



事業創造デザインプログラムAdvanced 2022年度 実施報告書

2022/11

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
- 各チームの最終報告内容
- 審査結果
- フィードバックアンケート結果
- 修了アンケート結果
- 2023年度に向けたデザインプログラム方針
- Appendix

※フィードバックアンケート： 最終報告会の視聴者向けに実施したアンケート
※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



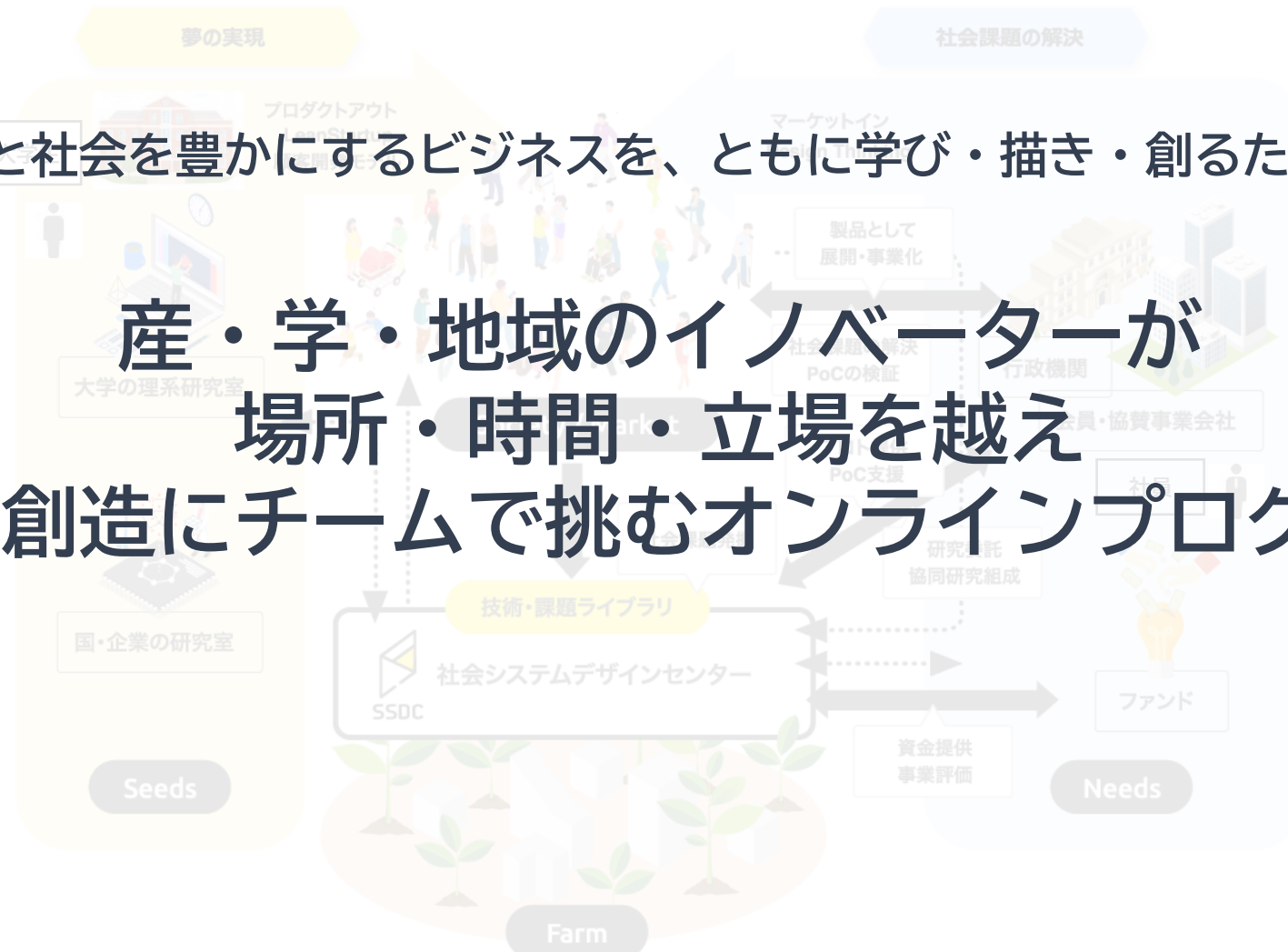
事業創造デザインプログラム実施概要



事業創造デザインプログラムとは？

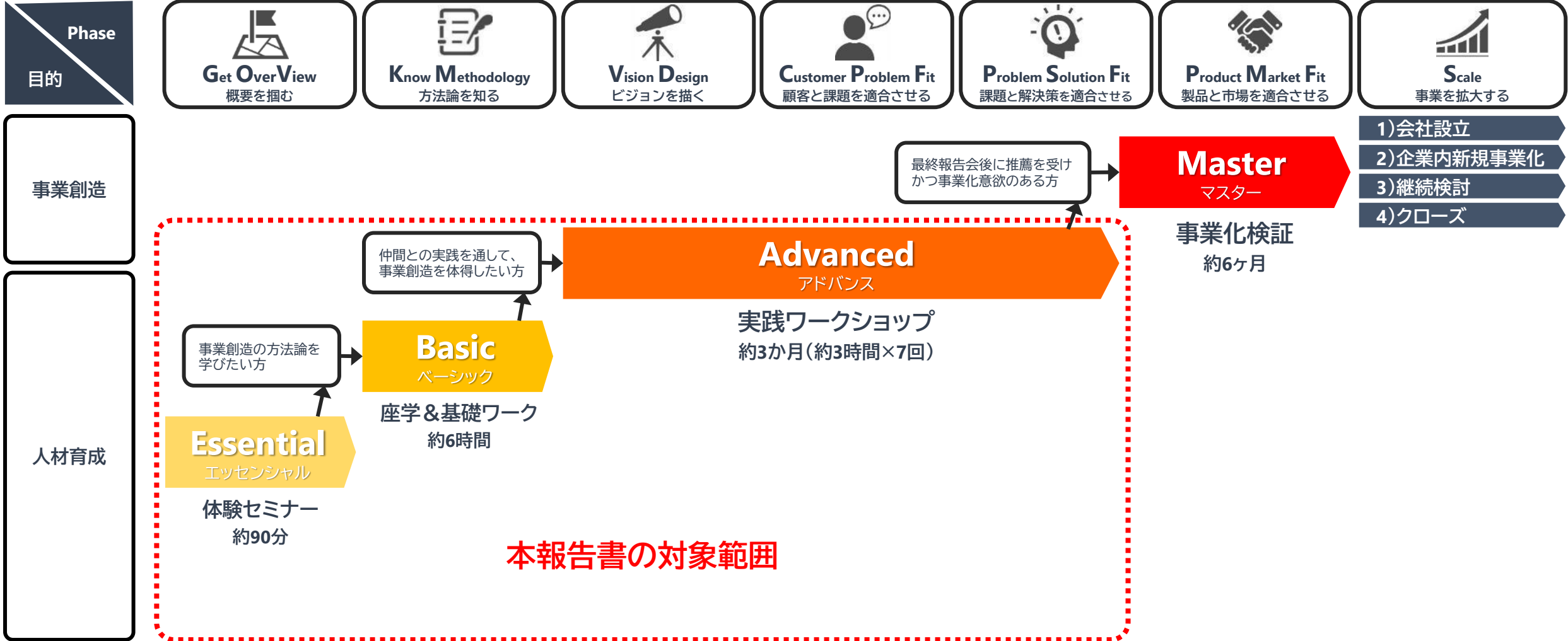
人と社会を豊かにするビジネスを、ともに学び・描き・創るために

**産・学・地域のイノベーターが
場所・時間・立場を越え
事業創造にチームで挑むオンラインプログラム**





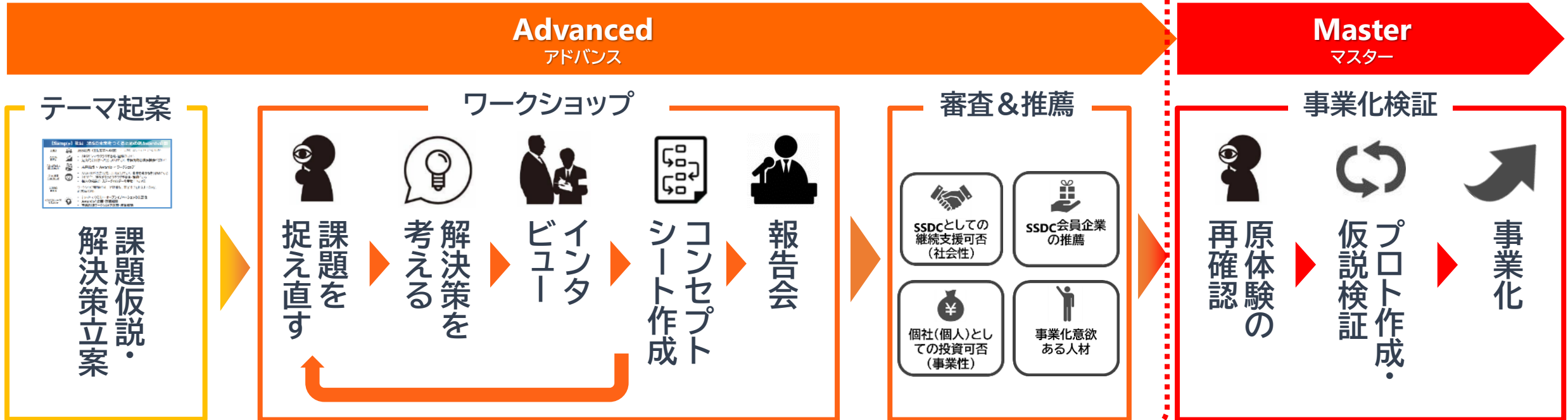
プログラムの全体像





プログラムの大まかな流れ

本報告書の対象範囲



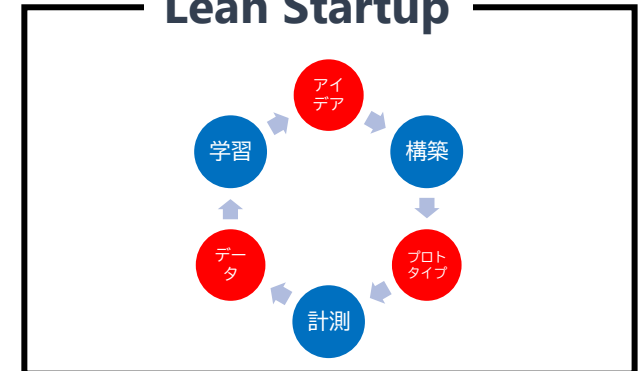
デザイン思考 (Design Thinking)



ジョブ理論 (Job Theory)



Lean Startup





プログラムの申込・参加人数

		Essential申込人数	Basic申込人数	Advanced申込人数	Master申込人数
目標		150	60	30	12
実績 対目標比		150 100%	43 72%	23 77%	
		Essential参加人数	Basic参加人数	Advanced参加人数	Master参加人数
実績	計	129	43	23	
	社会人（正会員）	103	30	13	
	学生	12	9	8	
	地域（非会員）	9	4	2	
	一般（非会員）	5	0	0	
備考		開催回数：12回（4-7月）	開催回数：7回（5-7月）	23名中、学生3名が多忙につき途中で活動辞退。修了は20名。	



