

現場や社外の
アイデアを事業
に結び付ける
取組み

あしたのコミュニティーラボの挑戦

富士通株式会社 IS部門 戦略企画室
サービス学会 理事
柴崎辰彦

自己紹介

Tatsuhiko Shibasaki

柴崎 辰彦

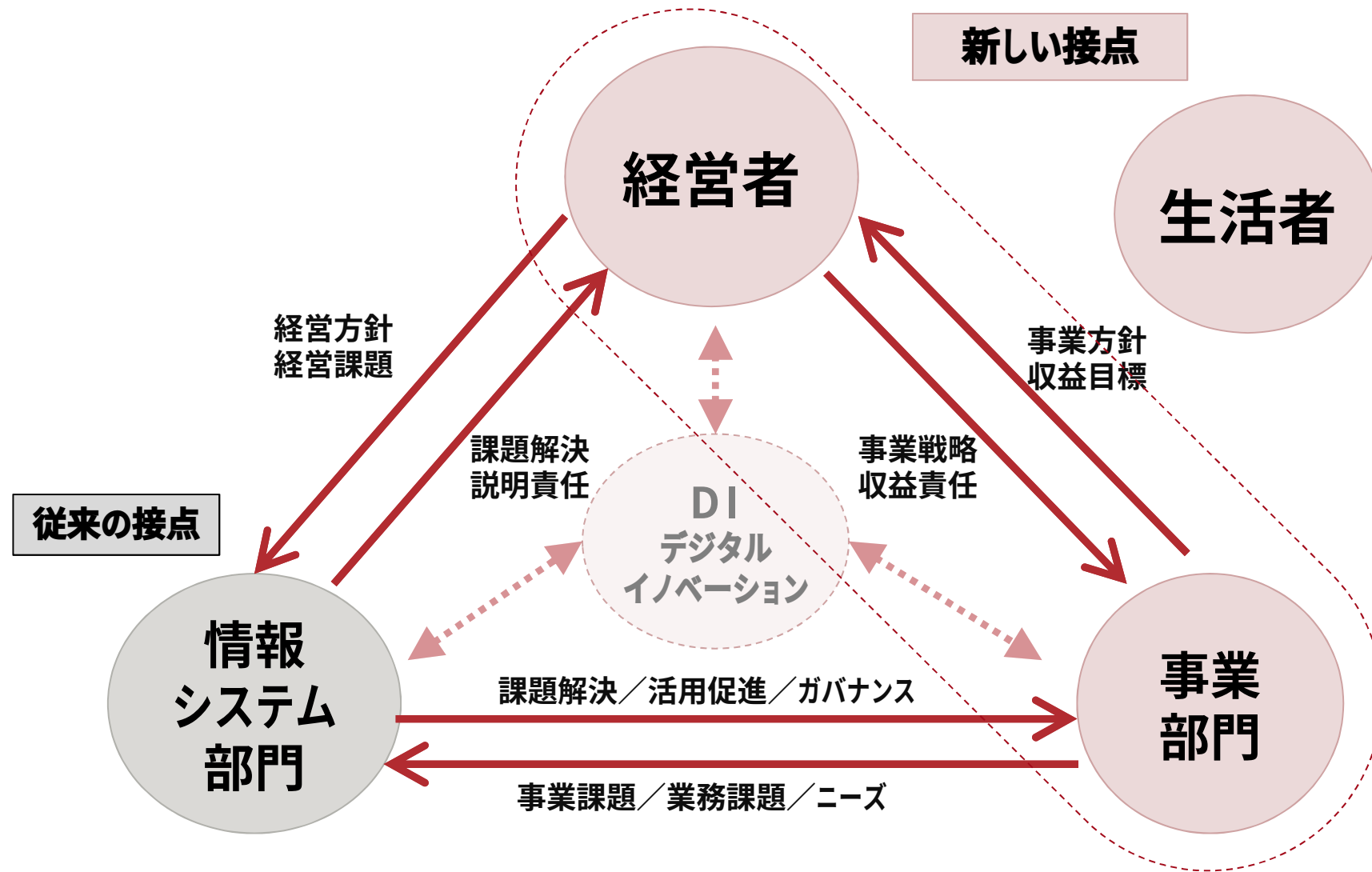
富士通株式会社インテグレーション
サービス部門 戦略企画室長

- 1987年 富士通株式会社に入社。
- 様々な新規ビジネスの立ち上げに従事後、
現在は3万人のSE戦略立案業務に従事。
- CRMビジネスでの経験を活かし
学会等でサービスサイエンスを検証中。
サービス学会、情報処理学会、JUAS、経営学会、
Web広告研究会、大学等で講演多数
- サービス学会発起人（今年度から理事）
- 2013年 総務省「ICTコトづくり検討会」構成員
- 著書「勝負は、お客様が買う前に決める！」
(ダイヤモンド社)



