

# 世界にスケールする新価値を「場の情報」と「学術知」をもとに共創し顧客に成功をもたらす

大阪大学フォーサイト株式会社 代表取締役  
大阪大学共創機構 招へい教授 松波 晴人



## 1. 企業紹介

大阪大学フォーサイト(株)は、2022年8月に大阪大学の100%出資子会社として設立された。筆者は、コーネル大学のヒューマンエコロジ学部のデザインに関する修士課程で、新たな価値創造について本格的に学んだ。帰国後、得た学びを「行動観察」という形にして様々な企業の新価値創造に貢献してきた。「行動観察」という方法論はその後スケールし、「ビジネスマンのための行動観察入門(講談社)」などの書籍出版や「ハーバード・ビジネスレビュー(日本版)」での特集につながった。さらに、「新しい価値がこれだけ必要とされているが、そういった人材を育成する方法論が存在しない」ことに危機感を感じ、Foresight Creationとして理論化することに取り組んできた。Foresight Creationとは、新価値創造のプロセスを言語化し、そのプロセスを実施するために必要な能力を8つの玉として受講者にひとつずつ授けていく方法論である。この方法論の本質は、『場』で観察したことと『学術的知見』を組み合わせることで、仮説(顧客のインサイト)を立て、その仮説に基づいて新しい価値を発想するという点にある。

こうしてまとめた新価値創造のための独自の方法論を「Foresight School」として学生向けに教える場をいただいたことが大阪大学とのご縁の始まりとなった。その後、大阪大学共創機構の特任教授に就任し、Foresight Creationをビジネスにするためのフィージビリティ・スタディを多くの企業と行い、その結果として大阪大学フォーサイト社が生まれることになった。大阪大学の11学部と多岐にわたる学術的な知見や、3000人以上のアカデミックコミュニティとビジネス界の通訳者となり、世界にスケールする新たな価値と人材を生み出すために日々活動している。

## 2. 事業内容

大阪大学フォーサイト(株)の事業内容は2つある。「共創事業:新価値を企業とともに共創する」と「教育事業:新価値創造を実施できる人材を育成する」である。

## 大阪大学情報

共創事業は個別の企業からの依頼に基づき、新商品、新サービス、新事業を共に生み出していく事業である。「場」に足を運び、その場において起こっている人々の行動を観察することで得られた事実（ファクト）をもとに、「顧客が求めている潜在ニーズ」などの洞察（インサイト）を導出する。新規性と妥当性を兼ね備えた洞察を得るためには、必ずアカデミックの知見（ナレッジ）が必要である。そして、洞察をもとに具体的な新しい価値（フォーサイト）を生み出していく。クライアント企業は、飲料会社、モビリティ関係、事務設備、自動車、農機、食品など多岐に渡る。最近では地方自治体からの依頼も増えてきた。

教育事業は、様々な企業や組織の人たちが集まり、それぞれが熱い議論を繰り返しながら新しい価値を考える、「新価値創造」に特化した学校事業である。この学校は、2023年10月より「大阪大学フォーサイト・アカデミー」としてスタートしている。本アカデミーにおいては、プロデューサー専攻とクリエイター専攻の2つのメジャーが存在する。どちらも Foresight Creation を共通言語としつつも、「クリエイター専攻」では若手社員を中心に具体的に新価値創造を学び、「プロデューサー専攻」ではさらに新価値創造の組織をどう運営するのか、についても学ぶ。既に熱い議論が交わされ、「新価値創造に取り組む人たちの魂の故郷」となっている。

### 3. 新価値創の方法論とは

前述のように、Foresight Creation とは現場の観察で得られる場の情報と学術的な知を統合することで新たなインサイトを生む方法論である。この方法論の特徴として、「調査」ではなく「研究」のアプローチをとっている点がある。「現象の観察」をして、「過去の研究をレビュー」した上で、新たな仮説を生み出そうとする、これは様々な分野の学術活動に共通する研究のアプローチである（図1）。

