

インナーロードマップマネジメント

たった**180日**で勝つ！

ビジネスモデル

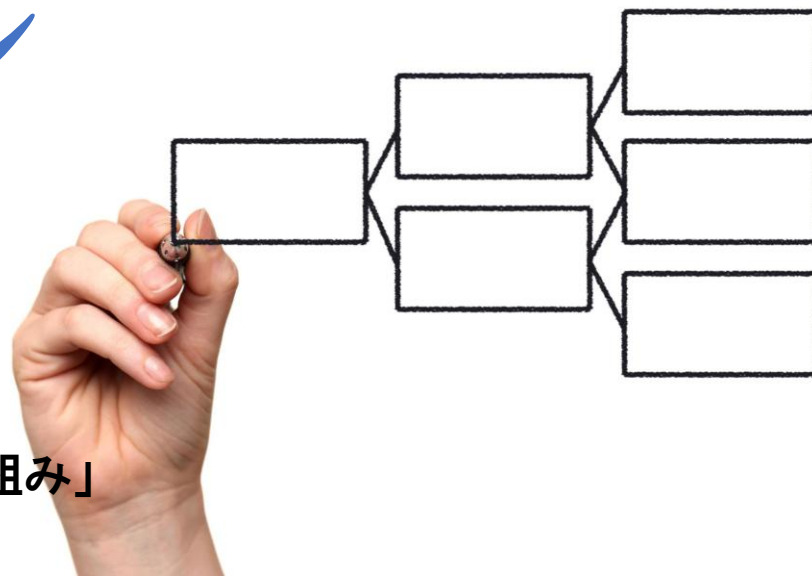
再構築

with DX

by DX

インナーロードマップマネジメント手法を導入し
✓「売れる仕組み」 ✓「儲かる仕組み」 ✓「成長の仕組み」
を手に入れませんか。

「**クリアポイント**」がお力になります!!



自己紹介

副島 伸太(そえじま しんた) クリアポイント合同会社 代表

20年以上に亘り、コンサルティング企業・IT企業で、経営・システムコンサルティングに従事。
日系・外資グローバル企業における**業務改革、システム改革が専門**。

