



Johnson & Johnson の共創モデル



Johnson & Johnsonの共創モデル

1. 解題「多様な共創モデル：ユーザー・イノベーションとオープン・イノベーション」

西川 英彦（法政大学 教授）

2. Johnson & Johnsonの共創モデル

楠 純（Johnson & Johnson Innovation ニューベンチャーズジャパン ディレクター）

3. 対談・ディスカッション

西川 英彦、楠 純



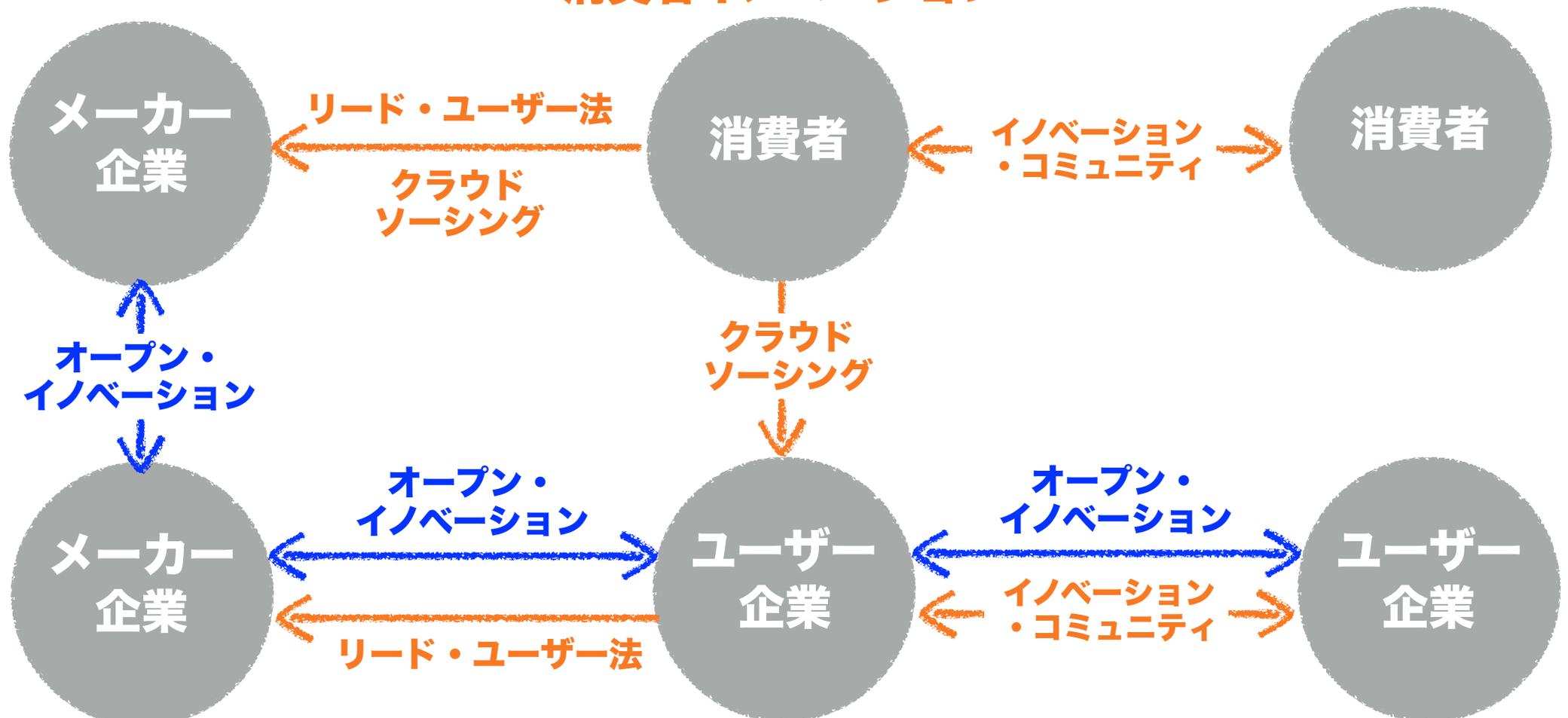
解題「多様な共創モデル ：ユーザー・イノベーション とオープン・イノベーション」

多様な共創モデル



- 伝統的イノベーションの見方（企業イノベーション）に対して、
 - ▶ 内部ではなく、外部企業と開発するか（オープン・イノベーション）
 - ▶ 開発の起点が、メーカーでなくユーザーか（ユーザー・イノベーション）

消費者イノベーション



企業イノベーション

ユーザー企業イノベーション

実態：ユーザー・イノベーション



●消費者イノベーションは上手く社会で活用できていない

日本の消費者イノベーター

390万人

自費での支出(R&D費)

