

## 資料2

科学技術・学術審議会産業連携・地域支援部会  
イノベーション対話促進作業部会(第2回)  
H25.415

**イノベーション対話促進作業部会**

# イノベーション創出に向けた試み

2013.04.15.

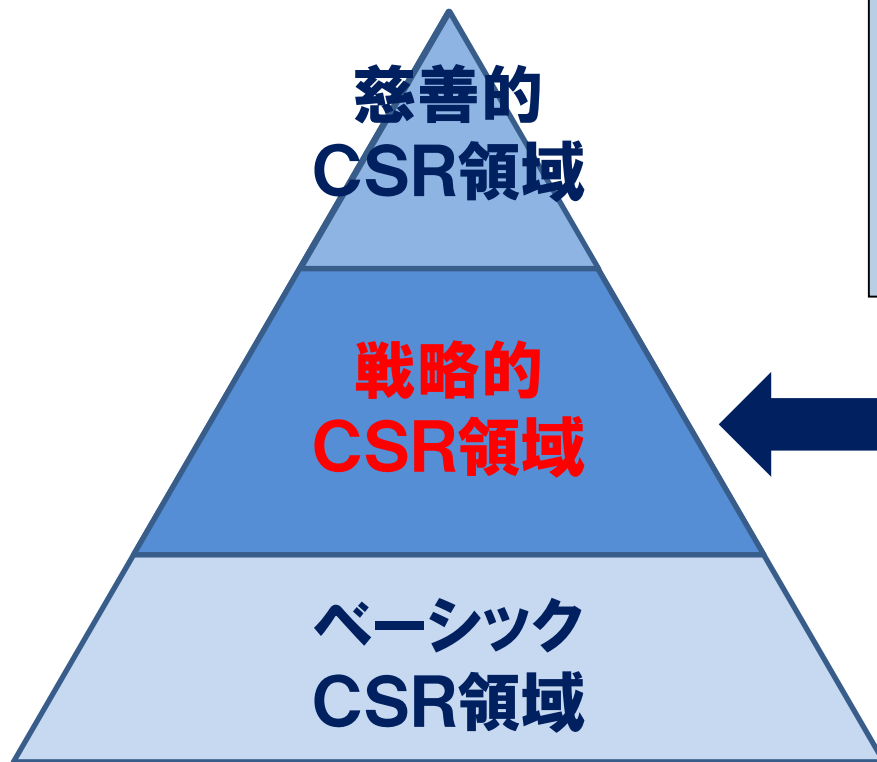
**(株) 電通 並木義巳**

---

