



遊びが、価値になる。

創造と余白を活かす企業文化が、事業・人・社会に好循環をもたらす提案

T 作成者：Tomoo Suzuki

なぜ今、旗印が必要か



技術環境の激変

生成AI、Web3、LLM、RAG...
→余白=競争力に



〇〇社の進化

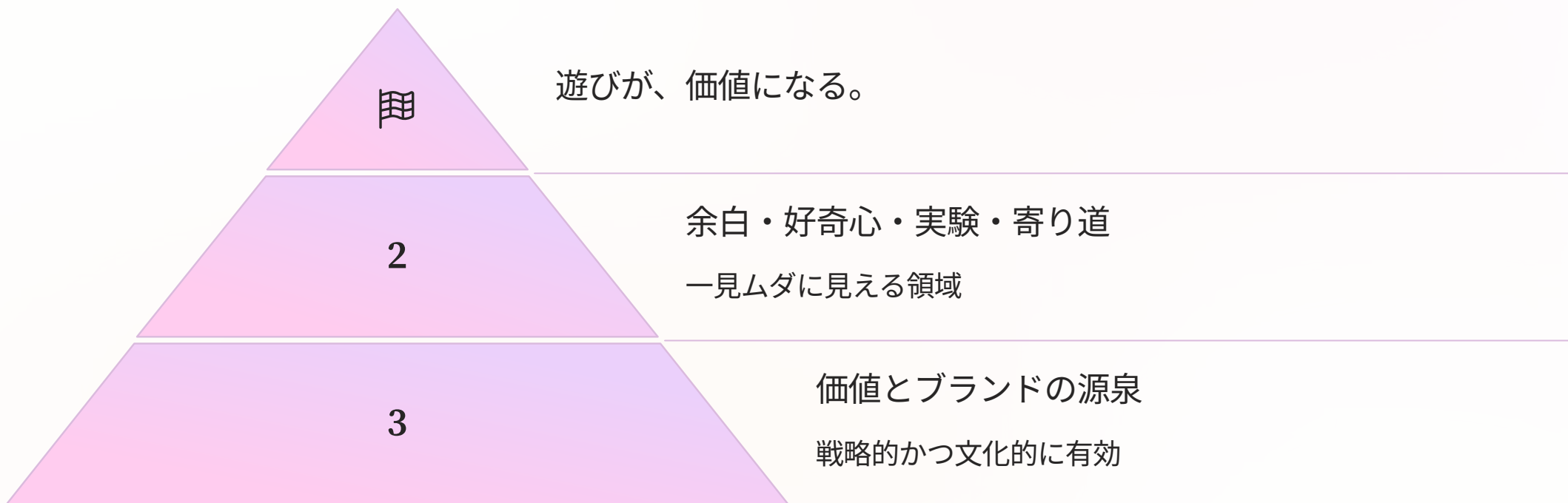
「受託制作」から「価値創造」へ



共通の旗

スローガンが社内外への磁場となる

スローガン案



このスローガンがもたらす3つの価値軸

組織的価値

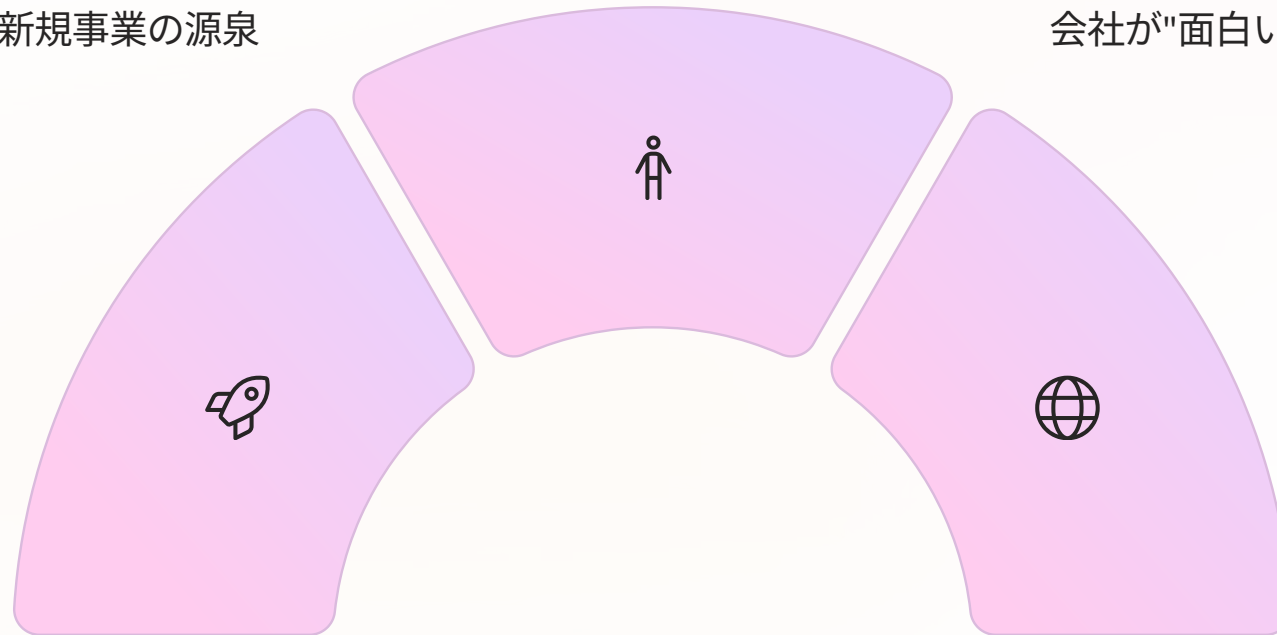
自由度がエンゲージメントと定着を高める

社会的価値

会社が"面白いことをしている"存在になる

事業的価値

創造的実験→プロダクト/新規事業の源泉に





① 事業的価値



実験や遊び

PoC、ツール開発、ミニサービス



低リスク・低コストの探索

余白が新しい価値を生む



高付加価値へ

未来の芽が育つ



② 組織的価値

自律性×創造性×心理的安全性

遊びの本質的要素

モチベーションの源泉

裁量の中で自由に実験できる
環境

採用面での強み

遊んで、結果を出せる人が集まる

③ 社会的価値



遊んだ成果を公開

AIやWeb3を活用した実験



小さな成果が積み上がる

ツール・PoC・メディア・プロダクト



文化として定着

価値ある遊び場として共感される

実現のハードルは低い

思想を持つ

「遊びが価値になる」という視点

共有する習慣

Slack・GitHub・Notionに残す

資産化する

小さな"遊び"を"残す"習慣が文化をつくる



中長期での展開

社内プロダクト
遊びから生まれる創造物

社会還元
遊びを社会に還元する会社の立ち位置強化



自社サービス化
価値の具現化

クライアント提供
「面白そう」が「売れる」に変わる

まとめ&提案



次のステージへの旗印

「遊びが、価値になる。」を掲げる



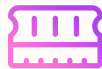
時代の変化に対応

柔軟かつ創造的なアプローチ



組織に活力を

自律性・好奇心を引き出す



社会的記憶

"面白いことをしている会社"として

