



IT新規事業における アイディア検討 と
サービスコンセプト策定 の注意点

アジェンダ

1 新規事業立ち上げ時の課題と解決策

2 サービス紹介

新規事業立ち上げのお悩みあるある



新規事業立ち上げ時には、様々なお悩みがございます

市場選定

- ・どこの市場でビジネスを始めるのがいいかわからない

サービス コンセプト策定

- ・どのようにしてサービスの方向性を絞ったらいいかわからない

ビジネスモデル 構築

- ・プライシングの考え方がわからない
- ・営業戦略の考え方がわからない

新規事業立ち上げのお悩みあるある



まずは市場選定における解決策についてご紹介いたします

市場選定

- ・どこの市場でビジネスを始めるのがいいかわからない

サービス コンセプト策定

- ・どのようにしてサービスの方向性を絞ったらいいかわからない

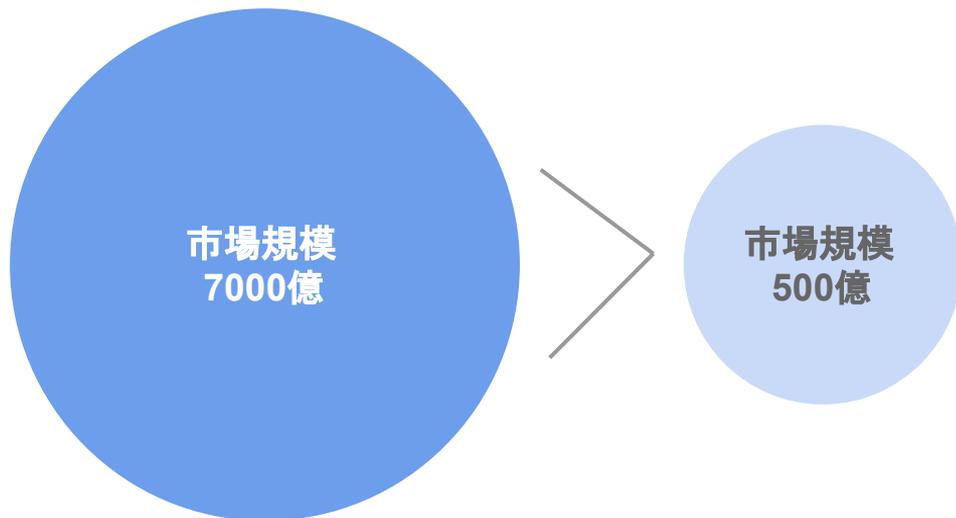
ビジネスモデル 構築

- ・プライシングの考え方がわからない
- ・営業戦略の考え方がわからない

解決策の具体例



大前提として、大きい市場(または今後大きくなる市場)でやることが重要です



なぜ大きい市場が重要なのか

- 大きい市場で勝負しない限りは、大きな事業に育つ可能性が限りなく低い (by Sequoia Capital Founder Don Valentine)
- また、同じ市場シェアを取るための労力は同じなのに、得られるリターンが少ない

解決策の具体例



市場規模の具体的な調査方法は以下となります

専門機関の公表数値

- 矢野経済研究所
- SPEEDA
- マクロミル など

フェルミ推定

- 利用者 × 単価
- 人件費 × 人数
- 産業規模 × EC化率 など

解決策の具体例



このとき、“精緻に計算して間違える”より、“ざっくりと正しい計算”をして、市場の大小を理解しておくことが重要です (by ケインズ)

専門機関の公表数値

- 矢野経済研究所
- SPEEDA
- マクロミル など

フェルミ推定

- 利用者 × 単価
- 人件費 × 人数
- 産業規模 × EC化率 など

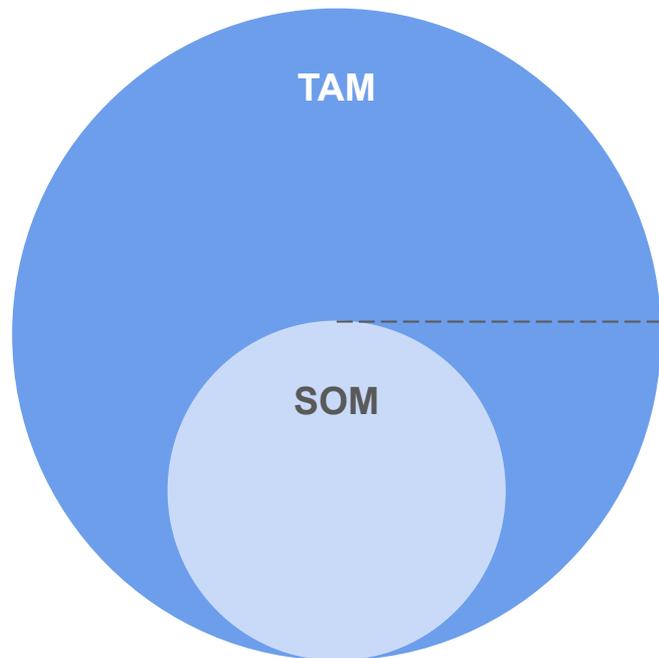


**突き詰めすぎても意味はない
参入するに足る市場規模があるかを理解することが重要**

解決策の具体例



また、TAM(産業規模)だけでなく、SOM(実際に獲得可能な市場規模)まで調べる事が重要です



TAM (Total Addressable Market)

- ・対象事業が**獲得できる可能性のある** 全体の市場規模
- ・専門機関の公表数値やフェルミ推定により算出
- ・最低でも**数千億円規模** はあるとよい

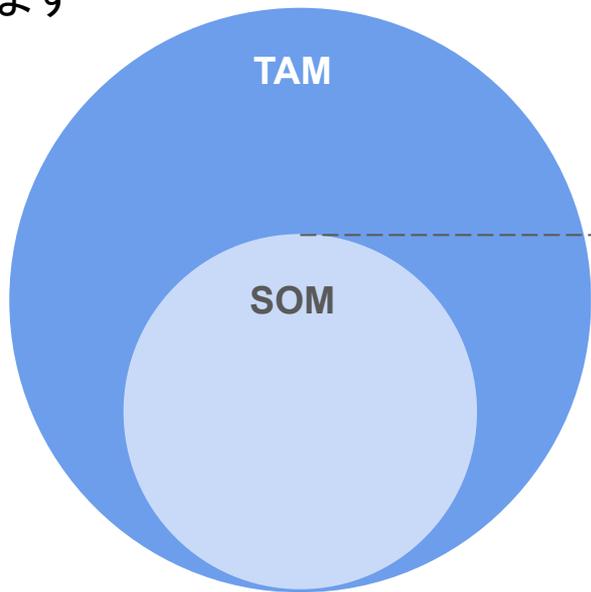
SOM (Serviceable Obtainable Market)

