

事業創造デザインプログラム（2021） 実施報告書

2022/1
一般社団法人 社会システムデザインセンター



もくじ

- 事業創造デザインプログラム実施概要
- 審査結果
- アンケート結果サマリ
- 開港都市テーマ(日本の夜明けプロジェクト) 修了アンケート結果
- 開港都市テーマ(日本の夜明けプロジェクト) 最終報告内容&評価アンケート結果

※修了アンケート: プログラム受講者向けに実施したアンケート

※評価アンケート: 評価者向けに実施したアンケート

事業創造デザインプログラム実施概要



SSDCテーマコース (次世代の学び・自らバリアフリー車いす)



参加者属性	受講者数
学生	8名
社会人(法人正会員)	2名
計	10名

レポート記事URL
https://note.com/ssdc/n/nd7c9cb2a3152 (プログラム案内記事)
https://note.com/ssdc/n/ne970be2208ef (次世代の学びキックオフレポート記事)
https://note.com/ssdc/n/ne34621dccfc8 (自らバリアフリー車いすキックオフレポート記事)

項目	テーマ	日程	時間
SSDCサロン	次世代の学び&奨学金からの解放 自らバリアフリー車いす	7/9(金)	18:00~19:00
Basicワークショップ	座学&ワーク 事業創造の概要とデザイン思考・ジョブ理論	7/9(金)	19:00~21:00
Advanced	Day1 困りごと当事者の課題を深掘する	7/23(金)	18:00~20:30
	Day2 初期MVPを考える	7/24(土)	18:00~20:30
	Day3 初期のビジネスモデルを考える	8/6(金)	18:00~20:30
	Day4 中間報告会	8/20(金)	18:00~20:00
	Day5 説得力あるビジネスプランを策定する	9/3(金)	18:00~20:30
	Day6 プレゼンテーションの準備を行う	9/17(金)	18:00~20:30
	Day7 最終報告会	10/1(金)	18:00~20:00
Master	MVP検討・構築・検証を通じた 事業化検討	2021/1~ 3~6か月 程度	

特別講演	登壇者(敬称略、実施順、肩書は登壇当時)
次世代の学びとは?	伊藤 弘泰 シネックスジャパン(株)執行役員
日本型教育への危機感	中島 秀之 札幌市立大学 理事長・学長/SSDC副代表理事
企画の原点	牧田 和也 日本ビジネスシステムズ(株)取締役副社長/SSDC代表理事
アート/デザインの視点から	迎 星二 東京藝術大学 教育研究助手
インクルーシブの視点から	桃井 啓行 グーグル・クラウド・ジャパン合同会社



SSDCテーマコース (次世代の学び・自らバリアフリー車いす)





開港都市テーマコース (日本の夜明けプロジェクト)



参加者属性	受講者数
学生	16名
社会人(法人正会員)	19名
社会人(各地域)	14名
計	49名

レポート記事URL
https://note.com/ssdc/n/n8c030b31b690 (プログラム案内記事)
https://note.com/ssdc/n/nad50dac7dc4b (キックオフレポート記事)

後援
函館市、新潟県、新潟市、横浜市デジタル統括本部、公立はこだて未来大学、慶応義塾大学岩尾俊兵研究会、明治学院大学岩尾俊兵ゼミ、新潟大学ベンチャリング・ラボ

項目	テーマ	日程	時間
SSDCサロン	開港都市の課題とデジタル化による解決を考える	7/16(金)	18:00~19:00
Basicワークショップ	座学&ワーク 事業創造の概要とデザイン思考・ジョブ理論	7/16(金)	19:00~21:00
Advanced	Day1 困りごと当事者の課題を深掘する	7/30(金)	18:00~20:30
	Day2 初期MVPを考える	8/7(土)	18:00~20:30
	Day3 初期のビジネスモデルを考える	8/27(金)	18:00~20:30
	Day4 中間報告会	9/10(金)	18:00~20:00
	Day5 説得力あるビジネスプランを策定する	9/24(金)	18:00~20:30
	Day6 プレゼンテーションの準備を行う	10/8(金)	18:00~20:30
	Day7 最終報告会	10/22(金)	18:00~20:00
Master	MVP検討・構築・検証を通じた事業化検討	2021/1~3~6か月程度	

特別講演	登壇者(敬称略、実施順、肩書は登壇当時)
社会課題をDXで解決することの意義・ダイナミズム	片桐 恭弘 公立はこだて未来大学 理事長・学長 / SSDC理事
社会課題を解決するDXの可能性・発想のヒント	榊原 彰 日本マイクロソフト(株) 執行役員 最高技術責任者 小池 裕幸 グーグル・クラウド・ジャパン(合) カスタマー・エンジニアリング上級執行役員 ティム デンリ (株)KPMG Ignition Tokyo 取締役 ソリューション担当 パートナー
何が研究と社会をつなぐきっかけになったのか	松原 仁 東京大学次世代知能科学研究センター 教授
SDGsにとらわれない課題発掘の視点	栄藤 稔 大阪大学先導的学際研究機構 教授 / 科学技術振興機構 CREST人工知能領域研究総括 / 株式会社コトバデザイン 取締役会長 CEO / SSDC理事
ビジネス。最初の一步、そして大きなうねりへ	黒崎 守峰 株式会社アイティーファーム代表取締役社長 / SSDCアドバイザー



開港都市テーマコース(日本の夜明けプロジェクト)

■ ねらい

社会課題、特に地域社会の課題に立脚し、市民・学生が中心となり、デジタル技術を用いてビジネス創出できるようにすること。

- ・ 新規事業創造などによるビジネス創出を目指す。
- ・ 行政（自治体）は、活用できる制度や施設、法令による制約など様々な点から助言・調整する。
- ・ 地域に根差した企業・大学は、先進技術や事業開発・運営の経験・ノウハウ等を通して支援する。

■ 対象地域

- ・ 開港5都市（函館、新潟、神戸、横浜、長崎）

■ 取り扱う課題の条件

- ・ 原則として社会的課題と地域の魅力開発を扱う
- ・ 一般市民が直面し、かつ、その解決による恩恵を直接受けられる課題が望ましい
- ・ 全対象地域に共通する課題である必要はなく、地域ごとに異なってもよい
- ・ 特定の企業や商品・サービスに関する事業課題は対象としない

開港都市テーマコース (日本の夜明けプロジェクト)



地域社会の課題に立脚し
市民が中心となり
デジタル技術を用いて
ビジネス創出するプロジェクト

～明治開港都市から始める～
日本の夜明けプロジェクト
市民メンバー募集のお知らせ

函館、新潟、横浜、神戸、長崎
近代日本の礎を築いた開港都市から始める、市民を中心にした、市民による市民のための、事業創造プロジェクトを開催します。我こそはと思われ方、ぜひご参加ください。

応募締め切り
2021年
7月27日(火)

主催：一般社団法人 社会システムデザインセンター (SSDC)
協賛：函館市、新潟県、新潟市、神戸市、横浜市デジタル統括本部、公立ほこだて未来大学、慶應義塾大学岩尾俊兵研究会、明治学院大学岩尾俊兵ゼミ、新潟大学ベンチャリングラボ




榊原 彰 (SAKAKIBARA, Akira)
日本マイクロソフト株式会社
執行役員 最高技術責任者
マイクロソフト ディベロップメント株式会社
代表取締役 社長



小池 裕幸 (Koike Hiroyuki)
グーグル・クラウド・ジャパン合同会社
上級執行役員



ティム デンリー (Tim Denley)
KPMG Ignition Tokyo
取締役 パートナー
KPMG Lighthouse アジア太平洋地域
統括責任者



ご協力いただいたみなさま

正会員 (法人)

兼松エレクトロニクス (株)	グーグル・クラウド・ジャパン (有)	KPMG Ignition Tokyo (株)	サイバーソリューションズ (株)
シンネックスジャパン (株)	セグエグループ (株)	津守電気株式会社 (株)	テックマトリクス (株)
(株) デンソウテック	(株) TOKAIコミュニケーションズ	日本ビジネスシステムズ (株)	日本マイクロソフト (株)
ネットワンシステムズ (株)	(株) ベルパーク	レノボ・ジャパン (有)	

後援いただいたみなさま

函館市 新潟県 新潟市 神戸市 横浜市デジタル統括本部 公立ほこだて未来大学
慶應義塾大学岩尾俊兵研究会 明治学院大学岩尾俊兵ゼミ 新潟大学ベンチャリング・ラボ

その他、各チームのインタビュー等にご協力いただいたみなさま、本当にありがとうございました！！

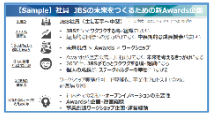


プログラムの大まかな流れ

今回のご報告範囲

今後の計画範囲

テーマ応募



課題仮説
・
解決策立案

ワークショップ



課題を
捉え直す



解決策を
考える



インタ
ビュー



実行計画書
作成



プレゼン
テーション

事業化支援



原体験の
再確認

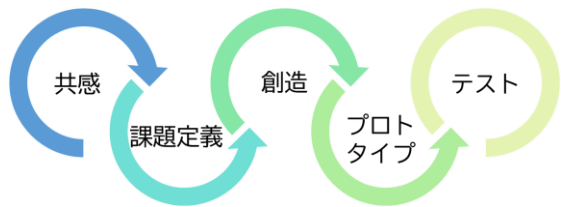


プロト作成
・
仮説検証

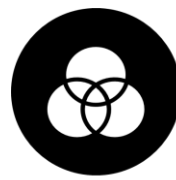


プレゼンテ
ーション

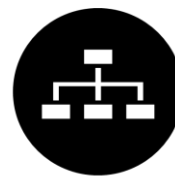
デザイン思考



ジョブ理論

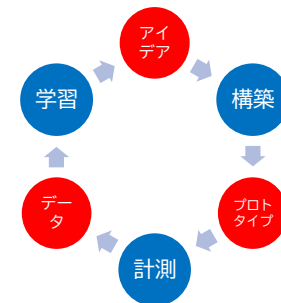


3つのジョブ
機能・感情・社会



階層構造

Lean Startup





プログラムで用いたツール・コンテンツ

ツール

コンテンツ(一部抜粋)

同期型

(ビデオ会議などのライブ形態)



Zoom
Web会議

例) Webinarを活用した
講義のライブ配信



例) Zoom、Teams等を活用した
ミーティング、議論



Zoom
Web会議

個人学習

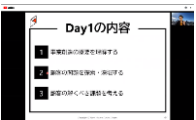


Google
Classroom
オンライン学習サポート

例) 講義動画や資料の配信
による個人学習

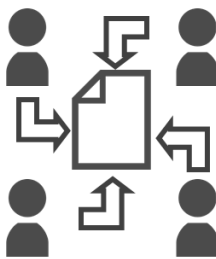


学習テキスト
理論・フレームワーク
約400ページ



学習動画
テキストの解説
YouTube限定公開

例) Googleの共同編集ツール
を活用したグループ課題



Google
各種ツール
資料の共同編集

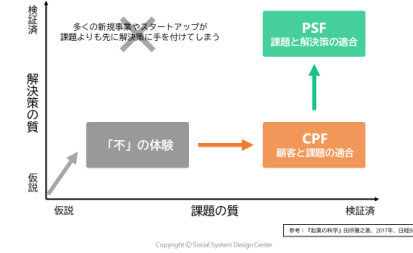


Slack
チャット
コミュニケーション

非同期型

(いつでも利用・参加できる形態)

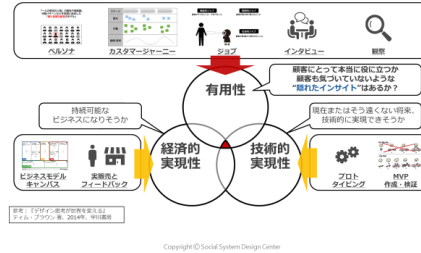
課題の質を高めてから、解決策の質を高める



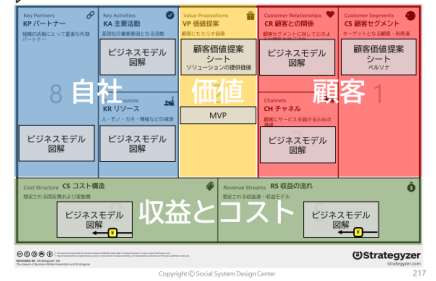
Lean Startupとは？

1. トヨタ自動車に代表されるリーン生産方式を、新規事業開発プロセスに応用
2. ざっくり言うと「ユーザーの欲しがらないものをつくってしまうムダ」をなくすための「高速PDCAサイクル」
3. 中核となる考え方
 1. 構築-計測-学習のフィードバックループ
 2. 構築(つくる): MVP
 3. 計測(はかる): 革新会計
 4. 学習(まなぶ): 方向転換(Pivot)

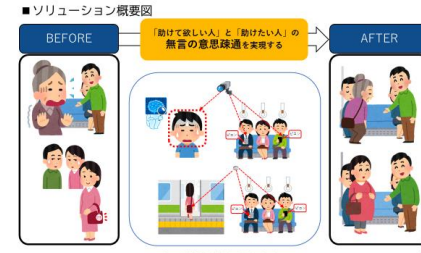
デザイン思考のアプローチ全体像



Business Model Canvas



ソリューションコンセプトシート②



最終報告会で目指すプレゼンテーション内容



審查結果



審査基準



SSDCとしての
継続支援可否
(社会性)



個社(個人)とし
ての投資可否
(事業性)



SSDC会員企業
の推薦



事業化意欲
ある人材

評価アンケートより抽出

SSDCデザインMTGで意見招集

修了アンケートより抽出

- 2021年11月1日(月)のSSDCデザインMTGにて、SSDC会員企業・理事・アドバイザー・運営メンバー約20名が会して審査を行いました
- 上記の審査基準をベースに、事業化支援フェーズへの推薦チームを協議・選定しました。



各チーム審査結果サマリ

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか
→非常にそう思う/そう思う の割合

御社(個人)として事業アイデアに投資するか
→非常にそう思う/そう思う の割合

大テーマ	No	発表テーマ	チーム	事業化支援 フェーズへの推薦	継続有無 (社会性)	投資有無 (事業性)	会員企業 推薦	メンバ ー数	事業化意欲ある人 数		
									強	中	弱
SSDC テーマ	1	“Learning Map” 「学び」と「キャリア」のパーソナライズを支援する学習支援プラットフォーム	次世代の学びチーム	◎	67%	56%		2	1	0	1
	2	お風呂DE車いす	自らバリアフリー車いすチーム		67%	22%		6	0	5	1
開港都市 テーマ	1	HAKODATEch Builder	Team 函館再生	△(SSDC事業として)	60%	0%	○	3	2	1	0
	2	ベア工房 Boost your challenge	学生ペルソナ 地方と都市の交流 地方創生を加速させるビジョン共感型の関係人口プラットフォーム		20%	30%		2	1	1	0
	3	開墾都市・港町で始める里山暮らし	スマートハブ都市 神戸		10%	10%		4	0	4	0
	4	QQ Chat -外国人移住者向けCtoC生活支援サービス-	異人をつなげるチーム		90%	30%		3	0	1	2
	5	ARと古写真で今と昔をつなぐ	古写真データベースの作成とARアプリの開発		50%	20%		2	0	2	0
	6	ミライストキャンプ	ミライスト		40%	10%		6	3	2	1
	7	棚田の再生利用による地域活性化	チャリダーの聖地を星空の下に	○(Staylorと合同)	70%	30%		4	1	2	1
	8	トラバリ! ~若者と地方をつなげるきっかけ作り~	地方と都市の交流チーム		20%	0%		6	0	4	2
	9	地方学生の所得確保	地方学生の所得確保		40%	0%		1	0	1	0
	10	Staylor (Stay × Tailor) (オーダーメイドのステイ作り)	Team Hicks (ワーケーションを通じた地方滞在体験支援サービス)		30%	10%		3	1	1	1
	11	リユース容器によるバーチャル食堂計画 貴方と地球に寄り添うまごころ弁当	Zero Ring	◎	80%	40%		5	1	3	1



事業化支援フェーズへの推薦チーム

推薦対象チーム

今後の流れ

SSDC
テーマ

“Learning Map”

「学び」と「キャリア」のパーソナライズを支援する学習支援プラットフォーム

リユース容器によるバーチャル食堂計画

貴方と地球に寄り添うまごころ弁当

棚田の再生利用による地域活性化

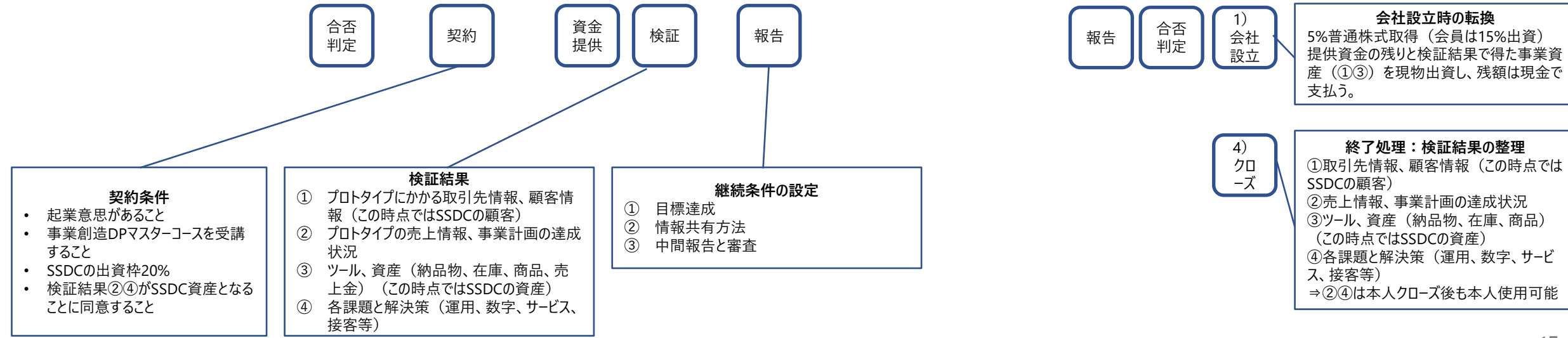
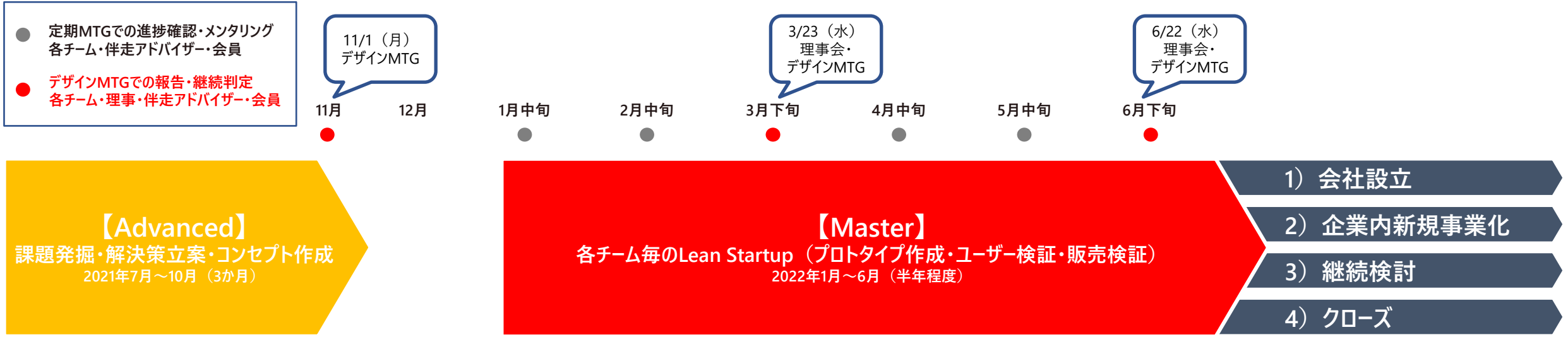
HAKODATEch Builder

開港都市
テーマ

- SSDC運営より当該チームメンバーに対して、事業化支援フェーズでの継続意思の有無を個別確認
- チーム再構成有無、MVP作成方針、想定期間、兼業可否、法人化想定、想定必要経費などを検討し、事業計画書の作成を伴走
- 上記計画書をもとに12月22日（水）のSSDC理事会にて協議し、承認されたチームは年明けより事業化支援フェーズ（Master）開始予定



事業化支援フェーズ展開方針案



アンケート結果サマリ



両テーマコースの修了アンケート概要



参加者属性	受講者数
学生	8名
社会人(法人正会員)	2名
社会人(各地域)	-
計	10名



参加者属性	受講者数
学生	16名
社会人(法人正会員)	19名
社会人(各地域)	14名
計	49名

A) 当初受講者数：10
 B) 修了時の受講者数：8 (完走率： $B \div A = 80\%$)
 C) 修了アンケート回答数：7 (回答率： $C \div B = 87.5\%$)

A) 当初受講者数：49
 B) 修了時の受講者数：45 (完走率： $B \div A = 91.8\%$)
 C) 修了アンケート回答数：38 (回答率： $C \div B = 84.4\%$)

アンケート項目概要

1. 事業化意欲・属性自己診断
2. プログラム満足度・推奨度・市場フィット度
3. チーム活動のボトルネックポイント
4. プログラム企画・運営／イベントへの興味
5. プログラムへの定性フィードバック



今後の課題

プログラム実施前

プログラム実施中

プログラム実施後

会員企業・協力自治体視点

- 会員企業・協力自治体に対するメリットの明確化
- ネットワーキングや課題解決に繋がるテーマ選定(開港都市テーマとSSDCテーマでの参加者数の違いをどう捉えるか)

- アイデアの進捗状況可視化
- 専門人材による支援の仕掛けづくり
- 評価・審査基準の明確化

- 事業化に向けた仕組みの整備(SSDCファンド、Masterコース概要の可視化など)
- 専門人材による支援の仕掛けづくり

受講生視点

- 参加意欲が醸成される仕掛け、参加意欲別のコースデザイン
- 意欲ある方の参加に繋がりやすい導線設計(Basic→Advanced→Masterの流れ再構成)

- カリキュラムの再整備(学習→実践につながる仕掛け、発散→収束の基準明確化)
- モチベーションの維持・向上につながる仕掛け(オプション講義、チームシャッフルなど)
- Advancedの出口、Masterの入口基準などゲートの明確化

- Advancedの出口、Masterの入口基準などゲートの明確化
- 学び続けられる、ネットワークが広がる仕掛けづくり

運営視点

- メディア活動の強化(温まった人が来る仕掛け)
- 運営メンバーの増強、ファシリテーター、メンターの教育、運営プロセスの整備
- 課金の有無(教育であれば有償化、事業化希望であれば無償、など)

- カリキュラムの再整備(学習→実践につながる仕掛け、発散→収束の基準明確化)
- ファシリテーター、メンターとSSDC理事・アドバイザー・会員企業経営層での意思統一
- SSDCメンバーやプログラム経験者を支援に巻き込む仕掛けの策定

- エクストリームユーザー属性の受講者へのインタビュー
- 事業化に向けた仕組みの整備(SSDCファンド、Masterコースの可視化など)
- デザインプログラム卒業生ネットワークの活動強化(運営メンバー拡充、分科会)

