

新しいUXを生み出す共創実践の場 ～ FUJITSU Knowledge Integration Base PLY ～

FUJITSU Knowledge Integration Base PLY: Co-creation Platform for New UX

● 日高豪一 ● 高崎 徹 ● 佐々木泰樹

あらまし

デジタルビジネス時代の到来に伴い、デジタルテクノロジーを活用して新たな価値を生み出す試みが始まっている。その実現には、従来の工程に従って行うウォーターフォール型の開発だけでなく、製品やサービスの利用を通じて得られるユーザーエクスペリエンス(UX)を重視して、お客様とともに開発することが求められる。そういった共創実践の場として、2016年5月に富士通ソリューションスクエア(東京都大田区)に作られたのが、FUJITSU Knowledge Integration Base PLY(以下、PLY)である。PLYは、これまで共創を実践してきたSEが使いたいと思える環境づくりやコンセプトをSEとともに考え、お客様と新たな価値を生み出すことのできる場を目指して開設した。

本稿では、PLYの場作りや共創に向けた取り組みについて述べる。

Abstract

As we approach the digital business era, there are fresh initiatives to create new value from digital technologies. These initiatives involve not only the so-called waterfall development based on existing processes, but also collaborative efforts with customers through the user experience (UX), which can only be gained from the people who use products and services. To provide a venue for such co-creation, we launched in May 2016 the FUJITSU Knowledge Integration Base PLY (hereafter, "PLY") at the Fujitsu Solution Square in Ota City, Tokyo. The concept behind PLY is to provide a space where system engineers with experience in co-creation engage with customers to develop new value based on the environment and concepts supported by these engineers. This paper describes how we created the PLY environment and moved forward with the co-creation initiatives.

まえがき

近年、顧客市場の飽和やデジタルテクノロジーの進展に伴い、ICTを活用して新たな価値を生み出すことが期待されてきている。こういったSoE（Systems of Engagement）の領域は、従来の業務システム構築といったSoR（Systems of Record）の領域とは異なる未知の領域であるため、お客様が明確に要求できないこともある。そのため、SE自身が新たな価値を生み出すパートナーとなり、お客様の新たな事業やサービスの創出を支援し、ともに創り上げていくことが求められる。

一方、モバイルやソーシャルメディアなどのICTはエンドユーザー向けに飛躍的に進化を遂げ、一部のエンドユーザーのICTリテラシーは旧来とは比較にならないほど高くなった。そのため、新たな価値を生み出す際には、技術者視点だけでなく、その先の消費者や現場利用者の体験、いわゆるユーザーエクスペリエンス（UX）をより重視することが求められる。

このような背景から、消費者や現場部門を含む多様な人材と接することができ、共創を実践する場所、いわゆるオープンイノベーションの場が必要とされた。筆者らは、開設する共創実践の場の目的を挙げてみた。

- ・様々なバックグラウンドのあるエンジニアを中心に、企業、地域住民など多様な人材と交流できる場であること。

- ・新たなことにチャレンジできる、日常から離れた空間であること。

- ・何より、実践するSE自身が愛着を持つこと。

これらの結果から、SEの最大拠点である富士通ソリューションスクエア（東京都大田区）に、FUJITSU Knowledge Integration Base PLY（以下、PLY）を構築することになった。

本稿では、新たな価値創出を加速させるための共創実践の場であるPLYの構築について述べる。

共創のためのサービス体系と価値創出プロセス

富士通では、これまでの共創実践のノウハウを基に、お客様とともに新たな価値を創り出すプログラムやサービスを体系化している（図-1）。新たな価値創出に向けたプロセスとして、「情報収集・問題発見」「アイデア創出」「サービスの実装」の三つのフェーズを定義した。これらのフェーズをお客様と富士通のSEが迅速に繰り返すことによって、タイムリーに新たな価値を生み出していく。このサービス体系を実践する場として位置付けているのが、PLYである。以下、本体系の各フェーズを紹介する。

（1）情報収集・問題発見

デジタルビジネス領域では、市場ニーズの多様化や技術の進化により、消費者や利用者の要求が明確でないため、要件自体が決めにくくなっている。このため本サービス体系では、まず現場観察による潜在ニーズの発掘や、技術・市場の動向分

