事業創出の“センスと経験”を、自社の標準装備に

自社発、内製で生み出す新規事業推進支援サービス

INNOGUIDE
ご案内資料

MRI 三菱総合研究所

人材・キャリア事業本部

01

サービス概要

Our Product

事業創出の“センスと経験”を、自社の標準装備に

自社発、内製で生み出す新規事業推進支援サービス

Value

下記の両方を当社研究に基づく**再現性ある手法**で目指す

成果志向 「売れる事業」を最短距離で形にする

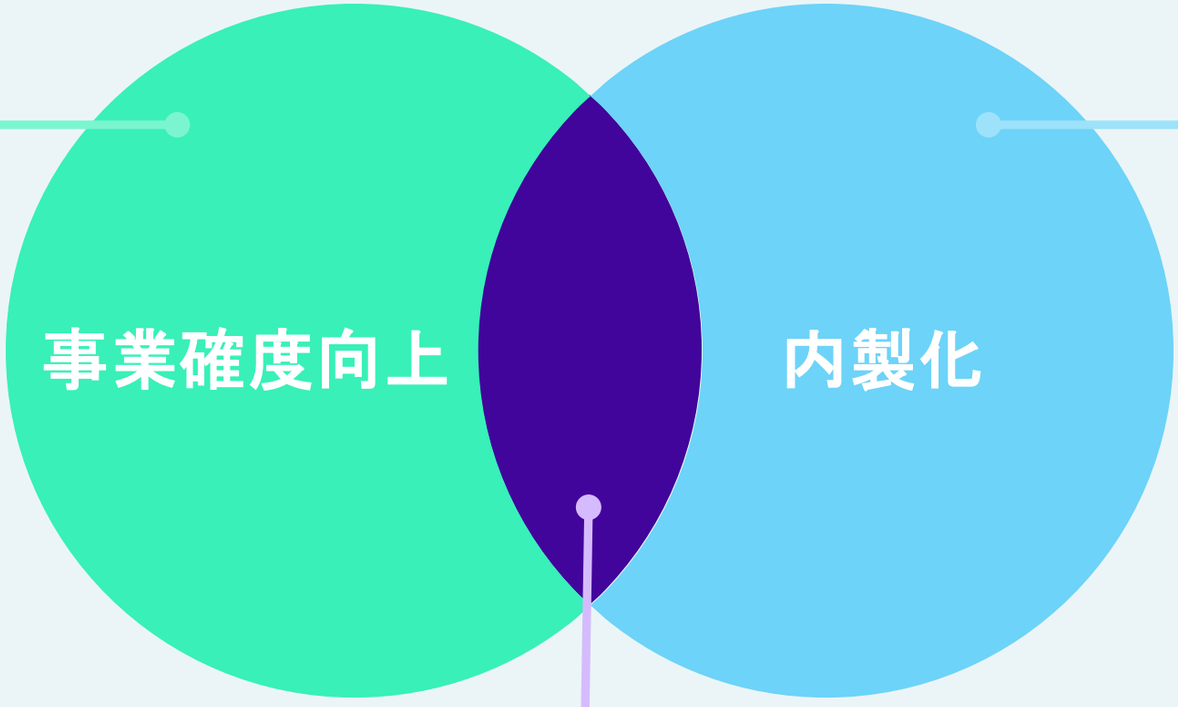
DNA移転 新規事業を生む力を、社内のDNAに

Copyright © Mitsubishi Research Institute

INNOGUIDEの提供価値

主にコンサル
が提供する領域※

※確度向上可否は、コンサルティング会社、コンサルタントにより
大きなばらつきあり（後述）



主に研修事業者
が提供する領域

INNOGUIDE

スピーディーで確度の高い事業創出と
自社での事業創出を従来よりも安価に両立！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

新規事業を行ううえで、こんな悩みはありませんか？

	アイディエーションフェーズ	ビジネスモデル構築フェーズ	実証フェーズ	事業推進フェーズ
推進上の課題	• 良いアイデアが生まれない • 生まれたアイデアの質が低い • 推進するアイデアを絞れない	• この事業・サービスを市場が求めているか分からない • 経営層と合意できる事業計画ができない	• 実証協力者（社）が見つからない • 実証結果が予想とは違ったがピボット方法が分からない • 結果ありきの実証をしてしまう	• LTV＞CACを実現できない • 自社が望む十分な収益・利益を実現できていない • 競争優位性を確立できていない

