

<https://ko-cg.com/>

かながわ学生ビジネスプランコンテスト ー ビジネスモデル／システム創造の知 ー

ITビジネス総合演習

2019年10月02日(水曜日)

コムロコンサルティンググループ
総代表 小室匡史

<https://ko-cg.com/ceo/>

本日の内容

1. コンテスト審査	...	P.	1
2. 小室研究所:起業／開業資金	...	P.	3
3. 3つのフレームワーク	...	P.	5
4. Five or Six Forces Model	...	P.	6
5. マーケティングミックス 4P's	...	P.	14
6. 競争地位戦略	...	P.	18
7. アドバイス	...	P.	26
8. メッセージ	...	P.	29

1. かながわ学生ビジネスプランコンテスト 審査

▼
ホーム

▼
エントリー／募集要項

▼
過去の受賞者

▼
本大会 結果発表

▼
お問い合わせ

▼ 審査基準

効率的

(費用対効果が良い)

アントレプレナーとしての意 思・ビジョン	志と共感性(10点)	「このプランを成し遂げたい」「絶対にこの課題を解決したい！」など、本人の強い意欲、深い想い、問題意識、原体験等を深掘りしているか。その志に共感できるか。
	実現性(5点)	ニーズの深掘を行い協力者や連携先を見つけようとしているか、見つけているか。
事業の妥当性	ビジネスモデル(5点)	ビジネスモデル自体がきちんと練られているか、収益性が期待できるか。
	計画性(5点)	合理的で可能な計画になっているか。今後の適切な成長のための計画を具体的に作成しているか。
革新性・表現力	革新性(5点)	構想し、サービスに新規性があるか、新たな価値を創造するものとなっているか。
	インパクト(5点)	これからの社会にインパクトをもたらす発表となっているか。

(参)かながわ学生ビジネスプランコンテスト 平成30年度

1. かながわ学生ビジネスプランコンテスト 審査

大項目	小項目	満点(100点)
アントレプレナーとしての 意思・ビジョン	ビジョン	20点
	志と共感性	20点
実践・行動力	アクション	10点
	実現性	10点
事業の妥当性	ビジネスモデル	10点
	計画性	10点
革新性・表現力	革新性	10点
	インパクト	10点

(参)かながわ学生ビジネスプランコンテスト 平成30年度

2. 小室研究所：業動向現状分析 調査結果

Komuro CG HOME パートナー募集 社会活動 事業者優待 お問い合わせ 経営・ビジネス支援事業 マーケティング事業 プラットフォーム事業	
調査期間	2014年05月08日(木) ～ 2018年12月31日(月)
調査対象	コムロコンサルティンググループ主催 起業・開業・独立 세미나／ワークショップ参加者
調査方法	日本国 [Japan : 日本国 : 일본국 : alsungdoil] 富士山 個人情報を含む記名による対面記述式 コムロコンサルティンググループは、セミセルフ（SemiSelf：クライアント様とコンサルタントが適切に役割分担すること）という独自のビジネスモデルを用い経営／ビジネスなどの創出・創出・拡充をサポートします。
調査形式	撮影者：小室匡史／Masashi KOMURO ニュースリリース サーベイ／アンケート形式
調査目的	2019年09月30日 2019年10月分・2019年11月分申込開始 将来、起業／開業を目指している人の現状を把握すること 2019年09月25日
有効回答数	2019年09月22日 2019年10月分・2019年11月分申込開始 2019年09月20日 457名 2019年09月15日

Search

小室経営塾 ビジネスアカデミー

小室研究所 起業動向現状分析

小室ラボ IT・ICT 未来像研究

インターンシップ

起業・開業・独立支援
コンサルティング相談

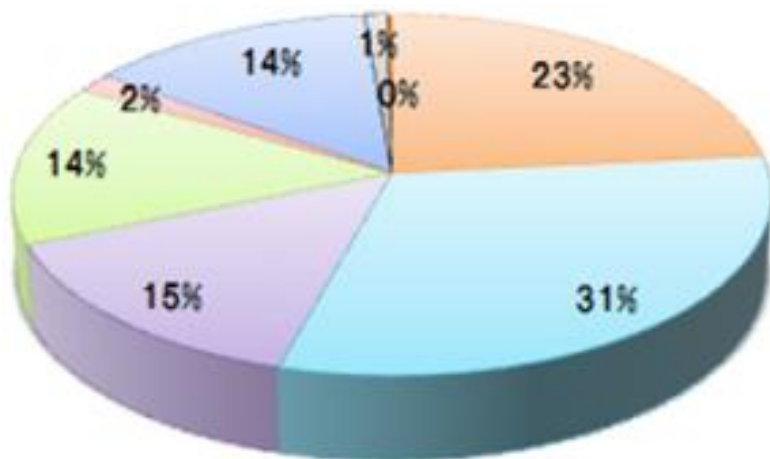
YOU ARE NOT ALONE!

