

VALUE DESIGN SYNTAXを活用した

Service Design Workshop

最短5時間から実践できる新規事業を検証するためのワークショップ

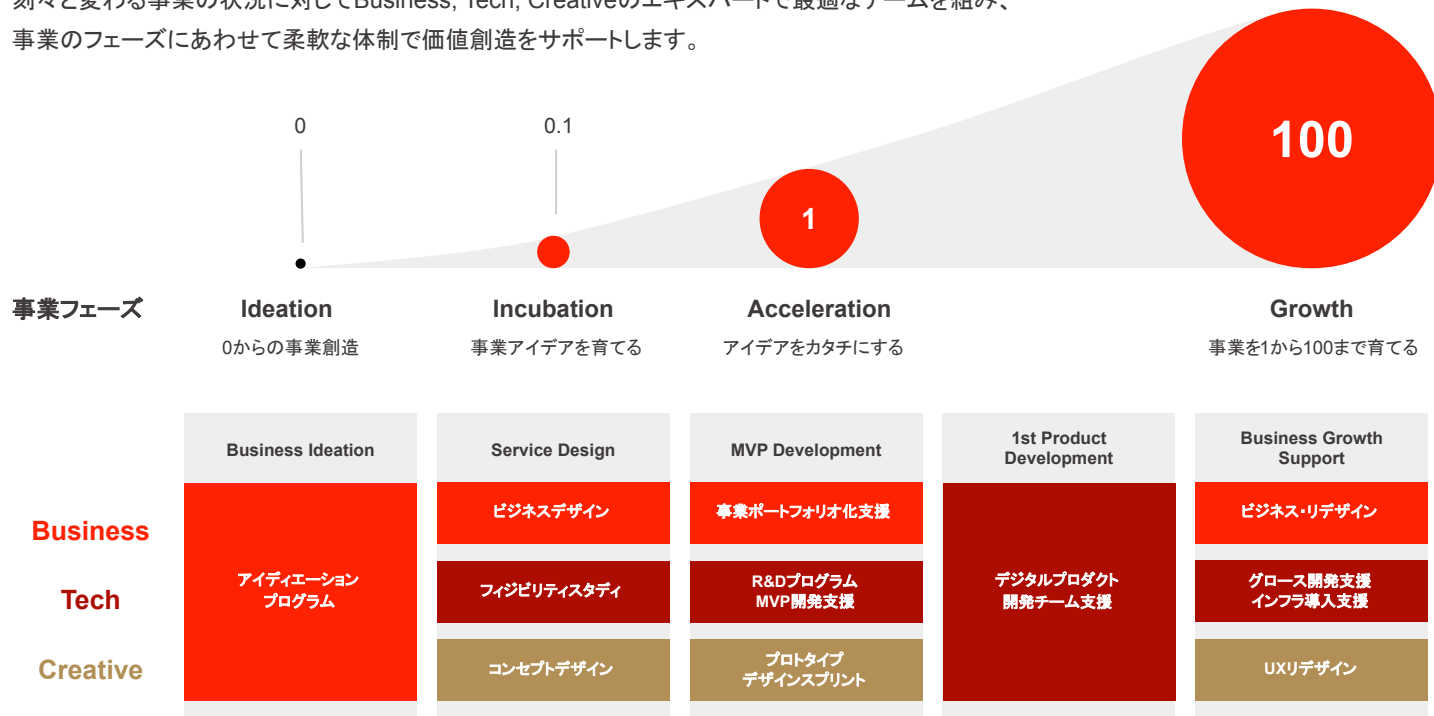
Sun*

What We Are

あらゆる事業の、あらゆるフェーズを伴走するチーム

あらゆる事業創造を0から100のフェーズまで伴走しながら支援します。

刻々と変わる事業の状況に対してBusiness, Tech, Creativeのエキスパートで最適なチームを組み、事業のフェーズにあわせて柔軟な体制で価値創造をサポートします。