# 1. CSV コンサルティング

---

# 新しい概念



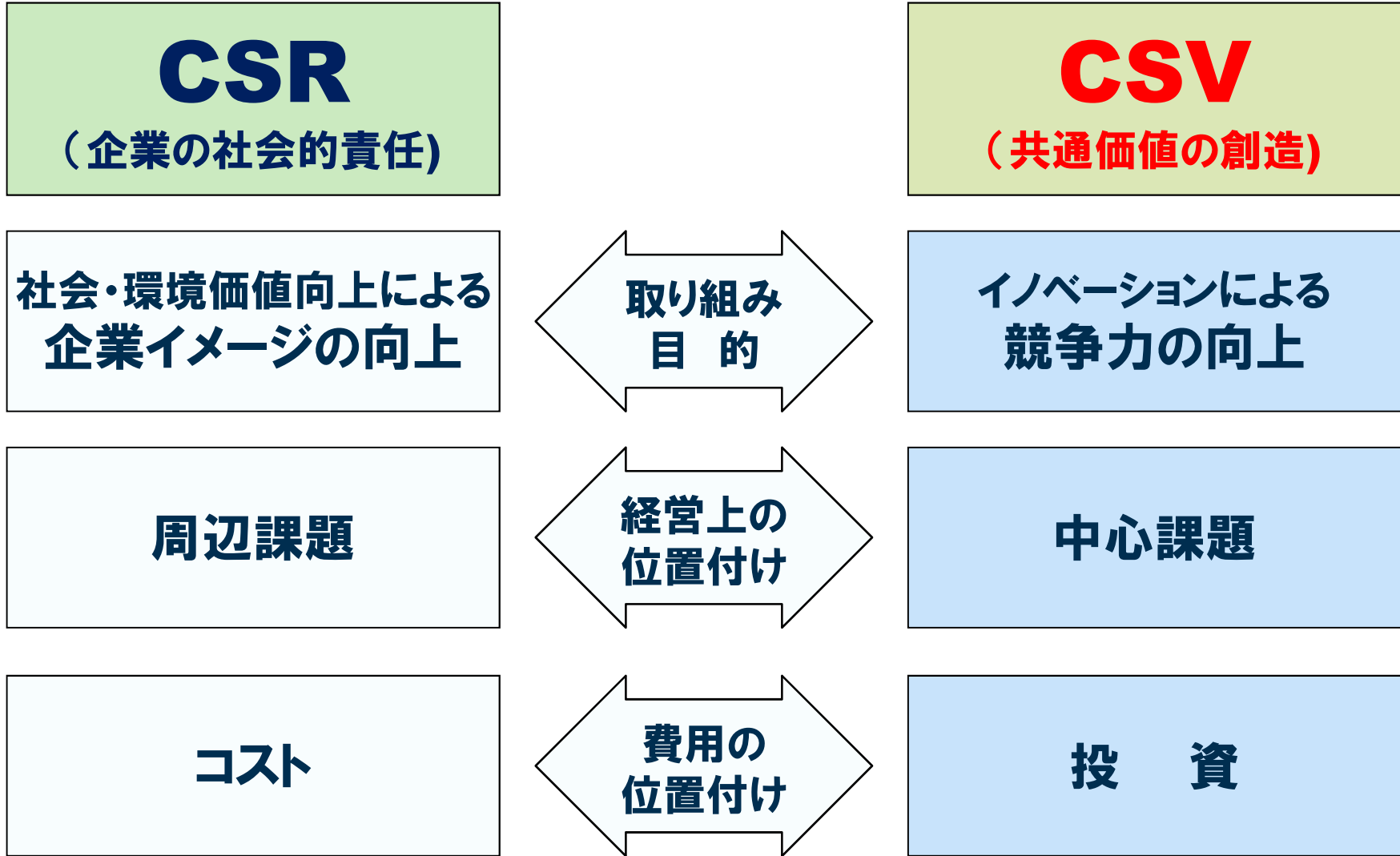
**CSV**  
(Creating Shared Value)

社会のニーズや問題に  
取り組むことが  
社会的価値を創造し、  
経済的価値も創造する。  
(共通価値の創造)

