

## タイトル；マーケティングでの「学びの場」とユーザー・イノベーション 【ポスターセッションでの意図を記述します】

マーケティング・マネジメント領域での「イノベーション教育」をテーマとするポスターセッション。従来、マーケティングは、顧客での欲求へ寄り添い、「市場適応」をベースとする方法論を探求してきた。しかし、今、企業では、精緻な顧客志向になればなるほど、「破壊的イノベーション」に晒されていくジレンマが指摘されている。(イノベーションのジレンマ＝クレイトン・クリステンセン) こうしたジレンマの一方で、マクロウキノミクスなど新しい視点から、ビジネス生態系を前提として、“社会共創”を織り込んでいく試みが、いくつもなされている。

このセッションでは、イノベーションと顧客志向を創発させうる<学び>の場に注目し、特に、ユーザーが使用文脈において自発的に新しい価値を創発していく「ユーザー・イノベーション」の在り方に注目する。こうしたユーザーサイドを起点に起きる「価値共創」を、新しい事業展開への掘り下げるトリガーとして捉える（Deepening 軸）と同時に、それをどのように、企業サイドの商品・サービス開発に結びつけ、企業活動の体系でその価値を拡大していくのか？（Widening 軸）、こうした2つの軸を下敷きにしてLEGO,NIKE、などを始めとする、いくつかの企業の事例をベースに、そこでの「学び」の役割について意見交換したい。(例えば、差別化が効かないコモディティに対抗するカテゴリー・イノベーションや、顧客やステークホルダーとの「場づくり」から始まる事業共創、ユーザー・イノベーションなどでの学びとの結びつき)

皆様の実践される教育の「場づくり」との比較対照を通じて、「ワークショップスタイル」での共創の可能性について広く認識を深め、事業価値と社会価値を往還する「ユーザー・イノベーション」の可能性について、さらなる「問題意識」を高めることを目的とする。

### 【セッションメンバー】

森 一彦（関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授）

熊沢 拓（株式会社ソーシャルインパクト・リサーチ 代表パートナー）

青木 慶（神戸大学大学院経営学研究科 博士後期課程）

参考文献；

「クリステンセン経営論」M,クリステンセン（ダイヤモンド社2013）

「マクロウキノミクス」Dタブスコット、AD ウィリアムス（ディスカバー2013）

「ユーザー・イノベーション」小川進（東洋経済新報社2013）

「共創志向性」小野譲司・阿久津 聡・藤川佳則・芳賀麻誉美（日本マーケティングジャーナル 131号2014）

◆連絡先；森一彦 [kazukazumori@gmail.com](mailto:kazukazumori@gmail.com)

問題意識

コモディティ問題/ユーザー主導ステージでの価値創造

コモディティ問題

コモディティ化は企業経営の深刻な課題となっている  
参入企業が増加し、商品の差別化が困難となり、価格競争の結果、利益が上げられないほどに価格低下すること(延岡2006)



(多くの製品やサービスが、本質部分で差別化が困難となり、どのブランドを取り上げても顧客側からするとほとんど違いを見出すことができない状況(黒瀬2007))

一定のスペックがあれば、どれも同じと着目されて買いたがれてしまう特徴を持つ

(滝本:京大2012)

ユーザー主導

顧客主導時代

- 1)情報の非対称性が減少(均衡、あるいは、逆転も)
- 2)送り手の統制困難
- 3)相対化するマスメディア=広告(個人情報発信増大)
- 4)見える化する情報過程(持続可能なコミュニケーションシステム)

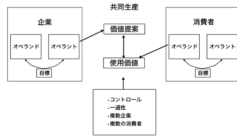
継続的情報収集  
(傾聴=リスニング)

発信情報の統合管理  
(コミュニケーション・マネジメント)

顧客との関わりを活性する=アクティベーションの重要性

対話型コミュニケーション  
(顧客参加型コミュニケーション、顧客とシェア可能なメディアの確保)

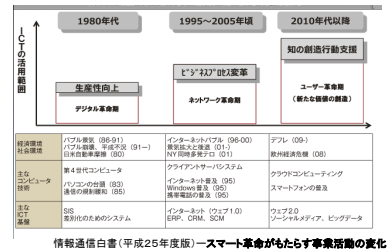
図表-3 企業と消費者の資源インタラクション



引用: Arnold, Devin and MaheshBabu, yk

参考文献:「共創志向性」日本マーケティングジャーナル131(2014)