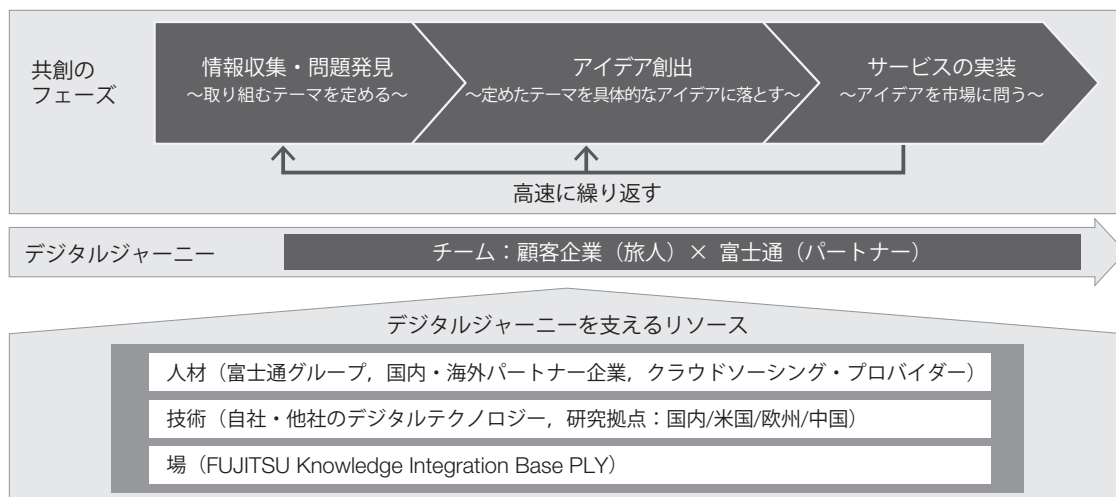


図-1 共創のためのサービス体系

析といった情報収集を行う。また、多くの人々の共感を生むような問題を発見する。

(2) アイデア創出

本フェーズでは、収集した情報や発見した問題からアイデア（解決策）を創り出す。デザイン思考ワークショップやハッカソンなどを活用して、できる限り多くのアイデアを生み出し、それらを検証する。検証は、目指すべき方向性に対して、関係するステークホルダーや「異質の知」と呼ばれる多様な知見を取り入れて行う。⁽¹⁾ また、消費者や利用者の声を重視して、提供する製品やサービスが本当に価値のあるものかどうかの価値仮説を迅速に検証していく。

(3) サービスの実装

ある程度アイデアが絞られてきたら、検証可能な実際のサービスやプロダクトに近いプロトタイプを作る。これを利用して、構築→計測→学習のようなフィードバックループを回すことで、有用性やビジネス性の検証を行っていく。サービス実装フェーズでは、最小限の機能を搭載した製品（MVP：Minimum Viable Product）を定義し、スモールスタートで不確実性を減らしていくことを主眼としたリーン型で素早く検証を繰り返す。

センサーやモバイルなどのデジタルテクノロジーの進展に伴い、システムだけにとどまらず、必要であれば簡単なハードウェアも作って検証していくことが求められる。最近では、3Dプリンターなどでモックアップを簡単に作って検証できる環境も整ってきている。これらを活用して、より実際のサービスやプロダクトに近いものを作り、有用性・ビジネス性を見極めていくことで、粘り強

く価値仮説していくことから、持続的に拡大を検証する成長仮説へと広げていく。

PLYのコンセプトと空間設計

PLYのコンセプトは、「知と知を織り成し、未来を紡ぐ共創実践の場」である。PLYは、「想いと想いを繋ぎ合わせる」「点と点が線となり、線と線が形となり、形がいくつも積み重なっていく」を意味している。また、PLY（プライ）という言葉の響きから連想される「PLAY＝楽しむ」も共創実践の場にふさわしい。PLYは、構想（コンセプトメイキングワークショップの開催）、構築（コンセプト決定、利用シーン検討ワークショップ、空間）を経て運用（活動）に至った（図-2）。

コンセプトメイキングワークショップは、利用者に愛着を持ってもらうために、富士通のSEやパートナー企業とともに開催した。更に、PLYという場の具体的な利用シーンを検討するワークショップを実施し、そこで出されたアイデアを設計上の要求機能とした。前章で紹介した共創のためのサービス体系プロセス（情報収集・問題発見、アイデア創出、サービスの実装）の活動を支えるコト（目的）を起点にしてデザインされている。

レイアウトも上述のプロセスに即した形となっている（図-3）。まず、入口付近の情報収集・問題発見をテーマとした空間（WAITING EXHIBITION Space）は、様々な分野における現場の課題や、技術・アイデアに触れられる場になっている。ハッカソンから生まれてきたプロトタイプや、アイデアカード（様々な分野におけるアイデアが、短いタイトルとイラストのみでまとめて

