

# 新たなビジネスモデルの構築に向けた TRIZ思考や手法の適用

ビジネス・経営TRIZ研究分科会  
(NPO法人 日本TRIZ協会)

---

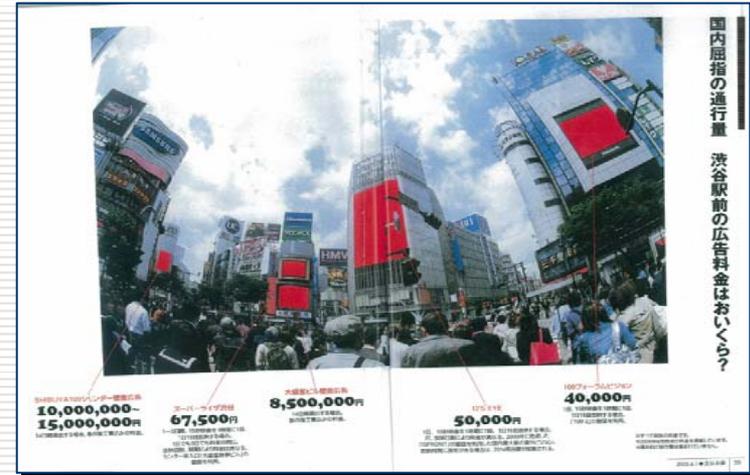
吉澤郁雄((学)産業能率大学)  
長谷川公彦(アイディエーション・ジャパン(株))  
佐藤 聡(慶應義塾大学大学院)  
久野 茂(NKNコンサルティング(株))  
森谷康雄(富士通アドバンステクノロジー(株))  
前田卓雄(匠システムアーキテクト(株))  
上村輝之(ウイルフォート国際特許事務所)  
菊池史子(パイオニア(株))  
池田 理((株)ニコン)  
伊沢久隆(ソニー(株))

# 大型ビジョンとは

❧ 大規模なターミナル駅周辺において、不特定多数の視聴者を対象として、多くの情報を提供している。

❧ 大型ビジョンの機能(現行)

- ❧ 地域のランドマーク機能
- ❧ 公共情報の発信機能
- ❧ 地域情報の発信機能
- ❧ 行政情報の発信機能
- ❧ エンタテインメント情報の発信機能



引用: 宣伝会議 (2005.6.1p28)

## ❧ 発表内容

TRIZ適用領域のうち、「新たなビジネスモデルの構築」にTRIZ思考や手法を適用することを検討対象として設定した。「大型ビジョン事業」を対象として、以下のフェーズによる検討結果を発表する。

1. 対象事業の設定
2. 事業の現状把握(事業者へのヒアリングと資料調査)
3. 新たなビジネスモデルを構築するためのスキームの構築
4. スキームに基づくビジネスモデルの構築
5. 新たなビジネスモデルの提示と評価(事業者へのヒアリング)

# 新たなビジネスモデル構築・実践の基本プロセス

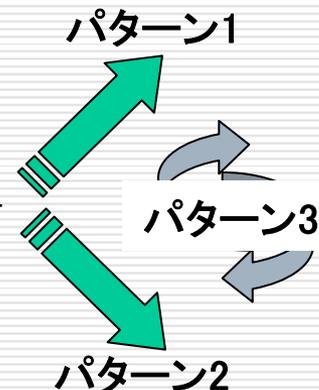
## 機能重視型の問題解決アプローチ

⌘ 対象となるシステムの既存有益機能を前提とした理想性の向上



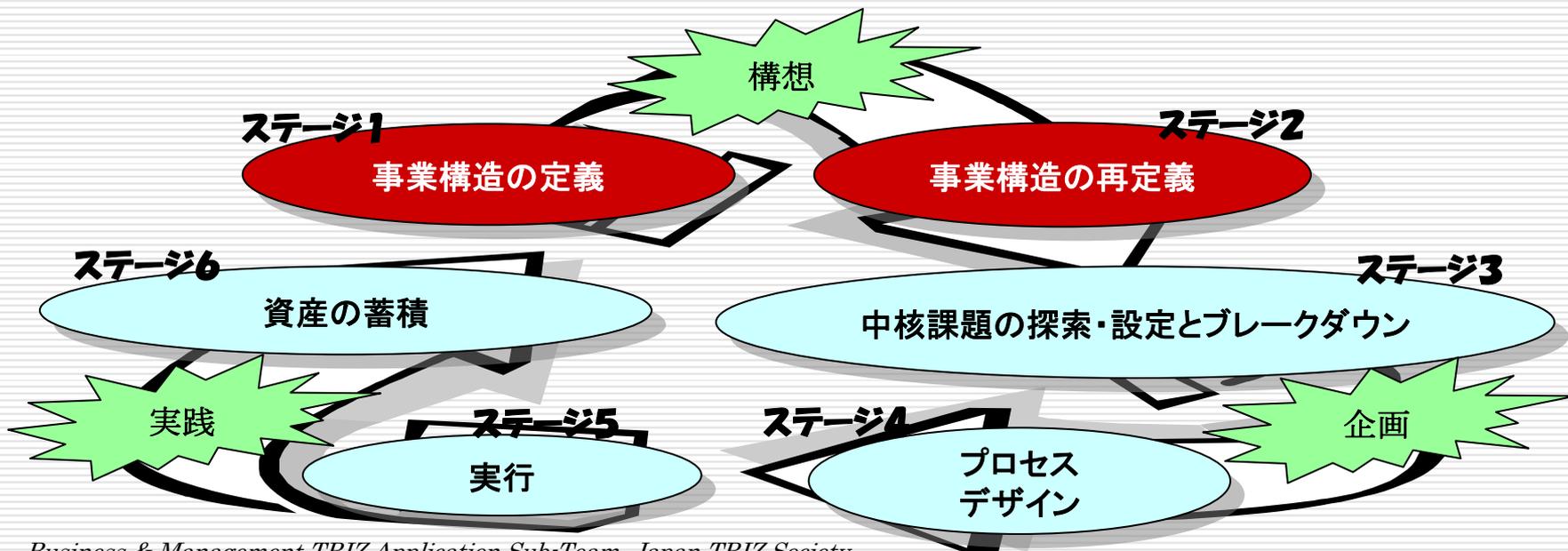
有益の総和

有害の総和



## 意味変革型の問題解決アプローチ

⌘ 基本有益機能の再定義による代替システムへの移行 パターン4



# 新たなビジネスの定義

## 価値の2軸でポジショニング

【実体験】  
バーチャルなシステムで  
特定状況を体験する  
【リアルタイム性】  
環境との即時対応

