

テーマ

アイデア共創の質を高めるしくみ

適用分野

マーケティング、ユーザーイノベーション、オープンイノベーション、クラウドソーシング



研究名称

企業と消費者の価値共創

氏名所属

青木慶 准教授
マネジメント創造学部

内容

●特徴

近年、消費者を価値創造の担い手として位置付ける、共創活動が増えています。消費者側のモチベーションに注目することで、共創の質を高めることを追究しています。

●研究内容

共創コミュニティの代表例として、レシピ投稿サイトを対象に調査を実施した結果、共創参加者（レシピ投稿者）はモチベーションの水準ごとに5つのクラスターに分かれた（下図参照）。クラスターごとに動機づける方法は異なる。例えば、高次の目標を持つ層には、その目標達成に向けたサポートが有効である。また、他者からの反応に動機付けられる層に対しては、コミュニティ内の対話を活性化することが有効である。

このように、参加者をきめ細かく動機づけることが、共創の質を高めることにつながる。

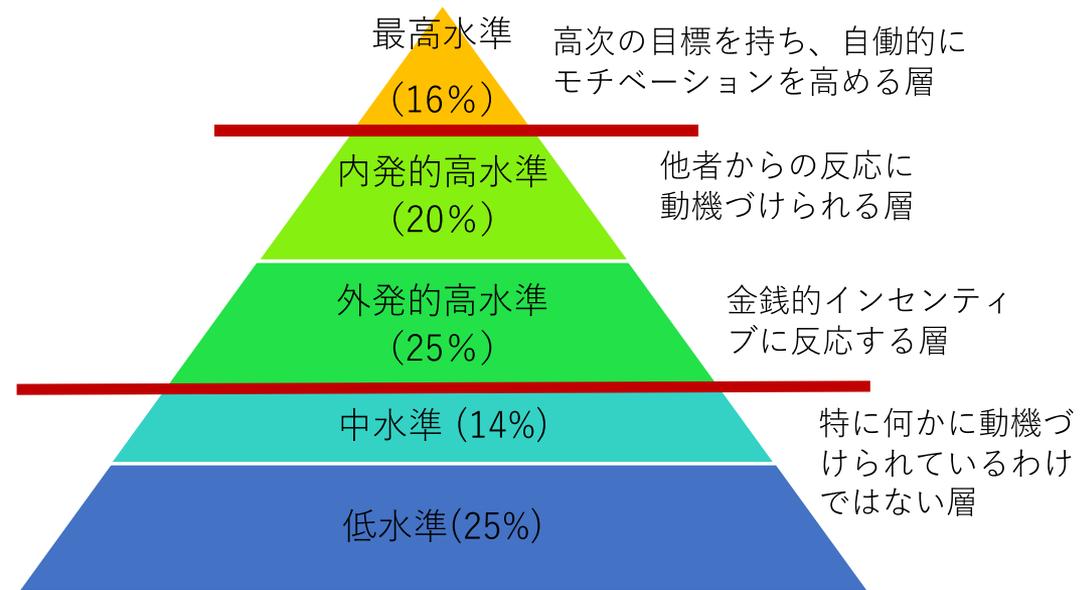


図 アイデア投稿者のモチベーション（青木（2017）より）

青木慶（2017）『アイデア共創の質を高めるしくみ』
クロスメディアパブリッシング

キーワード

共創コミュニティ、ユーザーイノベーション、オープンイノベーション、クラウドソーシング

連携方法

■ 講演 ■ 研修 ■ 研究相談 ■ 学術調査 ■ コメント ■ 共同研究