

(5) フューチャーセッションの効果

フューチャーセッションの終了後、参加者にアンケート調査を実施し、45名の参加者のうち、42名から回答を得ることができた。

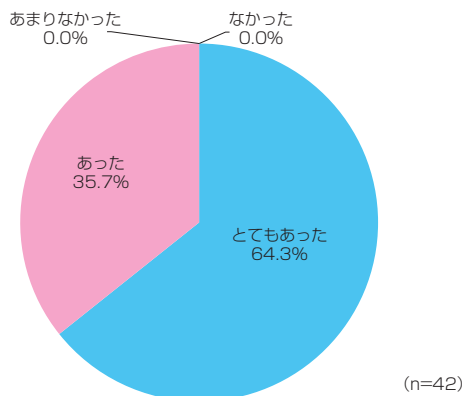
新たな気づきや発見があったかという設問に対しては、64.3%が「とてもあった」、35.7%が「あった」と回答しており、「あまりなかった」や「なかった」という回答はなく（図付I 2-16）、それぞれが持ち帰るものがあった有意義なセッションであった様子がうかがえる。気づきや発見の内容としては、「サービスを中心に、コラボレーションが違和感なくできるような時代になったということを感じた」、「いろいろな企業がつながることにより、日本の新しいものづくりを発信できると感じた」、「サービスを考える時には専門家を集めてもダメで、多様なバックグラウンドの人を集めて、いかに意見を引き出すかが重要」などが挙げられた。

また、生まれたアイデアに、今後更に検討、取り組んでみたいかという設問に対しても、「検討したい」が59.5%、「ぜひ取り組んでみたい」が31.0%と、実際の事業につながる可能性も見込めると考えた人は少なくない（図付I 2-17）。具体的

な声として、「具体的なニーズが見えてきており、チャレンジ部分がよりはっきりした」や「現在仕事として持っているテーマが医療・福祉の分野なので、シェアというテーマととても相性が良いと思う」などが挙げられた。さらに、「あまり思わない」の回答が4件あったが、その内訳を見てみると、「自分たちのアプローチを煮詰める必要がある」や「進め方に関心があった」などのまずは自社課題から解決する必要があるという主旨のコメントであり、アウトプットの内容にネガティブという訳ではない。

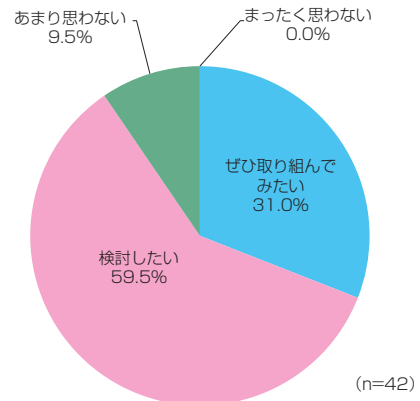
このように、フューチャーセッションは、「多様なステークホルダーとの新たな関係性」と「未来思考から生まれる新たなアイデア」を同時に生み出し、新規事業アイデア創出の場として、また、アクションを生み出す場として、企業規模や業種にかかわらず、幅広く製造業においても活用できる手法の1つであると考えられる。新しい製品やサービスを創造していく過程においては、自社内や関連のある業種内で発想するのではなく、少し視野を広げることが、最も重要なことではないだろうか。

図付I 2-16 アイデアを支える土台



資料：(株) フューチャーセッションズ

図付I 2-17 アウトプットに対する示唆



資料：(株) フューチャーセッションズ