Growth Team Support

Sun*では自立自走しながら事業推進するチームを育てるための支援も行っています。

採用支援・RPO

CTOs

xseeds Hub

DX人材育成プログラム

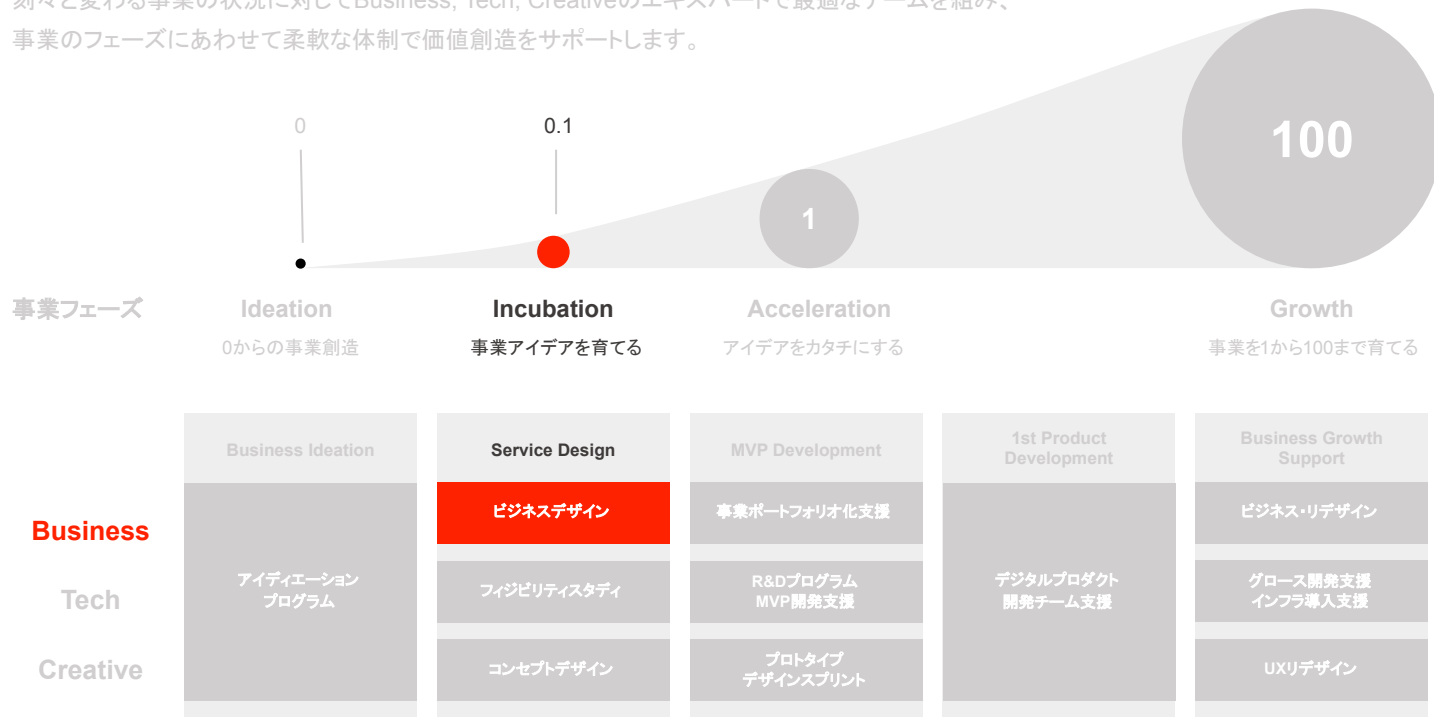
What We Are

あらゆる事業の、あらゆるフェーズを伴走するチーム

あらゆる事業創造を0から100のフェーズまで伴走しながら支援します。

刻々と変わる事業の状況に対してBusiness, Tech, Creativeのエキスパートで最適なチームを組み、

事業のフェーズにあわせて柔軟な体制で価値創造をサポートします。



Growth Team Support

Sun*では自立自走しながら事業推進するチームを育てるための支援も行っています。

採用支援・RPO

CTO[®]