(参) コムロコンサルティンググループ 小室研究所

<https://ko-cg.com/research-institute/>

2. 小室研究所：業動向現状分析 調査結果

コムロコンサルティンググループ：起業／開業(予定)資金



- 100万円未満
- 100万円以上 - 300万円未満
- 300万円以上 - 500万円未満
- 500万円以上 - 750万円未満
- 750万円以上 - 1,000万円未満
- 1,000万円以上 - 3,000万円未満
- 3,000万円以上 - 5,000万円未満
- 5,000万円以上 - 7,500万円未満
- 7,500万円以上 - 1億円未満
- 1億円以上

起業／開業(予定)資金【n=457】

項目	数	割合
100万円未満	107人	23%
100万円以上 - 300万円未満	141人	31%
300万円以上 - 500万円未満	66人	15%
500万円以上 - 750万円未満	66人	14%
750万円以上 - 1,000万円未満	8人	2%
1,000万円以上 - 3,000万円未満	63人	14%
3,000万円以上 - 5,000万円未満	5人	1%
5,000万円以上 - 7,500万円未満	1人	0%
7,500万円以上 - 1億円未満	0人	0%
1億円以上	0人	0%

(参)コムロコンサルティンググループ 小室研究所

<https://ko-cg.com/research-institute/entrepreneur-questionnaire/>

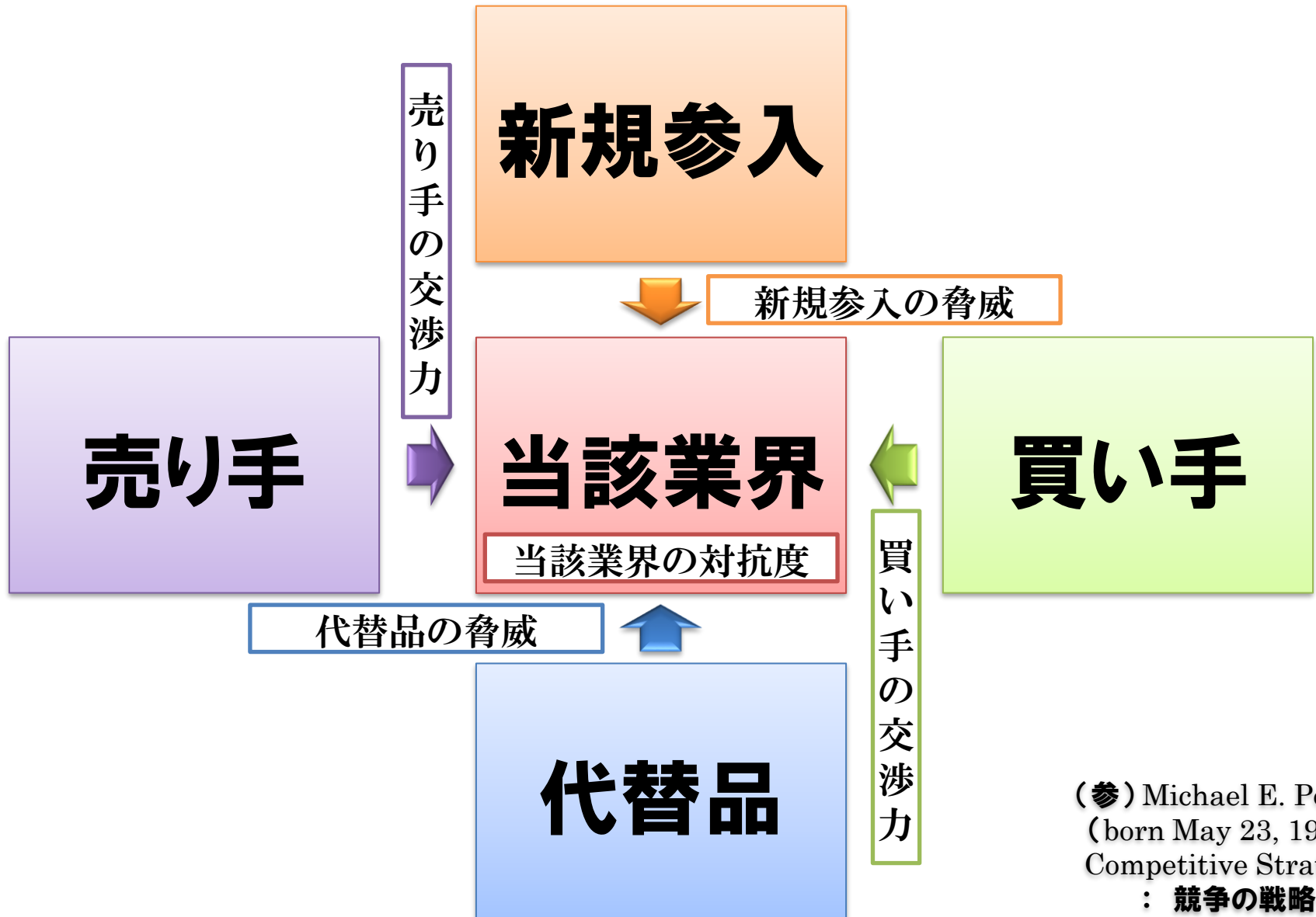
3. 本日の内容：3つのフレームワーク

Six Forces

4P's

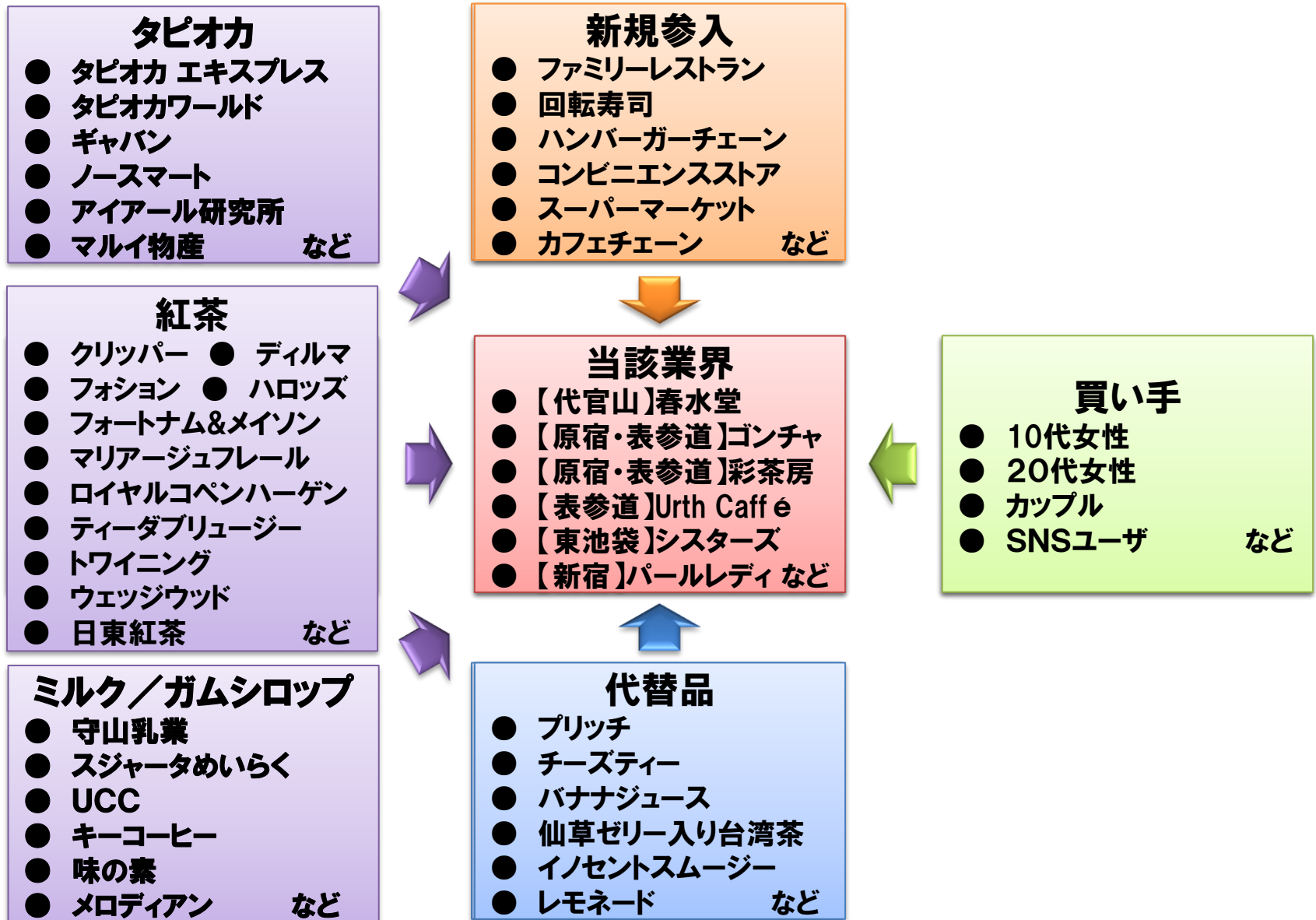
競争地位
戦略

4. Five Forces Model

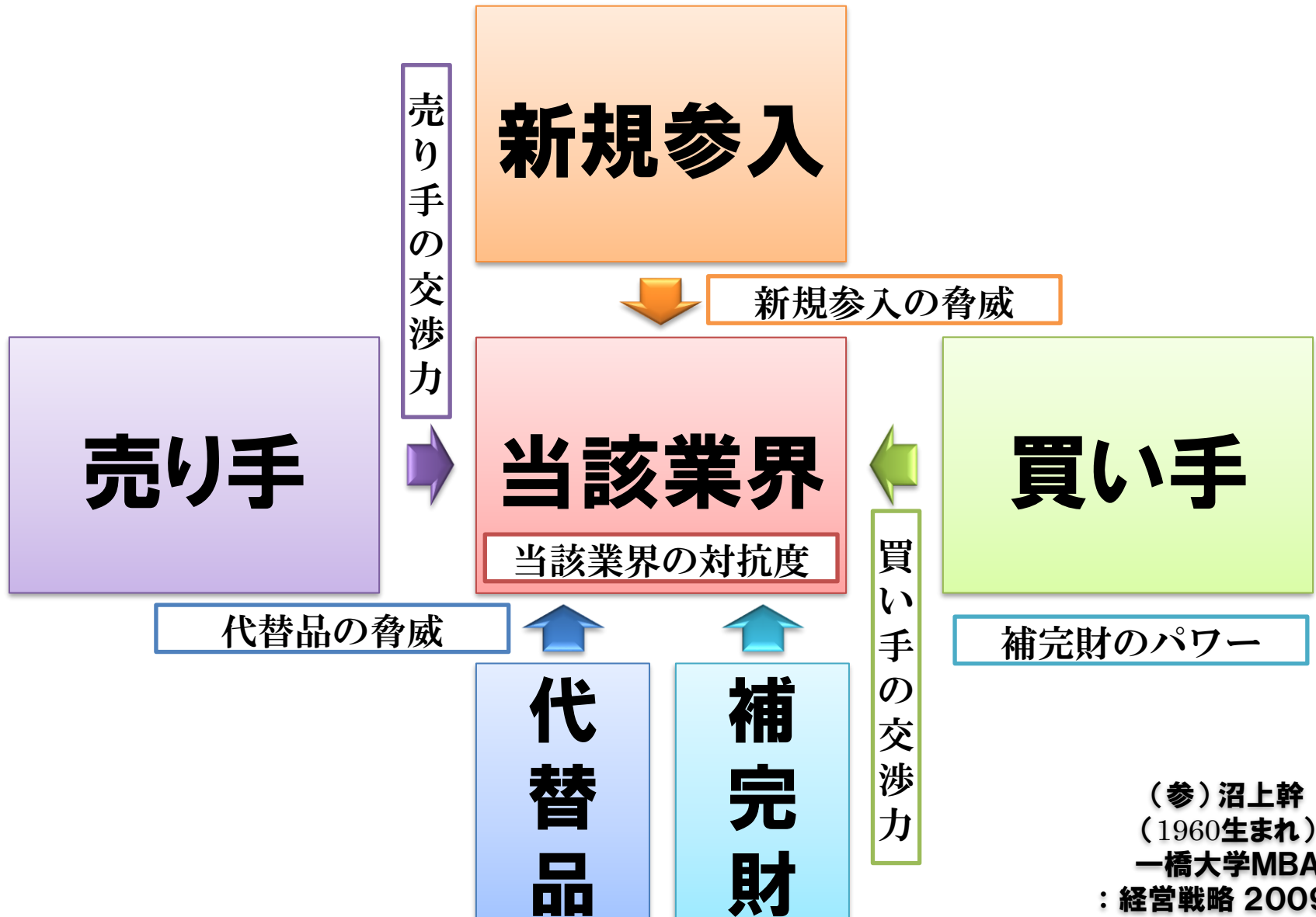


(参) Michael E. Porter
(born May 23, 1947)
