

新規事業企画研修（基礎編）

ねらい	変化が激しく将来の予測が困難なVUCA時代には、既存の価値観やビジネスモデルが通用しにくくなり、「自ら考え、自ら行動する」人材が求められています。本研修では、富士フィルムの事業転換事例から新事業企画の要諦を学び、3C分析・SWOT分析・クロスSWOT分析などの戦略フレームワークとアイデア発想の技術を体験的に習得します。自社の強みと経営理念を起点に新規事業のアイデアを創出し、事業戦略へ落とし込む人材を育成します。
対象	次世代リーダー、マネージャー
所要時間	4～7時間
担当講師	

【プログラム例】

プログラム	項目	手法
第1部 環境認識と 新事業企画の ポイント	・VUCA時代の環境認識（変動性・不確実性・複雑性・曖昧性） ・VUCA時代に求められる社員の姿 ・富士フィルムに学ぶ事業転換の事例 ・自社の強み・経営理念を活かした新事業企画の考え方	講義 ディスカッション
第2部 発想の技術と 戦略の探求	・3C分析・SWOT分析による環境分析 ・アイデア発想を阻む「6つの壁」と対応方法 ・連想の4法則 ・アイデア発想法（ブレインストーミング、KJ法、オズボーンのチェックリスト、マインドマップ等）	講義 ワーク
第3部 事業戦略への 落とし込み	・クロスSWOT分析による戦略の導き出し ・「強み×機会」で新事業案を検討 ・まとめ：自ら考え、自ら行動する第一歩	講義 グループワーク

※プログラムや項目は、貴社と打ち合わせしながら、変更してまいります。

新規事業企画研修（基礎編）

【概要】

1	第1部 環境認識と新事業企画のポイント ■ VUCA時代（変動性・不確実性・複雑性・曖昧性）の環境変化を、フィンテックやサブスクリプション等の事例で読み解き、「自ら考え、自ら行動する」人材の必要性を理解します。 ■ 本業喪失の危機から事業転換を果たした富士フィルムの事例をもとに、自社のIdentity・強み、顧客の潜在ニーズ、社会の流れを掛け合わせる新事業企画の考え方を学びます。
2	第2部 発想の技術と戦略の探求 ■ 3C分析（自社・競合・顧客）とSWOT分析を用いて、自社の置かれた環境を客観的に整理する手法を習得します。 ■ アイデア発想を阻む「6つの壁」（慣性・知性・感覚・感情・文化・表現）と、その乗り越え方を学びます。 ■ 連想の4法則を活用し、ブレインストーミング、KJ法（親和図法）、オズボーンのチェックリスト、マインドマップ等の発想技術を体験します。
3	第3部 事業戦略への落とし込み ■ クロスSWOT分析で「強み×機会」「弱み×脅威」等の掛け合わせから、具体的な戦略を導き出す手法を学びます。 ■ 総合ブライダル企業の事例を用いたグループワークで、「強み×機会」による新事業案の検討を体験します。 ■ 研修全体を振り返り、自社で実践するための第一歩を明確にします。