開港都市テーマ（日本の夜明けプロジェクト）

修了アンケート結果

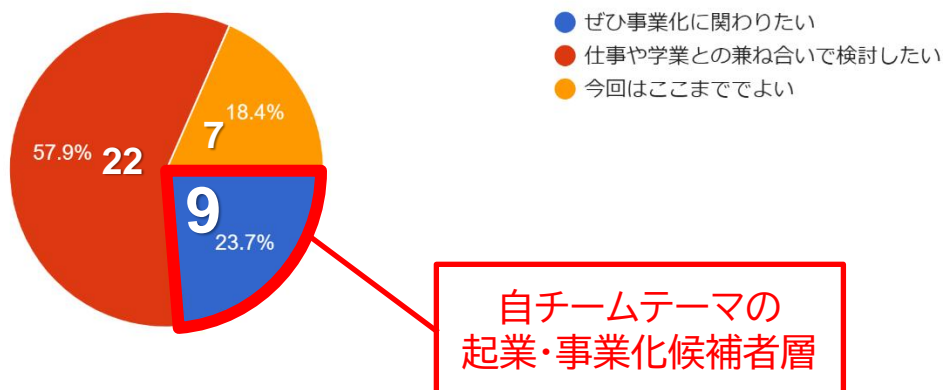
- | | |
|------------------|-----------------------------|
| A) 当初受講者数：49 | |
| B) 修了時の受講者数：45 | (完走率： $B \div A = 91.8\%$) |
| C) 修了アンケート回答数：38 | (回答率： $C \div B = 84.4\%$) |



活動継続への意欲

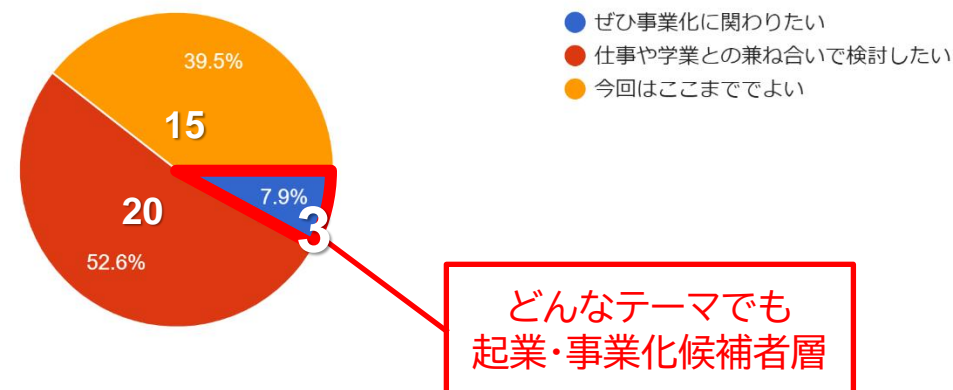
自チームの活動がMasterに選ばれた場合 (自チームのテーマで事業化に進みたい候補者層)

自チームの活動がSSDCから事業化支援フェーズ...選ばれた場合、あなた自身はどう関りたいですか？
38件の回答



他自チームの活動がMasterに選ばれた場合 (どんなテーマでも事業化に進みたい候補者層)

他チームの活動がSSDCから事業化支援フェーズ...選ばれた場合、あなた自身はどう関りたいですか？
38件の回答

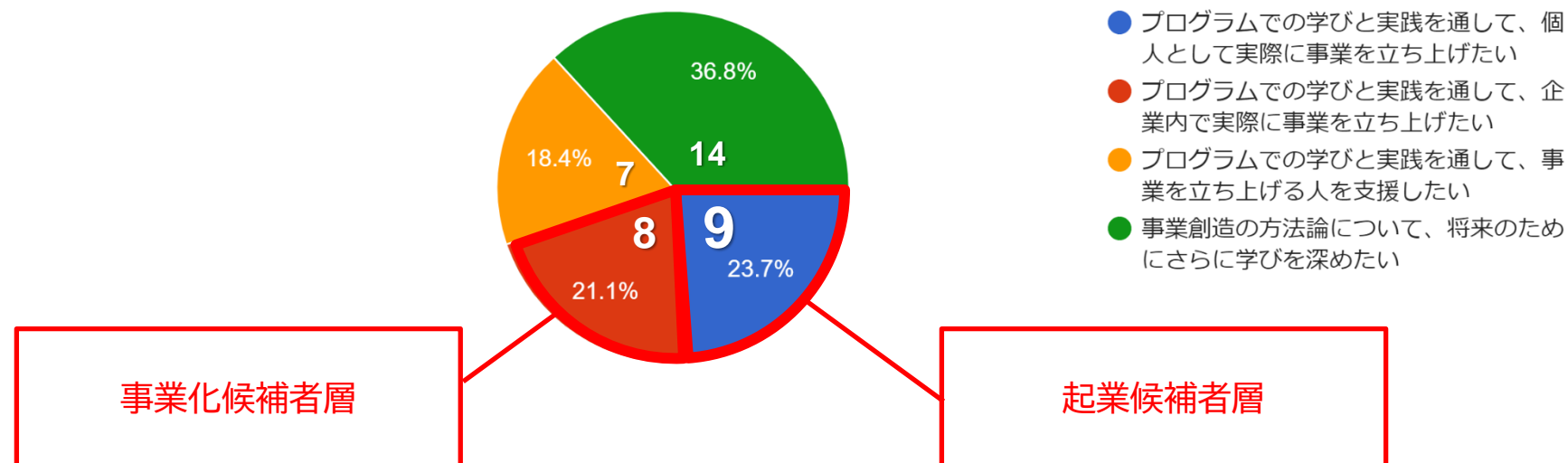




プログラム参加者の属性自己診断

事業創造デザインプログラムを通して、あなた自身はどの属性に最も近いと感じましたか？

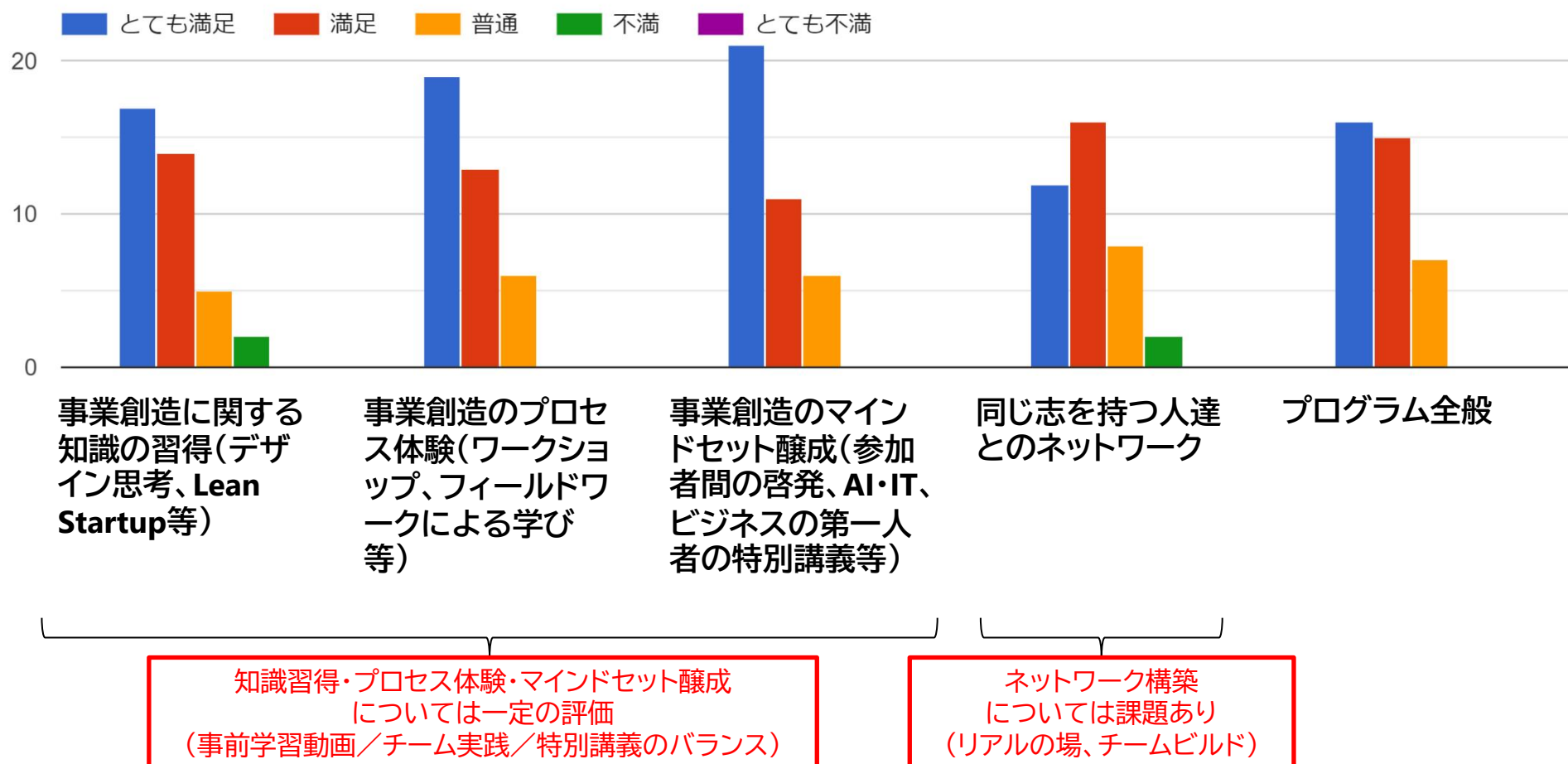
38件の回答





プログラムの満足度

プログラムの満足度について教えてください





プログラムの推奨度、市場フィット度

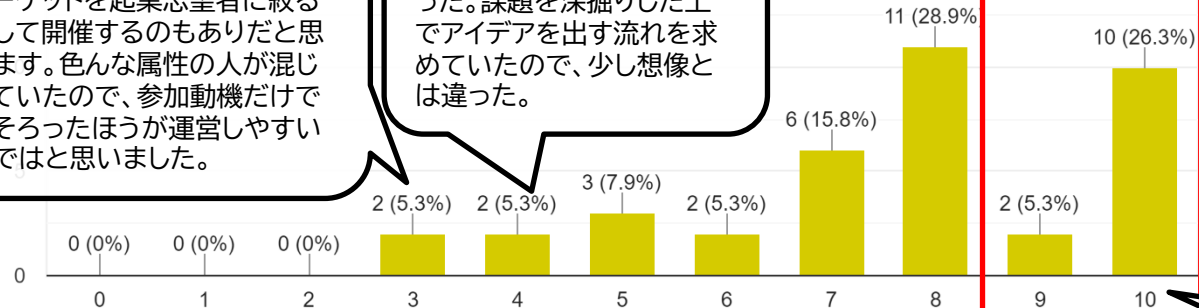
プログラムのNPS(推奨度)

事業創造デザインプログラムを他の方に紹介したいですか？

38件の回答

内容的にとっても充実していたが、ターゲットを起業志望者に絞る等して開催するのもありだと思います。色んな属性の人が混じっていたので、参加動機だけでもそろったほうが運営しやすいのではと思いました。

プロセスがプロダクトアウトに近い物だったのが残念だった。課題を深掘りした上でアイデアを出す流れを求めているので、少し想像とは違った。



批判者
Detractors

中立者
Passives

推奨者
Promoters

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

全く思わない
Not at all likely

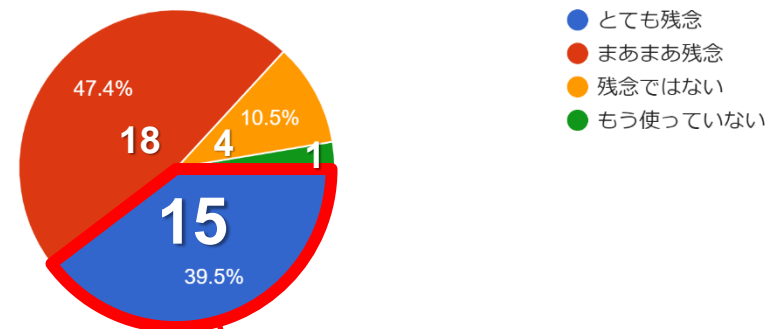
どちらでもない
Neutral

非常にそう思う
Extremely likely

シヨーン・エリステスト(市場フィット度)

もし事業創造デザインプログラムがなくなったら、あなたはどのように感じますか？

38件の回答



市民や学生や地場事業者と関われるリアルなプログラムはこれまでなかったから

学習と実践がバランスよくデザインされていて、チームへのサポートもとても手厚く感じられたため。新規事業を自ら考えるのは初めてでしたが、応用が効きそうな気がしました。

今回事業者側がどのような気持ちで事業立案しているかを知ることができたのでPJも自分事のように感じられるなりました。他コンサルにもぜひ経験してほしいと思いました。

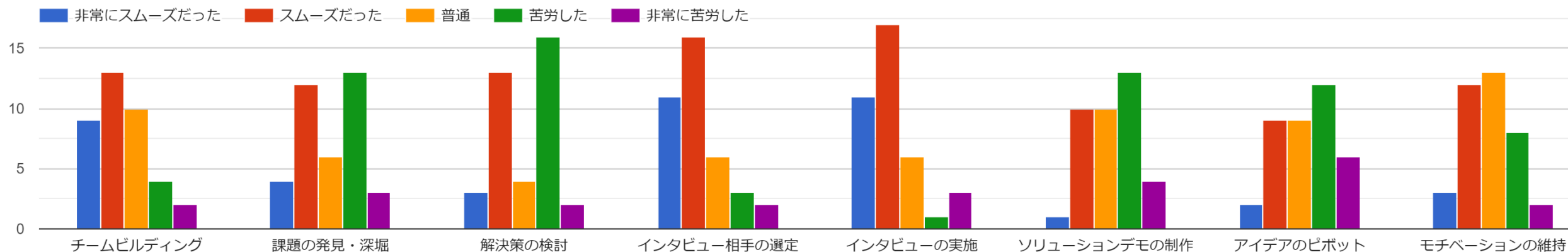
PMF(プロダクト・マーケット・フィット)指標「とても残念」が40%超えればスケール可

<https://www.nttcoms.com/service/nps/summary/>



チーム活動のボトルネックポイント

チーム活動を行う中で、あなた自身はどのように感じましたか？



チームビルディングは運営の方の決め方がスムーズだなと思いました

冒頭にルールを設けて、否定はせずになんでも言い合える雰囲気を作成した

そもそも、なぜこの取り組みを実施するのか？意欲の差がかなり激しく、チームビルドは、最後まで課題でした。

当初、課題を大きく考えてしまった事。また、ディスカッションの時間をもう少し取ればよかったと感じています

フルリモートだったため、アイデアの発散などはやはりしづらかったなと思いました。自戒の念も含めですが、コンテンツが盛りだくさんなため、事前に個人作業をしたうえで、持ち寄ってblush-upするなどのメリハリをつけて会議に参加すべきだと思いました。

適材適所でメンバーごとにインタビューを行ったこと、SSDCのSlackチャットでインタビュー依頼をかけて他のチームのメンバーにもヒアリングさせて頂けたこと

インタビューでは相手からお世辞や遠慮のない本当の情報を引き出すことが必要だと思いますが、本音を聞くというのは案外難しいと改めて感じました。

入ったチームでの課題などを完全に自分ごとかできず、少し引いた視点でプロジェクトに入ってしまった点。本気でビジネス化したいなら、自分自身ももっとその課題に対しての自分ごとかが必要だった

職場からの評価とは関係なく、自分自身が本当に必要と思うことに尽力し、それを受け止めてくれる仲間と出会うことができました。

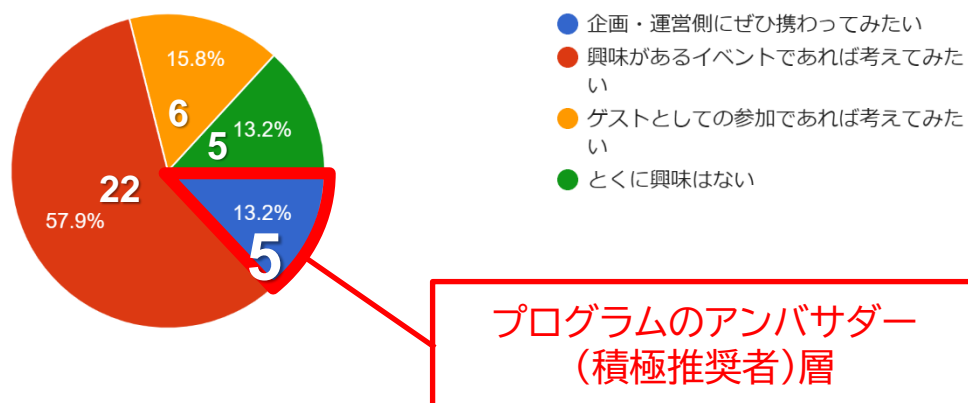
全員が毎回の話し合いで「やろう！」という雰囲気だったので、私もつられて自然とモチベーションがアップしました。



プログラム企画・運営／イベントへの興味

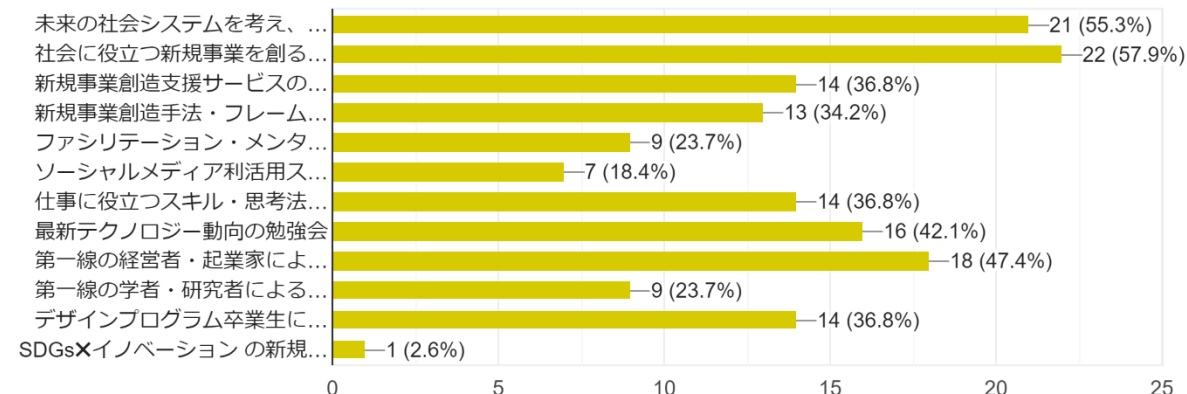
プログラム企画・運営への興味

SSDCでは、産学の多様な方が交わり社会に役立...イベントを企画・運営する役割に興味はありますか？
38件の回答



各種活動・イベントで興味のあるジャンル

今後、SSDCでの各種活動・イベントで興味のあるものを回答ください (複数回答可)
38件の回答





プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

プログラムを通して特に印象に残った内容①

- **地域在住者へのインタビュー**による地域課題感の重要度。
- **様々なインダストリーのプロフェッショナルが、社会をどう見ているか聞いたこと**はよい体験でした。また、普段異なる仕事をしているメンバーと同じテーマについて考えた経験も自部員にとって非常に有意義なものとなりました。
- **社会課題解決で共通項が見つかったこと**。東京近辺だけ、函館だけでは課題解決につなげるには不足しており、双方がお互いに同じ目標を向かっていけることが大事。
- **ペルソナを作成して、少しずつ最後は調整しつつ進めていくこと**。起業などを行うことが本当に初めてだったため、情報の共有の仕方、みんなの意識の合わせ方など本当に学ぶことが多かったため。特にペルソナなどを作成することでとてもイメージをしやすかった。
- **最終報告会**。自分では想像もつかない課題やその解決方法と沢山出会うことが出来、大変勉強になったから。
- 不の発見から課題の抽出、あまりあれこれ話を大きくしすぎないでソリューションに結びつける、といった**デザイン思考の考え方**は学びとなりました。
- **事業創造を勉強できる動画**。事業創造に関するアイデアや手法などをいつでも動画で見返して勉強できたことが良かったです
- **特別講義**が普段聞くことのできない規模感の内容で、とても印象に残りました。
- 特に印象に残っているのは**プレゼンパートのフックの使い方**です。伝わるストーリー、人を動かすストーリーをいかにして立てていくかのところでサービス内容は5分、ほとんどの時間を課題に向けたフック(いかに自分事を感じてもらえるか)から課題解決による訴求ポイントのアピールへ流すといった、ストーリーをつくることで受けての感触が全く異なると感じました。
- **52個の観点でアイデアを発散するフェーズ**。アイデアを大量に出すことに苦手意識を持っていたため。
- **仮説検証のためのインタビュー**：統計データや調査会社のデータをつかうことは前からあったが、本人にインタビューするというのは新鮮でしたし、生の声はすごく重要だと気付かされました。
- **Lean Startupの考え方**を学ぶことができ、小さいことから始めてみるという視点を得られた



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

プログラムを通して特に印象に残った内容②

- **ペルソナについての考え**を学べたことはこのプログラムを体験して本当に良かったと思います。ありがとうございました。
- **ヒアリングがノルマがあったのがよかった**と思っています！ノルマがあるからこそやらなきゃというところに追い込まれました。
- **事業化に向けた知識の習得**がとても参考になりました。ジョブ理論の説明はこれまでみた資料の中で一番クリアでした。
- 毎週のチームミーティングを通して、**多種多様なメンバーとの意見交換や業界知見の交換などができたこと**が特に印象に残りました。日々の業務では交わう事の出来ない方々と交流する場が持てたことは貴重でした。
- **徹底的に顧客にインタビューすること**を重ねられたのは良かったと思います。
- **インタビュー**: 1体1で外部の人に協力してもらうので、1番熱を注いだ
- **インタビュー**をするという経験が初めてだったため、とても吸収することが大きかったです。
- **十日町に訪問し、現地の農家の方に話を聞いたこと**・印象に残った理由
地方であるからこそその地域の信頼の必要性や難しさというようなネットでは知ることができない「リアル」な話を聞けたため。
- **8/7 特別講義の内容**が印象的★What-Why?の視点が重要いかに安定運用していくのか : How-Whenが重要 ……成熟企業が陥る……→まさに自社！とってしまった為、一番印象に残っている。★持つべきマインド
セット情熱 × 執着:使命 × 共感:仲間→まさに、3か月の取り組みを振り返ると、ここは超重要なんだろうなと実体験したため、印象的です。
- **事業創出のプロセス**について、リーンスタートアップの説明
- **グループの話し合いをする前の講演**。普通ならお金を払うレベルのお話を聞いた。
- **ティムさんのSDGsに対する考え方**
- **プレゼンテーションのコツ**はより身近に感じてたのでこれから生かしていこうと思い、印象に残った。
- **「ビジネスモデル図解」の内容**が1番印象に残りました。考えたビジネスモデルも図におこしてみると、一目で分かりやすいことや、足りないところがパッと理解できることなど、言葉で理解しにくいことも分かるようになり、ビジネスモデルを組み立てる上でとても重要な役割であると気づきました。
- **チームメンバーとのディスカッション**



