

人材育成プログラム
【事業企画書立案研修】

AXIS

2017年11月

アクシスコーディネート株式会社

| | Contents | Page |
|-----|---------------|------|
| I | 当社概要 | 3 |
| II | こんな方にオススメ | 4 |
| III | 特長と強化ポイント | 5～6 |
| IV | 2日間講座、時間割 | 7 |
| V | 成果物 | 8～11 |
| VI | 導入実績 | 12 |
| VII | 参考)3カ月講座、進行手順 | 13 |

1.概要

新規用途開拓支援コンサルティング。ビジネスプロデュース。人材育成研修

2.所在地

住所 東京都千代田区平河町二丁目十三番一号

連絡先 TEL03-5211-3349, FAX03-5211-3359

ホームページ <http://www.axistech.jp>



アクセス

メトロ「永田町」駅
徒歩4分

3.代表者略歴

代表取締役社長 南形潔賜（みながた・きよし）

1963年 生まれ

1986年 日本電装(現デンソー)入社

1992年 ドイツ駐在員事務所長（同社最年少29歳）

1996年 新事業推進部 プロジェクトリーダー

1999年 独立。当社創業。

新規用途開拓支援コンサル。人材研修。

現在に至る

大企業在籍12年。

新事業主導

ベンチャー起業18年。

トヨタほか新事業支援多数



新事業・新商品創出の為、事業企画書を立案したいのだが・・・

訴求ポイント

- ・ハッカソンなど色々試してみるのだが、表層検討に終わり、具体的な企画に落とし込めない。
- ・事業企画書を書いた経験が無く、仮説やビジネスモデルの立て方を知らない。

対象層

営業企画、事業企画、商品企画、研究企画を担うリーダー層、マネージャー層など

1. 特長

① ビジネスプロデュースの実践エッセンスを体系化

トヨタはじめ様々な新事業をプロデュースした実践経験に基づき、エッセンスを体系化し、研修プログラムパッケージ化。

② ビジネスプロデューサーが講師

トヨタはじめ様々な新事業を企画提案し、協業実現したビジネスプロデューサーが講師となり、実践的で実効性有る事業企画書作りが学べる。

※研修コーチに較べて、新事業立上げ経験が格段に豊富

2.強化ポイント

①ビジネスプロデュースの実際を知る

- ・どうやって、仮説を立案したのか？
- ・どうやって、仮説を現実化したのか？

②事業企画書を立ててみる

- ・自社技術・サービスならではの嬉しさとは？
- ・嬉しさが活きる用途、ターゲット顧客とは？
- ・ターゲット顧客にとっての価値とは？
- ・WIN-WINのビジネスモデルとは？

標準案。カスタマイズ可能

| | 時間割 | 進行（受講生6人の場合） |
|-------------|-----|--|
| 1 日 目 | 午前 | 南形事例講演&質疑 90分、オリエン 30分 講演内容:別紙 |
| | 午後 | 各自作業120分。(うち、南形個別指導20分/人) グループ討議 60分。各自中間発表 15分/人 |
| 2 日 目 | 午前 | 各自作業120分。(うち、南形個別指導20分/人) |
| | 午後 | グループ討議 60分。各自作業 60分。 各自発表 20分/人。 無記名投票&優秀者表彰。総括講評。 |

1.事業企画書 A3版1枚で、骨子を纏める

事業企画書 (SAMPLE) ©AXIS Coordinate Co.Ltd. 禁無断転載

仮説①-〇〇向け〇〇〇〇先行開発

I.コンセプト

急速な高齢化と、〇〇〇〇を前提に、顧客価値〇〇〇〇に焦点を当て、ターゲット顧客をA社に設定。201×年商品化を目指す。
A社向け協業プランを立案。提案して、合意すれば小規模実証実験を行い、事業化を加速する。