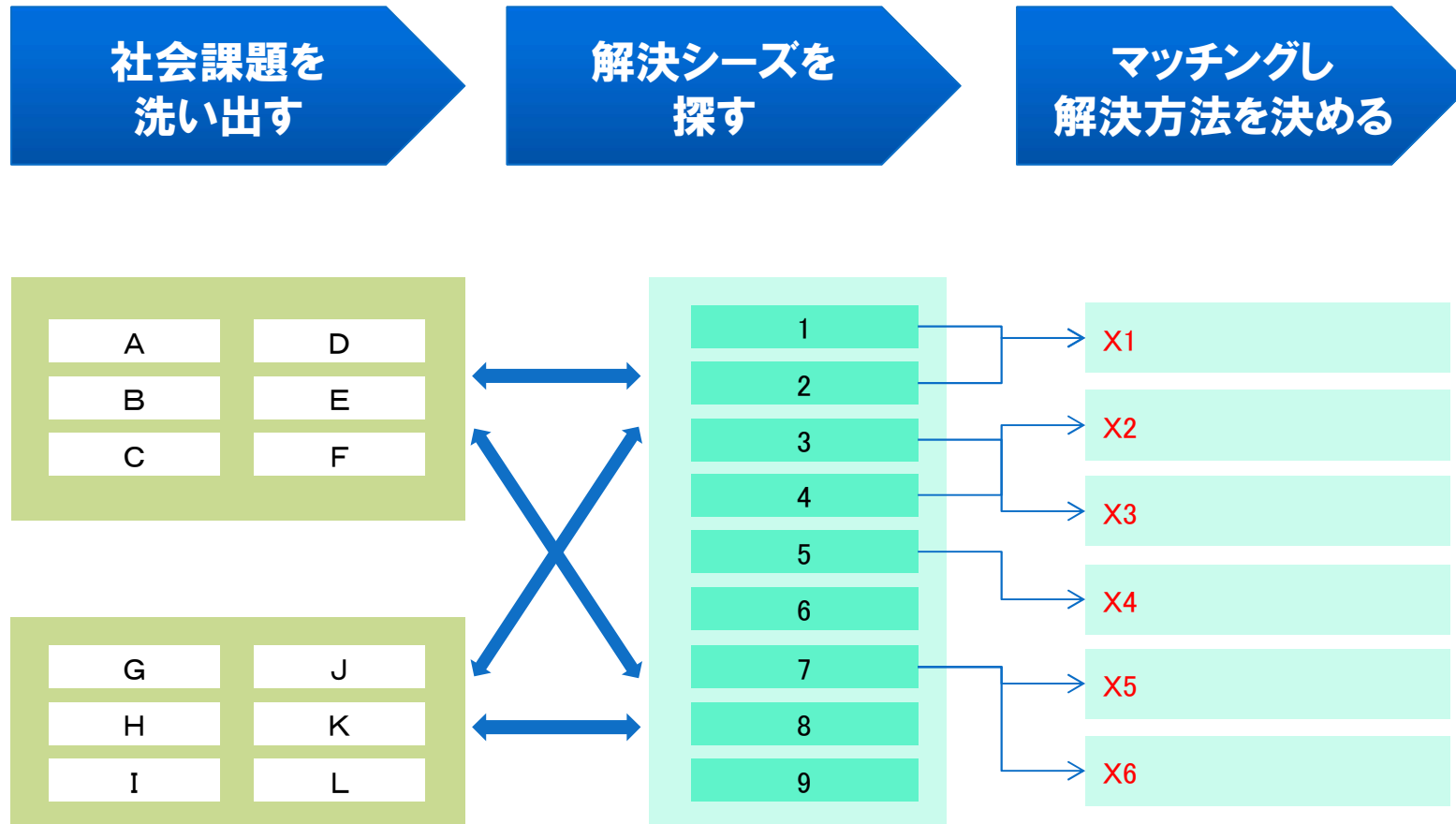
マイケル・ポーター  
ハーバード大学経営大学院教授

**本業で、できること = 社会に役立つこと**

# CSVとは



# CSV施策開発の概念図



---

## 2. バックキャストイング発想

---

# 「キミが大人になる頃に。 環境も人も豊かにする暮らしのかたち」



東北大学大学院環境科学研究科  
石田秀輝 教授  
古川柳蔵 准教授

電通 グランドデザイン・ラボラトリー

日刊工業新聞社刊

**地球はひとつしかない、ということ**を前提に



**人と地球を考えた新しい暮らしのかたち**  
**それを構成するライフスタイル**



**それに必要な商材の開発・投入**

**暮らしのかたち、**  
**それを創り上げるライフスタイルを**  
**バックキャストで考え、**  
**それに向かってフォアキャストで進む。**



- STEP1.** 将来(2030年)の**環境制約条件**を  
無意識で判断できるぐらいに**アタマに刻み込む**。
- STEP2.** この環境制約条件のもと、考えられる社会状況、  
**具体的な暮らしのかたちを描く**。
- STEP3.** **2030年にいる自分から見て、**  
**現在のままでは大変なことになってしまう問題**を発見し、  
その解決策を具体的に考える。
- STEP4.** その解決策を実行するために、  
**現在の暮らしのかたちを変える必要があるか**を考える。  
変える必要があれば、商品、サービスのチャンスがある。
- STEP5.** 「**将来の社会状況と問題**」「**それをクリアする方法**」  
「**クリアした後の豊かな暮らしと生活者が享受する新価値**」  
をセットにして、**魅力的なライフスタイル**に仕上げる。

