

業界を超えた組織間の連携促進による ビジネス変革・新ビジネス創出支援サービス

業界を超えた有機的な連携を促進し、消費者中心のビジネス変革と価値創出を実現


As a Serviceというコンピューティングリソースのサービス化から始まった新たなビジネスモデルは、消費者の価値観や行動原理の変容を背景に瞬間に様々な業種業態に広がっていきました。As a Serviceのビジネスモデルの対象が衣服、家電などの有形のモノからクローゼット、オフィスのような場や空間といった無形のものまで広がる中、組織・企業単体では差別化された消費者視点の価値提供ストーリーが描き切れず、ビジネス変革や新規事業の価値創出がうまく推進できていないケースが散見されます。

市場との対話の中で迅速に変化する必要性や単体で対応できない多様な価値を結びつける必要性から、業界を超えた連携の必要が生まれます。

アビームコンサルティングは、業界を超えた企業・組織間の連携に関する知見や消費者ビジネスに関する豊富なコンサルティング実績、更にデジタル化やデータ活用のノウハウを用いて業界を超えた組織間の連携を促進し、消費者中心のビジネス変革と価値創出の実現を支援します。

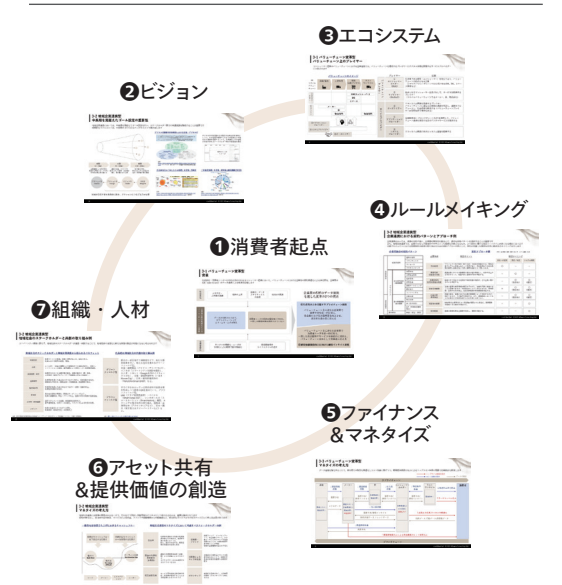
業界を超えた企業・組織間の連携による消費者への価値提供が進まない真因

これまでも業界を超えた組織間の連携を目指す取り組みは数多く行われてきました。しかしその多くは、総論合意の下「連携」自体が目的化され各論の議論において本質的な検討が進まないケースや、真のビジネス変革や新規ビジネスの価値創出に繋がられていないにも関わらず止め時を逃してこ入れもなされないままに継続される事態が散見されています。業界を超えた組織間の連携による消費者への価値提供を成功に導くためには、組織間の連携を進める上での要点を押さえて適切な対策を行うことが極めて重要な要素となります。

 <p>コミットメントの壁</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 共感と呼ぶビジョン ■ プレイヤーの巻き込み 	 <p>マネタイズの壁</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業開始に向けた資金確保 ■ ステークホルダー間の利益配分 	 <p>既存事業の壁</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 既存の評価スキームとの不整合 ■ 既存事業とのカニバリゼーション
---	--	--

