

6 オープンイノベーション

オープンイノベーションを実践する39worksの取り組み

VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) の時代において、新規事業創出の鍵を握る「オープンイノベーション」。NTTドコモ（以下、ドコモ）では、技術進歩を踏まえつつオープンイノベーションを実践する営みを設けている。変化に挑む社外の方々と社員が新たな技術や新しいビジネスの形を自ら創出し続けるとともに、営み自身も進化・拡大を続けている。

「オープンイノベーション」におけるスピード感

ドコモでは、2030年頃に次世代高速通信規格の「6G」の実現をめざしているが、通信規格の世代が変わるのにあわせるように市場には大きな変化が起きてきた。また、VUCAの時代といわれて久しく、サービスの1年先を予測することも難しくなっているのが現状である。そのなかで、技術進化やお客さまの求めるサービスの変化を的確にとらえ市場を獲得していくためには、スタートアップのようなスピード感が大切である。

ドコモの新規事業共創プログラムである39worksでは、それらの変化をとらえた事業として、電子チケット販売サービス「teket」がありお客さまにご好評いただいている。2019年10月にクラシックコンサートのチケットを電子化する事業として開始したが、ウィズコロナの世界にいち早く対応し興行におけるオンライン・オフラインの共催を可能とした。最近では学園祭や企業イベントなどでも活用が広がっており、累計利用者数は60万人、流通総額は7億円を超える事業にまで成長している。

また、39worksは2022年7月に、さらに『共創』を加速していくこと

を念頭に、

VISION：世界を変えるうねりを。

MISSION：変化に挑む人とともに、
未来の”あたりまえ”
を創り続ける。

を掲げ、リブランディングを行った。

「オープンイノベーション」のさらなる拡大

「オープンイノベーション」の拡大をめざし、新規事業創出のさまざまな段階でオープン化を行っている。

1つ目は、アイデア創出段階におけるオープン化である。起業家のマインドとスキルを醸成する教育プログラム「docomo academy」を、ドコモグループだけでなく、他社の社員も参加できるよう拡大した。他社の企業内起業家たちを巻き込むことで、互いのアイデアを持ち寄り、互いのアセットを活かせる事業の『共創』につなげていく。

2つ目は、アイデアブラッシュアップ段階でのオープン化である。新規事業アイデアをコンテスト形式で育てる「ZERO ONE DRIVE」を、ドコモ、NTTコミュニケーションズ、NTTコムウェアの共同開催へと拡大させ、例年の約3倍の400件を超えるアイデアが集まった。新ドコモグループにおける事業の『共創』の始まりの場として、グループ全体のアセットを



株式会社 NTT ドコモ
R&D イノベーション本部

イノベーション統括部長 稲川 尚之氏

活用し事業成長へつなげていく。

3つ目は、事業段階でのオープン化である。パートナー企業のなかで仮想的に会社を設け、ドコモ社員がチームメンバーとして新規事業を『共創』する仕組みである。新たな会社の立上げ時間を要さず、パートナー企業のアセットも最大限に活用した迅速なマーケット提供を可能とし、早期の事業成長へつなげていく。

今後の展開

時代はWeb3へと移り始め、新規事業を創り出す仕組みも時代の変化に合わせて進化していく。その一つが「DAO」（分散型自律組織）である。ドコモは、社内外の変化に挑む人たちが集まり、挑戦し、その報酬も得られるような新しい仕組みにも挑戦していく。