Copyright © Mitsubishi Research Institute

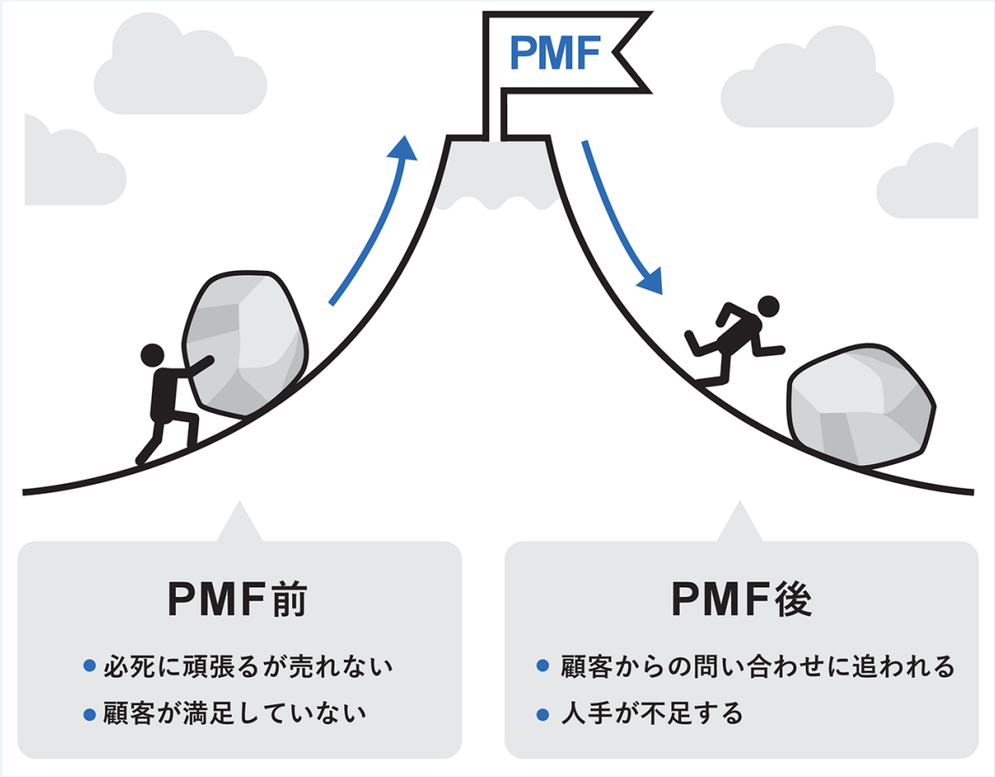
INNOGUIDEで目指せる「新規事業の成果」とは

新規事業を自社の力でPMF（Product-Market-Fit）している状態を目指せる

INNOGUIDEが目指す「PMF」とは

製品が強い市場ニーズにマッチし、顧客獲得と維持に顕著な成果が現れている段階

（出所）Huang, K. G., & Knight, A. (2017).



（出所）SE Book「PMF（プロダクトマーケットフィット）とは何か？　PMFのシグナルとそうでないシグナルを見極める」（https://www.shoeisha.co.jp/book/article/detail/362）（2025年5月8日閲覧）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

INNOGUIDEの利用イメージ（概要）

PMF経験者による実践的なご支援

当社ネットワークから選定！
成功経験と当社メソッドに
基づいた助言をご提供！

メンタリングセッション

1週間に1周し
事業とチームを
強化

貴社検討・作業

MRIの「PMFメソッド」

当社が保有する事例やツール等
を用いた「失敗を回避する」
支援をご提供！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

INNOGUIDE：6つの機能でPMF達成とDNA獲得を本気で目指す

PMF 確度向上	戦略・アクション提示	当社メソッドに沿ったPMF経験者による水先案内
	無制限チャット質問	日々変わる新規事業の状況にも柔軟に対応
	PMFライブラリ活用	MRIが保有するPMFに役立つツールを活用可能
DNA 移転	メソッド習得講座	PMF達成に必要不可欠な事業開発メソッドをインストール
	思考・行動フィードバック	PMF経験者の思考・行動様式に近づくフィードバックと記録蓄積
	インタビュー・商談同行	本音を引き出すインタビュー、最初の1円を売る商談をする力を習得

※「戦略・アクション提示」と「思考・行動フィードバック」は週1回（変更可能）のメンタリングセッションで実施

Copyright © Mitsubishi Research Institute

利用イメージ

メンタリングセッション

1週間に1周し
事業とチームを
強化

貴社検討・作業

戦略・アクション提示

- メンタリングは「PMFパートナー」が実施
- 現状のプロダクトに関する助言はもちろん、この1週間で行うアクションや、その際のポイントも丁寧に提示

思考・行動フィードバック

- メンタリング終了後は、①PMF上の課題と②チームの成長課題の双方を言語化して蓄積！

無制限チャット質問

PMFライブラリ活用

メソッド習得講座

MRIの「PMFメソッド」の型を学んで、失敗を回避できる事業開発プロセスを実践できるようになる！

インタビュー・商談同行

新規事業で最も重要なインタビュー・商談に同行。
事業開発上課題がある点をフィードバックし「熟練ノウハウ」を
さらに強化！
もちろん次回インタビューに活かし、PMFに向けた推進も加速！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

コンサルに依頼してもPMFしない企業が多いのはなぜか？

抑えておくべき前提

- ✓ 新規事業開発は、その不確実性からどんなコンサルもPMFを確約することは難しい
- ✓ だからこそ、PMFまでの期間を確約することはもっと難しい

支援企業選定軸のあるべき姿

① PMFの達成を確度高く目指せる支援企業か

② PMF未達でピボットを余儀なくされた場合、自社に何が残るか（社内に説明がつく対応をとれるか）

	コンサル	自社での実施
PMF達成の確度	**ばらつきあり** PMF経験のあるコンサルが担当につくか等により確度は大きく変動	**低** PMF経験がない場合は、PMF達成までのムダが非常に多くなる
よくあるケース	**PMF未達での契約終了** 検証を繰り返し行っている最中での契約期間満了	**PMF未達のまま多くの工数を投入** 経験がないため、PMFに向けた最短距離を進めず工数増大
結果的に生じるコスト	**高** コンサル費用が高額。ピボットする場合はそれ以上の費用を要する。	**高** 外注コストはかからないものの、PMF達成までに多くの工数が必要になる
PMF未達の場合の対応	**特になし（コンサル依存）** • ピボット前の事業の形ではなくなるので、ここまでのコンサル費用は無駄になってしまう。 • 経費的余裕があれば、再度コンサルに依頼（＝コンサル依存）。 • 余裕がなければ、経験が少ない状態でも自社で内製する必要がある。	**失敗蓄積によりノウハウ化可能** • 失敗を蓄積すれば、ノウハウとして次回活用可能。 • 期間や人件費が許せば、再度チャレンジ可能。 • 経費的余裕があれば、コンサルに依頼することも可能。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

