

# inswatch Professional Report

【第 2 4 4】2025.1.31

発行:有限会社インスウォッチ

## ■イノベーションのための異業種共創と 越境活動を利用した人材育成 ～異業種交流がもたらす新しい価値創造～

筆 者 岸 和 良

Inswatch professional report は、専門家によるテーマ別に突っ込んだ分析レポートを、  
図表等も織りまぜた内容でお届けします。

マーケティング、経営戦略、リスクマネジメント、コンプライアンス、決算分析、商品  
分析、社会保険制度、DXなど、それぞれのプロによる専門性の高いレポートをお楽しみ  
下さい。

発行日は、第4または第5金曜日、PDFファイルにてお届けします。また、2024年  
より発行は年9回となっております。(4月末、8月末、12月末はお休みです)

### ※コンテンツご利用についてのお願い

inswatch のコンテンツ (inswatch weekly ,professional report) につきましては、  
購読者ご本人のご利用に限らせて頂きます。第三者に対するメールによる転  
送、ハードコピーによる配布等は、当社よりの許可を得たものを除き、固くお断り  
いたします。

なお、コンテンツご利用に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

■お問合せ [info@inswatch.co.jp](mailto:info@inswatch.co.jp)

■index ■

.....

■イノベーションのための異業種共創と越境活動を利用した人材育成  
成 ～異業種交流がもたらす新しい価値創造～

筆 者 岸 和 良

目次

■筆者紹介..... - 3 -

1. はじめに ..... - 4 -

    1.1 事業活動に必要な「イノベーション」 ..... - 4 -

    1.2 オンライン動画配信サービスのイノベーション事例 ..... - 4 -

2. 「顧客が感じる価値」の多様化..... - 5 -

    2.1 事業活動上のイノベーションに必要な要素 ..... - 5 -

    2.2 デジタル化の流れと顧客価値の変化 ..... - 6 -

3. 価値拡大の方法 ..... - 6 -

    3.1 異業種共創での価値創出 ..... - 6 -

    3.2 価値創出の事例 ..... - 7 -

4. 異業種共創の進め方..... - 7 -

    4.1 異業種共創の成功要素 ..... - 7 -

    4.2 日本における共創事例 ..... - 8 -

5. 異業種共創に必要な能力 ..... - 9 -

    5.1 異業種共創に必要な5つの能力..... - 9 -

    5.2 越境活動がもたらす実践的な学び ..... - 11 -

6. 異業種共創を成功させるための越境活動 ..... - 12 -

    6.1 越境活動の形態 ..... - 12 -

    6.2 越境活動事例 ..... - 12 -

7. 越境活動に有効な社外ネットワーク（人脈）構築 ..... - 13 -

    7.1 社外ネットワーク構築の方法..... - 13 -

    7.2 人的ネットワークに必要な「自分の価値」 ..... - 14 -

7.3 人的ネットワーク形成と維持のポイント ..... - 14 -  
8. おわりに ..... - 15 -

## ■筆者紹介

【岸 和良 (きし かずよし)】



住友生命保険相互会社

エグゼクティブ・フェロー

デジタル共創オフィサー デジタル&データ本部 事務局長

住友生命に入社後、生命保険事業に従事しながらオープンイノベーションの一環として週末に教育研究、プロボノ活動、執筆、講演、趣味の野菜作りを行う。

2016年から健康増進型保険“住友生命「Vitality」”のITプロジェクトリーダーを担当。現在はデジタル共創オフィサーとして、デジタル戦略の立案・執行、パートナー企業や自治体などとの共創活動、社内外のDX人材の育成活動などを行う。

