

平成 23 年 2 月 7 日

**企業の新規事業開発・新商品開発における“企業自らの”アイデア創造をサポートする  
「アイディエーション・コンサルティング」サービスの提供開始**

株式会社電通（本社：東京、社長：高嶋達佳）は、クライアント企業の新規事業開発・新商品開発において、“企業自らが”アイデアを創造することをサポートする「アイディエーション・コンサルティング」のサービス提供を開始いたします。昨今、欧米において、ビジネスの停滞を打破するため、企業自らのアイディエーション（アイデアを生み出すこと）（\*1）による、イノベーション実現をサポートするコンサルティングビジネスが台頭しています。こうしたニーズは日本でも拡大しており、当社では長年の実務経験の中で培ったノウハウを活かし、新たに独自のコンサルティングメニューを開発いたしました。

消費者のライフスタイルやメディア環境の急速な変化、国内市場の成熟、海外マーケットの台頭など様々な環境変化に対して、クライアント企業は新規事業開発や新商品開発といった活動に積極的に取り組んでいます。これらの活動において常に求められるのがイノベーションを生む「アイデア」です。しかし、クライアント企業の皆様からは、「既成概念に縛られ、発想が硬直してしまう」、「社内だけでは発想が行き詰ってしまう」、「普段とは違った角度から発想を広げたい」といった声が多く寄せられています。

こうした硬直した状態を打ち破り、イノベーションに繋がるアイデアを生み出すには、視点を変え、様々な角度から発想することが重要です。本サービスの最大の特長は、アイデア発想を導く「3つの視点」とそれを支える豊富な「刺激コンテンツ」です。当社がこれまで行ってきた数々のブレインストーミングやワークセッションの中で、特に有効であった「未来」、「他業界」、「消費者」の3つの視点に焦点をあて、さらに各視点での発想を刺激する独自のコンテンツを活用することで、発想の転換を促し、企業のアイデア創造をサポートいたします。

本サービスは、これら「3つの視点」を中核に据え、クライアント企業と協業しながら、ワークセッションスタイルでご提供するコンサルティングメニューです。ワークセッションの実施にあたっては、5年以上に亘る実績を誇る、当社独自のファシリテーションプログラム「Power Session®」（\*2）の実務経験から得られたノウハウを最大限活用します。企業内の様々な関係者が一堂に会し、当社独自の発想支援ツール等を活用することで、自由な発想を促すと共に、多角度からの知見が相乗効果をもたらし、より幅広く、確かなアイデアを導き出します。

本サービスは新規事業開発・新商品開発といった“アイデア発想”が必要とされるシーンにおいて、より確かで豊かなアイデアを導出するソリューションメニューとして幅広くご利用いただけます。

今後も電通では、企業のイノベーションをドライブするソリューションサービスの充実を行ってまいります。

- ( \* 1 ) 「アイディエーション」とはアイデアを生み出すことやアイデアを創造するプロセスを指す。Prophet 社や SYPartners 社、?WHAT IF!社などは、自らをクライアントの Innovation 実現をサポートする企業と位置づけ、アイディエーションを活用したコンサルティングを行っている。米国をはじめ、数々のグローバルトップ企業をクライアントに持ち、様々なプロジェクトにおいて、ブランド改革や新商品開発、社員の意識改革等、多数のコンサルティング実績を誇る。
- ( \* 2 ) 「Power Session®」とは、ワークセッションスタイルで、クライアント企業と一緒にブランドの課題解決やアイデア創出に取り組む、電通独自のファシリテーションプログラム。大手自動車メーカーや大手食品メーカー、大手トイレタリーメーカー等において、ブランドの価値規定や新商品コンセプト開発等、80件以上のワークセッション実施経験を持つ。

### < 「3つの視点」とそれを支える「刺激コンテンツ」 >

#### ① 【未来】視点：

現在の状況から発想をするのではなく、起こり得る未来像から逆算して考えると、今までとは違う考え方が見えてきます。人口・世帯、社会・経済、科学・技術、地球・環境といった4領域で網羅的に中長期未来のトレンドテーマをまとめた独自の刺激コンテンツを活用し、発想を広げます。



< 中長期未来トレンド2010 >

## ② 【他業界】視点：

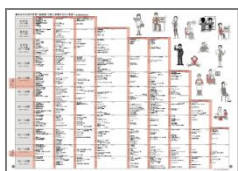
自社の業界で起きていることから発想するのではなく、他業界の動向やヒット商品・サービスをヒントに考えると、今までとは違う考え方が見えてきます。様々な商品・サービス分野での500以上のヒット商品のケースをまとめた独自の刺激コンテンツを活用し、発想を広げます。



<ヒット商品事例データベース>

## ③ 【消費者】視点：

ビジネスマンの視点はどうしても、売り手/送り手側の視点に偏りがちです。顧客やターゲットの視点、お客様のリアリティに立ち返ることで、今までとは違う考え方が見えてきます。当社では、世界トップクラスを自負する消費者に関わるデータベースを多数保有しており、それらの中から、課題やテーマに沿って、最適な刺激コンテンツを活用し、発想を広げます。



<G-NAVI>



<ターゲットビジュアライザー®>

<発表に関する問い合わせ先>

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部  
市川、林田

TEL : 03-6216-8041

<本件に関する問い合わせ先>

株式会社電通 ストラテジック・プランニング局  
戦略コンサルティング室 マーケティング・コンサルティング部  
野口、皆川、永井

TEL : 03-6216-8387