FUJITSU

お客様のICTへの期待の拡大



DI：デジタルイノベーションの略字であり、ICT利活用により新しいサービス、商品の創出に取り組む専門組織を表すもので、“第2の情シス（IT部門）”とも言われている。近年このような組織を設ける企業が増えており、近い将来には新たな顧客として捉える必要があると予想される。

時代が求めるイノベーションとは

大企業が単独で取り組めないイノベーションテーマの発見

実現・実行リスク 高 *製品・サービスの開発に必要な技術が未発見

マーケットリスク
低 (顕在ニーズ)

Develop new technology for existing market : Big companies do this



Typically, only start-up companies will carry both risks



マーケットリスク
高 (潜在ニーズ)

Incremental product development : Big companies do this



Develop new market for existing technology : Big companies do this



実現・実行リスク 小 *製品・サービスの開発に必要な技術が存在

- ## インターネットに接続するモノ

2020年→500億個以上



様々な企業や個人のアイデアを活かす時代へ FUJITSU

■ 自前主義との決別 “編む力”がビジネスを強くする

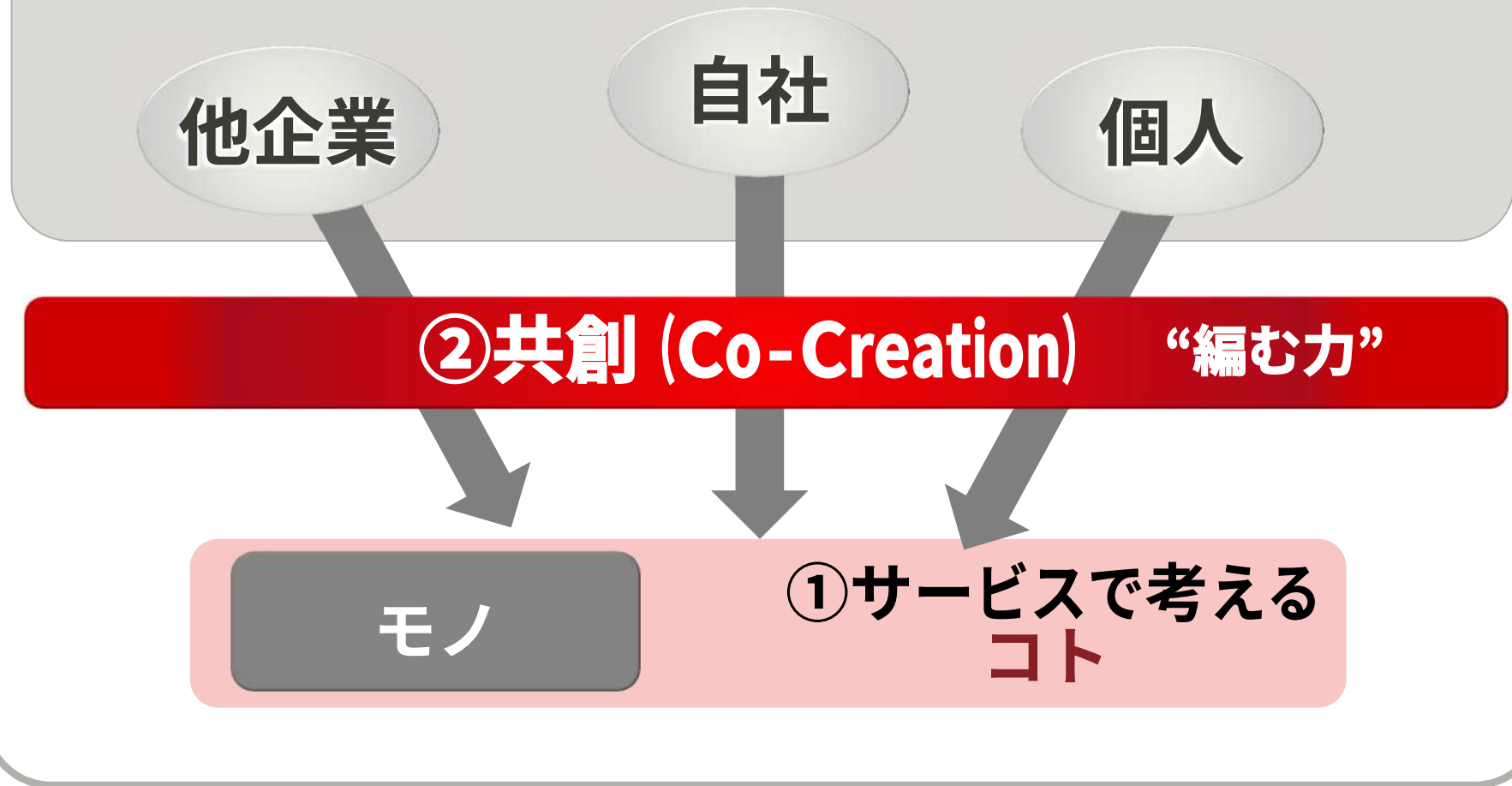


(出典) ヘンリー・チェスブロウ(2012)『オープン・サービス・イノベーション』をもとに当社作図

オープン・サービス・イノベーションの 4 要素 FUJITSU

④ ビジネスモデルの変換

③ オープン・イノベーション (ビジネス・エコシステム)