2017年〇月 御社 〇〇研究所
プロジェクトリーダー〇〇〇〇〇、技術補佐〇〇〇〇〇、マーケ補佐〇〇〇〇〇

II.スキーム

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|---------|------|----|----|--------|----|------|------|-------------|----------------------|--|--|
| 市場規模 | 国内: 〇万台/年、 〇〇億円/年 グローバル: 〇〇万台/年、 〇〇〇億円/年 | | | | | | | | | | | | |
| 商流 | <table border="1"> <tr> <td>完成品メーカー</td> <td>A社</td> <td>B社</td> <td>C社</td> </tr> <tr> <td>サプライヤー</td> <td>御社</td> <td>競合α社</td> <td>競合β社</td> </tr> <tr> <td>協業パートナー・仕入先</td> <td colspan="3">〇〇〇〇社、〇〇△△社、●●△△社...</td> </tr> </table> <p>第1優先 ↑ 第2優先 ↑</p> | 完成品メーカー | A社 | B社 | C社 | サプライヤー | 御社 | 競合α社 | 競合β社 | 協業パートナー・仕入先 | 〇〇〇〇社、〇〇△△社、●●△△社... | | |
| 完成品メーカー | A社 | B社 | C社 | | | | | | | | | | |
| サプライヤー | 御社 | 競合α社 | 競合β社 | | | | | | | | | | |
| 協業パートナー・仕入先 | 〇〇〇〇社、〇〇△△社、●●△△社... | | | | | | | | | | | | |

III.骨太仮説とモデルケース設定

- 骨太仮説 (想定アプリケーション・顧客価値・商材)
- ビジネスモデル (協業形態・商流など)
- モデルケース (社会実証など)

AXISにて、
テンプレート用意

IV.顧客価値と、競合優位性

1.顧客価値

| | | | |
|-----|------------------|------------------|----------------------|
| 受益者 | 消費者 | 完成品メーカー | 御社 |
| 価値 | ① 〇■〇〇 ② □%向上 | ① ■□●〇 ② ●%向上 | ① 〇〇技術活用 ② 〇●商材拡販 |

2.競合優位性

| | | |
|-----|------------------|------------------|
| 競合 | α社 | β社 |
| 優位性 | ① 〇〇〇性 ② 〇●〇性 | ① ■■〇〇 ② □□●● |

① 独自の〇〇技術活用
② 〇●商材量産

V.事業化ロードマップ

VI.本年度、来年度マイルストーン

- 本年度マイルストーン
 - ①10~12月: 複数の仮説立案
 - ②1~3月: 優先度検別、候補企業にサウンディング
- 来年度マイルストーン
 - 4月~: 候補企業との小規模実証実験

AXIS
Copyright by AXIS

2. アイデアシート ターゲット用途とキラーアプリを纏める

オモテ面

商品アイデアシート(雛型)

ヘルスケア[次世代◎◎メタボ対応商品]

1. 技術フェーズ 構想 研究 開発 試作 量産

2. 商品(システム)概要

当社○○事業部独自の◎◎生体認証技術と、協業α社の特許技術△△を融合した◎△商品。健康組合での実証実験を始めるに、ヘルスケア用途向けをターゲットに、今までに無かった新しい顧客価値「◎◎性と○○性を同時に実現するオンリーワン商品」を実現します。

3. オンリーワンポイント

従来競合品では実現出来ない、下記差異化軸で優位性を発揮します。

| 差異化軸 | ①. 技術軸-1 ◎◎性 | ②. 技術軸-2 ◎◎性 | ③. 事業・サービス軸 ◎◎性 |
|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| 競合1: ○○社○○商品 | ○○までは出来ない | ○○までは出来ない | ○○までは出来ない |
| 競合2: △△社△△商品 | △△部分では顧客の不満 未解消 | △△部分では顧客の不満 未解消 | △△部分では顧客の不満 未解消 |
| 当社 | 初めて◎◎が可能 | 初めて◎◎が可能 | 他社協業で◎◎が可能 |

4. ターゲット用途でのアプリ例と顧客価値

アプリ例

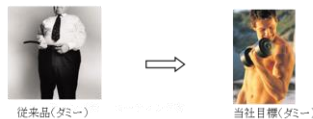
☆写真・ボナン絵等
図化する



オンリーワン顧客価値

従来出来なかった◎◎や◎◎が解消されます(下記イメージ写真)。

☆写真・ボナン絵等
図化する



ウラ面

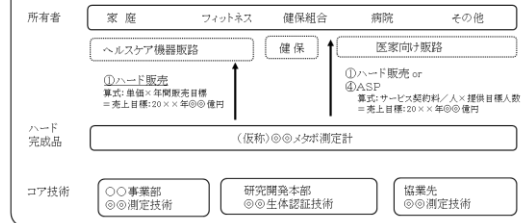
5. 補足技術説明

×専門用語の羅列は、理解困難

◎写真・ボナン絵等 図化する

6. ビジネスモデル

形態 ①ハード販売 ②ソフト販売 ③システム販売 ④サービス提供(ASP等)