なぜINNOGUIDEならPMF確度を大幅向上できるのか

	コンサル	自社での実施	INNOGUIDE
PMF達成の確度	**ばらつきあり** PMF経験のあるコンサルが担当につくか等により確度は大きく変動	**低** PMF経験がない場合は、PMF達成までのムダが非常に多くなる	**中～高** MRIの「PMFメソッド」に沿ったPMF経験者により、適切なタイミングで適切な方法で事業開発が可能。最短距離でPMF達成までガイド。
伴走等の担当者（一般的傾向）	**新規事業開発/PMF未経験者** 成功経験のないコンサルが支援するケースも散見	**新規事業開発/PMF未経験者** 社内の支援者にも事業開発経験がない場合が多い	**PMF経験者** 成功も失敗も経験しており、自身の成功体験に囚われない助言が可能
結果的に生じるコスト	**高** 高額なコンサル費用が必要。 ピボットする場合はそれ以上の費用を要する。	**高** 外注コストはかからないものの、PMF達成までに多くの工数が必要になる	**中** 65万円/月～の低コスト。最短距離でのPMF達成を企図するため、人件費も最小化。
PMF未達の場合の対応	**特になし（コンサル依存）**	**失敗蓄積によりノウハウ化可能**	**“熟練の技”をノウハウ化可能** PMF経験者の思考・行動様式を、科学的手法で貴社に移転。
おすすめの企業	**当初の契約期間を延長した発注が可能な企業** 長期※1に渡り発注が可能な場合は、PMF達成まで支援してもらうのが理想的。	**自社に「PMF経験者」が在籍し助言を受けられる企業** PCF※2達成の観点を考慮すると、ベンチャー企業でのPMF経験者よりも、同規模の企業でのPMF経験者から助言を受けるのが望ましい。	**自社に「PMF経験者」がおらず、コンサルへの長期発注が困難な企業** チームにPMF経験者の思考・行動様式を移転するため、効率的な事業開発が可能となる。
おすすめしない企業	**長期にわたる大きな投資が困難な企業** 契約期間を超過しても予算が確保できる企業でなければ、契約期間終了後に頓挫する可能性が高いため、おすすめしない。	**「PMF経験者」がチームに属していない企業** 我流で実施している多くの企業は、よくある失敗パターンを踏んで失敗している。	**自社での工数確保が困難な企業** PMF達成できるチームづくりには、自ら思考・行動することが大前提。フェーズにもよるが、0.2人月程度を割けない場合はおすすめしない。

※1　新規事業開発の不確実性を考慮すると、契約期間までにPMF達成できないこと（契約期間を延長しないとPMFを達成できないこと）を前提に考えたほうがよい。
※2　Product-Company-Fitの略（当社造語）。新規事業開発の失敗の多くは、PMF未達のほか、PCF未達（社内を説得しきる材料の準備不足）によるものも非常に多い。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

PMFの確度向上と熟練ノウハウ移転に自信がある3つの理由

三菱総研独自の「PMFメソッド」

- 当社の自主研究や先行研究等により、多くの企業は共通の「負けパターン」を踏んでいることが見えてきている
- さらに、多くの企業は説得力を持って自社の承認者に説明できていない（PCF※1の未達成）点も共通点として見えてきている
- この「負けパターン」を踏まない手法により、失敗確率の大幅低減、すなわち成功確度の向上を目指すことが可能

PMF経験者に絞ったパートナー陣

- 昨今、新規事業開発コンサルタントや、社内インキュベーション機能が増えてきている。もちろん本機能は重要だが、解像度の高いPMFの達成手法の伝達は、当然ながらPMF経験者※2にしかできない。（新規事業の手法を“知っている人”はたくさんいるが、“できる人”はごく少数）
- INNOGUIDEでは、PMF経験者が持つ熟練ノウハウにより貴社事業のPMFを目指すと同時に、貴社社員にもこの熟練ノウハウを移転する。

科学的手法による「DNAの移転」

- 熟練ノウハウを持つ「PMF経験者」の助言により、PMFには大きく近づくことはできるが、それだけではノウハウ移転はできない。
- INNOGUIDEでは、貴社社員が熟練ノウハウを持つことができるためのメソッドも、科学的手法で確立。
- 支援終了後に、コンサル等に頼らない自立的な推進ができるようになっている状態を目指す。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

02

PMF確度向上の処方箋

INNOGUIDE：6つの機能でPMF達成とDNA獲得を本気で目指す

PMF 確度向上	戦略・アクション提示	当社メソッドに沿ったPMF経験者による水先案内
	無制限チャット質問	日々変わる新規事業の状況にも柔軟に対応
	PMFライブラリ活用	MRIが保有するPMFに役立つツールを活用可能
DNA 移転	メソッド習得講座	PMF達成に必要不可欠な事業開発メソッドをインストール
	思考・行動フィードバック	PMF経験者の思考・行動様式に近づくフィードバックと記録蓄積
	インタビュー・商談同行	本音を引き出すインタビュー、最初の1円を売る商談をする力を習得

Copyright © Mitsubishi Research Institute

「PMFパートナー」による伴走支援

戦略・アクション提示

貴社課題にあわせて、PMFを経験した人材をデータベースから選定

三菱総研独自の
審査基準を満たした

PMF経験者プロ集団

- 企業内での事業開発経験者
- 企業に勤務した経験のある起業家

幅広い課題解決に向けた具体的行動・方法を助言

- 顧客課題仮説（CPF）の立案方法課題を適切に見つけるインタビュー方法　など
- モックアップの作成方法インタビューをソリューションに反映する（PSF）方法　など
- MVPに実装する機能の絞り込み方顧客が真に必要としている機能の抽出方法　など
- 社内上申の通し方収支計画の見直し方法　など