- ・対象事業が**実際にアプローチできる** 顧客の市場規模
- ・類似の競合企業の財務数値やフェルミ推定により算出
- ・最低でも**数百億円程度** はあるとよい

解決策の具体例 ～ユースケース～



例えば、現代アートのEC事業に参入しようと考えている場合は以下のようなイメージになります



TAM (Total Addressable Market)

- ・専門機関の公表数値
→アートに関する市場規模は全体で **3590億円**

SOM (Serviceable Obtainable Market)

- ・フェルミ推定
 - └ 現代アート売上の市場規模: 400億円
 - └ EC化率: 3~5%
 - 市場規模は **12~20億円**
- ・類似競合企業の売上(妥当性の検証): **2~3億円**

SOMまで算出すると、2~3億円の売上しか立たないことがわかる

解決策の具体例 ～参考～



また、本当に重要なのは、対象事業の市場規模や見込売上よりも”見込粗利”です



売上や市場規模だけを気にしすぎると、ミスリードが起きる

新規事業立ち上げのお悩みあるある



次に、サービスコンセプト策定における解決策についてご紹介いたします

市場選定

・どこの市場でビジネスを始めるのがいいかわからない

サービス
コンセプト策定

・どのようにしてサービスの方向性を絞ったらいいかわからない

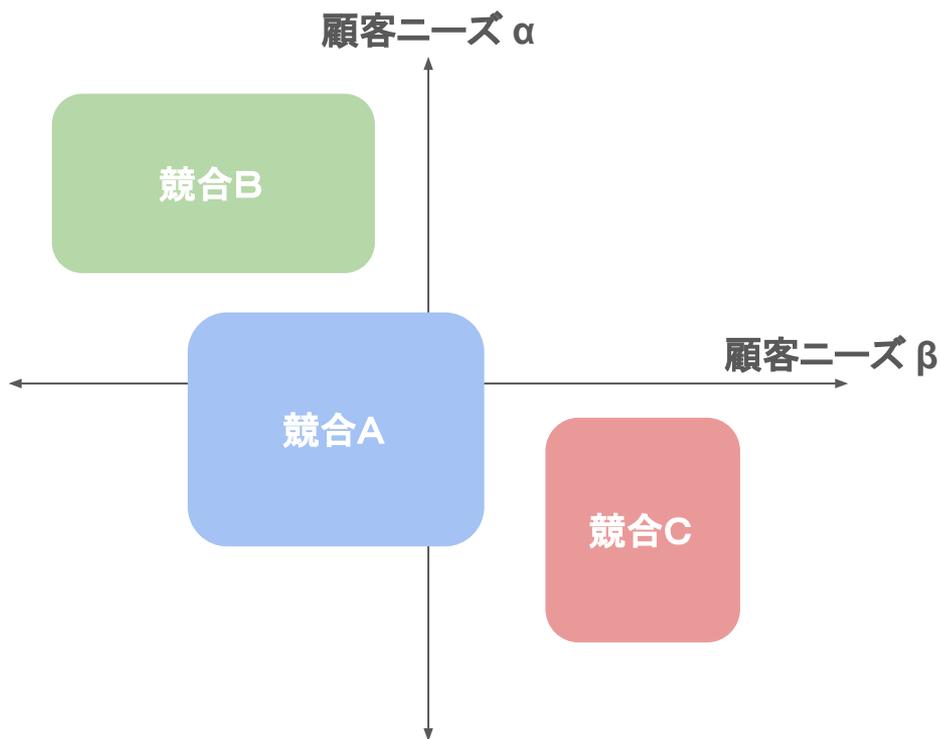
ビジネスモデル
構築

・プライシングの考え方がわからない
・営業戦略の考え方がわからない

解決策の具体例



まずは選定市場を、①顧客ニーズの分類、②競合サービスの立ち位置で整理します



選定市場の整理の仕方

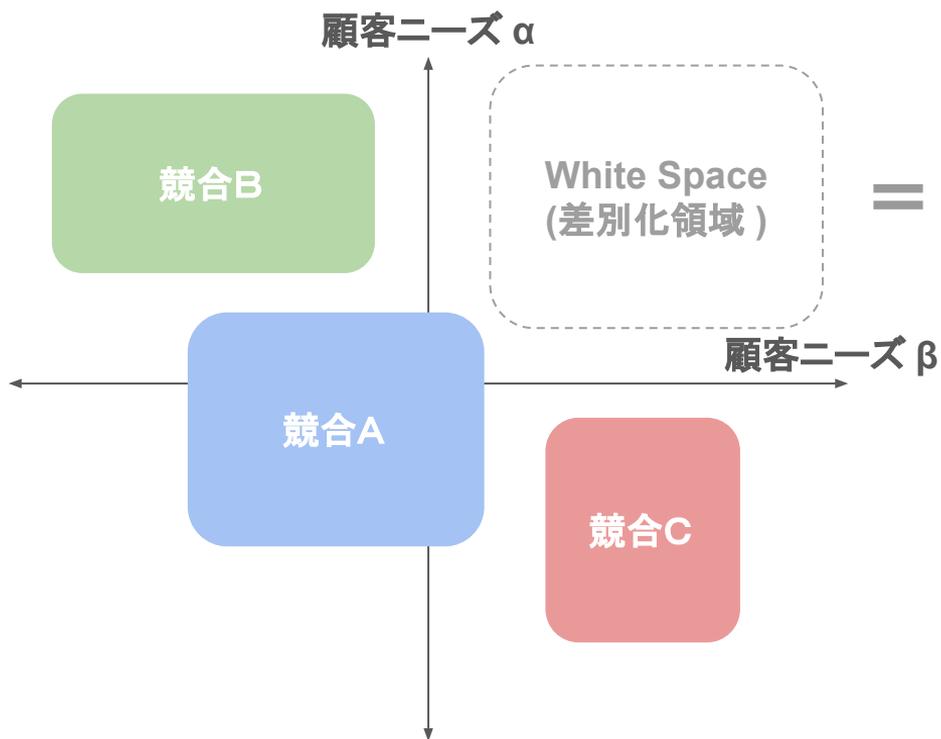
- ①まずは競合サービスの内容を調べる
- ②各サービスが満たす顧客ニーズを理解する
- ③顧客ニーズをベースに、競合企業を分類する

