

NEW！発想からビジネスに繋げる『事業イノベーションの実践と具体的アプローチ法』

(4119143)

本講座では、デジタル時代に向けてビジネスチャンスが多いソーシャル課題を題材とし、ビジネスモデルをどう構築していくかを実践的なワークショップを通じて体感します。ソーシャル課題を解決するためには様々なステークホルダーを引き付け、巻き込んでいかなければなりません。そのために「誰に何を売るのか」を追求し、「ビジネスモデル」構築への理解を深め、議論を展開していきます。

開催日時	2019年10月23日(水) 10:00-17:00
カテゴリー	事業戦略策定・事業戦略評価 専門スキル
講師	中谷英雄 氏 (株式会社ピーエム・アライメント 取締役 ビジネスコンサルティング部長) PMI認定PMP 2013年 米国PMI最優秀教育プロバイダー認定 スクラムアライアンス認定スクラムマスター (CSM) プロダクトオーナー (CSP0) ＜略歴＞ 1. BIPROGY (旧：日本ユニバック) (1983年～) 2. 三井住友信託銀行 (旧：三井信託銀行) (1990年～) 3. ピーエム・アライメント (2006年～現職) ・主に金融IT大規模プロジェクトのPMO支援に従事。 ・その後大学院でデザインマネジメントを学び、社会課題の解決、金融商品の開発等でデザイン、アート、顧客体験等を活用。 ・現在、新事業創出、デザイン戦略、イノベーションとDX推進に関わる諸テーマを中心に、コンサルティング活動、教育活動を展開している。 ＜研究会活動＞ ・PM関連：PMIJ会員(アジャイルPM研究会会員、プログラムマネジメント研究会会員) ・イノベーション関連：JUAS (イノベーション研究会会員JIIP3) PMIJ会員(ソーシャルPM研究会) ・震災復興関連のNP0向けに、イノベーションプロセスの活用支援展開中 ＜PM関連書籍著＞ 監修 PMI 日本支部 「PMツールの実践的活用」プロジェクト 翻訳メンバー PMIプログラムマネジメント標準 第2版
参加費	J U A S 会員/ITC：33,000円 一般：42,000円 (1名様あたり 消費税込み、テキスト込み) 【受講権利枚数1枚】
会場	一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会 (日本橋堀留町2丁目ビル2階)
対象	IT企画の方、要件定義の上(超上流工程)を目指す方、S0Eのプロジェクトマネージャーなど *本セミナーは「イノベーションのための発想法」の発展編として開催します。 中級
開催形式	講義、グループ演習
定員	20名
取得ポイント	※PMP資格取得者の方へPDU取得修了書、これからPMP資格を目指す方には、「受講証明書」を発行いたします。7PDU取得(スキルエリア：戦略&ビジネス) ※ITC実践力ポイント対象のセミナーです。(2時間1ポイント)
ITCA認定番号	ITCC-CPJU9464
ITCA認定時間	6

主な内容

日本企業の間では今、デザイン思考等を活用してアイデアを創出し、PoCの一大ブームといった状況になりつつあります。PoCはその名の通り、新しいコンセプト(概念)やアイデアが実現可能かどうかを実証する取り組みです。「IoT、あるいはブロックチェーン技術を活用すれば、こんなサービスを実現できるのではないか」そんなアイデアを必要最小限のシステムで試してみる。これがPoCであり、実験的な意味合いが強いため「実証実験」とも訳されます。

ところが最近、システム部門・情報システム子会社・ITベンダーの幹部から「PoC疲れ」という声が増えています。「いくつもPoCをやってみたが、いずれもモノにならなかった。この先どうすればよいのか」と事業部門に相談されたり、「当社には、事業部門と共同でデジタル変革を考案して新サービスを事業化できる様なシステム部門の人材がいなかった」と自嘲するケースも散見されます。

新しいサービスで事業を成し遂げるのは容易ではなく、むしろ失敗するケースの方がはるかに多いのです。とはいえ、ただ単に「PoCの事業化は難しい」というだけでは意味ある成果は得られず、「PoC疲れ」に陥ってしまうのは当然です。

本講座では、デジタル時代に向けてビジネスチャンスが多い(市場規模は大きいが、リスク(脅威)も高い)ソーシャル課題を題材としています。ソーシャル課題を解決するためには様々なステークホルダーを引き付け、巻き込んでいかなければなりません。「誰に何を売るのか」を追求し、「採算の取れるビジネスモデルの構築」をテーマにした実践ワークショップを行います。

更に、デジタルトランスフォーメーション時代を睨み、デジタルの価値である「プラットフォーム」になるための条件を事例研究から探ります。

＜本講座の特徴＞

- 1. デジタル時代においてビジネスチャンスが多いソーシャル課題を題材として、「行きつ戻りつの試行錯誤を経て、採算の取れるビジネスモデルが構築される」ことをテーマに実践ワークショップを通じて体得する。
- 2. 様々なステークホルダーを引き付け、巻き込んでいき、「誰に何を売なのか」に対する答えを追求し、競争力の源泉に繋がることを体験する。
- 3. 複数のビジネスモデルの視点を活用することの有効性を体得する。
- 4. デジタルの価値である「プラットフォーム」になるための条件を事例研究から探る。

＜プログラム＞

【午前】

第1章 ビジネスモデルデザイン

- 1. 1 ビジネスモデルデザインの必要性
- 1. 2 2つのビジネスモデルを使ってみる
 - 演習1：ビジネスモデル・キャンバス作成
 - 演習2：各プロダクト・サービスのビジネスモデルのタイプは？
 - 演習3：Ten types of innovationキャンバスのイノベーションタイプは？
 - 演習4：10タイプの何を、どのイノベーション戦術を使っているか？

【午後】

第2章 ソーシャル・ビジネスモデル（BM）デザインワークショップ

- 問題1：「顧客ニーズ」を洗い出す
- 問題2：現時点における「BMファーストキャンパス」を描く
- 問題3：「BMファーストキャンパス」の失敗の原因は、何か？
- 問題4：SWOT分析から導かれる次の戦略を策定する
- 問題5：SWOT分析&戦略を基に、「BMセカンドキャンパス」を描く
- 問題6：SWOT分析から導かれる次の戦略を策定する
- 問題7：SWOT分析&戦略を基に、「BMサードキャンパス」を描く
- 問題8：Ten types of innovationキャンバスで競争優位を検証する
- 問題9：新事業成功の要因を分析する

第3章 プラットフォームで勝つためには？

- 3. 1 プラットフォームとは何か？
- 3. 2 プラットフォームの特徴
- 3. 3 プラットフォームの一人勝ちメカニズム
- 3. 4 事例研究
 - 演習5：独り勝ちの条件は？
- 3. 5 プラットフォームの不確実性の要因と、独り勝ちの進行を阻害する要因

おわりに

- ・何を、学んだか？
- ・何が、活かせるか？