当社コンサルタント

- 貴社の課題を把握し、パートナーを選定
- ニーズに沿った支援をしているかを随時確認

- アイデア創出
- 顧客課題検証（CPF）
- ソリューション検証（PSF）
- 市場フィット検証（PMF）
- 事業開始
- 事業拡大

Copyright © Mitsubishi Research Institute

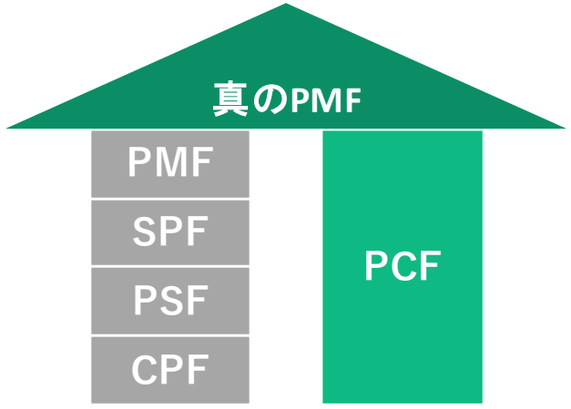
MRIの数ある事例研究から、PMFの確度向上手法を確立

失敗パターンを回避し PMF確度を上げる事業開発

- 事業開発は「成功パターン」の特定は外部要因が大きく困難だが、「失敗パターン」は既に明らかになってきている。
- 実務上は、この「失敗パターン」を踏まないようにすることが重要だが、ほとんどの企業が同じような失敗パターンに陥っている
- 三菱総研では、数ある事例研究から「失敗パターン」を分析済。これら全ての失敗パターンを回避して、成功確度を上げる

独自の指標「PCF」の重視

- 現在確立されている事業開発手法は、起業研究に基づいている。
- 一方、起業にはない事業開発特有の課題として、経営層の要請・戦略にプロダクトが答えられていないことによる失敗が、非常に多くみられることが分かった
- これを当社では、「PCF（Product-Company-Fit）の未達」と名付け、未達時の解像度向上と対応方法を整理している



必要なスキルの整理・移転

- 従来から言われている「PMF」と、当社独自の指標「PCF」をどちらも達成するためのスキルを、当社では8つに整理
- INNOGUIDEでは、これらのスキルすべてをチームに移転するため、全スキルを有するパートナーのみを「PMFパートナー」として認定している。

	主な確認事項	キーワード例
Biz	儲かるか	ビジネスモデル
Design	欲してもらえるか	ユーザー理解
Tech	実現できるか	自社技術、必要な技術
Domain	攻められるか	業界慣習理解
Politics	投資してもらえるか	戦略理解、利害関係調整
Practice	攻め方を知っているか	類似PMF事例
Team	スキルセットは十分か	人材ポートフォリオ
Will	不条理に耐えられるか	個人の取り組む理由

Copyright © Mitsubishi Research Institute

回数無制限のチャット質問回答

無制限チャット質問

メンタリングセッション外でもPMFパートナーに質問可能！

- 日々生じる課題や疑問をリアルタイムに質問可能。メンタリングセッション間もスピーディーに事業を推進できる！
- 回数は無制限なので、困ったときに次のセッションを待たなくてもOK！

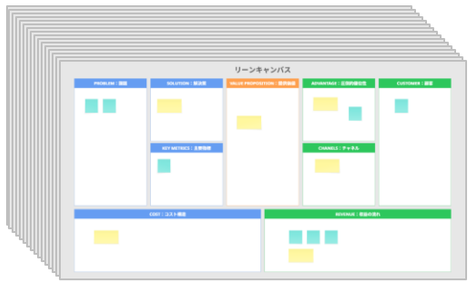
Copyright © Mitsubishi Research Institute

PMFライブラリ：いつでも活用可能な“ツールボックス”の提供

PMFライブラリ活用

ツール1 フレームワークデータベース

- 新規事業に必要なフレームワークがすぐに活用可能
- “埋める”だけでなく“運用”に最適な形でご提供



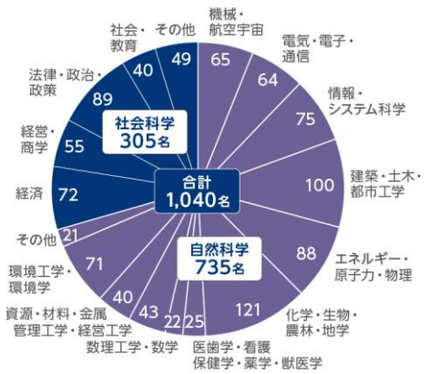
ツール2 MRIコンサルタントへの相談

- 新規事業開発の多くの事例を有する当社のコンサルタントを専属で配置
- 他社での事例や、類似事例等の情報提供が可能

ツール3 インタビューネットワーク

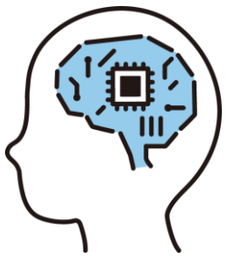
- 当社では幅広い分野の研究員を擁しており（右図）、各領域の専門知見もご提供可能
- 各領域のインタビュー先もご紹介可能

※場合に応じてオプション費用が発生



ツール4 アイデア生成支援AI（実証中）

- 市場ニーズや自社の強みを踏まえて、多くのアイデアを創出することが可能
- 事業初期だけでなく、ピボットのタイミングでも有効



Copyright © Mitsubishi Research Institute

03

DNA移転の処方箋

INNOGUIDE：6つの機能でPMF達成とDNA獲得を本気で目指す

PMF 確度向上	戦略・アクション提示	当社メソッドに沿ったPMF経験者による水先案内
	無制限チャット質問	日々変わる新規事業の状況にも柔軟に対応
	PMFライブラリ活用	MRIが保有するPMFに役立つツールを活用可能
DNA 移転	メソッド習得講座	PMF達成に必要不可欠な事業開発メソッドをインストール
	思考・行動フィードバック	PMF経験者の思考・行動様式に近づくフィードバックと記録蓄積
	インタビュー・商談同行	本音を引き出すインタビュー、最初の1円を売る商談をする力を習得