代表的な顧客ニーズには、Quality(品質)、Cost(安さ)、Delivery(早さ)、Service(サービス機能)などがある

解決策の具体例



次に、市場の中でホワイトスペース(競合との差別化ができる領域)を探し、また、その領域で自社のケイパビリティを活かすことができるかを検討します



White Space

自社や競合が展開していない事業領域 のこと。新しいビジネスモデルでなければ成功しえない事業領域であり、展開できれば **競合との差別化**ができる。

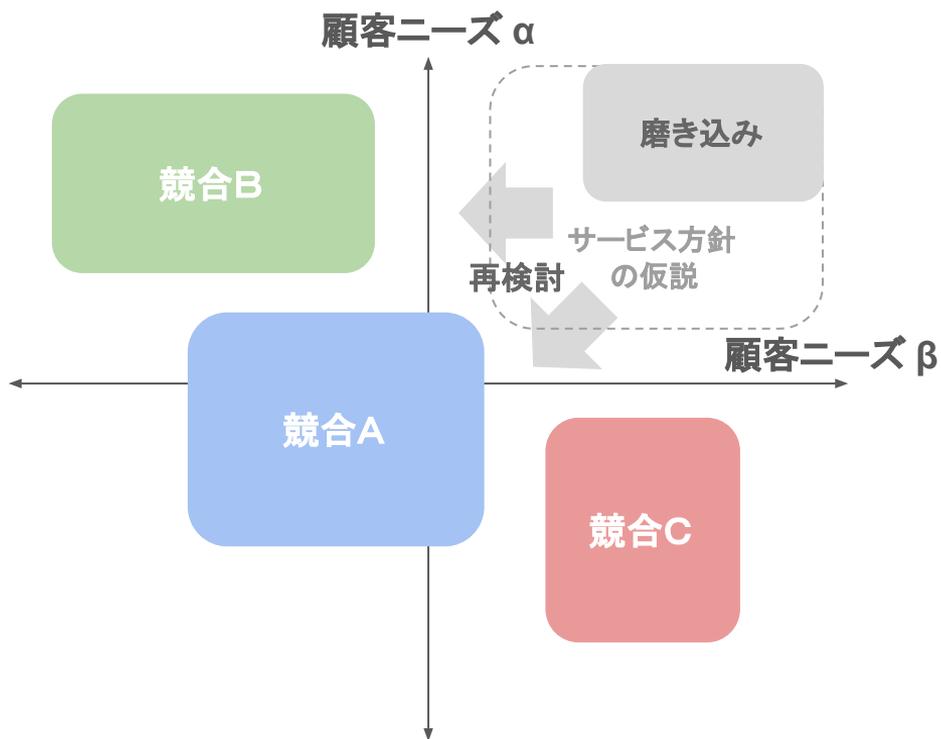
&

Capability

企業全体が持つ組織的な能力、また **企業が得意とする能力** のこと。例としては、スピード、効率性、高品質など。

解決策の具体例

サービス方針が見えたら、ヒアリングによる仮説検証を行い、その結果によって再検討または磨き込みをします



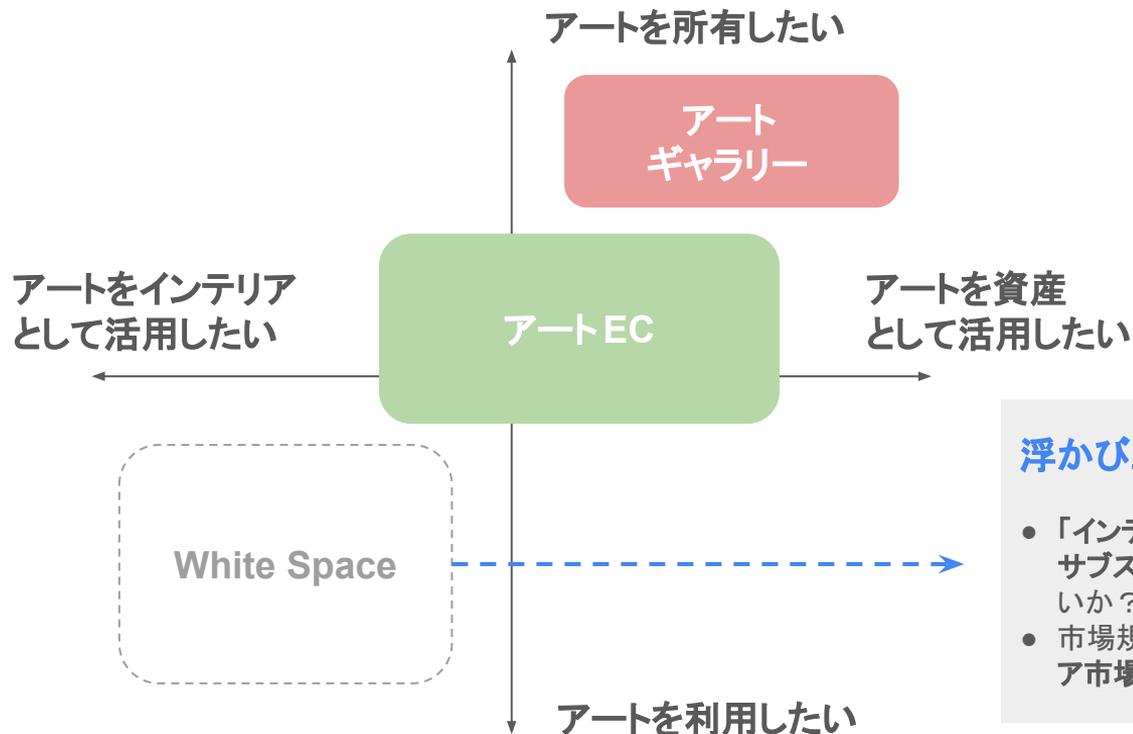
仮説検証の方法

- 仮説検証では「ニーズの深さ」と「対象顧客数」を確かめ、見込み売上/粗利を推測する
- 一定規模の売上/粗利を見込める場合は、ユーザーが購入意思決定をするレベルまで、サービス内容を磨き込む
- 一定規模の売上/粗利を見込めない場合は、差別化可能&自社の強みが生きるサービス方針を再検討する

解決策の具体例 ～ユースケース～



例えば、現代アート市場に参入しようとしている場合のイメージは以下となります



浮かび上がる仮説

- 「インテリア × 利用」の顧客層向けに、「アートのサブスク貸出サービス」のニーズがあるのではないか？
- 市場規模が小さいアート市場だけでなく、インテリア市場もリプレイスできるのではないか？

解決策の具体例 ～参考～



最近では、IT市場でホワイトスペースが残っていない事も多いため、サービス価値を明確化して、それを実現する機能を競合他社より磨き込む手法もあります

	サービス価値	基本機能	αの実現に関連する機能	βの実現に関連する機能	γの実現に関連する機能
自社	αを実現する	○	○	△	×
競合A	βを実現する	○	×	○	△
競合B	γを実現する	○	△	×	○

