

【この度はシンスターの研修資料をダウンロード頂き、ありがとうございました】

はじめに・・・

シンスターは、研修のパッケージ売りを一切いたしません。
なぜなら人材育成の課題は個社毎、組織毎に異なり、その解決方法もまたそれぞれ異なると考えているからです。

ご提案の前には、必ず詳細のヒアリングをさせて頂き、個社にあったプログラムの開発を行い、また全ての研修プログラムに、お客様の業界または自社のトピックを盛り込むことをポリシーとしています。

添付のプログラム概要は、あくまでも一例ですので、まずはお気軽にご相談ください。
御社に最適な育成プログラムを創るお手伝いをさせてください。

株式会社シンスターお問合せ窓口：

Tel 03-5728-4305 URL : <http://www.shinstar.co.jp/>

Mail: info@shinstar.co.jp

【ビジネス着想力】

環境変化を的確に捉えてアイデアを着想する力をつける！

1. 新たなビジネスやイノベーションを生み出すために

皆さんの会社では、会社の将来を左右するような大規模なアイデアから、日々の課題を解決するためのちょっとしたアイデアまで、「新しいアイデア」が次々に社員から生み出されていますか？

社員一人ひとりが新しいビジネスの種を思いつく「着想力」を鍛え、そこから生まれたアイデアを、ビジネスとして実現できるクリエイティブな企業・組織になるためには、下記の2つの力を身に付けることが必要です。

シンスターの「ビジネス着想力」プログラムは、様々な企業の成功事例を使いながら、この重要な2つの力を高めます。



【変化を捉える“視点” を身に付ける】

新しいアイデア・企画を着想するために一番重要となる、環境変化を捉える力を身に付ける。日々の外部環境・内部環境の変化を、どのような視点を持って見るべきか具体的に学ぶことで、自社にとって重要な変化、情報を見極める力を養います。



【アイデアを「広め」て、 「深める」力の強化】

個人のアイデアや発想には限界があります。思いついたアイデアや企画を、他の視点を持つ人達と議論を重ね、いかにして成功の確率を高めた企画までに磨き上げるか、そのプロセスを体験しながらアイデアを広め、深める力をつけます。

【研修の最終ゴール】

自社のビジネスを改善・改革、拡張、創造するアイデアや提案を数多く創り出すために、必要な視点、考え方、組織としての取り組み手法を学び、各自の着想力を向上させる。

2. アイデアを生むために必要な事とは？

Q. まずはミニ演習をやってみましょう！

2020年に東京オリンピックが開催される事となりました。
もし、自分で使える資金が無尽蔵にあるとしたら、あなた個人としてどんなビジネスをやろうと考えますか？
こういうビジネスを行ったら、「大人気になるだろう」というビジネスを考えて下さい。

通訳マッチング
サービス…？

会員制タクシー
サービス…？

子供向け
スポーツスクール？

観光客向けの
アプリ開発…？



どうでしょうか？皆さんはどんなアイデアを思いつきましたか？

そして、そのアイデアを思い付いた時、皆さんは自分の知っている、どのような情報をヒントにしたのでしょうか？

実は、ビジネスのアイデアを生むには、この情報、いわゆる「ビジネスの環境変化」をどう的確に捉えるかが一番のキーだとシンスターは考えます。

そうはいつでも、溢れんばかりの情報の中から、一体どの様に着目すべき「変化」を的確に捉えればいいのでしょうか？

【アイデアの種を見つけるために必要とされる要素】

自分の「解決したい課題」、
もしくは「成し遂げたい思い」

Point !