Copyright © Mitsubishi Research Institute

PMFメソッド習得講座

事業企画・開発の進め方を体系的に学べる

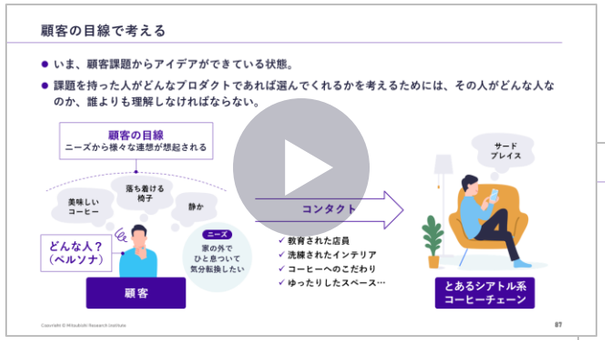
すぐに実践につながる 2つのオンデマンド講座

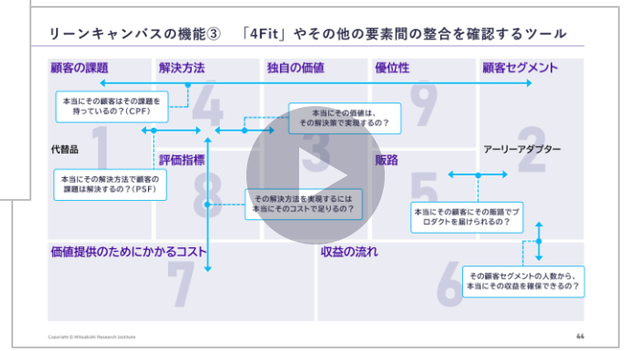
壁 アイデアを思いついても、具体化しない、事業計画・企画書に落とし込めない

「①アイデア整理・検証編」
「②アイデア言語化編」で
頭の中にあるアイデアを具体化！
事業計画書を作成できる！

壁 ビジネスの実現蓋然性を高めるために何を、どのように検証すればよいか

「③アイデアブラッシュアップ編」
で事業企画・計画の蓋然性を向上！
事業・施策スタートに向けた実践論を提供！





5つの特長

- **三菱総研のコンサルタント向け研修**のエッセンスを凝縮
- 手法を学ぶだけでなく、それに沿って**すぐに実践に移すことが可能**
- 検討メンバーで企画・開発手法やマインドセットの**目線合わせが可能**
  （検討の前提が合っていないと効果的な議論ができない…。）
- OJTと効果的に組み合わせ、実践力強化、マインドセット醸成
  （**ダブルループ学習理論**※を採用）
- 「教科書的内容」をOff-JTでインプットすることにより、OJTを必要
  最小限にとどめ**費用を低減**

※従来の価値観・考え方・方法論に基づいてPDCAを回しても解決できない課題に遭遇した際、新しい価値観・考え方・方法論を学び（Off-JT）、それを実践する（OJT）ことにより、個人や組織の中になかった価値観・学び方・方法論を内面化できるという組織学習の理論。「Argyris & Schön, 1978」により提唱。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

インタビュー・商談同行

事業開発の肝となる顧客接点での振る舞いをフィードバック。
確度高くPMFにアプローチするとともに、行動様式も貴社にインストール

インタビュー・商談

- 顧客の本音を引き出せているか
- 何をどのように聞けばよいか
- 必要な事項を網羅的に聞き出せているか

主な
フィードバック
内容

貴社内での検討

- どの顧客の声を反映すればよいか
- 顧客の本音をどうプロダクトに反映するか
- 顧客の声をエビデンスとしてどう管理するか

Copyright © Mitsubishi Research Institute

思考・行動のフィードバック/蓄積

思考・行動フィードバック

PMF経験のある伴走パートナーが、貴社に求められる思考・行動様式を多面的視点でフィードバック。言語化したうえで貴社に蓄積可能

フィードバック事例

Biz	・現在の事業計画は、承認者の目線では投資判断できない。対策としては… ・小粒な事業になる可能性があるが、…の視点を入れるとスケールしやすくなる
Design	・先ほどのインタビューだと仮説に誘導されている印象があった。もっと本音を引き出すには… ・UXは確かに改善してきているが、UXにも種類がある。現在「エピソード的UX」はまだ再考に余地があり…
Tech	・ユーザーにとっての必要機能をもっと絞り込むと、投資額も少なくなる。具体的な絞り込みの視点は… ・この部分に生成AIを噛ませると高機能化が図れる。具体的な方法としては…
Domain	・顧客属性の業界構造上、BtoBtoCのビジネスを行うのであれば、間に入る「B」はまず…を攻める必要がある。 ・顧客属性の業界慣行上、現在の攻め方だと門前払いを食らう可能性が高い。なぜなら…。対策としては…
Politics	・承認者からリスク低減を図るよう要請があるが、…といった変更をすれば比較的簡単に要請に応えられる ・このピボットをすると経営層が求める売上規模に届かない可能性がある。対策としては…
Practice	・このビジネスモデルは…のアナロジーで考えることができるため… ・以前、類似の事業で失敗した事例を知っている。その原因は…だったため…といった対策を講じるとよい
Team	・このチームは…の観点で目線がそろっていない可能性が高い。対策としては… ・チーム内で…の認識があっていないので、…といったフレームワークを使ってそろえてみましょう
Will	・商材がないと顧客のところに行くのは抵抗があるかもしれないが、…といった理由付けでインタビューは可能！ ・会議室だけで議論するのは…といった理由で失敗確率が高まるので、外に出てインタビューしてみましょう！

フィードバックした内容は貴社に蓄積！

※上記の8観点は、当社の「PMFメソッド」に基づいた新規事業開発に必要なスキルの一覧。フィードバックはこのような多面的視点に基づいて意識的に行われる。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

04

導入実績

実績のご紹介 岩手銀行様

岩手銀行

企業概要

業種	金融業	従業員数	1,366人	その他	地域商社業務設立等の新事業開発リリース実績もあり。 ※2023年12月時点
本社所在地	岩手県盛岡市	主力事業	銀行業、リース業、クレジットカード業、信用保証業　等		

背景・課題

- 中期経営計画で定めた「新たな事業領域への挑戦」に向けた取組の一環として「いわぎんインキュベーションプログラム」を立上。
- 行員有志が新事業創出にチャレンジする取組だが、**既存事業におけるスキルセット・マインドセットからの転換が必須**。

支援

- 行内で行われる審査会までの期間を、①アイディア創出、②ビジネスモデル構築に分け、当社は②をご支援。
- Off-JTコンテンツで基礎的なスキル・マインドを習得・醸成したうえで、OJTで具体のビジネスモデルを実際に検討。

