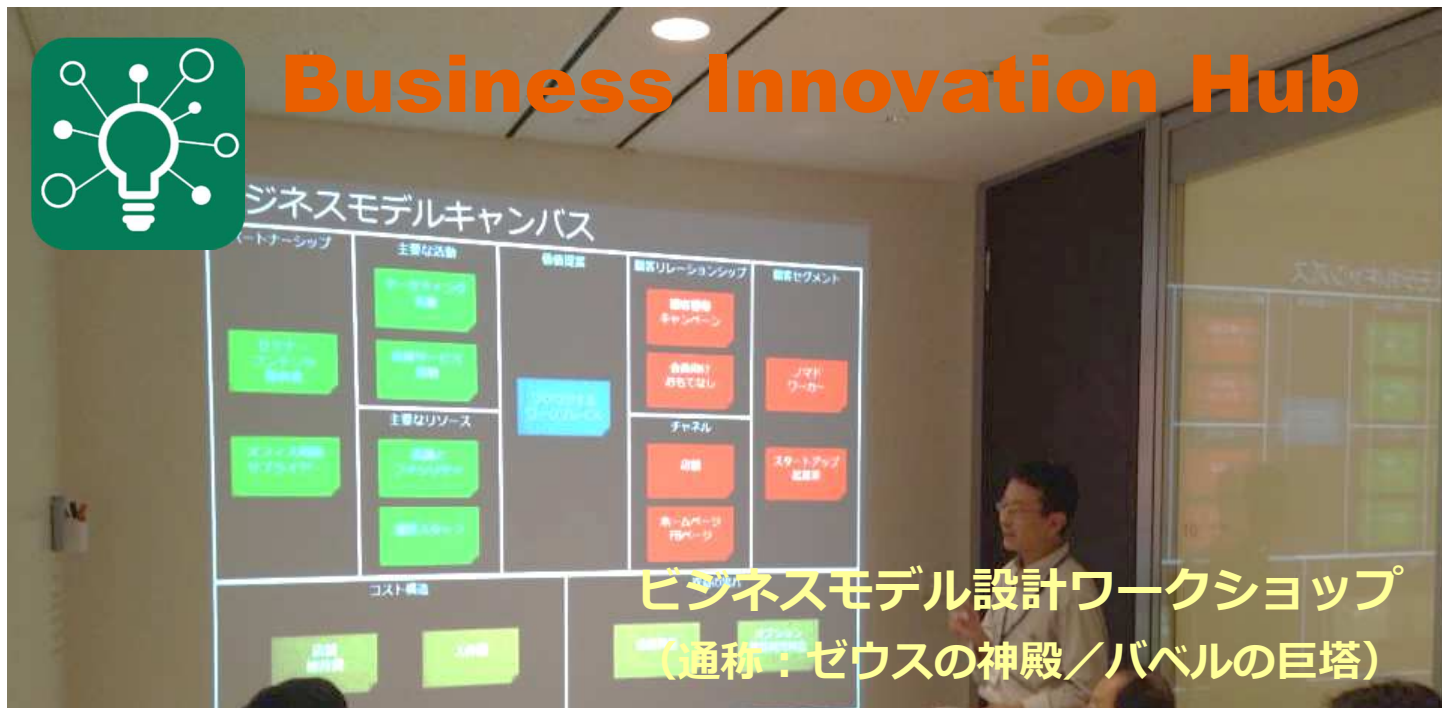




# Business Innovation Hub



## ビジネスモデル設計ワークショップ (通称：ゼウスの神殿／バベルの巨塔)

ビジネスイノベーションハブは、新規事業の開発、既存事業の革新、次世代経営リーダーの育成を進めている組織向けに、ビジネスモデルのデザインに関するワークショップを提供しています（ゼウスの神殿は集合プログラム、バベルの巨塔は個別プログラム）。一連のワークショップを体験することにより、新規事業の開発または既存事業の革新プロジェクトのためのベースを獲得することができます。一方、経営リーダーは、ビジネスをデザインしていくための手法や利害関係者へのプレゼンテーション能力を獲得することができます。なお、ワークショップには新しい発想を導き、ビジネスモデル評価のためのカードを駆使していきます。



(ズーム)

### 自社を知る（利益獲得の構造を理解する）

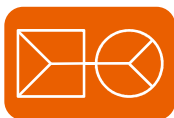
ビジネスモデルとは、顧客に対する価値の生成と提供、その対価として金銭的な価値を獲得する論理的な構造を説明するものです。本プログラムでは、規模の大小や業種を問わず、ビジネスモデルの構築に必要な9つの重要な要素、要素間の16の関係性、25のイノベーション視点について学習していきます。さらに、世界各国で使われているビジネスモデルキャンバス<sup>注1)</sup>というツールを活用したグループワークを行っていきます。



(ワークショップで使用するカード)



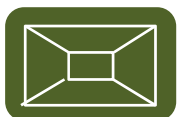
(顧客に関する仮説を立てる)



(ズームイン)

### 顧客を知る（顧客インサイトを獲得する）

ビジネスモデルが失敗する最も大きな原因は、企業が提供する価値提案とターゲット顧客の間のミスマッチです。本プログラムでは、近年注目を浴びている顧客のジョブ<sup>注2)</sup>とその成果による分析手法、行動心理学を利用した顧客への動機付けについて学習します。さらに、価値提案キャンバス<sup>注3)</sup>というツールを活用して、顧客と価値提案をミスマッチを解決するためのグループワークを行っていきます。



(ズームアウト)

### 環境を知る（事業環境を展望する）

ビジネスモデルが失敗する二つ目の大きな原因は、自社を取り巻く事業環境の軽視です。本プログラムでは、業界の圧力、市場の圧力、重要なトレンド、マクロ経済という視点から現在の事業環境をアセスメントし、成長に対する機会と脅威を発見していきます。さらに、過去において業界および自社がビジネスモデルのどの領域に力を注いできたか、将来においてどのようなシナリオが考えられるのかという視点より、ビジネスモデルのプロトタイプ作成のグループワークを行っていきます。



(ビジネスモデルのストーリーを語る)

注1) ワールドワイドで100万部販売されたベストセラー「ビジネスモデルジェネレーション（アレックス・オスターワルダー他著）」で提唱されているツール

注2) 「イノベーションのジレンマ」で有名になったハーバードビジネススクールのクリステンセン教授が提唱する顧客セグメントに対するアプローチ

注3) ビジネスモデルジェネレーションの後続編である「価値提案デザイン」で提唱されているツール