「1日でDXが語れる」がキャッチのDXマインドセット研修の受講者は全国1500人以上、プロデュースする「DXビジネス検定」の受講者は年1万人。

著書に『DX人材の育て方』（翔泳社）、『実践リスキリング』（日経BP社）などがある。

# ■イノベーションのための異業種共創と 越境活動を利用した人材育成 ～異業種交流がもたらす新しい価値創造～

岸 和良

## 1. はじめに

### 1.1 事業活動に必要な「イノベーション」

イノベーション(Innovation)という言葉をどのように捉え、意味を理解するかはそれぞれの立場や持つスキル、過去の各種の経験によって異なると思われる。イノベーションとは、辞書では「新機軸、革新」や「新製品の開発、新生産方式の導入、新市場の開拓、新原料・新資源の開発、新組織の形成などによって、経済発展や景気循環がもたらされるとする概念。」(大辞泉)とある。この内容からも解釈できる範囲は広いことが分かる。新機軸や革新の例では馬車から自動車の移動手段のイノベーションや人力から蒸気機関、電気などの動力のイノベーションが挙げられるだろう。またコンピュータから最近の生成 AI の普及も前者の意味となる。一方で、後者の意味するイノベーションはもっと範囲が広く、多くの場合、事業活動上のイノベーションとして使われることが多い。事業活動上でのイノベーションは技術革新にとどまらず、既存の枠組みを再定義したり、新たな需要を創出したりして、事業活動を永続的に成功せしめるものといえる。たとえば、従来の問題を解決する新しい方法であったり、顧客体験を劇的に変えたりすることで、社会や企業にとって持続可能な成長の基盤を築くことは、事業活動におけるイノベーションであり、企業が世の中の変化に適応し、競争優位を築く源泉となる。ここで重要なのは事業活動上のイノベーションは世の中の変化に影響されるということである。

### 1.2 オンライン動画配信サービスのイノベーション事例

事例として、動画配信サービスを取り上げたい。デジタル化の進展により、Netflixをはじめとするオンライン動画配信サービスは従来のレンタルビデオ業界を駆逐した。ストリ

ーミングサービスの導入によって顧客はいつでもどこからでもスマートフォンで視聴できる利便性という顧客価値を向上させると同時に、膨大な視聴データを活用してパーソナライズされたレコメンド機能を実現し、自分にマッチする動画を探す手間が省けるという顧客価値を高め、新たな収益モデルを構築した。この例はデジタル化やデータ活用、スマートフォンの普及という世の中の変化を上手く活用して事業活動上のイノベーションを起こした良い例である。一方で、世の中の変化に適応できなかった企業は市場から淘汰されるケースも少なくない。世界的にレンタルCD・ビデオショップが数を減らしたことは象徴的な事例である。このように、事業活動におけるイノベーションは単なる技術革新にとどまらず、企業の戦略や事業モデル全体を見直すことを含み、変化する環境での事業の成功を支える重要活動の一つとなる。

## 2. 「顧客が感じる価値」の多様化

### 2.1 事業活動上のイノベーションに必要な要素

事業活動上のイノベーションに必要なのは何であろうか。過去の成功モデルが成功しなくなったとき、「イノベーションが必要」といわれることがある。これは世の中が変化し、顧客が感じる価値が多様化し、新しい商品やサービスが登場し、顧客が選ぶ商品やサービスがスイッチされるからである。これに対応するためには、「世の中の変化を捉え、先んじて自社のビジネスモデルを見直し、顧客価値を高める」ことである。

たとえば、動画視聴サービスの進化を見れば明らかである。消費者行動がデジタル化に移行し、レンタルビデオの需要が激減した背景には、オンラインで手軽に視聴できる利便性を持つ動画配信サービスが登場したからである。これにより、顧客は店舗で借りる不便さから解放され、自分の好きなタイミングで視聴できる選択肢を得た。この変化に対応できた企業は新しい市場を開拓し、競争力を維持することができた一方、変化に乗り遅れた企業は市場から淘汰される結果となった。イノベーションの本質は、このように変化を先取りし、顧客にとって新しい価値を提供する能力にある。単なる技術の進化だけでなく、それをどのように顧客の生活に結びつけるかが重要である。

## 2.2 デジタル化の流れと顧客価値の変化

世の中の変化として大きなものはデジタル化と、それと共に変化した顧客体験価値の考え方である。デジタル化の流れの中で、顧客価値は多様化し、企業やサービス提供者は事業活動上のイノベーションを起こす必要に迫られている。スマートフォンの普及により、場所を選ばずに商品を購入できるようになったことで、消費者は即時性や利便性を求めるようになった。また、ニュースサイトやゲームなどのデジタル商材では、基本無料で利用可能な「フリーミアム」のモデルが一般化し、月額料金を払うことで広告を排除したり、追加機能を利用できる仕組みが顧客に支持されるようになった。