効果

- 初期は顧客不在での検討が続いたが、徐々に**行員のマインドに変化が見られ、顧客起点で発想されたビジネスモデルに変化**。
- はじめは“埋めるだけ”だったリーンキャンバス等のフレームワークを、論理的整合性の見直しや、顧客の声の反映を経て、**活きた検討ツールとして活用**することができた。

日本経済新聞

朝刊・夕刊　LIVE　Myニュース　日経会社情報　人事ウオッチ

トップ　速報　オピニオン　経済　政治　ビジネス　金融　マーケット　マネーのまなび　テック　国際　スポーツ　社会・調査　地域　文化

岩手銀行、行員が新事業創出を検討

岩手　＋フォローする

2023年12月5日 18:17 [会員限定記事]

保存

岩手銀行は行員が新事業を創出するインキュベーションプログラムを始めた。2024年2月に行内で発表と審査を経た上で同年4月から新規事業の実証開始を目指す。同行は23年4月に策定した中期経営計画で、金融の枠を超えた新事業領域への挑戦をうたっている。

本取組は日本経済新聞（12/5）でもピックアップされた。

出所）日本経済新聞電子版
「岩手銀行、行員が新事業創出を検討」
2023年12月5日付
＜掲載許諾有＞

アイディア創出フェーズでの事業検討の様子。リアルで行われたこのグループワークを経てできたアイディアを基に、本サービスでビジネスモデルの深化を実施。

出所）岩手銀行様よりご提供

Copyright © Mitsubishi Research Institute

実績のご紹介 シンクレイヤ様

SYNCLAYER
MAKING POTENTIAL A REALITY

企業概要

業種	情報通信業	従業員数	170人
本社所在地	愛知県名古屋市	主力事業	ケーブルテレビシステム及び情報通信システム関連の設計、施工、保守及びコンサルタント　等

背景・課題

- 主力事業の中長期的なマクロトレンドや、更なる企業成長を狙い、新事業開発を進めようとしている。
- 一方、これまで新事業開発等の事業を行った経験が多くなく、**ノウハウの蓄積や、これまでの技術起点での発想からの転換**が求められていた。

支援

- 技術職、営業職等を中心としたメンバーで組成されたチームに対し、複数の事業アイディアの評価～選定した事業アイディアの深化に関する支援を実施。
- Off-JTコンテンツで基礎的なスキル・マインドを習得・醸成したうえで、OJTで上記検討を具体的に実施。

効果

- **技術職のマインドセットに大きな変化**が見られた。「まずは作ってみる」という発想でなく、「まずは顧客の声を聴いてみる」という発想に転換した。
  （社内のチーム外の方からの情報提供）
- **検証までに必要な事項の検討を終え**、次フェーズであるインタビューの準備を整えることができた。

導入後インタビュー公開中！
→詳細はこちら

出所）三菱総合研究所
「シンクレイヤ　技術力を起点とした新事業への挑戦」（2024年5月9日閲覧）
（https://www.mri.co.jp/service/jdvs5f00000043t0-att/practical-trainer-platform_002.pdf）

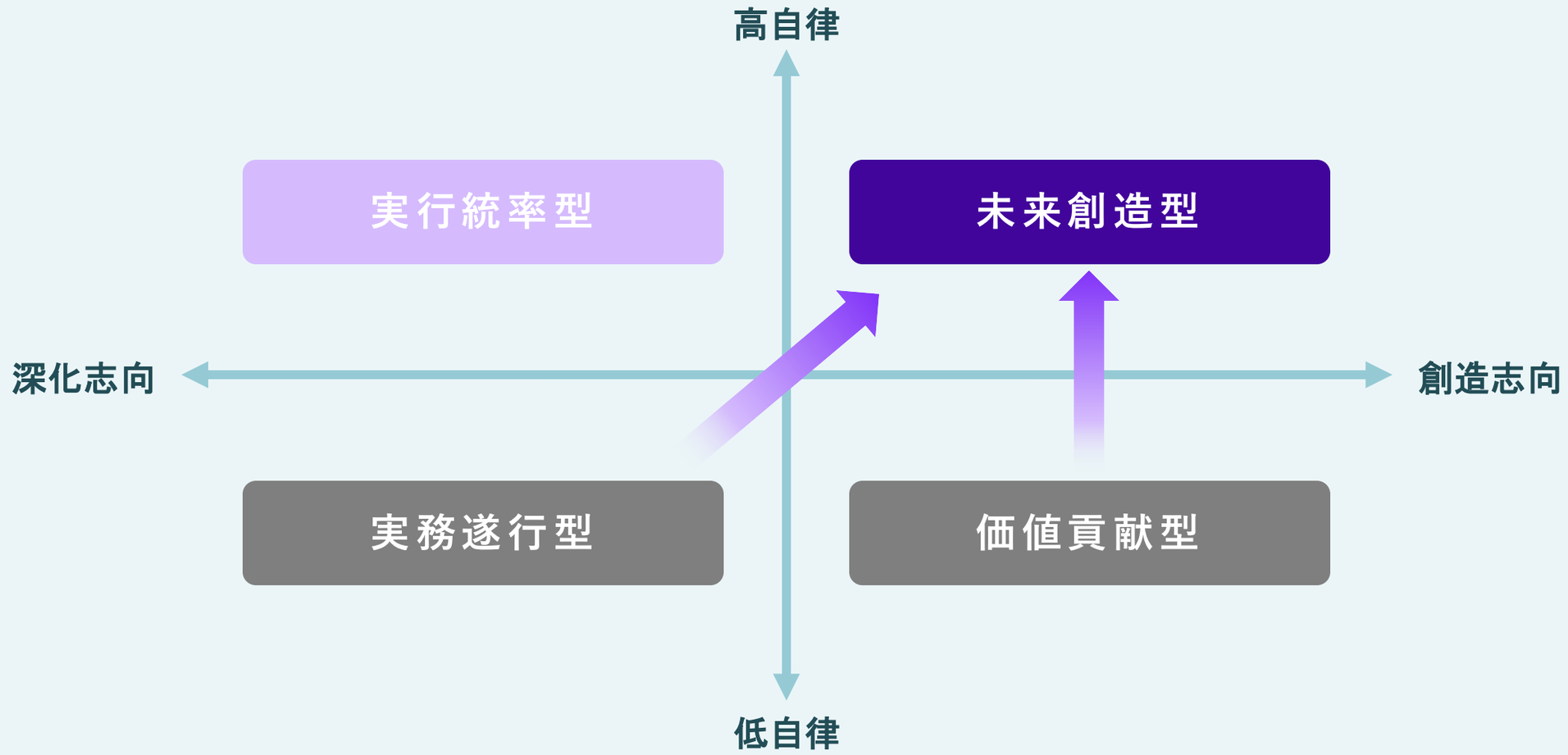
Copyright © Mitsubishi Research Institute