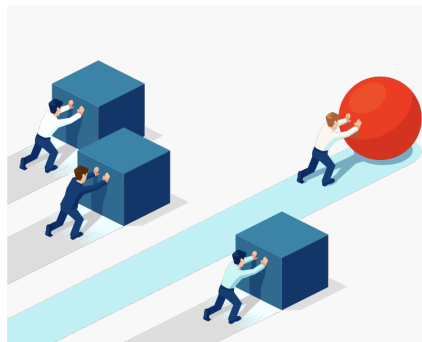
xseeds Hub

DX人材育成プログラム

サービスデザインのゴールは、

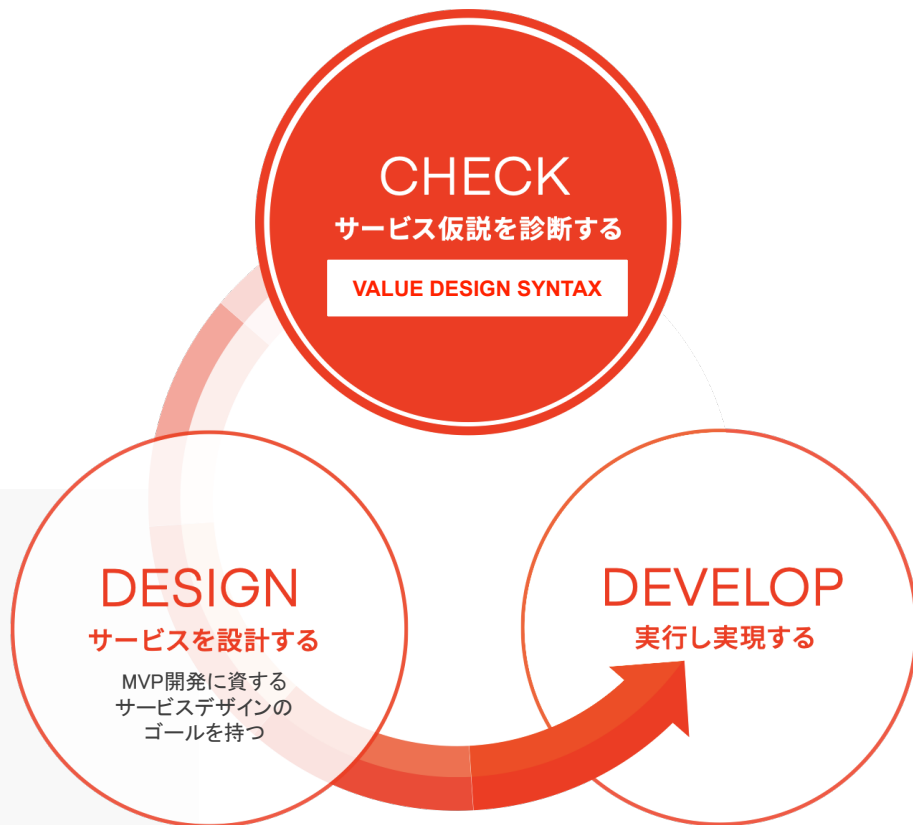
最小価値の構成要素を把握すること

フレームワーク化することで最速のデザイン工程／
最適BTCのアサインスキームを組める。



最少価値に最速で辿り着ける人はどんな人？

受験で難関校に合格する秘訣は「逆算」ができること。同様に事業創造においては、最小価値が何で構成され、何をすれば勝てるかを知っている人が、ゴールまで最短距離で走れます。

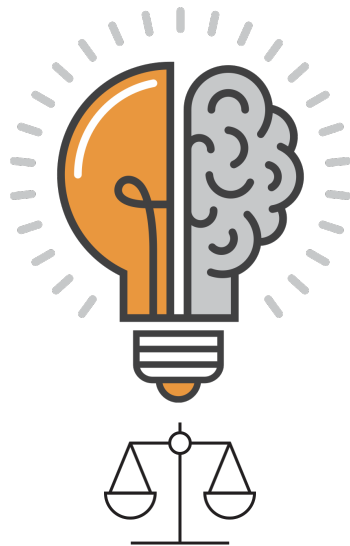


新規事業の成立条件

右脳的な 確信

『確かにそれは欲しがられるに違いない』

直感ベースでうまくいくのが見いだせる状態。新規事業は直感的にうまくいくというのが見いだせない、ロジカルには正しいけれど誰も手にしないというのが起きてしまうことがあります。