新規事業立ち上げのお悩みあるある



次に、ビジネスモデル構築におけるプライシングの解決策についてご紹介いたします

市場選定

・どこの市場でビジネスを始めるのがいいかわからない

サービス
コンセプト策定

・どのようにしてサービスの方向性を絞ったらいいかわからない

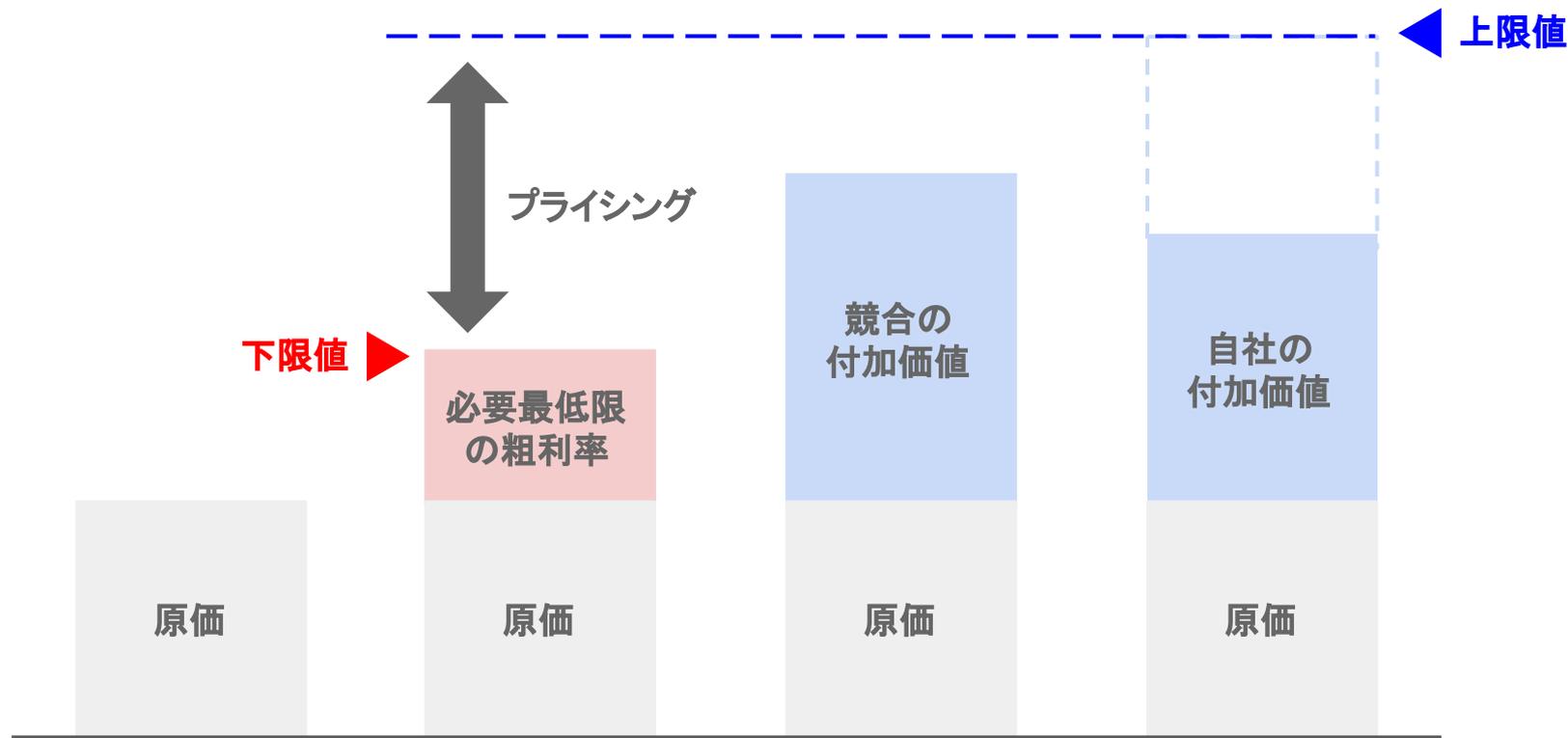
ビジネスモデル
構築

・プライシングの考え方がわからない
・営業戦略の考え方がわからない

解決策の具体例



プライシングをする際は、まずは、価格の上限値と下限値を決めます



解決策の具体例



価格の下限値は、原価に必要最低限の粗利率を載せて決めます



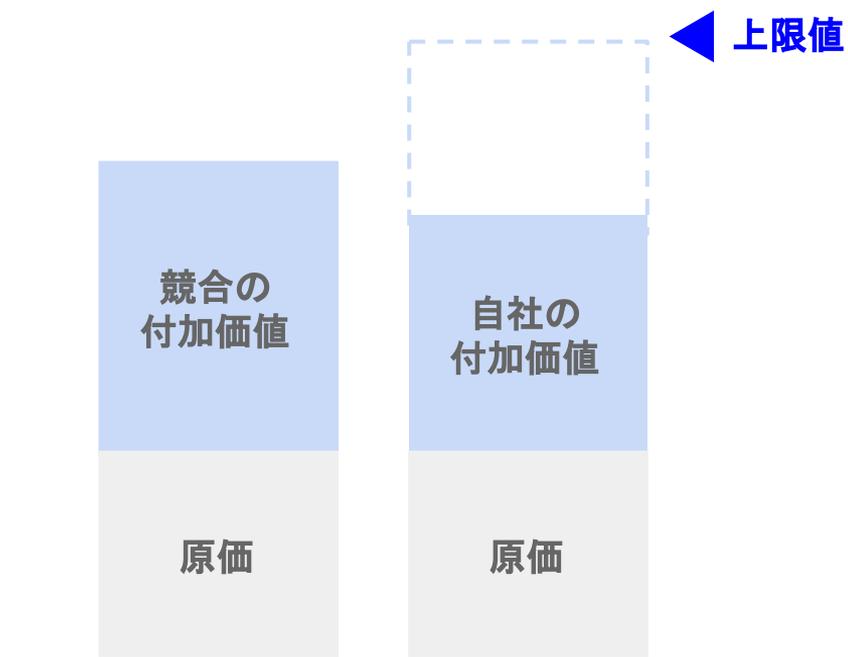
下限価格

- 原価に含まれない費用（販管費や人件費など）や獲得したい利益を踏まえて、最低限必要な粗利率を載せる
- 販管費や人件費が読めない場合は、一旦、競合企業や類似企業の粗利率を参考にするのもオススメ

