

Sample

事業戦略と市場展開 ソフトウェア企画構想検討事例

東京イノベーション&テクノロジー株式会社

1	コンセプト
2	事業展開主旨
3	新事業内容
4	ターゲットマーケット
5	ターゲットマーケット
6	ターゲットユーザー
7	ユーザータイプ
8	企業内ユーザー層
9	コンペディター対策
10	戦略及びタクティクス
11	プロダクト戦略
12	ビジネス展開のステップ
13	ソリューションファミリー
14	ソリューション全体像
15	プロモーションタクティクス
16	プロモーションアピール
17	プロモーション方策
18	プロモーション種類
19	チャネル戦略
20	事業構造スキーム
21	プライシング戦略
22	スケジュール
23	目標売上

プロダクトコンセプト

■ “ソフトウェア開発クライシス回避”

開発量増大、開発体制、短納期製品開発ライフサイクルに現場が追いつかない。

- プロジェクト破綻の危機
- 開発コストの大幅引下げの要求

■ “ソフトウェア技術継承”

- 退職者のもつ技術、職人化した技術
- 会社に重要なノウハウとしてソフトウェア情報資産として残し後継者に引き継ぎ継承していく。

事業展開主旨

- モデルベース開発により組み込みソフト開発の効率化、資産化、再部品化をすることで組み込みソフト開発手法のイノベーションへの実現へ新たな潮流を産み出す。
- グローバルに新製品開発効率化、スピード化への開発手法を提供し、世界の産業発展に貢献する。

ターゲットマーケット

■ 業界

マンマシンインターフェイスを有する組み込み機器製造メーカー

- 例: 流通機器製造メーカー等

■ 中長期的

民生機器、産業機械、将来的には自動車、航空機業界等
市場は短中期的には日本市場、中国(日系企業)

長期的には海外市場

■ 参考: 機能別部類

POSシステム、搬出機構、マンマシン端末(ATM、券売機等)、
金銭識別・カード読み取り、コンプレッサー制御装置

ターゲットユーザー

■ 短開発ライフサイクル型ユーザー

新製品リリース開発において、自販機のようにマンマシンインターフェイス部分の追加開発のライフサイクルが短い製品向きである。

例: プリンタ、携帯電話等

■ カスタマイズの必要性

開発に都度ユーザー対応等のカスタマイズが少なく、マイナーチェンジで対応ができる開発には向かない。

コンペティター対策

■ 競合と比較される会社との差別化と協調路線

■ 会社比較、優位性、機能別比較ができるような説明資料が必要。

■ コンペティター

プロダクト戦略

■ XXXソリューションファミリーの製品・サービス体系化しソリューション提供を前提とする。

■ XXX設計モデリング手法導入を最終目的としながら短期的に、受託開発の受注を目指す

■ リバースモデリングツールを取っ掛りに顧客増を目指す

XXXソリューションコンセプト

自社ソフトウェアコア技術を重要なソフトウェア資産として、開発効率化と品質向上に持続的な貢献をするとともに、ノウハウの技術継承を図る。

■ 目的: 非属人化、資産化

設計ノウハウの引き継ぎが可能、技術継承、職人排除、退職者技術の活用

■ 方法: 見える化、可視化

ソフトウェア全体構造を見えるようにする

■ 手段: 部品化、再利用

開発効率化、品質向上に寄与

プロモーション戦略

■ プロモーションコンセプトキーワード
一貫したモデルベース開発手法及び開発ツール提供の国産初リリース。

■ モデル開発手法実績

国内初の首尾一貫したモデルベース開発ツールの提供

モデルベース開発としての完成系ツール提供

プロモーションアピール

■ バグ半分、リードタイム半分、オフショア2倍

▶ 究極、ソフト部品化、再利用、資産化、見える化、魔法

■ 開発経緯と実績

▶ XXXXXXXXXXXXXXXXとの約20年における産学連携共同開発で体系化の完成

▶ XXXXにおける100万台超の開発量産開発実績

▶ 中国オフショア開発で15年以上の製品の分散開発実績

プロモーション方策

■ プロダクトファミリー“ソフトウェアシステムbyシェフ”

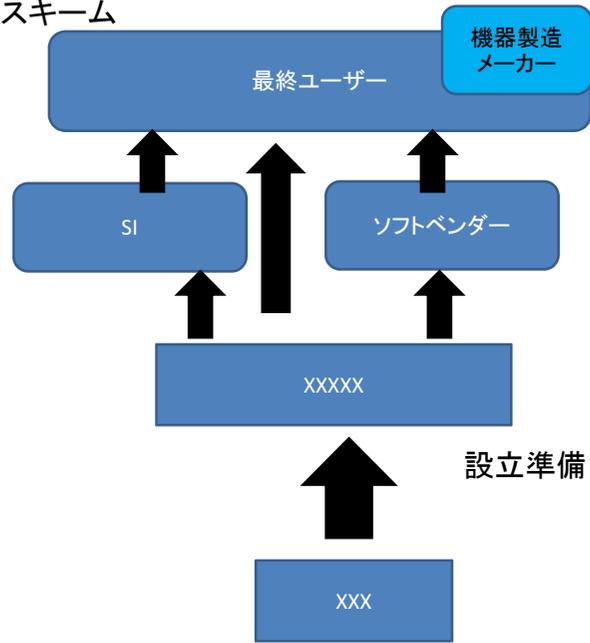
■ マーケティングコラテラル整備、ウェブ情報発信、技術ドキュメント整備

■ プライベートセミナー

■ 展示会

■ 業界団体加盟

事業展開スキーム



MAT
Marketing & Technology

〒151-0061 東京都渋谷区初台1-51-1
TEL: 03-6300-6020 FAX: 050-3488-5712
E-mail :mat@tokyoitc.jp