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

プログラムを通して特に印象に残った内容③

- **7年で1事業、30代の人でもまだ50になるまで3回はチャレンジできるという言葉。** 一歩踏み出す勇気をもらえたから。
- **経営者の新規ビジネスに対する考え方。** 普段聞く機会がないので。
- **各回で行われた特別講義**が役立った。リアルな経験談を元に、課題をどう
いう思考で乗り越えてきたかがしれてよかった。
- 事業創造に必要な知識や考え方を深く学ぶ機会を頂きまして誠にありがとうございました。通常の業務ではできない体験をさせて頂くことができました。印象に残った点として**自分たちのソリューションや活動の方向性を検討するために、自分たち自身でペルソナを作成して仮説検証を行う、という点**は個人的には斬新でした。そこには実体験や周りに実際にいる方の体験、インタビューの結果が反映されていると思うのですが、その思考方法が斬新に感じました。
- **普段なかなかお話を聞く機会のない方々の特別講義**は非常に為になりました。
- **ジョブ理論や新規事業に必要なマインドセットに関する講義**について、基礎の基礎ですが、とても勉強になったため
- **初めからアントレプレナー、イントレプレナーを志向しているわけではない人たちを組み合わせる面白さ**があったと思う。
- 今回、対象としていたのがプラットフォーム事業だったので、結局色々回ってシンプルなところに落ち着いてしまったという思いがありました。ただ、最初から不確定要素を色々盛り込むと、検証することが難しいため、しょうがない部分もあるのかな、とは思いますが、改めて難しいな、と感じました



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

プログラムを通して特に身についたスキル①

- **自分事という感覚。**
- **ニーズを明確化し、ニッチな部分を狙うというお話**がどなたかからありましたが、そこはかなり意識したこともあり、ニッチな市場を考えるスキルは身についたかと思います。
- **チームビルディング**。めぐまれたチームでハコレコの山田さんなどつながることができました。
- **自分で予定をしっかりと把握して積極的に進めていく**。積極的に進めていく人があまりいなかったこと。
- **理由の追求**。世の中の顕在ニーズ・潜在ニーズを明らかにしていくためには、「なんで、なんで」を追求していかなければ見つけることが出来ないと感じたから。
- 立場や世代の違う方とディスカッションする中で、**聞く力、共感する力**が得れたと感じます。
- **アイデアを発散するスキル**。理由。事業アイデアを考えるのにひたすらインタビューと愛での発散が重要な点でそのことを意識していたので以前よりもアイデア発散の幅が広がったと思います
- **「チームで課題解決するスキル」**が身についたと思います。大学生や異なる企業のメンバーでの話し合いは、自分では考えられない新しい視点が数多く見つかりました。一人では解決できない課題も、チームで考えることにより解決できました。またただ解決するだけではなく、より良いものになっていったので、チームで考える楽しさも実感することができました。
- スキルというにはまだまだ不足していますが**事業コンセプトを考えていく上で顧客目線を考えていくということ**はどういうことを身をもって経験することができました。インタビューによるペルソナの具体化、課題の深堀をできたことが顧客の切実な思いやニーズを拾っていくことができたと思います。
- **アイデアを大量に発散させるスキル**。その部分に苦手意識を持っており、このプログラムを通してアイデアを発散させることを意識的に伸ばしたため。
- **仮説を深堀する、購入者と提供者のメリットを深堀りする。**
- **新規事業を作ることに対する知見**、今までなんとなく考えていた「モヤッ」とした部分がスッキリしたため
- **やりたいサービスについて、ペルソナを考えること**です。どのようなサービスを作るのかを、消費者を意識して作れたことがよかったです。



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

プログラムを通して特に身についたスキル②

- **本当に必要とされるのか、考え、調査するスキル**
- **事業を立ち上げるあたり、型**が分かりました。
- **課題解決力**。仮説検証してスクラップ&ビルドするスキル
- **クリティカルシンキング**: こうなればいいなという願望だけでは事業創造はできず、議論の流れを壊してでも現実的な指摘が必要だった
- **課題発見スキル、課題解決スキル**
- **事業に対する考え方**。社内でも新しい企画を立ち上げる際の考え方がSSDCで学んだことをかなり活かしているため。(ありがとうございます。)
- 3か月間実際にワークとして、自分が選んだテーマに対して「仮説」「インタビューによる検証」「ソリューション検討」まで通して実施した事から、**事業創造の一つの手段としての方法論の概念**は理解できた。
- **ニーズを考える力**
- **事業を創出する上での考え方や論理的な思考**を少しではありますが理解できた。
- **多方面から考える癖をつけること。発言力**。否定しないことを決まりとしていたので発言しやすかった
- **日常生活で問題意識を持つスキル**です。生活する中で足りないことや、上手くいっていないことに目を向けられるようになったと思います。ビジネスを考える上で必要な意識であると感じています。
- **ジョブ理論など、起業に必要な考え方**。座学だけでなく、すぐに実践を通して学ぶことができたのはよかったと思う。
- **色々な職種や経験を持った人達の価値観が知れた事**が経験となりました。
- 考えてみれば当たり前のことかもしれませんが、**誰かの「不」に対して新規サービスのヒントやビジネスチャンスがある、という視点で物事を捉えられるよう**になりました。自身の業務では同じような「不」を感じるお客様が多いと思い込んでいましたが、表面上では分からない本当の「不」は何なんだろう、という思考をするようになったと感じています。"
- **インタビューを通じた課題の構造化と事実に基づく課題の本質の捉え方**
- **課題の構造化**。チームでぐるぐる検討するなかで。
- 何かしら、**顧客行動からインサイトを導き出すという手法**



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

学びや気づきを生かし、これから挑戦していきたいこと①

- これまで参加したプログラムの中では一番モチベーション高く活動出来ました、以降も**継続的に関わられるようなスキームを作りたく思っています。**
- BtoBビジネスが基本となる毎日の中、**BtoCビジネスの面白さも忘れることなく自分のキャリアのどこかでは関わりたいと思った。**
- **今回のプログラムのような志の高い人たちと一緒に地域社会を変えていきたい**
- グループワークをいろいろな人としていきたいと思う。今回したことで難しさをととても感じたから。
- まだ残り僅かではあるが大学で学ぶ時間があるため、**事業創造について更なる座学・実践を通して理解を深めていきたい。**
- **実際のビジネスで関わる顧客の不を発掘し、サービスや製品で解決できるようにしたいです。**
- これからは**企業に所属しながら、企業内や個人問わず課題解決ができるようなプロダクトを考えていきたい**と思っています。
- **お金の流れや、その商品・サービスが誰の何をターゲットとしているのかを意識し、営業の仕事に活かしていきたいです。新たなアプローチ方法に挑戦していきたいです。**
- 慈善事業ではない本取り組み(事業化)においてどのようにSocial businessを継続的にマネタイズしていくのか、(どのように収支を立てていくのか)については事業の具体化をする際には検討していかないといけないと思いました。そこが今回自身のチームがふわっとした検討でおわってしまった原因だったかなと感じております。自身にもっと深い知識があれば変わったのかなと思うので、今後勉強していきたいです。一方で、自身とは異なる環境・背景を持った人と関わることで、自身が思いもしないような斬新なアイデアを聞くことができ大変刺激になりました。**アイデアを発散⇔収斂のやり方について教わることで自身の業務に生かしていきたいです。**
- **自分の身の回りの課題を解決できるようなサービスをつくってみたい。**
- **実際にアプリをプロトタイプで作って小さく回して見ようかなと思ったりします。後、MBA進学希望が強くなりました。**
- **新規事業を自身で立ち上げる際に、本プログラムで得たノウハウを活用する**
- 事業計画を考えたことで、使う側使われる側両方について考えることができました。そのため、次は**両方の利益になる事業を作りたい**です。



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

学びや気づきを生かし、これから挑戦していきたいこと②

- 事業創造については興味があるので、何かしらの形で活躍できればと思う
- **ミライストの活動は今後も続けていきたい**。また、社内でもいくつかの活動に携わっているので、そちらでも学んだことを生かしていきたい。
- **会社で興している新規事業と合わせて、社会に新たな価値を作って行きたい。**
- **リーダーシップを発揮して、議論をリードしたり計画を実行に移したりすること**
- **ミライスト・キャンプの実装化、社会実践**
- 実際に起業を考えるのは10年先とか超長期的な話にはなるが、プログラムから学んだ内容は起業のみに関わらず、様々なビジネスで役に立つと思うので、日々実践していきながら自分の知識として定着させていきたい。
- **これから本格的に就職活動が始まるため、学んだことを身につけ、挑みたい**と思います。
- **社内で新しいソリューションを考える機会があり是非学んだことを活かしていきたい**です
- **今回の取り組みテーマについては、もっと深堀/検討していきたい**。その為にも選考に残らない場合にもマッチング且つ農業というキーワードで出てきたチームもいると思うので、**合わせてできるものがあれば、再度チーム編成してでもやりたい**。
- **社会のなかなか見えないニーズ(特に弱い立場の方々のニーズ)を捉えてポジティブなソリューションを提案していきたい**
- これから就職して社会に出た時、必ず今回の経験は役立つと思います
- すぐみてわかりやすいのものを作るというのを気をつけたいです。改めて事業を作る難しさを知るいい経験になりました。
- 私たちのグループは地域創生をメインに取り組み、それによりもっとさまざまな地域を発展させたいと思った。わたしは**公務員を目指している**ので**これからも試験勉強をがんばり地域創生に関わりたい**。
- 就職活動をする上でも、社会に出てからも主体的に行動できる人間でありたいです！
- 積極的に発信することを続けていきたいです。
- 概念の具現化



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

学びや気づきを生かし、これから挑戦していきたいこと③

- **ベンチャーへの転職。起業家の伴走支援。**
- (将来いずれか)新規ビジネスの立ち上げに携わってみたい
- デザインプログラムも状況に合わせてカスタマイズする必要があると思いました。解くべき課題の本質を見据えながら、必要なプロセスを組み立てるということに挑戦したいと思います。
- 現時点では個人として事業の立ち上げを考えてはおりませんが、**会社として新規ビジネスの検討を進める際に今回のプログラムで得た知識や経験を生かした取り組みを行いたい**と考えております。
- **デザイン思考を使ったアイデア創出**は今後もやっていきたい。
- **社内起業及び、自身のアイデアを実験的に行い地域活性化**などに繋げたい
- なによりもファシリ&リード役の北村さんが神がかっていました。しかもこれを複数とか、すごすぎます。。また学ばせてください！！
- 役所や企業など基本的にはBto Bの仕事が多いのですが、結局は、BtoBtoC、BtoBtoBtoCにはなるので、この**顧客行動のインサイトから何を
得るか、という手法は大事にしておきたい**と思います。
- **自分自身がやりたいと思える事業の種を見つけること**



プログラムへの定性フィードバック(抜粋)

その他コメント

- きめ細かいメンタリングをいただき、本当にありがとうございました！**
- 未来大の社会連携センターに在籍していながら、〇〇さんに教えてもらうまで本プログラムを知る機会がありませんでした。**せつかく縁あって函館に仕事で来ているので、地域社会をよりよく変えていく一助になりたいと思いました。**北村さんをはじめとするSSDCのみなさまのご尽力に深謝するとともに、最終発表会で終わらせないようにしたいと切におもいます
- このような貴重な経験をさせて頂いたSSDC関係者様には感謝の気持ちでいっぱいです。約3か月間、本当にありがとうございました。
- 北村さん、Smithさんをはじめ、運営に関わってくださった方へ、3か月間、温かくご指導いただき本当にありがとうございました。**普段あまり関わる事のない方との交流の場をいただき、難しくもあり、大変勉強になりました。**
- 運営、企画の皆様お忙しい中業務外の時間を使ってまで素晴らしいコンテンツをご用意頂き、ありがとうございました。
- 短い間でしたがご支援いただきましてありがとうございました。**また開催いただけるようであれば弊社からもぜひとも参加させていただきたいと考えていますので、今後ともよろしくお願いたします。**
- プログラムとしては得るものはあったが、「**研修だけでもよいと考えるメンバー**」と「**実際に起案してみようとするメンバー**」の間の熱量の差が**大きい**、「研修」と「デザインプログラム」を分けるか、評価基準をゲスト講師も含めてなるべく合わせて、熱量差があったとしてもモチベーション維持ができるなど、工夫をしておいたほうがよいと感じた
- (2名チームだったため)最低人数はもう少しの方が、個々の負担も減ると思うし、それぞれのモチベーション維持にもつながると思う
- 唯一、もったいないと思う所が毎回のセッションでのコメントする人が「ひねり出してる」感じがすることです。**肩書というより、実際にコメント上手な方が、間髪いれずにバッサバッサ切るような雰囲気があってもいいのかなと思いました！**厳しい担当と、褒める担当と置くとか。でも、とても楽しく学びが深い時間でした。ありがとうございます！
- 時間带的に子育て世代には厳しかったです、貴重な機会をありがとうございました。
- ファシリテーターのみなさまもお疲れ様でした。3か月ありがとうございました。
- とても面白いプログラムで、素敵な出会いもありました。どうもありがとうございました！

SSDCテーマ（次世代の学び・自らバリアフリー車いす）

最終報告内容&評価アンケート結果

評価アンケート回答数：9

（理事・アドバイザー・会員企業・自治体関係者）



ソリューション名

“Learning Map” 「学び」と「キャリア」のパーソナライズを支援する学習支援プラットフォーム

チーム名

次世代の学びチーム

Customer
誰の？

想定ペルソナとストーリー
イメージが伝わる図 など
部署異動や転職など、新しいキャリア
に進むことになった人。
現状の生活は維持しながらも、学び直し、
キャリアアップをしたい社会人

(企業も)

Problem
どんな課題？

その人の抱える主な課題は？ 原体験・不の体験は？
ジョブ(機能・感情・社会)と、置かれている付帯状況は？
新しいキャリアにおいて役立つスキル
や知識を、自分に合った形で体系的に
学びたい。

Solution
解決策は？

一言で言うと、どんなソリューション？
その中核的な提供価値は？
「学び」と「キャリア」をパーソナライズ
する学習支援プラットフォーム

Market/Competitor
市場規模は？既存解決策は？

中長期的に想定される顧客層と市場サイズは？
現在どんな代替解決策がある？差別化のポジションは？
週休三日制採用による学び直し機会の
増加。
学びとキャリアは分断されている。統合
できること、個人にあわせた提案を
できるのが差別化ポイント

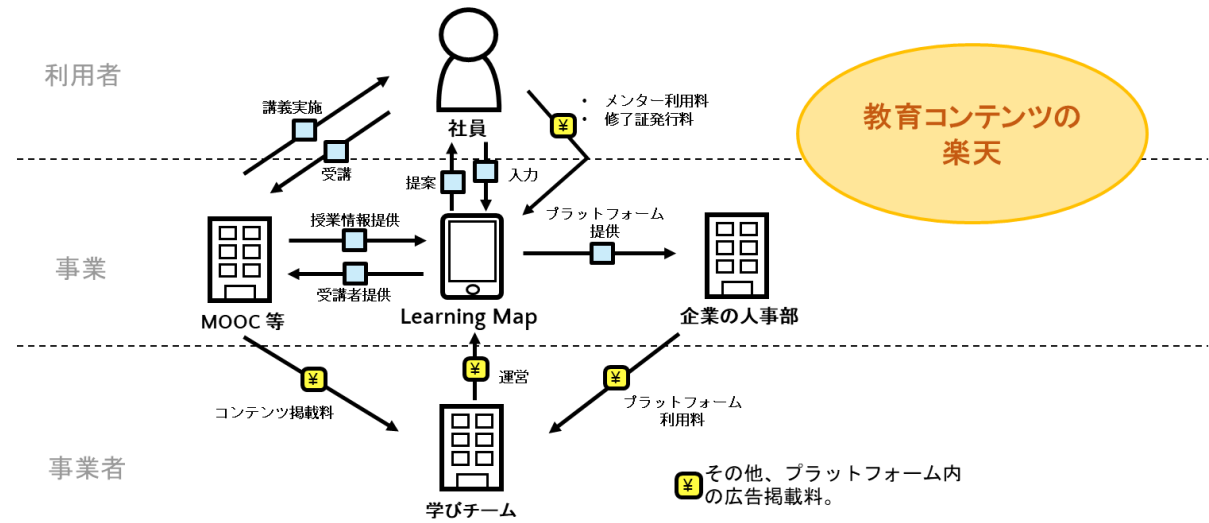
Why You?
なぜやりたい？

なぜこの事業アイデアを進めたいのか？何を実現したいか？
自分たちならではの強み、特性、視点は？
自分自身が、学び直したいと思った際
に、何をどのような順序で学習すれば
よいのかが分からず苦労した経験が
あるから。

Why Now?
なぜいま？

機会となるマクロのトレンド・背景は？
事業の意義(社会・顧客・〇〇たちにとって...)
人生100年時代への突入、Society5.0
の到来に伴い、日々アップデートでき
る、新たな教育プラットフォームが求め
られている。

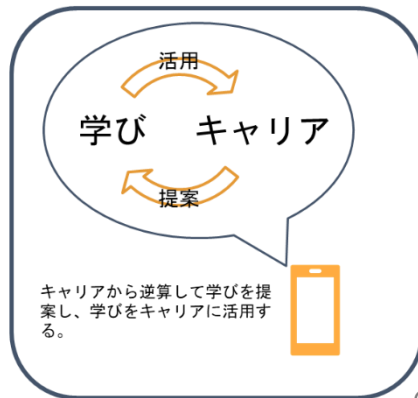
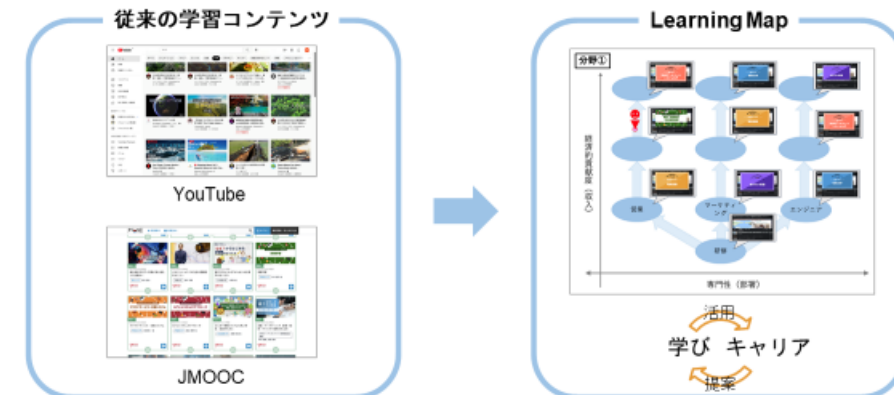
ビジネスモデルの図解



BEFORE

自分用に最適化された体系的な学習
計画の提案により、道筋を示す。

AFTER

差別化ポイント：
パーソナライズした学びとキャリアをマップで可視化



ソリューション名

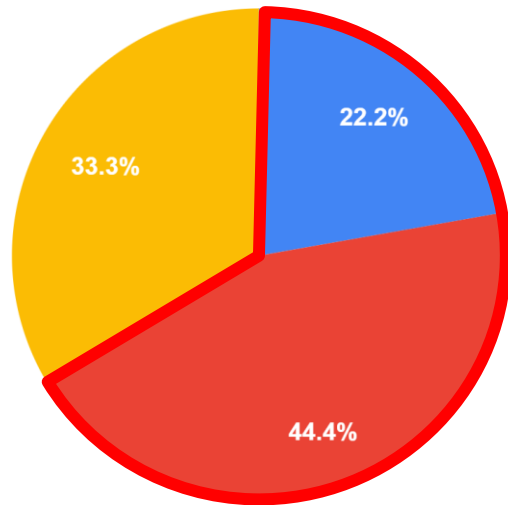
“Learning Map” 「学び」と「キャリア」のパーソナライズを支援する学習支援プラットフォーム

チーム名

次世代の学びチーム

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

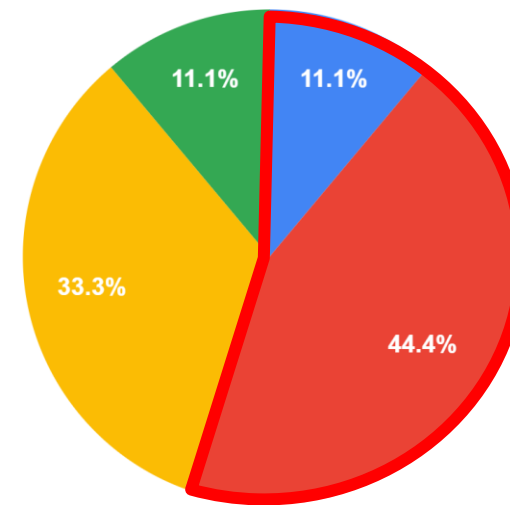
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 1.非常にそう思う
- 2.そう思う
- 3.どちらでもない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 1.非常にそう思う
- 2.そう思う
- 3.どちらでもない
- 4.そう思わない

- 売上とリターンが提示されないので判断できない。
- 50万円
- 金額の提示は難しいなあ
- 会社としては投資しないと思いますが(シナジー投資が中心であるため)、個人では興味があります。また個人的に別で関与しているデジタル人材育成学会などでの発表してもらいたい、更にビジネスモデルの詳細な設計をお手伝いできればと思います。事業計画書およびMVP次第ですね。詳細設計後次第で個人的には100万~500万ぐらいはシードでだせるでしょう。
- 未定
- 100万
- 30-50万円
- 不参加
- まだ事業性が見えないので投資しづらいです。



ソリューション名

“Learning Map” 「学び」と「キャリア」のパーソナライズを支援する学習支援プラットフォーム

チーム名

次世代の学びチーム

定性フィードバック

- 教育コンテンツの評価も入れるとよい。資格テストも有料化するとよい。効率的に学ぶカリキュラムが差別化する要素なので、それが仕組化されるとよいと思います。
- 食べログのような第3社からのコンテンツ評価からはじめたらどうか？あとは、具体的にどうやってコンテンツを勧めるのかやり取りのノウハウが不明学びと実際の使える人は違うので、その人の実力を就職や転職にするのであれば実際のその人の能力判定をだれかがリファレンスする仕組みも必要かもしれない。
- とても良かった。立体的な学びの進路(移動)。アウトプットとして学習歴を含むLinkedIn的なもの。経済的価値が学びから転職市場などに繋がる。受講者からのフィードバックによるコースのレーティングという方向について他の方からコメントがありましたが、それも非常に経済価値を生むポテンシャルのある機能かと思います。
- コンセプトは良いと思います。ビジネス化としては、実際のコンテンツ管理(時代に合った内容更新)やマップの初期設定が面倒になりそうなので、その辺をどのように簡略化できるかと思いました。
- コメントさせていただきましたが、マッピングしやすいキャリアパスは競争優位性がつくりにくく、AIを駆使して過去に成功した人のキャリアパスと学びの相関データを活用した思いもしなかったマッピングができたりすると競争優位性ができるようにも思いました。
- まだ事業計画書まで至っていないので更に突き詰めるべき。このサービスでそこで記録されたものが履歴書として使えるプロフィール、RESUMEになる可能性があり、転職ビジネスサイトなどと提携するのはある、これからは日本の履歴書の形が変わるぐらいだと面白いと思います。
- 面白いと思うので頑張って欲しい。
- ▼ペルソナ
課題と提供する価値がミスマッチ感
- ▼コンセプト
複合的なスキルマップがどうなっているのか分からない。
- ▼ビジネスモデル
・教育コンテンツの楽天？よくわからない。
・プラットフォームにする時のグロースモデルは？よくわからない。
・経営者や上司、人事の方がどんな課題を持っているのかについてフォーカスがあまりい。お金を出す意味をどうやって感じるかを明確にして欲しい。
- ▼プロダクト
・インプットの部分が難易度高いと思うけど、どんな仕掛けがあるのかが話からない。
・マップの信用性の担保は？・キャリアを進めていくことが良かったかどうかの評価は？
・学習を自分のキャリアでどれくらい使えたのか、活用できたのかはどうやって測定する？
・ペルソナ、新しい部門で悩んでいる人をサポートする機能や仕組みがない。
・キャリアを進めていきたい人がキャリアを自分でデザインできるの？
・複数の専門性を持って学べるのはどんな特徴がある？本当に複数の専門性が高められるのかが気になった。
- ▼チーム
・チームとして具体的に活動していくイメージが湧かない。
- ▼コスト
・グロースにかかるコストが不明
・プロダクト作るのにかかるコストが不明・運営するためのコストが不明
- ▼活動イメージ
・実際にお金を出したときの活動イメージがわからない
- ▼活動報告イメージ
・活動方向と資金の利用情報のイメージがわからない
- ▼その他
・フォーカスしているポイントが教育のキャリアデザインをサポートとした場合は、実際の現場で活躍できるかどうかの評価と連動していない。そこが解決できる仕組みや体験に期待したい。
・人生をかけてやるって言うなら、まず何から取り掛かるのか、最小限まずどこから取り組んでいくのかまで決めてほしい。