4600億円

消費財メーカー
R&D費3.5兆円
の13%の規模

知財権利を
要求する消費者イノベーター

0.0%

知識を第3者(仲間/企業)
共有する消費者イノベーター

11.0%

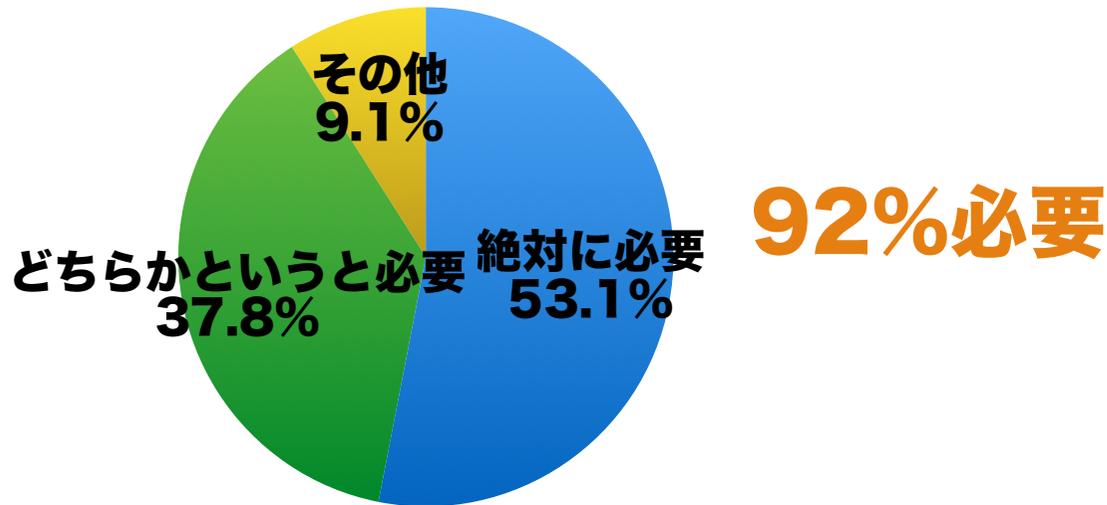
第3者(仲間/企業)による
消費者イノベーションの受入

5.0%

実態：オープン・イノベーション



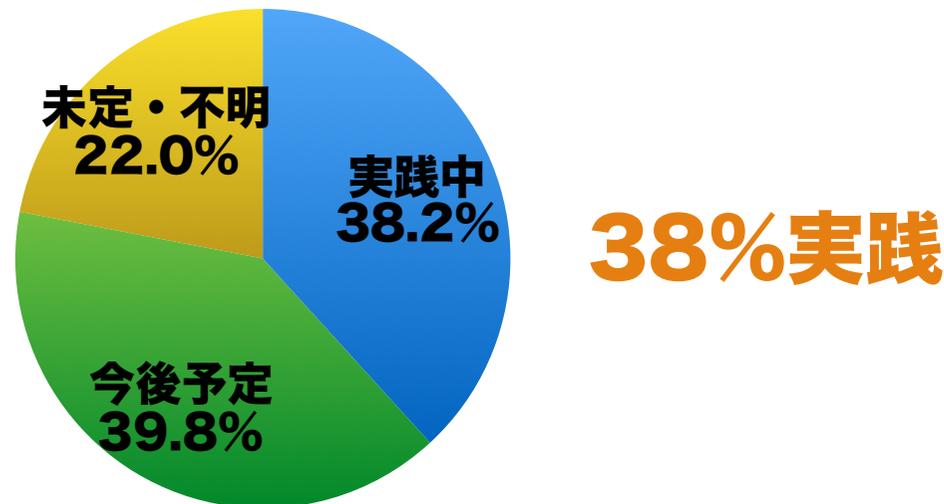
勤務先にオープン・イノベーションは必要か？



●実践が必要だと思う理由

- ▶ 「新事業分野を生み出せるから」(75.7%)
- ▶ 「新しいニーズやシーズを知ることができるから」(55.7%)
- ▶ 「自社にない技術やノウハウを取り込める」(53.3%)
- ▶ 「開発をスピードアップできる」(46.7%)
- ▶ 「1社だけでは市場を作れない時代になった」(45.8%)

オープン・イノベーションの実践は？



●実践に向けた障壁

- ▶ 「社内の推進人材不足」(48.3%)
- ▶ 「体制の不備」(41.0%)

本日のテーマ



- 企業内に多くの研究者を擁する国際的大企業が、なぜ、どのように共創モデルを実践しているのか、そして、どのように短期間に定着させていったのかを確認
- ユーザー・イノベーションをはじめとする企業の共創モデルのあり方について理解を深めていく