

## 第一回

## 2017年12月8日(金) デザイン思考の本質

13:30~13:35

オープニング

## 基調講演

13:35~14:35

機会発見手法の特徴を整理する

## 機会発見 —生活者起点の市場のつくり方

- デザイン思考の本質は「問題解決」ではなく、「機会発見」にある
- デザイン思考の実践ガイドである『機会発見—生活者起点で市場をつくる』を題材に、既存の分析的アプローチに対する機会発見的アプローチの特徴を解説
- 機会発見アプローチの具体的な進め方だけでなく、ワークスタイルの特徴や組織に取り込む際のコツなども併せて紹介

## 株式会社 博報堂

ブランド・イノベーションデザイン局 HUX部 部長/ストラテジックプランニングディレクター

岩崎 博論 氏

博報堂においてマーケティング、ブランド戦略立案業務に携わった後、米国シカゴのデザインスクールを修了。米国デザインファームでのインターンを経て、現在はUX起点の新規事業開発、製品・サービス開発プロジェクトをリードしている。著書に『機会発見—生活者起点で市場をつくる』(英治出版)などがある。



## ゲスト事例講演

14:35~15:35

実践でわかった、デザイン思考の本質!

富士フィルムにおけるオープンイノベーションの取り組み  
“「融知・創新」活動から「共創」へ”

- 富士フィルムって何の会社
- 先進研究所における「融知・創新」活動
- 技術の体感から共創を生み出す「場」づくり
- 未来を描くことと 問い続けること

## 富士フィルム株式会社

経営企画本部 イノベーション戦略企画部 Open Innovation Hub館長

小島 健嗣 氏

1986年入社。デザインセンターにてプロダクトデザインを担当し、インターフェース、ユーザビリティ、ソリューションの各デザインを導入。その後、研究所で知を融合するために、デザイン思考を活用したワークショップを実践。2011年より技術戦略部でオープンイノベーションを担当。2014年Open Innovation Hub開設。



15:35~15:45

Coffee Break

## 対 談

15:45~16:15

## 富士フィルム株式会社

経営企画本部 イノベーション戦略企画部  
Open Innovation Hub館長

小島 健嗣 氏

- それぞれの講演をとおして得られた気づきの整理
- 課題解決へのヒント共有

## 株式会社 博報堂

ブランド・イノベーションデザイン局 HUX部 部長/  
ストラテジックプランニングディレクター

岩崎 博論 氏

## 個別Q&amp;A

16:15~16:45

テーブル毎、登壇者が回遊する<ワークセッション>となります。  
インタラクションな質疑応答時間、新しい気づきの連鎖、より深い経験の共有にご活用下さい。

## 第二回

## 2018年2月6日(火) 未来を実現する意思

13:30~13:35

オープニング

## イシューセットアップ

13:35~14:00

参加者間のフリーディスカッション&課題共有  
(ディスカッショントピック例:「あなたの会社のイノベーションへの壁は?」)

## 基調講演

14:00~15:00

未来を実現させるためのヒント

## 好きの未来 わたしの熱が世界をまわす

生活総研が継続して行っている大規模意識調査『生活定点』によると、生活者のあいだに「この先、良くも悪くもならない」という認識が広がるとともに、この状況を悲観することなく身近な幸せを感じて暮らしていることがわかりました。しかし、ありのままを快適とする社会にイノベーションは期待できません。世界が大きく変わり始めた今、日本にも生活者が自発的に動き出す“動機”が必要です。我々は「好き」という感情にそのチャンスを見つけました。見回せば、日本には実に多様な「好き」があふれ、今も進化を続けています。かつて個人で完結していた「好き」は、いまや人を結びつけるだけでなく、新しい「好き」を生みだし、市場をも創りつつあります。この熱量を社会資本として活かさない手はありません。「好き」を見つけ深めようとする生活者の熱い想いと行動がイノベーションを生みだし、市場や社会を動かすチカラになる… 当日はそんなポジティブな未来の可能性をお話したいと思います。

## 博報堂生活総合研究所

所長

石寺 修三 氏

1989年博報堂入社。マーケティングプランナーとして得意先企業の市場調査や商品開発、コミュニケーションに関わる業務に従事。以後、ブランディングや新領域を開拓する異職種混成部門や、専門職の人事・人材開発を担当する本社系部門を経て、2015年より現職。著書:『地ブランド ~日本を救う地域ブランド論~』(共著・弘文堂・2006年)。東京農工大学/法政大学 非常勤講師。



## ゲスト事例講演

15:00~16:00

未来を実現させるためのHOW!

## 大企業でイノベーションを起こすには

大企業ではなぜ新規事業が失敗するのか、成功するためには条件として何が必要なのか。1000人で1000億円の市場で戦うことと、10人で10億円の市場で戦うチームを100チーム作ることは本質的には同じはずだが、大企業では難しいのはなぜか。それを解決するために何をしてきたのか。ソニー入社一年目の新入社員がどうやって新規事業を立ち上げて、国内のクラウドファンディングで初の1億円を超える支援額を集めたのか、自身の経験をもとにお話しします。

## ソニー株式会社

新規事業創出部 Wena 事業室 統括課長

對馬 哲平 氏

wena project 事業責任者。27歳、大阪府出身。2014年大阪大学大学院工学研究科卒業後、ソニーモバイルコミュニケーションズ(株)入社。ヘッド部分はアナログ時計を採用しつつ、バンド部分に機能を搭載した腕時計「wena wrist」の構想を入社1年目で社内オーディションに応募し、通過。当時クラウドファンディングで支援額の日本記録を樹立し、2016年6月末にwena wristの正式販売を開始。最先端のテクノロジーを自然に身につける「wear electronics naturally」をビジョンに掲げ、事業に進出中。



16:00~16:15

Coffee Break

## 個別Q&amp;A

16:15~16:45

テーブル毎、登壇者が回遊する<ワークセッション>となります。  
インタラクションな質疑応答時間、新しい気づきの連鎖、より深い経験の共有にご活用下さい。