飲食店や商品選びでは、SNS などのオンラインのレコメンドやレビューが意思決定に大きな影響を与えている。食事をする際にレビューサイトで評価の高い店を選ぶ行動は日常的である。また、モノを所有するよりも、体験そのものを重視する「コト消費」の増加も顕著であり、旅行やイベント参加、オンライン体験などが人気を集めている。このように、デジタル技術が進化する中で、顧客価値は一層複雑化し、多面的になっている。企業はこれらの変化に柔軟に対応しなければならない時代になっている。

## 3. 価値拡大の方法

### 3.1 異業種共創での価値創出

単体顧客価値を拡大する方法には、商品の機能を追加したり、品質を向上させたりすることが挙げられる。しかし、多機能すぎる商品は消費者に新たな学習コストを要求し、操作が複雑になることでかえって使いにくさを感じさせる場合もある。たとえば、スマート家電の中には機能が豊富すぎて、基本的な使い方を覚えるだけでも時間がかかるという声がある。また、企業がこうした多機能化を進めるには多額の投資が必要となり、経済合理性の観点からその有効性に限界が生じることも少なくない。そこで注目したいのが、単体の企業が提供する製品やサービスを複数企業のそれと組み合わせることで顧客価値を向上させるアプローチである。これが異業種共創が活発化している背景であり、単体の製品やサービスの複数企業での連携が、顧客価値の新しい拡大方法として注目されている。

### 3.2 価値創出の事例

家電メーカーとIT企業という異業種共創のスマートホームシステムでは、エアコンや照明、カメラなどの製品を連携させ、スマホアプリで一括管理できる仕組みを構築している。これにより、個々の製品単体では提供できなかった利便性と快適さを実現し、消費者の体験価値を生み出している。また、食品メーカーとレシピを消費者に共有するプラットフォーム企業が協業した調理キットサービスも一例である。調理初心者でもレシピと材料を一括で提供されることで簡単に家庭料理を楽しむことができ、時間と手間の削減という顧客価値を作り出している。

音楽ストリーミングサービスとAI企業の協業により、アルゴリズムによるレコメンド機能も開発されており、個々の楽曲だけでなく「新たな音楽との出会い」という付加価値を提供し、従来の音楽配信サービスを超えた顧客体験を創出している。

このように、異業種共創を通じて複数の製品やサービスを組み合わせるアプローチは、単体の多機能化では得られない新しい価値を生み出し、消費者満足度の向上につながる可能性が高い。企業が自社の強みを活かしつつ他業種と連携することで、さらなるイノベーションが期待できる。

## 4. 異業種共創の進め方

### 4.1 異業種共創の成功要素

異業種共創プロジェクトの成功には多くの要素が関係すると考えられるが、その中でも重要なものがいくつかある。まず、①「プロジェクトの目的が明確である」ことである。目的が曖昧では方向性を見失い、頓挫する可能性が高い。そこで「地域観光の活性化」や「健康促進商品の開発」などと明確な目的を設定することが必要である。

また、②「双方が持つリソースやノウハウが補完関係にある」ことも重要である。たとえば食品メーカーの栄養知識と IT 企業のデータ分析技術を組み合わせることで、新しい価値が生まれる。また、③「継続的な情報共有や進捗確認を通じたコミュニケーション」が、誤解や意欲減退を防ぎ、プロジェクトを円滑に進める鍵となる。さらに④「互いを信頼し、長期的なビジョンに基づく協力」も必要である。これらの①～④の要素の関係を考慮すると、異業種共創の成功式は以下のように表現すると分かりやすい。