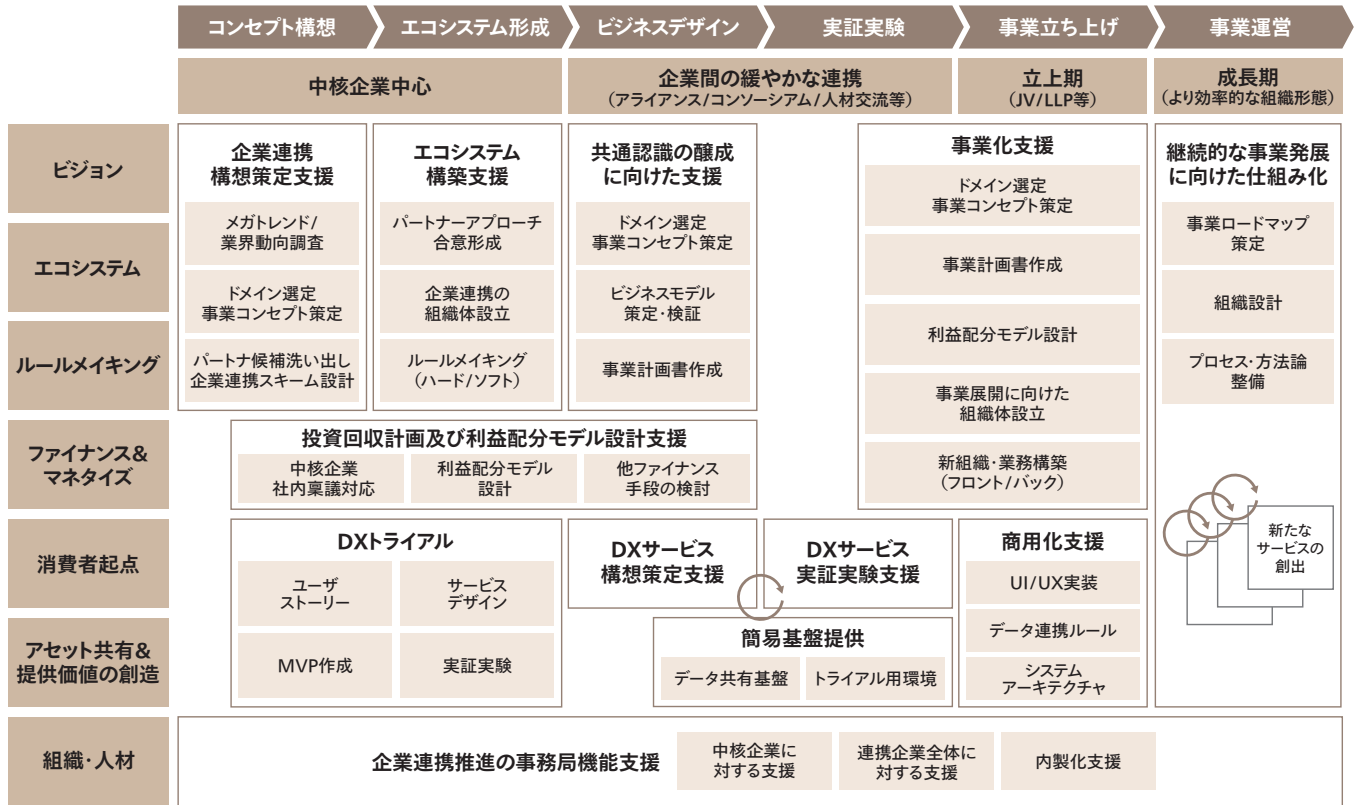
ビジネス変革・新ビジネス創出促進サービス概要

アビームコンサルティングは、業界・組織間連携を成功させるための重要要因を、7領域に分類し、各領域における知見や実例を蓄積しています。これらのフレームワークを活用し、消費者中心のビジネス価値創出のための課題整理とビジネス変革の実現に向けた包括的な支援を提供します。