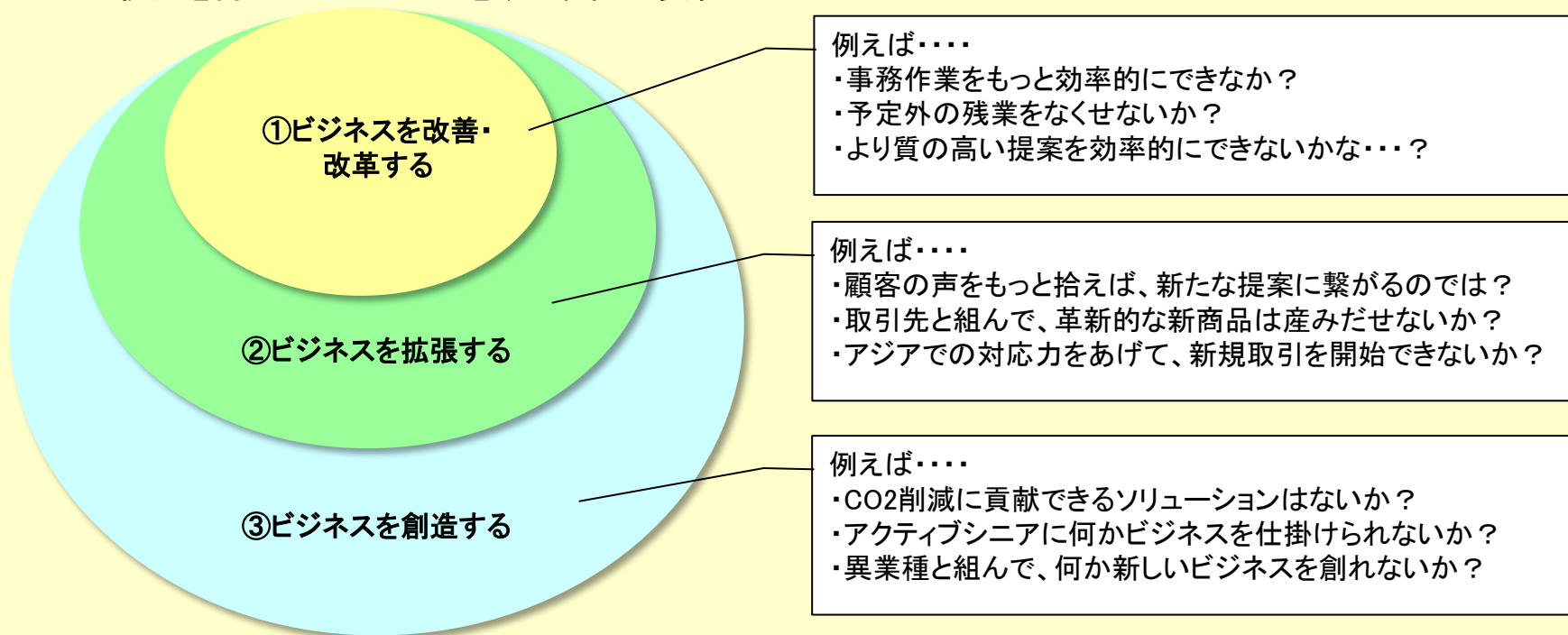
着目している「環境変化」

3. 環境変化を捉えるための「3つの重要な視点」を学ぶ

前頁の通り、新しいビジネスのアイデアを生み出すには、その目的に応じて、環境変化を的確に捉える「視点」を持っていることが何より大切です。受講者の皆さんには、企業(または自分)が、何を「課題」と考えているか、何を「思い」として持っているかにより、**持つべき視点を定め、環境変化を的確に捉えるスキル**を磨いていただきます。

【環境変化を捉える際に持つべき3つの視点】

～どの視点を持つかでアンテナを張る範囲が変わる～



研修では、上記3つの視点を通じて、アイデアの種となる環境変化を捉えるスキルを磨きます

4-1. 「ビジネス着想力」研修のここがポイント！①

Point !

まずは、新しいアイデアや提案を生み出すためのポイントを学びます。一番重要なのは、ビジネスの環境変化をどう捉えるべきか？ 自社または自分が何を思い、何を成し遂げたいのかを考えた上で、環境変化を捉える際に重要となる、3つの視点(改善・改革、拡張、創造)を理解します。

企画を考える発想: 「課題」や「思い」

ビジネスを改善・改革する

- 事務作業をもっと効率的にできないか？
- 予定外の残業をなくせないか？
- 効果的な提案を効率的にできないか？
- ...

ビジネスを拡張する

- お客様の声をもっとしっかり拾えたい、売上・利益に繋がるのでは？
- 技術革新を行っている取引先と提携して、革新的な商品を生み出せないか？
- グローバルでの対応力を向上させることで、新たな取引先を獲れないか？

ビジネスを創造する

- CO2削減に貢献できるソリューションはないか？
- AI/VR/AR/VRに何かビジネスを連携させるできないか？

変化を捉える視点に活用できるビジネスフレームワーク例

◆マクロ環境を分析する「PEST」

政治(Politics)

- 政治、国際関係の動向、法規
- 産業の規制・税制
- など

社会(Society)

- 労働観、倫理観の進化
- 世帯、人口、出生の進化
- 教育、ライフスタイルの進化
- など

経済(Economy)

- 景気、金融などの動向
- 為替、金利、地価の進化
- など

技術(Technology)

- 先端技術、応用技術の進化
- 技術の進化、コストの進化
- 生産性向上の進化
- など

◆業界環境を分析する「5F」

【売り手】

- 売り手側の強み
- 売り手の経営方針
- 経営者能力

【競合】

- 競合の強み
- 競合の弱み
- 競合の経営方針
- 競合の経営者能力

【買手】

- 買手の強み
- 買手の弱み
- 買手の経営方針
- 買手の経営者能力

◆事業環境を分析する「3C」

市場(Customer)

- 市場の規模・成長性
- 市場の集中度
- 市場の入り口
- 市場の競争力
- など

夫
社
業
環
境

全社管理(インフラストラクチャー)
情報システム
人事・労務管理
技術管理

Point !