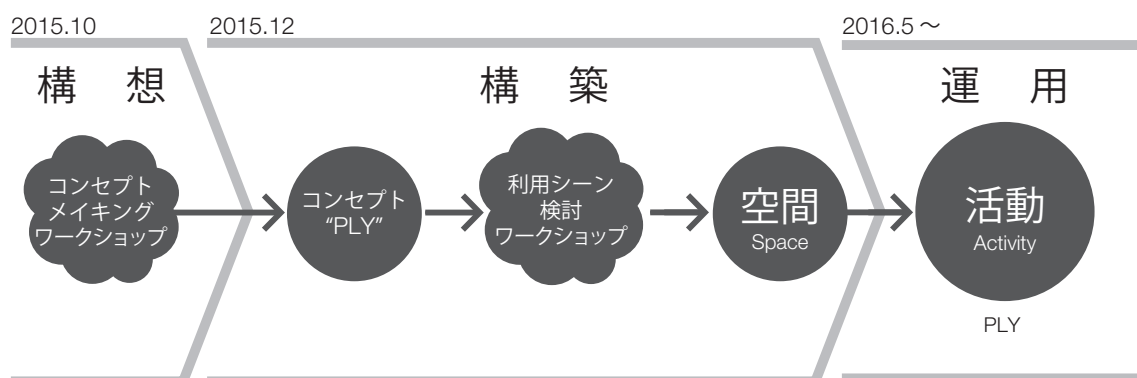


図-2 運用開始までのプロセス

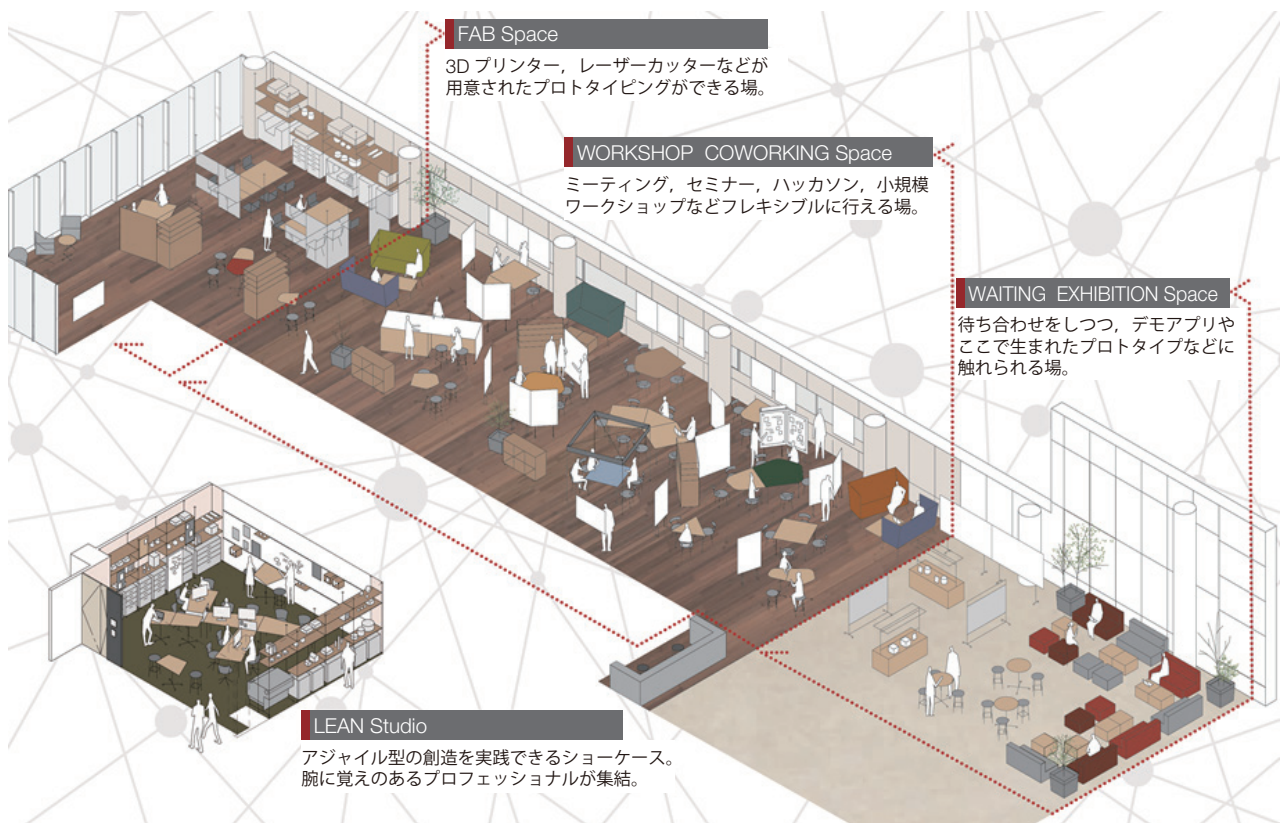


図-3 PLYの空間と活用イメージ

あり、短時間に大量かつ幅広いインプットが得られるツール）が展示されている。

次に、アイデア創出をテーマにした空間（WORKSHOP COWORKING Space）は、ミーティング、セミナー、ハッカソン、ワークショップを実施することを想定して構築した。ユーザーがそれぞれの活動の規模に合わせて、机・椅子などを自由にレイアウトして使うことができる。

更に、サービスの実装をテーマとする空間（FAB Space）は、レーザーカッターや3Dプリンターなどを設置し、自由にプロトタイピングができる。また、アイデアを素早く形にするアジャイル開発のスペシャリストが集うLEAN Studioがある。これらの空間を使って上述した三つのプロセスを素早く連続で実践することが、PLYの構成の特徴となっている。

筆者らは、PLYでの豊かなUXとは、SEとSE以外の異質な知を持つユーザー同士による未来を紡ぐ創造的体験と捉え、UXを意識した一貫性のある空間を構築した。

PLY活用促進に向けた取り組み

2016年7月の開設後の半年間で、社内外の延べ1万4,000人以上がPLYを利用し、100を超えるワークショップが開催されている（2017年2月時点）。PLYでは、積極的に社内外向けのイベントや施策を実施してきた。以下に、その一部を紹介する。

(1) IDEA WORKSHOP

新しいことを起こしたいと考える企業や、新たな事業開発を目指す人々との連携を目指したイベントを定期的で開催している。

その一つとして、2016年8月には、「カメラの常識を再定義しよう」というタイトルで、カメラメーカーの新規事業開発推進者を招いたイベントを開催した。「そもそも人はなぜカメラを使うのか」を問い直すべく、メーカー、サービス提供者、および利用者とともに、新たなカメラの価値を考えるワークショップを実施した。ソーシャルメディアを通じて社内外に参加者を募集し、社外から17名、富士通グループから16名の計33名が参加した。な