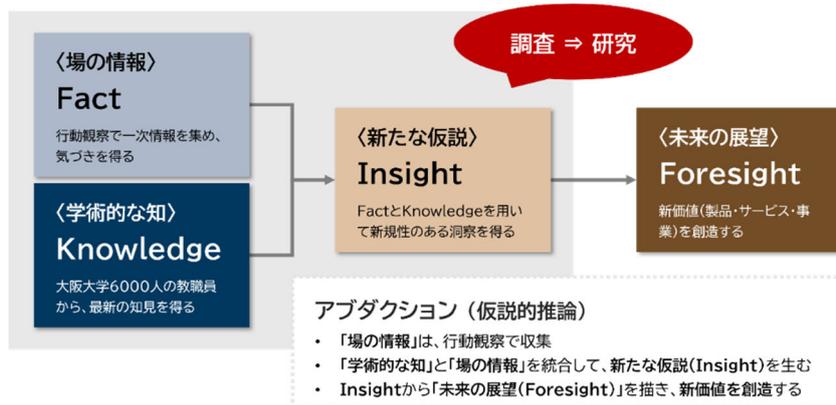


図1：Foresight Creation の方法論の本質

具体的には、場を観察する「フィールドワーク」を実践し、そこで得たファクトをもとに「ワークショップ」でインサイトやソリューションを導き出す。さらには、ソリューションを具体化する「プロトタイピング」や、アクションを取った結果をしっかりと振り返る「リフレクション」を行う。このループを何度も繰り返しながら新価値を生み出していく。

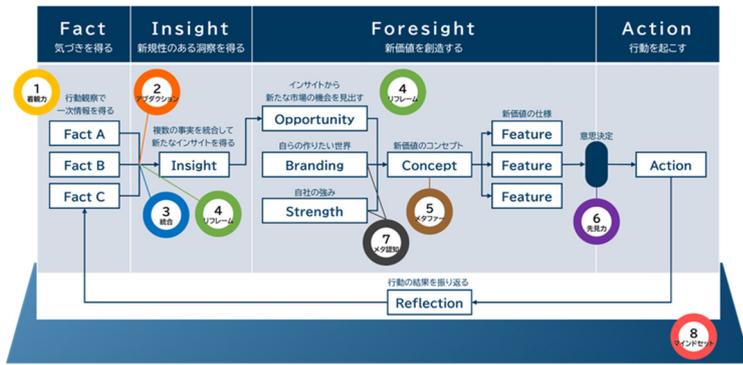


図2： Foresight Creation の全体像

また、新価値を生み出すために必要な能力（コンピテンシー）を8つの玉とし、それぞれの玉のトレーニング方法も整理されている（図2）。これまで勘と経験だったプロセスを言語化し、さらには自己効力感を持ちながら続けられる、という稀有な教育と実践になっている。

#### 4, 事業推移

新価値創造を成功させるために「共創事業」と「教育事業」を実施してきたところ、世の中のニーズと合致したため、設立から1年半で活動内容と実績が拡大してきた（図3）。



図3： 大阪大学フォーサイト社の活動の広がり

#### 5, 今後の展望

ここに至るまで、様々な大阪大学の先生方のアカデミックな知恵をもとに企業と新価値創造に取り組んできた。確実に言えるのは、「理系」だけでなく「人文社会学系」の学術的知見が新価値創造にとっても有効であることである。「価値」には「主観的な要素」があるため、「新価値創造」を成功させるためには、人間や社会についての深い理解が必須である。これまで以上に「企業の新価値創造」と「学術的な知見」をさらに統合させていきたい。

また、「課題先進国」である日本から世界にスケールする新しい価値の成功例を早く生み出したいと考えている。

今後は、個別企業との共創事業とアカデミーでの教育事業に加えて、「生み出した新価値を実践する組織の意思決定の仕組みづくり」や、「新価値創造の人事評価システム構築」にも取り組んでいく。