ソリューション名

お風呂DE車いす

チーム名

自らバリアフリー車いすチーム

Customer
誰の？

【ペルソナ】
⇒事故で下半身不随になって
しまった40代前半男性

ある程度なら一人で行動
することができる障害を
持つ車いす利用者

Market/Competitor
市場規模は？既存解決策は？

“1人で既存の風呂に入れる”
車いすは、お風呂DE車いす
のみ
最初は特定の旅館と手を組
む形になるが、中長期的に
見るとほかの旅館も導入し
てくれる可能性はある

Problem
どんな課題？

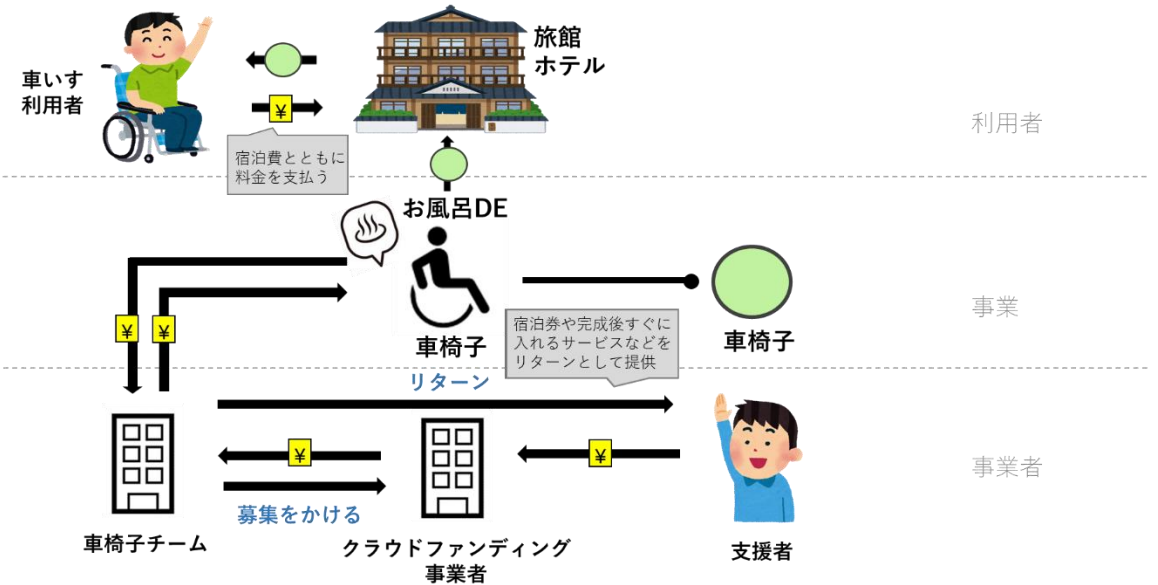
移動の際に段差があるこ
とや補助が必要になると
いう理由で、
(温泉などの) 大浴場に
入れないという課題

Why You?
なぜやりたい？

浴場で使える補助がい
らない車椅子をつくるこ
とで、車いす利用者の方
たちの“できない”を“で
きる”に変える機会を創
出した

Solution
解決策は？

車いすに乗った状態で
浴場内の移動ができ、
さらに一人で湯船の出入
りが可能になる機能を付
けることで解決する

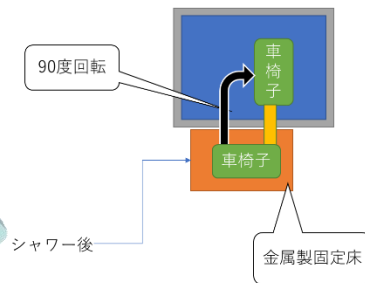
Why Now?
なぜ今？

BEFORE

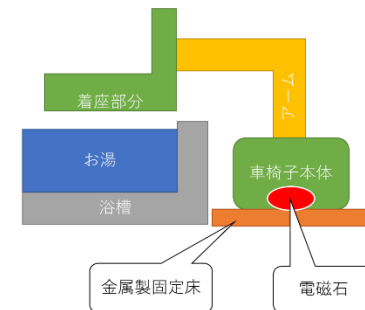


◆ソリューション詳細◆

上からみた図



横からみた図



インタビューを受けて…

車いす利用者の方々

- ・お風呂に入るハードルは高く、**入れない前提での旅行計画**が多い
- ・あったら是非使いたい
誰かと浴場に行けるだけでも嬉しい
- ・前に動くことは難しく、動きはかなり制限されているため**椅子のまま**入れる方がいい
- ・座面が固いと怪我してしまう
- ・上がった後のビショビショは？
- ・**手すりや足置きが動く方が乗り換えやすい**



シートベルトのようなもので固定

座面マットの素材を考慮

座面部分に穴を開け、水や泡が入らないように



ソリューション名

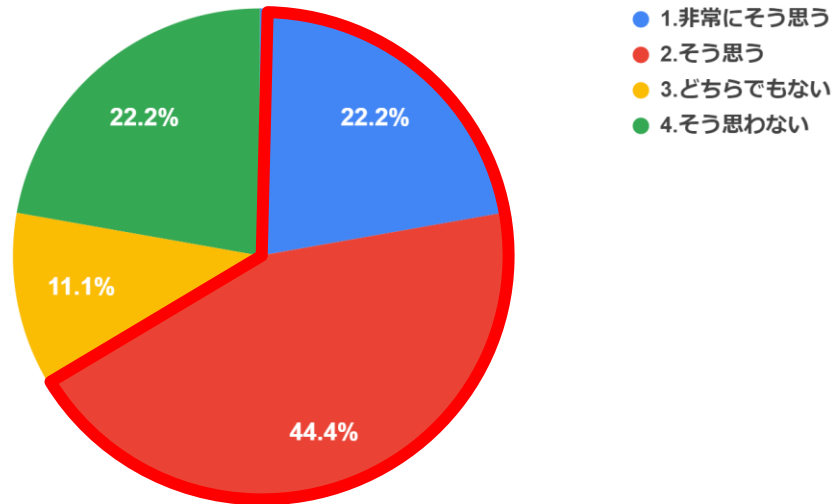
お風呂DE車いす

チーム名

自らバリアフリー車いすチーム

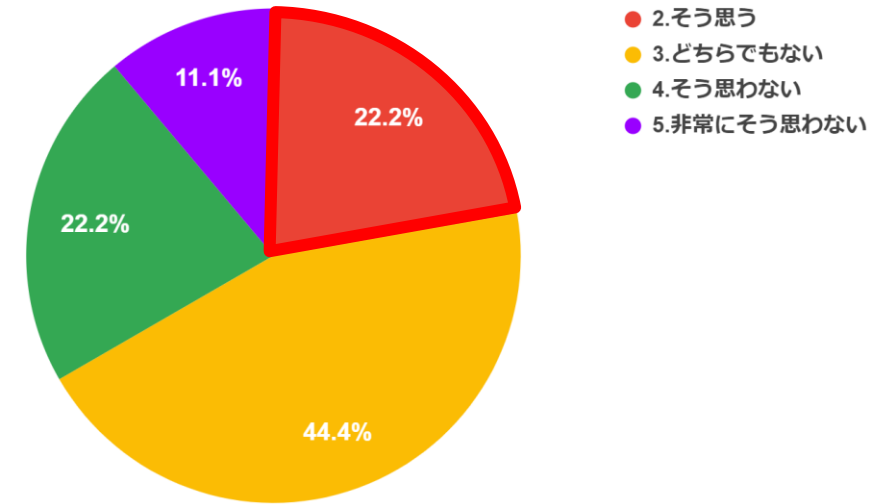
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 市場規模と料金イメージ、コスト上限の設計を見ないと判断できない。
- 10万円
- 金額の提示は難しいなあ。
- シナジー投資が中心なため投資はしないと思います。
- 未定
- 具体的な機構を考える調査費用として100
- 50-80万円
- 難しいですね。
- 現段階では実現可能性がみえず、判断できません。



ソリューション名

お風呂DE車いす

チーム名

自らバリアフリー車いすチーム

定性フィードバック

- 車いすの設計とコスト次第だと思う。車いすの設計については、いろんなパターンを考えてはどうか。例えば、ボストンダイナミクス の荷捌きロボットの先端に、シートをつけるのでも同様なソリューションができると思う。
 - 機構をもう一度自分の体でいろいろアイデアを考えてほしい。あまり電動的な力技ではなく知恵の輪的な解決方法を考えられないものか。
 - 発案者の方々の障がい者に対する眼差しが暖かい。ヒアリングをしっかりとっている。温泉、入りたいですね。
 - 中間報告の時から、かなり良くまとまってきたと感じました。車いすの操作性や安全性に関しては、実際のプロトタイプを作成して、課題解決を繰り返すことになるので、ビジネスモデルを引き続き検討していければ良いなと思いました。
 - リスクやものづくりの観点、事業性、ビジネスモデル等、実現可能性をあげるためにひとつひとつ解決すればよいかと思います。
 - テーマが難しく非常に大変であったと思います。お疲れ様です。技術的な知識なども必要でしたし、インタビューなどもしていたのですが、まだ2か月ではここまでのレベルかなと思いました。専門家が入らないとできない、介護関係・構造・デザインなど
 - 介護ってめちゃ大変なんです。それを踏まえ、ちょっと近い本件は、少し簡単に考えすぎている気がしますね。実現までに色んなハードルが多すぎるかもしれません。
 - 発想は面白いと思います。
- ▼コンセプト
 - ・ユーザーのニーズを満たす形で素晴らしいと感じた。
 - ▼ビジネスモデル
 - ・ユーザーは追加コストいくらやったら使いたい？利益がいくらあれば、事業を存続できる？
 - ・初期投資
 - ・クラウドファンディングをしたら、どうやってお金を集めますか？
 - ・このサービスが実際にどうやって集客する？旅館ホテルの集客に依存する？
 - ▼プロダクト
 - ・お風呂の広さや深さなどの条件、ホテル旅館の選定に大きく影響されそう。
 - ・実際に継続して儲かっていく、市場を広げていくまでの展望がわからなかった。
 - ▼チーム
 - ・チームの総括を見ると、経験にはなったけどやるつもりがなかった。
 - ・チームビルディングをする中で、絶対に形にしようというリーダーシップは取れていなかった。
 - ▼コスト
 - ・最初の作ってみるモデルにいくらかかるのか見積もりが気になった。
 - ▼活動イメージ
 - ・実際にやろう！となったときに、どうやってスタートするのかまではイメージしていないと感じた。
 - ▼活動報告イメージ
 - ・お金を払った後、どうやって活動を報告してもらえるのかが不明。明確にしてほしい。
 - ▼メモ
 - ・プロダクトに目がいきすぎていて、事業としての商売ができるかどうかとも考えてほしい。

開港都市テーマ（日本の夜明けプロジェクト）

最終報告内容&評価アンケート結果

評価アンケート有効回答数：10

（理事・アドバイザー・会員企業・自治体関係者）



ソリューション名

HAKODATEch Builder

チーム名

Team函館再生

ソリューションコンセプト①

コロナを経験した函館の二者が抱える問題をピックアップ
彼らのpain pointをうまく繋ぎ合わせ、win-winとなる取り組みを推進するよう、SSDCの新たな地方創生プロジェクトの一部として働きかけます

Customer 誰の?	Problem どんな課題?	Solution 解決策は?
<p>函館市内の大学生</p>	<ul style="list-style-type: none"> 自分の実力を活かしたアルバイトができていない 地域と交流を持ちたいが関りが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 自分たちの技能や想いを社会に出る前に試せる・稼げる場所を提供 地域のために成果を還元できる仕組みの提供
<p>函館市内の事業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新しいことにチャレンジしたいものの、何から始めればよいか分からない 将来のビジョンが描けないので投資できない 	<ul style="list-style-type: none"> 新しい事業や取り組みを、気軽に安価にチャレンジできる場を提供 よそよそしくなく、地域の信頼関係の中で導入できる環境を提供

事業起点

① SSDC主催 ワークショップ・サロン

- 函館の事業者同士の交流を図る
- 北海道新聞・函館新聞等の掲載を通じ集客
- 今後の事業方向性・事業課題について情報交換

▼SSDC主催ワークショップの例



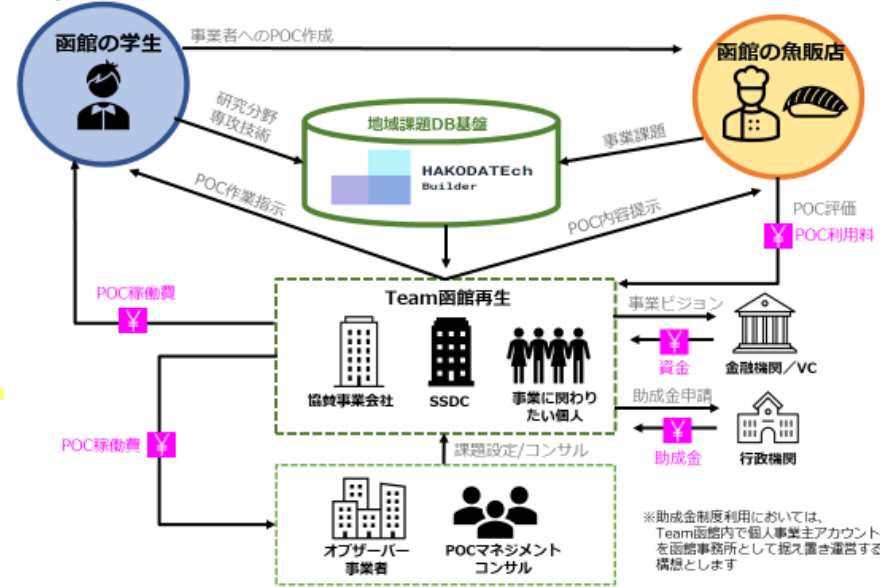
② 未来大学生の豊富な研究分野

- PBL (未来大学生の研究活動)
- アカデミックリンク (函館市内の教育機関による研究発表会)
- FunLocks (未来大学生を対象としたハッカソン)

▼未来大での研究発表内容



ビジネスモデル・フロー



- ① 学生は「自分の研究分野（ビーコンIoTを活用した鮮度通知）を活かした実証実験をしたい」旨を投稿
- ② 課題要望をデータベースへ集約、突合せ協業領域を発掘、PoC内容を策定
- ③ オブザーバー（地場事業者）・コンサル業者との連携（例：ハコレコドットコム社、異能ベリション事務局）
- ④ 金融機関・行政への申請・資金調達
- ⑤ 学生へ結果のフィードバック 課題解決へ向けたPoC作業依頼
- ⑥ 魚飯店へ結果のフィードバック 課題解決へ向けたPoC提案
- ⑦ PoCスケジュール、対応内容を学生へ指示
- ⑧ 魚飯店へのPoC実施
- ⑨ 学生の作業内容の確認・審査
- ⑩ POC内容への評価、事業化有無検討
- ⑪ 本格的な事業化→本提案に向けた構想・体制策定

ビジョン Open Space・Open Mind 函館の実現



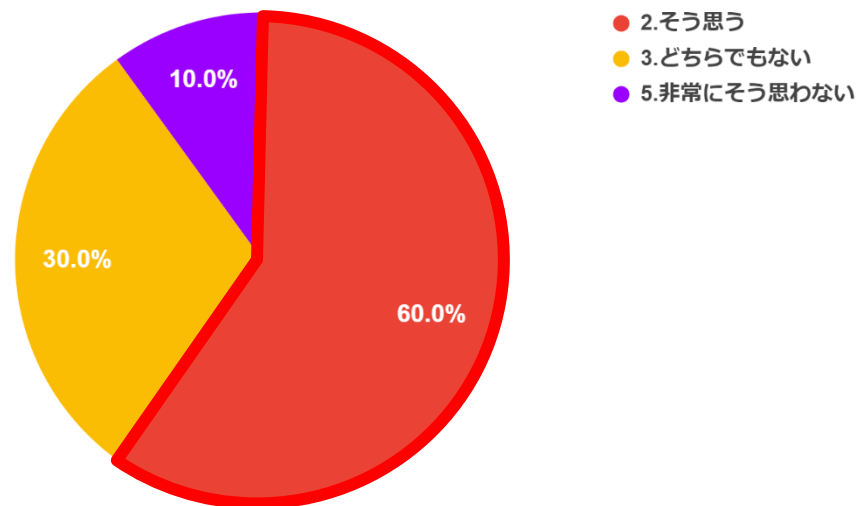


ソリューション名 HAKODATEch Builder

チーム名 Team函館再生

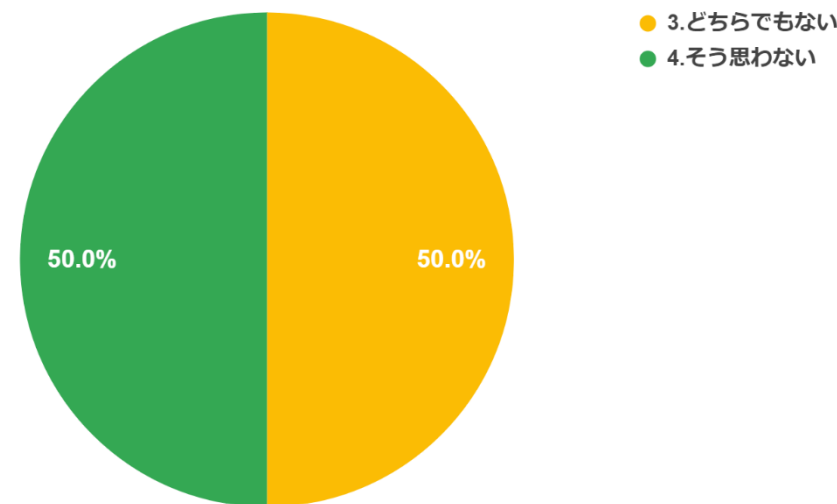
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 個人50万
- 0、コミュニティハブは評価しにくい(自分が投資基準についてピンとこない)
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- 0
- 未定
- 10,000円
- 現状では判断できません。
- -
- -
- 0円



ソリューション名

HAKODATEch Builder

チーム名

Team函館再生

定性フィードバック

- 趣旨はわかるが、何をフックしたら動き出すのか市役所か、大学か商工会か？やってみたらいいと思う。
- 事業者の課題を掘り起こす仕組みや大学生の専門性を社会に役立てるイメージをどう作れるかがポイントの一つかと思いました。
- PoCから先のイメージが分かるようにすると良いかと思いました。動画の説明は、リアルタイムで実施しないほうが、視聴者は聞きやすいと感じました。
- 行政連携がMustです。成功モデルが各都市展開して、アイデアのDBなど面白そうですね。一時的なムーブメントにならないように継続していくとリアルになるのかな？
- 街と学生がつながるのは良いアイデアだと思います。マッチングDBの難しさは感じました。そこは人の介在が必要では？PoCがゴールのように感じましたが、その先もフォローできる仕組みがあれば良いかと。単純に安価な労働提供にならないように学生のモチベーション管理も重要ですね。
- 函館だけでなく、他の地域にも共通する課題とビジネスモデルだと感じました。大変参考になりました。
- 「ココナラ」の地域密着版のような印象を受けました。大学生側のモチベーションは時給でしょうか。(継続的に参加できる仕組みになっているのでしょうか)もう少しターゲットが広くても良かったように思います。
- 学生がどう困っているか、具体的なストーリーが欲しかった。
- 実現可能性は感じるが、インパクトが弱いかな。継続する仕組みに出来るか。
- ▼プレゼン
 - ・発表者動画を入れたり、プレゼンする手法にこだわっていた。
- ▼ペルソナ
 - ・事業者→ニーズと課題がまだフワッとしている。どんな企業がどれくらいの規模感でいるのがよくわからない。
 - ・学生→アルバイトが求めている解決策なのか。仕事として切り出していくところと学業の連携やキャリアとしてのメリットがちょっとよく分からなかった。
- ▼コンセプト
 - ・函館という都市をよくしたいという想いは伝わった。
- ▼ビジネスモデル
 - ・具体的にビジネスとして動くというイメージが全くできなかった。事業化して、継続していくための収益を生み出すところが見えると嬉しかった。
- ▼プロダクト
 - ・手軽な値段→具体的にはいくら？オブザーバーへの支払いの原資は？
- ▼活動イメージ
 - ・デモがなかった。どうやってまず1つ目の実績を作っていくのかまでの道が見えない



ソリューション名

ベア工房 Boost your challenge

チーム名

学生ペルソナ_地方と都市の交流_地方創生を加速させるビジョン共感型の関係人口プラットフォーム

Customer 誰の?

想定ペルソナとストーリー
イメージが伝わる図 など
北海道（函館）に住む、「お菓子作り
に挑戦しよう」と思っている女子大
生。

Problem どんな課題?