解決策の具体例



価格の上限値は、相対的に見た自社サービスの付加価値分を載せます



上限価格

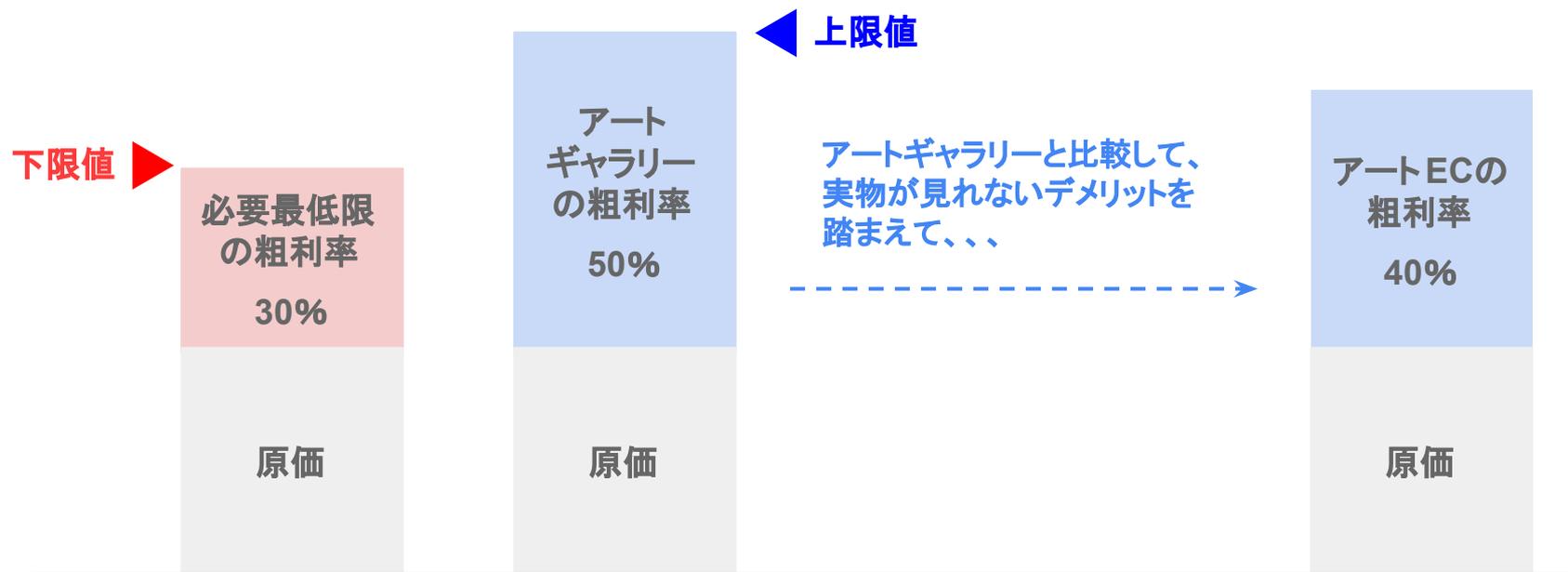
競合サービスと自社サービスの機能を比較して、付加価値がある分だけ利益を載せる

	機能α	機能β	機能γ	付加価値
自社	○		○	$\alpha + \gamma$
競合A	○	○		$\alpha + \beta$
競合B	○			α

解決策の具体例 ～ユースケース～



例えば、アートEC事業を展開しようとしている場合は以下のようなイメージになります



解決策の具体例 ～参考～



サービスの新規性が高く(生成AI領域など)、類似サービスが市場にない場合は、サービス導入によりユーザーが実現するコスト削減額より、少し低い販売価格に設定する方法もあります



新規事業立ち上げのお悩みあるある



最後に、ビジネスモデル構築における営業戦略の解決策についてご紹介いたします

市場選定

・どこの市場でビジネスを始めるのがいいかわからない

サービス
コンセプト策定

・どのようにしてサービスの方向性を絞ったらいいかわからない

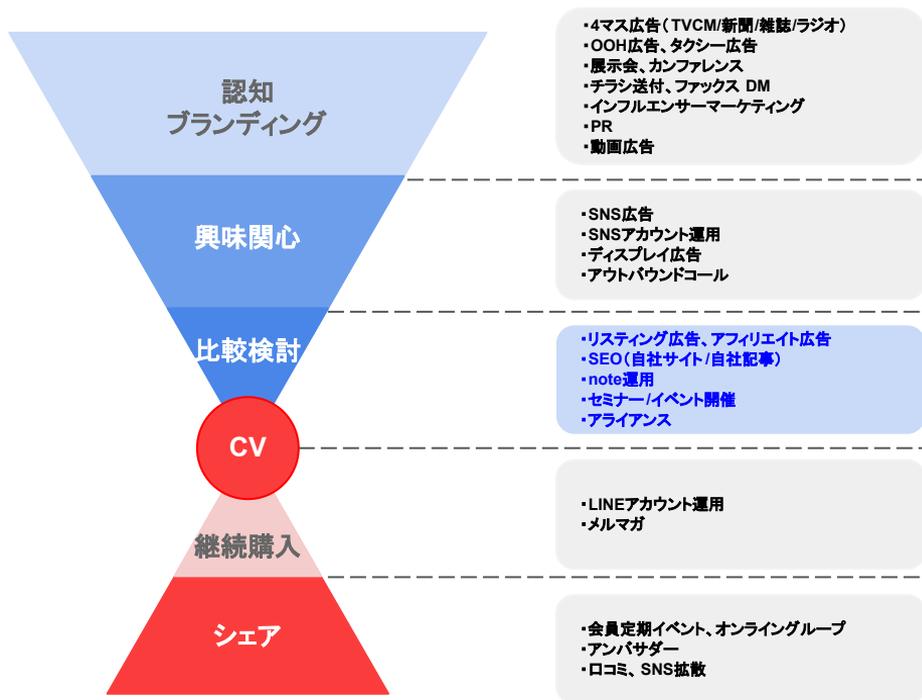
ビジネスモデル
構築

・プライシングの考え方がわからない
・営業戦略の考え方がわからない

解決策の具体例



初期のマーケティングチャネルは、CVに最も近い比較検討フェーズから当たります



チャネル選定

- マーケティングチャネルは顧客フェーズごとに存在する
- サービス初期は、CVに最も近い比較検討フェーズの顧客から当たる
- サービス拡大期においては、幅広く組み合わせることがおすすめ

解決策の具体例



比較検討フェーズのチャネルの中でも、自社サービスがどのように情報収集をされるかを踏まえて、チャネルを選定します

比較検討 Phase

よく使われるマーケチャネル

- ・リスティング広告
- ・アフィリエイト広告
- ・SEO(自社サイト/自社記事)
- ・note運用
- ・セミナー/イベント開催
- ・アライアンス

チャネル選定

- 対象顧客が、比較検討時にどのような動線を通るか仮説を立てて、チャネルを選定する
ex) 検索してすぐ購入、記事で情報収集して購入、人の話を聞いて購入など
- 分からない場合は、競合サービスが利用しているチャネルを参考にする のもオススメ