小売業、アパレル業、消費財製造業、IT機器製造業、医療機器製造業、ITサービス業などにおける業務改革に参画。

2016年 クリアポイント合同会社を設立し独立。これまでの経験を「インナーロードマップマネジメント手法」として体系化し、

ビジネスモデル変革を、構想～実装～実践まで一貫支援するサービスとして提供中。

ビジネスモデル変革・再構築とは

- 業務改革とは？ — 顧客指向で、ビジネスの仕組みを抜本的に作り変えること。
- なぜ変革が必要？ — 今のビジネスままでは、今以上の結果が出ないから。

ビジネスモデル変革・再構築のポイント

- 顧客起点のビジネスモデル設計
- ITの活用
- 決めたことをやりきる徹底力
- PDCAで継続的Update

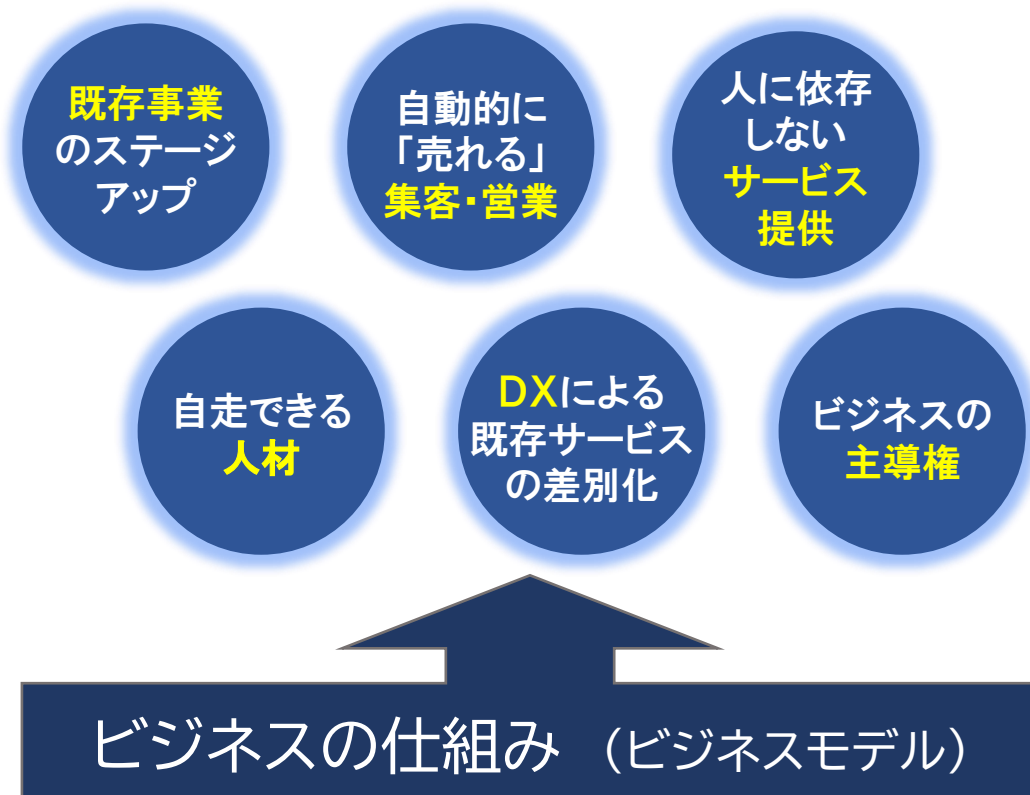


クリアポイント合同会社
代表 副島 伸太

経歴：

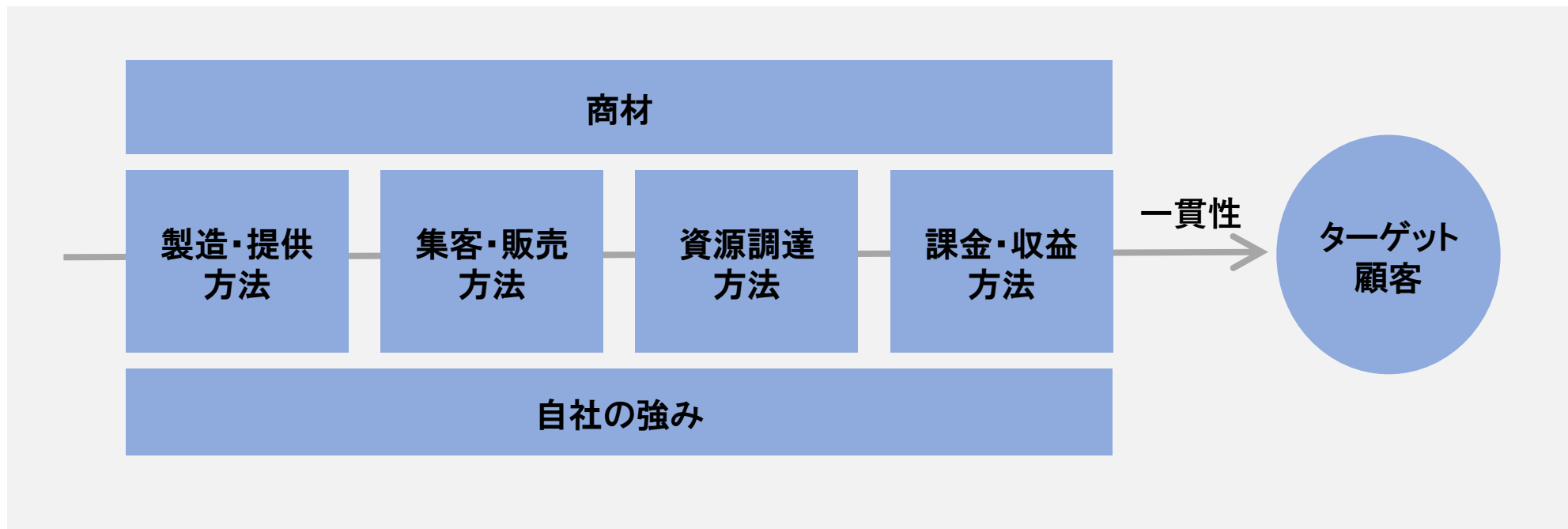
日立製作所、PWC、日本IBM、アビームコンサルティング出身

こんな経営を実現したい！



ビジネスモデルとは？

ビジネスモデルとは、「製造方法」「販売方法」などを組み合わせたもので、すべての企業が既に持っているものです。しかし、それらが有機的に繋がっていなかったり、陳腐化したりして、機能不全に陥っていることも少なくありません。これを一貫性のある企業活動として再構成することが、ビジネスモデルの再構築です。