その人の抱える主な課題は？ 原体験・不の体験は？
シヨブ（機能・感情・社会）と、置かれている付帯状況は？
紙のレシピでは理解・再現が難しい。
また、計量ミス・材料の不足。函館に
は製菓材料店がなく、材料を集めるの
が困難。移動時間が大幅にかかる。

(札幌まで片道 車で4h、バス6h)

Solution 解決策は？

一言で言うと、どんなソリューション？
その中核的な提供価値は？

必要な食材を配達して、レシピ動画を
配布することでどこでも授業を受けら
れるようにする。

Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？

中長期的に想定される顧客層と市場サイズは？
現在どんな代替解決策がある？ 差別化のポジションは？

レシピ動画配信サービスはコロナの影
響もあり増加傾向にあるが、食材準備
の必要がないサービスはない。

Why You? なぜやりたい？

なぜこの事業アイデアを進めたいのか？ 何を表現したいか？
自分たちならではの強み、特性、視点は？

都市から地方への引越経験。
外的要因に左右されず挑戦できる環境
を作りたい。

Why Now? なぜいま？

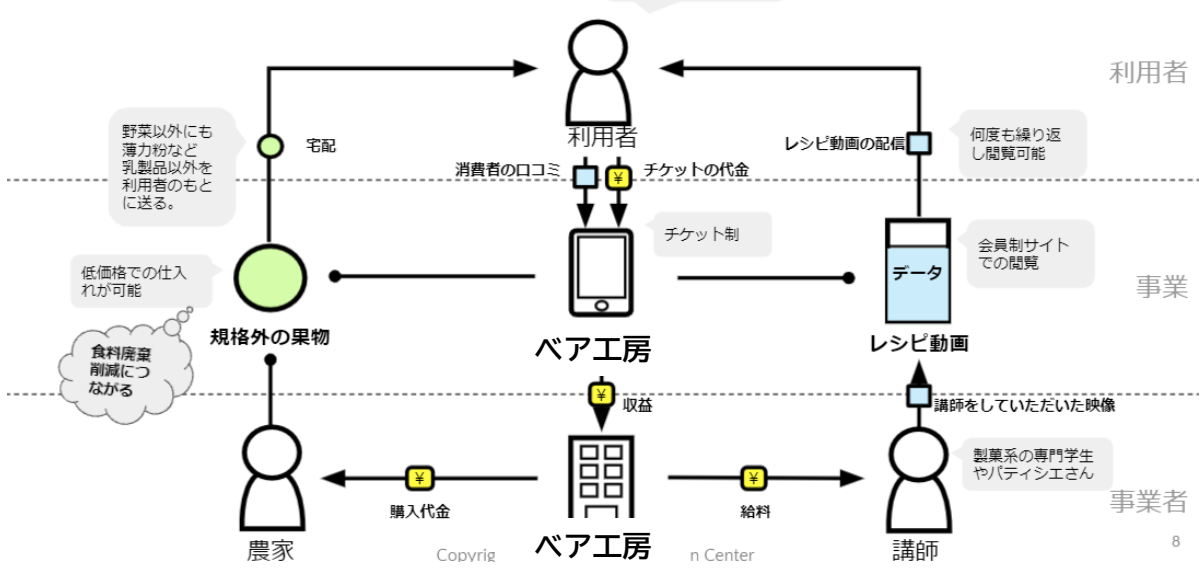
機会となるマクロのトレンド・背景は？
事業の意義（社会・顧客・==たちにとって...）

コロナ渦で自宅にいる時間の増加。
趣味を作りたい人の増加。



ビジネスモデル図解

必須



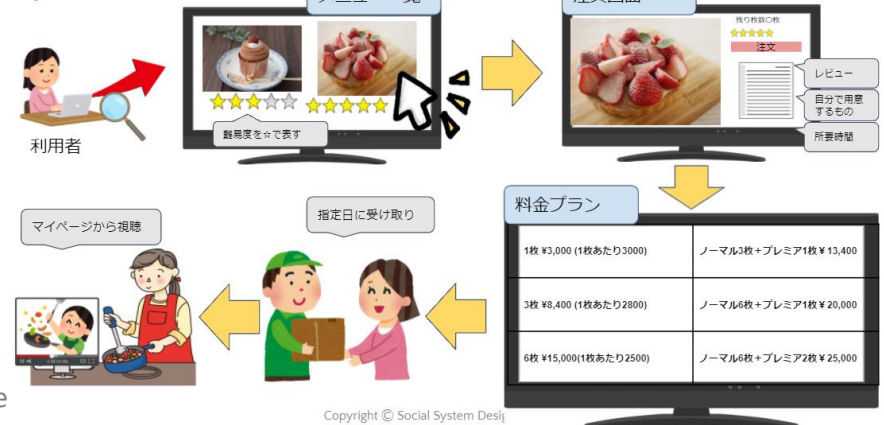
BEFORE

「準備の手間の少なさ」と「再現性」を実現する

AFTER



利用シーン例





ソリューション名

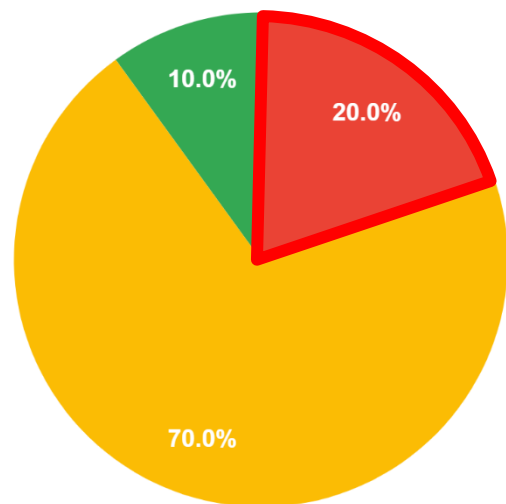
ベア工房 Boost your challenge

チーム名

学生パーソナ_地方と都市の交流_地方創生を加速させるビジョン共感型の関係人口プラットフォーム

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

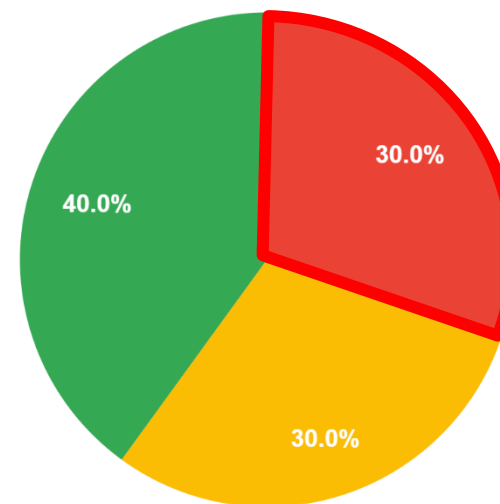
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 2. そう思う
- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 2. そう思う
- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない

- 10000円
- 30万
- 個人50万
- 10万円 コンセプトがいいですね
- 100000円
- 0
- 未定
- 50,000円
- —
- 現状では判断できません。
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。



ソリューション名

ベア工房 Boost your challenge

チーム名

学生ペルソナ_地方と都市の交流_地方創生を加速させるビジョン共感型の関係人口プラットフォーム

定性フィードバック

- 通販材料屋さんがあるのでそちらではだめなんですか？
 - 社会課題のフードロスや函館在住のお菓子作り好きの方のペインがよくわかりました。
 - 発表の内容はとても分かりやすかったです。函館だけでなく、他の都市と連携できるとさらに魅力が高まりそうだと思います。
 - スタートプレゼンでは函館の女子大生に限定すると実際の事業としての採算性はありますか？と思いました。斉藤さんのプレゼンでは可能性が広がりました。プレゼンの一貫性に違和感を感じました。材料調達の初期投資と最小オーダーとのバランスが整合性が？と思いました。プレゼンのストーリーの最終編集は？
 - 北海道に限定する意味があるのかと感じました。材料だけではなく特殊な機材も送ればより簡単に楽しめるのでは？
 - 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。
 - お菓子作り趣味の方は道具のコレクション要素もあるようなので、道具販売があっても良いのかなと思います。
 - 廃棄材料の転用いいですね。規格外の果物を買付けするプロセスについて、もっと聞きたかったなと思いました。
 - スイーツという課題が狭い。
- ▼コンセプト
コンセプトは面白い。
 - ▼ビジネスモデル
・15000人がユーザー
→市場として成り立つ数字としてどういう計算をしたのかよくわからなかった。
・廃棄される食材を使う
→廃棄コストは月、年間いくらなのか？それに対して配送コストや管理コストに対しての利益は生産者に還元できるのかも考えるといいなあと感じた。
・広告
→北海道の大学→なぜ出してくれるという見込みがあるのか分からなかった。
・SNS広告
→予算や、狙いなどが分からなかった。広告を打てば集客できると勘違いしている。
 - ▼プロダクト
・レシピ動画の提供と食材の配送
→なぜライブではなく、動画なのかが分からなかった？運用の手間をネックに考えている時点で熱量を感じない。
・縛り？
→縛りというのが具体的によく分からなかった。メリットと推しポイントがよくわからなかった。効果的だと確信しているなら、教えて欲しかった。
 - ▼チーム
・取り組むに当たって、顧客となる学生とのコミュニケーションなどを取る体制に興味があった。
 - ▼コスト
・動画をつくるコストを含めメディア運営をしていくコストを知りたい。
 - ▼活動イメージ
・実際にこうやって動いていこうと思いますというミニマムなスタートを示して欲しかった。



ソリューション名

開墾都市 - 港町で始める里山体験

チーム名

スマートハブ都市・神戸

Customer 誰の？

【Persona】
30代フリーランスデザイナー・女性・北海道出身
Macがあれば場所を問わず仕事ができる環境。
猪突猛進。気になったら飛び込むタイプ。
フットワークが軽く新しいことに興味はあるが
人見知り。



Problem どんな課題？

【不の要素】
・体験を発信したいが増やせていない
・偶発的な発見が常に必要
(一日乗車券で途中下車するのが趣味)
・田舎暮らしに興味はあるが、受け入れ先の
圧が凄い。飛び込めない。



Solution 解決策は？

・里山体験/酒造体験/古民家体験など
神戸の里山地区を活かした「体験の切り売り」
・フリーランスにメンバーシップ登録してもらい
現地滞在メンバーをマッチングする
→人的交流・偶発的要素
・サブスクリプションモデルを想定
年額¥5,980~¥7,980程度



Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？

直近3年間でフリーランス人口は約500万人
増加。労働人口の4分の1近くに。
副業ベースのフリーランス人材も増加傾向にあり
市場規模は10兆円規模。
※【ランサーズ】フリーランス実態調査2021

Why You? なぜやりたい？

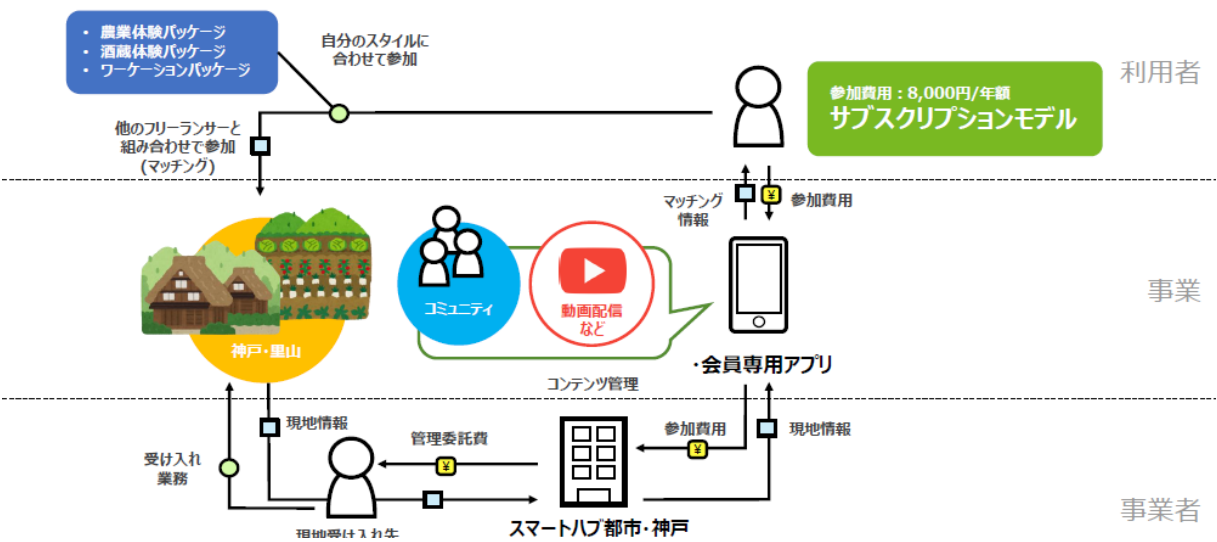
・個がもつインサイトの部分へのフォーカス
・フリーランスが持つ「不」の解消

Why Now? なぜいま？

・フリーランスに限らず、テレワークなど柔軟な
働き方が定着している。
・将来的に神戸市外に勤めながら
神戸を第二の故郷とするような
新たな「帰港人口」を作りたい。



ビジネスモデル図解



Copyright · Social System Design Center



誰の

30代女性 デザイナー(フリーランス)
北海道出身・札幌在住

Macとバンパがあれば、どこでも仕事ができるがセキュリティ面から自宅で仕事を心掛けている

猪突猛進・フットワークが軽く
思い立ったらすぐ行動

どんな課題

フリーランスとして刺激が必要
偶発的な要素(一日乗車券の旅)
みたいなものが足りない

体験を発信したいが自宅ばかりで
増えてこない

里山暮らしに興味があり参加経験も
あるが、地元定住への**圧**がすごい
女性なので「嫁」への期待、など

【チームの仮説】
一日乗車券的な手軽さで
里山暮らしなどを通じた
「発信できる体験」を提供できないか？

趣味「一日乗車券」から下車の旅

コロナで外出できない為
パンづくりに変更

オンラインサロン運営など
発信するコミュニティを
もっている



ソリューション名

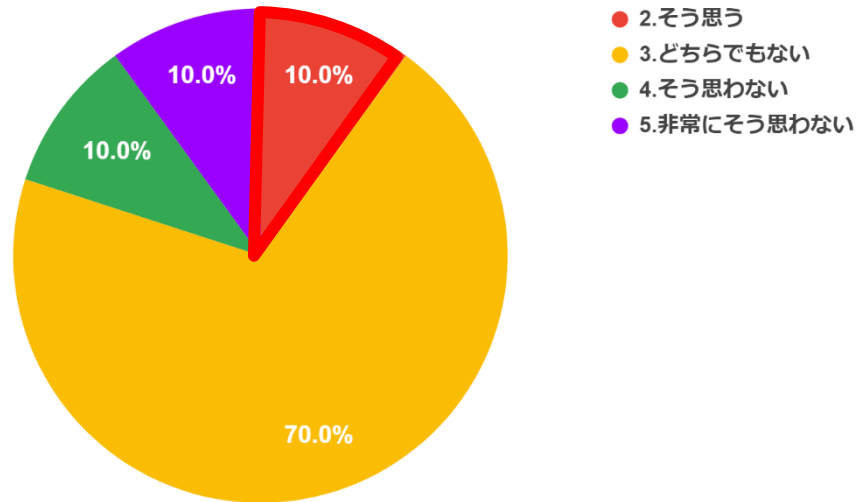
開墾都市 - 港町で始める里山体験

チーム名

スマートハブ都市・神戸

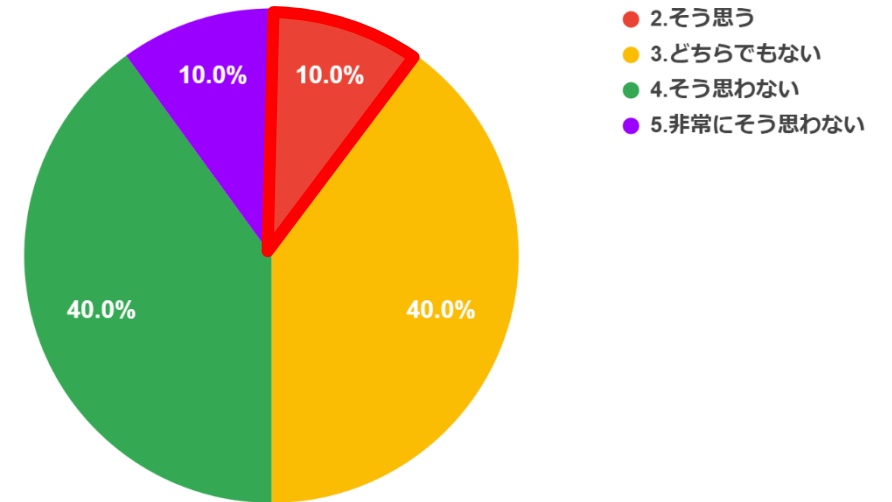
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 50万
- 0、解決する問題のフォーカスがあと一步ほしかったですね
- ¥
- しない
- 0
- 未定
- 10,000円
- -
- 現状では判断できません。
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- 0円



ソリューション名

開墾都市 - 港町で始める里山体験

チーム名

スマートハブ都市・神戸

定性フィードバック

- みんなが思っているとは思いますが、やってみたらいいのではないかと思います。
- 受け入れ側の圧があるということは受入側と応募側のマッチングがうまくいっていないので、そのアンマッチを解消する仕組みが必要に思います。里山体験の1週間のプログラムを(継続的に)行うことはかなりスキルが必要に思いました。
- 利用者に8000円/年を支払ってもらう価値提供が明確だと良いと思いました。
- ペルソナの設定が限定しすぎるのと 何故神戸？も確かにある。他の同じようなサービスと差別化・魅力が伝わってこない。
- 港町なのに里山の意外性を感じました。一日乗車券＝偶発性と思いますが、パッケージ制にすると偶発性が楽しめないのでは？体験を提供する側のインセンティブは？お金のみ？
- フリーランスが地域の拠点に集う環境を作ることで、移住促進や地域内での受発注の促進など、様々な地域課題を解決する糸口になると期待しています。
- ペルソナのスライド、すごくよくなりました！圧と偶発的要素から、ソリューションのつながりをもう少しだけ深める時間がほしかったですね。とにかくお疲れ様です。
- インパクトが弱い。
- ▼ペルソナ
フリーランスのインタビューした人の掘り下げすごい。仕事の受け方や、集客、SNSでの活動などをもうちよっと掘り下げて、見込み顧客をどうやって見つけていくのか、繋がっていくのかまでできたらイメージがより強まった気がします。
- ▼コンセプト
・定住ではなく、旅という視点の切り替えはリアルになったと感じた
- ▼ビジネスモデル
・料金なぜサブスクなのかよくわからなかった。
- ▼プロダクト
・なぜ神戸なのか？神戸で年間8000円を使って得られる体験の魅力が少ない。
- ▼チーム
・具体的に事業を起こす熱量を感じない。
- ▼活動イメージ
・実際にやるとなった時のシュミレーションができていない。実際に自分がお金を払って体験したいか？を考えるとところから。

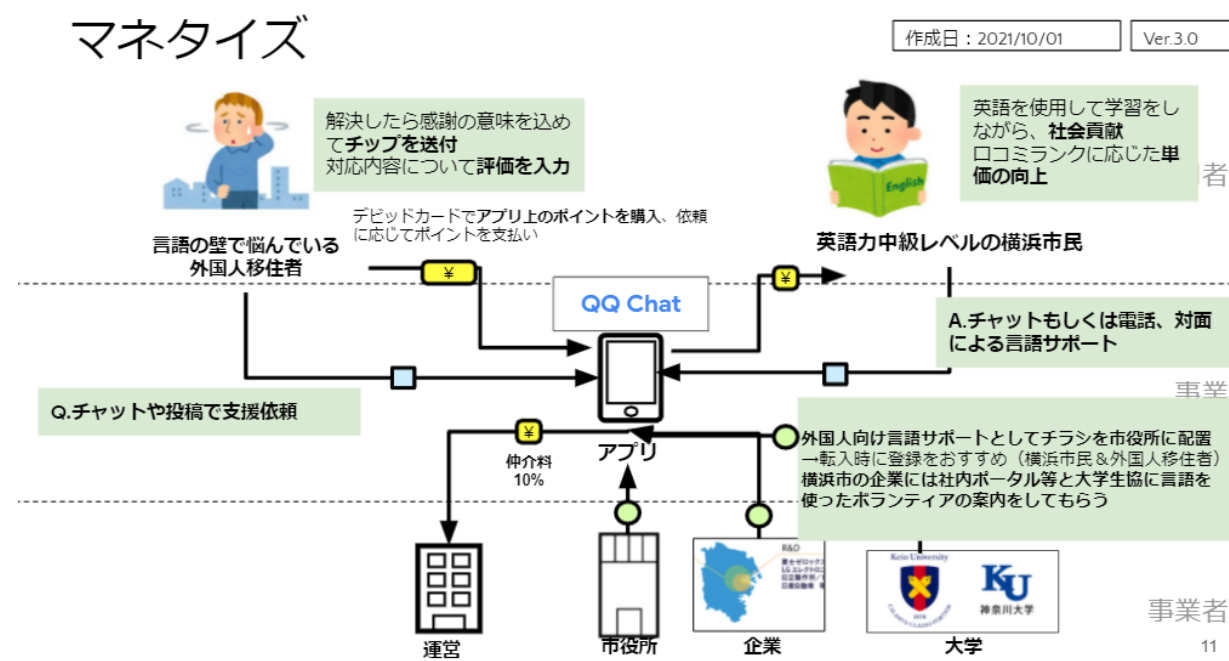


ソリューション名 チーム名

QQ Chat -外国人移住者向けCtoC生活支援サービス- 異人をつなげるチーム

作成日：2021/10/01 Ver.3.0

<h3>Customer 誰の？</h3> <p>日常生活で困りごとを抱える横浜市に在住する外国人移住者 推定:5万人</p> <p>英語学習意欲があり社会貢献を目指す横浜市に在住の日本人(労働者+大学生、専門大学生) 推定:13万9千8百人</p>	<h3>Problem どんな課題？</h3> <p><外国人移住者></p> <ul style="list-style-type: none"> 日本固有の複雑な交通事情 英語でレストランの情報が見つからない 確定申告、転入、結婚、出産時の書類の書き方がわからない <p><日本人></p> <ul style="list-style-type: none"> 英語で社会貢献したいが対面と話すのには抵抗がある お小遣い稼ぎしたい 	<h3>Solution 解決策は？</h3> <p>チャットやテレビ会議による外国人移住者のサポート</p>
<h3>Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？</h3> <p>言語で困っている外国人移住者 推定:5万人 このモデルが成功すれば他の都市や世界の言語の壁を抱える地域が新たなマーケットになる</p> <p>既存解決策： 有償ヘルプライン ¥148,500 + 税/1年間 異文化センター 月曜日～金曜日 10:00～17:00 第2・第4土曜日 10:00～13:00 リアルタイム性と地元根付いたアドバイス、価格差(必要分だけ課金)という点で差別化</p>	<h3>Why You? なぜやりたい？</h3> <p>グローバル化が進む中で、横浜を日本の海外交流の最先端の場にして、外国人移住者のインバウンドを増やすことで横浜市発展に繋げたい。 日本人の英語力を向上と社会貢献欲求は高まる中でその目的を満たせるサービスを出したい e.g. 日本人の言語学習の同期</p>	<h3>Why Now? なぜいま？</h3> <p>横浜市の外国人移住者増加数 +68,560名 増加率 308%</p> <p>日本人の外国人に対するボランティア欲求の高まり、COVID-19による非対面コミュニケーションの障壁の低下(技術に慣れてきた)</p>



