

# 未来事業のアイデア発想法

～ニーズギャップ起点で発想する新規事業の進め方～

— 講師 —

(株)リーディング・イノベーション 代表取締役社長

新規事業開発上級職人 芦澤 誉三 氏

日時 2024年11月5日(火) 午後1時～5時  
受講方法 会場受講／ライブ受講／アーカイブ配信(2週間、何度でもご視聴可)  
会場 SSK セミナールーム 東京都港区西新橋2-6-2 ザイマックス西新橋ビル4F

## [重点講義内容]

「未来に向けた事業を考えたいが難しい」と感じている企業は多いのではないのでしょうか。不確定な未来の事業開発を目指すのですから、難しいのは当然と言えます。

5年後、10年後の未来を見据えた新規事業を考える場合、一般的には、将来生まれると考えられるニーズの予測からスタートします。社会環境のトレンドや業界トレンドなどの分析から、将来の社会や顧客のニーズを推察するという進め方です。そして、予測された将来ニーズを解決する事業アイデアを考えることになります。

このような進め方も方法のひとつですが、別のアプローチもあります。それは、ニーズギャップを起点にした半強制発想で未来事業のアイデアを発案するというものです。

ニーズギャップとは「理想と現状とのギャップ」もしくは「欲求の本質と現状とのギャップ」のことを言います。すなわち、理想や欲求の本質とのギャップがあるのであれば、そのギャップを埋めるような商品・サービスを提供することにより、現状を置き換えることができるという考え方であり、アイデア発想のひとつやり方になります。この考え方は、弊社独自のものとします。

ニーズギャップを埋めることが難しい場合や高い理想の実現を目指す場合、実現手段の開発に時間がかかり、必然的に未来の事業を開発することにつながります。すなわち、ニーズギャップを埋めるという考え方が未来に必要とされる事業開発につながるようになります。ただし、自社らしさや自社の優位性があるテーマの発案が望ましく、このことを実現するには進め方に工夫が必要となります。

本セミナーは、自社らしい未来事業のアイデア発想法として「ニーズギャップ起点で発想する未来事業の構想づくり」の考え方と進め方について解説します。

新規事業開発という難しい課題に取り組んでいるものの行き詰まり間を感じている、また、新たな進め方手法を探している方々の一助になることを目指した講座となっています。

## 1. 新規事業の実践的基礎知識

- ・マーケティングと新規事業開発は前提が大きく違う
- ・“新規事業の通説”の考察
- ・“強みを活かせ”発想からの脱却が必要
- ・ベンチャーへの投資が増えている理由
- ・「新規事業って何」と聞かれたらどう答えるか

## 2. 未来の事業はどのように生まれてきたかの考察

- ・新市場が生まれるメカニズム
- ・未来のニーズや不連続のトレンドは考察できるのか
- ・ニーズが変化するのではなく技術がニーズを変化させる
- ・“変化が激しい時代”という言葉を掘り下げる

## 3. 自社らしい事業とは

- ・自社の強みが活かせることが自社らしい事業ではない
- ・未来の新規事業探索に必要な自社らしさとは
- ・素材事部品、最終製品、サービス事業と自社らしさ
- ・技術の特徴と自社らしさ
- ・目的型事業と機能型事業
- ・発想力は情報の質量と比例関係にある

## 4. ニーズギャップと未来事業との関係

- ・ニーズギャップとは
- ・ニーズギャップ仮説の見つけ方
- ・ニーズギャップ仮説と未来事業の関係
- ・ニーズギャップと自社らしさの関係

## 5. 自社らしい未来事業探索の進め方

- (1) 進め方の全体像
  - ・進め方の全体像と推進ステップ
  - ・最初にトレンド分析や市場調査を行わない理由
- (2) 自社らしさで探索領域を決める
  - ・目的観点で自社らしさを決める
  - ・技術的観点で自社らしさを決める
- (3) 情報収集を深掘りする目的領域を選定する
  - ・ビジネス構造マップの内容と利用価値
  - ・ビジネス構造マップのつくり方とポイント
  - ・ニーズギャップ仮説の抽出
  - ・短期的テーマと未来事業テーマとニーズギャップ
  - ・情報収集を深掘りする目的領域を設定する
- (4) ニーズギャップ仮説を埋める手段の検討
  - ・顧客、商品・サービス、売り方の順でビジネスモデルを構想する
  - ・ビジネスモデルの分かりやすい体系
  - ・顧客の決め方
  - ・新しいカテゴリーを生み出すための目的発想
  - ・顧客価値を体系的に理解する
- (5) 事業特性分析と競争優位戦略
  - ・事業特性とは
  - ・事業特性分析の使い方と分析のやり方
  - ・事業特性と競争優位戦略(カテゴリーNo.1 戦略)
  - ・事業特性分類とテーマ評価の関係
  - ・納得感のある撤退基準の仕組みづくり

## 6. 質疑応答／名刺交換

