

Connected Home Appliances - Smart Products & Services -

生活空間の製品データを活用した新たなビジネス創出を支援

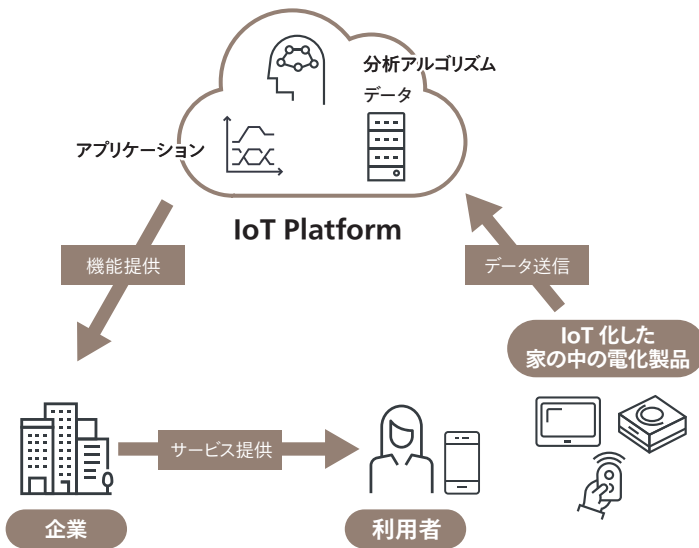
デジタル技術を活用した新たなサービスを提供する企業の増加や顧客ニーズの多様化等、事業環境の大きな変化局面を迎え、新たな製品・サービスの創出や顧客との関係性強化への必要性がますます高まっています。アビームコンサルティングは、製品のIoT化ノウハウや、IoTプラットフォーム上でのアプリケーション構築の豊富な経験、デジタル技術を活用したビジネスモデル変革事例を活用して製造業の業務改善・新たなビジネス創出をご支援いたします。

データを活用した
能動的な
アフターセールス

メンテナンス業務の
生産性向上

フロー型からストック型へ
ビジネスモデルの変革

ビジネスシナリオ



アフターセールスの改善

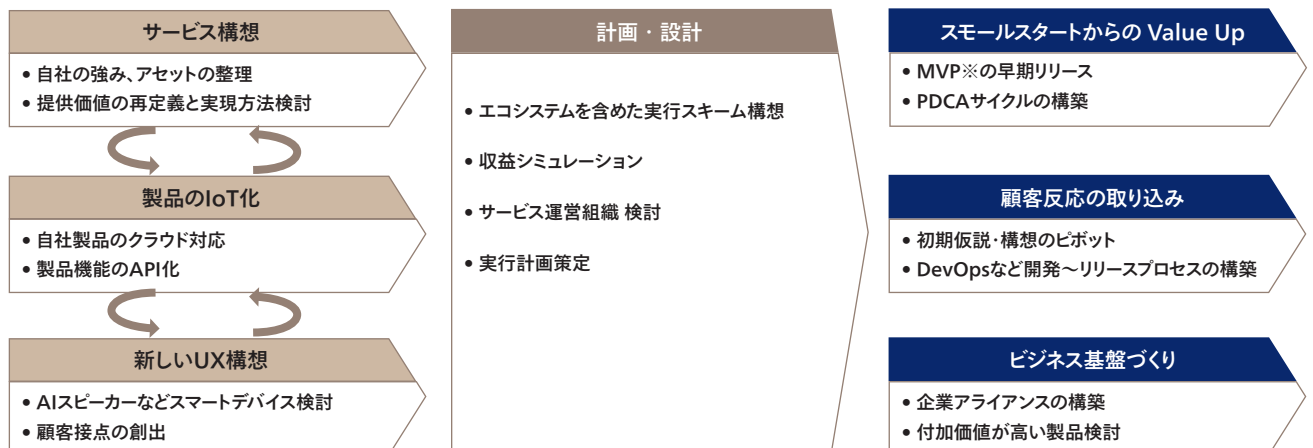
- 1 製品状態変化の検知による能動的な顧客サービス
- 2 製品状態をデータで把握することによるメンテナンス業務の生産性向上

新たなビジネスの実現

- 3 製品データを活用した新たなサービス創出
- 4 顧客起点によるビジネスモデルの変革

アプローチ

製品のIoT化、新しいUX 構想と連携しながら、アフターセールスの改善 / 新たなビジネスの実現計画を創出し、リーンスタートアップなどの方法論を用いて、早期に成長軌道にのせます。



