

昨年好評につき「男女共同参画事業セミナー」を
今年も開催します！
男性の参加も大歓迎！！

「デザイン思考」でたのしく ワークショップしませんか？

ダイバーシティ、多様なアイデアをもとにイノベーションをおこす手法として、近年、「デザイン思考」が注目されています。

海外の大学や機関でも使われている「デザイン思考」をワークショップで体験してみませんか？

「ビジネスモデルキャンバス（BMC）」というツール使って、研究・事業を新たな視点から一緒に考えてみましょう。

昨年参加の方も大歓迎、新たな気づきがあること間違いなし。多くの方のご参加をお待ちしております。

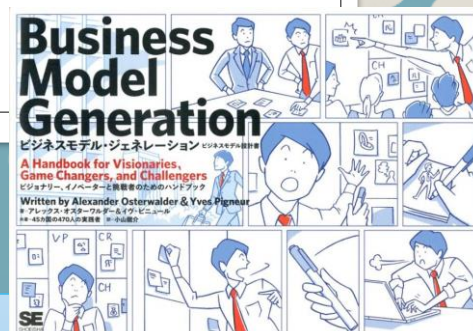
【日時】平成31年2月27日（水）14：00～16：30

【場所】医薬基盤研究所内（予定）

【講師】山本 伸 氏 ビジネスモデルイノベーション協会（BMIA）代表理事

【定員】20～30名程度

★事務職も申込可能です。



【申込方法】

2月21日（木）17時までに
男女協働推進センターまでご連絡ください。

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| <p>KP Key Partners パートナー</p> <p>誰が提供できない主要活動やリソースを提供してくれるパートナーを書き出します。</p> <p>例) 物流会社、販売代理店、農社、大学の研究室、コンテンツホルダー、グループ企業など。</p> | <p>KA Key Activities 主要活動</p> <p>価値提案を提供するためにやっている主要な活動を書き出します。</p> <p>例) 大量・低コスト生産、多品種少量生産、使い勝手向上に特化した製品開発、最新技術にフォーカスした技術開発、顧客の気づかない問題を導き出すコンサルティング営業、ブランド価値を維持するためのブランドマネジメント、顧客丁寧なアフターサービスなど。</p> | <p>VP Value Propositions 価値提案</p> <p>顧客が、なぜ競合他社の商品ではなく、その会社の商品を選ぶのかという理由となる価値を書きます。</p> <p>例) 品質が良い、手間がかからない、使いやすい、大量に安定供給してもらえる、馴染みやすい、ブランドがカッコいい、最新技術が使われている、サービスが落ちる、的確な提案してもらえる、など。</p> | <p>CR Customer Relationships 顧客との関係</p> <p>顧客との関係の深さ、長さを提供する営業が入ります。</p> <p>例) セルフサービス、カウンセリング、コンサルティング、共創関係、売り切り、長期関係、囲い込み、会員制など。</p> | <p>CS Customer Segments 顧客セグメント</p> <p>主要な顧客のセグメント(かたまり)を誰が営業が入ります、その人がどんなことを期待したり、悩んでいるかといったように書いておくより具体的になるべく、大きく、消費者(B2C)と法人(B2B)に大別されます。</p> <p>例) 顧客の負担を減らしたい主婦、もっとお金を働かせたい高齢者、人より少しだけでも高収入になりたい学生、少しでも幸福を上げたい社会人。</p> <p>コストダウンを図りたい中小企業、新規顧客を開拓したいサービス会社、品質の高い製品を安定供給したいメーカー、優秀な人材に応募してもらいたい人事御など。</p> |
| <p>CS Cost Structure コスト構造</p> <p>主要活動、リソースにかかる費用、パートナーへの支払いなどが入ります。コストは、販売量に応じて変化する変動費と、変化しない固定費とに区分されます。</p> <p>例) 人件費、地代家賃、製造原価、研究開発費、物流費、印税支払いなど。</p> | | <p>RS Revenue Streams 収益の流れ</p> <p>どのように、どのCSの売上があがるのかを書きます。一回きりなのか継続的なものなのかという観点、他社に比べて高いのか低いのかという相対的な価値も記載します。</p> <p>例) 定額販売、大量ロットによる低価格販売、コンテンツ使用料、ロイヤリティ料、毎月定額の月額料金、複数年契約、消耗品費、メンテナンス代金など。</p> | | |