<b>異業種共創の成功 = (①明確な目的と共創価値 × ②相互補完する強み) + (③継続的なコミュニケーション × ④信頼関係)</b>
--

異業種共創の公式が掛算と加算で表される理由は、各要素の関係性に基づいている。まず「①明確な目的と共創価値」と「②相互補完する強み」は、どちらか一方が欠けると効果が大きく減少するため掛算になる。目的が曖昧だと、強みが生かされず方向性が迷走し、一方で強みがないと目的を達成する手段が不足する。次に、この結果に「継続的なコミュニケーション」と「信頼関係」の掛算を加算する理由は、プロジェクトの実行段階における関係性の重要性にある。良好なコミュニケーションが進捗を促進し、信頼関係が長期的な協力を可能にするからだ。これらを加算することで、初期条件（目的と強み）に基づく成果が、実行フェーズでさらに強化され、プロジェクトの成功が持続可能になる構造を表している。

## 4.2 日本における共創事例

日本の異業種共創事例において、異業種共創の成功の各要素がどのように設定されているかを表 1 に示す。異業種共創の成功式のうち、③と④はどの異業種共創でも同様に必要なことであり、それはプロジェクトマネジメント力や人間性、信用獲得に関する取り組みになるので、ここでは論点にせず、個別具体的な異業種共創事例では「①明確な目的と共創価値」、「②相互補完する強み」について記載する。

表 1 異業種共創事例（出所：Web 情報を参考に筆者作成）

共創業種	① 明確な目的と共創価値	②相互補完する強み	参照サイトの URL
アパレル×宇宙 研究機関	宇宙飛行士用の衣服開発→ 高機能かつ快適でデザイン 性の高い衣服の提供	アパレルのデザイン 力 × 宇宙研究機関 の技術力	<a href="http://sungrove.co.jp">sungrove.co.jp</a>

銀行×ポイントサービス企業	新たな銀行サービスの提供 →ポイント連携による顧客利便性の向上	銀行の金融サービス×ポイントサービスの顧客基盤	<a href="http://sungrove.co.jp">sungrove.co.jp</a>
タクシー配車アプリ×飲食企業	ブランド認知向上と顧客誘導 →無料乗車体験と新規顧客の開拓	配車アプリの利用者基盤×飲食企業のブランド力	<a href="http://sungrove.co.jp">sungrove.co.jp</a>
地方銀行×多業種施設	地域課題解決と施設利用促進 →金融サービスと地域に密着した多機能施設の提供	銀行の地域ネットワーク×他業種施設の利便性提供	<a href="http://sungrove.co.jp">sungrove.co.jp</a>
教育機関×企業コンソーシアム	人材育成と地域活性化 →実践的なビジネス教育の提供	教育機関の教育力×企業の実務経験	<a href="http://keidanren.or.jp">keidanren.or.jp</a>

異業種共創は、それぞれの強みを掛け合わせることで新たな価値を創出し、多様な分野で成果を上げている。アパレルと宇宙研究機関の協力により、高機能で快適な宇宙飛行士用衣服が開発された。銀行とポイントサービス企業の連携では、金融サービスとポイント連携を組み合わせ、顧客の利便性を向上させている。タクシー配車アプリと飲食企業の共創では、無料乗車体験を活用し、ブランド認知向上と顧客誘導を実現。地方銀行と多業種施設の協働は、地域課題解決を目的に多機能施設を展開した。教育機関と企業コンソーシアムの取り組みでは、実践的なビジネス教育を通じて地域活性化を図る。これらの事例は、異業種間の補完的な強みがいかに顧客価値を向上させ、新たな市場機会を創出するかを示している。

## 5. 異業種共創に必要な能力

### 5.1 異業種共創に必要な5つの能力

異業種共創は、それぞれの業種が持つ強みを掛け合わせ、新たな価値を創出する取り組みである。しかし、成功させるためには、単に異業種間で協力するだけでは不十分で、プロジェクトを推進し、成果を上げるための特定の能力が求められる。これらの能力は、共創相手を見極め、効果的に連携し、長期的な信頼関係を築く基盤となる。さらに、デジタ

