

つなぐ、つなげる。
共創ビジネスはじめませんか？

—JTBにおける共創ビジネスの考え方—

令和ビジネスに おけるバズワード 『共創』って、なんだろう？

世の中に「新しい価値を共に創り上げる」こと。

従来は「コ・クリエーション(Co-Creation)」の訳語として

マーケティング手法の一つと捉えられることが一般的でしたが、

最近では広義で「オープンイノベーション」の要素を含んだ考え方として使われるようになってきました。

予測不能なVUCAの時代、ビジネスの場においても「変化への対応力」が求められており、共創の概念が広まっています。

企業が顧客に一方的にサービスを提供し、売れたら終わりという時代は終わりました。

顧客を共創パートナーとして新たな価値を生み出していく、この**双方向の(インタラクティブ)関係構築**こそが厳しい市場を生き抜くためには不可欠なのです。

そして企業にとって業界の枠組みを超え、教育機関、研究機関、自治体などさまざまなステークホルダーと対話し協業することは、

新たな市場を開拓しビジネスイノベーションを起こす可能性を大いに秘めているといえるでしょう。



— 次ページより企業が取り組む共創の具体例をご紹介します。

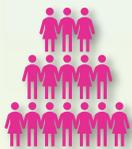
お客様とつながる『共創ビジネス』 事例紹介



ネスレ日本が、既存商品(家庭用コーヒーマシン)をオフィスに普及させるプロセスを顧客と共創した事例。同社の販売ターゲットの中心は一般家庭でしたが、顧客の声からオフィスでの利用も相当数あると判明。将来的に家庭向け需要が先細りする予測から、オフィスが有望なターゲットになり得ると考え、新規開拓の施策として企画されました。「オフィスをもっと楽しく」をコンセプトに顧客と体験価値を共有し、実際に利用するユーザーの声としてサービス改善と開発に活かすことで顧客満足度を高めています。



ユニクロを展開する**ファーストリテイリング**が提供する「StyleHint(スタイルヒント)-着こなし発見アプリ」。自社商品のスタイリングを顧客に投稿してもらい共有するアプリで、顧客がどのように自社製品の着こなしをしているかを、企業が知る仕組みとして有効に機能している事例。顧客の経験価値は、データとして集積されることで大きな価値を生み出します。さらに顧客同士がつながる共創を活用し、製品の強みを引き出すこともでき、自社ブランドの推奨を得られる仕組みとなっています。



顧客からのフィードバックは自社商品・サービス向上の重要なカギ！

顧客を一方向的なビジネスの相手ではなく、新たな価値創出のパートナーとして捉え、双方向の(インタラクティブ)関係を構築していきましょう。

企業の枠を超えたつながり 異業種・大学・地域



ソフトバンクは、企業と新規ビジネスの共創と普及に取り組むパートナーシッププログラム「**ONE SHIP**」を開始。課題を提示するイノベティブパートナー、サービスの技術支援をするソリューションパートナー、サービスの販売支援をするセールspartnerの3つのカテゴリーで構成。イノベティブパートナーが、社会課題や自社の経営課題を『ONE SHIP』の中で共有。そこでソリューションパートナーが自社のテクノロジーを活用した解決を提案。そして生まれたサービスをセールspartnerが拡販する流れになっています。運営を通じてさまざまな企業のテクノロジーとアクセス可能な状況をつくり、最適なソリューションの提供ができる仕組みを構築した事例です。



日立はイノベーション創生を加速するための研究開発拠点「**協創の森**」を、東京都国分寺市に開設しました。社会課題への解決ビジョンを共有して、アイデアソンやハッカソンなどのイベントを通じて新たな事業機会を探索します。アイデアが具現化すると、研究者もディスカッションに加わり、建物内に完備されたクリーンルームで試作品を即時つくることができます。さらに、地域の人々とも連携し、実証実験を行います。顧客である企業や行政、日立のデザイナーや研究者、そして地域が対話を通じて一緒にイノベーション創出に取り組める場所、それが「協創の森」です。



花王と東京理科大学は共同研究契約を締結し、「**花王Kireiな未来共創プロジェクト**」を設置した(産学連携)。理科大が持つ有機合成化学や界面科学に関する世界をリードする知見と、花王が持つ化学・材料科学・商品開発のノウハウを融合させることで、イノベティブな成果を創出する体制を構築し、研究開発を推進することで、人々の健康な暮らしに貢献したいと考えています。2021年からは人の汗などに含まれる物質から発電した電気を供給するバイオ燃料電池の研究を開始しており、ヘルスケア事業での活用を狙っています。