お参加者からは、顧客の信頼を測る指標であるネットプロモータースコア（NPS）が68.8%と高い評価を得ることができた。参加者から、「新たな気づきを得られた」「新しいつながりができた」と、PLYを実感できたといったコメントをいただいた。こういった活動は主要なソーシャルメディアで発信し、更なる社内外の巻き込みにつなげている。

（2）部門横断WG

大企業では、部門の縦割りが残っていることが多い。こういった部門を越えた活動を活性化するために、富士通では各部門から推進者を選出し、部門横断型のワーキンググループ（WG）を立ち上げた。このWGの目的は二つある。一つ目は、推進者を通じた社内各部門へのPLY活動の伝播である。二つ目は、各部門における課題認識の共有と緩やかな業種横断の取り組みの推進である。

このWGをきっかけに、各部門の自律的な共創が増えている。更に、こういった活動の中から、少しずつではあるが業種横断型の活動が生まれつつある。

（3）あしたのコミュニティーラボとDigital Innovation Lab

社外のキーパーソンとの関係構築や、課題解決のアイデア考案と実現性を検討するためのWebサイトを立ち上げた⁽²⁾ あしたのコミュニティーラボは、2012年に開設した社会の変化から明日につながるビジネスや暮らしのヒントを見つけるメディアである。Digital Innovation Labは、2015年に開設したICT活用のヒントを発信するプラットフォームである。

PLYでは、これらのバーチャルなメディアを通じて関係を構築してきた社外のイノベーターと富士通のナレッジを融合し、新たなビジネス創出を仕掛けている。

活性化に向けた取り組み

これまでは、PLYの概要と利用促進・利用者主体の自律的運用に向けた取り組みについて紹介してきた。富士通ではPLYを活用し、継続して新たな価値を創出するため、共創できる人材の育成やビジネス化を加速する新たなプログラムや、サービスの開発を進めている。以下に、そのいくつかを紹介する。

