

中小・中堅企業、大手事業部が目指す

新規事業の安全地帯(ブルーオーシャン)テーマのを見つけ方 オンラインセミナー

～ 新しいカテゴリーを創り、ヒエラルキートップを狙う ～

開催日：2022年3月28日(月)

13:00～17:00

新規事業のテーマ探索では、規模の大きな市場を狙うことが定説化しています。一方では、競合がない安全地帯(ブルーオーシャン)やオンリーワンを狙えということも言われています。しかし、この2つは食い合わせがよくありません。規模の大きな市場は多くの企業が狙うため、ブルーオーシャンにはなりにくいということです。

中小・中堅企業、あるいは大手企業の事業部の新規事業の場合、安全地帯に位置づくオンリーワン事業を目指すことの方が優先順位は高いと思われます。しかし、そのためのテーマ探しの進め方について体系化されたものは少ない状況です。

本講座は、新規事業の安全地帯(ブルーオーシャン)テーマを見つけるための進め方とノウハウをコンパクトにまとめたユニークなものとなっています。

30年以上におよぶ新規事業開発の経験に基づいて体系化されたものであり、基礎知識を共有した上で具体的手順とポイントについて解説するものです。なお、事業化パートナーを募集している具体的事業案件の一部もご紹介します。

本セミナーの特徴

- ◆安全地帯(ブルーオーシャン)に位置づく新しいカテゴリーのを見つけ方が分かる内容となっています。
- ◆新規事業の基礎および本質が学べると共に、実践的な手順についても解説します。
- ◆大企業のポーポレートテーマより、中小・中堅、大手企業の事業部向きの内容になっています。
- ◆新規事業担当の他、社内アイデア公募におけるアイデア品質のアップにも役立つ内容となっています。
- ◆事業パートナーを探している具体的案件の一部を紹介します。

1. 新規事業のテーマ探しの基礎知識

(1) 新規事業の通説はいつも正しいとは限らない

- ・成長分野を狙え？／ニッチを狙え？／変化を狙え？など

(2) 事業を分類して理解する

- ・ビジネスレイヤーの違いと新規事業
- ・ハード、ソフト、ネットビジネスと新規事業
- ・エリア限定型と広域型の違いと新規事業
- ・ソリューション型と機能製品型の違いと新規事業 など

(3) 新市場が生まれるメカニズム

- ・新市場が生まれるメカニズム
- ・何故、新しい技術が注目されるのか
- ・新しいビジネスワード (DX、AI、メタバースなど) と新規事業テーマ探しの関係
- ・「モノ消費、コト消費」と「モノ売り、サービス売り」との違い

2. 新規事業テーマ探しの一般的な進め方手法

(1) 新規事業テーマ探しが難しい理由の本質

- ・新規事業のテーマ割かしは何を見つけることか
- ・新規事業のテーマ探しが難しい理由の本質

(2) 新規事業の通説に基づく進め方手法の色々

- ・成長分野、成長トレンドからテーマを探す“情報分析型テーマ探索”
- ・アイデア発想によりユニークなテーマを発案する“アイデア先行アプローチ”
- ・未来社会の予測からテーマを探す“未来社会予測型テーマ探索”
- ・ユニークな技術を見つけてからテーマを探す“技術トレンド分析型テーマ探索”

(3) 狙いの違いに基づく進め方手法の色々

- ・変化を予測し自社資源を活かせる事業開発を目指す
- ・自社資源を活かした新しいカテゴリー開発を目指す
- ・社会課題の解決を目指す
- ・自社資源を意識せずに役立つ事業開発を目指す

(4) その他

- ・デザイン思考と新規事業のテーマ探し
- ・オープンイノベーションと新規事業のテーマ探し

3. 潜在ニーズのを見つけ方とビジネスモデルの体系

(1) 潜在ニーズの発掘方法

- ・ニーズは分解して捉えると分かりやすくなる
- ・潜在ニーズはどうやって見つけるのか
- ・差別化余地の見極め

(2) ビジネスモデルの体系

- ・ユニークなビジネスモデルの特徴は意外に単純なコトにある
- ・成功モデルと失敗モデルの境い目は
- ・ビジネスモデルの3つ構成要素 (基本、業務、収益モデル)