分かっているようで、意外に理解できていない基本となるフレームワークもおさらい。自分の捉えるべき環境変化に応じて、どのようなフレームワークを使うことが効率的で効果的か、「アイデアを生み出す」視点から、基礎のフレームワークを学び直します。

4-2. 「ビジネス着想力」研修のここがポイント！②

Point !

3つの重要な視点のポイントを他者の成功事例を使って学んだ後、自社のビジネスに置き換えて考えます。個人で各視点からアイデアを考えた後に受講者同士で議論を行い、そのアイデアに磨きをかける訓練を行うことで、「個のアイデア」を深めて広げ、組織としての「ビジネスプラン」にまで磨き上げるコツを学びます。

【①ビジネスを改善・改革する視点】

事例【カルビー】

カルビーは、ロングセラー、20以上の商品を多数作っている

カルビー	競合他社商品
・ポテトチップス 年間売上 約540億円	・蒲焼屋 コイケヤポテトチップス 年間売上 約250億円
・じゃがりこ 年間売上 約250億円	・明治 菓 カール 年間売上 約250億円
・Jagabee 年間売上 約56億円	

カルビーは、どうやってこのような商品を生み出しているのだろうか？

◆ケース例：カルビー◆

「クレーム受付窓口」から「ファンを創る部署」へ。お客様相談室が取った改善行動とは？

【②ビジネスを拡張する視点】

事例 ビジネス拡張するアイデア【家電販売店「でんかのヤマグチ」】

◆商品では差別化できないため、サービスで勝負

基本ポリシー『お客様に呼ばれたらすぐにコンパ行』

- ・アフターサービスの徹底 → 遠くの親戚より近くのヤマグチ設置、使い方の説明、修理、必要そうな商品の紹介...
- ・「販サービス」の充実
家事代行、留守番、病院への送り迎え...

さらに、営業・配達員がどんなサービスをしたかを毎日報告し、
→「かゆいところを掻くか」「気付きのめ」を全社で、
→「かゆいところを掻くか」「かゆくなる」「字、目」

◆プロモーションの工夫

- ・口コミ：手厚いサービスによる評判が新聞記者を呼びこむ
- ・販促：実用型インフォメーションカードを工夫する
例）お祝儀のシールを → 売れない冬の時期にメーカーから安く仕入れる（⇒粗利を上げる）

◆ケース例：でんかのヤマグチ◆

街の電気屋が、大手家電量販店との競争で勝ち続ける、ヤマグチならではの秘策とは？

【③ビジネスを創造する視点】

事例 ビジネスを創造するアイデア【日東電工】

液晶偏光フィルムや経皮吸収型テープ製剤、逆透遠眼など、特定のニッチ領域（公園）の世界的トップシェア製品を有する総合機能性素材メーカーである。

企業概要 (2013年9月現在)	事業内容
・会社名 日東電工株式会社	高分子合成、粘着加工技術などのコア技術を活かした総合機能性材料メーカー
・設立 1918年	電気絶縁材料メーカーとして創業
・代表者 増尾 幸雄	事業に供給 約1億3,500種
・従業員数 連結: 30,382名 (単体: 6,163名)	
・業績 売上: 6,755億 営業利益: 888億 (連結)	

- インダストリアルテープ (89%)
自動車用テープ、包装用テープ、住宅用テープなど
- オプトロニクス (7%)
液晶偏光フィルム、偏光フィルム、偏光フィルム、偏光フィルム
- メタカラムン
粘着剤、粘着剤、粘着剤、粘着剤