* 「オープン・サービス・イノベーション」を参考に当社作成

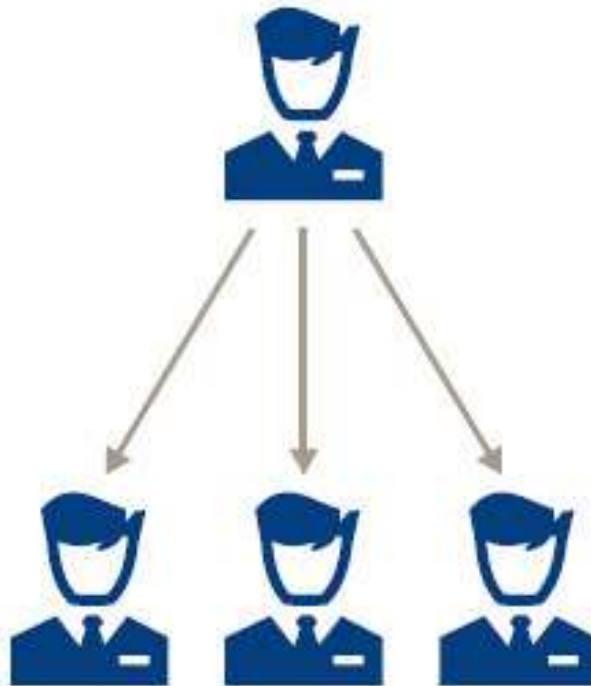
七人の侍

FUJITSU



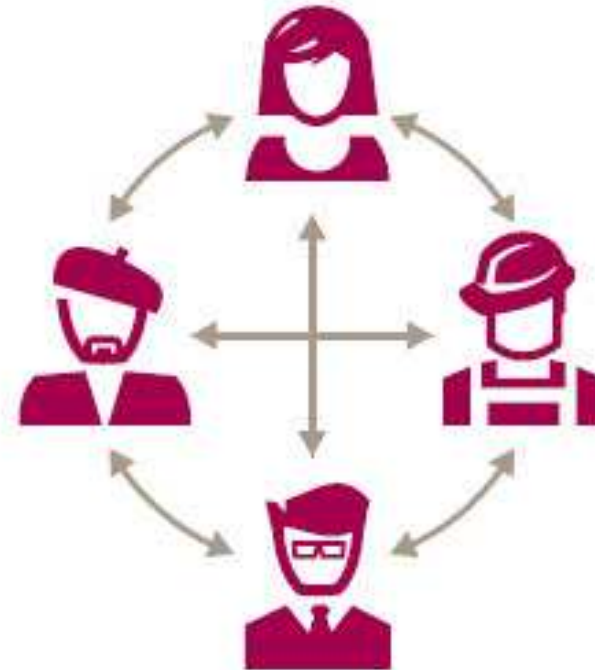
グループとチームの違いは？

グループ



- メンバーの同質性が高い
- リーダーが主導的に意思決定し、メンバーが忠実に実行する

チーム



- メンバーの多様性が高い
- 最終的な意思決定はリーダーがするが、そこに至るプロセスは、メンバー間での多様なアイデアや意見の積み重ねからなる

出典：Think 新しいキャリアの教科書「“真のチーム”がないから、日本は勝てない」

七人の侍

■ 7人の侍の組織論 “高機能集団”



- ① リーダーおよび従属する3名 (リーダー、実務のNo2、絶対の忠誠者)
- ② 混乱を催すが才能のある2名 (高い能力、異文化/コミュニティ間の繋ぎ役)
- ③ 非力な者、組織の未来を繋ぐ2名 (ムードメイカー、非力な伝承者)