Competitive Strategy
: 競争の戦略

4. Five Forces Model 例 タピオカドリンク

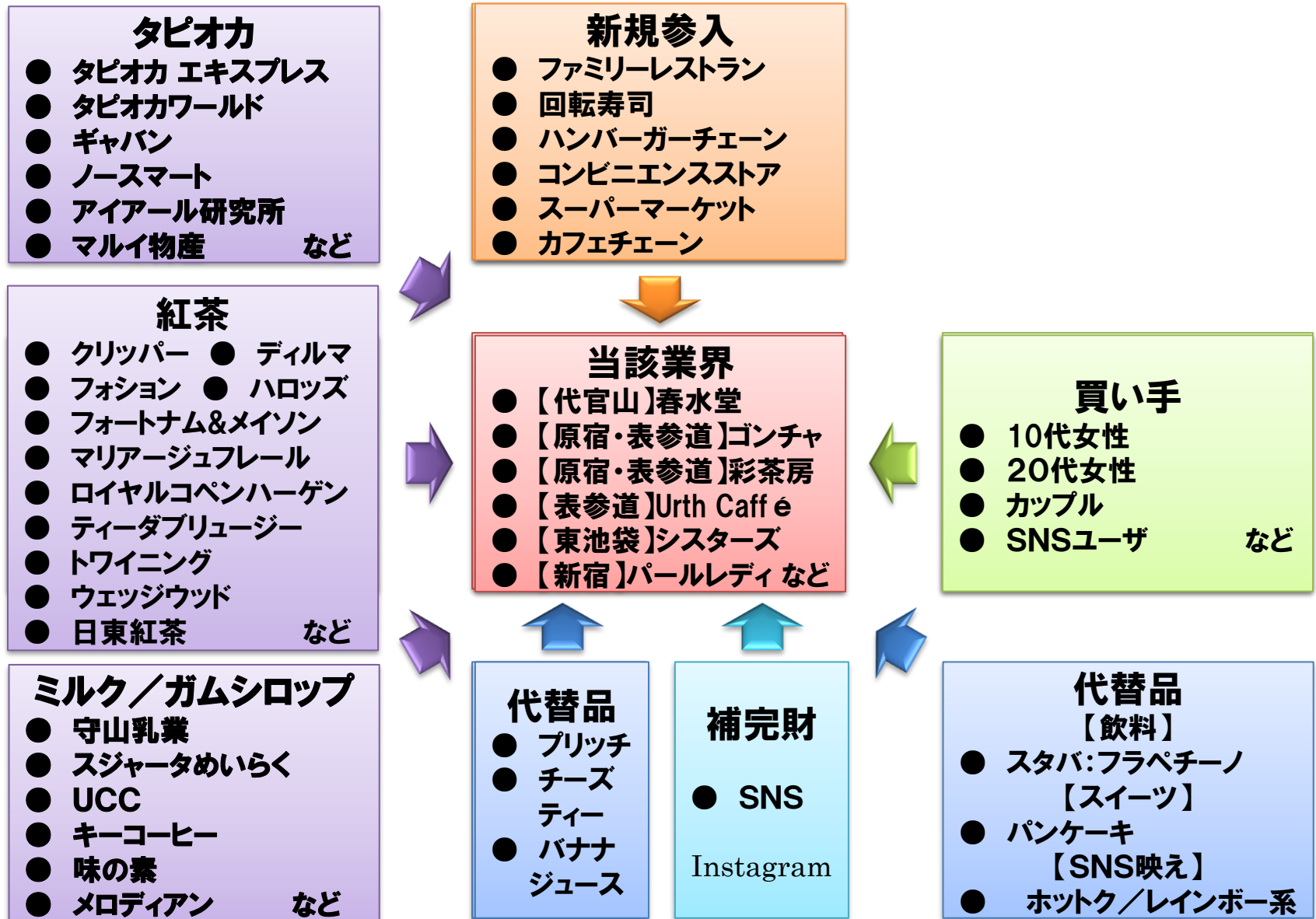


4. Six Forces Model

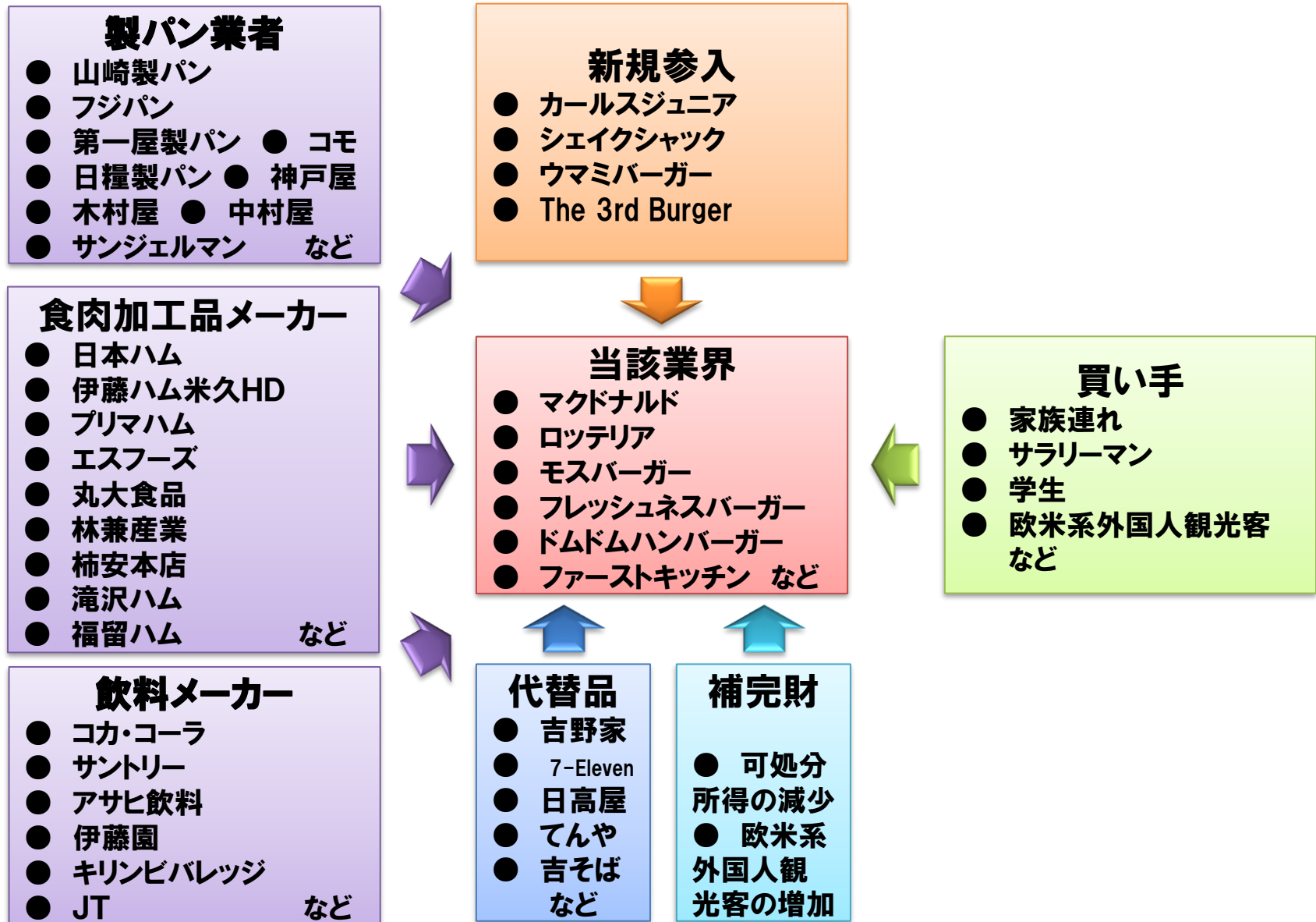


(参) 沼上幹
(1960生まれ)
一橋大学MBA
: 経営戦略 2009年

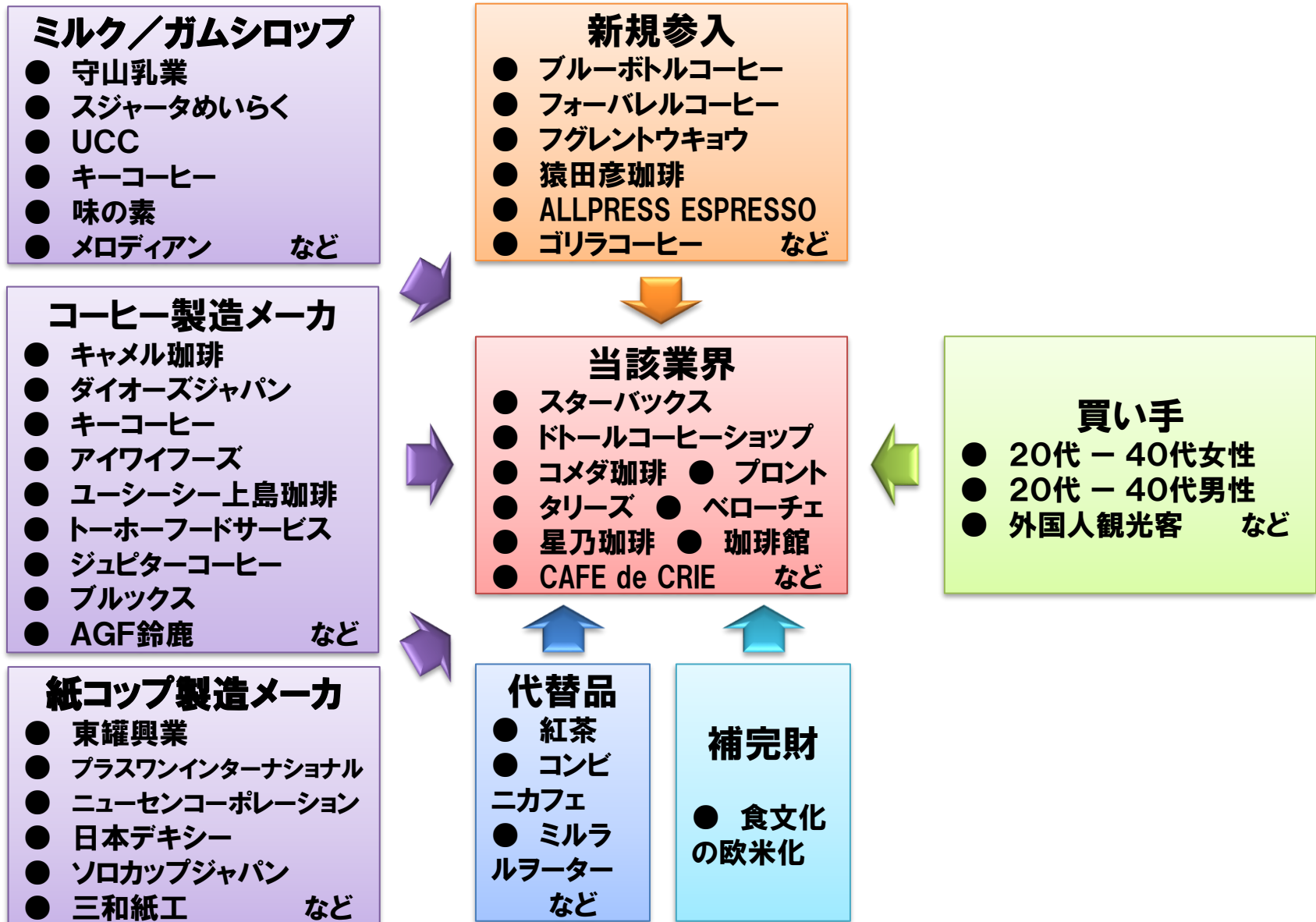
4. Six Forces Model 例. タピオカドリンク



