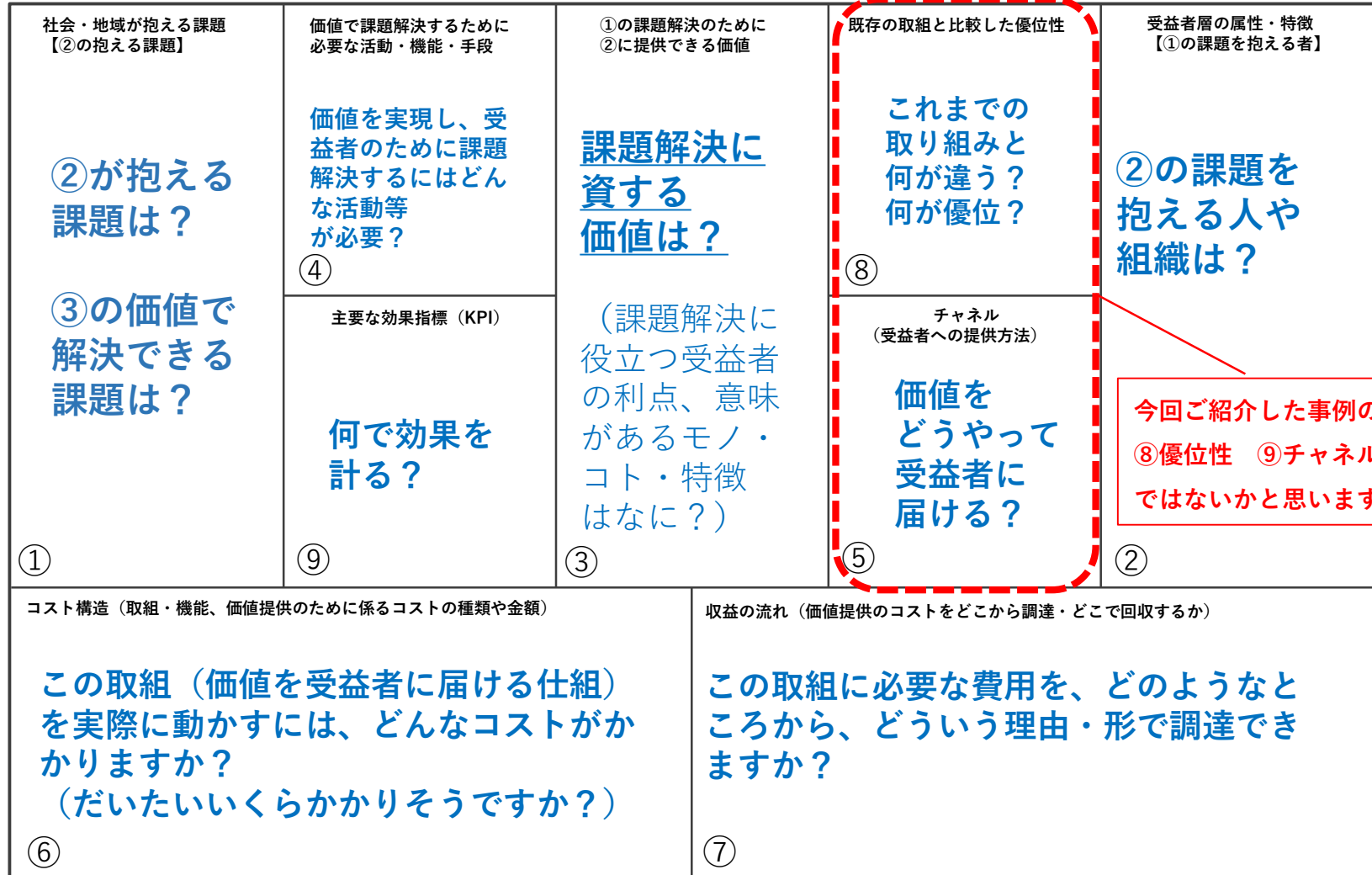




「公民共創版リーンキャンバス」

⇒ 課題・受益者・提供価値をベースに、**当初の共創事業アイデア（ビジネスモデル仮説）**をシンプルに整理（関係者の共感を創る！）

※ 共創サイクルの中では、発着想から構想案作成初期までの段階で使用したが、シンプルな事業の場合は次のハウスに代えローンチまで使用することもある



今回ご紹介した事例のポイントは
⑧優位性 ⑨チャンネル
ではないかと思います。

①～③の順は、状況に応じ順不同

立場が違う相手との連携に大事なことは…

存在理由や目的、立場、メリットなどが異なる

多様な関係者で連携を進めるために不可欠な要素とは…

共感

- ① 事業には「ビジョン（理想や構想）」と「ファンクション（機能や取組）」が必要で、特に、**ビジョン**がなければ、ファンクションだけ良くてもうまくいかない
(技術シーズ先行の場合など、特に陥りやすい)
- ② 公民問わず共通言語になり得る「**世界共通の問題・課題：SDGs**」と「**ローカルな問題・課題：地域活性化**」を、事業のビジョンづくりにおいて意識することが、多様なパートナーやステークホルダーが理解しやすくなる
- ③ 他の組織であるパートナーは100%コントロールすることは不可能なので、「連携して成果を生むことで社会が良くなる」という橋を掛けることで、**自律的・自発的に力を発揮**できる

[VISION]

共創で地域を
UPDATE する。



ご清聴
ありがとうございます
ございました

【さらに詳しく知りたい方へ】



※Amazon 地方自治ランキング最高2位
※帯コメントは マーケター 井上大輔氏
※複数大学での教科書に指定

※ 資料中及び発言において、意見に関わる部分は、発表者の私見として、横浜市の公式見解ではない部分を含みますのでご注意ください。
※ 本資料の内容や図版・画像等の無断での転用・転載を禁じます。