「協業」と「共創」

■ 「共創」は利益を越えた目標（共通善）を志向

「協業」から「共創」へ

- 協業はお互いの利益を追求（共通ビジネス領域）
- 共創は各々の活動領域に置いて利益・便益を生む
新たな価値を一緒に探す



7人の侍の共通善

FUJITSU



『40人の盗賊から村人を守る』

Case #1

観光クラウド

地域の魅力の集結

観光情報の民間解放（オープンデータ化）

住民参加による情報発信

自分だけの旅づくり

青森の埋もれた魅力の発見

- 自分ならではの周遊ルート作成（Webルートガイド）
- モバイル観光案内（Mobileルートガイド）



Case # 1

観光クラウド

■ 共通善に基づき、3 者それぞれが価値を創出



コト・シームレスな観光体験

モノ・Myルートガイド

イノベーションのための様々な場

場	「創発」場	「対話」場	「体系」場	「実践」場
主な知識変換作用	創発的な経験の共有（暗黙知の共有と創出） －顧客と接する現場、個人間でイメージの共有ができる場	相互的な対話の場（形式知への変換） －多種多様なメンバーと対話するための非公式な場	体系的構築の場（モデル化、システム化） －システムの、仮想的に体系化するための場	実践と身体知化の場（試行、適用） －顧客と接する現場、組織内の現場
目的工学の場としての意味合い	主観的レベルでの目的の共有	目的の設定、言語化	目的群の体系化、プロジェクト・マネジメントの運営	目的と手段のプロトタイピング、試行錯誤による内省のプロセス
対応するオープン・サービス・イノベーション実践活動	現場観察（仮説推論） → 社内外の共創活動		コンセプト（演繹）	プロトタイピング（帰納）

出典：『利益や売上げばかり考える人は、なぜ失敗してしまうのか』を参考に筆者作成

Case #2

FUJITSU

共創のためのメディア

『あしたのコミュニティーラボ』

<http://www.ashita-lab.jp/>

検索

あしたのコミュニティーラボ



コンセプト

- 『人が中心』
- 『共創 (Co-creation) 』
- 『日本再発見』



Case #2

みんなであつなく、豊かな社会

あしたのコミュニティーラボ

いいね! 1,519 B! 31 G+1 15 ツイート 92

Special 特集 Discussions 座談会・対談 Opinions 識者の視点 Cases 事例紹介 Columns コラム Lab 共創ラボ About あしたのコミュニティーラボ

Special

あしたのコミュニティーラボでは、毎月のメインテーマに沿って特集を展開します。

【特集】未来が生まれる場所をつくる



あしたラボでは今まで、ソーシャルイノベーションを実現するための種となる活動を数多く取り上げてきました。このたび2周年を迎え、より多くの実践者を支援していくとともに、読者のみなさんと、イノベーションを「実践する場」として発展していきます。今回はその序章として、イベントやさまざまな場でイノベーションを行っている事例を通じて、価値あるソーシャルイノベーションの実現に向けたアプローチについて考えていきます。(photo: Thinkstock / Getty Images)

Facebookもチェック

あしたのコミュニティーラボ

いいね! あなたがいいね!と言っています。

あなたと他2,081人があしたのコミュニティーラボについて「いいね!」と言っています。

Facebookソーシャルプラグイン

最近のアクティビティはありません。

ツイート フォローする

お米マン注目ニュース 10月6日 @socialnews_nr

子どもが楽しめる“プログラミング”ってどんなもの? PEGプロジェクトブース体験レポート | あしたのコミュニティーラボ dlvr.it/76mYGF

あしたのコミュニティーラボがツイート

開く

Tomoko Kawada 10月6日 @tomokokawada

AgiC欲しい...! / “子どもが楽しめる”プログラミングってどんなもの? PEGプロジェクトブース体験レポート | あしたのコミュニティーラボ htn.to/6BVSm06a

あしたのコミュニティーラボがツイート

Case #2

あしたのコミュニティーラボ

いいね! 1,519 B! 31 g+1 15 ツイート 92

Special 特集	Discussions 座談会・対談	Opinions 識者の視点	Cases 事例紹介	Columns コラム
---------------	-----------------------	-------------------	---------------	----------------

Cases

豊かな社会実現に向け、今現在実際に行われている取り組みをご紹介します。

大阪から世界へ。「ピボット」のきっかけとなったシリコンバレーツアー——大阪イノベーションハブ (2)

2014年07月31日

いいね! 157 B! 3 g+1 0 ツイート 11

Moff 共創 づくり 大阪イノベーションハブ 高萩昭範



大阪イノベーションハブ（以下、OIH）からは、革新的な成果が生まれている。それが第1回ものアプリハッカソンをきっかけに生み出された、ウェアラブルデバイス「Moff」。シリコンバレーからも熱視線を送られるこのアイテムを、いかにして生み、育てていったのか。

ユーザーインタビューで課題設定を白紙に戻す

時計のように手首に巻くだけで、ホウキがギターになったり、丸めた新聞紙が電子銃に、あるいはおもちゃの刀になったり——手の動きと連動してアプリ側から音が出ることで、子どもの身の周りのものをおもちゃに変えてしまう「Moff」。



ウェアラブルデバイスのMoffのサイトでは使用イメージ映像など見ることができる
(提供：株式会社Moff)

Kickstarterで開発資金を調達し、今年9月以降に初回ロットが発送され、その後、一般販売を予定しているこのウェアラブルなスマートトイは、そもそもOIHの第1回ものアプリハッカソンから生まれた成果の1つだ。

これをきっかけに起業した株式会社Moff代表取締役の高萩昭範さんは「家族で使えるもの、というテーマのハッカソンで2位となった当時のアイデアはまったく別物でした」と振り返る。