◆ケース例：日東電工◆

70以上の業界で新製品売上高比率40%を誇る日東電工の戦略とは？

他社の成功事例から学ぶ

自社で考える



研修で学んだことを使いながら、講師からのヒントや問いかけを元に、3つそれぞれの視点から、自社のビジネスにおける新しいアイデアを個人が着想します。



個々人が考えたアイデアの種を、受講者同士で発表しあい、議論を行います。他者の視点を活かすコツを体感し、アイデアをビジネスプランに磨き上げる訓練を行います。

5. 「ビジネス着想力」研修の具体的なカリキュラム例

各社の業種、対象者の職種により、具体的なプログラムの組み立て、使用するケースの選定を行います。

対象	中堅・管理職・リーダー層
日程	1～2日
実施概要 (例:1日版)	<p>1. ビジネスを着想するポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境変化を捉え、ビジネスを考える力は、どうすれば向上するのか？ <p>2. テーマの内容・レベルに応じて持つべき視点とフォーカスポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他社事例演習を題材にした議論を通じたポイントの理解と自社のビジネスでの具体的施策の検討 <ul style="list-style-type: none"> －ビジネスを改善・改革する視点を押さえる <ul style="list-style-type: none"> ・カルビー:「クレーム受付窓口」から「ファンを創る部署」へ。お客様相談室が取った改善行動とは？…他 ・自社議論:部門を越えて、ビジネスを改善・改革するために必要な取組 －ビジネスを拡張する視点を押さえる <ul style="list-style-type: none"> ・街の電気屋「ヤマグチ」:大手家電量販店との競争で勝ち続ける、ヤマグチならではの秘策とは？…他 ・自社議論:気付いていない顧客の声を捉えたビジネス拡張の企画 －ビジネスを創造する視点を押さえる <ul style="list-style-type: none"> ・日東電工:70以上の業界で新製品売上高比率40%を誇る日東電工の戦略とは？…他 ・自社議論:自社ならではの強みを活かした、新規ビジネスの創造 3. 個人の発想から、組織のアウトプットとしてのビジネスに高めるプロセスとポイント <ul style="list-style-type: none"> ・検討のプロセス ・着想する際の情報のアンテナ ・着想力を継続的に高めていくために <p>※2日版では、自社課題議論をさらに深く掘り下げていきます。</p>

※上記の内容や使用ケースはあくまで一例です。具体的内容についてはお問合せ下さい。

6. 「ビジネス着想力」研修 講師のご紹介

ビジネス着想力研修は、環境変化を的確に捉え、ビジネスを創り出すスキルを身に付けていただきます。その為、講師陣は、経営や新規事業の立ち上げの経験のある講師のみを派遣します。



井上 浩二
(いのうえ こうじ)
CEO

「ビジネス着想力」研修の開発者。

アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア)を経て94年、ケーティーコンサルティングを設立。多数の戦略立案、業務改革プロジェクトに携わり、上場企業の外部監査役、社外取締役なども務める。

00年からはMBAスクール、企業研修の講師としても活躍し、09年にビジネスでの実践力を高めるための研修、「OJT代行」を掲げるシンスターを設立。顧客企業の実務内容を盛り込んだ研修プログラムを数多く開発し、アクションラーニングを含む多数の研修を提供している。

リーダー層から経営陣まで、企業の将来を担う層及び次世代リーダー育成研修や、アクションラーニングに関する評価が非常に高い。自身の経営経験、数多くの企業での戦略立案に関わった経験を元に、新規ビジネス創造の斬新な切り口をレクチャーする。

【主な担当領域】

ビジネス着想力、ビジョン浸透力、巻き込み力、論理思考、問題解決、ファシリテーション、経営戦略、マーケティング戦略、及びこれらに関する各種ケース作成、自社課題研修(自社の戦略立案等)



小林 浩二
(こばやしともみ)
パートナー・コンサルタント

株式会社シンスター パートナー・コンサルタント。アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア)にて12年間に渡り、管理部門・営業部門・IT部門などの組織・業務改革プロジェクトを数多く遂行。同社アソシエイトパートナーを経て、2000年に退社。

以降、アウトソーシング事業を展開するベンチャー企業や教育事業を展開するベンチャー企業の経営メンバーを歴任。人材育成計画の立案・実践や企業研修の講師を務める。

2009年、株式会社小林マネジメント研究所設立。同社代表取締役。筑波大学大学院ビジネス科学研究科修士課程修了。東京工業大学大学院総合理工学研究科博士課程修了。

数多くの企業でのコンサルティング経験と、研究者としての幅広い知識から、議論においては、受講者のアイデアに鋭く迫るファシリテーションに定評があり。

【主な担当領域】

ビジネス着想力、ビジョン浸透力、コンサルティング基礎力育成、ファシリテーション、論理思考、問題解決 及びこれらに関する各種ケース開発、自社課題解決支援

※講師は、個社の業界、受講対象者の課題、レベル等に応じて、相談の上決定いたします。
上記の講師以外にも契約講師が多数在籍しておりますので、まずはご相談ください。

Shin Star Co., Ltd.

Shin Star Co., Ltd. All Rights Reserved.