dentsu
tokyo/osaka/nagoya

NEWS RELEASE

株式会社 電通
105-7001　東京都港区東新橋1-8-1
koho@dentsu.co.jp
https://www.dentsu.co.jp/

2026年11月25日

企業の価値創造につながる組織変革を支援する「価値創造16タイプ診断＆組織変革支援プログラム」を提供開始

－慶應義塾大学との共同研究で、価値創造の「型」を可視化する「16タイプ診断」を開発－

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里）を含む国内電通グループ5社の横断組織で、人的資本領域の成長を支援する「dentsu Japan Human Capital Growthセンター※」は、慶應義塾大学商学部准教授 岩尾俊兵氏および岩尾俊兵研究会との共同研究により、企業の価値創造の「型」を可視化する「16タイプ診断」フレームを開発し、本診断フレームを活用したコンサルティングサービス「価値創造16タイプ診断＆組織変革支援プログラム」の提供を本日より開始します。

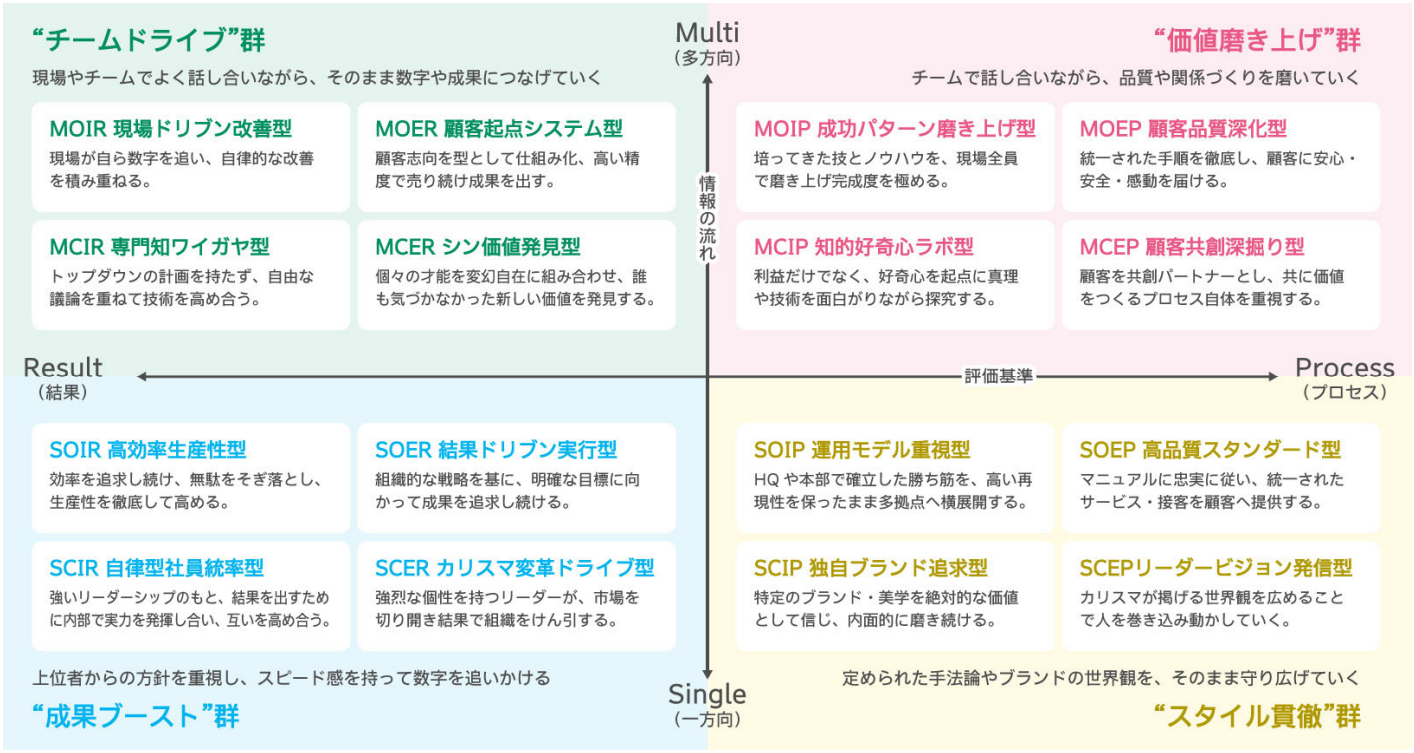
1．企業の価値創造の「型」を可視化する「16タイプ診断」フレームについて

人的資本経営や企業変革への関心が高まる一方で、自社がどのような価値を、どのような組織のあり方で生み出しているのかを客観的に把握する方法は、まだ十分に確立されていません。そこで当社は、企業変革を支援してきた実践知と、岩尾俊兵研究会が有する組織能力やイノベーションに関する学術知見を組み合わせ、企業の価値創造の「型」を4つの軸で捉え、16タイプに分類する診断フレームを共同開発しました。

4つの軸は、「情報の流れ」「構造の硬軟」「意識の向き」「評価の基準」です。軸ごとに5問、全20問の設問に回答することで、自社の価値創造タイプを診断できます。



企業の価値創造タイプを構成する4つの軸



16の価値創造タイプ

この診断フレームを用いて、全国の大企業に勤める20～59歳の従業員1200人を対象に調査を実施しました。その結果、最も多かったタイプはMOIP（成功パターン磨き上げ型、24.8%）で、SOIP（運用モデル重視型、12.8%）、SOIR（高効率生産性型、12.1%）が続きました。