株式会社Moff代表取締役 高萩昭範さん

Case #2

多くの人たちの関心の高い、
身近なテーマで考える

活動テーマ

『学び』

『働き方』

『ものづくり』

『まちづくり』

『健康』

etc

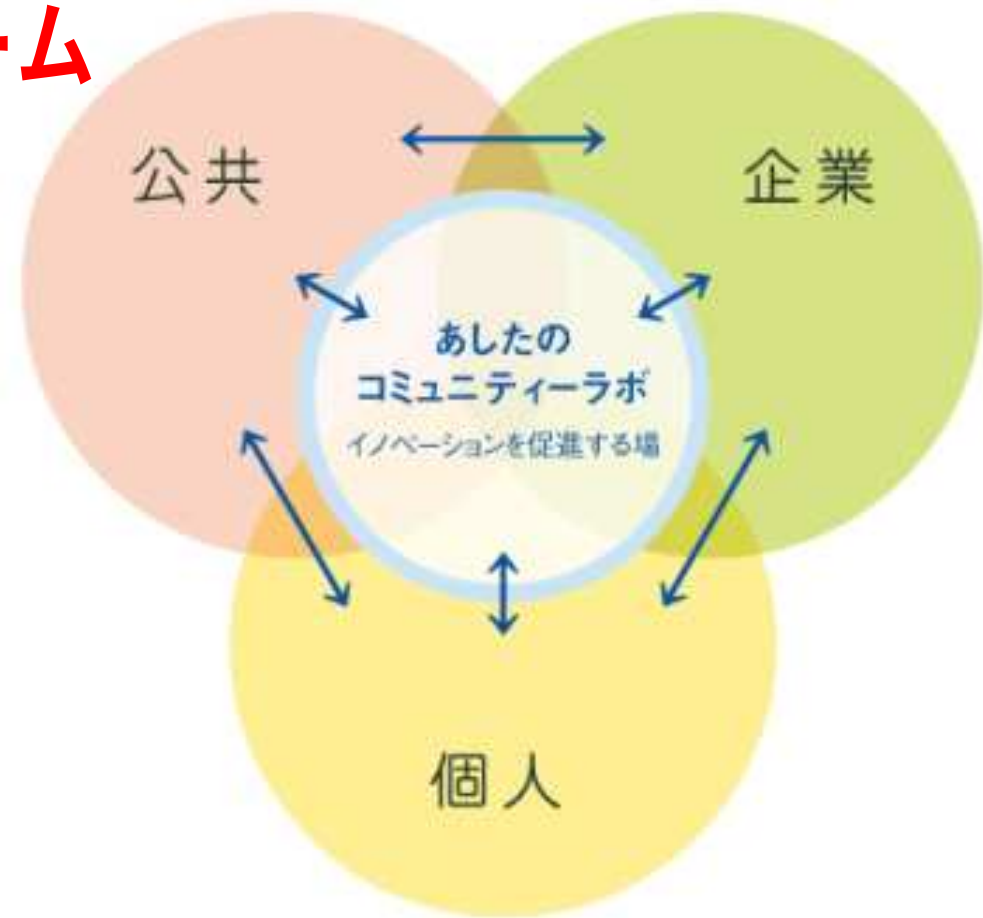


社会に広がるイノベーションを 促進するプラットフォーム

目指す姿

個人と企業、企業と公共、公共と個人など、組織の垣根や物理的な距離を超えたつながりを作ること、社会や地域などにより良い価値、イノベーションを生み出す一歩を支えたい、そう考えています。