サービス紹介

お客様のよくある課題



プロダクト開発やシステム開発における、Quality(品質)・Cost(価格)・Delivery(納期)にお悩みはありませんか？

プロダクト開発における課題

1

プロダクト開発の最適な進め方やあるべき姿が分からない



2

プロダクト開発にかかるコストや納期が大きい



システム開発における課題

3

システム開発の最適な進め方やあるべき姿が分からない



4

システム開発にかかるコストや納期が大きい

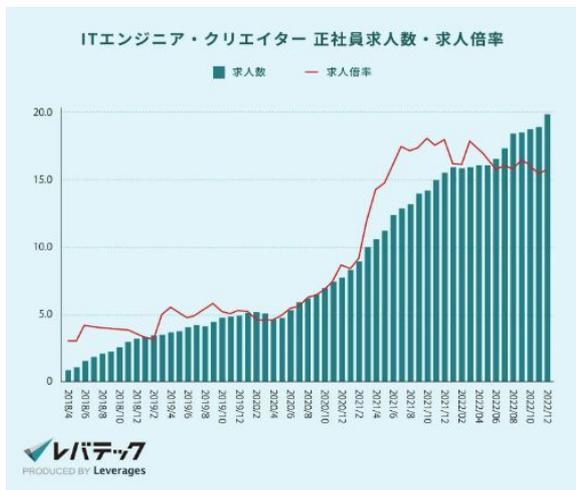


お客様のよくある課題



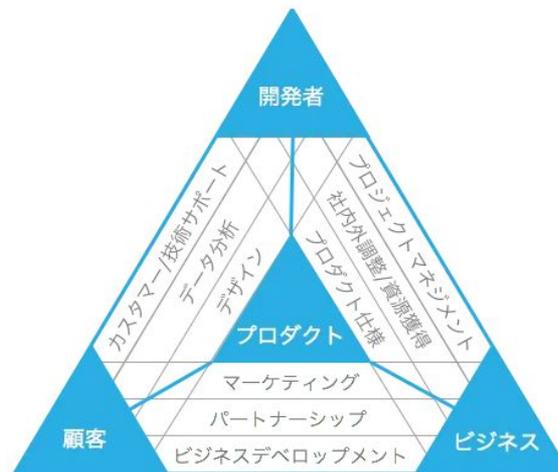
一方で、プロダクト開発やシステム開発のノウハウをもつ人材は採用が難しく、また、自己学習するには必要な知識が多く時間がかかります

開発人材の求人倍率 *1



* 1: ITエンジニア・クリエイターの求人倍率、15.8倍と高止まり続く | レバレッジ株式会社のプレスリリース
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000531.000010591.html>

開発に必要とされる知識 *2



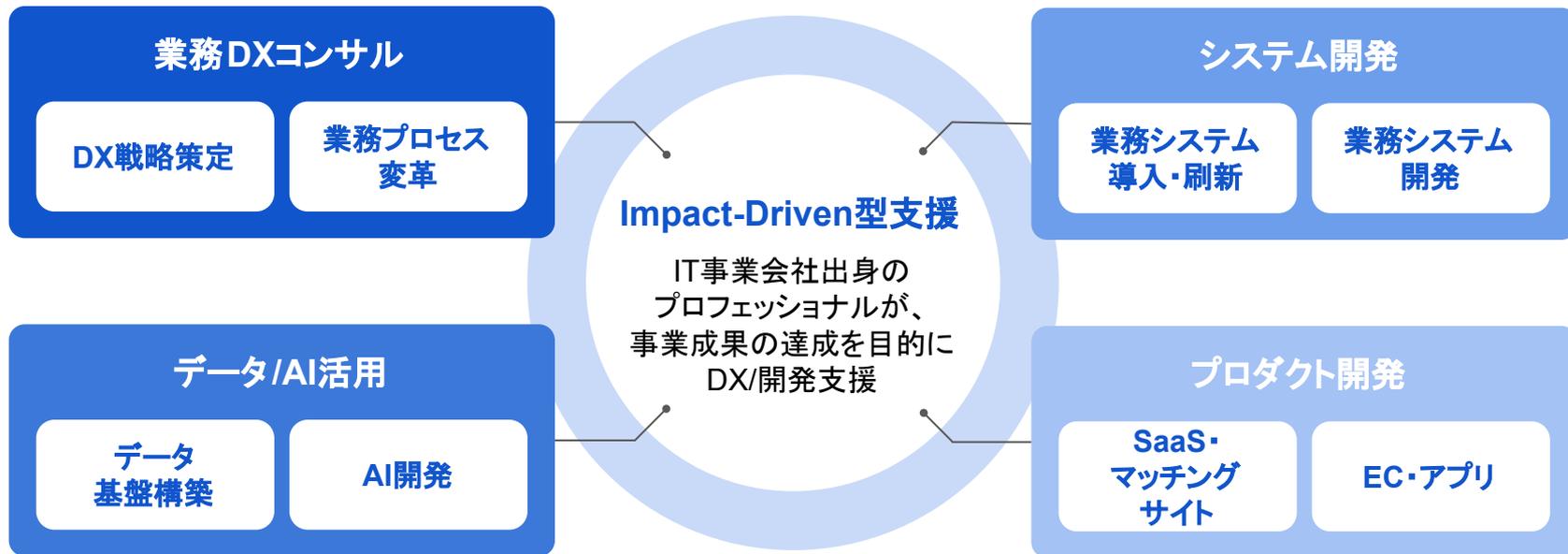
* 2: プロダクトマネジメントトライアングルと各社の PM の職責と JD | by Taka Umada | Medium
<https://tumada.medium.com/product-management-triangle-job-description-d18d1855ef65>

