

若手～中堅社員様向け 実践・参加型研修プログラム 『すごい！ ビジネス企画力 強化研修』

本研修は、若手・中堅社員様のビジネス企画力を強化すると同時に、実際に企画を立案する実践・参加型の研修プログラムです。ビジネスの企画力は、他業界や他社の成功事例の“分析力”と、自社への応用を考える“発想力”が大きなカギを握っています。そこから、すごい！ビジネス企画が誕生します。

講義では、経済新聞やビジネス雑誌などの記事を題材に取り上げ、売れている商品や成功しているビジネスモデルの要因を分析します。さらに自社を想定した演習や、ワイワイガヤガヤのグループ討議も行います。

社員様の企画力アップと実際の新企画立案のため、ぜひご採用をご検討ください。

【ご参加対象】

マーケティング部門、営業部門、営業企画部門、事業開発部門、商品開発部門、経営企画部門 などの若手～中堅社員様

【カリキュラム概要(所要時間:基本設定7時間)】

<p>1. ヒット商品のコンセプトとビジネストレンドを読み解く 「ヒット商品番付」にランクインした最新のヒット商品などから、共通するコンセプトやトレンドを読み解きます。他の参加者の意見を聞くことで、より多くの視点を手に入れることができます。</p>	<p>3. 強制発想法で企画アイデアを考える 講義内で取り上げた成功例のエッセンスを切り口に、自社のビジネス企画(事業企画や商品企画)を検討します。さらにグループごとの発表と意見交換を通じ、企画のブラッシュアップを図ります。</p>
<p>2. ビジネスモデルの分析、図式化と成功要因の抽出 新しいビジネスモデルを取り上げた記事を分析し、ビジネスモデルを図式化します。図式化によってビジネスモデルの特徴が明確になり、より深く成功要因を理解でき、自社のビジネス企画への応用も検討できるようになります。また成功のカギになる要因を抽出し、共通項を見つけ出します。</p>	<p>〔発想の切り口の例〕</p> <ul style="list-style-type: none">・ ヒット商品のトレンドを取り込んだ新商品・ 逆転の発想や自社の強みで非顧客を新規顧客にする新事業・ 補完関係が成立する協業ビジネス・ 自社の知恵、経験、ノウハウを商品化するアイデア など

【開催要項】

講義の進め方 : 講師からの説明のほか、各種演習、グループ討議・発表を盛り込みます

所要時間 : 基本設定 7時間(1日研修)

参加人数 : 上限30名様(全体発表や意見交換をする関係で上限を設定させていただきます)

他業界の成功事例のエッセンス(本質)を学ぶ



発想力を駆使して、自社への応用を考える



参加者全員で、すごい！企画にブラッシュアップする

【テキスト抜粋】

最新のヒット商品から共通性を見い出す

〔設問〕

- ・ 日経MJの2012年ヒット商品番付を見て、開発意図(コンセプト)や利用目的、購入者の心理などに共通性があると思うものを選び、その共通性を言葉で表現して下さい
- ・ 番付全体を大きくひとくりにできる言葉(キーワード)を決めて下さい
(≒記事の見出しに使う言葉)

〔進め方〕

- ・ 表現は単語でも文章形式でも結構です。
- ・ 同じ商品を何度使っても結構です。
- ・ 強引な解釈でも構いません。できるだけ多くの共通性を見いだしてください。

3

解答欄

商品の組み合わせ

(例)
東京スカイツリー
東京駅
大人のラジオ体操

共通性

レトロと現代の
融合

商品の組み合わせ

メッツ+コーラ(+トクホ)
ザク+とうふ(+枝豆)
ビックカメラ+ユニクロ(+ゴチャゴチャ)
炭酸+美容(+血行促進)
高級食材+低価格(+立ち飲み)

共通性

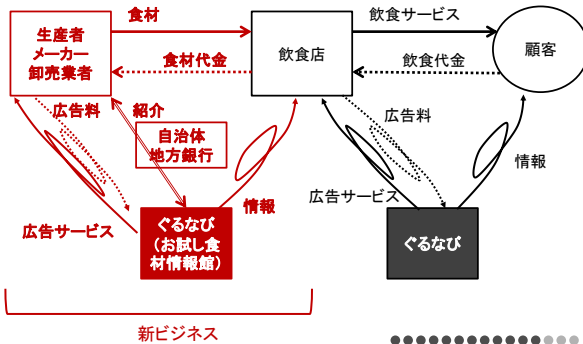
意外な2つの組み合わせ+1

全体を大きくひとくりにできるキーワード

『新快適生活』
豪華でも節約でもない、手軽、ストレスなし、ちょっといい、ちょっと楽しい、成熟した消費社会を象徴した商品

4

広告業(ぐるなび)のビジネスモデルの図式化



7

ぐるなびの新ビジネスのすごい！ところ

- ・ 従来は広告(情報)の出し手だった飲食店を広告(情報)の受け手にしている
- ・ 広告業は広告の受け手をいかに集めるかが、ビジネス成功のポイント(広告の出し手へのアピール材料になる)
- ・ ぐるなびはすでに広告の出し手として飲食店約5万店と取引があり、それを受け手にしてしまうという逆転の発想
- ・ 生産者や食品メーカーに個別にアプローチするのではなく、情報を持っている自治体や地方銀行に紹介を依頼している

8

強制発想法でアイデアを考える

以下のいずれかの切り口を用いて、自社の新ビジネス、新商品のアイデアを考えてください。できれば図式化もしてみてください

- ・ ヒット商品のトレンドを取り込んだ新商品
- ・ 意外な3つの組み合わせの新商品
- ・ 現在は顧客(売上高を上げる相手)ではないが、ビジネス上で何らかのつながりのある相手を新たに顧客にするアイデア
- ・ 自社が狙う新規顧客層とすでに取引がある企業へのアプローチ方法
- ・ 他社との補完関係が成立する協業ビジネスのアイデア
- ・ 自社内にある知恵、経験、ノウハウなどを商品化するアイデア

19

進め方

- ・ 個人でアイデアを考える
- ・ グループ内で個人アイデアを発表する
- ・ グループ内で「これが一番」と思われるアイデアをメンバーでブラッシュアップする
- ・ ブラッシュアップしたアイデアを全員の前で発表し、意見交換をする

20

【講師略歴】

渋井正浩 株式会社 エムエス研修企画 代表取締役

1988年 東北大学 経済学部を卒業し、協和銀行(現りそな銀行)に入社。営業店で約10年間にわたり、中小企業様の融資渉外を担当。その後、本社にて法人融資審査を8年間担当。2005年に退職し、エムエス研修企画に入社。現在は主に大手銀行系のコンサルティング会社や日経新聞社などの研修・セミナー講師として活動中。ダイヤモンドonlineで『新聞記事から学ぶ経営理論』を執筆。『バンクビジネス』で「渉外担当者のための経済ニュース読みこなし術」を執筆

【お問い合わせ先】

株式会社エムエス研修企画 渋井正浩

TEL03-5964-5552 FAX03-5964-5553 info@womanf.co.jp

TEL、FAX、メール、いずれでも結構です。お気軽にお問い合わせください。