産官学連携 共創プロジェクト事例

2022年最新事例

JTBのマッチングにより連携可能に！

産（トヨタレンタリース・矢崎総業）
官（沖縄県・宮古島市・石垣市）
学（琉球大学・東京大学）

JTBは
産官学連携の
Bridgeです

車載アプリで事故の危険を注意喚起！ —速度超過や急発進の減少に挑む—

【琉球新報デジタルより一部抜粋】

レンタカー事故の未然防止を目的とした実証実験で、車載タブレット用アプリを使い事故の危険を運転手に知らせることにより、速度超過や急発進の発生率を減らせたとの結果を発表した。10月1日から、トヨタ自動車（愛知県）が保有する走行データも組み合わせた検証や、訪日観光客向けの多言語対応を踏まえた新たな実証実験を開始している。

実証実験は昨年12月に開始。トヨタレンタリース沖縄と矢崎総業（東京都）、JTB（同）、トヨタ・モビリティ基金（同）が実施した。過去の事故データから設定した沖縄本島内8カ所の事故多発交差点に近づく、車載アプリが危険を知らせ、注意喚起する音声が出る仕組み。

今年5月31日までに延べ495台のデータが得られた。実証前のデータとの比較で、危険通知により速度超過の発生率は46%減、急発進は49%減、急加速は78%減、急減速は50%減と、運転手の顕著な行動変化が確認されたという。

新たな実証実験にトヨタ自動車や琉球大、東京大の研究者が参加。対象を宮古島市や石垣市に拡大し、8地点以外にも事故が起きる可能性が高い場所を抽出する。外国人観光客回復を見込み、多言語対応も進める。

