

「事業部が地続き型新事業開発をする」 プログラム(ご提案)

キーワード:
成長・地続き・独自性
システマチックに整理
事業の定義(CFT)
提携・連携を前提
事業の勝ちパターン
グローバル視点
システム化
サービス化

<プログラムの背景と目的>

◇地続き型新事業開発は事業部の役割

企業が進める新事業開発は3種類あります。本社部門が行う飛び地の新事業開発、研究開発本部が行う新技術を武器にした新事業開発、そして事業部が単独または横断的に進める地続き型新事業開発です。本プログラムでは事業部のメンバーが、「自分たちの次の飯の種は自らつくるべき」という考え方に基づいて進める、地続き型新事業開発にメスを入れます。

◇場当たりのでなく、システマチックにアプローチする

新事業開発がうまく展開できない原因の一つにチャレンジが単発的に終わってしまうことがあります。場当たりのテーマ設定でなく、一つひとつシステマチックに可能性をチェックしていくことで成功の確率を高めることができます。

本プログラムでは、事業部が自らの生き残りをかけて進める新事業開発のテーマ設定とその開発シナリオづくりを目的とします。特に地続き性に注目し、システマチックなテーマ探索を行います。

<プログラムのポイント>

◇成長、地続き、独自性が新事業開発の鉄則

新事業開発の定石は①成長市場(変化市場を含む) ②既存事業での蓄積が生かせる地続き領域 ③差別化を含む独自性の3つです。特に地続き性を重視します。

◇地続き性をCFTで整理する

地続き性のある新事業をシステマチックに探索、整理します。事業は①C(顧客: Customer) ②F(顧客価値: Function) ③T(技術ノウハウ: Technology)で定義されます。既存事業のCFTを整理することで、地続き型の新事業探索の枠組みがつかれます。

◇事業の勝ちパターンの定石を踏む

事業を立ち上げた後、収益事業となるためには、いくつかの勝ちパターンの定石があります。特に、既存事業と事業カルチャーが異なる場合は、しっかりと定石を踏む必要があります。本プログラムでは事業の勝ちパターンを踏まえたシナリオづくりをします。

◇グローバル視点の成長性を見定める

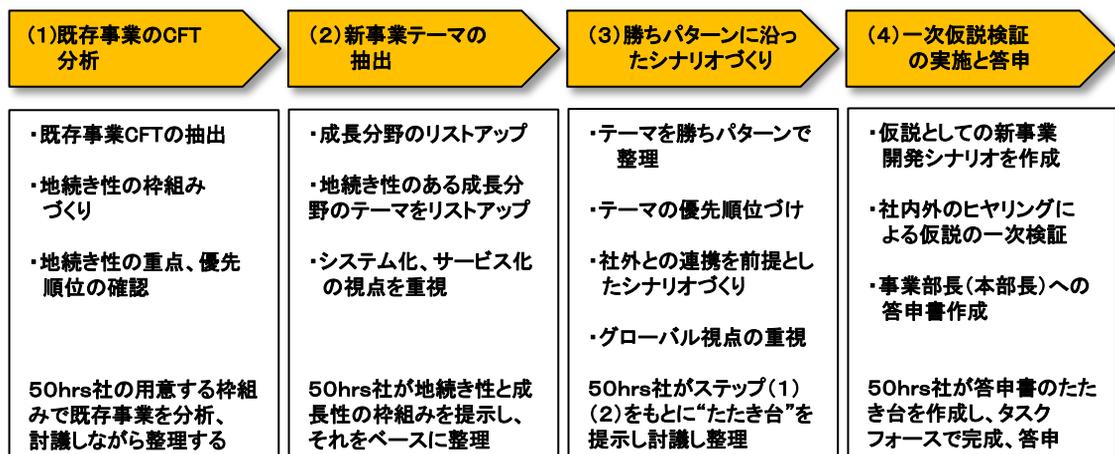
新事業は国内からスタートさせるばかりではありません。むしろ、しがらみが無く、成長性のある海外市場から始めることを視野に入れることで、チャンスは大きく広がります。海外企業との提携・連携も視野に入れます。