左脳的な 確証

『しかも、事業として魅力があり、勝てそう。収益性も見込める』

事業として魅力がある、市場が大きい、競争に対して勝てる、その結果として利益が残せ、収益性も高いという左脳的な検証を行うことで「確証」が持てるようになります。

「確信」と「確証」の両輪を
持てることで事業の成功確率が上がる

新規事業の成立条件



サービスデザインにおける課題



**顧客理解を深め
価値を具体化したい**

会社としての方針は定まっているが、ターゲットユーザー像や提供価値が曖昧



**技術を
マーケットフィット
させたい**

強みとなる技術は特定されているが、どこで価値提供すべきかが見えていない



**事業戦略の
精度を高めたい**

具体的な顧客と提供価値は見えているが、市場性／優位性が見えておらず、戦略が曖昧



VALUE DESIGN SYNTAXのフレームワークを使い課題を検証

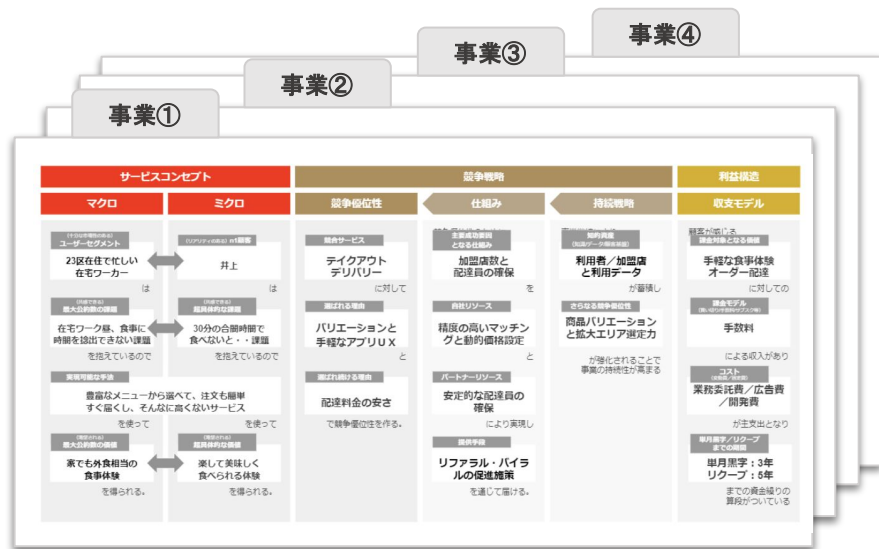
VALUE DESIGN SYNTAX



想定成果物

取り組んでいる事業全てのサービスデザインを行い、暫定有望度まで結論を出す

サービスの具体化・残論点把握



有望度チェック+深掘りサービスの選定

	市場性 (規模)	価値の 渴望度	競合 優位性	評価
事業①	○	△	○	
事業②	△	◎	○	次点
事業③	×	△	△	
事業④	○	○	△	
事業⑤	◎	○	○	1位
事業⑥	△	×	△	

ワークショップの流れ



事前ヒアリング

検討されている事業の課題や目的を事前にヒアリングさせていただきます。ワークショップ参加者全員が共通のイメージを持てるよう、最終ゴール(アウトプット)を見定めます。



実施内容設計

最終ゴール(アウトプット)を決定し、ワークショップを設計いたします。設計および最終ゴールについては事前に共有し、認識のすり合わせをさせていただきます。

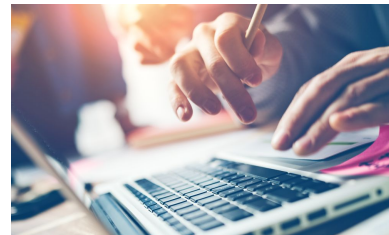


ワークショップ当日

ワークショップ冒頭で目的を共有し、参加者に共通認識をもって参加いただきます。

弊社のビジネスデザイナーがモデレートさせていただきますながら、フレームワークの項目を埋めていきます。

複数のSYNTAXを比較し、市場性(規模)、価値の渴望度、競合優位性を評価します。



ドキュメント提出

ワークショップで創出したSYNTAXやその他作成したドキュメント類をお渡しいたします。

成果物イメージ
①SYNTAX、②SYNTAX優先度設定資料、③SYNTAX詳細など

メンバー紹介



井上 一鷹

Business Designer
Kazutaka Inoue

東京出身。慶應理工学部卒業。Newspicksプロピッカー。新卒では、戦コンのアーサー・D・リトルに入社し、事業戦略、技術経営戦略に携わる。その後、JINSにて、商品企画、メガネ型デバイスJINS MEME事業の立ち上げ／事業責任者、ワークスペース事業のThink Labを子会社化し取締役を経て、JINS 執行役員を兼任、算数オリンピックではアジア4位になった経験を持つ。著作にJMAMIにて『集中力』を出版。他ダイヤモンド社にて『深い集中を取り戻せ』がある。

得意な業務領域

製造領域における新規事業案件の立案／戦略策定
IoTデバイスの開発／事業化
ヘルスケア応用での事業開発
リアル店舗の事業開発、小売の全般経営 이슈
新規事業におけるPR戦略の策定／実行



