

「3000 億円の事業を生み出すビジネスプロデュース成功への道」

三宅 孝之

ドリームインキュベータ代表取締役社長 COO

「新規事業の創出」。10 年ほど前は表面的な掛け声だったこの言葉が、今や多くの大企業 CEO の最大アジェンダになりつつあります。長年、会社の屋台骨を支えてきた既存主力事業に構造的な疲弊が進み、いよいよ本格的な新規事業が要ると感じていたところにコロナ禍のパンチ。コロナが業績には良い方向に効いた会社もあるでしょうが、少なくとも「いつまでも同じ事業に安寧としていてはまずい」という感覚は急速に広がりました。

新規事業にトライしない会社は殆どないでしょう。しかし、うまく行った会社も殆どないのも事実ではないかと思えます。うまく行った場合でも、事業規模が小さかったり、意義が弱かったりで、継続成長して次の屋台骨になるものを作るのは大変難しいことです。

我々DI は、こうした大企業の事業創造のお手伝いを 10 年以上手掛けてきました。難しさも怖さも全て知った上で到達した結論が「ビジネスプロデュース」という手法です。10 億や 100 億ではなく、1000 億や 3000 億というレベルを最初から狙いに行く方が、大企業には意味もあるし、むしろその方がうまく行く。そして意外に失敗もしにくいというコンセプトです。

当日は、ビジネスプロデュースについて、以下の 4 つのポイントを軸にお話ししたいと思います。

- ①戦略ではなく構想レベルから発想すること
- ②ビジネスモデルの設計にはフックと回収エンジンの分離という肝があること
- ③自社だけの役割だけでなく、仲間づくりこそが事業のカギを握ること
- ④既存のルールは法令も含めて変えていく発想を持つべきこと

【略歴】

京都大学工学部卒業、京都大学大学院工学研究科応用システム科学専攻修了（工学修士）

通商産業省（現 経済産業省）、A.T. カーニー株式会社を経て、DI に参加

- ◆ 経済産業省にて、ベンチャー制度設計、国際エネルギー政策の他、幅広い政策立案の省内統括、法令策定を経験したのちコンサルティング業界へ
- ◆ 感銘を受けた DI の創業理念（ソニーやホンダを 100 社つくる）の実現のため、社会的課題から大きな事業創造を生み出すコンセプトである「産業プロデュース」及び「ビジネスプロデュース」を確立
- ◆ 常に新しい挑戦をすることをモットーとし、多数の大企業、ベンチャー、政府と、業界や業態を超えた大規模な連携によりビジネスを生み出すことを得意とする
- ◆ 「3000 億円の事業を生み出すビジネスプロデュース戦略」、「3000 億円の事業を生み出す『ビジネスプロデュース』成功への道」（PHP 研究所／共著）、「産業プロデュースで未来を創る－新ビジネスを次々と生み出す思考法」（日経 BP 社／共著）を執筆。東洋経済オンライン「ビジネスプロデューサー列伝」シリーズのインタビュアーの他、多数の講演をこなす