**「太陽にあわせて、人間も街も動いています」**

**「ダークな世界を人々は楽しんでいきます」**

**「人々は庭で暮らしています」**

**「“土ミシュラン”が、過疎をなくしています」**

**「ベランダに薬局があります」**

**「『電気、貸してください』とお隣さんが訪ねてきます」**

# 曼荼羅

2030 日本

## 商品・サービス アイデア

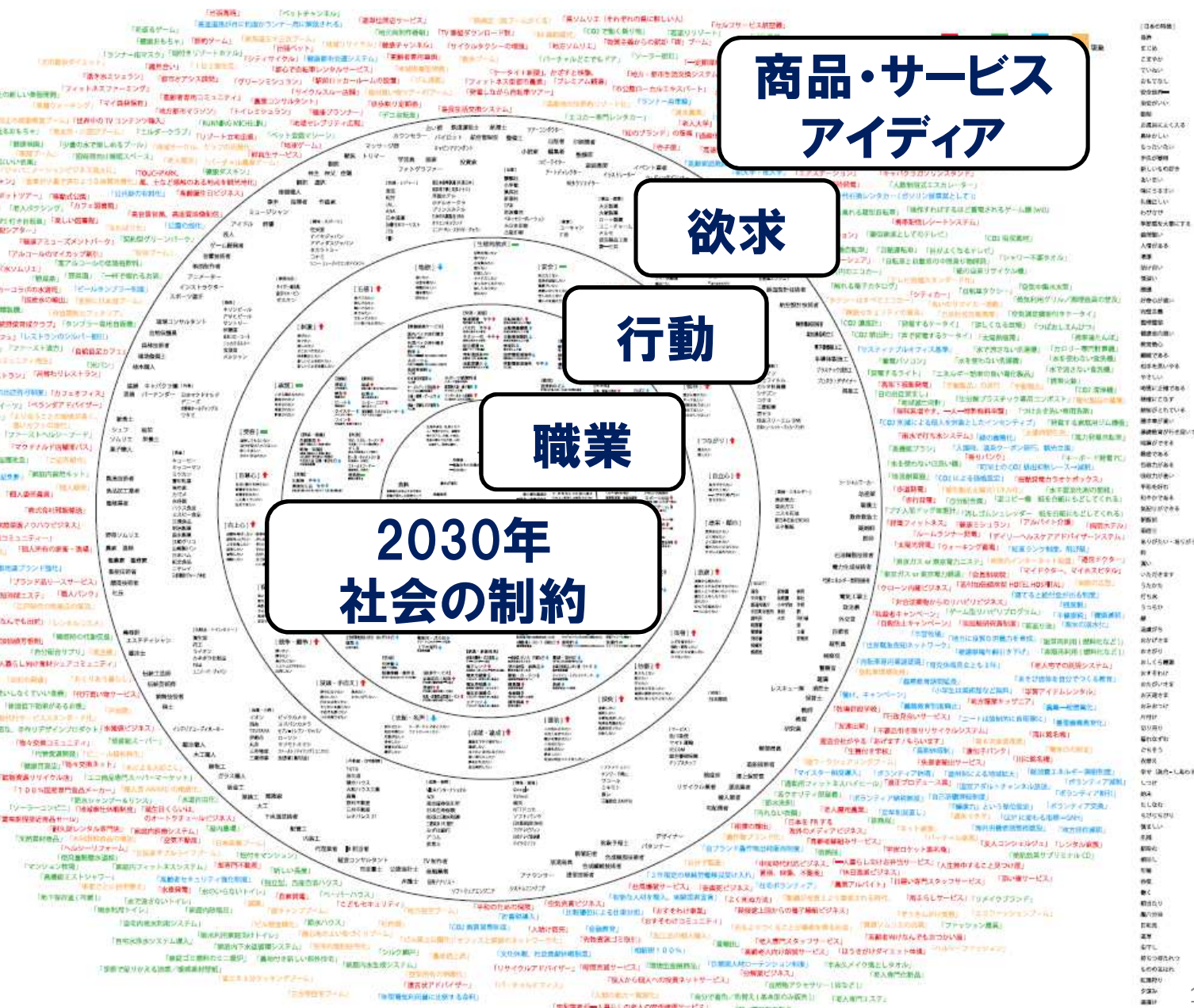
## 欲求

## 行動

## 職業

## 2030年 社会の制約

- 「富争」  
これからは「競争」ではなく、力ある者が力ある者へ、  
見返る（見返らざるを得ない）関係性になる。
- 「差別化」  
これからは「差別化」ではなく、1つの価値を2つに提供すること、  
異なる価値を2つに提供することになる。
- 日本人の「心算」=「情」  
見返る（見返らざるを得ない）関係性になる。見返らざるを得ない関係性になる。見返らざるを得ない関係性になる。
- 「ボカシム」のみ  
日本企業は「ボカシム」は「ボカシム」ではない。ボカシムは「ボカシム」ではない。ボカシムは「ボカシム」ではない。
- 「富争」  
これからは「競争」ではなく、力ある者が力ある者へ、  
見返る（見返らざるを得ない）関係性になる。