今日よりも、より良いあしたのために。
あしたのコミュニティーラボは、イノベーションのための場の実現と促進を目指し、行動していきます。



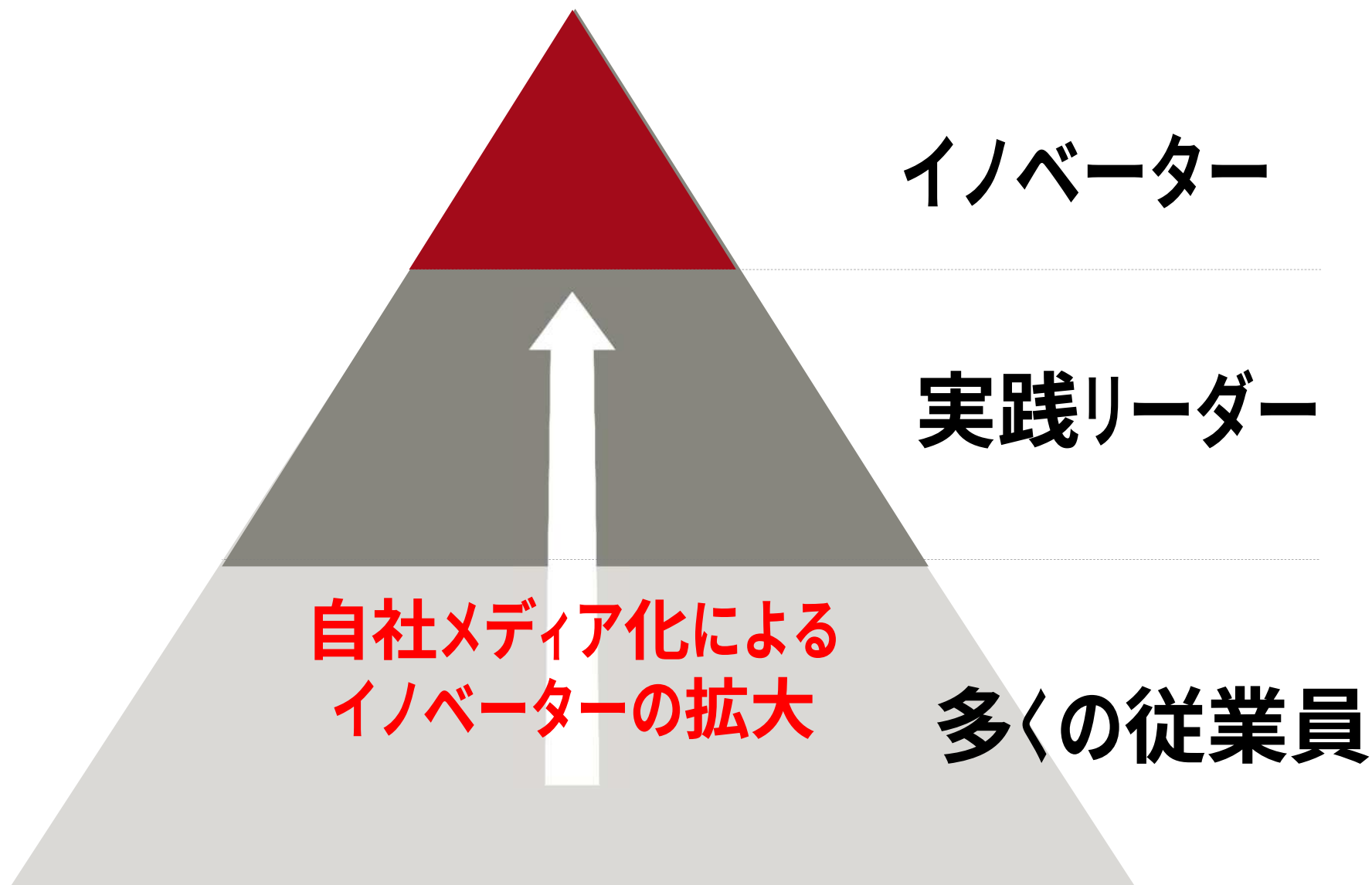
あしたのコミュニティーラボのねらい

立場や組織の壁を越えた
オープン・サービス・イノベーションの実現



あしたのコミュニティーラボのねらい

FUJITSU



共創のための“場（ba）”

社会との対話

Social Interaction

境界線連結

Boundary Spanning

社内の集合知

Collective Wisdom

生活者視点の
獲得



企業活動へのフィードバック

企画

開発

販売
サポート

Case #3

共創の場を生み出す多角的な仕組み

■ リアルとバーチャルの組み合わせにより共創を活性化

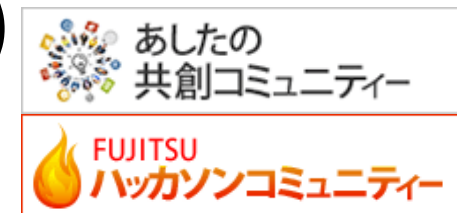
**情報発信
(ポータルサイト)**
あしたのコミュニティーラボ
【社内版】ポータル



リアルな交流
ハッカソン



**バーチャルな交流
(コミュニティーサイト(SNS))**
あしたの共創コミュニティー、
FUJITSUハッカソンコミュニティー...



共創のための手法「ハッカソン」

「ハック（Hack）」と
「マラソン（Marathon）」を
組み合わせて作られた造語

ソフトウェア技術者などが
短期間でソフトウェアやサービスを
開発するというイベントとして
世界中で開催



Case #4

特集:東北に学ぶ、地域活性の実践モデル

FUJITSU



Discussions

座談会・対談

さくらハッカソン2014

Opinions

識者の視点

東北に縁のある実践者に、その方ならではのアイデアと実践について伺う。

Cases

事例紹介

「桜を巡る旅」に託された、東北復興への想い

(東日本大震災復興支援プロジェクト「東北・夢の桜街道」) ほか

Case# 4

ベンチャーや大学生と 大企業のコラボ

テーマ：さくらをきっかけに東北を訪れる
人々を増やすアイデア・サービス

アイデアをアイデアに終わらせず、
わずか1.5日でカタチにする

■ エンジニア魂に火をつける

ハッカソン

「ハック (Hack)」と「マラソン (Marathon)」を組み合わせて作られた造語
ソフトウェア技術者などが短期間でソフトウェアやサービスを開発するというイベントとして世界中で開催



