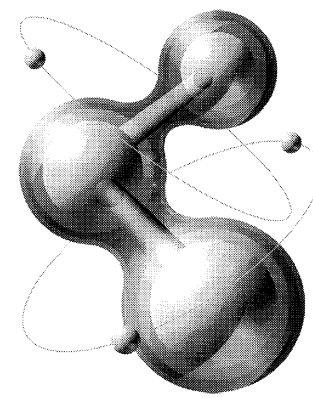


ビジネスモデル価値創造研究会シンポジウム

価値を全体で生み出す

価値創造エコシステム構築への取り組み

モノづくり日本会議は7月30日、大阪市北区のグランフロント大阪で、ビジネスモデル価値創造研究会シンポジウム「価値を『全体』で生み出す 価値創造エコシステム構築への取り組み」を開催した。企業1社だけでなくすべてのステークホルダーが取り組むべき価値創造のエコシステムづくりに関して、先端的な挑戦をはじめ、多面的に検討した。



モノづくり日本会議
モノづくりへの挑戦

基調講演

人の心と行動と、社会してきたが、モノづくりの関わりを科学的に研究してきた。顧客が商品を買いたくなるという心のメカニズムを、マーケティングや販売に生かす。机上論に終わらせず、現場で実践することが重要だ。これまでも「感性価値創造」という取り組みをした価値創造をするよう



オラクルひと・しくみ 研究所代表
小阪 裕司氏

消費者にきちんと情報届ける

に、問題提起している。そのためには今回登場いただく2社は良い例。単独ではなくエコシステムの中に存在している、という視野を持たなければならぬ。食品スーパーの農産物販売を例に考えてみると、どんな生産者があるように価値のあるものを作っているかという情報が、きちんと消費者にまで届けば、良いものが売れるはず。その半面、関係者全員が価値創造を実現するエコシステムを作っていくためには、サプライチェーンの全員が共通の目標に向かって進む必要がある。これは、危機感を持っていただきたい。

特別講演

価値創造のためのオープンイノベーションはいかにして成しえるか



新規事業推進部新規事業推進5課オープンイノベーション推進チームマネージャー
牛尾 隆一氏

当社はオープンイノベーションを主戦略としていないわけではない。既存の事業が好調であったとしても、20年先、30年先を見据えた新しい取り組みもやってくる人がいなければならぬ、と私自身は考えている。それは会社の中だけでは新しいものはなかなか生まれないので、社外に出てさまざまな会社、大学などに出会い、何かを生み出しているメンバーが

ギブ・ギブ・ギブで多様な関係を

よつとということもある。価値自体を新たに生み出すことは一企業だけでは非常に難しいので、会社の壁にこだわらず進めるべきだ。例えばモノづくりの中で困っているプロセスや技術の課題を、自社だけで解決しようというのではなく、日本の中小企業が持っているような進んだ技術を探そう。こうしたことを近畿経済産業局や大阪商工会議所とも連携して

サプライチェーン全体での価値創造のための実践コミュニティの構築

事例 当社は木材、階段、手すりなど木質建材を年間300億円ほど扱っている。大手ハウスメーカー向け、地域に密着したホームビルダー向け、リノベーター向け、リフォーム向け、ハウズマン向けなど。3年前に社長と共創でオープンイノベーションを起し、ビジネスを再構築した。2015年からリノベーション市場を攻略する。新築住宅ビジネスは今後市場が小さくなるので、リフォームや海外、非住宅を狙う。当社の商品の価値はエンドユーザーにまで届くか。M&A、リノベーションの会社は合併・買収に打って



朝日ウッドテック 社長
海堀 哲也氏

地域リフォーム店と共創

パネルディスカッション

小阪 オープンイノベーションについて考えてきたので、ざっくりいろんな雰囲気ややりたい。そこで会場の皆さんも初めて会った隣の方と、最近あった良い出来事を紹介し合ってもらいたい。(ブレイクタイム) 牛尾 私が外部からアイデアを持ち帰っても、社内他部署がすぐに行動を起こすことはない。自分がその場に関わり、相手の熱さや面白いポイントを見つけてくるのが大切だ。ビジネスを立ち上げる候補になりそうなる者を外に出して、人に会わせる。みなとみらいのように多くのエン지니어がいれば、毎日そうした場を仕掛けてくれる外部のコーディネーターもいる。海堀 個人密着型のリフォーム店さん4社が集まってもらったところ、意見交換が何時間も続いた。これを繰り返す。早く成果を出す



対話繰り返し相手の熱さや面白さ発見

小阪 オープンイノベーションの場は誰かが作らなければ。海堀 場を作るのに時間がかかるけれど、実はカネはかかるらない。気が向いた時に集まってもらって話をすればよい。その集め方、テーマの設定の仕方などもだんだんわかってくるはずだ。小阪 集团的知性が集まるにはコミュニケーション意識、仲間意識が必要で、そこに知恵を交換する力が動く。牛尾 あるアイデアを誰が先に言い出したかが問題ではなく、そうしたスタートの場から持ち帰ってモノにした人が勝ちなのだ。

「モノづくり日本会議」は、2007年9月に設立した「モノづくり推進会議」での活動を土台に、広域企業ネットワークや他機関との連携を活用し、日本のモノづくり産業の強化に役立つ実践的な勉強会・シンポジウムなどのイベントや交流会などの活動を展開しており、日刊工業新聞社が事務局を務めさせていただいている団体です。少子高齢化、環境対応、資源・エネルギー問題など様々な課題を乗り越え、「超」モノづくりの推進をテーマに、事業を進めております。これまでの取り組みを発展・拡充させるとともに、IoTやAIを含めたロボット産業や「防災イノベーション」など、横断的テーマについては、より実践的な成果を目指します。先進的な技術やノウハウを有する会員企業をはじめ、多彩な連携機関のご協力をいただき、モノづくり産業のさらなる発展を目指して事業を展開し、モノづくり産業の競争力強化につながるよう、地域間、企業間連携をおこない、ビジネスマッチングなども図っていきます。

モノづくり日本会議の事業

- 「グローバル競争力強化関連事業」
 - モノづくり力徹底強化検討会
 - 人材育成関連事業
 - 長寿企業イノベーション勉強会
 - ビジネスモデル価値創造研究会
 - 新モビリティ研究会
- 「新産業・ビジネス創出/ビジネスモデル構想力向上検討事業」
 - 新産業創出検討会
 - ◇新産業技術促進検討会
 - ◇農工商連携勉強会
 - ロボット研究会
 - ◇ロボットビジネス 2020
 - AI研究会
- その他の事業コンテンツ
 - 交流・マッチング事業
 - 顕彰事業 ○モノづくり部品大賞
 - モノづくり推進シンポジウム
 - 特別講演会
 - ◇防災イノベーション
 - 地区別研究会
 - ◇中部地区研究会

各事業の詳細は、モノづくり日本会議ホームページ (www.cho-monodzukuri.jp) をご覧ください。