事業内容 ～Impact-Driven型支援～



IT事業会社出身のプロフェッショナルが、「Impact-Driven型支援」を通じて、お客様のDX/開発支援を成功へ導きます

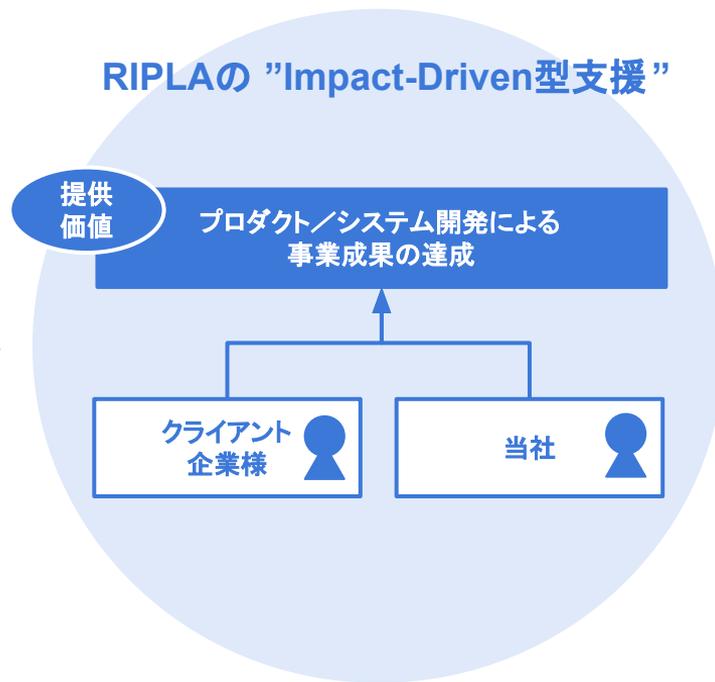
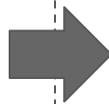
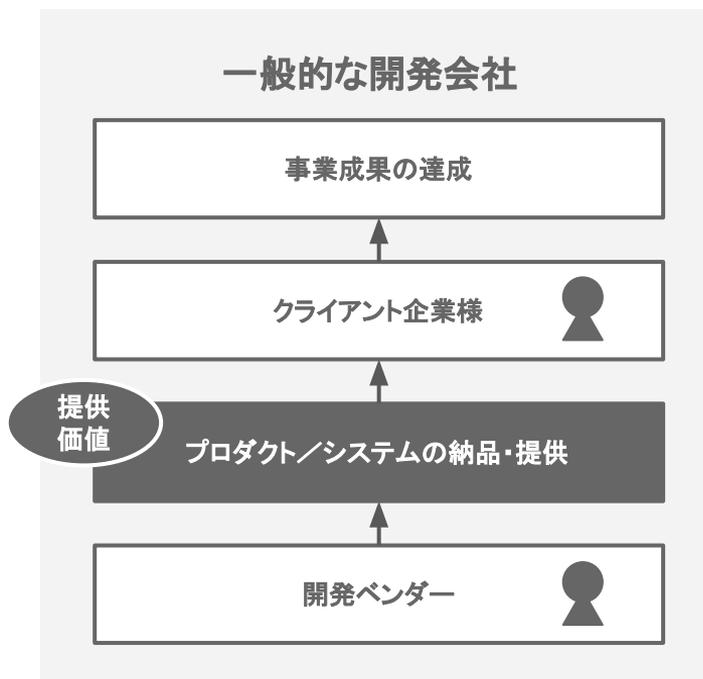
RIPLAが提供するサービス



事業内容 ～Impact-Driven型支援～



「Impact-Driven型支援」では、プロダクトやシステムの納品・提供をゴールとせず、クライアント企業様と同じ目線で、事業成果の達成を目的としたDX/開発支援をいたします



事業内容 ～Impact-Driven型支援～



具体的な支援手法として、ユーザー価値や組織浸透性を意識した要件定義、中長期の拡張性や内製化を見据えたシステム設計により、事業成果を最大化いたします

事業成果を意識した要件定義

- ✓ 事業成果やユーザー価値を意識した製品の機能企画や UI/UX設計
- ✓ 現場業務や組織浸透性を意識したシステムの要件定義

中長期目線で柔軟なシステム設計

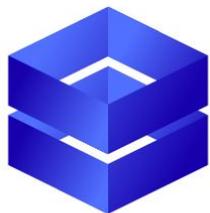
- ✓ 中長期の拡張性や運用を見据えたアーキテクチャ設計
- ✓ 将来的な内製化に向けた採用しやすい技術選定

“Impact-Driven型支援”により、事業成果を最大化

事業内容 ～Boxシリーズ～



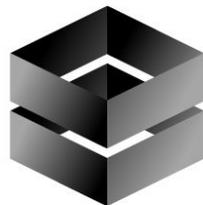
システムやプロダクトの開発に必要な標準機能がそろった自社開発テンプレート「Boxシリーズ」を活用したAI駆動開発をすることで、低コスト・短期間で開発を実現いたします