インナーロードマップマネジメント手法による ビジネスモデル再構築支援サービスの特徴



オリジナルメソッド

「インナーロードマップマネジメント」手法は、当社代表の20年以上のコンサルティング経験を、中小企業や小ビジネスでも使い易いようにパッケージ化した独自の「ビジネスモデル変革」手法です。



短期で成果

コンサルティングテンプレートの活用により、新ビジネスモデルの構想～実務への展開までを、最短6か月程度で実現します。短サイクルでPDCAを回すことで、成果実現の精度向上を図ります。



多数の実績

システムソリューション企業、ソフトウェア開発企業、民間教育機関、コンピュータ機器販売、小売業、コンサル企業まで、業種・業態を問わず多数の実施実績があります。



ワンストップ

事業戦略、マーケティング戦略、販売戦略など専門領域を対象にするコンサル会社が多いですが、当社は企業活動全体を対象とします。かつ、戦略作成だけでなく、実行まで一貫支援するのが特徴です。



自走指向

当社コンサルタントは、御社メンバー主体の検討・実行をご支援します。その過程で、考え方や手法を身に付けていただくことで、コンサル終了後は、コンサルタントなしでも自走できるようになります。



固定回数x固定金額

コンサルタント単価x期間(期間不定)という報酬体系が一般的ですが、当社は11回のセッションを固定金額で実施し、追加費用は発生しません。(100万円～(企業規模見合い))

主要なアウトプット

11回のセッション完了後には、御社独自のビジネスモデルとインナーロードマップが出来上がります。

<新ビジネスモデル>

ビジョン&ストレッチゴール

ターゲット顧客

提供価値&コア能力

ターゲット競合&差別化要素

新ビジネスモデル
(コンセプト)

<インナーロードマップ>

インナーロードマップ
(2-3年の変革計画)

90日実行計画
(商品化、集客・営業、サービス提供)

<定着化方針>

経営管理整備方針

組織整備方針

プロセス整備方針

インフラ・設備整備方針

<実行管理手法>

管理フォーマット

管理体制・プロセス

<実行結果>

90日計画実行結果

次期90日実行計画

※内容の項目や量は、各社の状況によって異なります。

採用事例(1)

企業	課題	新ビジネスモデル
特定業界向けCRMシステム開発会社	・スーパーエンジニアである社長への技術面・営業面での依存度が高く、社長なしで事業が回らない。 ・高齢社長の後継者が育っていない。 ・業界の業務はほぼ同じであるにも関わらず、個社毎にカスタム開発 ・下請的人月商売	・社長の知識・経験を棚卸し、「商品」「導入方法論」として整備。社長以外でも販売、導入が可能に。 ・一部機能を「半製品化」し、個別開発ボリュームを削減。 ・営業を専門家にアウトソースし、社長は「製品化」、「後継者育成」に集中。 ・月額課金体系の採用により、収益を安定化。
スポーツ指導員育成専門学校	・公立中高の部活指導の民間委託が進む中、自治体から民間指導員への“ジェネラル”教育の講師派遣依頼が殺到。 ・「講師」は、1日程度の単発仕事であり、かつ自治体の規定金額は極めて低額なため必ずしも割のいい仕事ではない。	・専門学校で教えている内容、これまでの講義、文科省のガイドなどを踏まえた「委託先指導員教育カリキュラム」として商品化。 ・講師派遣ではなくカリキュラムとして販売し、各自治体職員でも、指導員教育が可能に。 ・講義に参加せずに、携帯から随時学習できる動画コンテンツ化を推進中。
大手システム開発会社	・大規模プロジェクトにおけるプロジェクトマネージャー（プロマネ）のタスクは多岐にわたり、かつ難易度が高い。 ・優秀なプロマネの空きがないため、案件が受注できない。	・プロマネの仕事を分解し、事務的作業は、PM補佐の若手に移譲。 ・AI活用により、データ収集やチェック工数を削減すると同時に、管理精度を向上。 ・PMの一案件に関与する時間を大幅に削減することにより、実施案件数を増加。

採用事例(2)