Advanced実施概要

参加者属性	受講者数
学生	8名
社会人(法人正会員)	13名
社会人(各地域)	2名
計	23名

後援
函館市／新潟県／十日町市／ 横浜市デジタル統括本部／長崎市



【Advancedスケジュール】

項目		テーマ	日程	時間
Advanced アドバンス	Day0	キックオフ&テーマプレゼン	7/29(金)	18:00～21:00
	Day1	チームビルディング&課題を深掘する	8/5(金)	18:00～21:00
	Day2	初期MVPを考える	8/20(土)	10:00～17:00 ※オンライン/リアル ハイブリッド開催想定
	Day3	初期のビジネスモデルを考える	9/2(金)	18:00～21:00
	Day4	中間報告会	9/16(金)	18:00～21:00
	Day5	説得力あるビジネスプランを策定する	9/30(金)	18:00～21:00
	Day6	プレゼンテーションの準備を行う	10/7(金)	18:00～21:00
	Day7	最終報告会	10/21(金)	18:00～21:00 ※オンライン/リアル ハイブリッド開催想定

【特別講演・特別講義】

Day0 特別講演

「社会課題から発想する」

片桐恭弘先生

公立ほこだて未来大学 理事長・学長
SSDC 理事



Day1、2 特別講義

「自己を知り、互いを知り、チームをつくるために」

「チームのビジョンをつくるために」

桐本拓哉さん

俳優・声優・プロコーチ



Day3 特別講演

「新しいことを始める時に」

由利孝さん

テクマトリックス株式会社 代表取締役社長





Advancedエントリーテーマとチーム構成

※赤文字：起案者

カテゴリー	エントリーテーマタイトル
開港都市+	HAPPY MONDAY プロジェクト
開港都市+	神々の集い「クリエイターシンポジウムin島根」
開港都市+	(仮)とにかく動かしたい
開港都市+	お土産サブスク：Meika（メイカ）
開港都市+	100km圏内シェアリング／トークンエコノミー補助サービス
開港都市+	開港5都市から始める、移住促進データプラットフォーム
開港都市+	活かしあい～畑とIT～
開港都市+	(仮)開港都市の魅力発信
SSDC+	地方にもより娛樂を！
SSDC+	Grow Me(グロミー)
SSDC+	混雑状況のリアルタイムデータプラットフォーム
SSDC+	働く親お助けチーム
SSDC+	(仮)あったらいいな金融リテラシー向上できるシステム
SSDC+	住民の行動変容がカギとなるカーボンニュートラル
SSDC+	(仮)服たくさん
SSDC+	健康のための姿勢評価



メンバー
ファンリ

開港都市+			SSDC+		
電話しちゃってごめんねを無くす HAPPY相談室	旅する Meika（銘菓）	移住促進 データナビ	金画示 ～あなたに寄り添う 金融計画～	ReEarth 「楽しさ」と「共感」 で未来へ繋げる CNの社会創り	姿勢改善アプリ 姿勢マネージャー
HAPPY MONDAY チーム	お土産サブスク Meikaチーム	移住促進チーム	あったらいいな 金融リテラシー チーム	carbon neutral チーム	健康のための姿勢 評価チーム
田島昂さん 専修大学（学生）	加瀬野ひとみさん JBS（会員）	小西智之さん テクマトリックス（会員）	林勇吾さん 専修大学（学生）	坂口大樹さん 西松建設（会員）	安藤隆浩さん KEL（会員）
土井優里花さん 三菱UFJ銀行/慶應SDM（地域）	坂本珠凜さん はこだて未来大学（学生）	田中香花さん はこだて未来大学（学生）	平山双葉さん JBS（会員）	咲本鎮克さん KEL（会員）	北丸章浩さん JBS（会員）
永嶋紗季さん 都築電気（会員）	西村友希さん 東京俳優・映画&放送専門学校 （学生）	水上博文さん 東洋大学（学生）	星大伸さん KEL（会員）	鈴木良さん JBS（会員）	國友晶平さん 西松建設（会員）
	松尾耕太さん ユニアデックス（会員）	山田圭飛さん ハコレコドットコム（地域）	細田英男さん テクマトリックス（会員）		
田上光弘さん	北田将基さん	立花浩司さん	小菅陽平さん	斉藤圭司さん	新井茉莉子さん
新井茉莉子さん	立花浩司さん	北田将基さん	田上光弘さん	小菅陽平さん	斉藤圭司さん
北村和久さん、正木亨さん					



最終報告会のプレゼンテーション構成





Advanced開催報告レポート記事（ホームページ／note）



SSDC事業創造デザインプログラムAdvanced開催レポート

<https://ssdc.ai/report-advanced-2022/>

- ・ 開催概要
- ・ 各日程の開催レポート記事（note）へのリンク
- ・ Essential/Basic/AdvancedのLPへのリンク



2022/7/29 Advanced Day0（キックオフ&テーマプレゼン）

<https://note.com/ssdc/n/na16591606a93>

- ・ はこだて未来大学理事長・学長 片桐恭弘先生特別講演「社会課題から発想する」
- ・ テーマエントリープレゼン（9名 計16テーマ）
- ・ 取り組みたいテーマの共有



2022/8/5 Advanced Day1（チームビルディング&課題を深堀する）

<https://note.com/ssdc/n/n352dced4eae1>

- ・ 俳優・声優・プロコーチ 桐本拓哉さん特別講義「自己を知り、互いを知り、チームをつくるために」
- ・ チームでの「課題の深堀」対話
- ・ 「KPT」で振り返り



2022/8/20 Advanced Day2（初期MVPを考える）

<https://note.com/ssdc/n/n6d738464e465>

- ・ 課題の深堀、課題解決策アイデア発想
- ・ ソリューションコンセプトの全体共有
- ・ 俳優・声優・プロコーチ 桐本拓哉さん特別講義「チームのビジョンをつくるために」



2022/9/2 Advanced Day3（初期のビジネスモデルを考える）

<https://note.com/ssdc/n/n98da96af93d1>

- ・ テクマトリックス株式会社 代表取締役社長 由利孝さん 特別講演「新しいことを始める時に」
- ・ 初期MVPのシェア&相互フィードバック」



Advanced開催報告レポート記事（ホームページ／note）



2022/9/16 Advanced Day4（中間報告会）

<https://note.com/ssdc/n/n6b9d6d1aba34>

- ・各チーム現状の事業アイデア案発表&フィードバック



2022/9/30 Advanced Day5（説得力あるビジネスプランを策定する）

<https://note.com/ssdc/n/nafff2b8f5d45>

- 各チームのビジネスモデル・成長プランの磨き上げ



2022/10/7 Advanced Day6（プレゼンテーションの準備を行う）

<https://note.com/ssdc/n/nbd43a835aad7>

- ・最終報告会に向けた、各チームの発表内容磨き上げ



2022/10/20 Advanced Day7（最終報告会）

<https://note.com/ssdc/n/nef80e89ee39d>

- ・各チーム最終報告
- ・SSDC理事・アドバイザー・会員および関係者各位からのフィードバック



参考：事業創造デザインプログラム 2022年度開催のご案内

<https://note.com/ssdc/n/n98da96af93d1>

- ・開催概要
- ・Essential LPへのリンク



各チームの最終報告内容



Advanced各チームの事業アイデア

HSP（高感受性）の若手社会人向け
電話しちゃってごめんねを無くす
「HAPPY相談室」



お金に不安を持つ若手社会人向け
金融リテラシー向上サービス
「金画示」



銘菓を発掘し食べたい人と、
地方の銘菓メーカーをつなぐ
「旅するMeika」



楽しさと共感による巻き込み型
CO2削減活動共有プラットフォーム
「ReEarth」



移住検討のための
オープンデータプラットフォーム
「移住促進データナビ」



自分の姿勢を改善したい20-40代向け
姿勢改善AIアプリ
「姿勢マネージャー」





Advanced各チームの最終報告会発表内容 (HAPPY相談室)

HSP (高感受性) の若手社会人向け
電話しちゃってごめんねを無くす
「HAPPY相談室」

チームメンバー



土井 優里花
三表UFJ銀行
慶応義塾大学大学院
システムデザイン・マネジメント研究科



田島 昂
専修大学文芸部
ジャーナリズム学科



永嶋 紗季
都立現代株式会社

Copyright © Social System Design Center

課題



HSP気質で感受性が強く周りに心配をかけたくなけれど、
挑戦意欲のある若手社会人(OL)

- 実現したいこと**
思いのままに感情をさらけ出したい
- 実現したいことが出来ない理由**
-既存の無料相談窓口が埋まっていて連絡がつかない
-友達へ頻りに電話することが迷惑ではないかと焦感を募らせてしまう
- 現在代わりに行っていること**
-少し距離感のある人に話を聞いてもらう
-SELF (AI会話アプリ) の利用
-GRAVITY (SNS) の利用

Copyright © Social System Design Center

ソリューションイメージ



Copyright © Social System Design Center

サマリー

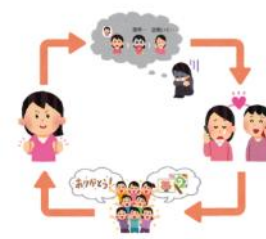
Customer 誰の？	Problem どんな課題？	Solution 解決策は？
想定ペルソナとストーリーイメージが伝わる回 など HSPで感受性が強く、周りに心配をかけたくなけれど、挑戦意欲のある若手社会人(OL)	その人の抱える主な課題は？ 原体験・不の体験は？ ジョブ(機能・感情・社会)と、置かれている付帯状況は？ 挑戦することによってストレスがかかっているけれど、周りに心配をかけたくないため、身近な人に相談できない	一言で言うと、どんなソリューション？ その中核的な提供価値は？ HAPPY相談室(コールセンターマッチングアプリ)をつくることで、つらいのに取り繕ってニコニコしてしまう人に対して感情をさらけ出せる場を提供する

Market/Competitor 市場規模は？ 既存解決策は？	Why You? なぜやりたい？	Why Now? なぜやりたい？
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？ 差別化のポジショニングは？ 類似サービスとして100万DL以上の実績があるSELFやGRAVITYなど挙げられるが、両サービスともチャット形式でのサービスであるため、HAPPY相談室は会話形式のサービスとして差別化を図る	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？ 悩みはたくさんあるけれど何をすれば良いのか分からず、不安を持っている状態の方を救いたい	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・OOたちにとって...) コロナ禍で孤独感や不安を抱えている社会人が増加しているため

Copyright © Social System Design Center

21

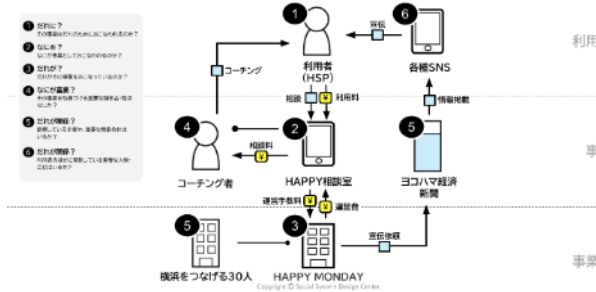
提供価値



- 1 心理的安全性のある場の提供**
つらいのに取り繕ってニコニコしてしまう人(HSP)にHAPPY相談室で感情をさらけ出していただく
- 2 第三者からの原体験のシェア**
アドバイスではなく、あくまでも原体験の共有を行うことで、共感を募ながら自身で解決策を導いていただく
- 3 人を頼った自分を承認できる**
HAPPY相談室に支払った代金の一部が子どもたちのための活動に活用されることにより、社会貢献に繋がります。高品質な自分を承認していただく

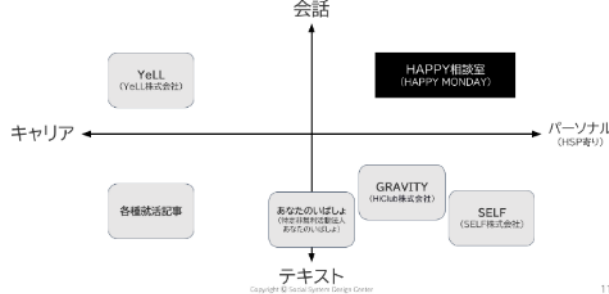
Copyright © Social System Design Center

ビジネスモデル



Copyright © Social System Design Center

差別化



Copyright © Social System Design Center

Why You / Why Now?