堀 雅彦

Business Designer
Masahiko Hori

日系総合コンサルティングファーム、DeNAを経て2014年スバイスボックス入社。マーケティングプランナーとして、主にデジタルマーケティング領域を中心に、各種分析を基にした戦略・改善案立案等グロース支援を担当する。2016年10月より現職。

ビジネスデザイナーとして戦略や収益性、持続性などの多面的な視点から、コンセプト開発、ビジネスモデルデザイン、実証実験計画、オペレーション設計、初期グロースなど事業開発全般で支援を行う。



西谷 翔太

Business Designer
Shota Nishitani

新卒でNTT東日本に入社し、ネットワークおよびIoTサービス等のコンサルティング営業に従事し、企業のデジタル化を支援。その後、製造・物流・農業・e-Sports等の幅広い業界で、企業向け5G（ローカル5G）を軸とした新規事業開発／DX支援に携わる。

その他、経産省主催 次世代イノベーション育成プログラム「始動 Next Innovator 2019」において最終選抜者に選ばれ、日本代表として渡米経験あり。

Sun*では、Business Designerとして企画・価値検証を中心にクライアント様の事業開発を支援。

ワークショップの概要

契約形態	半日
対応業務	新規事業の事業計画や与件をいただき、 VALUE DESIGN SYNTAXのフレームワークに照らし合わせた検証を行います
ミーティング	●事前ヒアリング 1時間 ●ブレスト5時間
成果物	VALUE DESIGN SYNTAXを完成させたシート 改善アイデアの数 :6～10案
アサイン	●ビジネスデザイナー

支援実績

第一弾をANAとの事業アイデア診断ワークショップで実施

バリューデザイン・シンタックスを活用した新規事業開発プログラム

新規事業担当者がプロジェクトに最適なプロセスとスキルを診断できる独自フレームワーク「バリューデザイン・シンタックス」を活用した新規事業開発支援プログラムの提供を開始。第一弾として全日本空輸株式会社 CX推進室 業務推進部 価値創造チームとのワークショップを実施。未来を見据えた新規事業アイデアを数多く検討する同社では、事業化にむけた検証がしやすいバリューデザイン・シンタックスに着目。実際に検討している新規事業のアイデアをフレームワークを活用し多方面から検証を行うワークショップを実施しました。

サービスデザイン

ワークショップ

ABOUT NEWhの事業診断ワークショップの概要

「バリュー・デザイン・シンタックスとは何か？」から、実際にフレームワークに書き込み、事業アイデアの検証するまでのプロセスを2日間体験するワークショップ

day 1

理論

新規事業・事業開発の意思決定に必要な検討要素、確信と確証の概念やバリュー・デザイン・シンタックスのフレームワークの考え方について学ぶ

day 2

実践

バリュー・デザイン・シンタックスを活用した新規事業開発における検討が必要な要素や不足している人材の洗い出し方について体験する

全日本空輸株式会社様



ワークショップに参加された新規事業担当メンバーの声

自分が持つ事業アイデアがフレームワークを活用することでロジカル（左脳）、感性（右脳）の両面から整理できているか、チェックすることができた

バリュー・デザイン・シンタックスにより、不足箇所が明確に整理され腹落ちした。これまで点でしか捉えられなかったものが、線としてつながった

コンセプト（主語は顧客）		戦略（主語は事業）		収益（主語は自社）
マクロ	ミクロ	優位性	仕組み	収支モデル
（十分な市場性（TAM）のユーザーセグメント） の抱える	（顧客に響くリアルなn1顧客） の抱える	競合となる 競合代替品 に対して	その為に 活動/機能/仕組み が鍵を握るが、	顧客が感じる 支払い対象となる価値/行動 に対しての
（共感を持てる） 最大公約数的課題 を解決するための	（共感を持てる） 超具体的な課題 を解決するための	（競争優位性のある） 選ばれる理由 と	自社リソース と	事業継続により 蓄積されるもの が蓄積し
（実現性のある） 手法 により	（実現性のある） 手法 により	（競争優位性のある） 選ばれる理由 で持続的な優位性を作る	パートナーリソース により実現可能である	成長/強化するもの が深まる、強まるため、 事業の持続性を見込む
（希望される） 最大公約数的な価値 がほしい	（希望される） 超具体的な価値 がほしい		チャネル/提供手段 を通じて、伝え、届ける	収益源/ 収益モデル が収入であり
				コスト が生支出となる
				単月黒字/損益分岐点の時期とそれまでの資金繰りの算段がついている



Make awesome things that matter.