



Implicit Values

暗黙的な目標、価値の具体化

事業の開始には、その前提となる暗黙的な目標や価値が存在します。それらに沿って具体的なビジネスゴールを策定するためには、その暗黙的な目標や価値の棚卸を行い、夢や経験則、共有したい意識などを精査した上で、具体的な目標へと昇華させる作業が欠かせません。

Marketing

市場性検証

棚卸の確からしさ向上のために、Plan-Aは市場性検証(マーケティング)の重要性を訴えます。まず事業家のビジネスゴールに対してヒアリングを行い、現在イメージされている原初のビジネスモデルを策定した上で市場性の検証を行います。

ROI Modelling

対投資価値の予測

SWOT分析、想定ビジネスパートナーとのヒアリング、産業動向の確認、水平/垂直のブロッキングなどのマーケティングを行った結果は、算出されたクライテリア(変数)とともに、事業家とビジネスモデルの双方にフィードバックされます。中でもSWOT分析はビジネスプランの「見える化」の中でとても重要な役割を果たします。このループ作業を繰り返し、ある程度の段階までは想定されるビジネスモデルの数が増え、その後、収益性判断の中でモデルが絞られ、最終的に事業家との間で合意された実行可能なビジネスモデルを選定することになります。

PMO

Program Management Office (準備委員会)

収益性の検証や市場性の検証はビジネスプランの確からしさの向上のためにあるものの、それによってビジネスの成功が保証されるわけではありません。事業がある程度落ち着くまで、事前に用意された「海図」が現場のビジネスに見合ったものかを検証しながら、大小の修正を加えて事業推進を図ることが肝要です。その際事業化を行う現場と事業家間のバランスを保つには、事業の推進を委員会化することも重要です。新規事業においては事業部門の各最高責任者(CxO)が、いわばプロではないケースも少なくありません。そのような際にも、当面は企業外部から専門家を迎えて委員会活動に組み込むことで、より効率的に事業の立ち上げることができます。

HoM

Hands-on Management (実行)

特にIT作業の管理では、進捗の管理以外にもアーキテクチャの確からしさの確認、ベンダーとの交渉、成果物など知的財産管理など、さまざまな作業が要求されます。事業として、サービス後に利用者の側に回るようなビジネスモデルの場合には、短期の構築作業に見合った管理者を外部から登用するのか、社内育成をするのかも早期にサービス開始と安定したシステム運用に向けた大きな鍵となります。さらに外部のIT企業に一括の依頼をする場合、その企業と交わしたサービス保証(SLA)が、ビジネスモデルの掲げるサービス品質と見合ったものかも逐次レビューを行うことが重要です。