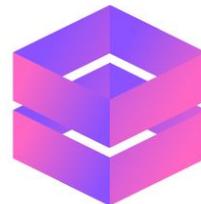
OMS Box



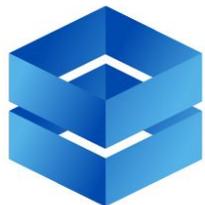
WMS Box



業務システム Box



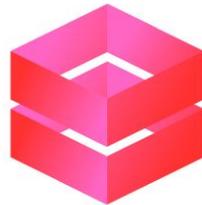
LLM Box



SaaS Box



マッチングサイト Box



アプリ Box

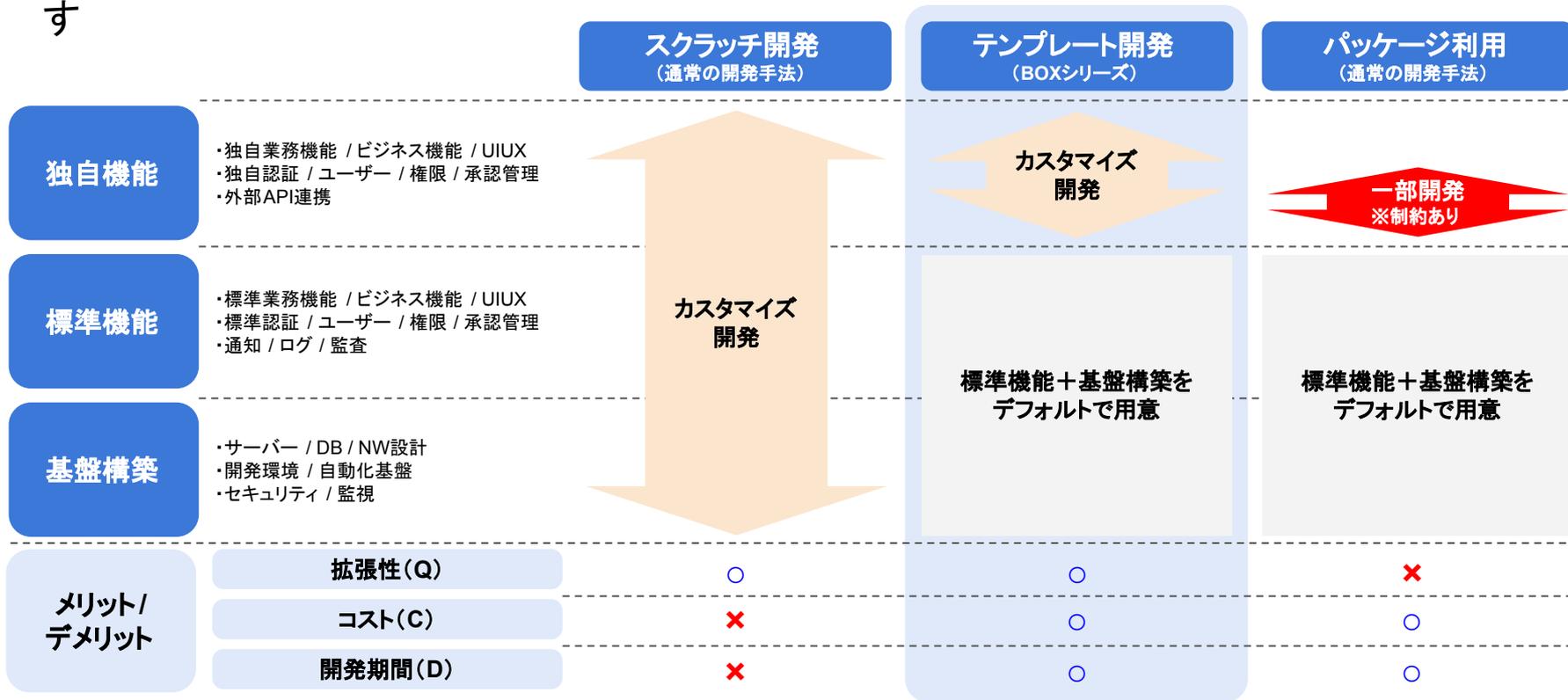


LINE Box

事業内容 ~Boxシリーズ~



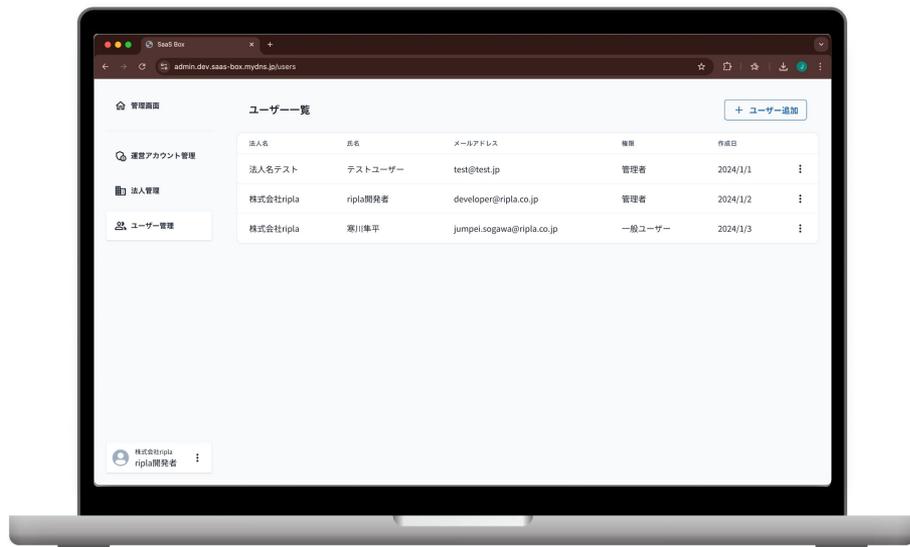
BOXシリーズなら、低コスト・短期間の開発を実現しながら、拡張性の高さも実現可能です



事業内容 ～Boxシリーズ～



モダンな技術とUI/UXで各画面の開発・実装をしているため、そのまま使用することが可能です



OMS Box



WMS Box



業務システム Box



LLM Box



SaaS Box



マッチングサイト Box



アプリ Box



LINE Box

モダンな技術とUI/UXで
標準機能を搭載

事業内容 ～Boxシリーズ～



Boxシリーズに搭載されている機能例は以下となります(以下一部)



OMS Box

ログイン機能
ユーザー管理/権限管理
商品管理
顧客管理
受発注管理
インフラ構築



WMS Box

ログイン機能
ユーザー管理/権限管理
受発注管理
入出荷管理
商品管理/在庫管理
インフラ構築



業務システム Box

ログイン機能
ユーザー管理
権限管理
ユーザー向け画面
管理画面
インフラ構築



LLM Box

LLM実装
RAG実装
ベクトルDB
検証用画面
バッチ処理
インフラ構築



SaaS Box

ログイン機能
ユーザー管理
法人管理
ユーザー向け画面
管理画面
インフラ構築



マッチングサイト Box

ログイン機能
ユーザー管理
マッチング機能
ユーザー向け画面
管理画面
インフラ構築



アプリ Box

プッシュ通知機能
ログイン機能
アプリUI(iOS/Android)
ストア申請支援
管理画面
インフラ構築



LINE Box

LINEログイン対応
LINE配信機能
リッチメニュー対応
ユーザー向け画面
管理画面
インフラ構築

AI・モダンな技術・クラウド型・APIなどの最新技術を活用することで、新規性のある取り組みや、拡張性や柔軟性の高い開発に対応可能です



AIを活用した業務効率化や 新たな価値創出

AI技術を活用することで、業務プロセスの自動化、レコメンド機能、自然言語処理、画像解析などが可能になります。



モダンな技術を活かした 高品質な開発

最新のモダン技術を活用することで、ユーザビリティの高いUI/UX設計、保守性の高いアーキテクチャを実現します。



クラウド型で拡張性のある システム構築

クラウドインフラを活用することで、柔軟かつ拡張性の高いシステムを構築し、初期投資を抑えることも可能です。



API連携による柔軟な 外部サービス連携

外部システムやSaaSとのスムーズな連携を前提としたAPI設計を行うことで、機能追加や業務連携が容易になります。

RIPLAの対応技術



また、お客様のニーズに応じて、幅広い技術を取り扱うことができます

フロントエンド



バックエンド



AI関連



アプリ



DB関連



クラウド技術・その他



これまで多数の業務DXコンサル、データ/AI活用、システム開発、プロダクト開発の支援実績がございます

業務DXコンサル

- ・販売 / 顧客管理システムの刷新
- ・従業員アセスメントツールの構想策定
- ・広告SaaSのマルチプロダクト構想策定
- ・ネットクリーニングの事業戦略策定
- ・印刷EC新規事業の構想策定支援など

データ/AI活用

- ・ホテル向けデータ基盤構築
- ・AI顔認証システム
- ・AI訪問看護FAQシステム
- ・AIチャットボット
- ・AIデータ分析SaaS など

システム開発

- ・物流系WMS / OMS
- ・営業ナレッジマネジメントシステム
- ・ドローン機器管理システム
- ・コンビニ在庫管理システム
- ・小中高生向けICT教育システムなど

SaaS

- ・研修管理SaaS
- ・設備点検SaaS
- ・採用管理SaaS
- ・営業効率化SaaS
- ・債権回収SaaS など

マッチングサイト・EC

- ・求人検索メディア
- ・インフルエンサーマッチングサービス
- ・ビジネスマッチングサービス
- ・オンラインチケット販売EC など

アプリ

- ・献立アプリ
- ・旅行ガイドブックアプリ
- ・医療用スマホアプリ
- ・スポーツゲームアプリなど



RIPLA