05

ご参考資料

INNOGUIDEのミッション

INNOGUIDEは、企業の次世代リーダーとなる「未来創造型」の人材を本気で創出し、
その人物が近い未来に本当に企業を変革するような事業を起こすことを目指す



Copyright © Mitsubishi Research Institute

本サービスで想定している「新規事業開発」とは

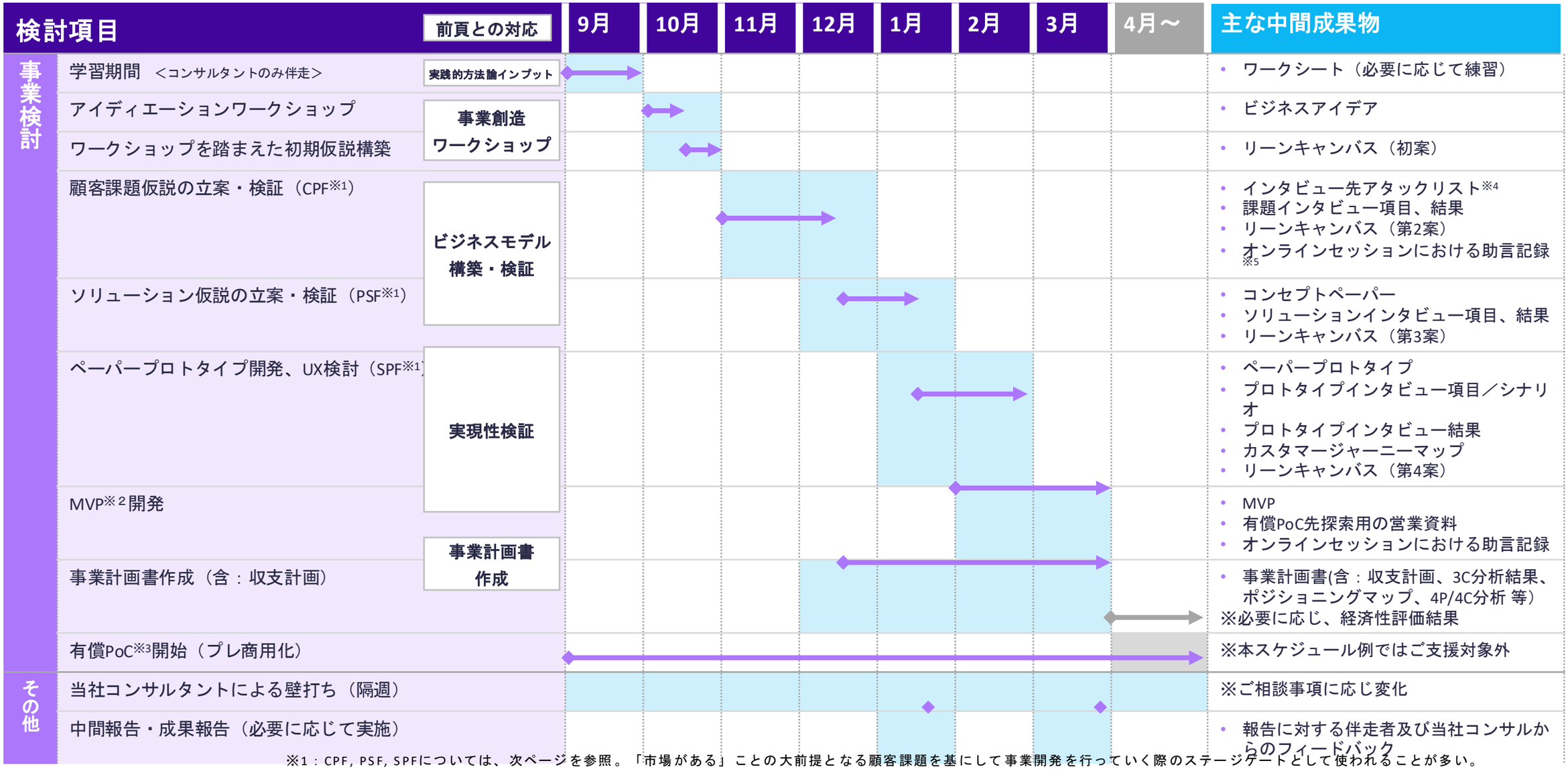
INNOGUIDEは「誰かにとって新しい価値を創出」する取組全般の支援が可能

何を売るか ▶ プロダクト・サービス

誰に売るか（市場）	既存	新規
既存	**市場浸透** いま行っている事業の「顧客数」や「顧客単価」を増やしていくために取られる戦略・施策 INNOGUIDEが対象とする領域 • 顧客数を増やすための新しいプロモーション活動 • 1顧客あたりのリピート率を上げるための新たな施策	**新製品開発** いま行っている事業の顧客に対して、新しい製品や機能追加製品を販売する戦略・施策 INNOGUIDEが対象とする領域 • 既存の顧客に対する新しい価値の提供 （新製品によるクロスセル、新機能追加によるアップセル等）
新規	**新市場開拓** いま行っている事業の製品を、新しい顧客セグメントに対して販売する戦略・施策 INNOGUIDEが対象とする領域 • BtoB事業からBtoC事業への転換　（またはその逆） • これまでターゲットとしてこなかった他業界への販売	**多角化** 自社がこれまで扱ってこなかった製品を、これまで接点のなかった顧客に対して販売する戦略・施策 INNOGUIDEが対象とする領域 • 染み出し領域への参入：既存事業の関連事業への参入 • 飛び地領域への参入：既存事業と関連しない事業への参入