Case #5

デジタルネイティブの アイデアを活かす

テーマ：社会の課題を捉え、それを解決する
製品・サービスアイデアを創出する。

大学×企業で、オープン・サービス・
イノベーションを実践

■ 新たな価値共創手法の開発

アイデアソン

特定のテーマについてグループでアイデアを出し合い、
それをまとめていく形式のイベント。アイデアとマラソン
を掛け合わせた造語。

FUJITSU

FUJITSU ×  立教大学



Case #6



若手で新事業創造を 加速する

テーマ：新ビジネス創造の為に3つのテーマ

- 未来を担うプラットフォーム
- 新たなユーザー体験やサービスを形にする
- 未来のワークスタイルを描く

新事業創造のための「アイデアソン／ハッカソン」を開催

■ 事業計画検討にハッカソンを応用

FUJI HACKとは

日本一の標高を誇り、世界中で人気の富士山“FUJI”と富士通の“FUJI”を掛け合わせ、これから若手が山を登るように成長してほしいという思いを込めて命名しています。



Case #6



速報！

FUJITSU

Green Hackathon Tokyo

(10/17、24、25開催)

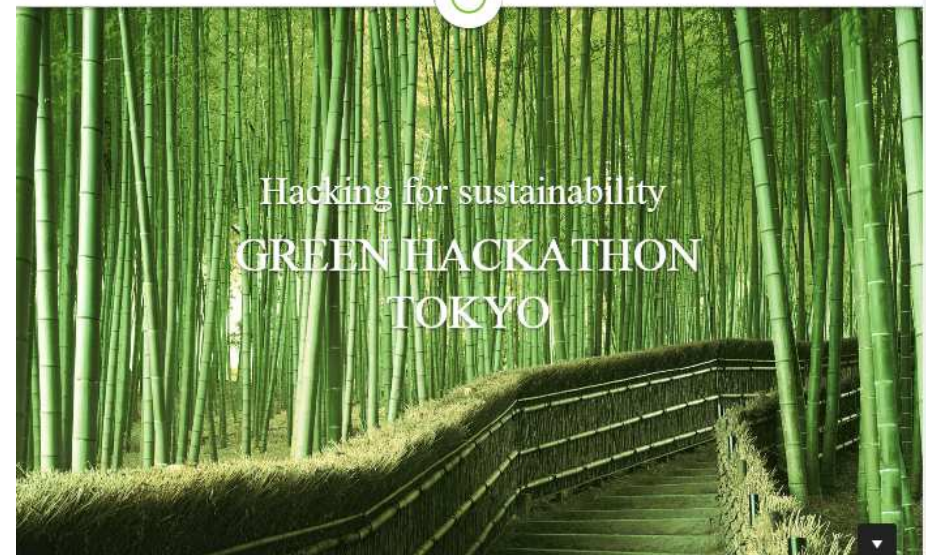
コンセプト：
人間の快適さだけでなく地球の未来
について考え、アイデアを形にする

電力会社、住宅メーカー等の提供するAPIを使用して、地球と人のためのアプリやサービス開発を競う。

**富士通メンバー参加の「学校へいこう」が
学生特化型カーシェアサービスで見事優
勝！その他富士通参加メンバーも賞を
獲得**

Green Hackathon とは

ロンドン、バルセロナ、ベルリンなど世界7都市で
開催されている世界的なハッカソンイベント。持
続可能性をテーマとした様々なアイデアが生み
出されている。アジア初開催。