「電話しちゃってごめんね」の罪悪感を無くし、人に頼った自分を承認できるソリューションを作りたい。

コロナ禍で孤独感や不安を抱えている社会人が増加している今だからこそ実現したい。

Copyright © Social System Design Center



Advanced各チームの最終報告会発表内容 (旅するMeika)

銘菓を発掘し食べたい人と、
地方の銘菓メーカーをつなぐ
「旅するMeika」

チームメンバー



坂本 珠彦
山形県立大学 工学部
システム情報科学専攻



加瀬野ひとみ
日本ビジネスシステムズ
CMS事業



松尾 剛太
ユニファックス株式会社
DXビジネス推進本部



西村 友希
所属無所属
所属無所属

Copyright © Social System Design Center

課題

地方の銘菓メーカー (メーカー)

実現したいこと

- コロナ禍前水準まで売上回復(一時は売上7~8割ダウン)
- 知名度を広める手段がないコストがかかる

実現したいことが出来ない理由

- 店舗チャネル以外での販路知識やリソースが不足

現在代わりにやっていること

- ECサイトへの出店
- 自社通販サイト検討・充実

銘菓を食べたい人 (ユーザー)

実現したいこと

- 観光に依りて、旅先で銘菓を買いたい
- 知らない、おいしい銘菓を発見したい

実現したいことが出来ない理由

- 感染が気になって前のように気軽に買えない

現在代わりにやっていること

- 通販で知っている銘菓を買う
- 別のお菓子を買う

Copyright © Social System Design Center

解決策

Meika(銘菓)サブスク

- (ユーザー)地域の複数メーカーの銘菓組み合わせ
ユーザーは、全国では知られていない銘菓の組み合わせが届くことで新たな銘菓を発見できる
- (ユーザー)サブスクで毎月届く
ユーザーは、毎月少しの負担と刺激を受けられる
- (メーカー)新規販売チャネルとブランディング
Meikaサービスを買って、銘菓メーカーの販路獲得とペーパーを用いてブランド化の一助とする

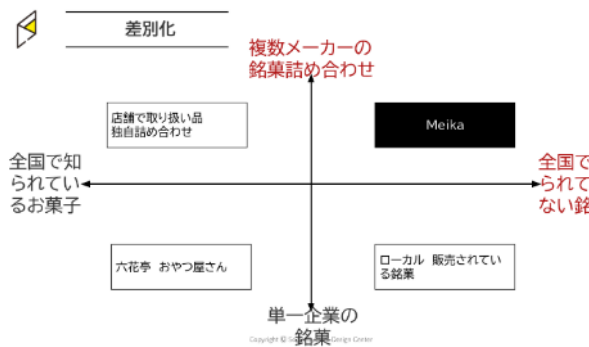
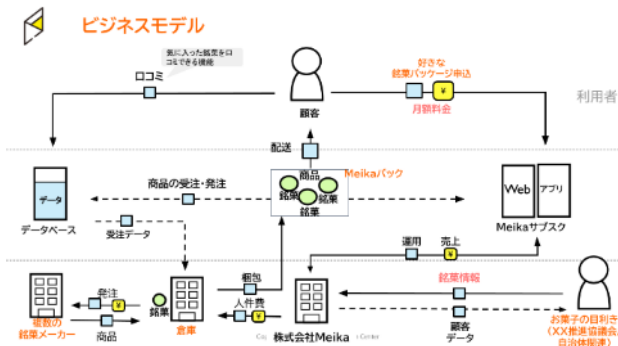
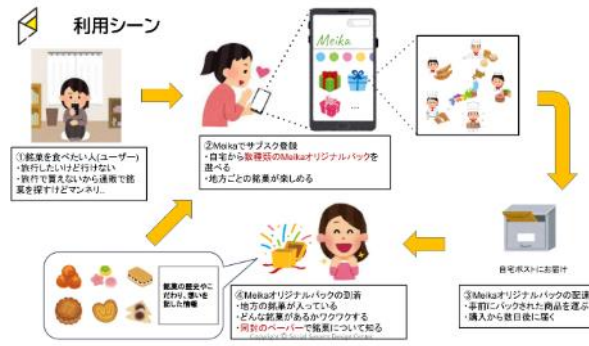
Copyright © Social System Design Center

サマリー

Customer 誰の?	Problem どんな課題?	Solution 解決策は?
<p>想定ペルソナとストーリーイメージが伝わる回 など</p> <p>HSPで感受性が強く、周りに心配をかけたくないけれど、挑戦意欲のある若手社会人(OL)</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>挑戦することによってストレスがかかっているけれど、周りに心配をかけたくないため、身近な人に相談できない</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>HAPPY相談室(コールセンター・マッチングアプリ)をつくることで、つらいのに取り繕ってニコニコしてしまう人に対して感情をさらけ出せる場を提供する</p>

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?
<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>類似サービスとして100万DL以上の実績があるSELFやGRVITYなど挙げられるが、両サービスともチャット形式でのサービスであるため、HAPPY相談室は会話形式のサービスとして差別化を図る</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>悩みはたくさんあるけれど何をすれば良いのか分からず、不安を持っている状態の方を救いたい</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・OOたちにとって...)</p> <p>コロナ禍で孤独感や不安を抱えている社会人が増加しているため</p>

Copyright © Social System Design Center



Why You / Why Now?

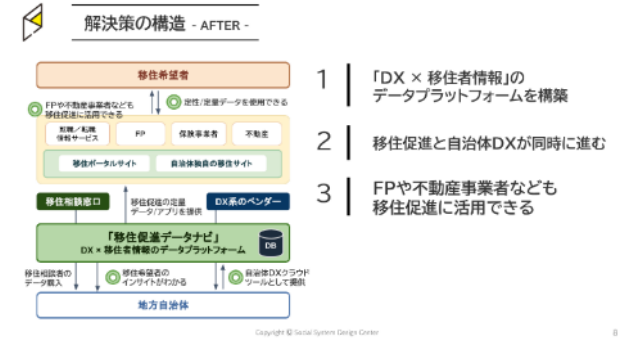
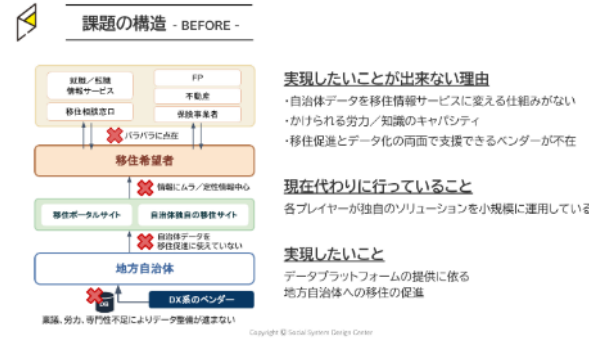
- 「銘菓」市場が活発になる場を提供することで、**地方のお土産文化を盛り上げたい!**
- 旅に行きづらい今、自宅で「銘菓」を味わえる楽しみの提供と、売上UPを目指す銘菓メーカーをつなぎたい

Copyright © Social System Design Center



Advanced各チームの最終報告会発表内容 (移住促進データナビ)

移住検討のための
オープンデータプラットフォーム
「移住促進データナビ」



サマリー

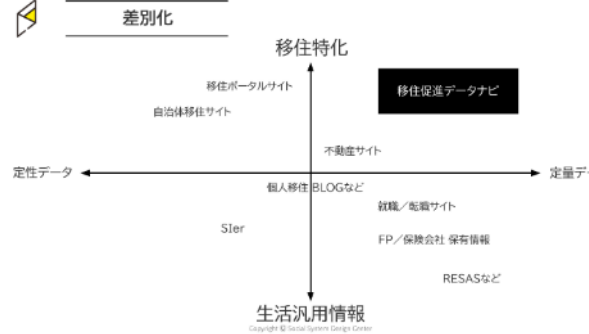
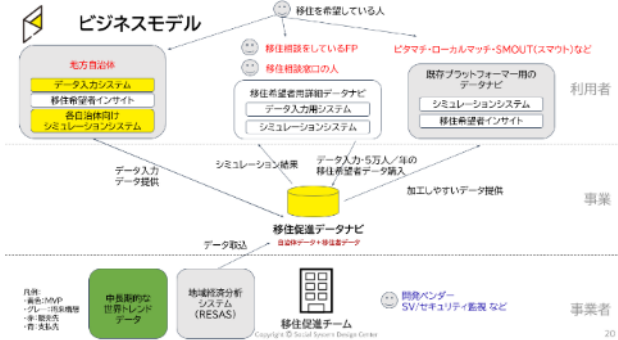
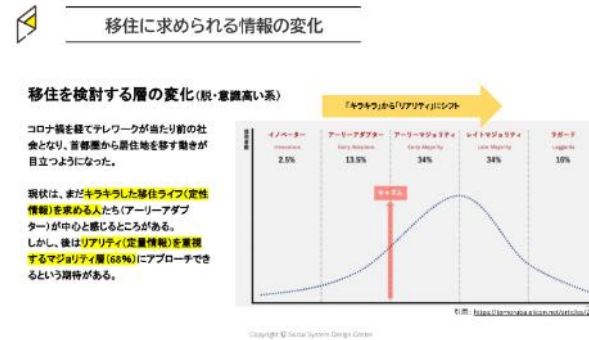
Customer 誰の？	Problem どんな課題？	Solution 解決策は？
<p>想定ペルソナとストーリーイメージが伝わる など</p> <p>①地方自治体の ②移住系情報プラットフォームの ③地方移住相談窓口などの</p>	<p>その人の抱える主な課題は？ 原体験・不の体験は？ ジョブ(機能・感情・社会)と、置かれている付帯状況は？</p> <p>①定量的なデータを提示できない ①移住希望者の属性情報が掴めていない(集計/分析) ②データ不足(RESASでは足りない) ③詳細なシミュレーションが提示できない</p>	<p>一言で言う、どんなソリューション？ その中核的な提供価値は？</p> <p>①②③: シミュレーション結果やニーズを簡単に見られる</p> <p>①②: 移住希望者の属性情報が掴めることによる販促</p>

Why You? なぜやりたいた？

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？
いずれ移住を考えたときに簡単に検討できる世の中になって欲しい。(小西)
東京よりも地方で暮らすほうがQOLが高いことを証明したい。(山田)

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・OOたちにとって...)
地方の人口減少が深刻な地域課題。「転職なき移住」など移住が注目されている。
5年後に市場が成熟することに向けて先行者利益(もしくはデファクト)を獲得できる。



Why You / Why Now?

