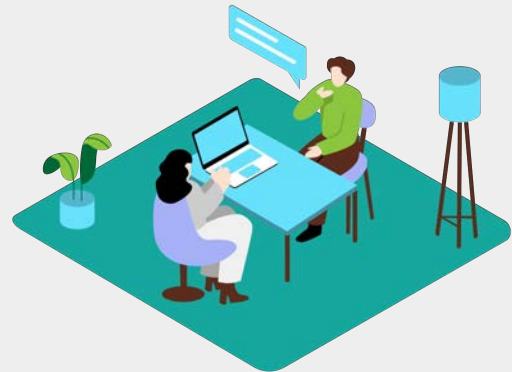


変化の激しい**VUCA時代**に**ピッタリ**な
新ビジネス創出の手法

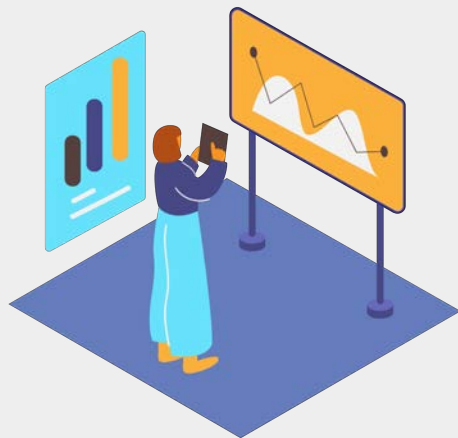
▼ まとめ | 虎の巻の有効性



共創のプロセス、組織作り・必要な人材スキル
の内容が網羅されており、**経験者のインタビューで
得たリアルな声を反映**している



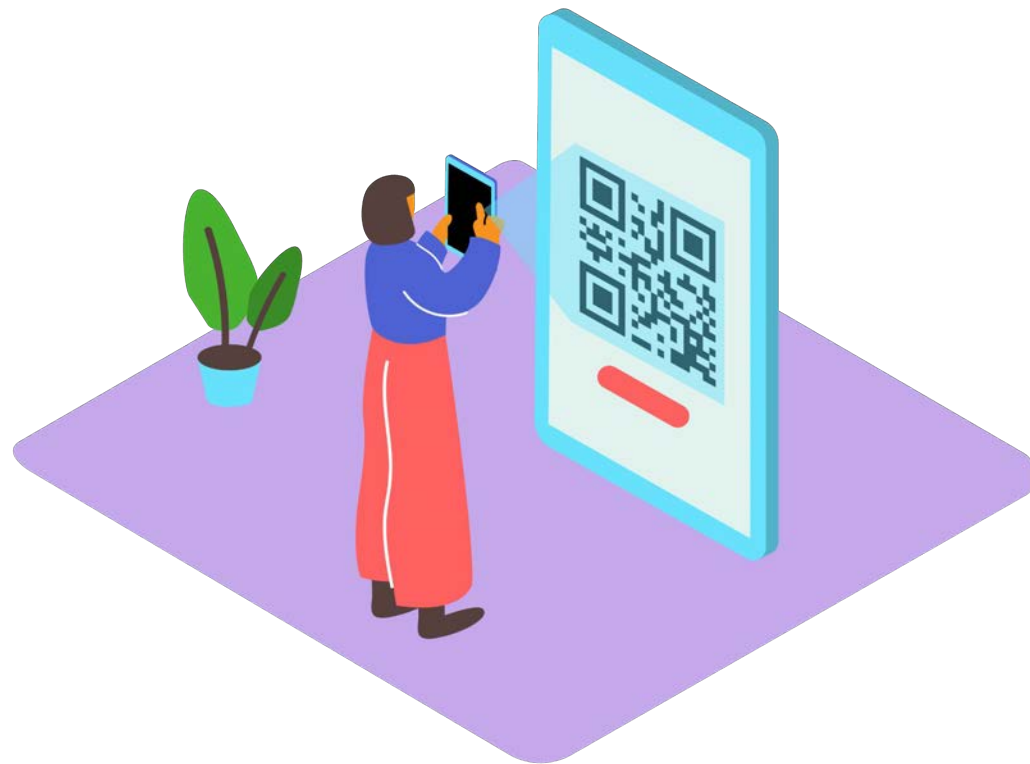
共創経験者の教え、しくじり先生からの学びなど、
市場にあまり出回らない独自のコンテンツである



作って終わりではなく、共創初心者・未経験者に
見てもらい**有効性の検証まで**できている

▼ 虎の巻のダウンロード

ぜひダウンロードをお願いします！



▼ 再掲）私たちの提案

**皆さまの会社、組織で
共創イノベーション始めてみませんか？**

▼ 分科会メンバーの願い

共創の第一歩を踏み出してほしい

共創活動がよりスムーズに、そして効果的に進行する
ことを支援するとともに、共創活動の成功に貢献し、
新たな価値創造の一助となることを願っています。

▼ 分科会メンバーの願い

共創の第一歩を踏み出してほしい
共創で日本を明るくしましょう！

ことを支援するとともに、共創活動の成功に貢献し、
新たな価値創造の一助となることを願っています。

Thank You!

2024年度アシストソリューション研究会 東日本
「共創を通じた新ビジネス創出のプロセスを学ぶ」分科会