ソリューションのターゲットと提供価値



ポジショニングマップ



者

事業

事業者

11



ソリューション名

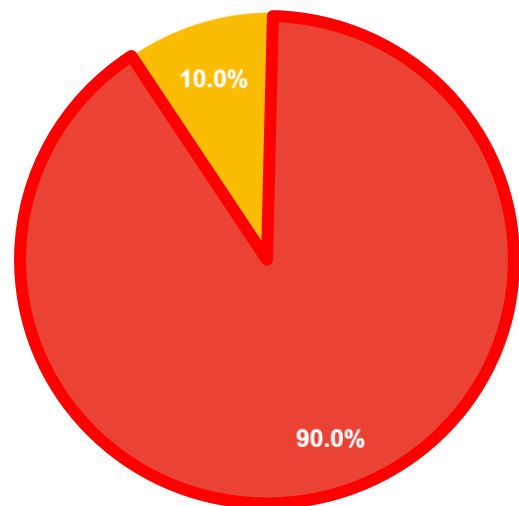
QQ Chat -外国人移住者向けCtoC生活支援サービス-

チーム名

異人をつなげるチーム

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

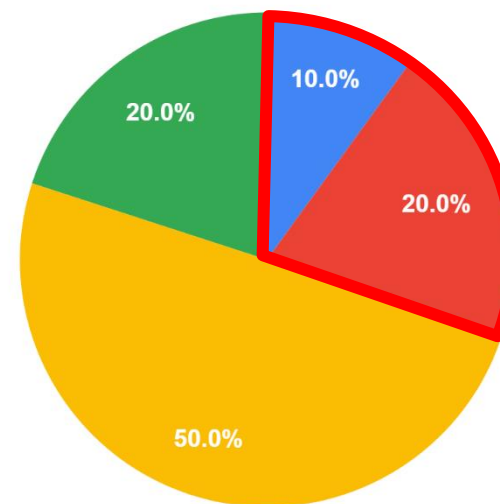
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 2. そう思う
- 3. どちらでもない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 1. 非常にそう思う
- 2. そう思う
- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない

- 20万円 レストランの話好きです
- 100,000円
- 50000円
- 個人100万
- 50
- 未定
- -
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- -
- 現状では判断できません。



ソリューション名

QQ Chat -外国人移住者向けCtoC生活支援サービス-

チーム名

異人をつなげるチーム

定性フィードバック

- ボランティアでやってくれる人で最初は無料でやってみることがいいかと思います。今は、テレビ電話でできると思います。それを、支援してやってみる価値はあるかと思います。
- ビジネスを拡げて多様性を尊重するのであれば、外国人の母国語も多様化する必要があるかと思ます。
- Uberのようなサービスで、対応者を評価できるところは良いと思いました。
- 移住者のヘルプサービスは我々が海外に行った時に本当にあったらとおもいます。ツアー会社のヘルプデスクやその他では現地では解決できないことが沢山あります。子供が留学したときに感じました。実際には留学した子供への支援サービスは高くても入りました。それとはコンペアできませんが、契約したら解決をリードしてくれるのは絶対価値がある。
- よく出来ている仕組みと感じます。単純なGoogle翻訳で解決しない問題が対応できるのは魅力であるが、日本人側にもある程度各分野の専門性が必要ですね。サービスを受ける外国の方も相手はボランティアである(=必ずしも正解ではない)事を受け入れてもらう必要あるかと。
- 今後、一層重要性が高まる地域課題とニーズだと感じました。具体的な事業イメージをプレゼンいただき非常に参考になりました。
- 英語以外の言語、海外展開など色々な可能性を持ったサービスアイデアだと思います。支援者側の登録者数を増やす施策を考えていただきたいと思います。
- あくまで個人的な好みですが、レストランへの入店拒否をサポートするサービスから始められないかなと思いました。採算は別途検討ですが、課題と解決、電車ほどスピードが求められない点がちょうどいいかなと思ってます。一方で、豆を買いたい切実さがあまり感じませんでした。
- 実現可能性を感じた。場が荒れないためのモニタリングは必要かと思う。
- ▼ペルソナ
 - サービスに参加するサポートの提供者がどんな人なのが見えなかった。
- ▼コンセプト
 - 外国人移住者にアプローチがおもしろい
- ▼ビジネスモデル
 - ネットワーク効果が挙げられているが、システム開発や運営コストに対しての課金アクティブなユーザー数の確保？
 - 地元有識者の獲得
 - 仮説がない。サイト登録が必要などのハードルがあると競合では言っていたが、このサービスもサイト登録などの対応が必要だと感じた。支払いをするアカウント登録が必要では？
 - 手数料10%
 - 資料にあった100円からなどの利用料で、継続可能なビジネスモデルにしていくためには、どれくらいのユーザーが必要かのシュミレーションがあるとよかった。
 - 企業や、大学に設置
 - お金をもらう？無料で置かせてもらう？提供するメリットは？
 - 外国人の移住者に対しての街の人がサポートできないと感じるデータがあったが、これができるのかがちょっと疑問だった。
- ▼プロダクト
 - 無料だったら使いたいという人を含むアンケートをユーザーの母数にして、コストを支払うようなサービスをどうやって作るのかを知りたかった。
 - 匿名匿名とすることですが、匿名にした時のおもしろさや、サポートした方の自己重要感などの報酬が少ない気がする。
- ▼チーム
 - プレゼンテーションの準備やデモの用意がしっかりできていた印象を感じた。



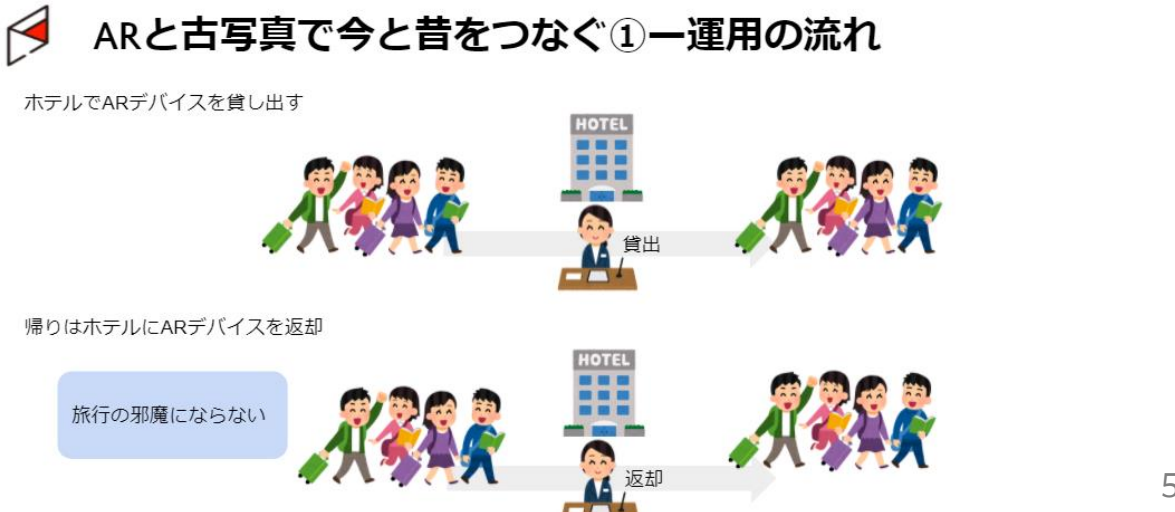
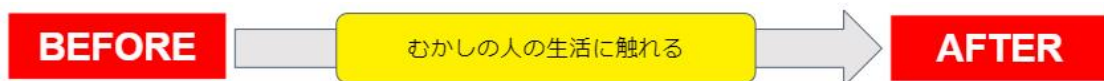
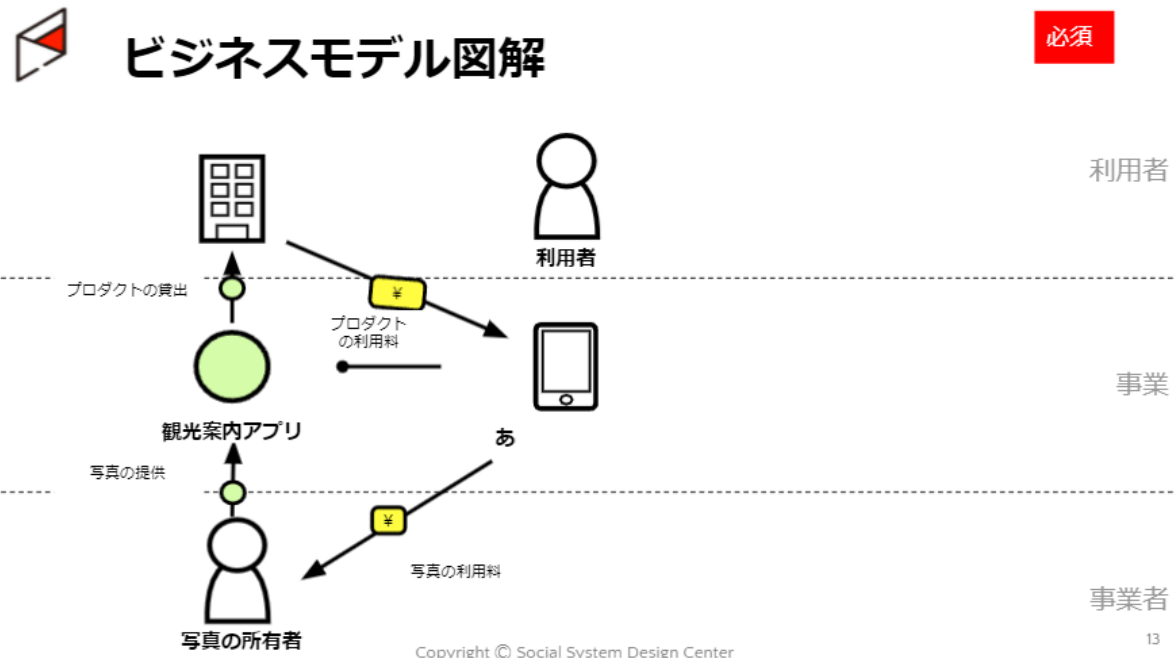
ソリューション名

ARと古写真で今と昔をつなぐ

チーム名

古写真データベースの作成とARアプリの開発

<p>Customer 誰の？</p> <p>想定ペルソナとストーリーイメージが伝わる図 など</p> <p>20代の観光客 都市部在住で旅行目的で地方に行く</p>	<p>Problem どんな課題？</p> <p>その人の抱える主な課題は？ 原体験・不の体験は？ ジョブ（機能・感情・社会）と、置かれている付帯状況は？</p> <p>①観光のマナー化で楽しみ方が単純になっているのを改善したい ②思い出に残るものを体験して、旅先のことを知りたい ③SNSで旅行先の情報を載せて注目されて、羨ましいと思われたい</p>	<p>Solution 解決策は？</p> <p>一言で言うと、どんなソリューション？ その中核的な提供価値は？</p> <p>AR機器およびアプリによる、古写真とそれが撮られた想いを通じて人々の暮らしを体感することができるもの</p>
<p>Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？</p> <p>中長期的に想定される顧客層と市場サイズは？ 現在どんな代替解決策がある？ 差別化のポジションは？</p> <p>20代旅行者が長崎を訪れている人の割合が約84万人である。</p>	<p>Why You? なぜやりたい？</p> <p>なぜこの事業アイデアを進めたいのか？ 何を実現したいか？ 自分たちならではの強み、特性、視点は？</p> <p>より地域のことを知ることで、その地域における関係人口を増やすことにつながると考える</p>	<p>Why Now? なぜいま？</p> <p>機会となるマクロのトレンド・背景は？ 事業の意義（社会・顧客・=たちにとって...）</p> <p>AR機器の発達とコロナ禍によるソーシャルディスタンスの確保が必要であること</p>





ソリューション名

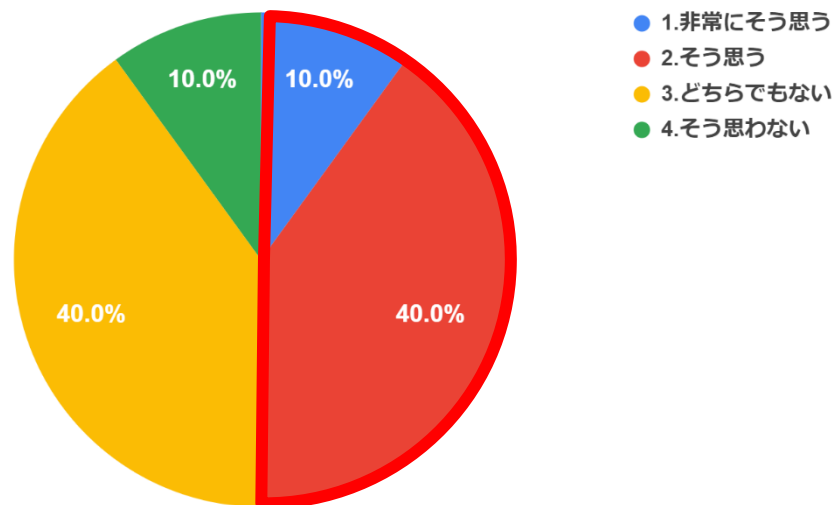
ARと古写真で今と昔をつなぐ

チーム名

古写真データベースの作成とARアプリの開発

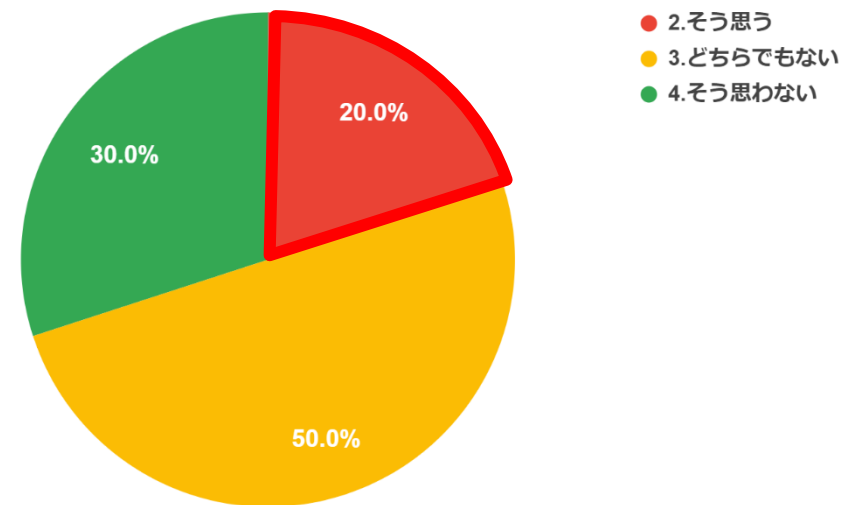
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 10,000円
- 500000円
- 120
- 現状では判断できません。
- 0
- 未定
- 0, コンセプトすごく素敵です。旅先より久々に帰った地元の昔の風景が見たいのですがどうでしょうか？
- -
- -
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。



ソリューション名

ARと古写真で今と昔をつなぐ

チーム名

古写真データベースの作成とARアプリの開発

定性フィードバック

- とても支援しやすい金額です。素材はどうやってマッチングできるのか継続的に考えてほしい。歴史のある街だとなおさら面白い。東京の銀座とか写真がいっぱいあるところで自動的にGPSでまっちさせるとか。やってみる価値はあると思います。
- 面白いと思います。古写真が集まる仕組みや解説を作り出す工夫や古写真とともにそのメタ情報を整備することが必要に思います(アルバイトでは厳しいように思います。)ARだけでなく位置情報を利用してBOOKにするなどの出口の多様化するなどのアイデアもあと思いました。ターゲットを旅行者としていますが、地元の良さを理解する教育コンテンツになるように思います。
- ARデバイスがスマホアプリになると普及すると思いました。
- 学生限定だと採算モデルが本当に取れますかね。また4000円の貸し出しはリアルに払えるかな？ARデバイスを持っているベンダーと組んで実証実験をすべき。
- ARデバイスをつけて歩くか？スマホをかざして見える方がよいのでは？歩いて観光する特定ルートに限られる(すべてを網羅出来ない)？写真だけではなく歴史イベントの紹介も見えたら良いのでは？
- 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。
- マネタイズがとても具体的で良かったです。是非サービス化してNHKブラタモリに持ち込んでください！
- 個人的にすごくほしいのですが、料金が安い気がしてます。どれくらいの古い景色を見られますか？展望台の望遠鏡みたいに、自治体の費用持ちで古写真のある場所に設置するのもいいかもしれませんね。(やってるところがありあそうですが)
- 自治体相手のビジネスとして成立しうが、単発のプロジェクトで終わりそう。
- ▼ペルソナ
 - 古写真に価値を感じる旅行が趣味の学生がいるのかよくわからなかった
- ▼コンセプト
 - マンネリ化の打破というのはちょっと謎。
 - 地域へのインバウンド需要の喚起や、地域住民に地元企業が提供する広告、地域の魅力を擬似体験してもらおう不動産の下見のような需要であれば、ARデバイスの録画機能(あれば使って、体験するなど)を想定できた。
- ▼ビジネスモデル
 - ホテルがお金を出す理由や、ホテルへの集客が強化される導線などをもっと深掘りしたら実現しそうだっただ。
 - ARデバイスを作っている企業からの広告収入+デモ機の貸し出しを受けることができれば、しっかりビジネスとして小さくスタートできそうに感じる。
 - ARコンテンツの制作の部門に関しては、実際に研究している大学の学生と一緒に作っていくなどコストをしっかりと考えていく
- ▼プロダクト
 - 古写真ではない、可能性も探して見ると良さそう。
 - 古写真のユーザーの母数が想定しづらかった。ご当地の企業や飲食店の広告をAR上で入れたり、展示会の音声ガイドのようかなたちで街を回れるというツアーなら小規模で開催されると感じた。
- ▼チーム
 - しっかり事業にしていこうという姿勢を感じた！
- ▼コスト
 - 初期費用を書いて実際に事業をやっていこうとする姿勢がすごくよかったです！！
 - 開発コストや、実際のコストを見積もっていないこと。



ソリューション名

ミライストキャンプ

チーム名

ミライスト

<p>Customer 誰の？</p> <p>部下の成長を促したい <u>マネージャー</u></p> <p>何かを変えたい <u>大企業の従業員</u></p> <p>潜在的課題を抱える <u>中小企業経営者</u></p>	<p>Problem どんな課題？</p> <p>大企業マネージャー</p> <ul style="list-style-type: none"> 社員の視野を広げたい 社員に組織戦略策定経験をしてほしい 離職して欲しくない <p>大企業の従業員</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分のスキルを活かして働いてみたい 感謝されたい <p>中小企業経営者</p> <ul style="list-style-type: none"> 会社の将来を考える時間がない 社外の視点がない 	<p>Solution 解決策は？</p> <ul style="list-style-type: none"> マッチング:社員の声を聞き、経営戦略ロードマップを作りたい中小企業(社長)と、今後新規事業開発や組織リーダーをめざす大企業の社員(以下、参加者)をミライスト事務局がマッチング。 インタビュー:参加者による中小企業の社員へのインタビュー 経営戦略ロードマップを策定:参加者は、インタビュー結果を社長と共有し、社長とともに、経営戦略ロードマップを策定する。
<p>Market/Competitor 市場規模は？既存解決策は？</p> <p>市場規模(大企業からの研修費)</p> <p>TAM: 121億円 SAM: 3億6000万円 SOM: 1億円</p> <p>+ 中小企業からの調査委託料</p> <p>既存解決策</p> <p>大企業: 座学での研修 中小企業: 自力解決</p>	<p>Why You? なぜやりたい？</p> <ul style="list-style-type: none"> 横濱にルーツを持つ私達だからこそ、もっと横濱が世界的なイノベーション都市となり、魅力的になって欲しいと考える。 越境する事のメリットを分かっている私たちだからこそ、この事業を進められる。 	<p>Why Now? なぜいま？</p> <ul style="list-style-type: none"> 社外の知見によるイノベーションの創造形成のニーズの増加 副業・兼業など組織の壁を超えて働くことが以前よりも容易になっている。 優秀な社員の確保と社員スキルアップ



