

内に目を向ける

10年後も続く、自社の強みを
「かけ算」であらわす

Step
1

「10年後も続くであろう、自社の強み」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

それらの強みを、2つ以上の要素からなる「かけ算」として表現して、分解した要素を黄色のポストイット38×50(mm)に書き込んでみましょう。



Tips

- このエクササイズに「正解」はありません。頭に浮かんだことをそのまま書いてみましょう。
- 「かけ算」のパターンはひとつではありません。視点を変えて、異なるかけ算を書いてみましょう。
- ライバルの同業者に聞いたら、どのように答えるでしょうか？ 全く異なる業界の人が貴社を見たら何が強みだと思うでしょうか？ など、主語を変えて考えてみましょう。

例：某プロスポーツチームの場合

地元民からの人気

地元愛を実感できる
機会である

アクセスの良い
スタジアムがある

地域共通の話題に
常になっている

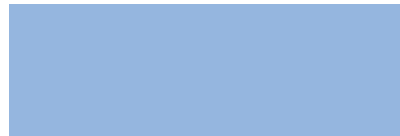
年間数十試合の潤沢な
「興行数」がある

内に目を向ける

こんな人に見つかりたい
「妄想」ワーク

Step
1

自社の提供する商品やサービスについて「どのような人に支持される&使われると事業が拡大するか」を考えて、青いポストイット25×75(mm)に記入してみましょう。



Step
2

「その人たちには、どのような点が喜んでもらえそうか」「その人たちにどのように使って／クチコミして欲しいか」といった点を、黄色のポストイット38×50(mm)に書いてみましょう。



Tips

- あえて「今はまだ接点を持てていない人」について考えることで、普段とは違う発想をしてみましょう。
- その人たちの日常生活を想像しながら「どんな悩みを解決すればいいか」「どんな気持ちにに応じてあげればよいか」を考えてみましょう。
- とにかく数を書き出して考えることで、柔らかく発想することが重要です。「激狭な（ニッチな）ニーズ」や「現段階で実現性が全く見えない、妄想のようなニーズ」もOKです。

例：某フリマアプリサービスの場合

子育てママ

子ども服を
「捨てなくて済む場所」
として知られる

「いつでも開催
されているフリマ」
になる

合間にできる
「小商い」の場になる