---

## **3. 2つの商品開発手法**

---

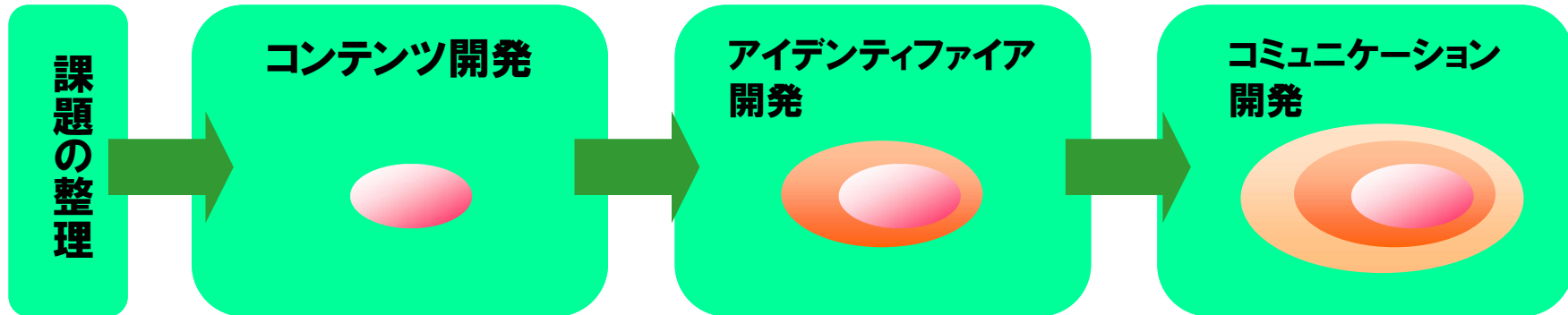
## **TYPE A Contents Oriented 法**

はじめに商品の核(コンテンツ)を固め、  
順を追って他の要素を付加する方法。

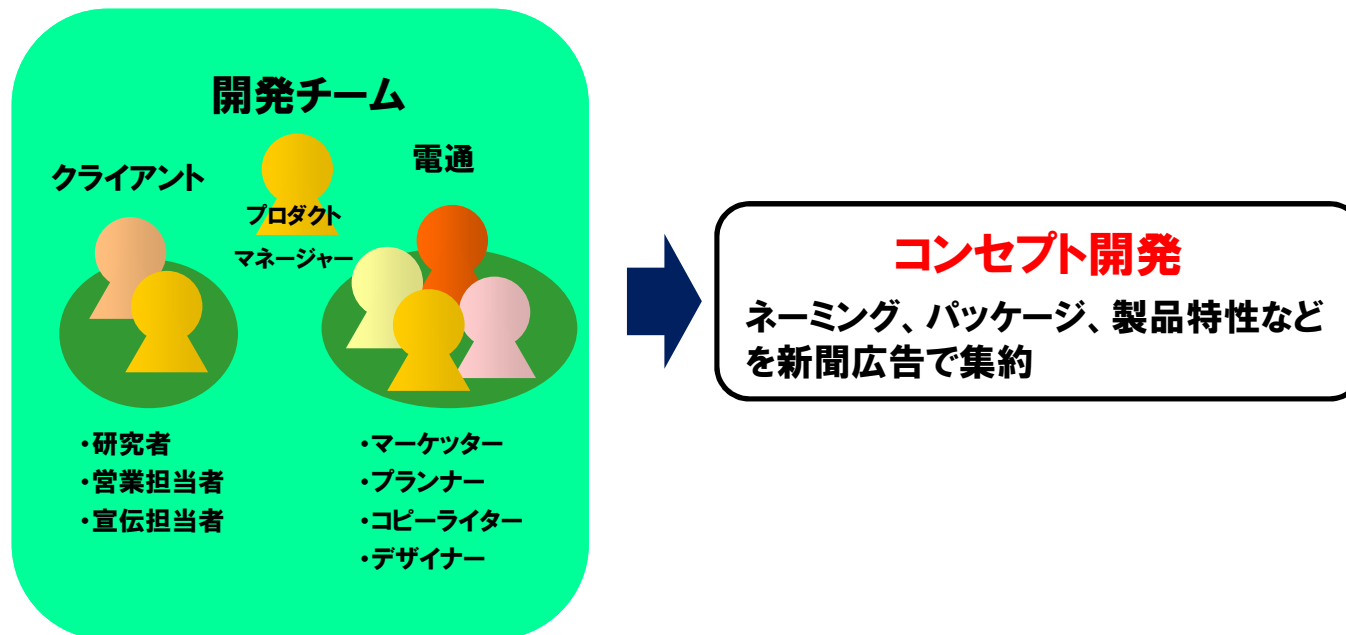
## **TYPE B One-set Communication法**

あらゆるベネフィットを同時に開発し、  
取捨選択しながらその精度を高める方法。

## TYPE A Contents Oriented 法



## TYPE B One-set Communication 法



---

## 4. オープン・イノベーション・プログラム

---



**D-HINTSとは、  
アメリカ生まれのイノベーションマネジメントASPの定番である  
「Spigit」をコアエンジンとして採用した、  
電通オリジナルのオープンイノベーション・プログラム。**

※Spigitは、米における販売開始からわずか3年で、600万有料アカウントを獲得。  
ユーザーはメーカー・流通をはじめとするグローバル企業、地方自治体や大学など、  
多岐にわたります。