「産・官・学」の抱える課題、強みをJT Bは知っています

「持続可能な価値の提供」「持続可能な観光地域」「その創り手となる人財を育てる」

この3つの課題は産官学それぞれの課題であり密接に絡み合っているのです。

それぞれが単独で取り組むのではなく連携を図り、新たなイノベーション創出が必要です。

JT Bはそれぞれの接点と知見を持っており、それぞれを「つなぐ」ブリッジとなります。

産 事業化・収益化のノウハウが強み

—企業が子供の夢あるキャリアを応援、サポートする。

—企業が地域の活性化を後押しすることができる。

官 法・条例、規制インフラ整備が可能

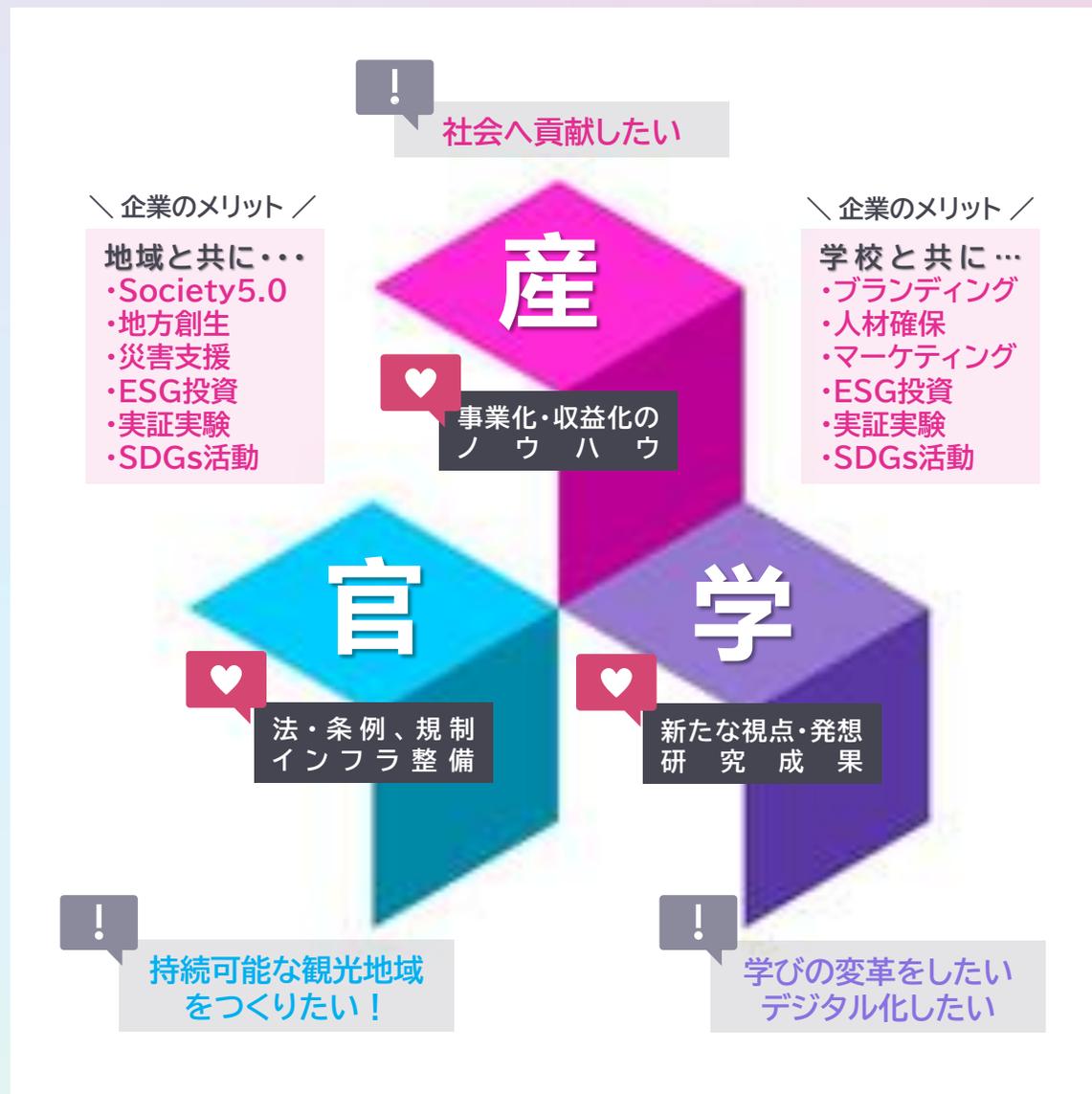
—地域ならではのモノが企業活動のチカラとなる。

—地域が未来を担う子供たちの生きるチカラを育む。

学 新たな視点・発想、研究成果をもつ

—学校が社会・企業の求める人財を育成・輩出する。

—教育が地域で活躍する未来の人財を育てる。





JTBの価値創造とは？

—一人・地域・企業・世界を「つなぐ・つなげる」—



100年の歴史で培った日本でも有数の産官学それぞれとの接点、知見の蓄積が強み



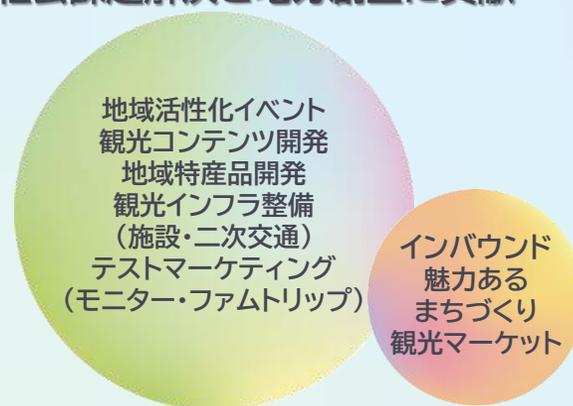
民間企業【産】
35,000社

ソリューション提供



政府・地方公共団体【官】
555市区町村

社会課題解決と地方創生に貢献



学校・教育機関【学】
58,000校

社会に開かれた学びを生み出す



JTBの武器は、ソリューションの幅、人、総合力

激しい環境の変化に伴い、企業が抱える課題は複雑化・多様化しています。

JTBグループでは「エンゲージメント」を大切に、
デジタルとヒューマンタッチを融合させたソリューションを提供する事で、お客様の課題解決に貢献します。

共創事業のパートナーを探している、
「共創につながるアイデアを考えたい」という課題をお持ちの方は
JTBまでお気軽にご相談ください！

——本資料が「共創」への具体的なアクションに繋がれば幸いです



私たちのHPはこちらから！
旅行だけじゃない、JTB。



本件に関するお問い合わせ先

株式会社JTB ビジネスソリューション事業本部
第一事業部 営業推進チーム

〒163-0425 東京都新宿区西新宿2-1-1
新宿三井ビル25階

メール:shinjuku1_3@jtb.com

TEL:03-5539-2851(09:30~17:30/土日祝休)