

外に目を向ける

10年後も成功していそうな
企業／ブランドを「分解」する

Step
1

「10年後も変わらず成功していそう」な企業／
ブランドを思い浮かべて、青いポストイット
25×75(mm)に記入してみましょう。



Step
2

その「成功要因」を考え、例のように2つの要素に
分解して黄色のポストイット38×50(mm)に記入
してみましょう。



Tips

- 「分解」の仕方はひとつではありません。
各企業／ブランドごとに、何パターンか異なる分解を書いてみましょう。
- 分解の仕方に迷ったら『「10年後も成功していそうなブランド/企業」の成功
要因18』を参考にしてみましょう。
- 思いつかなくなったら、別のお題を「分解」してみましょう。分解する企業／
ブランドは、あなたが好きな「人」「チーム」でもかまいません。

例：ECサイトA社

あらゆる買い物

×

オンラインで完結

「10年後も成功していそうなブランド／企業」 の成功要因18

これまでの業界慣習とは
違うビジネスモデルを
取り入れている

新たなテクノロジーを
上手に取り入れている

商品やお店のデザインが
洗練されている

失敗を恐れず、
失敗から学ぶ

ブレない芯がありつつ、
柔軟な姿勢

新たな業態への転換に
挑戦している

潤沢な顧客データ/
情報を持っている

いずれスタンダードに
なることを見越して
先行投資している

品質管理に優れている

明確なターゲットを
設定している

購買（前後）の体験が
ユニークである

新たな業態を積極的に
打ち出している

「仕組み化」できている

熱狂的な顧客に
支えられている

顧客が求めることを
真摯に研究している

どんなところにも
細やかな「気持ち」
を感じる

時代にあわせて
変わりつづける

接客姿勢がいつも
気持ちいい

外に目を向ける

あなたが「熱狂的に
好きなブランド」を考える

Step
1

あなたが「熱狂的に好きなブランド」をいくつか思い起こしてみて、青いポストイット
25×75(mm)に記入してみましょう。



Step
2

それぞれについて、あなたがそのブランドを好きな理由を、思いつく限り、黄色のポストイット
38×50(mm)に書き出してみましょう。



Tips

- 「ブランド」は、「人」でも「チーム」でも「店」でもかまいません。
- 「熱狂的に好き」と言えるほどではないけれど、「ついつい行ってしまう」「なんだかんだ買ってしまう」ブランドでもかまいません。
- 自分が好きなブランドが思いつかなければ、あなたの周りの人が支持するブランドを考えてみましょう。

例：衣料ブランド B社

安いものから、
デザイナーとのコラボまで、
その時々で欲しいものがある

キャッチーな
商品名に引き寄せられる

店舗のデザインが素敵で、
テンションが上がる

家族全員の買い物が
一箇所で
できてしまうので便利

外に目を向ける

10年後はどの業界でも 「〇〇」が当たり前

Step
1

10年後の世界や日常生活を考えてみてください。
10年後どこを見渡しても「新たな当たり前」
になっているものを想像して、青いポストイット
25×75(mm)に書いてみましょう。



Step
2

それぞれの青いポストイットに対して「それが当
たり前になることがどんな変化を意味するか」
を考え、黄色のポストイット38×50(mm)に記
入してみましょう。



Tips

- 未来のことに正解はありません。想像力を膨らませて、自由に発想してみま
しょう。
- いまの自分の生活におけるあらゆるシーンがどう変わっていくか、身近な
ところから考えてみましょう。朝の過ごし方は？ 週末は？ あなたの仕事や
余暇時間はどう変わる？
- 次に社会がどう変わるか、考えてみましょう。
人々が会社に通わなくなったら？ 人々がスマホを使わなくなったら？ など

あらゆる場面での AI(人工知能)活用

最適なものが
提案されるので、
「選択」の手間がはぶける

有人でのサービスが
「高級で特別なもの」になる

雑務や事務処理に
かかる時間が
大幅に短縮される