※Minimum Viable Productの略。構想を実行可能な最小限の機能セット。

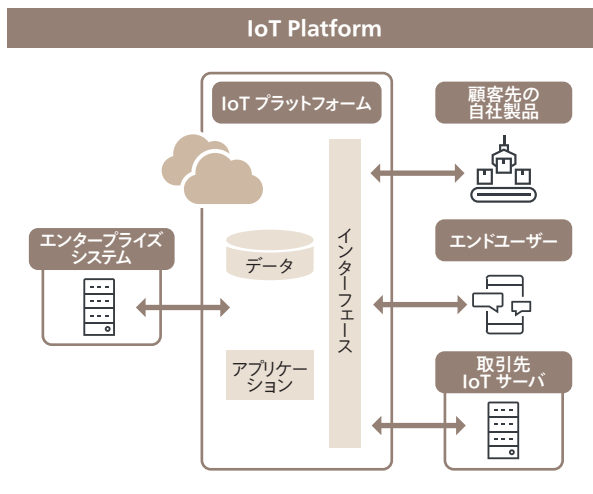
新たなビジネス創出におけるポイント



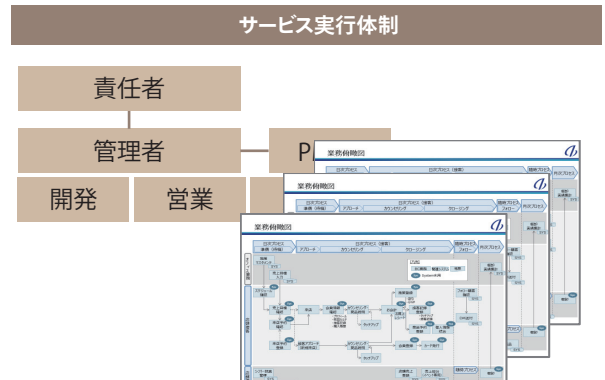
| | |
|-----------------|--|
| 顧客価値視点 | 従来のモノづくりに慣れたメンバーで実施するとプロダクトアウトの視点に陥りやすいため、ユーザーと接している部門も巻き込みながら、顧客視点、価値視点でサービス内容を構想する必要がある。 |
| 顧客満足 | 最初から想定した全ての機能・サービスを作りこまず、コンセプトを実現できる最低限の機能で市場リリースを行いつつ、顧客の反応をフィードバックするプロセスを自社内に構築する必要がある。 |
| 差別化 | 顧客満足を実現するために必要な要素に対して、自社のコアとノンコアを明確にし、全て自社内で構築するのではなく、積極的にアライアンス企業とのエコシステム化を検討する。 |
| ローンチサイクル | 短サイクルでローンチするサービスのロードマップと、長期サイクルとなる製品のロードマップを統合したビジネス全体でのロードマップを策定する。 |

アウトプットイメージ

生活空間の製品データを活用した新たなビジネス創出に必要な共通機能は、プラットフォームやアプリケーションとしてアセット化を行っています。これらを活用して、アフターセールスの改善とビジネスの設計・実行を実現します。



| ビジネス設計 | | 検討内容 |
|--------|------------|--|
| 市場参入 | 競合 | - 競合を定義する (提供価値の代替可能性、サプライヤーメタの奪い合い) - 協業先が及ぼさないか検討する - 競合製品やサービスを分析する |
| 市場参入 | 競合概要 | |
| 市場参入 | 差別化 | |
| 市場参入 | 競争優位性・リスク | |
| 市場参入 | 自社の競争優位性 | |
| 市場参入 | 技術や特許 | - コスト、提供価値、市場優位性 (コネ、規制) などから競争優位性を明確にする |
| 市場参入 | 規制や参入障壁 | - コントロール可能/不可能なリスクを明確にする |
| 市場参入 | 想定されるリスク | |
| 市場参入 | 数値計画(財務計画) | - B/S, P/L, C/Fを作成する - 5年分の予想P/Lを作成する - 現金がいくら必要になるかを計算する |
| 市場参入 | 資金調達 | - 投資金額を算出する |
| 市場参入 | 経営陣 | |
| 市場参入 | 概要 | - ビジネスの推進体制を検討する |
| 市場参入 | 実績 | - 役割と求められるスキルや考え方を明確にする - 多様性のあるメンバーを考える |
| 市場参入 | 欠けている人材と対処 | |



Contact

P&T Digital Business Unit IoT Sector JPABIoTinfo@abeam.com