今までのマネジメント手法では通用しない。
この変化の激しい時代をのり切るスキルをもった人材がない。



誰もが変化の激しい時代を乗り切るスキルを身に着けている。
自ら事業戦略を考え、主体的に動いている。

スキルを習得したいが、本業もある中で時間の確保が出来ない。



安心して社外で自分の価値を認識。
短時間で新しい視点とリーダー経験を獲得できる。

やりたい事はあるが、何をどうやったらいいのかわからない。自分で考えないとイケないが。。

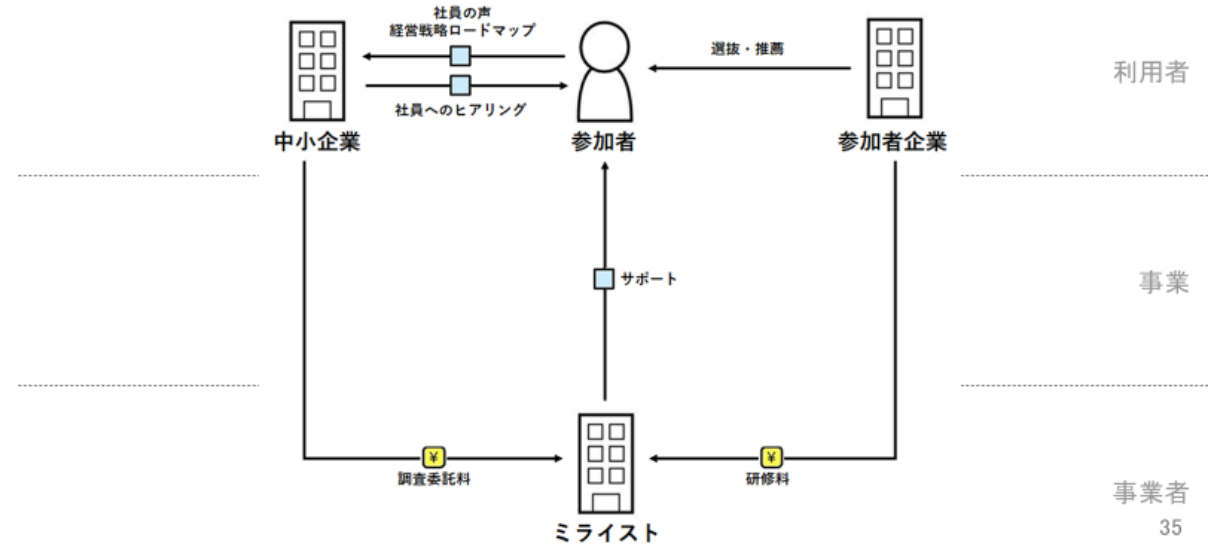


社員の声を聴く事で経営を客観視し、新しい視点とノウハウがもたらされる事により、経営戦略実行に向けて動き出す事が出来る。

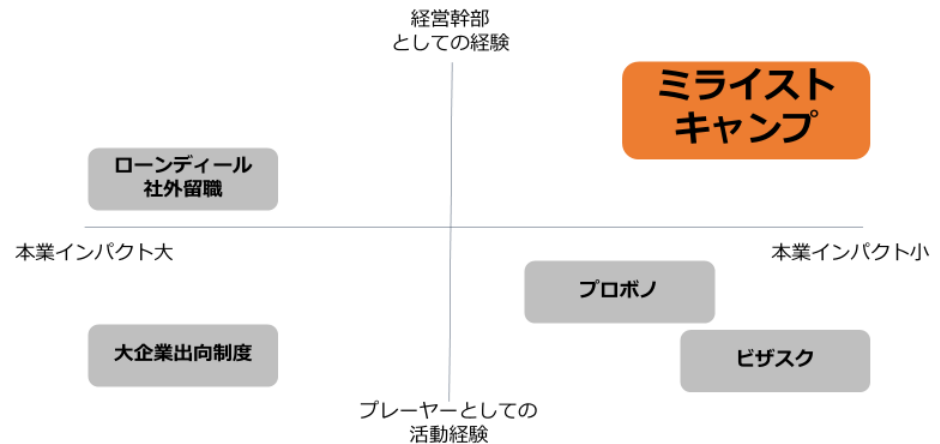


ビジネスモデル図解

必須



先行事業との差別化要素





ソリューション名

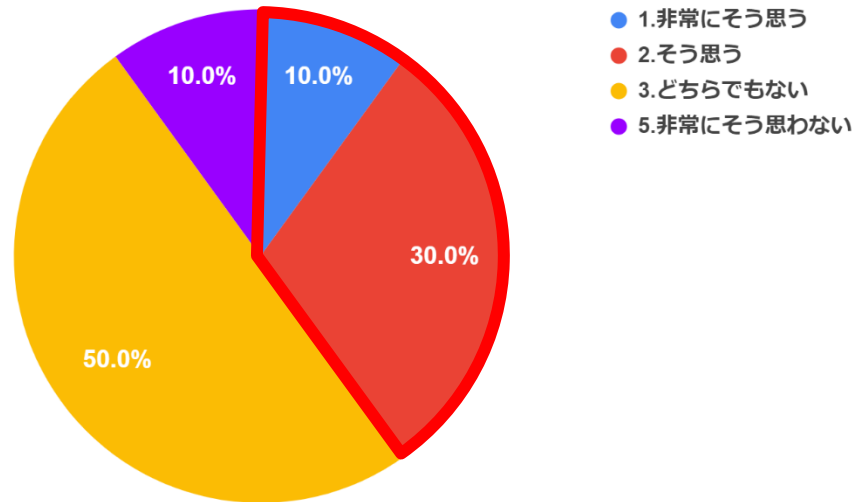
ミライストキャンプ

チーム名

ミライスト

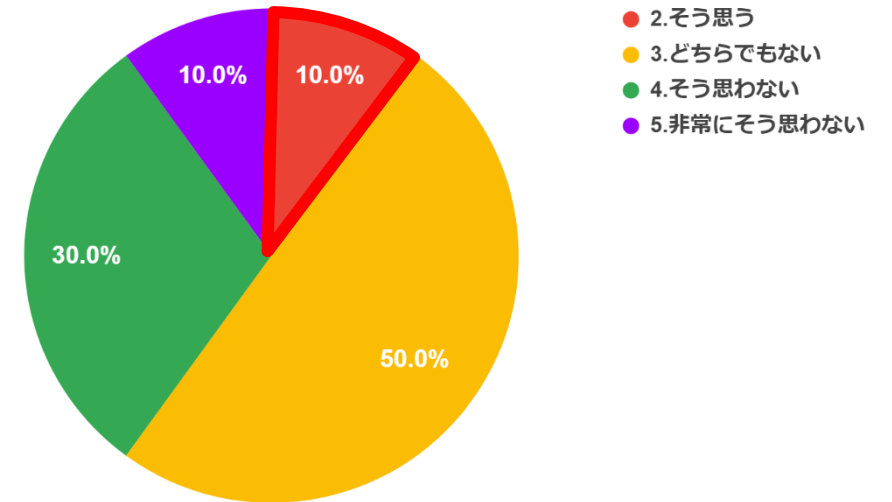
SSDCとして事業アイデア継続支援すべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援すべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- 現状では判断できません。
- 未定
- 0
- 0
- 20万円、中小企業、他社の2名とつながれるのはいいですね
- -
- 10,000円
- -
- 0円



ソリューション名

ミライストキャンプ

チーム名

ミライスト

定性フィードバック

- ビジネス感が見えないのですが、継続的にその場をFBなどで初めてみたらどうでしょう。
- 人材の流動化がイノベーションの鍵だと私も思います。人材の流動性により、大企業と中小企業の連携・マッチングして新たな価値が創発されることが実現できるとよいかと思えます。コンセプトにとっても共感しました。
- 横浜市と連携してアウトプットを期待します。このキャンプから出たアルムナイネットワークが面白そう！
- シンプルでわかりやすい。大企業がやる、ぬるま湯の研修制度とは違うと感じました。大企業的な知識が中小で活かされ、中小での経験が大企業人の成長につながる。副業ではない、出向ではない、研修と割り切ると制度がない大企業も参加しやすい。
- 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。
- プレゼンテーションのクオリティがとても高く、引き込まれました。ミライスト自身のスキル(品質?)を一定以上管理する仕組みがあると安心かなと思います。
- 実際にやってみました、は最高ですね。どれくらい中小企業が手を上げてくれるか、の感覚がないので、何かそれを裏付けるエピソードが欲しかったです。中小企業って、快く受け入れてくれるんでしょうか？
- 自分たちで進めるのかと思います。大企業が中小企業のために役立つという仮説から入っており、上から目線のサービス。大企業に中小企業の役に立つ人材がいるとは限らない。
- 俺たちはすでにやっているからという自信がすごいので、SSDCと一緒にやるスタンスは感じなかった。
 - ▼ペルソナ
 - 中小企業どうやったらいいかわからない→ノウハウや活用提案をして実現数ものを求めている。
 - ▼コンセプト
 - 研修が使い物にならない→すごくいい切り口やと感じた。
 - ▼ビジネスモデル
 - サポート研修などの型をまとめる。
 - 中小企業の課題解決→3ヶ月の後。はどうやってサポートしていくのか。コンサル？
 - ▼プロダクト
 - 経営ロードマップ
 - 大企業でやっている規模の活動経験から、中小企業へのロードマップの提案の方法などで本当に求められているのかが、不明。
 - 大企業の社員の何のスキルが、中小企業に役立つのかを明確にした方がいいと感じた。
 - ▼チーム
 - 実際にやってみている行動力→実際にやっているからリアル感がある。
 - ▼活動イメージ
 - 実際に自分たちでやっているのであれば、SSDCの中での事業立ち上げをするときに何を求めているのか、がよくわからなかった。



ソリューション名

棚田の再生利用による地域活性化

チーム名

チャリダーの聖地を星空の下に

Customer 誰の？

◆棚田で農業している地元住民
- 隣の棚田農家が高齢の為、継続できなくなり、耕作放棄地として、雑草が生い茂っており、その関係性が自分の棚田にも害虫が増えてきて困っている。

◆法人企業
- 社会貢献がより一層注目を集める一方で、コロナもあり精神疾患が増加している為、何かフレッシュを兼ねた取り組みができないか悩んでいる。

Market/Competitor 市場規模は？既存解決策は？

耕作放棄地：増加傾向にありH27では、東京ドーム9個分もの面積まで増加している。
※ソース元：農水省「農林業センサス」
企業のうつ病患者：2013年比で、2.2倍まで増加している。
※ソース元：OECD

Problem どんな課題？

耕作放棄地の再生/利活用
- 放棄地に雑草や害虫が発生し他の耕作地まで影響も、更には雑草によって害獣など野生動物の行動圏となる可能性
- 廃棄物の不法投棄による景観を損ない自然環境への悪影響への懸念

精神疾患数の減少に向けた社会貢献を兼ねた活動

Why You? なぜやりたい？

超高齢化/少子化/限界集落などが叫ばれている昨今、地域活性化する為には、魅力ある土地からこのし続ける必要があると感じる。

Solution 解決策は？

耕作放棄地と外部の活性化や何かやりたい事がある人をマッチングしながら、耕地放棄地を再生/利活用

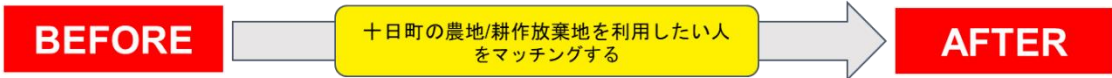
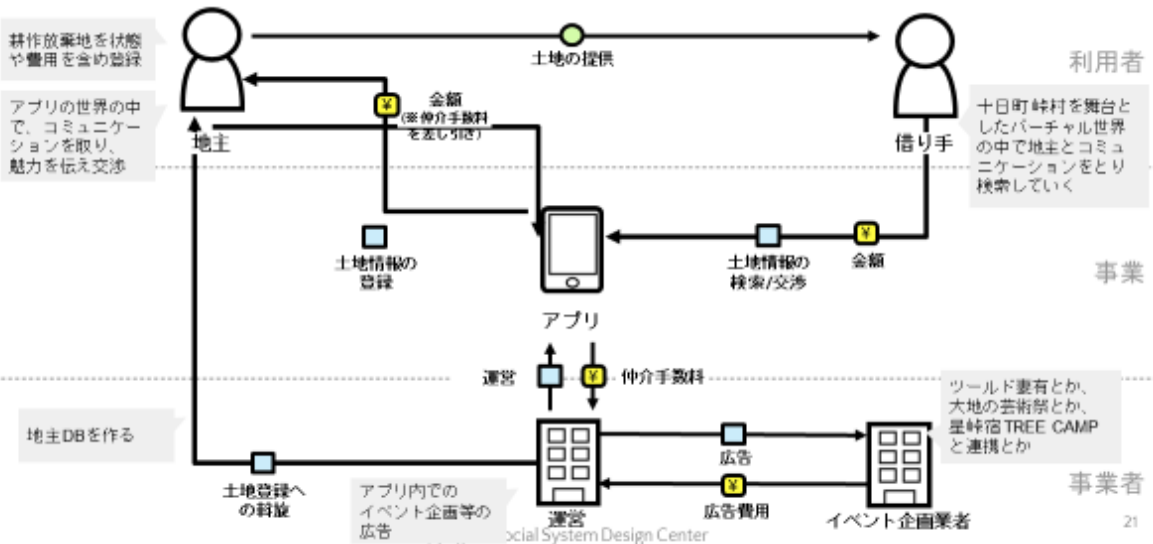
耕作放棄地で何をやるのか明確に示す必要有。
企業とつなぎ合わせて、十日町の棚田で、米の復活から、社食への提供とか、企業ブランドの日本酒作りしたい！
草むしりとか手を必要としているものは、障害者雇用とかもありなのでは？

Why Now? なぜいま？

限界集落/少子高齢化から農家の継承問題
SDGsへの取り組み
コロナ渦でのうつ病患者の増加



ビジネスモデル図解



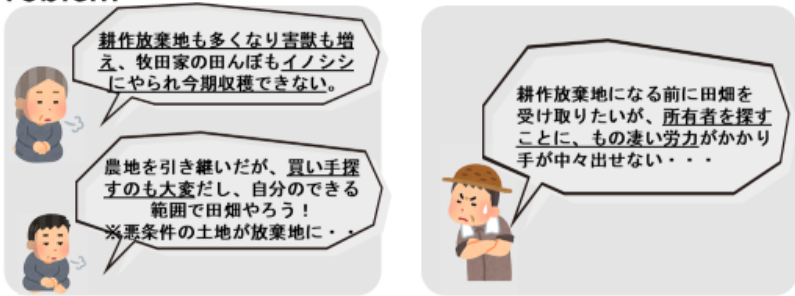
～現地視察での生の声～

◆Customer

農業従事者

若手の農場経営者

◆Problem





ソリューション名

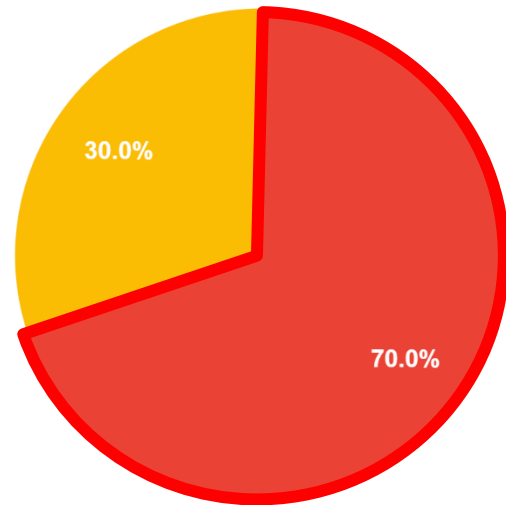
棚田の再生利用による地域活性化

チーム名

チャリダーの聖地を星空の下に

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

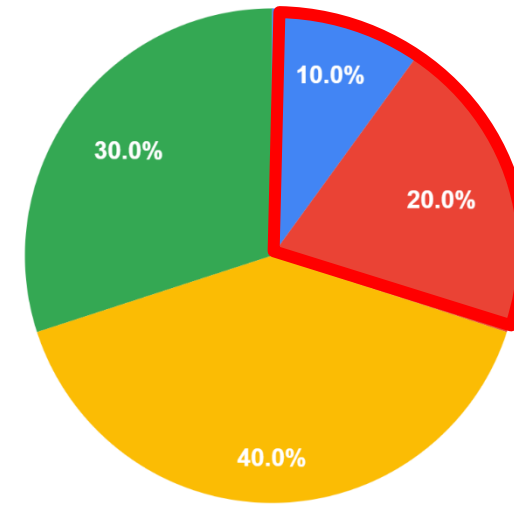
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 2. そう思う
- 3. どちらでもない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 1. 非常にそう思う
- 2. そう思う
- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない

- 100
- 個人100万
- 200000円
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- 未定
- 10,000円
- 0, 作業代行者、貸出者、借用者の実態がまだイメージできない
- 現状では判断できません。
- -
- -



ソリューション名

棚田の再生利用による地域活性化

チーム名

チャリダーの聖地を星空の下に

定性フィードバック

- まずは小さい事業でやってみましょう。
- 農業ニーズはきっとあるのですが、棚田は大きな機械をいれることができずかなり重労働だと思います。その場合継続性(最初は興味があっても挫折する)が難しくなると聞くので、その新たなイノベーションがあるとよいように思います。
- 棚田の近くの空き家も再生利用すると良いと思いました。
- 最初のチャリダーはどこいった(笑)ほぼ不動産マッチングサイトにサービスデリバリーサイトが見ついたものですね。早々に事業化まで持って行けば成功する予感！
- 地域限定しなくてもよいのでは？農業の指導、必要な機材とかもマッチングしてみても？ちゃんと使えるようになるまでの初期費用もわかれば良いのでは？(整地や廃品処理の業者も紹介出来れば)所有者がちゃんと出品してもらう仕組みが必要。
- 新潟県の課題をテーマにさせていただきありがとうございます。新潟県らしいテーマであると同時に、全国に共通する課題だと思います。事業化を期待しております。
- これから団塊ジュニアのリタイアが始まり、耕作放棄地問題は深刻化するような気がしますので、とても需要が高いと言えるのかなと思います。是非事業化していただきたいです。
- 作業代行ってどんな人ですか？農地を持たずノウハウだけ持っている、フリーランス農業従事者みたいな人を想像したのですがどうでしょう。時間が足りなかったかもしれませんが、ゲーミフィケーションのアイデアも聞きたかったですね！
- 類似サービスがありそう。農業を継続して経営するのは簡単ではない。精神疾患のある方の癒しにはなるかもしれないが、持続可能なビジネスとしてのハードルは高い。
- ▼ペルソナ
 - ・農業従事者と若手の農場経営者
 - 土地の所有者と土地を使いたい人の情報を繋ぐサービスがないというのはすごくいいなあと感じた。土地を探している人たちのイメージがフワツとしている。
- ▼コンセプト
 - 十日町的美観を保ちたいというのが、嘘っぽく感じた。
 - 美観を保つということと、日本の棚田などの農業生産性を向上させるみたいな大きいビジョンが繋がっていないので、実現するというのは嘘。
- ▼ビジネスモデル
 - ・土地を探している人、土地で作業をしたい人が実際に運営していくための導線とサポートが必要だと感じる。
 - ・収益モデルの元となる金額がわからなかった。
- ▼プロダクト
 - ・マッチングアプリ→地主さんの入力、更新などのサポート体制をどうやっていく。
 - ・リースや、働き手とのマッチング、農業活用サポートをしたり、若手が参画していくイメージがあったらいいなあと感じた。
- ▼チーム
 - ・動けるのか？
 - ※すぐに利益が上がっていくものではないので、実際に動きながら長期的な10年20年くらいしっかり取り組めるというチームを集める必要があると感じる。
- ▼コスト
 - 実際に活動するとしたら、いくらかかるのかもっと明確に知りたかった。
- ▼その他
 - ・土地価値コミュニティのステータス。



ソリューション名

トラベリ！～若者と地方をつなげるきっかけ作り～

チーム名

地方と都市の交流チーム

誰のどんな課題

地方自治体

- ・地元以外の人に魅力が伝わっていない
- ・発信はしているが認知が上手く行われてない
- ・資金不足
- ・地域を活性化させたい
- ・観光客を増やしたい

地方自治体
関連企業

- ・人手不足
- ・自分たちの良いものを全国に知らせたい
- ・高齢者と若者の交流を増やしたい



学生

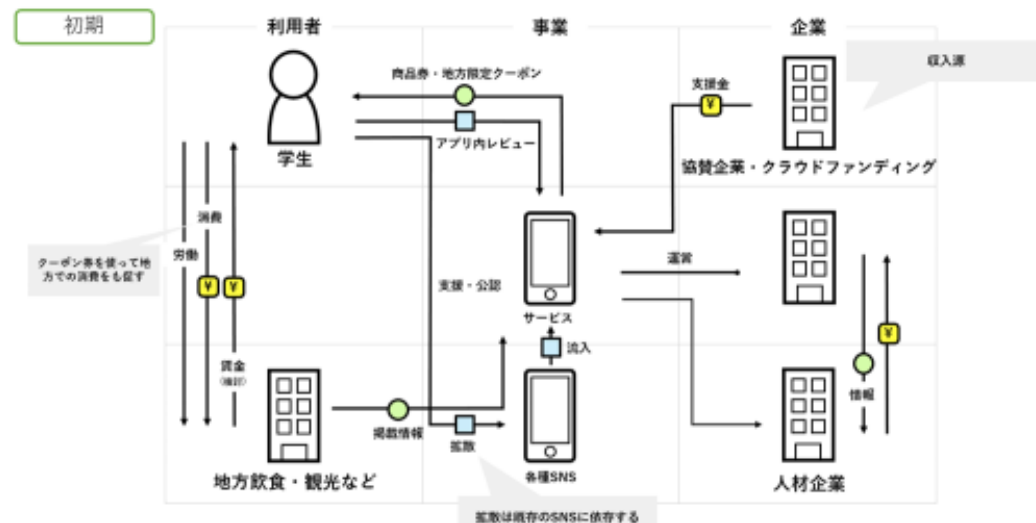
- ・旅行に行く感覚で楽しくお金を稼ぎたい
- ・就活が不安でガクチカがない
- ・新たなコミュニティに属したい
- ・今しかできない経験を大学生のうちにしたい
- ・充実していると思われたい
- ・各地の友達も欲しい

解決策

就活に生きる！短期間で地方に行くバイトを提供する
地方自治体公認のプラットフォーム



ビジネスモデル



サービス内容





ソリューション名

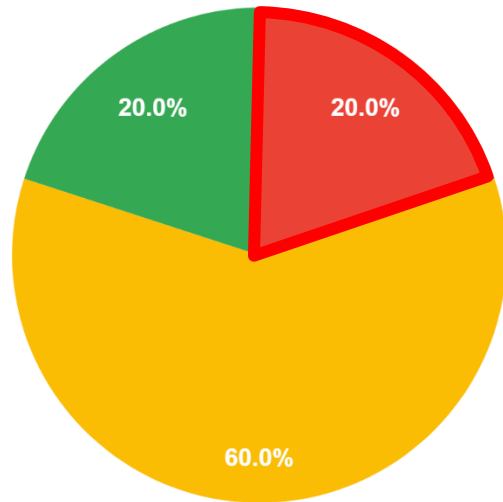
トラベリ！～若者と地方をつなげるきっかけ作り～

チーム名

地方と都市の交流チーム

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

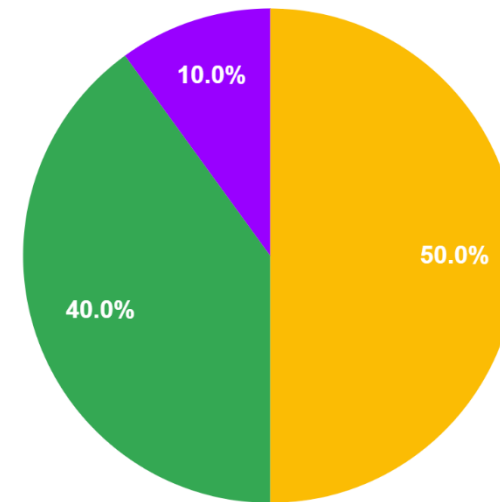
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 2. そう思う
- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 3. どちらでもない
- 4. そう思わない
- 5. 非常にそう思わない

- ・ 現状では判断できません。
- ・ 0
- ・ しない
- ・ すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- ・ 未定
- ・ -
- ・ -
- ・ -
- ・ 0, Nice to haveだが切実さを感じない
- ・ 0円



ソリューション名

トラベリ！～若者と地方をつなげるきっかけ作り～

チーム名

地方と都市の交流チーム

定性フィードバック

- 社会課題のマッチングはむづかしいですが継続的に頑張ってもらいたい。
- 観光と農業バイトがあまりつながらなかったのが質問しましたが、地方での体験は観光もバイトも(特に若い人は)連続性をもってとらえられるのだと理解しました。
- 地方ならではのバイトが、何種類も用意できると実現性も高まるのかなと思いました。
- 学生側の人物保証は？誰が問題があったら解決するの？ トラブルリスク分析 機会提供側と人物ガクチ力になるのか？ プレゼン時の誤字チェックね。
- 観光時間を割いてまで働くのであれば、お金だけではなくその土地ならではの体験が出来ればなおよいのでは。いつ来るかわからない一時的なバイトを依頼する出展者側のメリットをもう少し出せないか。
- 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。
- 大学生側のモチベーションは時給でしょうか。(継続的に参加できる仕組みになっているのでしょうか)ほんとにガクチ力になりますか？普通にバイトした以上に、何が評価されるのか知りたいです。もし稼げるなら、学生ではなく仕事に困っている方に紹介したほうがいいのでは。具体的なイメージがなかったので、的外れな指摘になってたらごめんなさい。
- ニーズはあるかもしれないが、あまり大きな流れにはならないように思う。
- ▼ペルソナ
 - ・魅力を発信できていない事業者？
 - 学生が働きたいバイト先の事業者誰？というのを特定できていないのでは？
- ▼ビジネスモデル
 - ・収入源
 - 協賛企業、クラウドファンディング→イメージができない？
 - ・人材会社への情報量→人材会社
- ▼プロダクト
 - ・インターン？観光がセットのインターン
- ▼チーム
 - ・学生の想いを形にしようとしていておもしろかった。(企画制作という意味では良かったと思う)
- ▼コスト
 - ・アプリ？WEBサービス？→コストの見積もりは本当に取った？