画像出典：Green Hackathon Tokyoホームページ、Facebookページより

企業から見たハッカソンの効果

■ 社外人材との交流により、多様な効果が期待できる

<会社としての効果>

人材育成

- ・ 多様な人材との交流による
自社技術者の意識改革

ビジネス チャンス拡大

- ・ 自社の社員だけでは思いつかないようなアイデアの獲得
- ・ 新たな事業機会、人脈づくりの場の可能性

技術・サービスの 新たな用途発掘

- ・ 自社開発技術・サービスの新たな活用方法の発掘・検証の場

モチベーション 向上

- ・ 日常業務とは異なる体験による
モチベーションの向上

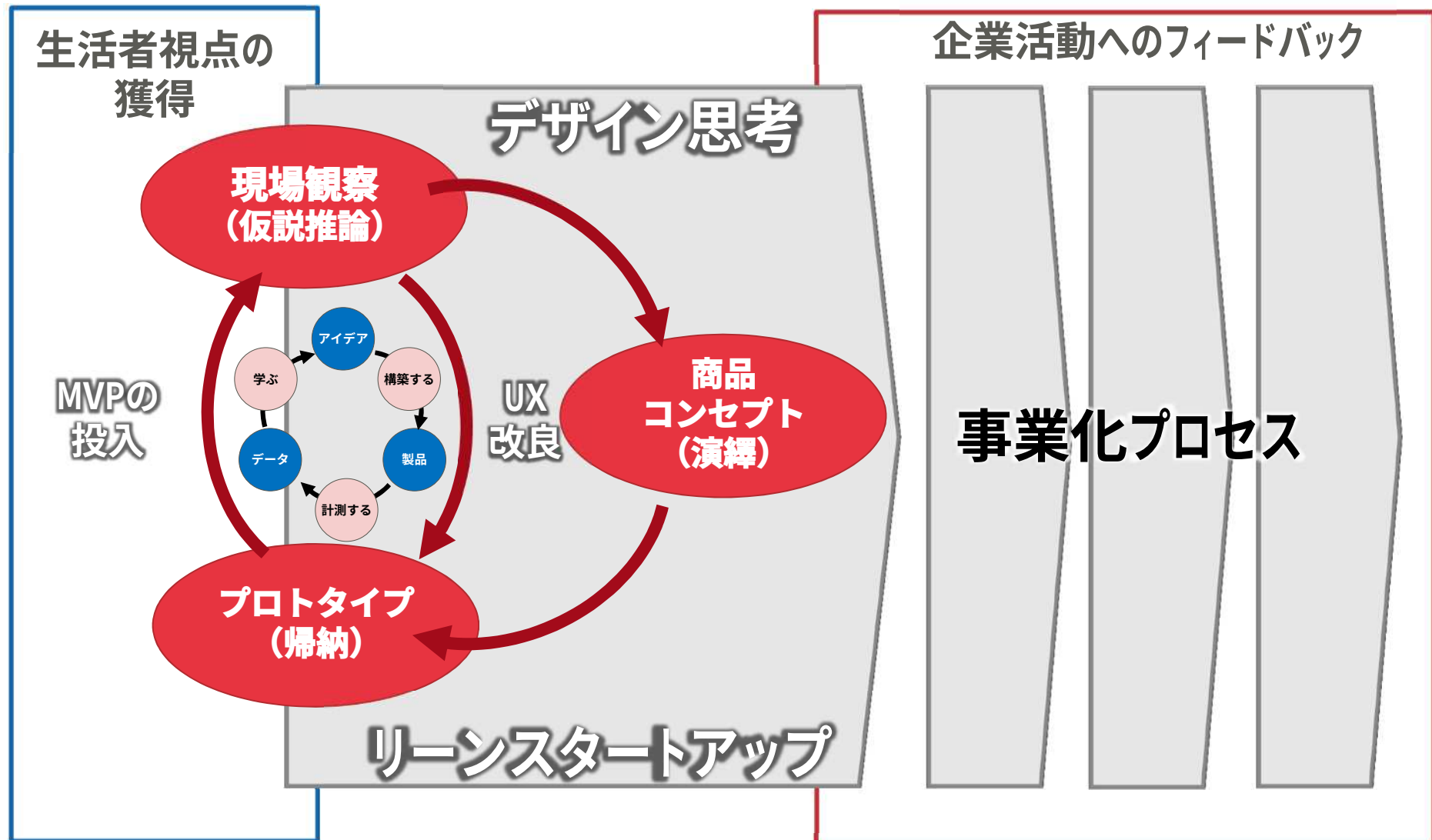
自身の 客観評価

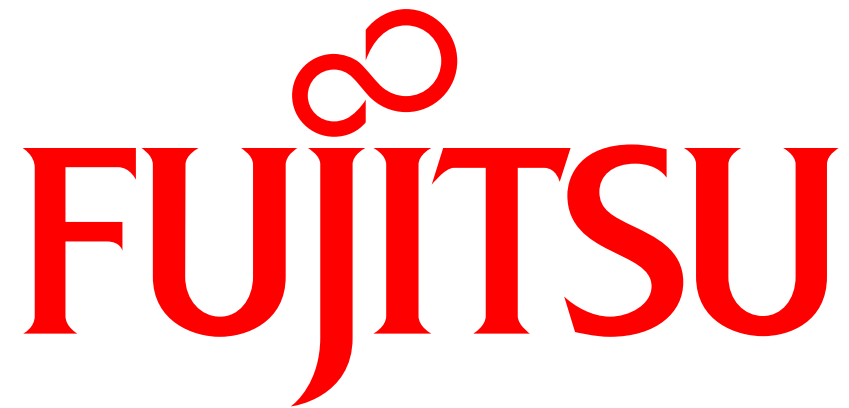
- ・ 他者との技術力、プレゼンテーション力の客観的な評価

<個人としての効果>

生まれたアイデアをどう育てるか？

デザイン思考とリーンスタートアップのサイクルを回す





shaping tomorrow with you