「地方移住」が人生の新しい選択肢となる社会を実現したい。

地方の人口減少が深刻な地域課題。「転職なき移住」など手段の多様化が進む中、5年後に市場が成熟することに向けて「先行者利益/デファクト」を獲得できる。



Advanced各チームの最終報告会発表内容 (金画示)

お金に不安を持つ若手社会人向け
金融リテラシー向上サービス
「金画示」

チームメンバー

平山 双葉
日本ビジネスシステム株式会社

細田 英男
テックトリックス株式会社
リフトウェアエンジニアリング事業部

星 大伸
株式会社エレクトロニクス株式会社
システム本部 第一システム課

林 勇吾
香樟大学
文字学ジャーナリズム学科
(16,000円特待生)

課題

金融リテラシーを身に着けたい若者が、モチベーションが下がり、先に進めていない。

モチベーショングラフ

- きっかけ
 - 正しい知識を身に着けたい
 - 将来に備えたい
 - 周りが投資を始めている
- 情報収集
- 原因
 - 情報量が多く自分に適切な情報がわからない
 - 具体的な資金計画や目標がない

金融リテラシー
「金融や経済に関する知識や判断力」
金融リテラシー向上
金融庁による、金融リテラシーマップの4項目「家計管理」「生活設計」「金融知識及び金融経済事情の理解と適切な金融商品の利用選択」「外部の知見の適切な活用」があり、これらと個人に理解が必要と捉えられている。従来の可能性/進捗が多く、対策の効果が大きい、また奨学金/借入などで実支出が多く、特に対策すべき世代。

解決策

あなたのお金の計画、一緒に建てます。

金画示 (Kinkakuji)

一緒に建てる金設計画

Webでリテラシー向上!!

金画示のココがすごい!!

寄り添いポイント3点

- 金融リテラシー向上タスク提案
ユーザーが得るべき、または不足している金融知識、セミナー・金融商品情報のタスクを提案 (信頼性がある情報)
- 具体的な目標/資金目標の設定
ユーザーの具体的な目標(夢、ライフプラン)と資金計画を設定でき可視化できる。
- モチベーション維持機能
モチベーションが下がるとタスク管理機能、目標/資金計画、金融リテラシー習熟度を可視化し達成感を得られる。

サマリー

Customer 誰の?

①若者(主に20代前半~半ば)

Problem どんな課題?

お金について考えるきっかけがあり、お金の勉強や具体的な行動を起こすが、モチベーションの維持が難しく、金融リテラシーの向上が図れていないという課題。

Solution 解決策は?

◆ソリューション
自分の目標やライフプランや考え方にマッチした金融リテラシーの向上を図ることの出来るサービス。

◆中核的な価値

- 各個人にマッチしたものを提供できること
- 各個人が必要とする金融知識を提供できること
- モチベーションの維持が難しい原因にコミットした解決策。

Why You? なぜやりたい?

- 若い世代の年金受給が難しいと言われる現代において、将来に向けて十分な対策を打てるほどの知識を若い世代が持ち合わせてない。
- 正しい知識を得て、自分で将来のための選択が出来る社会の実現を目指す。

Why Now? なぜいま?

金融リテラシーの向上は学校教育のカリキュラムになるほど日本社会で必要とされている。また、自分の将来に向けてお金の対策を打ちたいが、どのように対策を打てばよいか分からず前に進めない若者の割合が多い。

初期MVPによる簡易デモ①

初期情報の入力

結果出力

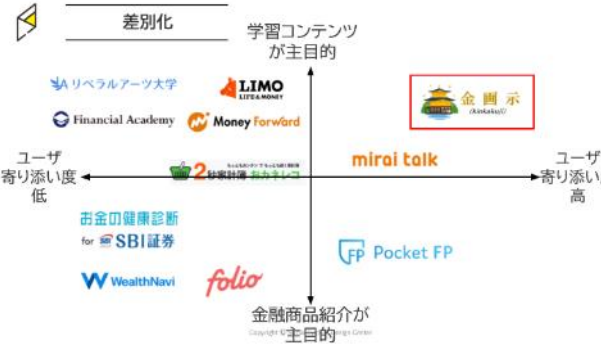
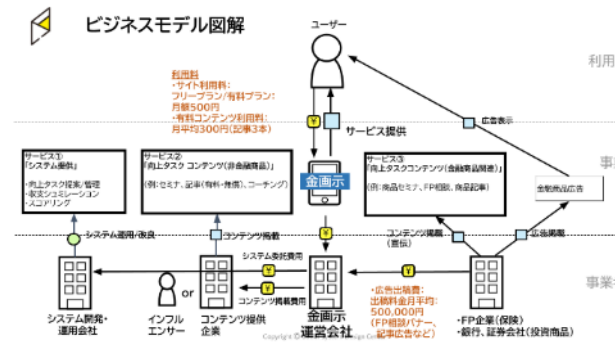
目標設定、資金計画の可視化

ARLの取次ぎグラフ、金融リテラシー習熟度グラフ

ARLの金融リテラシー習熟スコア

金融リテラシー習熟度の可視化

実践すべきタスクを提案



Why You / Why Now?

若者が正しい金融知識を身に着けて、将来に夢を抱ける社会を創りたい



Advanced各チームの最終報告会発表内容 (Re:Earth)

楽しさと共感による巻き込み型 CO2削減活動共有プラットフォーム 「ReEarth」

チームメンバー



坂口

高橋建設
なぜこのチームに参入したのか？
2050年CN達成に向けては、住民の行動変容が必要だと感じました。
なぜあなたができるのか？
いつやるの、今でしょ！



坂本

東映エレクトロニクス
なぜこのチームに参入したのか？
自身も高度なCN活動ができていないが、それを促進させる役割に参入したかった。
なぜあなたができるのか？
みんながやらないといけない、興味をもったなら参入が動くと思った。



鈴木

日亜ビジネスシステムズ
なぜこのチームに参入したのか？
全く自分事になって来ないこと、行動変容が必要という面が気づかされたため参入することになった。
なぜあなたができるのか？
1人の成長は大切ですが、自分も成長していき、仲間も巻き込んでいくことが重要だから、小でな一歩先、大きなEnvironmentに繋がりたい。

出発点



課題

【自治体】
家庭部門の脱炭素を促進し、住民に主体的に活動してほしいが啓蒙が十分にできていない
【住民】
環境問題の大切さは理解しているが、自分事としてとらえられていない

コア

「共感をもってCN活動を広げていくこと」

大切なこと

住民、自治体、他参加者(社)が一体感があること
楽しく継続して行けること
成果を出して、未来に繋げて行くこと

ソリューションコンセプトシート



まとめ

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

①住民の

②自治体職員の

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？

脱炭素を自分事としてとらえていない、何をすてよいかわからず活動が行われない

住民に対して効果的に啓蒙するにはどうすればよいか、モチベーションをくすぐれるか

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？

ペルソナ①②の課題を解決するためのCN活動促進アプリ。

- ・住民に対してお題を出し、チーム戦により楽しく活動を創出
- ・活動にインセンティブも付与
- ・削減効果を可視化

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？ 差別化のポジショニングは？

TAM:3342.6億円
SAM:25.7億円
SOM:11.8億円
他アプリにはない共感拡大と汎用性

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、特長、視点は？

将来の子供たちが住みやすい環境になってほしい。

個人の取り組み無しには未来は変わらないから。

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...)

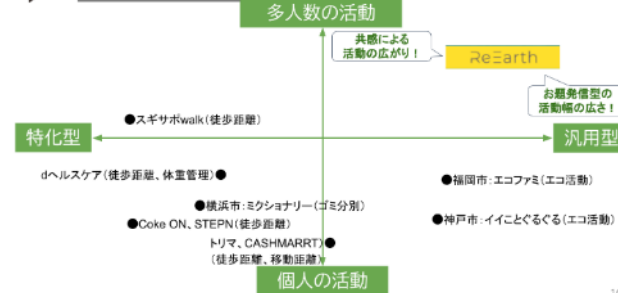
2030年に向けてもう時間が無い、一刻も早く取り組む必要がある

自治体が住民に参加してもらうことが重要だが、きっかけやアイデアに困っている

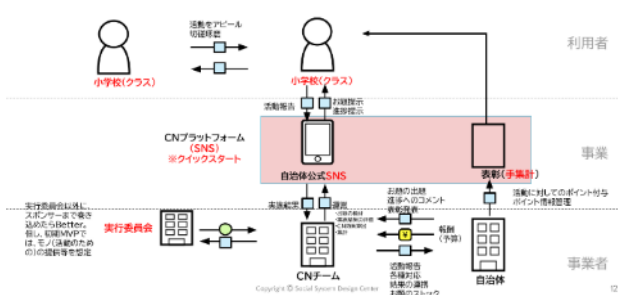
ソリューションの簡易デモ



差別化



ビジネスモデル図解(初期MVP)



実行計画(直近5年)





Advanced各チームの最終報告会発表内容 (姿勢マネージャー)

自分の姿勢を改善したい20-40代向け
姿勢改善AIアプリ
「姿勢マネージャー」



チームメンバー



安藤 隆浩
新橋ビルディング株式会社
システム開発三ノ宮店
ネットワークセキュリティビジネス
推進グループ



北丸 肇浩
日本ビジネスシステム株式会社
ビジネスソリューション本部
Dynamicsプラットフォーム
ソリューション部



國友 晶平
西和建設株式会社
経営・IT・ITマーケティング
事業部主任専任係長1課



新井 茉莉子
東京電機株式会社
営業部
(フシリナー)



課題



「ついつい姿勢が悪いままデスクワークをしてしまい...」
腰や首を痛めたり、将来の健康への不安も...

年齢層	20~40代
性別	男女
特性	自分の姿勢が悪いと自覚しており、改善したいと課題とは思っている。 姿勢が悪くてもすぐに困るというわけではないので行動に移さず、気づくと悪い姿勢で仕事をしてしまっている。

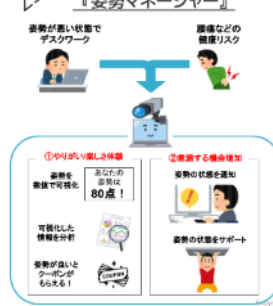
なぜ良い姿勢が維持できないか
・良い姿勢を保つのは疲れる
・すぐに何かに支障をきたすわけではない
→良い姿勢に対するモチベーションが弱い
→気付いたら姿勢が悪くなっている
・健康器具などはコストがかかる

実現したいこと

手軽に、かつ楽しく姿勢改善に取り組みやすいサービスを提供したい！



解決策 『姿勢マネージャー』



- きっかけの提供
・姿勢が悪い時または定期的に通知を出すことで姿勢を直すタイミングを作る
- モチベーションの提供
・自分の姿勢が可視化することで楽しく姿勢改善できる
・姿勢が良いと整骨院、健康器具商品等のクーポンゲット
- データに基づくアドバイス
・WEBカメラによる画像データから姿勢を分析
・収集したデータをもとに医療機関への相談サポート



サマリー

Customer 誰の？
<デスクワークの会社員>
・年齢:20代~40代 性別:男女
・説明:姿勢をぼんやり良くしたいと思っているが、姿勢が悪くても困らないから行動に移さず気づくと悪い姿勢で仕事をしてしまっている。

Problem どんな課題？
・良い姿勢を保つのは疲れる
・すぐに何かに支障をきたすわけではない
→良い姿勢に対するモチベーションが弱い
→気付いたら姿勢が悪くなっている
・健康器具などはコストがかかる

Solution 解決策は？
『Webカメラを用いた姿勢評価アプリ』
①きっかけの提供
姿勢が悪い時または定期的に通知を出すことで姿勢を直すタイミングを作る。
②モチベーションの提供
自分の姿勢が可視化することで楽しく姿勢改善できる
・姿勢が良いと整骨院、健康器具等のクーポンゲット
③データに基づくアドバイス
・WEBカメラによる画像データから姿勢を分析
・収集データをもとに医療機関への相談サポート

