

フューチャークリエーションデザイン事例

オムロン株式会社 様

事業創造プロセスをバリューアップ[※]し強みとなるオムロン「らしさ」を認識
組織全体でイノベーション創造力を高める

※オムロン様は、批評に終わりがちな「レビュー」ではなく、価値を高める能動的な言動を「バリューアップ」と呼称し、推奨している。



オムロン株式会社
イノベーション推進本部
DXビジネス革新センター長
高橋 昌也 氏



オムロン株式会社
イノベーション推進本部
DXビジネス革新センター
企画グループ長
伊藤 卓也 氏



オムロン株式会社
イノベーション推進本部
DXビジネス革新センター
小島 有貴 氏

SDGs (Sustainable Development Goals / 持続可能な開発目標) などが注目され、社会への貢献を事業計画に取り込む企業が増えています。オムロン様は、約90年前の創業時から一貫して社会的課題の解決を使命として掲げてきました。今後も、その姿勢を堅持し、社会に貢献し続ける企業であるために、同社はイノベーション創造力の最大化に取り組んでいます。そのためのパートナーに迎えたのがNECのFuture Creation Designチームです。

社会に貢献し続けるためイノベーション創造力を強化

工場のオートメーションを担う「制御機器事業」、家庭用・医療用の健康機器などを提供する「ヘルスケア事業」、鉄道や道路を支えるシステムや太陽光発電用パワーコンディショナーなどを展開する「社会システム事業」、そして、電子機器に欠かせない部品を提供する「電子部品事業」の4つの事業を手がけるオムロン様。このように幅広い領域で事業を展開するのは、そこに利益の可能性があったからではなく社会課題があったから。同社は「われわれの働きでわれわれの生活を向上し よりよい社会をつくりましょう」という社憲を掲げ、事業を通じてよりよい社会づくりに貢献することを使命としています。

その使命を果たすために、同社は積極的に「挑戦」し、「イノベーション」を創造することを目指す社風を大切にしており、現在、イノベーション創造力のさらなる強化に取り組んでいます。

「これまでオムロンが上げてきた成果は、希代の起業家であった創業者の力によるところが大きい。では、これからのオムロンは、どのような力で社会に貢献し続けていくのか。欠かせないのが『組織の力』です。組織全体で知見を共有し、全員で考え、行動し、互いに補完し合いながらイノベーションを生み出していく。その力を強化したいと考えています」と同社の高橋 昌也氏は言います。

社名：オムロン株式会社
所在地：京都市下京区塩小路通堀川東入
創業：1933年5月10日
資本金：641億円
従業員数：オムロングループ：28,254人（国内：10,488人 海外：17,766人）（2021年3月末時点）
「制御機器事業」「ヘルスケア事業」「社会システム事業」「電子部品事業」の4つの事業を展開。事業を通じてよりよい社会づくりに貢献することを企業理念に据えている。
URL：<https://www.omron.com/jp/ja/>



事業創造プロセスのバリューアップに着手

そのためにオムロン様は「イノベーション推進本部」という専門組織を2018年に立ち上げました。さらに同本部の中に「DXビジネス革新センター」というデータやデジタル技術による付加価値の創造を目指すチームを設置するなどして、イノベーションの創造を目指しています。

「組織を開発してイノベーションを起こすために力を入れているのが、モノ視点からコト視点へのシフトができる人材とプロセスの強化です。たとえ人材の能力にばらつきがあったとしても、しっかりとしたプロセス

があれば、イノベーションの創造を効果的に進めていけると考えました」（高橋氏）

このような活動の中で同推進本部が取り組んだのがイノベーション創造に関するプロセスのバリューアップです。同社は、これまでの経験で蓄積してきた新規事業の立ち上げに関するノウハウを「事業創造プロセス」として整理。重要かつ貴重な資産として継承し続けています。組織全体でイノベーション創造力を強化するに当たって、このプロセスをバリューアップし、強みや弱みを確認。必要なら補強することにしたのです。

長年「デザイン思考」を実践していることに親和性

バリューアップには客観的な視点が必須。そう考えた同社が選んだのがNECの「フューチャークリエイションデザイン™」です。本プログラムでは、顧客起点に立って新たな価値を創出する方法論として注目されている「デザイン思考」をもとに、事業アイデアを具体的な事業やサービスの開発に導くための実践的な支援を行います。オムロン様がフューチャークリエイションデザイン™

を選んだ理由は大きく3つあったといいます。「1つ目はコンサルティングファームなどとは違って、NECが自身も事業を手がけている企業であること。理想だけではない、血が通い、魂の入った汗のにおいがする支援が期待できると考えました。2つ目は、社会課題解決企業を標榜し、古くから『デザイン思考』の考え方を重視していること。社会への貢献を第一に考えるオムロンと親和性が高く、私たちが何

を大切にしているのかを理解してもらえると感じました。そして、3つ目は事業創造とデジタル技術の両面で専門家であること。コンサルティングだけでなく、実際の新規事業の立ち上げにおいても、間違いなく、私たちの力になってくれるはずと期待しました。以上の3点により、NECが圧倒的に我々の要件にマッチしていました」と同社の伊藤 卓也氏は言います。