Copyright © Mitsubishi Research Institute

参考　ご提供の具体的なイメージ（9月から7か月間実施の場合のスケジュール例）



※1：CPF, PSF, SPFについては、次ページを参照。「市場がある」ことの大前提となる顧客課題を基にして事業開発を行っていく際のステージゲートとして使われることが多い。
※2：MVPとは、顧客課題を解決できる必要最小限の機能を搭載したプロダクト。（Minimum Viable Product） 開発する事業の種類によって、当該期間は大きく変化する。
※3：PoC実証（Proof of Concept）
※4：以降、インタビューが必要なCPF,PSF.SPFの検証でも本中間成果物を作成する。
※5：当社からご提供する中間成果物。以降、実務経験者（パートナー）の伴走を行う全てのオンラインセッション時に助言記録を作成してお渡しする。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

よくある利用方法①　：　ビジネスアイデアコンテスト支援

課題　**ビジネスアイデアコンテストで出てくる課題の質を最低限の費用で上げたい…**

- ビジネスアイデアコンテストを運営しようと思っているが、外部にコンサルしてもらおうとすると高額すぎる。
- 昨年度コンテストをやったのでコンサルを入れるほどではないが、昨年度実績や他社事例を踏まえながら、もう少し改善したい。
- ビジネスアイデアコンテストをやったとしても、アイデアの質が低くて困っている。

アイデア伴走に加えて事務局伴走も実施可能！メンタリング中心なので費用は最低限でOK！

コンテスト事務局

もう少しアイデアの質をあげたい…

応募

コンテスト応募者

とりあえず自己流のやり方でアイデアを作ってエントリー…

ビジコン設計・運営のメンタリング

失敗しにくいアイデアの創り方をインプット

アイデアの蓋然性向上の助言

ビジコン設計・運用がプロの目で安価に改善！

応募されるアイデアの質が向上！

コンサル※による
コンテスト設計・運営助言

動画講座

PMF経験者メンタリング

自ら質の高いアイデアを生み出すことができる！

評価に必要な情報が詰まった事業計画により審査の妥当性も向上！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

※PMF経験者のうち、ビジコン設計・運営、支援経験がある人材もご紹介可能！

よくある利用方法②　：　アイデア選定上の課題解決

課題　**多くのアイデアが挙がってくるが、どのアイデアを進めればいいのか分からない…**

- 事業のタネは社内に複数あるが、どのアイデアが良いのか／悪いのかの判断がつかない
- コンサルタントに判断してもらおうと思ったが、費用が高くて依頼することができないので、フィーリングで選定している
- 生成AI等のDeep Techを使っている、自社技術を活用しているだけで「良いアイデア」であるという判断をしてしまっている

判断がつかない理由は投資判断者側ではなく、アイデアの内容の十分性が不足しているケースが多い。
投資判断に資するレベルまでアイデアを検討できるチームを揃えて適切な投資判断を！

アイデア発案者

このアイデアが良いかは分からないけど、とりあえず挙げなければ…

アイデア上申

アイデア選定者

アイデアが挙がってきたけど、どれを選べばよいか分からない…

「投資に値する」アイデアの創り方のインプット

アイデアの蓋然性向上の助言

投資判断に資する精度のアイデアを自ら生み出すことが可能！

動画講座

PMF経験者メンタリング

評価に必要な情報が詰まったアイデア・事業計画により投資判断の妥当性が向上！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

よくある利用方法③　：　現有アイデアの蓋然性向上

課題　**いま検討中・推進中のアイデアが売れるかどうか確信が持てない…**

- チームとしては「売れる」と信じて推進しているが、本当に売れるかどうか不安が残る。
- インタビューやアンケートなどを行いながら検証をしているものの、本当にこのやり方でいいのか分からない。
- 「リリースしたけど売れなかった」という状態はどうしても避けなければならない。今できる最善の方法を模索したい。

リリースする前に検証できることは全て検証し「売れる」可能性の高いアイデアに仕立てる

新規事業開発推進メンバー

自分たちでは「売れる」と
思っているものの
示せる根拠はない…

アイデア上申

新規事業開発承認者

メンバーが「売れる」と
言っているから
信じるしかないけど不安…

アイデアの
蓋然性の上げ方
のインプット

アイデアの蓋然性
向上の助言

自ら仮説を立てながら
アイデアを検証し、
「売れないリスク」を最小限
にすることができる！

動画講座

PMF経験者メンタリング

「売れないリスク」が可視化
され、そのリスクの低減が
図られているので、
安心して経営層に
報告できる！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

よくある利用方法④　：　最小限の経験で、新規事業開発のスペシャリストに。

課題　**新規事業開発の成功経験を持つ人材が社内に少なく、進みが遅くなってしまう…**

- 新規事業開発の経験が少ないため試行錯誤の連続になっているが、コンサルに長期間お願いできるような費用はない。
- 進め方を頭では分かっているものの、検討・作業の手戻りが多く効率的に進められていない気がする。
- 「新規事業の案件数が少ない⇔経験が積めない」の負のサイクルに陥っている。

1案件から豊富な知見・経験を獲得し、社内の他案件や後続案件にもノウハウを活用可能！

Copyright © Mitsubishi Research Institute

本資料に関するお問い合わせ先

MRI 三菱総合研究所

人材・キャリア事業本部

INNOGUIDE事務局

innoguide@ml.mri.co.jp