

報道関係各位

2022年06月10日
株式会社NEWh

NEWh、事業開発に最適なプロセスとリソースが診断できる「バリューデザイン・シンタックス」の提供を開始

株式会社NEWh（本社：東京都千代田区、代表取締役：神谷憲司）は、新規事業担当者が、自分たちのプロジェクトに最適なプロセスとスキルが診断できる「バリューデザイン・シンタックス」の提供を開始しました。



不確実性の高い時代の到来やコロナ禍により、世界に「デジタル」が浸透し、生活者、ビジネスはすさまじいスピードで変化しています。様々な業界で既存サービスを破壊（ディスラプト）する新たなサービスが世界規模で急速に拡大しており、すべての企業が破壊される側になる可能性がある現在において、新規事業開発やイノベーション創出の重要性がかつてないほど高まっています。

新規事業開発プロジェクトは、ビジネス（B）・テクノロジー（T）・クリエイティブ（C）を融合し、不確実性を下げながら創り続けることが重要になりますが、企業が保有するリソース、新規事業担当者やプロジェクトチームの経験・スキルに依存して進められることが多く、意図せずにBTCいずれかの視点に偏って検討されているのが現状です。

こうした背景から、新規事業担当者が自分たちのプロジェクトの状況を理解し、最適なプロセスとリソースを選択できるべきであると考え「バリューデザイン・シンタックス」ツールを開発しました。

「バリューデザイン・シンタックス」は100件以上の新規事業プロジェクトを支援してきたNEWhが有する独自ノウハウから導き出された、デジタル時代に事業を検討するための全く新しい構文です。

新規事業担当者は、この構文を書くだけで、事業全体の整合性の確認、つまり偏りがちな視点に気づき、プロジェクトにとって必要なプロセスとリソースが把握できるようになります。

バリューデザイン・シンタックスについて：

「バリューデザイン・シンタックス」は、ビジネスモデルを構成する要素を分解し、ひとつの構文として表現しています。フレームワークに沿って事業構想を文章化することで、全体像が可視化され構成要素の整合性や弱点を簡単に把握できます。

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	持続戦略	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	(確信に繋がるリアルな) ペルソナ 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、	事業継続により 蓄積されるもの が蓄積し	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) 最大公約数な課題 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	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	収益源/収支モデル が収入であり
(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) 選ばれ続ける理由 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		コスト が主支出となる
(渴望される) 最大公約数な価値 がほしい	(渴望される) 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		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

■バリューデザイン・シンタックスを活用するメリット

1) 自分たちの事業開発プロジェクトに必要なプロセスとリソースがわかる。

デジタル時代のビジネスモデルに必要な要素をひとつの構文にしており、ガイドを参考に記入するだけで、自分たちの事業検討に足りていない要素が可視化されます。それにより、必要なプロセスとリソースが特定され、最適な事業開発プロジェクトを実現します。

2) 専門性が異なるメンバー間で、共通認識の構築ができる。

事業開発では、職位や専門性の異なる様々な方と推進をしていく中で、メンバー内で各々が思い描くビジネスモデルにズレが生じることがあります。バリューデザイン・シンタックスはビジネスモデルの全体像を文章で表している為、全体像と各要素の内容について共通認識を維持しながらのプロジェクト推進を実現します。

■事業構想におけるチェック機能とプロセス/リソースの最適化

現状を[チェック]し
弱点を把握。
“適切”な
プロセス/リソースで推進

ISSUE 1人目の顧客ははっきり見えていないが、市場性/競合優位性が見えず、戦略が曖昧

「木を見て森を見ず問題」
→ 買ってくれる人はイメージ付くが、事業規模に自信がない
→ 顧客層の優先順位が見えず、目的のどこに注力している
→ 競合の認定が曖昧で選ばれては良いか、分からない

Before

SOLUTION C 事業戦略の構築

『絶対1人が買ってくれる価値を、どうやってみんなが欲しい価値に昇華するか』

例 Step1 購買決定要因のメカニクスを解明
Step2 競合比較から具体的なユークポイントの抽出
Step3 ターゲットセグメントのバイプライン可視化と優先順位決め

After

ISSUE 事業戦略はあり、理屈も通っているのに、サービスが受け入れられる手触りがまだない

「机上の空論問題」
→ ユーザーやサービスの解像度が低く、使ってもらえる実感・確信がもてない
→ 事業戦略は書いたが、抽象度が高く、空中楼阁の議論が散見している
→ ミッション/ビジョン/バリュー作ったが、サービス開発に移行できない

Before

SOLUTION B 顧客理解と価値の具体化

『顧客/Solutionの解像度を上げることで、いかに顧客受容性の実感を得るか』

例 Step1 ペルソナと課題の設定/問いのデザイン
Step2 ユーザーインタビューによる深い顧客理解と共通認識を作る
Step3 UXデザインとサービスの最初の具体化

After

ISSUE 特徴的な技術があるも、顧客が見えず、宝の持ち腐れになりそう

「ビジネス初期の問題」
→ 研究開発は得意だけど、事業開発が苦手
→ 技術の活用先が、期待していたよりも狭い
→ 顧客受容性のPoCスピードが遅くなりそう

Before

SOLUTION T 技術のマーケットフィット

MFT*視点で、要求機能と潜在顧客を探索し、いかに技術を事業機会に昇華させるか』

例 Step1 T視点からの技術の要求機能の洗い出し
Step2 顧客層と潜在顧客の両方への顧客層開拓
Step3 事業機会ごとの優先順位とリソース配分の確定

After

NEWhでは本フレームワークの詳細説明、事業開発の現場における活用方法について紹介させていただくセミナーを無料で開催中です。

<https://220616-newh-webinar.peatix.com/>

なぜ【ロジックだけ】で新規事業は実現しないのか? -100件以上のプロジェクト支援から導いた意思決定の“正解”-

実践編】

◆ NEWhについて

NEWhは大企業の新規事業・サービス開発に特化したデザインコンサルティング&スタジオ。独自のフレームワーク・プロセスにより、アイデア創出からプロダクト開発までを一気通貫で実行し、未来と顧客から選ばれつづける事業・サービスを社会に実装していきます。

会社名：株式会社NEWh（英語表記：NEWh Inc.）

所在地：東京都千代田区大手町1-6-1大手町ビルB1

代表者：代表取締役 神谷 憲司

創立年：2021年

事業内容：Innovation Design & Studio事業

URL：<https://www.newh.co.jp>

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000078441.html>

株式会社NEWhのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/78441