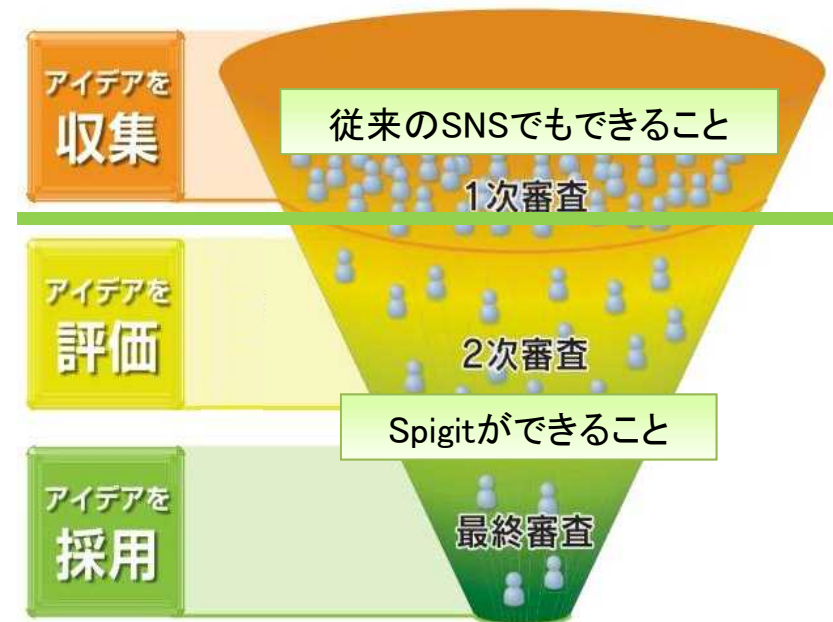
# D-hints の特徴

課題

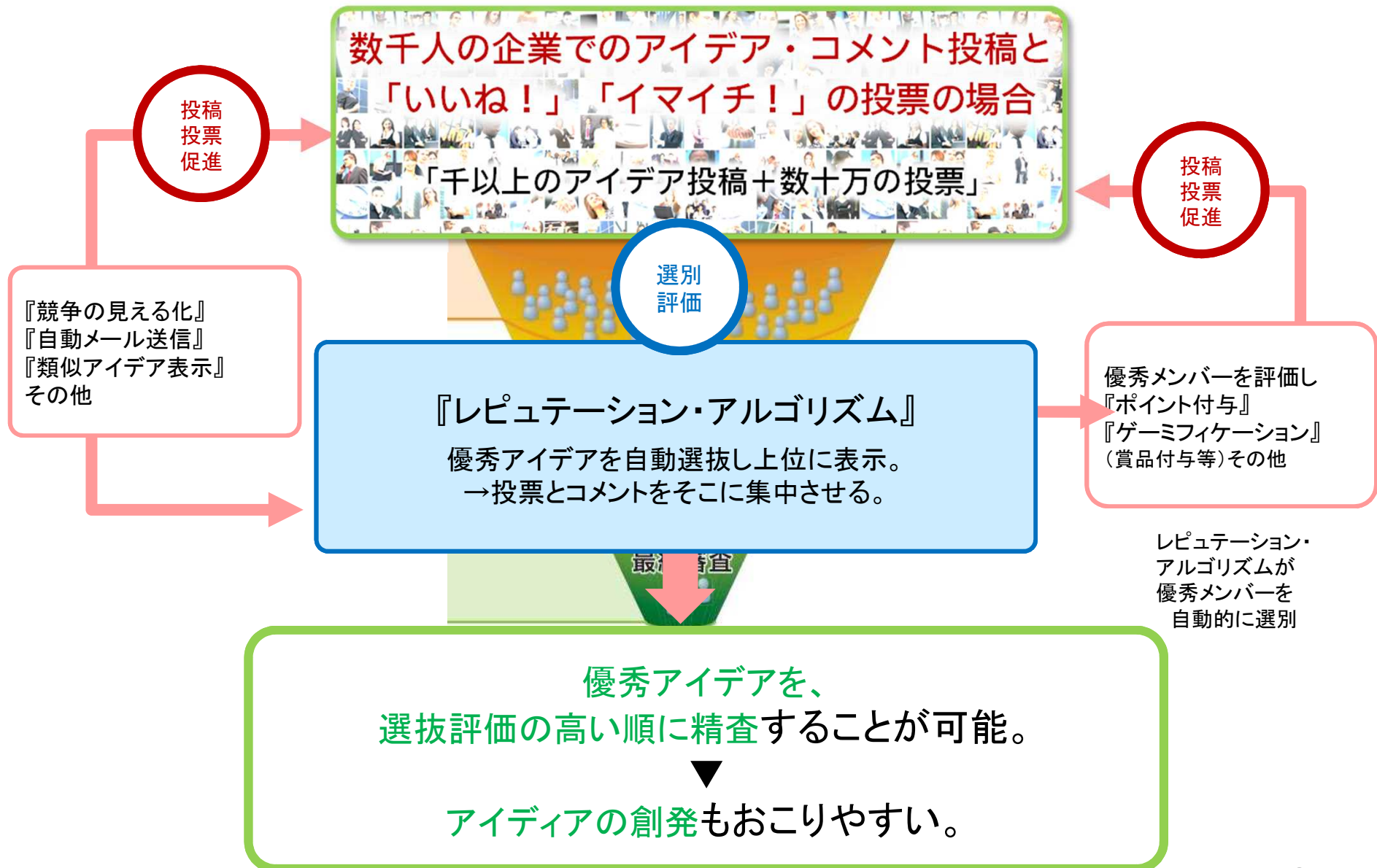
たくさん集まったアイデアを、効果的/効率的に絞り込みたい

解決

- ・ 衆知/ユーザの評判を活用したアイデアの定量評価
- ・ 自動ゲート管理により評価者の運用負荷を軽減



# D-hints の仕組み



---

## 5. コンシューマ・インサイト

---

