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・アラインメント 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（CSPO） ＜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・アラインメント（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NPO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	ＪＵＡＳ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、SOE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いことがわかった」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、「誰に何を売るのか」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：各ブロダクト・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セカンドキャンバス」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サードキャンバス」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？