価値創造

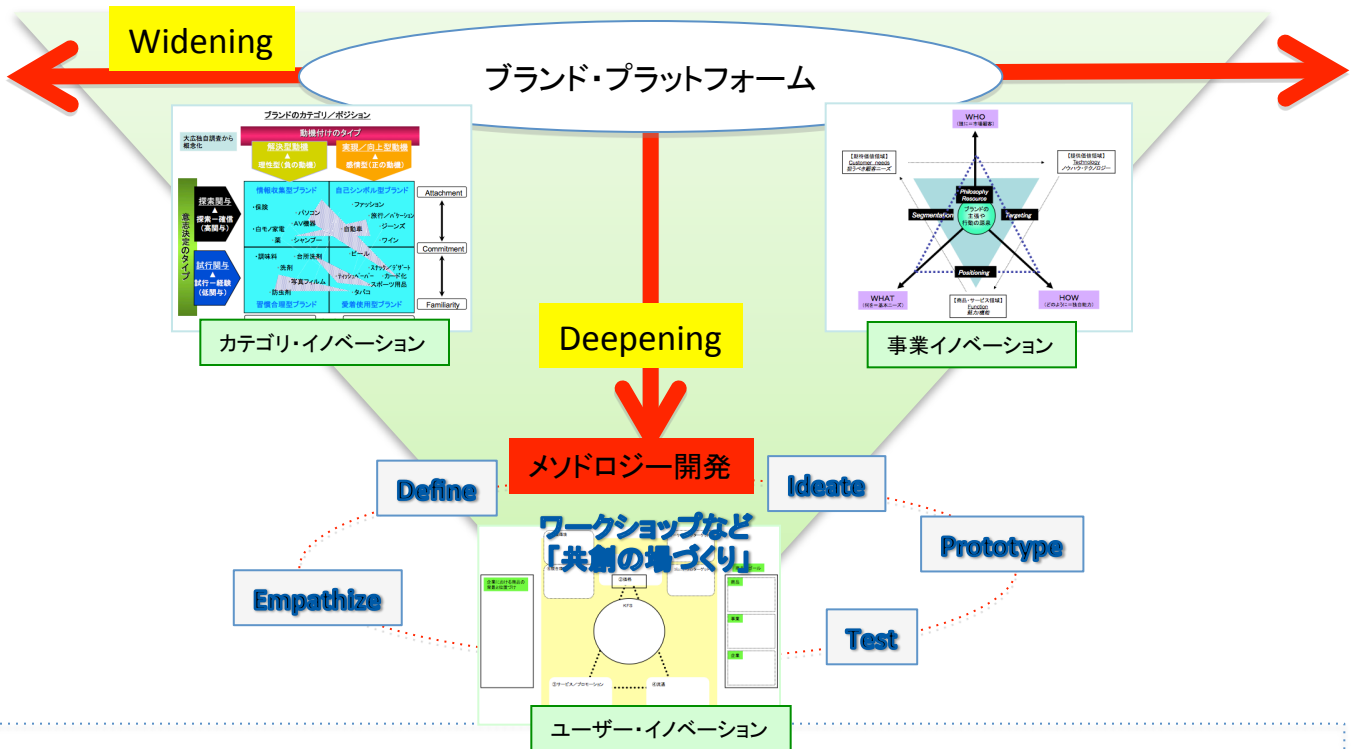


情報通信白書(平成25年度版)ースマート革命もたらす事業活動の進化

問題提起

マーケティング・システム(関係性)にイノベーションを融合する

ワークショップなど共創の「場」を通じて、ユーザー価値を融合させることで、どのように、ブランド基盤にイノベーションをもたらすのか？



Examples of user innovation and co-creation:

- LEGO Mindstorms**: <http://mindstorms.lego.com/en-us/default.aspx>
- Starbucks My Starbucks Idea**: <http://mystarbucksidea.force.com/ideaHome>
- NIKE+ FUEL BAND SE**: [http://www.nike.com/jp/ja\\_jp/?fp=lp/nikeplus-fuelband](http://www.nike.com/jp/ja_jp/?fp=lp/nikeplus-fuelband)
- MakerBot Thingiverse**: <http://www.thingiverse.com>
- Quirky**: <http://www.quirky.com/>
- Tinkercad**: <https://tinkercad.com/>