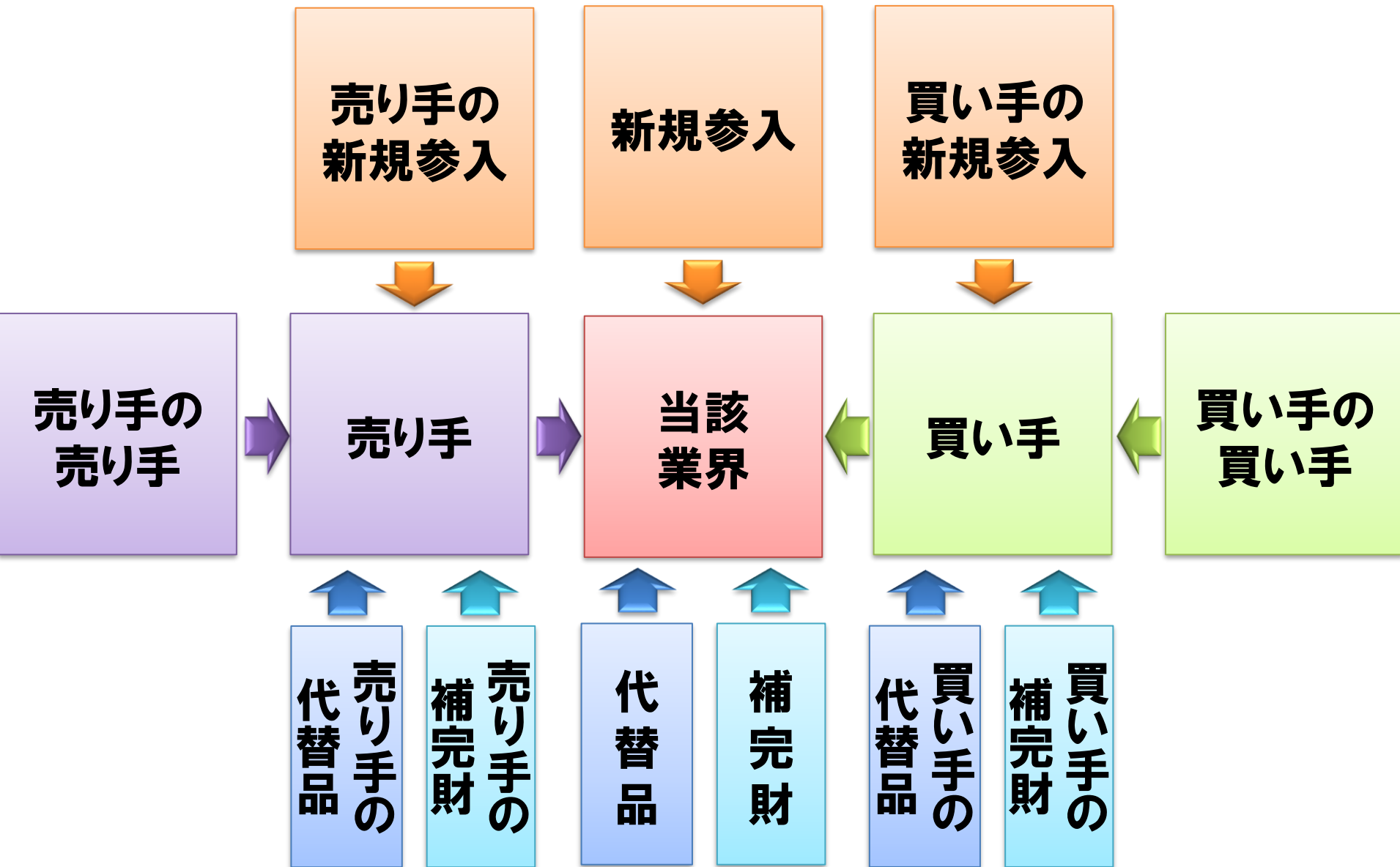
4. Six Forces Model 例 ハンバーガー



4. Six Forces Model 例 コーヒー

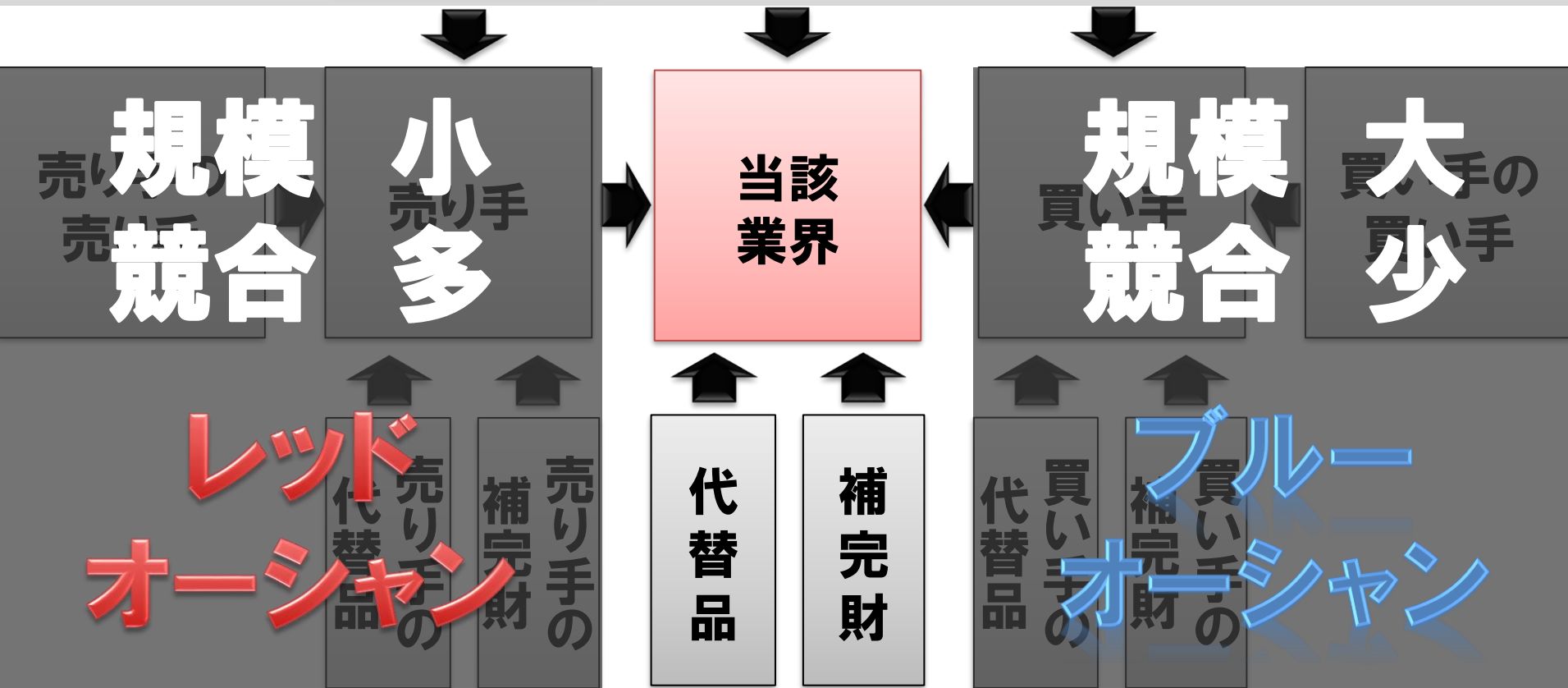


4. Six Forces Model 応用



4. Six Forces Model オーシャン

規模と質と数



5. マーケティングミックス 4P's 定義

I Product

品質・デザイン・ブランド名・パッケージ・サービス・保証等を含めて製品や商品

II Price

市場で製品や商品を販売する価格

III Promotion

製品や商品の存在や特徴を知らせ認知させるための販売促進の手法や方法

IV Place

製品や商品を市場に流通させるための流通経路や販売場所や販売チャネル

(参) Philip Kotler(born May 27, 1931) コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 第12版

5. マーケティングミックス 4P's フレーム

	Product (製品)	Price (価格)	Promotion (プロモーション)	Place (流通)
A				
B				
C				
D				
E				
F				