Market/Competitor 市場規模は？既存解決策は？
・健康系のアプリ・端末等の市場規模1500億円
→『姿勢マネージャー』目指す規模8億円

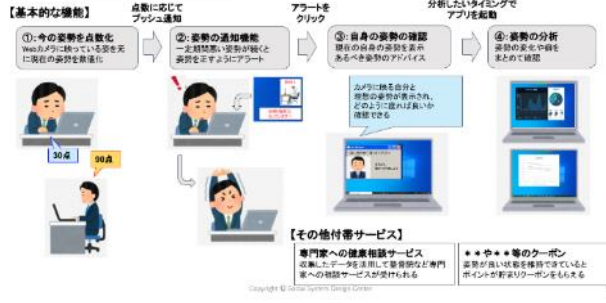
<他の健康系サービスとの差別化>
・既に持っているPCについているWebカメラがあれば導入できる
・生活スタイルを変えることなく姿勢改善に取り組み始める

Why You? なぜやりたい？
姿勢が悪いことで身体を痛めた経験があるから。
姿勢を良くしたいと思っている人がたくさん周りにいて力になりたいと思ったから。
自分たちが姿勢を直せないことの難しさを感じているため。

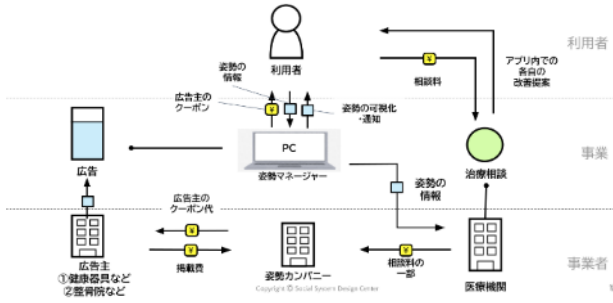
Why Now? なぜいま？
・コロナで一般的にデスクワークが増えたこと
・リモート会議の増加からWebカメラが必需品となったこと



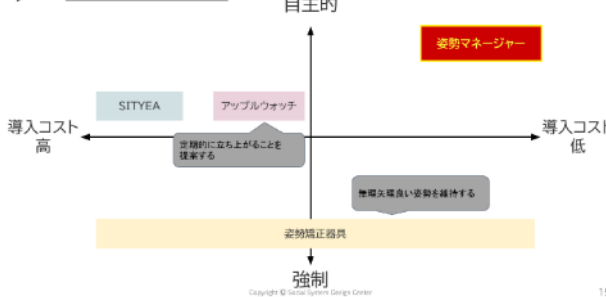
サービスのイメージ



ビジネスモデル



差別化 (姿勢に関する競合)



Why You / Why Now?

・自分自身が姿勢が悪いことで身体を痛めた経験があったが、姿勢を直せないことの難しさを感じている
→姿勢を良くしたいと思っている人がたくさん周りにいて力になりたい

・コロナで一般的にデスクワークが増え、リモート会議の増加からWebカメラが必需品となっている今だからこそ色々な人に使ってほしい



審查結果



2022年度Masterに向けて

■ 推薦したいテーマ

- Advanced最終報告会および各種アンケート結果を踏まえ、以下テーマをMasterに向けて推薦した

カテゴリー	No	発表タイトル	チーム	Master (事業化検証) フェーズへの 推薦	フィードバックアンケートより				修了アンケートより		
					応援有無 (社会性)		投資有無 (事業性)		事業化意欲		
					強い 共感	共感	強い 興味	興味	強	中	弱
開港都市+	1	電話しちゃってごめんねを無くす HAPPY相談室	HAPPY MONDAYチーム	○ (土井さん)	45%	95%	0%	50%	1	1	1
	2	旅するMeika (銘菓)	お土産サブスクMeikaチーム		30%	75%	20%	55%	0	4	0
	3	移住促進データナビ	移住促進チーム		15%	70%	15%	40%	0	2	1
SSDC+	4	金画示 ～あなたに寄り添う金融計画～	金融リテラシーチーム	○ (平山さん)	35%	75%	20%	65%	1	1	2
	5	ReEarth 楽しさと共感で未来へ繋げるCN社会創り	カーボンニュートラルチーム	△ (各メンバー)	35%	75%	15%	55%	0	3	0
	6	姿勢改善アプリ 姿勢マネージャー	健康のための姿勢評価チーム		15%	65%	10%	45%	1	1	1

事業化に向けて応援したい 事業アイデアに投資したい

非常にそう思う 非常にそう思う 非常にそう思う 非常にそう思う

そう思う

そう思う



フィードバックアンケート結果



Advanced最終報告会フィードバックアンケートサマリ

視聴者属性	視聴者数
理事	3名
SSDC法人正会員企業 関係者	10名
SSDC個人準会員	3名
大学生	4名
SSDC事務局	2名
計	20名

フィードバックアンケート項目概要

• 事業化に向けたフィードバック

- 社会性（事業化に向けて応援したいと感じたか？）
- 事業性（事業アイデアに投資したいか？）
- 事業として立ち上がっていくためのアドバイス
- 最終報告内容へのフィードバック
 - 顧客、課題、解決策、デモ、市場展望と差別化要素、ビジネスモデル、ビジョン、熱意

• 事業創造デザインプログラムへのフィードバック

- プログラムを通しての感想、良かった点、改善すべき点



Advanced各チーム事業アイデアへのフィードバックサマリ

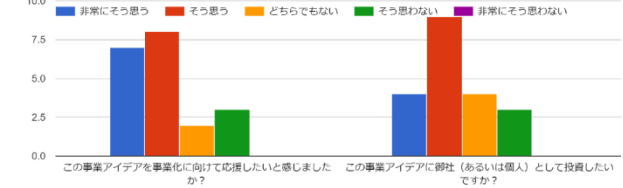
HSP（高感受性）の若手社会人向け
電話しちゃってごめんねを無くす
「HAPPY相談室」

「電話しちゃってごめんねを無くす「HAPPY相談室」」の最終報告内容についてご評価ください



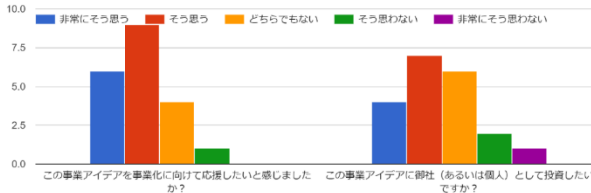
お金に不安を持つ若手社会人向け
金融リテラシー向上サービス
「金画示」

「金画示」の最終報告内容についてご評価ください



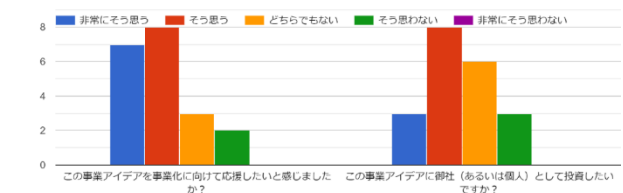
銘菓を発掘し食べたい人と、
地方の銘菓メーカーをつなぐ
「旅するMeika」

「旅するMeika（銘菓）」の最終報告内容についてご評価ください



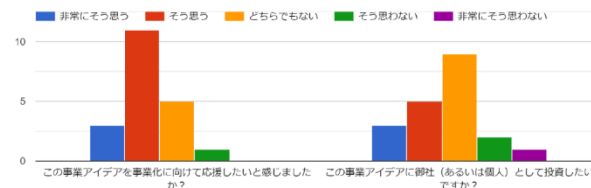
楽しさと共感による巻き込み型
CO2削減活動共有プラットフォーム
「ReEarth」

「ReEarth」の最終報告内容についてご評価ください



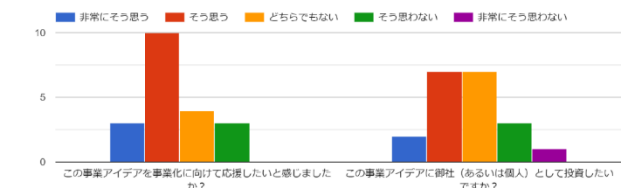
移住検討のための
オープンデータプラットフォーム
「移住促進データナビ」

「移住促進データナビ」の最終報告内容についてご評価ください



自分の姿勢を改善したい20-40代向け
姿勢改善AIアプリ
「姿勢マネージャー」

「姿勢マネージャー」の最終報告内容についてご評価ください





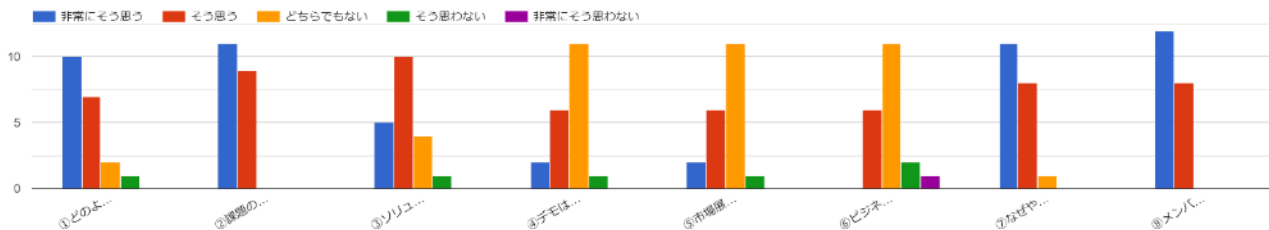
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■ HAPPY相談室 ★

「電話しちゃってごめんねを無くす「HAPPY相談室」」の最終報告内容についてご評価ください



「電話しちゃってごめんねを無くす「HAPPY相談室」」の最終報告内容についてフィードバックください



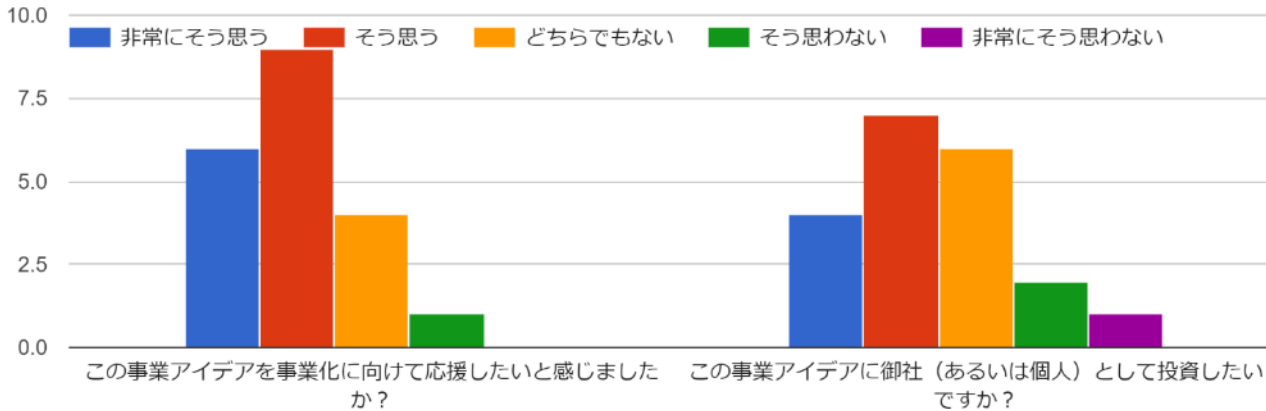
- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - 公的期間の支援
 - 市場の将来性（特にカウンセラーの数が確保できるのか）と、立ち上がりの際のリアリティ(何名くらいの相談者をどれくらいのペースで集めるのか等)が具体的になれば良いと思います
 - サービス内容と想定顧客を具体的に定める必要があるでしょう。カウンセリングを目指すのかコミュニティ作りを目指すのかなど
- SSDC正会員企業関係者より
 - 回答者の特性をオープンにする、利用上限の設定、収支計算
 - コーチ側のニーズや実現可能性をきちんと押さえたうえ、テストコーチングから実証して収益モデルの精度を高めると良いように感じます。
 - 電話の受け手が誠実で安心感があることを、なにか実感できるような触れ込みが必要かなと思いました。
 - HPSの方にこのサービスをたくさん知ってもらうことがポイントなのかなと思いました。発表の中で、資格を持っているけれど、お客様がいないというお困り事があるとも言っていたと思いましたの意見です。
 - メンタルヘルスビジネスの市場調査
 - コーチングの資格を持って余っている人がいること→「コーチングの資格を持っている人」も課題に含めるのであれば、コーチングする人のキャリアアプランも知りたい、それが達成できない/裏切られている現状がある？
 - 自分自身がコールしてもつながらなかった→今日の聴講者は成功者が多くメンタル強者しかいないので、ストーリーとして本編に含めた方が共感を得られたと思います。
 - コーチング手軽に試せないよね→日本でのコーチングという概念普及に対するとてもいい問題提起でした。
 - 相談員を安定して確保するにはどうすればよいか。
 - 市場調査とマネタイズを実現性あるものにする。
 - 実現可能性の調査。具体的なプレイヤーと提供するための仕組みの整備。サービス品質をどの程度保証するのか。
 - コーチングスタッフの整備、料金回収の仕組みの整備
- SSDC個人準会員より
 - 細かい収支分析をしないと厳しい気がしました。コーチの方への報酬とかを考えると利用料はもっと高くしないといけないし、利用料を上げると利用者が増えないし・・・
 - HSPの方が本当に欲しているのがコーチングなのか傾聴なのか、掘り下げて欲しい
- 聴講学生（東大生）より
 - ターゲット（どの程度の悩みを抱えているHSPの方をサポートをするのか）を明確にするのが必要なかなと思いました。精神面で問題を抱えている人のサポートをするという発想はとても良いと思いますが、それとともに様々なリスクと責任を抱えることになるのではないかなと思います。
 - 自分の悩みを相談できる相手だと信頼してもらえるかどうかだと思います。
 - コーチングの供給に対する需要が過多であるということなので、もしこのサービスが流行った場合、コーチの数が足りなくなってしまうのではないかなと思いました。コーチの見習いの方にとって魅力的なポイントを設けて他のプラットフォームとの差別化を図るといいのかなと、僥倖ながら思いました！
 - 日本でhappy相談室を普及させていくマーケティング戦略を具体的に考案できるとより現実的なプランになると思います。マーケティング戦略を考える際にターゲットもより明確になると思いました。