（1）FUJI HACK 2016

富士通グループでは、2014年から共創を実践する人材の育成に向け、FUJI HACKと称したハッカソンを開催している。2016年は、8月29日～9月2日をハッカソンチャレンジWeekと定め、延べ4回のハッカソンをPLYで開催した（図-4）。開催期間中にPLYに来場いただければ、いつでも「イノベーションの息吹」を感じていただけることを本会の特徴の一つとした。参加者88名のうち、10名は社外から参加いただいた。また、テレビ局や新聞社などのメディアからも取材を受けるなど、富士通の共創活動を社外に知っていただく機会となった。

（2）PLYチャレンジ

これまでは事業や体制の変化により、アイデア創出からサービスの実装までのビジネス検証が長期化する傾向があった。この課題を解決するために、アイデア創出からプロトタイプによる仮説検証までを、2週間（実働2.5日）で実施するプログラムの開発に取り組んでいる。コンサルタント、デザイナー、エンジニアを含めたクロスファンクショナルチームを作り、トライアルを進めている。

（3）活動支援ツール

実現したいアイデアはあるが、専門家の知見や様々なスキルが必要となる場合や、既存のメンバーだけでは解決手段を見つけれない場合も多い。そこで、協力してもらえる社内の有識者をWebで募る支援ツールを提供している。このように、組織を越えたコラボレーションの拡充を図っている。



図-4 PLYでのFUJI HACKの様子

む す び

本稿では、共創実践の場を作った経緯、場に込めた想い、そして、利用促進・活性化に向けた取り組みを述べた。本稿で紹介したPLYは、共創実践を加速させるために自ら場を作った点が評価され、2016年度のGOOD DESIGN AWARDのグッドデザイン賞を受賞した⁽³⁾。

PLYは、共創実践の場として既に多くのSEに利用されている。本活動に共感いただき、ともに新たな価値を生み出そうとするパートナーの輪も広がりがつつある。PLYに立ち寄れば、新たな出会いや気づきを得られる、そういった場を目指している。組織や会社を越えて更に多くの人を巻き込み、融合するために、地域社会とのつながりやメディアを通じた発信と共感を粘り強く進めていくことが必要と考えている。また社内外には、ほかにも様々な共創の場が育ってきている。そういった場とも連携し参加者に共感を与えるとともに、大きな市場を生み出していくことに取り組んでいきたい。

最後に、筆者らが目指すところは、これまでのやり方に対して変革を伴うものであり、すぐに全ての人に受け入れられるものではない。このような場合、今回のアプローチのように現場を巻き込み、利用者視点を取り入れて共感を得ることにより、皆で作り上げていくことが有効である。場作りにおいては、企画から運用までの全てのことに對して、オープンに形作られていくべきである。共創とは、我々自身が変革し、社内外の多くのステークホルダーを巻き込んで、より大きな課題に取り組むことであると考えている。そのためには、よりオープンなマインドでリアルとバーチャルのそれぞれの場を通して、継続的につながりを作れるプロセスが重要である。それなくして継続的な企業の存続はないと考えている。

是非、読者の皆様にもPLYに足を運んでいただき、共創のパートナーとして新たな価値創出をともに考えていただければ幸いである。

参考文献

- (1) フランシスJ. ギヤールほか：共創型コミュニティで顧客の問題を解決する。DIAMONDハーバード・ビ

ジネス・レビュー、p.70-80（2013）。

- (2) 武田英裕ほか：自社メディアを活用した共創型サービス創出のための仕組みづくり。情報処理学会デジタルプラクティス、Vol.7, No.2, p.87-94（2016）。

- (3) GOOD DESIGN AWARD：デジタル時代の共創実践プラットフォーム [FUJITSU Knowledge Integration Base PLY]。

<https://www.g-mark.org/award/describe/44518>

著者紹介



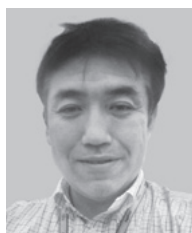
日高豪一（ひだか こういち）

サービステクノロジー本部
先端技術統括部
デジタルビジネスにおけるメソドロジーの整備・展開、およびPLYの企画・運営に従事。



高崎 徹（たかさき とおる）

富士通デザイン（株）
サービスインテグレーション・デザイングループ
UX起点での空間・場づくりデザイン・コンセプト立案業務に従事。



佐々木泰樹（ささき やすき）

デジタルフロント事業本部
事業推進部
デジタルビジネスに適した制度企画・適用推進に従事。