ル時代に対応した技術力やデータ活用力も欠かせない。以下では、異業種共創を成功させるために必要な5つの能力について説明する。

表2 異業種共創に必要な5つの能力（出所：著者）

能力	内容
①他社のキーパーソンを見つけ出す力	共創相手の強みを引き出し、最大限活用するためには、キーパーソンを特定する洞察力が必要不可欠だ。この能力は業界知識やリサーチ力を通じて培われる。
②人脈形成力	異業種の人々とのネットワークを構築し、協力関係を拡大する力は、共創のスタート地点となる。イベントやセミナーでの交流が重要な機会となる。
③人間関係を作る力	長期的なパートナーシップを築くには、相手の価値観や目的を理解し、共感を引き出す力が必要だ。誠実なコミュニケーションが信頼関係の構築につながる。
④ビジネススキル	他社のビジネスを自社のビジネスに掛け合わせ、収益力を向上させるには、戦略立案や問題解決能力が欠かせない。異なる業界の価値観や仕組みを理解し、自社に取り込む力が重要である。
⑤デジタル・データ活用力	データ分析やデジタルツールの活用は、現代のビジネスで必須の能力だ。これにより、顧客ニーズを正確に把握し、革新的なサービスを生み出せる。

異業種共創を成功させるためには、5つの具体的な能力が求められる。これらは共創プロジェクトを効果的に推進し、最大限の成果を引き出す鍵となる。一つ目は他社のキーパーソンを見つけ出す力である。共創相手の強みを最大限に活用するためには、組織の中で意思決定権を持つキーパーソンを特定する洞察力が不可欠である。たとえば、食品メーカーが健康志向の新商品を開発する際、協力するフィットネス企業の担当者が栄養と運動のバランスについて深い知識を持つ人物であれば、プロジェクトの方向性が具体化しやすくなる。

二つ目は人脈形成力である。異業種の人々とネットワークを構築し、協力関係を広げる力が、共創の第一歩となる。たとえば、地方自治体が観光地の活性化を目指す際、テクノロジー企業のキーパーソンと交流を深めた結果、AR技術を用いた観光アプリの開発が実現できる可能性がある。三つ目としては、長期的なパートナーシップを築くために人間関係を作る力が必要である。誠実なコミュニケーションを通じて信頼関係を構築し、共通の価値観や目標を共有することで、より強固な協力体制が生まれる。たとえば、家電メーカーがエネルギー企業と共同でスマートホームを開発した際、頻繁なミーティングで双方のニーズを調整し、信頼関係を構築することで、プロジェクト成功の要因となるだろう。

四つ目のビジネススキルも重要な要素である。他社のビジネスを自社の事業モデルに掛け合わせ、収益力を高めるには、戦略立案や問題解決能力が求められる。飲料メーカーがサブスクリプション企業と連携して定期配送サービスを展開し、新しい収益源を確立した事例はその好例である。

五つ目として、現代の共創にはデジタル・データ活用力が欠かせない。データ分析やデジタルツールの活用により、顧客ニーズを正確に把握し、イノベーションを加速させることが可能となる。通信企業と自動車メーカーが協力して開発したコネクテッドカーサービスでは、データ分析を活用することで、顧客体験の向上に貢献するだろう。これらの能力は相互に補完し合い、異業種共創プロジェクトの成功を支える。企業はこれらを効果的に育成し活用すべきである。

## 5.2 越境活動がもたらす実践的な学び

これらの力を効率的に身につける方法として有効なのが越境活動である。越境活動とは、異業種のプロジェクトや他社との共同活動に参加することを指し、通常の社内業務だけでは得られない経験を提供する。たとえば、他社のキーパーソンを見極める力は、実際に異業種のプロジェクトで役割を担うことで、より実践的に養われる。

さらに、人脈形成や人間関係の構築も、越境活動を通じて広がりやすい。異業種のメンバーと定期的に協力する中で、信頼関係が自然と深まるためだ。ビジネススキルについても、他業界のビジネスモデルや課題解決手法を学び、自社に応用する具体的な機会が得られる。加えて、デジタル・データ活用力も越境活動を通じて進化する。他社のデジタルツールやデータ活用法に触れることで、自社にとって新しい視点を得ることができる。越境活動は、単なるスキル習得の場ではなく、異業種共創に必要なすべての力を実践的に鍛える最短ルートとなり得る。したがって、企業はこれを積極的に取り入れることで、共創プロジェクトの成功確率を高めることができる。