オムロンらしさを再認識。自信を持って前進していける

具体的にNECは、まず過去のドキュメント類を確認して、オムロン様がどのように事業創造に取り組んでいるのかを分析。同時に現在進行中の事業創造プロジェクトのミーティングなどにも参加して、オムロン様の事業創造の進め方や考え方の傾向などを実際の目でも確認しました。さらにオムロン様が特にバリューアップが必要と考えていた新規事業の「価値検証」プロセスについては共に検証に取り組みながらNECの方法を紹介しました。

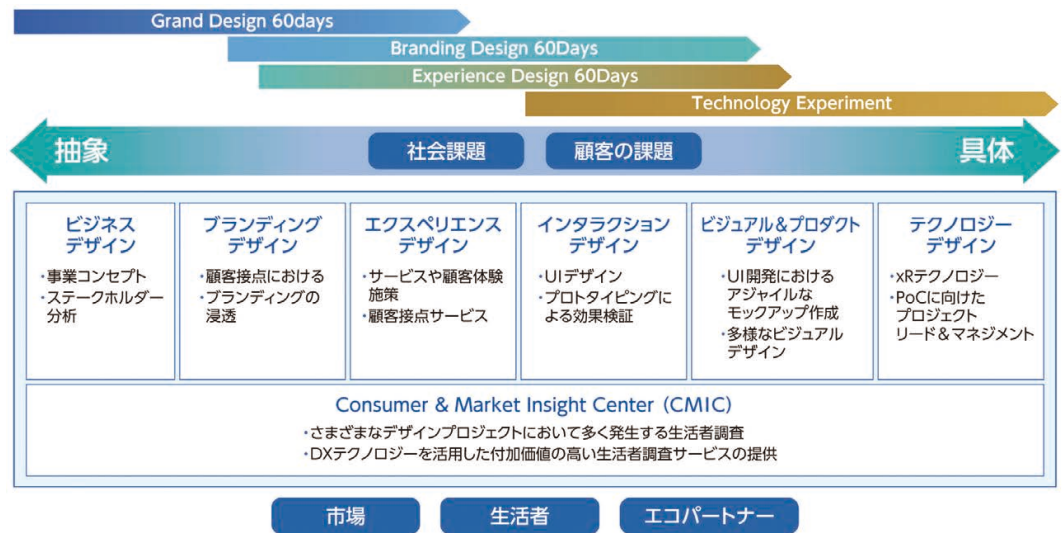
そのようにして気付いた点をNECからオムロン様にフィードバック。例えば、ニーズがあるかどうかの議論より先に「この技術を組み合わせれば、こんな事業が開発できそう」という議論を行っていることがあること。その一方、現場まで巻き込んで動き出すスピードはオムロン様の特筆すべき強みになっていることなどを伝えました。

このような活動を通じてオムロン様は事業創造プロセスを補強。変更点は、プロセスをまとめたガイドラインに反映し、編集し直しています。「例えば、プロジェクト推進者やレビューアールが同じ観点で議論、審議できるよう、クライテリアを明確にしてプロセスを再整備しました。しかし、最も大きな成果は、技術ありきではなく、社会のために挑戦し、イノベーションの創出を目指す自分たちの姿勢は間違っていないと確認できたこと。

それがオムロンらしさであり、強みなんだと再認識しました」と伊藤氏は成果を語ります。また、DXビジネス革新センターで、価値検証プロセスを担当している小島 有貴氏は、次のように言います。「どのように価値検証をすることが事業創造への近道なのか、新たな視点が追加され、我々がやっていた方法を更に補強することができました。また、共同プロジェクトを通じてオムロンの強みと弱みをはっきりと確認できました。それらが、すんなりと腑に落ちたのは、NECが『伴走者』として私たちに寄り添い、実際に目で見ながら、さまざまなフィー

ドバックを行ってくれたからだと感じています。今後、オムロン様は、補強した事業創造プロセスをベースに、さまざまなイノベーションに挑戦していきます。そのためにガイドラインを社外に公開していくことも検討しており、多くの企業と知見を共有しながら、共にイノベーションを創出していく構えです。「それが社会にとってより意義のあることなら、そうあるべきだと考えています。もちろんオープンなイノベーションのパートナーにはNECも含まれています」と高橋氏は強調しました。

●フューチャークリエイションデザイン™



社会やお客様の抽象的課題の定義から、具体的なプロトタイプによる検証まで、精度の高いアウトプットを提供

詳細情報・お問い合わせは下記へ

DXデザインコンサルティング・サービス フューチャークリエイションデザイン

URL: <https://jpn.nec.com/dx/offering/design/>

NECのDX

URL: <https://jpn.nec.com/dx/>

※「NEC DX」で検索

DX戦略コンサルティング

URL: <https://jpn.nec.com/dx/consulting/>

●本カタログに記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。
 ●このカタログの内容は改良のため予告なしに仕様・デザインを変更することがありますのでご了承ください。
 ●本製品の輸出（非居住者への役務提供等を含む）に際しては、外国為替及び外国貿易法等、関連する輸出管理法令等をご確認の上、必要な手続きをお取りください。ご不明な場合、または輸出許可等申請手続きにあたり資料等が必要な場合には、お買い上げの販売店またはお近くの弊社営業拠点にご相談ください。



見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。



環境にやさしい植物油インク
を使用しています。