

# アイデアの共有から始まる 越境的コミュニティ



OPEN HUB の4つの機能のうちの1つである「OPEN HUB Base (以下、「BASE」)」は、事業創出を目指す仲間が集まる共創コミュニティ。有識者による講演やワークショップをはじめ、会員同士でアイデアをシェアするイベントなど、会員限定の特別なコンテンツ等を提供している。

## コミュニティ会員限定の 3つのコンテンツ

「BASE」は、事業共創を促進するため、お客様やパートナー企業の方が交流できるコミュニティで、現在、約1万7000人の方に参加いただいている。Catalyst が関与した事例を発信したり、お客様との共創事例を発表したりする場として活用されている。

「BASE」のコンテンツは「ウェビナー」「勉強会/ワークショップ」「交流会/ピッチ」の3つに大別される(図1)。

ウェビナーは場所や時間の制約を受けないこと、社会のトレンドや、NTTグループ内外の最新技術の発信、お客様との共創事例などを週1

～2回のペースで発信している。コロナ禍以降、これらウェビナーの視聴が増加し、「BASE」の会員数は約4倍にまで増加した。

次に、勉強会/ワークショップは主にNTT Com 大手町プレイスの「OPEN HUB Park (本特集④章参照)」で開催される。ウェビナーとは異なり、対面で「BASE」会員同士が交流しながら、社会課題やトレンド、最新技術を深掘りできる。また、1つのテーマに対して複数回のインプットやアウトプットを繰り返しながら理解を深め、ビジネス共創の“種”を探り出すことを目指していることも特徴だ。

交流会/ピッチは、「BASE」会員がビジネスアイデアを発表し、会員同士で意見を交わしたり、アイデア



NTT コミュニケーションズ株式会社  
ビジネスソリューション本部 事業推進部  
マーケティング部門 担当課長  
OPEN HUB Chief Catalyst  
柴田 知昭 氏

をブラッシュアップしたり、仲間を集めたりといったビジネス共創の可能性を広げるイベントだ。

## イベントや事例紹介で 新たなプレイヤー獲得に繋げる

「BASE」では OPEN HUB の活動



### ウェビナー

社会のトレンド、最新技術、ビジネス共創の事例などをデジタルで配信。時間に捉われず自分の興味関心に合致するコンテンツを閲覧できる。



### 勉強会 / ワークショップ

社会課題やトレンド、最新技術などをテーマに対面で情報を吸収したり、アイデアを創出する。



### 交流会 / ピッチ

ワークショップで生まれたアイデアを発表してブラッシュアップしたり、仲間を集めたり、コミュニティならではのメリットを提供する。

図1 「BASE」のコンテンツ

を多くの人に届けたいという想いから、年に数回大規模なイベントも開催している。例えば2023年10月には、世界最高齢のITエバンジェリスト若宮正子氏と、2025年に開催予定の日本国際博覧会（大阪・関西万博）催事企画プロデューサー小橋健司氏を招き、今後のライフスタイルをテーマにクロストークイベントを実施し、非常に大きな反響を呼んだ（図2）。



図2 クロストークイベント

### マーケティングの公共性を担保するコミュニティ

「BASE」は今後会員に対し、“OPEN HUBと共創する価値”を提供したいと考えている。例えば、あるアイデアの実現に向けた取り組みを推進する際、プレイヤーとNTT Comの2者のみで実施するのではなく、マーケティングの公共性を「BASE」が担保するという構想だ。それにより、当該プレイヤーはビジネスを磨くことに注力できる。「ビジネスをスタートするには収益性、ビジネスモデル、顧客層設定、法的リスクの有無など10考えなければならないことがあるとして、そのうちの3つは『BASE』が全て担保するので残りの7つに注力してください、ということになればプレイヤーの稼働を軽減することができます。ビジネスを興すにあたり、共通機能をナレッジとしてシェアできるコミュニティには大きな存在価値があります。そうしたことを提供する場所はおそらく現在存在しないと思いますので、それが実現できれば『BASE』が日本一のコミュニティになれるのではないかと考えています」（柴田氏）。

### 敢えて“短期間ではビジネスに繋がらないテーマ”にも向き合いたい

一見、ビジネスには繋がらないようなテーマを、誰もが抱えうる課題として取り上げるのもOPEN HUB Baseならではの特徴だ。深刻な社会課題の一つである「孤独」をテーマにしたシリーズイベント開催もその一つの例だ。即時に答えを出せるわけではないが長期的・継続的に考えていくべきこうしたテーマに対し、会員からの反響は大きいという。さまざまな属性・経験・考え方を持つ会員同士がこの類のテーマについて向き合い意見を交わすことでセレンディピティが生まれ、将来、何等かの形でビジネス化・

ソリューション化に繋がる可能性は大きいにあるだろう。OPEN HUBは今後も“人とロボットが共生する社会”や“カーボンニュートラルのビジネス的可能性”といったプラクティカルなテーマを設定する一方で、「孤独」のような抽象的でありながらも普遍的なテーマにも拘りを持って向き合う予定だ（図3）。

柴田氏は、ビジネスには2つのタイプがあると話す。1つは会社が取組みむことをベースとしたビジネス。もう1つは個人の想いを起点とするビジネス。前者はウェビナーや勉強会でトレンドを共有することで支援できる。後者は「こうしたものがあれば、より良い社会になる」というアイデアを成長させる機会を必要とする。「BASE」は2つの方向からポートフォリオを組んでコンテンツを企画していく。

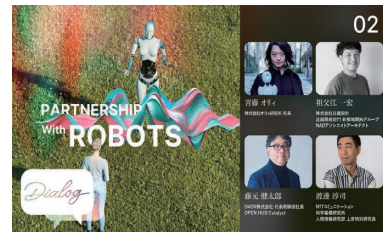
プレイヤーとNTT Comの2者のみで実施するのではなく、マーケティングの公共性を「BASE」が担保するという構想だ。それにより、当該プレイヤーはビジネスを磨くことに注力できる。「ビジネスをスタートするには収益性、ビジネスモデル、顧客層設定、法的リスクの有無など10考えなければならないことがあるとして、そのうちの3つは『BASE』が全て担保するので残りの7つに注力してください、ということになればプレイヤーの稼働を軽減することができます。ビジネスを興すにあたり、共通機能をナレッジとしてシェアできるコミュニティには大きな存在価値があります。そうしたことを提供する場所はおそらく現在存在しないと思いますので、それが実現できれば『BASE』が日本一のコミュニティになれるのではないかと考えています」（柴田氏）。



山口周氏と考える孤独を解決するビジネスの可能性



農業共創事例に見るカーボンニュートラルのビジネス的可能性



「人とロボットが共生する社会」のためにおこなうべきことは？

図3 Baseが取り上げたテーマ