## 6. 異業種共創を成功させるための越境活動

### 6.1 越境活動の形態

越境活動にはいくつかの形態がある。たとえば、異業種の企業が集まり特定のテーマについて議論やワークショップを行う方法、異業種のプロジェクトに一時的に社員を派遣する方法、異なる業界の専門家が集まる方法などがある。これらは形式や目的に応じて選択され、社員に多様な経験を提供する。越境活動を通じて得られるスキルは多岐にわたる。たとえば、IT企業の社員が製造業の現場を訪れ、モノづくりのプロセスや顧客ニーズに触れることで、新しい商品開発のヒントを得ることがある。逆に、製造業の社員がデジタルマーケティングの手法を学び、自社の販路拡大に役立てるケースもある。また、越境活動では単なる知識の交換だけでなく、柔軟な発想力や問題解決能力が養われる。たとえば、異業種同士のプロジェクトで直面する課題を解決する過程で、相手の業界特有の制約や価値観を理解し、それを尊重しながら新しいアイデアを生み出す能力が鍛えられる。これも重要なスキルである。

### 6.2 越境活動事例

筆者と関係するA社では、20歳～30歳代の若手職員を中心に越境活動を通じての能力向上の試みを行っている。各職員の負担にならない範囲で、業務として役職者の管理の下で運営している。このアプローチは、単なるスキル習得にとどまらず、個々の成長やモチベーション向上に寄与しており、たとえば、若手職員に社内・社外向けの研修講師を担当させる取り組みを進めている。DX研修講師経験を通じて、デジタル技術やビジネス知識の習得だけでなく、リーダーシップやプレゼンテーション能力、他者との協働スキルを身に付けられるようにしている。

また、それらの活動では、はじめてのことも多く、知識が不足するため、生成AIを用いて知識・経験不足を補うようにしている。この結果、生成AIの可能性を実務として体験することになり、自らの仕事に新しい視点を取り入れるきっかけとなっている。こうした取り組みを通じて、若手職員は「創造する楽しさ」や学ぶ意義を実感し、主体的に働くように行動変容してきている。

また、業界団体のプロジェクトへの参加やハッカソンの企画運営を通じて、異業種や他社の人材と交流し、多様な視点から問題解決に取り組む経験を積ませている。これにより、単一の企業内では得られない発想力やイノベーション力が鍛えられると考えている。

実際の業務での課題に対する取り組みを通じて、柔軟な思考や課題解決能力が強化される場ともなっている。こうした取り組みが職員のスキル向上だけでなく、個人の自己効力感や職務へのエンゲージメント向上にもつながっている。AIを活用した業務改善のプロジェクトに参加した若手社員からは、「AIがもたらす未来に希望を感じた」といった声が聞かれるなど、生成AI活用が単なる効率化にとどまらない意味を見せている。

## 7. 越境活動に有効な社外ネットワーク（人脈）構築

### 7.1 社外ネットワーク構築の方法

越境活動を効率的に行うためには、社外人脈（ネットワーク）を構築する力が欠かせない。社外人脈を構築することは、越境活動を成功させる重要な要素である。そこで、社外ネットワークを作るための方法を紹介する。

表3 社外ネットワーク構築の方法(出所：著者)

方法	内容
①名刺交換後に接点を持つ	名刺交換は、社外人脈構築の第一歩である。一度の名刺交換で終わらず、相手に興味を持ち、具体的な話題で関係を深めることが重要である。展示会やセミナーでの名刺交換から勉強会に誘うなど互いの専門知識を共有する関係につなげる。
②勉強会・業界団体を活用する	勉強会や業界団体への参加は、自分の分野を超えたネットワークを広げる機会となる。
③相手に有効な情報を提供する	単なる会話ではなく、有益な情報や価値ある知識を提供することで、相手にとって重要な存在になることができる。
④SNSを活用する	SNSは、社外人脈を効率的に広げるための強力なツールであり、実名登録型のSNSでは、相手の専門分野や興味が把握しやすく、共通のテーマでの交流が促進される。
⑤有名人・著名人と接点を持つ	業界の有名人や著名人は、広いネットワークを持つため、関係を深めることで多くの人を紹介してもらえる可能性が高い。

## 7.2 人的ネットワークに必要な「自分の価値」

人的ネットワークを維持し発展させるには、自分が提供できる価値を明確にすることが重要である。ただ接点を持つだけでなく、相手にとって有益な存在になることで、長期的な関係性を築くことが可能となる。具体的には以下の資源が挙げられる。