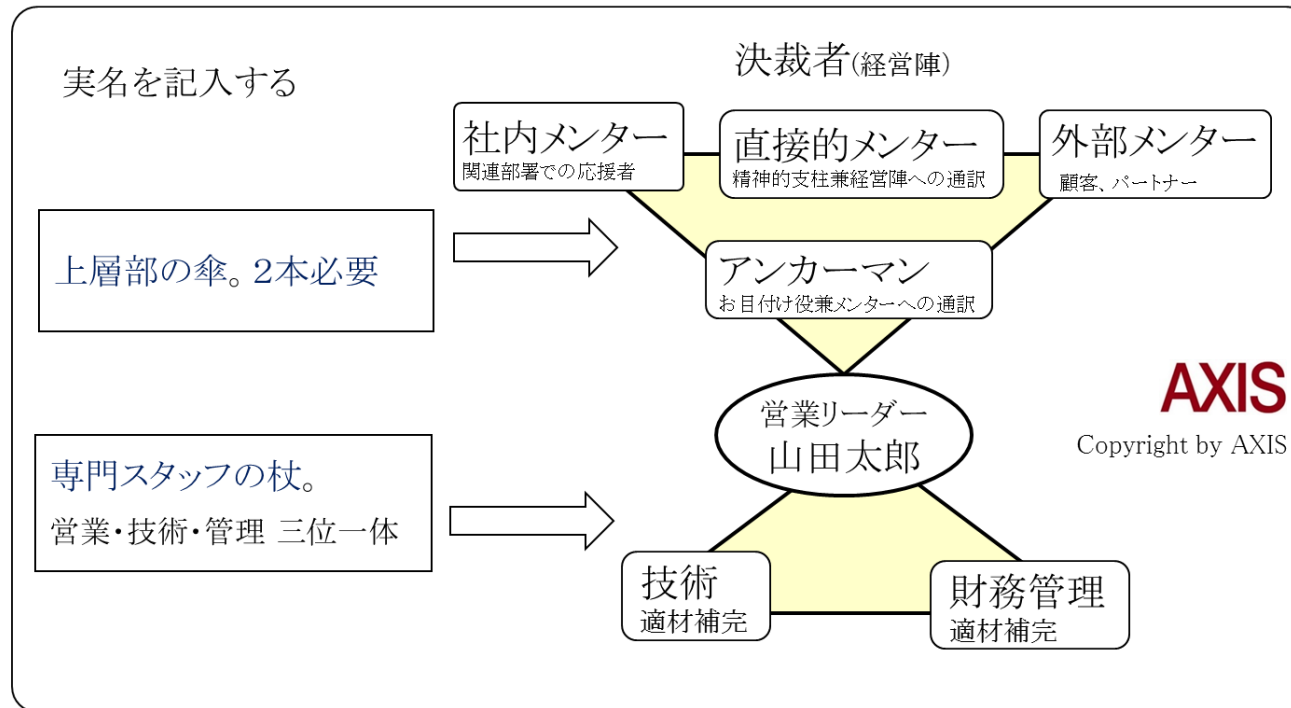
7. 展開計画と目標シェア



AXIS
Copyright by AXIS

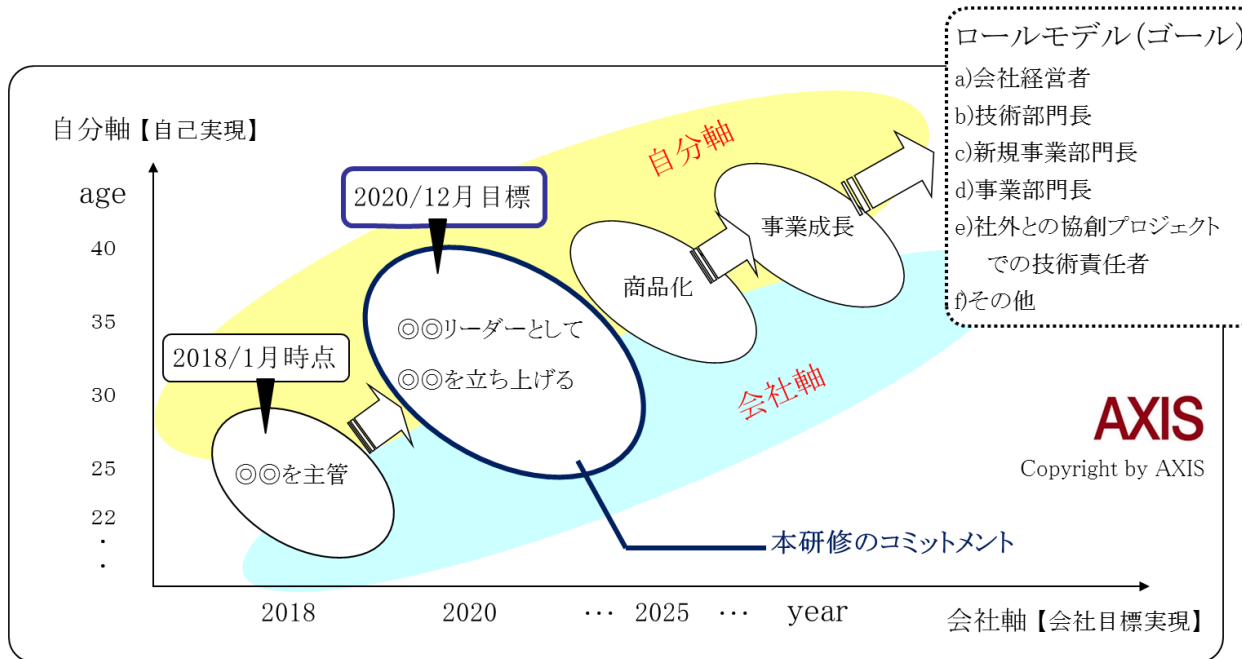
3. バタフライモデル

周りを巻き込むマネジメント力強化



4.シンクロナイズモデル

自分軸と会社軸がシンクロした目標設定



導入実績

電機、住設機器、精密機器、複写機、ヘルスケア、
コンピューター、化学、重電、機械はじめ各種メーカー
サービス事業者、SIer など

対象層：営業企画、事業企画、商品企画、研究企画を担うリーダー層 など

人 数： 6～10名程度。

研修名： 事業企画立案研修、ビジネスプロデューサー研修など

期 間： 短期集中：2日間。 中期：2～3カ月（2週間単位で集合研修）

| | 手順 | 日程 | 御社 | 当社 | 社外 |
|---|--------------------|--------------------------|---------------------------------|------------|--------------------------------|
| ① | 事例講演 オリエン | 約3カ月 (2週間単位の 集合教育) | 聴講 | 事例講演、オリエン | |
| ② | 事業企画仮案 立案 | | 事業企画書& アイデアシート仮案 | コンサル・アドバイス | |
| ③ | 事業企画固め | | 事業企画書& アイデアシート発表 | コンサル・アドバイス | |
| ④ | 社外ヒアリングと 事業企画補強 | | 事業企画書& アイデアシート、 ビジネスモデル補強 | コンサル・アドバイス | ヒアリング先 ・想定顧客 ・パートナー 等 |
| ⑤ | 事業企画まとめ | | 事業企画書& アイデアシート、 ビジネスモデル纏め | コンサル・アドバイス | |
| ⑥ | 社内幹部向け 報告会 | | 幹部報告会 | コンサル・アドバイス | |

AXIS

オープンイノベーション・ファシリテーター
新規用途開拓支援コンサルティング

アクシスコーディネート株式会社

〒102-0093 東京都千代田区平河町二丁目十三番一号

Tel03-5211-3349, Fax03-5211-3359, HP [http//www.axistech.jp](http://www.axistech.jp)