重要要因	各領域における問いの一例
 <p>③ エコシステム</p>	<p>① 消費者起点</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者のインサイトは?解決すべき社会課題は? ■ 消費者と消費者を取り巻く環境の変化は(過去・現在・将来)? ■ 取り組むべきドメインとその有望性は?なぜ未解決なのか?
<p>② ビジョン</p>	<p>② ビジョン</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 実現したい世界観は?それを端的に伝えるキーメッセージは? ■ レベル(時間軸・共感性、社会・業界へのインパクト)は適切か? ■ ビジョンを実現するために必要なケイパビリティは?
<p>① 消費者起点</p>	<p>⑤ エコシステム</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ケイパビリティ獲得のために選択すべきエコシステムの類型は? ■ エコシステムを構成すべきプレイヤーとアプローチ手段は? ■ 既存事業や既存パートナーとのカニバリゼーションの解消は?
<p>④ ルールメイキング</p>	<p>④ ルールメイキング</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ エコシステムにおけるパワーバランスと自社の立ち位置は? ■ フェーズ(立上期・商用化・成長期)ごとの適切なルールメイキング(ハード面:組織形態・契約、ソフト面:運営・交渉)は?
<p>⑤ ファイナンス & マネタイズ</p>	<p>⑤ ファイナンス & マネタイズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業開始と成長に必要な資金の確保は? ■ 各プレイヤーが継続参画可能な合理的な収益モデル及び利益配分モデルは?事業成長による各プレイヤーの有形無形のメリットは?
<p>⑥ アセット共有 & 提供価値の創造</p>	<p>⑥ アセット共有 & 提供価値の創造</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ エコシステム内で共有すべきアセットやデータとその方法は? ■ 消費者への提供価値をいかに具現化するか? ■ アジャイルに立ち上げ、消費者と共に改良するための仕組みは?
<p>⑦ 組織・人材</p>	<p>⑦ 組織・人材</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 組織間の連携を推進するためのキーパーソンは? ■ 組織間の連携に適した組織形態は? ■ 既存事業の評価スキームに縛られない推進力をいかに発揮するか?

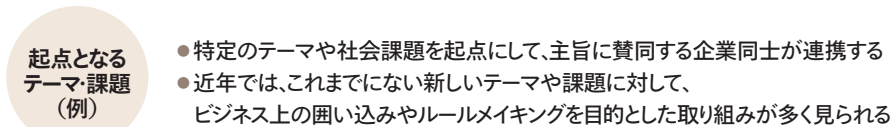
業界・組織間連携の実現アプローチ

業界を超えた組織間の連携による消費者中心のビジネス変革と価値創出の実現には、中核企業が中心となってコンセプト構想や参画するパートナーとのエコシステム形成を進める必要があります。アビームコンサルティングは、ビジネスの価値創出に向けた構想策定の支援、具体的なビジネス変革・新ビジネスの実証実験から、事業の立ち上げ、運営までの一連のプロセスを包括的に支援します。



消費者中心のビジネス変革と価値創出に向けた組織間連携の類型と実例

組織間連携は、あくまで消費者中心の社会変革と価値創造を実現するための手段です。まず取り組むべきテーマや解決すべき課題があり、それを起点としたときに、対象とするフィールドや中心的な役割を担う存在の違いなどによっていくつかの類型に分かれます。アビームコンサルティングは、ビジネス変革に関する豊富な実績をもとに、企業や組織の課題に即した価値創造ストーリー（中長期的な社会価値と企業価値の両立を実現するプロセス）を設定し、企業の継続的な成長に繋がる新規ビジネスの創出や価値向上に寄与します。



バリューチェーン変革型



地域企業連携型



業界横断型



事例	バリューチェーン変革型	地域企業連携型	業界横断型
	リテールバリューチェーンにおける デマンド起点の全体最適化に向けた検討	産学官の資源の融合・活用による 市民に対するサービス連携基盤の整備	業界横断データの異業種での活用による 収益源の多角化に向けた検討
想定成果	消費者の需要動向の把握・共有による 商品開発力の強化	産学官のオープンなデータ活用を可能にする 共通サービス基盤の整備	異業種におけるデータ活用アイデアの創発
	予測精度向上による バリューチェーン全体の在庫と欠品の最小化	市民の利便性向上に資するデジタルサービスの 検討から実装を行う仕組みの構築	業界横断のデータ収集・蓄積基盤の整備
	配送や物流オペレーションの効率化による サステナビリティへの対応	地域の産業を活性化させるデジタル人材の 育成のための共創の場の形成	異業種企業との実証実験の遂行
	中間流通企業におけるデジタル活用を 通じた新たな収益源の創出	自走のための将来の収益モデルの立案	業界法改正に向けたコンセンサス形成