表4 個人資産と内容(出所：著者)

個人資産	内容
①専門的な知識や経験	自分の専門分野における深い知識や実績は、相手にとって貴重なリソースとなる。たとえば、農業データの分析スキルを持つ専門家が、農業企業との共創プロジェクトで重要な役割を果たすことがある。
②広い人的ネットワークや紹介の力	業界団体やセミナーなどで得た人脈を活用し、相手に新たな接点を提供する力も価値となる。業界内での役割を担うことで、双方に利益をもたらすネットワークを拡大できる。
③実務的なスキル	プロジェクト管理やファシリテーションなど、具体的な実務スキルは、プロジェクトを円滑に進める上で欠かせない。特に越境活動においては、異なる業界間の調整役として重宝される。
④情報やデータ	市場トレンドや最新技術の知見を持ち、それを共有できる力も価値の一つである。例えば、スマートシティプロジェクトでのIoT導入事例の情報提供が、相手の意思決定を助けることがある。
⑤主催者やリーダーとしての役割	勉強会やイベントの主催を通じて、自らが情報発信の中心となることで、他者を巻き込み新たな機会を生み出す力も求められる。

## 7.3 人的ネットワーク形成と維持のポイント

社外人的ネットワークを構築し維持するには、積極的な行動が求められる。一度の接点で終わらせず、定期的に価値交換を行い、信頼関係を深めることが重要である。例えば、勉強会やプロジェクトを通じて何度も会うことで、相手との関係性が強化される。さらに、SNSの活用は効率的なネットワーク維持の手段となる。実名登録型SNSでは、専門分野や興味的一致をきっかけに新たな交流が生まれ、投稿やコメントを通じた関係維持が可能だ。人的ネットワークは「自分だけが得をする関係」ではなく、「双方が価値を提供し合う関係」を目指すべきである。価値資源を活用した人的ネットワークは、新たなビジネスやプロジェクトの原動力となり、共創の成功につながる。

## 8. おわりに

イノベーションを実現するための異業種共創と越境活動について、その重要性と実践方法を詳しく見てきた。世界のデジタル化が進む中で、顧客価値は急速に多様化しており、単一企業での価値創造には限界がある。そこで注目されるのが、異業種共創による新しい価値創造のアプローチである。

異業種共創を成功させるためには、明確な目的設定、相互補完的な強みの活用、継続的なコミュニケーション、そして信頼関係の構築が不可欠である。さらに、これを実践する人材には、キーパーソンを見極める力、人脈形成力、人間関係構築力、ビジネススキル、デジタル・データ活用力という5つの能力が求められる。

これらの能力を効果的に育成する手段として、越境活動が重要な役割を果たす。異業種との交流や共同プロジェクトを通じて、実践的なスキルを習得できるだけでなく、広範な人的ネットワークの構築も可能となる。特に、若手人材の育成においては、越境活動を通じた「創造する楽しさ」の体験が、主体的な行動変容につながっている。

今後、さらなる技術革新と社会変化が予想される中で、異業種共創の重要性は一層高まるだろう。企業は越境活動を積極的に推進し、イノベーション創出の基盤を強化していく必要があるだろう。

以上

# inswatch Professional Report

【第 2 4 4】2025.1.31

## ■イノベーションのための異業種共創と 越境活動を利用した人材育成 ～異業種交流がもたらす新しい価値創造～

筆 者 岸 和良

発行元 有限会社 インスウォッチ

発行人 森田 直子

編集人 中崎 章夫

URL <https://www.inswatch.co.jp>

お問合せ [info@inswatch.co.jp](mailto:info@inswatch.co.jp)

※コンテンツご利用についてのお願い

inswatch のコンテンツ (inswatch weekly, solution report, professional report) につきましては、購読者ご本人のご利用に限らせて頂きます。第三者に対するメールによる転送、ハードコピーによる配布等は、当社よりの許可を得たものを除き、固くお断りいたします。

なお、コンテンツご利用に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

■お問合せ [info@inswatch.co.jp](mailto:info@inswatch.co.jp)