企業	課題	新ビジネスモデル
AIエージェント 提供会社	- 大手ITベンダーでAIを研究をしていたエンジニアが創業。 - 高い技術はあるものの、販売面で苦戦。 - 適用領域を全方位にしていた。	- プロマネ領域でも、高い知見を有していたため、プロマネAIエージェントに特化することを決断、商品パッケージ化。 - それに合わせて、ターゲット顧客を明確化。 - 並行して、新規顧客獲得に向けたマーケティング施策推進中。
社会保険 労務士事務所	- 大手法人の東京事務所が、個別法人として分離独立。それを機に、抜本的な仕事のやり方を見直したい。 - 企業の人事業務外注化の流れにより、需要旺盛。 - ただし、専門人材の不足は業界課題であり、効率化は喫緊のテーマ。	ターゲット主顧客を、エンド企業から給与計算会社に変更。 - 社会保険申請書類のチェック、精度変更への対応、アドバイス業務などに、AIを導入することを決定。 - 遅れた業界のため、「AI化」自体が差別化に貢献するとの目論見。 - 給与計算会社や税理士とのアライアンスにより、メールマガジンなど基本的な取り組みを開始。
コンビニエンス ストア	- 繁忙時の決済処理時間の短縮が課題。 - 繁忙時の発注業務の負荷が高く、かつ経験のある店員でないと精度の高い発注ができなかった。	- 店舗での発注作業をやめ、すべてシステム計算による自動発注に変更し、属人性を排除。 - その他、省人化・脱属人化をコンセプトに、店員が販売に集中できる仕組みや、セルフレジ導入による決済可能数を拡大。
IT機器製造	- IT専門商社経由で、中小企業の情シス部門に機器を販売。 - 売上下降の原因を、経営層は、他社との価格差と商社へのインセンティブの差と考えていた。	- 商社への調査の結果、見積もりリードタイムが最大の原因。 - 競合他社は、商社担当者が自身で見積れるシステムを提供し、即時回答可能。一方同社は人間系の回答で3週間。 顧客との業務システム連携が、ポイントだった。

本サービスに向かない企業・向く企業



向いていない

- コンサルタントにすべて「お任せ」したい
- 担当者、作業者がほしい
- キレイな報告書や計画書がほしい
- 部分的な改善をしたい
- 評論家気質
- 仕組みより、根性
- 経営者・事業責任者が参画しない



向いている

- コンサルタントは怪しい、嫌い
- 手が動く
- 自分事として取り組める
- 変える勇気がある
- 行動力がある
- 実践と改善を根気強く続けられる
- 経営者・責任者がコミットしている

ビジネスモデル変革 3つの壁

<計画の壁>

- 自社の事しか知らないため、良いアイデアを出す自信がない
- 一貫性・実現性のある計画を作る自信がない

<導入の壁>

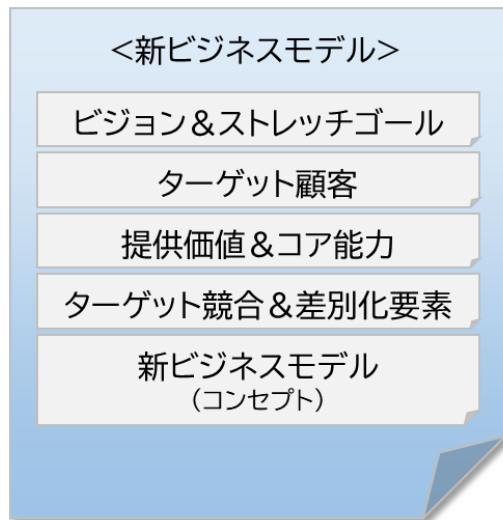
- 計画実行を担保する進捗管理の方法を知らない
- 過去に、計画が頓挫した経験がある

<定着の壁>

- 導入までたどり着いても、その継続な運用に不安がある
- 上手くいかなかった時どうしたら良いか不安がある



こんな「問い」に答えを作ることです



- どのくらいのビジネス規模を目指していますか？
- ビジネス上、譲れないことは何ですか？
- 御社の顧客は誰ですか？（現在、将来）
- その顧客は、御社にどんな価値を感じていますか？
- 御社の競合は誰ですか？
- その会社と御社の違いは何ですか？
- 目指すビジネスを実現するために、足りないものは何ですか？