4. 安全地帯(ブルーオーシャン)テーマのを見つけ方

(1) 安全地帯テーマを見つけるための考え方

- ・安全地帯テーマとはどんなテーマか、ニッチ狙いとの違い
- ・スタートは自社起点、事業は顧客起点で考える
- ・差別化を意識しないで顧客の理想を意識する

(2) 安全地帯テーマを見つかるための進め方の全体像

- ・基本的な考え方
- ・進め方の全体像と推進ステップ

(3) 進め方の手順と調査・検討のポイント

ステップ1. 事業の目的の確認、自社の得意資源の抽出
 ステップ2. 新規事業の探索領域“仮ドメイン”の検討
 ステップ3. ビジネス構造マップの作成
 ステップ4. ニーズギャップ仮説、変化と違和感の調査
 ステップ5. サブドメインの設定と優先順位
 ステップ6. 顧客の絞り込み
 ステップ7. 事業アイデアの検討
 ステップ8. VOC (Voice of Customer) 活動
 ステップ9. 顧客価値の客観化 (顧客価値の種類)
 ステップ10. 顧客価値の設計 (組合せ発想)
 ステップ11. ビジネスモデルの立案
 ステップ12. ビジネスプランの策定

5. ヒエラルキートップに向けた戦略

- ・事業特性分析の価値とやり方
- ・ヒエラルキートップに向けた競争障壁づくりの考え方

6. もったいないプロデュースの具体的な案件

講師プロフィール

株式会社リーディング・イノベーション 代表取締役社長／新規事業開発上級職人 芦澤 誉三

1982年 早稲田大学理工学部卒業。石油開発のエンジニアリング会社を経て、日本能率協会コンサルティングに入社し、約13年間、新規事業開発、及びマーケティング関連のコンサルティングを行なう。その後、一部上場メーカーにて新規事業開発に携わり、別会社として独立し取締役役に就任。現在、(株)リーディング・イノベーションの代表取締役／新規事業開発上級職人として、大手・中堅の新規事業開発、研究所発の新規事業開発、研究テーマ開発など、中小企業の新規事業プロデュースの支援を行なっている。

専門領域

新商品・新規事業開発、シーズtoビジネス、もったいないプロデュース

主な著書、論文

「ビジネスレイヤー別新規事業開発実践ガイド」(企業研究会)、「事業化プロデューサー養成講座」(明日香出版社)、「LLPとLLCの基本と仕組みがよ〜わかる本」(秀和システム)、「新規事業意開発の通説と現状を掘り下げる」(ビジネスリサーチ:企業研究会)、「新規事業開発に立ちふさがる壁に挑む」(ビジネスリサーチ:企業研究会)、顧客満足を先取りする“提案開発アプローチ” (ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー)、等多数。

お申し込み

中小・中堅企業、大手事業部が目指す

新規事業の安全地帯(ブルーオーシャン)テーマのを見つけ方 オンラインセミナー

～ 新しいカテゴリーを創り、ヒエラルキートップを狙う ～

◆お申し込み方法

下記のいずれかの方法にてお申し込みください。

- ①下記のお申し込みフォーマットに必要事項を記入し、FAXにてお申し込みいただく。
- ②下記お問合せ先にあるメールアドレスより、お申し込みいただく。

◆開催日

2022年3月28日(月) 13:00～17:00

◆開催方法

Zoomによるオンライン開催

◆参加費用

30,000円(消費税込み)／人

貴社名			
住所	〒		
ご参加者①	部署	役職	
	お名前	TEL.	E-mail
ご参加者②	部署	役職	
	お名前	TEL.	E-mail

お問い合わせ

株式会社リーディング・イノベーション
東京都千代田区丸の内2-2-1 岸本ビル6階
Tel.03-5953-8950 FAX.03-5953-8862

担当: 高橋

URL:<http://www.lead-in.com>

E-mail:takahashi@lead-in.com



あなたの会社の新しい売上に創出する
「事業化プロデューサー養成講座」

リーディング・イノベーション著
明日香出版社



図解入門ビジネス 最新LLPとLLCの
基本と仕組みがよくわかる本

リーディング・イノベーション著
秀和システム



「ビジネスレイヤー別-新規事業開発
実践ガイド」
リーディング・イノベーション 芦沢誉三著
企業研究会