また、相対的に多いタイプは、業種や職種によって異なる傾向がみられました。業種別にみると、メーカーでは「創造的×内向き」、金融では「機械的×内向き×結果」、IT・通信では「多方向×創造的×外向き」、サービス・小売・外食では「多方向×機械的」の特徴を持つタイプが多い傾向にありました。職種別にみると、管理・研究／生産系部門では「機械的×内向き×プロセス」、IT系部門では「多方向×創造的」、営業・物流系部門では「外向き×結果」の傾向がみられました。

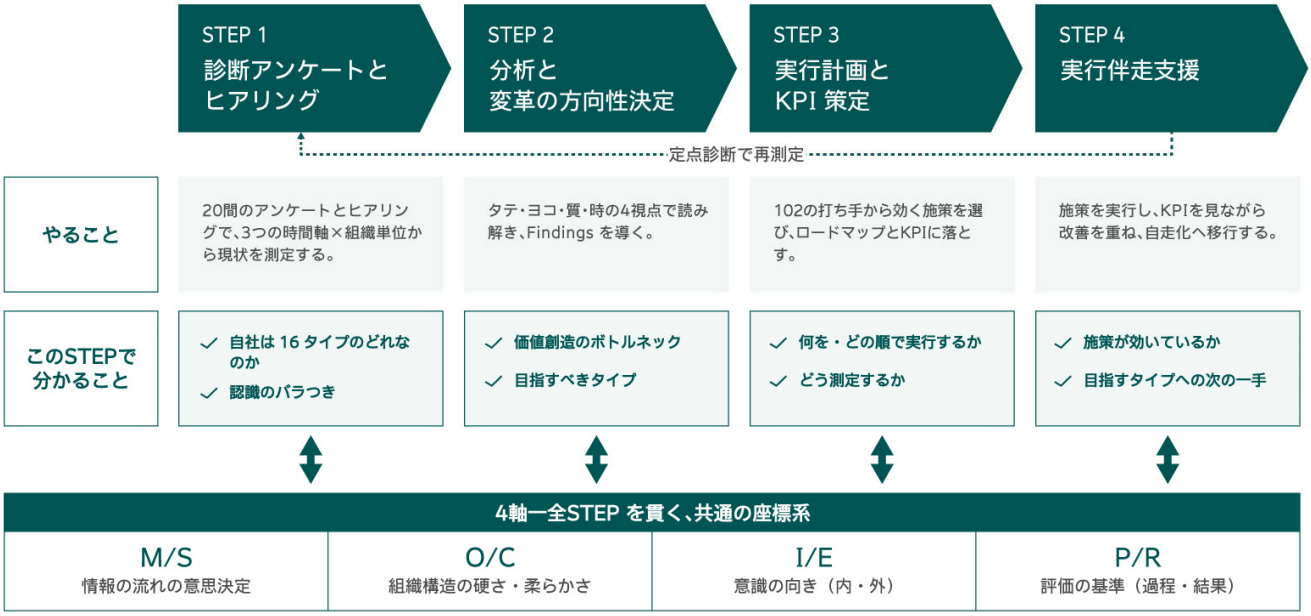
2．コンサルティングサービス「価値創造16タイプ診断＆組織変革支援プログラム」について

人的資本経営や企業変革が重視される中、多くの企業が「自社の文化をどう変えれば価値創造につながるのか」という問いに直面しています。一方、経営層が描く理想像と、現場における実際の判断や行動とのずれを把握しないまま変革を進めると、従業員の主体的な行動を引き出せず、変革が現場に定着しない例も少なくありません。前述の調査結果が示すように、価値の生み出し方は業種や職種によって異なる傾向があり、企業ごとの特性を踏まえて捉えることが重要です。

本サービスは、共同研究で開発した「16タイプ診断」フレームを共通言語として、診断から分析、変革の実行までを一気通貫で支援するものです。自社がどのような価値を、どのような組織のあり方で生み出しているのかを

「型」として可視化し、事業部・部署間の違いや、経営層と現場の違いも比較します。そのうえで、企業文化全体を変えるのではなく、4つの軸ごとに「変えるもの」と「残すもの」を見極めます。

施策の設計には、組織開発、人事制度、コミュニケーション、ブランド、マーケティングなど、幅広い観点から価値創造・組織変革に向けた施策を体系化した電通独自の「102の打ち手」を活用します。診断と同じ4軸を基準に施策を選定することで、診断結果に基づいた実行施策を一貫性のある形で設計します。国内電通グループ各社の専門人財とケイパビリティを結集し、施策の実行・定着から、企業が自ら取り組みを進められる状態に至るまで伴走します。



価値創造16タイプ診断＆組織変革支援プログラム_ご提供の流れ

当社は今後も、本サービスを通じて、企業が自社の強みや事業特性に合った価値創造の型を見極め、その実践につなげるための取り組みを支援してまいります。あわせて、調査で得た知見を活用し、診断と変革プログラムの高度化を進めてまいります。

【調査概要】
・目　　的：日本の大企業における16タイプの分布と、業種・職種別の傾向を把握する
・対象エリア：全国
・対象者条件：20～59歳で、大企業（中小企業基本法における中小企業の定義に該当しない企業）に勤務する者
・サンプル数：1200人
・調 査 手 法：インターネット調査
・調 査 期 間：スクリーニング調査：2026年3月25日～4月1日／本調査：2026年4月1日～4月6日
・調査委託先：電通マクロミルインサイト

※　グループ各社の専門人財、ケイパビリティを結集し、クライアントの人財・組織改革、企業文化改革を包括的に支援する横断組織。https://dentsu-hcgc.jp/

以上

【リリースに関する問い合わせ先】
株式会社電通コーポレートワン　ブランディングオフィス　広報室　広報部
河南、李、早川
Email：koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】
dentsu Japan Human Capital Growthセンター
小山、家泉、野口
Email：hc-growth-center@dentsu.co.jp