新規参入	商品戦略	価格戦略	プロモーション戦略	販売チャネル戦略
------	------	------	-----------	----------

5. マーケティングミックス 4P's 例 タピオカ

	Product (製品)	Price (価格)	Promotion (プロモーション)	Place (流通)
春水堂	タピオカ ミルクティー	500円	店頭看板／ SNS／行列	代官山 等 実店舗
ゴンチャ	ブラックミルク ティー＋パール	490円(M)	店頭看板／ SNS／行列	原宿・表参道 等 実店舗
彩茶房	タピオカ ミルクティー	450円(M)	店頭看板／ SNS／行列	原宿・表参道 等 実店舗
Urth Caffé	オーガニックブ ラックティーボバ	680円 (ON ICE)	店頭看板／ SNS／行列	表参道 等 実店舗
シスターズ	ミルクティー タピオカ入り	450円	店頭看板／ SNS／行列	東池袋 等 実店舗
パールレディ	パール ミルクティー	290円	店頭看板／ SNS／行列	新宿 等 実店舗



新規参入				
------	--	--	--	--

5. マーケティングミックス 4P's 分析方法

差別化要因

	Product (製品)	Price (価格)	Promotion (プロモーション)	Place (流通)
春水堂	タピオカ ミルクティー	500円	店頭看板 SNS／行列	代官山 等 実店舗
ゴンチャ	ブラックミルク ティー＋パール	490円(M)	店頭看板 SNS／行列	原宿・表参道 等 実店舗
彩茶房	タピオカ ミルクティー	490円(M)	店頭看板 SNS／行列	原宿・表参道 等 実店舗
Urth Caffé	オーガニック ブラックティーボバ	680円 (ON ICE)	店頭看板 SNS／行列	表参道 等 実店舗
シスターズ	ミルクティー タピオカ入り	450円	店頭看板 SNS／行列	東池袋 等 実店舗
パールレディ	パール ミルクティー	290円	店頭看板 SNS／行列	新宿 等 実店舗



新規参入	商品戦略	価格戦略	プロモーション戦略	販売チャネル戦略
------	------	------	-----------	----------

6. 競争地位戦略 定義

I リーダー

市場でトップシェアを誇る唯一の企業

II チャレンジャー

リーダーに競争を挑むトップ集団企業

III ニッチャー

特定の市場で独自の地位を築く企業

IV フォロワー

模倣をおこない地位を維持する企業

(参) Philip Kotler(born May 27, 1931) コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 第12版

6. 競争地位戦略 フレーム

経営資源		量	
		多／大	少／小
質	高／良	マーケット・リーダー	マーケット・ニッチャー
	低／悪	マーケット・チャレンジャー	マーケット・フォロワー

(参) Philip Kotler(born May 27, 1931) コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 第12版

6. 競争地位戦略 基本方針

経営資源		量	
		多／大	少／小
質	高／良	リーダー 全方位戦略	ニッチャー 集中戦略
	低／悪	チャレンジャー 差別化戦略	フォロワー 模倣追隨戦略

6. 競争地位戦略 例 ファストファッション実店舗

経営資源		量	
		多／大	少／小
質	高／良	マファースト・リテイリング	エルメス・アンテルナショナル ニッチャー ワークマン
	低／悪	マストライブ・インターナショナル	マーケット・街の洋服屋 フォロワー

6. 競争地位戦略 例 スーパーマーケット

経営資源		量	
		多／大	少／小
質	高／良	マーケット・リーダー イオン	マーケット・追随者 紀ノ国屋・成城石井・いかりスーパー
	低／悪	マーケット・チャレンジャー セブン&アイ・HD	マーケット・フロッロワー 街のスーパー

7. アドバイス(1/3)

① ポイントⅠ



経営者のビジョンや志と事業の優位性や差別化

② ポイントⅡ



ビジネスストーリーの成功への確からしさ

③ ポイントⅢ



ビジネスモデルに包含される創造力と解決・改善力

7. アドバイス(2/3)



コムロコンサルティンググループ：ストーリーとクリティカルシンキング

車の自動運転化が進む



都市部の不動産価格が下落する

7. アドバイス(2/3)

コムロコンサルティンググループ：ストーリーとクリティカルシンキング

車の自動運転化が進む



自家用車とタクシーが同質化していく



必要な時に自動車が必要な場所に自動で来てくれる



車のシェアリングエコノミーが進む



車の同時稼働率が10%程度なので販売数量が激減する



都市部の駐車場の大半が必要なくなる



都市部の不動産価格が下落する

7. アドバイス(3/3)

セミセルフ : *SemiSelf*

クライアント様とコンサルタントが適切に役割分担すること



セルフ
サービス

セミセルフ
サービス

フル
サービス

(参) コムロコンサルティンググループ セミセルフ : SemiSelf

<https://ko-cg.com/content-semiself/>

8. メッセージ(1/3)

主体が他者の「●●して欲しい人」になることで周りから応援される人になる。

「●●して欲しい人」

●●したい人 < ●●して欲しい人

主体が自己

主体が他者

8. メッセージ(2/3)

人間は一生のうち逢うべき人には

必ず逢える。しかも

一瞬早過ぎず、一瞬遅過ぎない時に、

必要としている人に必ず逢えている。

逢っていないと思うのは

単に『縁』を見落としているだけである。

(参) コムロコンサルティンググループ 言葉 <https://ko-cg.com/words/>

8. メッセージ(3/3)

『あなたが漠然と過ごした今日という
一日は昨日死んでいった人々が
生きるために最後の力を精一杯振り絞り
あれほど生きたいと願った明日』である。
今日が人生最後の日だと
一生懸命生きる。

(参) コムロコンサルティンググループ 言葉 <https://ko-cg.com/words/>



**アントレプレナーとイノベーターが
いつの時代も新たな世界や未来の創り手となる**

- The Business for "YOU" -

Masashi KOMURO

<https://ko-cg.com/ceo/>