ソリューション名	地方学生の所得確保
チーム名	地方学生の所得確保

No Image



ソリューション名

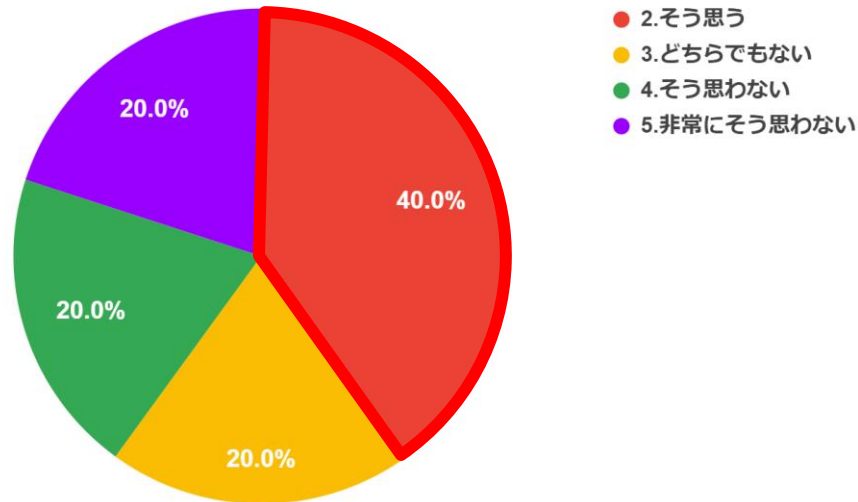
地方学生の所得確保

チーム名

地方学生の所得確保

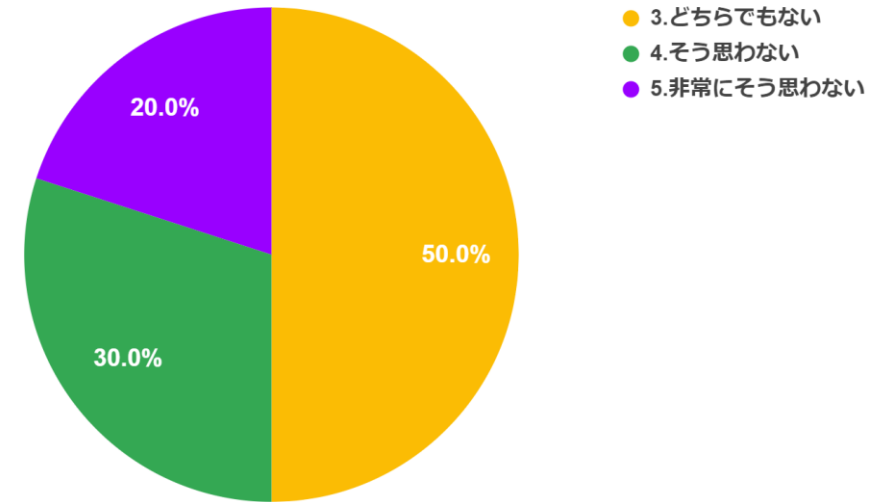
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 現状では判断できません。
- 0
- 未定
- 0
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- -
- -
- 0
- 0円
- -



ソリューション名

地方学生の所得確保

チーム名

地方学生の所得確保

定性フィードバック

- アルバイトの募集ではなく、その逆は面白いと思いました。そのようなメディアはないですので、Uberみたいですね。
 - よく検討されていると思いました。
 - 地方学生と首都圏のAIスタートアップ企業のマッチングは可能性があると感じました。
 - 単なるバイト募集だけではなく、SSDCにて検討中の奨学金問題や企業の人材確保にもつながるのでは。
 - 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。プレゼン資料が見つらなかった点は気になりました。
 - 企業にデータエンジニア、データサイエンティストが不足している理由として、数学・統計学を学習するハードルがあると言われており、ここを現役の大学生が担ってくれるといいなと思いました。
 - 一人での戦いお疲れ様でした。時間がなかったかもしれませんが、是非プレゼン形式でビジュアル含めて拝見したかったアイデアでした。
- ▼ペルソナ
 - ・利用学生業務効率化、自動化というのが、できる人？
 - ▼コンセプト
 - ▼ビジネスモデル
 - ▼プロダクト
 - ・単純作業→AIのテキストの書類作成作業というのは提供したい知的労働？
 - ▼チーム
 - ・なぜ一人でやってるのか？



ソリューション名

Staylor (Stay × Tailor) オーダーメイドのステイ作り

チーム名

Team Hicks

Customer
誰の？

- ①自分の住んでいる地方に詳しい方
- ②ワーケーションの導入を考えている企業
- ③ワーケーションしたい社会人（旅行が好きな若者）

Problem
どんな課題？

- ・新卒は入社時からずっとリモートワークのため、社内での繋がりが生まれにくい。わからないことがあっても誰に聞けばいいかわからない。
- ・社員の会社への帰属意識が薄れ始めている。
- ・今後どのように社内での親睦を深められるか、F2Fの機会を作っていくか悩む中。
- ・企業としてワーケーションをチームビルディングや合宿に利用したい。でも移動方法や宿、打ち合わせ場所の手配の煩雑や手間に時間を使いたくない。
- ・ワーケーションは仕事に加え、赴いた地方を体験し、リフレッシュする目的もあるため、地方に詳しい人にガイドしてもらい体験の質を変えたい。

Solution
解決策は？

現地のツアーガイドをしたい一般の方と、合宿やチームビルディングで地方を利用したい企業とのマッチングシステムおよび、地方での体験に関するコンサルやワーケーション施設の手配を行うソリューションを提供。

ツアーガイドが持つメニューを元にAIを利用し企業の属性にマッチしたツアー日程を提案。
現地の人も触れ合うことができ、

Market/Competitor
市場規模は？既存解決策は？

中長期的に想定される顧客層と市場サイズは？
現在どんな代替解決策

Why You?
なぜやりたい？

会社や自分の家、決められた場所ではなく、働く場所を自分で選べる自由を楽しんでほしい。コロナによって変わった働き方を活かしつつ新しいライフスタイル、文化を創りたい。

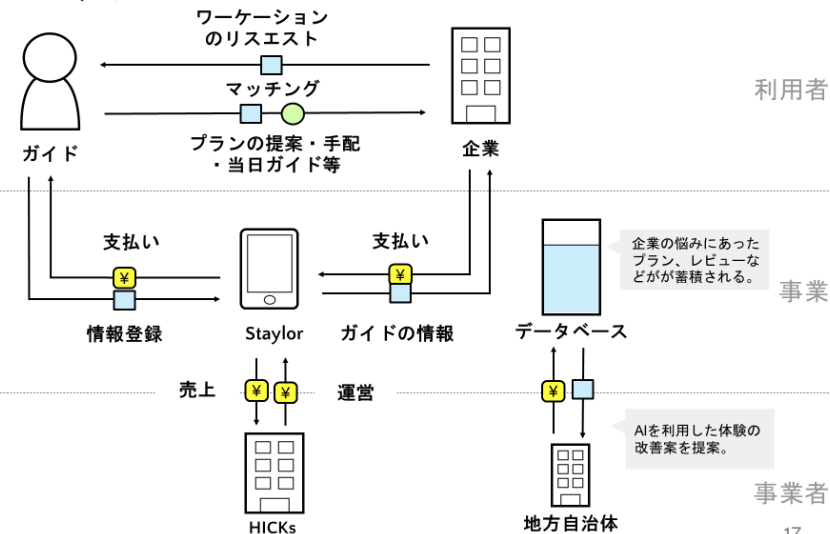
Why Now?
なぜいま？

コロナ禍（密環境の回避）
地方創生（人の流れを創出）
働き方改革（ワークライフバランス）

ワーケーション制度の環境整備とマッチングで、企業と個人の導入促進・推進を図り、社会課題の解決に寄与する



ビジネスモデル



Copyright · Social System Design Center

BEFORE

「新たな価値創造の機会を減少に困っている企業」に「非日常の地域体験を紹介するガイド」による「新たなスタイルのワーケーションプラン」をマッチング

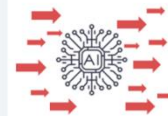
AFTER



Copyright © Social System De

画面イメージ図

- 事前質問
- ・ 企業の規模: 小・中・大
 - ・ 求めていること: チームビルディング, 観光資源, 仕事環境
 - ・ お任せ: 場所の希望, あり・なし, ありの場合地域選択, 参加予定人数
 - ・ 予算: あり・なし, ありの場合価格選択



Copyright © Social System Design Center



ソリューション名

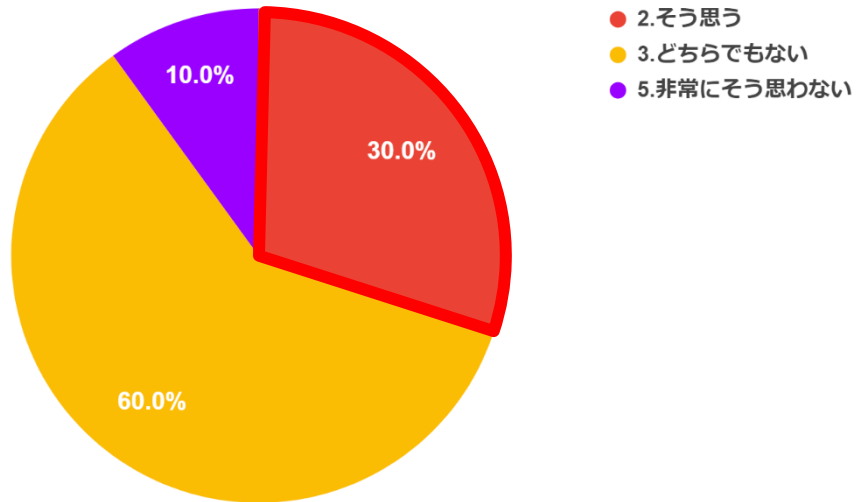
Staylor (Stay × Tailor) オーダーメイドのステイ作り

チーム名

Team Hicks

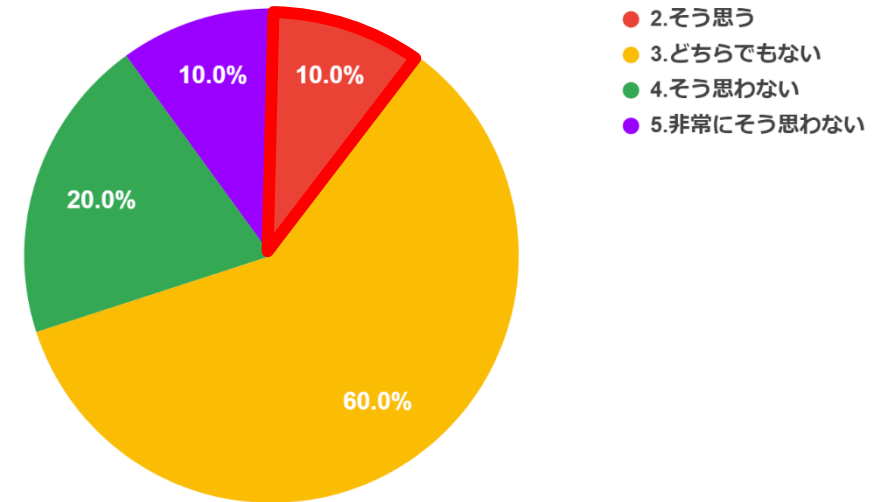
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 100
- 現状ではわかりません。
- 未定
- 0
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- 10,000円
- 0, 企業が使う具体的なイメージがわからなかったです。総務のモチベーションって何でしょうね？
- -
- -
- 0円



ソリューション名

Staylor (Stay × Tailor) オーダーメイドのステイ作り

チーム名

Team Hicks

定性フィードバック

- とてもよかったです。企画だけでもアーリーアダプターを探してください。
- ワークーションの新たな考え方だと思いました。
- ワークーションの計画支援は良いアイデアだと思いました。
- まさに企業チームビルディングとプラスした社員旅行2.0ですね。色々な試みが各地方の休館学校を利用したのがあります。私も外人を連れてボードメンバーと一緒に泊まり、山から倒木を運び出したり、外人に箸を作らせてそれで夕食を食べたり やったことがあります。結構価値を感じました。チームビルディングと仲間意識の醸成ができました。その時はコーディネートにJTBなどに頼みましたが専門でやるのはありかな と思います。
- ワークーションと地方滞在体験は成り立つのかと感じました。(個人としては楽しそうであるが、お堅い企業には更に敷居が高くなる)
- 参考になるプレゼンでした。ありがとうございました。
- ワークーションを加速させるためにアイデアでとても良いと思いました。
- 社員旅行2.0、いいですね。デモのスライドもイメージしやすかったです。
- これは、ワークーションではないように思う。企業のオフサイトミーティングの需要をターゲットにしている。旅行代理店でもこの手のアレンジは可能ではないか。
- ▼ペルソナ
 - ・価値創造機会の減少に困っている企業
 - 求めている成果物は？
 - ・ガイド
 - ガイドをする人たちとに必要なスキルセットや、体験をする時の予算など、現実的に動ける人たちとのつながりは作れるのか？
- ▼コンセプト
 - 既存の枠を超える価値提供→企業がお金を出すためのトリガーは？
- ▼ビジネスモデル
 - ・ガイド→ガイドを集める、
- ▼プロダクト
 - ・企業向けのワークーション
 - ガイドの人たちのサービスのバリエーションの獲得と育成体制の担保が課題に感じる。解決策がないと、サービスリリースしたおめでとうって感じになる。
- ▼コスト
 - ・コストイメージがよくわからない。



ソリューション名

リユース容器によるバーチャル食堂計画 貴方と地球に寄り添うまごころ弁当

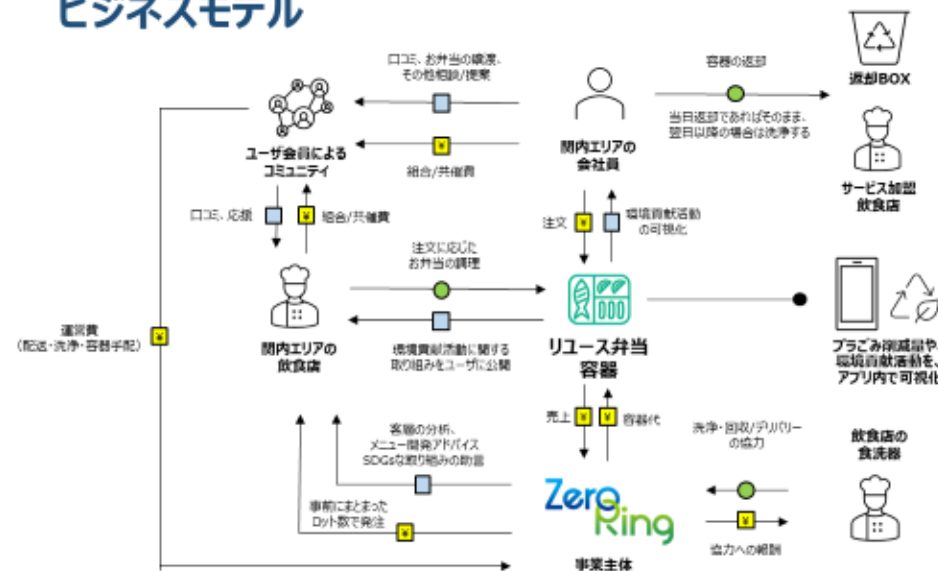
チーム名

Zero Ring

Customer 誰の？	Problem どんな課題？	Solution 解決策は？
関内周辺の ・オフィサー & ・飲食店	オフィサー：プラごみの削減 ・ランチに会社で食べるコンビニ弁当に飽きた ・出来立ての温かいものが食べたい ・使い捨て容器の環境負荷が気になる エコバッグの様に気軽にプラごみを減らしたい 飲食店：フードロスの削減 ・アフターコロナでも食事の店内提供以外も続けたい ・食材を少しでも無駄にせず使い切りたい、売りたい、食べてもらいたい	プラごみの削減： 飲食店からのテイクアウト弁当について、リユース可能な容器を選択可能とする フードロスの削減： ・基本的に2日前予約とするが、飲食店によっては当日でも「賄い飯」として注文可能

Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？	Why You? なぜやりたい？	Why Now? なぜいま？
関内駅周辺500m以内の人口データを元に算出 TIM：5,1600人（関内で働く昼間の従業員数） SAM：5,000人（オフィサーの社内ランチ人口） SOM：2.5万円/日（50人/日 x 500円/人） 始めは環境意識が高いオフィサーに限定してスタートするが、中長期的に家庭向けにもサービスを拡充	コロナになり明らかに食事シーンにおける使い捨て容器のごみが増えたことが気になっていた。 しかし、ごみが出ない方法を実践するには時間もお金もかかってしまうのがネックであった。 エコバッグは常に携帯し利用しているが、テイクアウト弁当でもそれに代わる気軽な方法を模索していた	・コロナになり、テイクアウト/フードデリバリーの利用率が急増し、プラごみの増加が問題となった ・プラスチックの利用の有料化の流れがあり、各業界でもプラごみの削減に向けた動きが全国的に加速している

ビジネスモデル



会員の食事と環境意識の悩みを解決

BEFORE → 弁当容器を地域関係者でシェアする! → **AFTER**

食後、...
 ・ゴミ多し、環境に優しくない
 ・でも、弁当を持っていくにも自炊の時間がない...
 ・エコバッグの様に手軽に取り組める方法はないかな？

環境負荷低減に貢献している！
 環境を意識してお店選びをしよう

原体験

写真詐欺すぎで草。これで1200円以上はやべえわ

まるごと牛タン一枚焼弁当

よく一緒に購入される商品	
焼ほけり炙り魚 Broiled Atka Mackerel	+¥810
焼めし	+¥920
和風マルグリータ Japanese-Style Margherita	+¥810
特別な注意事項	
1キカートに追加	¥1,100

午後7:21 · 2020年11月22日 · Twitter for iPhone

1,17 件のリツイート 1,171 件の引用ツイート 4,2万 件のいいね

調査の結果、見えてきたテイクアウトビジネスの課題

我が目を疑うガッカリ経験
 飲食店も注文者も不幸になる現状を変えたい！

プラごみの増加

使い捨て容器の過剰消費

食品ロスの増加

店頭販売の売れ残り (特にオフィス街)



ソリューション名

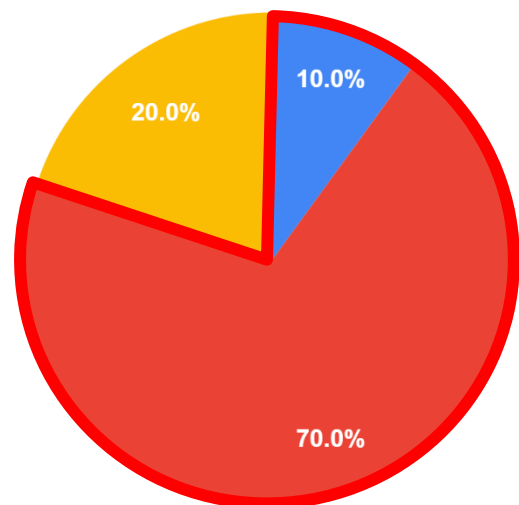
リユース容器によるバーチャル食堂計画 貴方と地球に寄り添うまごころ弁当

チーム名

Zero Ring

SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか

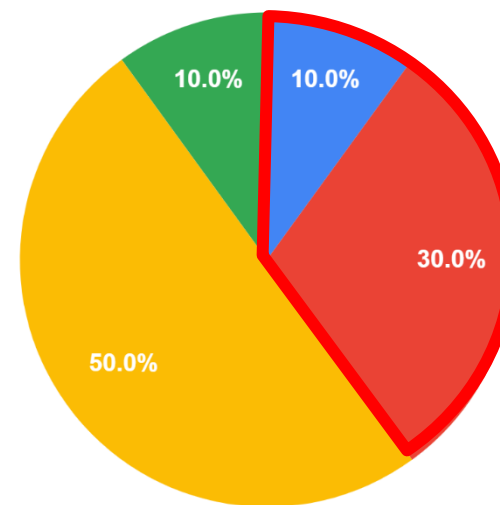
SSDCとして事業アイデア継続支援するべきか



- 1.非常にそう思う
- 2.そう思う
- 3.どちらでもない

御社(個人)として事業アイデアに投資するか

御社(個人)として事業アイデアに投資するか



- 1.非常にそう思う
- 2.そう思う
- 3.どちらでもない
- 4.そう思わない

- 100,000円
- 100
- 個人50万
- 100000円
- 現状では判断できません。
- すみませんが、短いプレゼンなので判断しかねます。
- -
- 未定
- 0
- -



ソリューション名

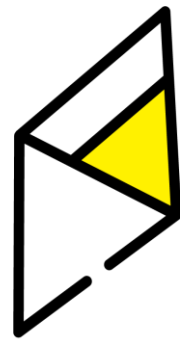
リユース容器によるバーチャル食堂計画 貴方と地球に寄り添うまごころ弁当

チーム名

Zero Ring

定性フィードバック

- 着眼がとても面白い。いままでにないサービス
- 循環型社会の意識が高い中で、都市での食事体験から創出するアイデアは素晴らしいと思います。リユース容器をパッケージデザインでアイコン化させてSDGs参加意識を強くさせて継続性をつくっていくこともよいかと思います。
- コンセプトは賛成です。
- プレゼンの冒頭に時間をかけすぎ、またニッチな環境意識の高い人から始めるなども少し枠を狭めてしまう表現で 企業はESG経営をしていかねばならずその訴求をすべきだったかな。
- 返却が面倒なの返却BOXがあるのはいいですね。敷居は高いですが、コンビニ弁当もすべて同じサイズの容器で出来ていて、返却もどこのコンビニでも出来ればすごくよいかと。返却のインセンティブを高める為にも返却するとお金が返ってくるとか？
- 重要性が増している課題に関する事業提案で、非常に参考になりました。
- 課題は多そうですが、アイデアは素晴らしいと思います。是非事業化してほしいです。気になっているのは以下の通りです。・IoTの技術は具体的に何をを用いるのでしょうか。・プラスチックに代わるエコ容器(FSC認証紙や生分解性プラ)の広がりとの関係性、また差別化についてどうお考えでしょうか。・衛生面の安全はどう保証するのでしょうか。
- 既に実践されていると思いますが、そのスライドをプレゼンの中で拝見したかったです。実例やデモが以前より減っているような気がしまして、少し気になりました。
- 事業として持続可能性は厳しいが、自治体を中心として、地域内のエコ活動として運営可能ではないか。
- ▼ペルソナ
本当に消費者が求めているのかがよく分からない。
※意識高い系の消費者への訴求なら、自己重要感を満たしてあげる要素がないかも。
- ▼コンセプト
・出前のように再利用可能な弁当容器を使った仮想食堂という響きはすごくバーチャルでメタバースな感じを感じるのにやろうとしているのは、物流の中のツールを作る感じなのが残念。
- ▼ビジネスモデル
・利益
→リユース容器の製造コスト、配送コスト、洗浄コスト(衛生面のクリア)を超える収益をどうやって生み出して利益を作っていくのか？
- ▼プロダクト・
リユース弁当容器
→返却方法とリユース弁当容器の洗浄と飲食店への配送なども含めてインフラの構築をどうやっていくのかで満足度や利用数が変わる気がする。
- ▼コスト
・コストイメージの見積もりとなるような、最小規模での実験と体験のシュミレーションをしていけるといいなあと感じた。



SSDC

人と社会の幸せな未来のために