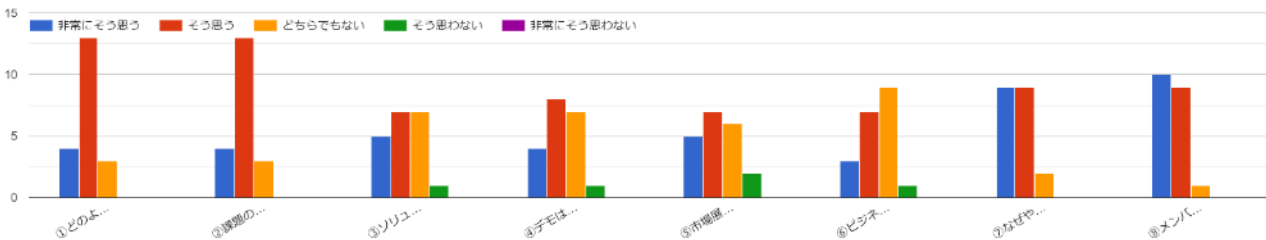
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■旅するMeika

「旅するMeika（銘菓）」の最終報告内容についてご評価ください



「旅するMeika（銘菓）」の最終報告内容についてフィードバックください



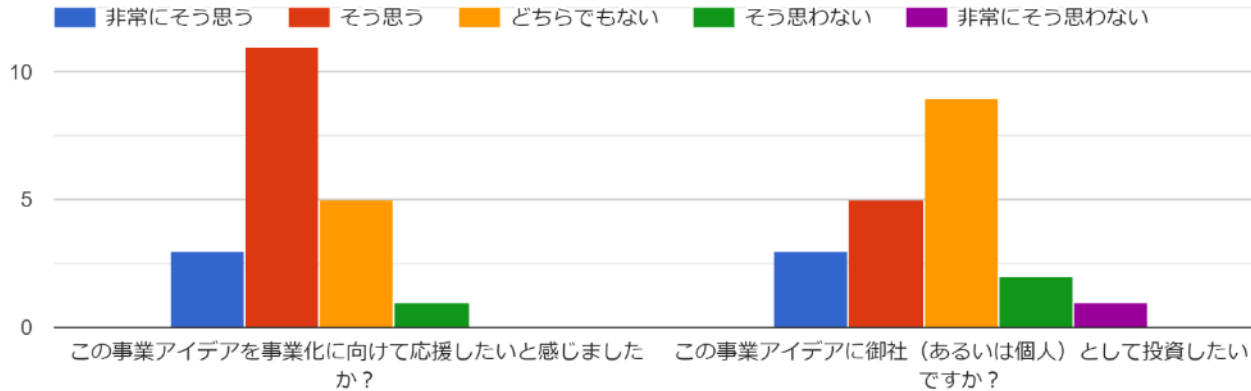
- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - 海外に販売
 - 既存サービスの理解と、差別化の具体性が必要と感じました。特に既存サービスが苦勞しているポイントに着目して検討してみるなど。
 - 菓子作りの人々に魅力を感じてもらえるかどうか鍵になると思います
- SSDC正会員企業関係者より
 - 梱包、在庫管理等のコストの精査
 - ハードルは高いかもしれないが、現在は現地では買えない・オンライン販売はしていない銘菓を是非取り扱って欲しい。
 - 運送コストなどの中間コストを以下に下げて、銘菓の量と品質を満足いく水準で維持できるかというところかと思いました。また、うまく口コミなどが活用されれば広がっていくかなと思いました。
 - お菓子メーカーさんにとってもサブスクで生産数の予想ができるので、サブスク化はやっていきたいのではないかなと思いました。一方で、サブスクでなくてもいいかなとも思いました。
 - 他社サブスクサービスとの差別化ポイントの明確化。バーチャル旅行サービスとのコラボレーションを検討してもいいかもしれませんね。
 - お菓子縛りではなく地域縛りというのが個性的だと思いました。特長を活かして地域との関りを生み出すようなことができれば、お菓子サービスとは一線を画す差別化ができる気がしています。思いつきですが日本酒であれば、ある銘柄をサブスク内でレポートしてくれた場合、一定回数で酒蔵ツアー体験ができるなどの特典。これは地方創生？
 - アドバイスというより、こんなサービスはどうでしょうか。最初は無償で数種類の銘菓詰め合わせを提供して、好みを回答してもらうと似たような銘菓が毎月送られてくる。
 - メーカー側アーリーアダプタを捕まえること。営業担当が数多くの銘菓メーカーとの取引を増やす必要があり、初期コストがかかるように思う。
 - ユーザーの獲得
 - 梱包と物流の仕組みを具体的な形に落とすべき
- SSDC個人準会員より
 - 他社との差別化。知られていない銘菓を紹介するのであれば、より地域密着型のカラーを出したほうがよさそうに思います
 - 函館スイーツ推進協議会との具体的な事業立ち上げを前提にしたミーティング
- 聴講学生（東大生）より
 - 地方の様々なお菓子を組み合わせるというアイデア、とてもすてきだと思いました！ウェブサイトの画像もあり、イメージがわかりやすかったです。このサブスクをどのように広めるのかも知りたいと思いました！ターゲットの年齢層にもよりますが、SNSを活用して広めると良いのかなと思いました。銘菓バックに入れる説明書（？）なのですが、銘菓メーカーのお菓子への想いだけでなく、地方がどのような場所なのか（例：観光地）などの情報も含めると良いのかなと思いました。そうすると、その場所を実際に訪れたいと感じる人が増えると思います！
 - 新しい出会いが軸にあるので、銘菓を食べ尽くして新しい出会いがなくなった場合どうするかを想定する必要があると思います。
 - 差別化マップのところで、まだ有名でない銘菓を届けるところが差別化だとおっしゃっていましたが、お客さんが、有名なお菓子ではなく有名でないお菓子を選ぶ理由が少し弱いなってしまったので、旅先で使えるギフト券などにか付加価値があったらよりユーザーが集まりやすいのかなと思いました！また、それは実際に現地旅をした時にもう一度そのお菓子屋さんに行ってみようというようになつたりも生まれるのではないかなと思いました！
 - お菓子詰め合わせのサブスクでおいしい銘菓を発掘できる興味深いプランだとも思いました。しかし、おいしいお菓子を知ってもらうところで止まってしまうのは勿体ないと思います。おいしい銘菓に巡り合えたあと、購入者と銘菓メーカーを継続的につなぐ仕組みを考えられるといいと思います。また、「旅する銘菓」という名に合うようにするには、今は北海道バック、今は青森県バックなどのようにすると日本全国を旅するというコンセプトに合わせられるのではないのでしょうか。



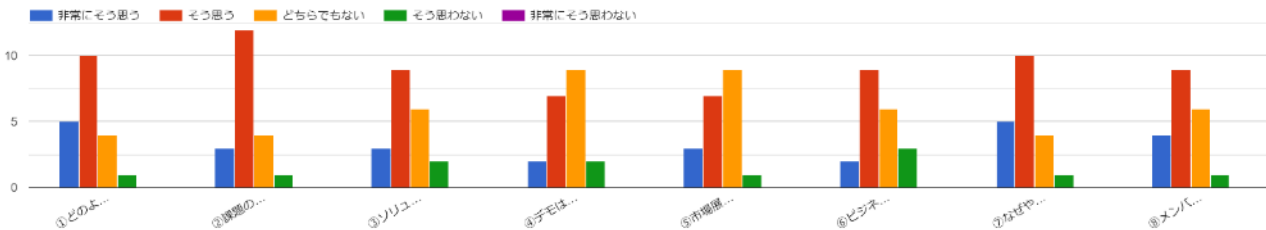
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■ 移住促進データナビ