<プログラムの進め方>

事業部門を対象にします。

次の4つのステップで、事業部のメンバー数名からなるタスクフォースで進めます。

弊社(50hrs社)が戦略的なガイドとファシリテーション(支援)を行います。



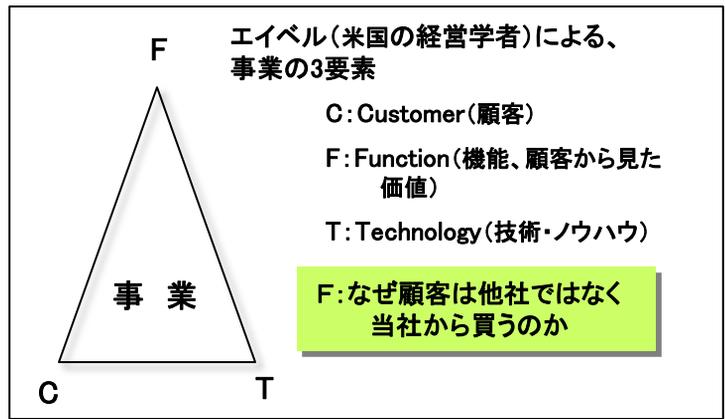
事業の定義

米国の経営学者エイベルは事業をCFTで定義しています。

健全な事業はCとFとTが明確です。

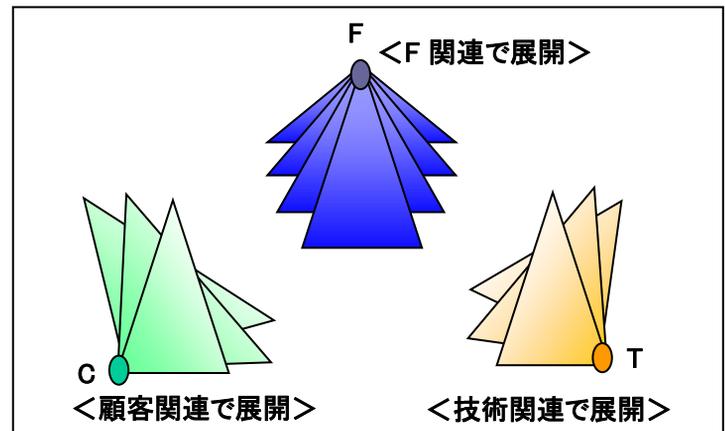
特にFは顧客に選んでもらうために必須です。

新事業開発においても事業の定義であるCFTを明確にすることが必要です。



地続きの新事業テーマ

- ①顧客との地続き性
既存顧客に関する知識・情報を活用
- ②技術・ノウハウでの地続き性
既存技術ノウハウを顧客から見た価値で再定義
- ③顧客価値での地続き性
既存事業と同様な顧客価値で新分野に展開



著書の紹介

<p>「50時間の部長塾」</p>  <p>グローバル時代 閉塞突破の経営</p> <p>生産性出版</p>	<p>「50時間で会社を変える！」</p>  <p>儲かる会社を創る実践シナリオ</p> <p>日本実業出版社</p>	<p>「技術者力の高め方」</p>  <p>戦略思考で 研究開発・ 製品開発が変わる</p> <p>PHP研究所</p>	<p>「技術者力を鍛える」</p>  <p>消耗戦からの脱却 勝ちパターンの定石 世界での生き残り</p> <p>PHP研究所</p>
<p>「中期経営計画戦略マニュアル」</p>  <p>圧倒的なスピード経営 で強い会社を作る！</p> <p>すばる舎リンケージ</p>	<p>「RM (Revenue Management)」</p>  <p>収益管理のすべて (鑑訳) (ロバートGクロス著)</p> <p>日本実業出版社</p>	<p>「組織力の高め方」</p>  <p>新しい日本的経営で 勝つ！</p> <p>PHP研究所</p>	

お問い合わせ: mizushima@50hrs.co.jp

有限会社 フィフティ・アワーズ
〒107-0062
東京都港区南青山1-20-2
乃木坂ビジネスコート
<http://www.50hrs.co.jp>

閉塞突破プログラムシリーズ:ご参考用

<事業部向け>

- 「ソリューション営業の行動を差別化する」
- 「事業部の“動き”を差別化する」
- 「事業部の新事業開発」

<研究・開発部門向け>

- 「開発技術者の行動を差別化する」
- 「売り”を技術ノウハウの複合化でつくる」
- 「グローバル競争時代の開発部門のパワーアップ」