「移住促進データナビ」の最終報告内容についてご評価ください



「移住促進データナビ」の最終報告内容についてフィードバックください



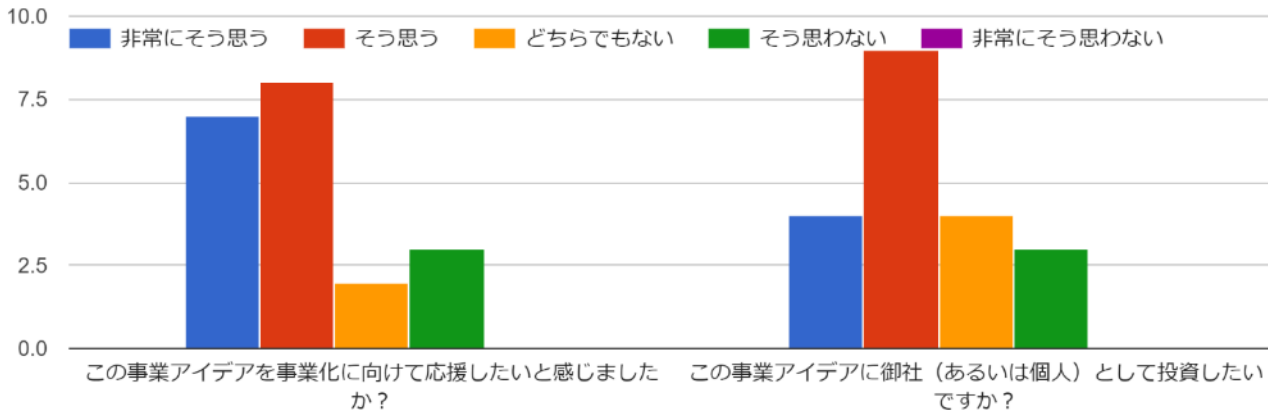
- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - 移住以外に関係人口を増やして深める方策が現実的ではないかと思えます。
 - 定性ではなく定量データという着眼点は面白いと思いました。一方で、潜在移住希望者が自治体のどちらかを相当数集めないと事業が立ち上がらないという点と、具体的にどのような移住希望者に対してどのようなデータを提供すると良いのかという具体的なイメージが不足している点が今後の検討事項と感じます。前者に関しては、既に基盤を持っている事業者が着手した方が早いのでは？と思いました。
 - データベースの中身とそれを使った提供サービスの具体化あるいは具体化に向けた進め方を明確にする必要があるでしょう
- SSDC正会員企業関係者より
 - 申し訳ありませんが利用者のメリットがよく理解できませんでした。そのあたりの補足説明かと思います。
 - 是非事業化して欲しいです。地方移住経験のない自分自身が興味を持てる題材であり、リモートワークが可能となった現在こそ個人・自治体に向け大きな変革となるソリューションだと感じます。
 - 移住者、事業者、自治体それぞれに向けてサービスを提供されるというところから、個人的にはなかなか理解がすぐに追いつかなかった感があります。いったん主軸を絞って進めた方がわかりやすいのではないかなと感じました。
 - 定量的な価値情報のニーズと情報収集手段の実現性
 - 資料が詳細だったので、短時間で課題と解決策を把握/判断することが難しかった。プランについて、複数の選択肢を出されると混乱するので現時点は最も重要な1つに焦点を当てて良かった気がした
 - 星野リゾートのように、移住促進データナビが紹介する地域を限定してブランド化するのはどうでしょうか。
 - ソリューションのコア技術を確立すること。定性的データを定量化するデザインと、データベース整備の技術者が必要。
 - 売上の獲得
 - 今回のシステムをどのように整備するのか、具体的なアーキテクチャに落とすべき。データ整備が重要であり、どのように整備するのかアイデアはもう少し必要。
- SSDC個人準会員より
 - 各自治体で移住者受け入れの取り組みがバラバラなので、プロモーション策などのコンサルティング能力が問われると思います
 - そもそも移住したくても移住できない（勤務先の規程上ムリ等）、移住を本気で考えていない人等、既存のマーケットを広げる活動も必要だと思います
 - 自治体への導入検討を前提にしたディープヒアリング
- 聴講学生（東大生）より
 - 移住促進データベースの需要の予想や広告の仕方が気になります。そもそも移住を考えている方がどのくらいいるのか把握していないのですが、その中で場所の「雰囲気」や「評価」だけではなく、データベースを検討する方がどのくらいなのでしょう？
 - 移住を希望している人をピックアップしてアプローチする仕組みがあるといいと思います。
 - データがたくさん集まりさえすればとても便利なサービスになると思いました！
 - 膨大なデータを収集して整理する方法を明確にできると良いと思います。



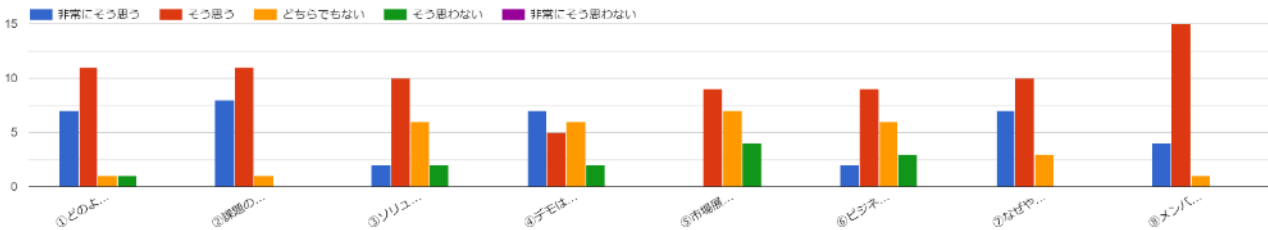
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■ 金画示 ★

「金画示」の最終報告内容についてご評価ください



「金画示」の最終報告内容についてフィードバックください



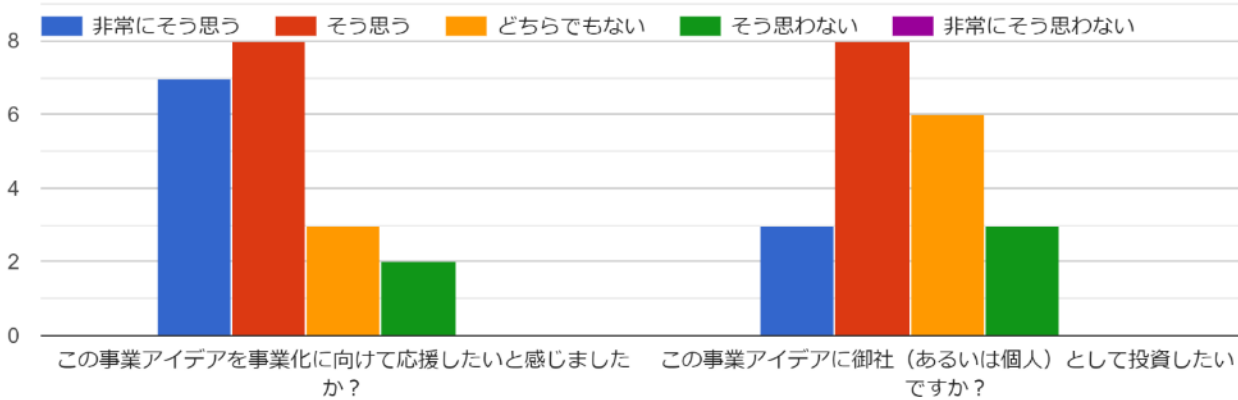
- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - 若い人なのでやる価値がある。
 - 最終的に得たいのはリテラシーではなくお金では、という点に関してストレートな解が見えると思う良かったです。リアルな体験に勝るものはないので、実際のお金でリスク抑えて学べる&ゲーミフィケーション要素のあるサービスアイデアを聞いてみたいです。お題自体は万人が非常に興味があるテーマなので色々なディスカッションが出来ると感じます。
 - 教育コンテンツの充実、教育に特化するのかfinancial adviseに踏み込むのか立場の明確化
- SSDC正会員企業関係者より
 - コンテンツの品質維持と更新
 - 個人として是非トライアルをしてみたいと感じました、FPともタイアップ可能であれば金閣寺オプションサービスの一貫でパーソナルトレーニングの感覚でFPから直接資産計画のアドバイスを受けられるサービスもあると良いと感じます。
 - 信頼性が高いことをどのように利用者にひろめていけるか
 - 金融資産となるものはたくさんあると思いますので、その道のプロから学べると面白いなと思いました。
 - 費用対効果の妥当性及びマネタイズの実現性。金融に関心のあるユーザー程、投資対効果を厳しく捉えているため。
 - 具体的なコンテンツのイメージが欲しいです！"正しい金融知識"、"信頼性のある情報"とは何なのか。リテラシーの低い方が集まってしまう傾向がありそうなので、どこまで攻めた知識を出すかどうかは見極めが必要だなと感じました。
 - ネーミングが怪しいと感じてしまい、話を聞きたいと思えませんでした。お金の提案なので、寄り添いすぎると何かの事件に発展しそうと感じました。
 - 学習コンテンツを充実させること。コンテンツのデザインができる専門知識を持った人材がメンバーに参画する事。金融庁などへの事業者登録、リスク管理等のアドバイザーがいること。
 - 金融プロのアドバイス
 - 提供価値について再度考えても良い。他サービスとの差別化とどのように実現するのか。本当にユーザーにとって必要なサービスなのか。実現方法についても確認する必要あり。
- SSDC個人準会員より
 - ニーズがあることは間違いないので、マネタイズできるようなコンテンツ作りが肝になると思います
 - マネーフォワードが展開してきた類似サービスの失敗事例（人員が確保できない）を念頭に持続可能なサービスを練るとともに、「正しい...」の部分の納得できるコンテンツ例を詰めていく必要があると思いました。このサービスはコンテンツの部分と割ける人材が超重要だと思いますので。
- 聴講学生（東大生）より
 - 大学3、4年や社会人1、2年目で金融リテラシーを得る必要が特に高まるのではないかと思います。セキュリティ、情報やタスクの正確さ（結果につながるか）、わかりやすさが重要になってくるのかなと思いました。
 - 漠然と投資したいと思っはいるが、行動に移せてない若者のモチベーションを高め、このサービスの利用に踏み切るように仕向ける方法を考える必要があると思います。
 - ターゲット、課題、解決策の部分は素晴らしいと思ったので、あとはどうコンテンツを充実させていかにフォーカスしてブラッシュアップしたら素晴らしいサービスになるし、僕も利用したいと思います！
 - 金融関係の書物やサイトは本当に多く、自分に最も適したものを探るのは本当に難しいと思います。ただでさえ情報量が多いと金画示の案は溢れかえる多大な情報の一つになりかねないのではないかと思います。情報が多くて適切な情報にたどり着けない若者にとっては、これまで存在しているサイトなどと同じく、適切であるかどうか判断できないのではないかと思います。このアプリなら信じられると認めてもらうことが大事だと思います。有名教授に協賛してもらうなど信用をあげられるとよりよいと思います。



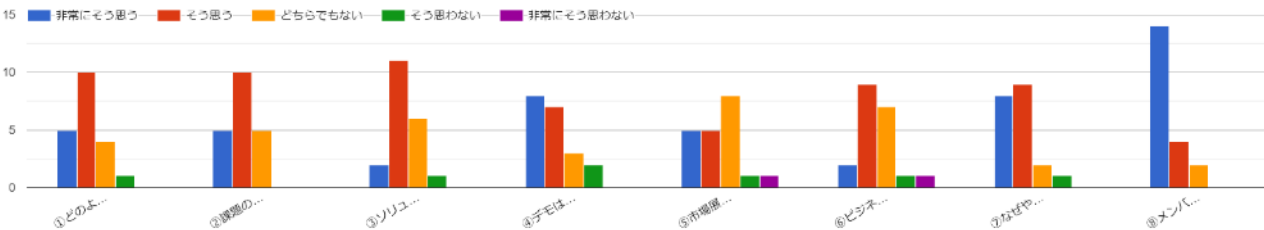
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■ Re:Earth

「ReEarth」の最終報告内容についてご評価ください



「ReEarth」の最終報告内容についてフィードバックください



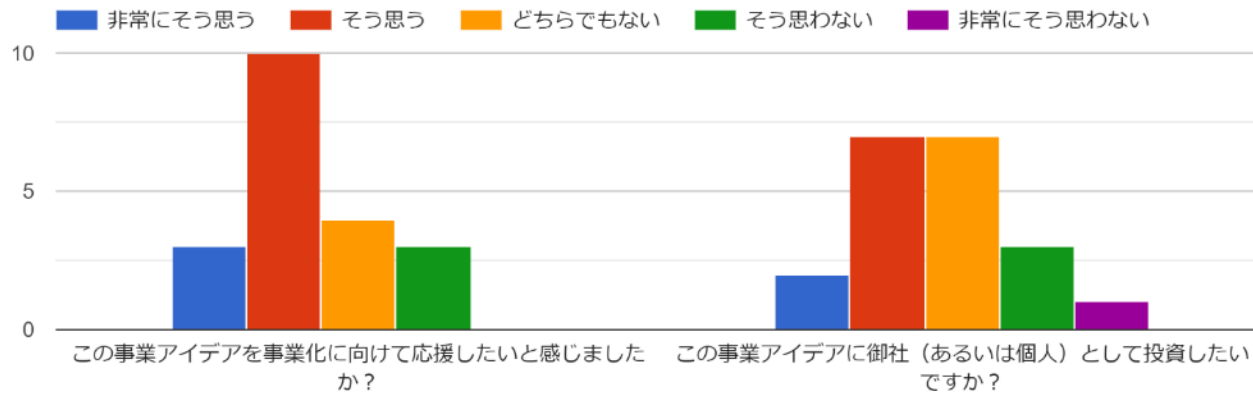
- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - 実際にかかる地域活動支援におけるオペレーションコストの検証と（初期を補う）助成金の活用など
 - 頑張ってください。
 - 志は素晴らしいのですが、専門的知識に基づく課題の用意などコンテンツが必要だと思います
- SSDC正会員企業関係者より
 - 活動のコンテンツが枯渇しないこと。
 - 個人であれば単身世帯にもニーズはあると思います、大人向けコンテンツも是非検討頂きたいです。企業向けの取り組みとして導入することも非常に有効かと感じております。
 - 楽しんで且つ効果的に実行を継続できる「お題」をいかに継続的に出していけるか
 - 小学校からのお考えは面白いと思いましたが、小学生でなくてもいいかなとも思いました。
 - 具体的なマネタイズプラン（自治体との具体的なビジネスプラン）
 - 学校で実施するアイデアがとてもいいと思いましたが、大人の個人が実施するモチベーションは、初期フェーズでは持ちにくいですね。社会貢献から外れるかもしれませんが、企業間排出量取引の個人版みたいなもの作れないでしょうか。（自分でも飛躍しすぎと思いますが）CO2が削減されて喜ぶ人がいるのであれば、リワードを払って欲しくないかと妄想しました。
 - CNの取り組み自体が難しいと感じましたが、熱意があればビジネスになるかもしれません。
 - 協力自治体側のアーリーアダプタを確保すること。
 - 子どもたちの関心をかうこと
 - 環境省の公募事業が自治体の公募などで実証してみてもどうか。
- SSDC個人準会員より
 - 小学生を起点とするアイデアは素晴らしいですが、ビジネスとして考えると自治体や企業とのアライアンスをより具体的に考えたほうが良いと思います
 - 頑張りすぎたり、地域に嫌悪感を持ったりせずにジブンゴトとして進めていけるようなブレない選択肢を丁寧にカスタマイズしていく必要があると思います。
- 聴講学生（東大生）より
 - 子供向けの楽しい活動（お題を出して答えてもらう）が具体的にCO2削減にどのようにつながるのが気になりました（私の理解不足かもしれませんが、申し訳ないのですが）。。。コンセプト自体はとてもすてきだと思いました！カーボンニュートラルはとても規模が大きい問題なので、「解決」は難しいと思いますが、「何かをしないと何も変わらない」というスタンスは私も思います。
 - 人々に自分達の行動が気候変動の問題を改善できるほどの影響を与えようということを認識してもらうことが重要だと思います。
 - やはりマネタイズは難しいので、この活動に共感してくれる人を上手く巻き込める仕組みづくりをしてサステナブルな事業になったらとても大きな意義のあるものになるのではないかと思います！
 - 子供は良くも悪くも純粋なので、子供を主なターゲットにした場合うまく乗り気になってくれるかどうか未知数だと思います。



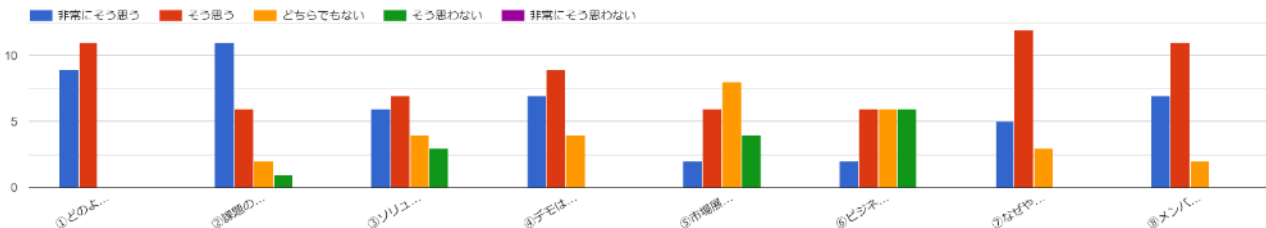
Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

■姿勢マネージャー

「姿勢マネージャー」の最終報告内容についてご評価ください



「姿勢マネージャー」の最終報告内容についてフィードバックください



- SSDC理事・監事・アドバイザーより
 - UXDデザイン次第で爆発するかもしれない。PCカメラを活用してという発想は面白いと思いました。
 - 一方、そのうちMicrosoftがOfficeソフトやSurfaceの1機能にしれっと入れそうだなと思ったので、技術的な実装ではなく姿勢データを使って違う発想のサービスアイデアを練るなどの拡がりがあると良いと感じます。
 - 個人向けはコミュニティ作りなどを含めないと姿勢改善だけでは事業としては難しいのではと感じます。リモートワークも含めて企業向けであれば可能性はあるかもしれまいと感じました
- SSDC正会員企業関係者より
 - カメラをonしておくことのセキュリティー等の問題の解決（コメントであったとおり）
 - 個人より健康経営に注力している法人向け提供モデルを考えていくと需要があると思われる。
 - 使うことの強い動機付けが必要と思いますが、マネタイズとのからみが難しいと感じました。
 - 広告主を整骨院や健康器具のみならず、オフィスワーカー向けとしては飲食関係や住宅、家電などに特に制限しなくても良いと思いました。運転中の姿勢とかでも使えるとかであれば、バスやタクシーのなどにも提案できると思いました。
 - マネタイズの仕組み。健康器具メーカーや整骨院だけでなく、保険会社などの健康促進アプリ・サービスに対して機能提供する等を行うようなメーカ協業モデルも検討できるかと感じました。
 - AppleWatchなどと違って、ハードに依存しないところが素晴らしいと感じました。事前に健康データをストックできるのであれば、整体や整骨院へのユーザー導線になりビジネスになるのでは？と思いました。
 - 姿勢が良くなったかのチェックは、各地の整体院でテストしてもらおうような導線どうですか？
 - 姿勢だけではマネタイズし辛いと感じました。
 - 収益を増やすアイデア。現状マネタイズが厳しいように感じる。
 - 研究機関のエビデンス。実証結果。事例
- SSDC個人準会員より
 - マネタイズを考えると、健康器具メーカー等とのアライアンスをきちんと考えて収益を出せるようにするのは必須だと思います
 - 姿勢をよくする先に腰痛を改善し、再発防止の対策を打ちたいというものがあるのではと思いました。ITソリューションにこだわりすぎずに本質を突き詰めていただければと思います。
- 聴講学生（東大生）より
 - 私も学生としてPCで作業をすることが多いので、とても良いアイデアだなと思いました！アンケート結果と同じように、アプリが有料であった場合、私は使わないかなと...そうすると、収益をどのように上げるのかが気になります。悪い姿勢によって身体的な悪影響（例えば腰や首の痛み）を経験している人には需要があると思うのですが、「姿勢が悪いけど特に影響はない」という方にアプリをダウンロードしてもらうにはどのような方法があると思いますか？
 - 個人的にはゲーム感覚で行えるものの方が続くと思うので、獲得ポイントなどを利用したランキングシステムなどを導入することも良いと思います。
 - ユーザーが利用するハードルがとても低くていいと思ったのですが、継続してさらには課金してもらえるためのおもしろい付加価値がもう少しあったらユーザーが増えると思いました！
 - 初期投資が大きいのにに対して、アプリ利用で収益を上げるのが難しいような印象を受けました。企業と提携したりするなど安定して収益をあげられるシステムを作れるとよいと思います。



プログラム全体へのフィードバック

■ 理事

- ・ **社会性の広がりのある課題が多くとても良かった**です。
- ・ 参加チームの皆様、事務局の皆様お疲れ様でした。ありがとうございました。

■ SSDC法人正会員企業関係者

- ・ チーム数・発表時間含めボリューム・タイムテーブルは最適であったように感じました。開港都市+テーマに関しては、可能であればオンラインご参加の自治体の方のフィードバックコメント（生のお声）を拝聴出来れば非常にいいなと思いました。
- ・ **チームを組んで、実際にインタビュー等も含めて活動してみるという点がとても臨場感あってよかった**と思います。期間も長すぎず、短すぎず妥当だったのではないかと思います。
- ・ **短期間でこれだけのアウトプットを作成されていることに感服しました。**一方で、**ビジネスモデル・マネタイズについてはどのコンテンツも検討の余地があり、このデザインプログラムの課題でもあるかな**と感じました。初参加でしたが、非常に有意義な時間でした。ありがとうございました。
- ・ 久々にSSDCの風に当たって魂が清められました。ありがとうございます。ファシリテーズに、嫌らしい質問ばかりしてごめんなさい！**もう一步詰めれば跳ねそうなアイデアばかり**だったので、マスターに行ける候補も多そうですね。どの発表も、①課題の現体験 ②ソリューションを通した体験の解像度をもう少し上げられるといいかなと思いました（難しいのは骨身に沁みていますが...）
- ・ **これまでの事業創造プログラムで最もレベルの高い成果発表**だったように思います。
- ・ 全体的にプレゼン資料が分かりやすかったと感じました。活動したメンバーだけではなく、**周りの支援者の方たちの努力（過去の課題対策を実施）がとても伝わってきました。**今後の活動にも期待したいと思いましたので、引き続きよろしく願いいたします。
- ・ チームの発表、事務局対応お疲れさまでした。運営面は大きな問題はないと思います。**次のステップへ継続する仕組みは必要**だと思います。

■ SSDC個人準会員

- ・ **自分自身の視野も大変広げることができる貴重な機会**をいただきました。ありがとうございました。ここまで企画を作り上げたチームの皆さんもおつかれさまでした。
- ・ 荒削りな部分もありますが、それぞれに熱意のこもったプレゼンでした。**ぜひ次のステップに進んでいけるよう（プレゼン終了でおしまいにならないよう）にしていただけることを熱望**しております！

■ 大学生

- ・ **様々な事業アイデアのプレゼンを聞き、とても感激**を受けました。それぞれチームメンバーの想いや悩みが反映されており、具体的なソリューションが考えられていたため、大変勉強になりました。同時に、事業アイデアを実際に行うことは難しいのだろうと思いました。特に改善するべき点はないかと思いました！
- ・ **非常に面白いアイデアや、鋭い質問ばかり**で大変勉強になりました！ありがとうございました！
- ・ **個人的には、ビジネスプランの立て方や押さえておくべきポイントを学ぶことができてよかった**です。最後の総評で何人かの方がおっしゃっていたように、これを**実際に熱意をもって実行することの大切さを改めて認識**しました。色々な経験のある方の手厚いサポートのもとで事業を考え、実践する機会是非常に貴重なものだと思います。
- ・ 本日は大変貴重な会に参加させてくださり誠にありがとうございました。私自身は今まで新規事業を実現したことがないため、たくさんの方々新鮮な新規事業案を生のお声で聞くことができてとても貴重な機会となりました。どの発表者も事業計画が綿密にたてられており、具体的な事業内容を想像することができる興味深い発表でした。**今回の発表を聞いて最も強く感じたことが、アイデアの新鮮さです。何も無いところから事業を生み出す、0から1を作り出すことの素晴らしさを実感**しました。現状で抱えている問題をもとに事業創造すると、とても具体的でユニークな案が出てくることがよくわかり、これから社会問題に意識をもって生活しようと思いました。それぞれ視点が多様で、自らの視野も広がるよい機会になった。とても有意義な時間になりました。ありがとうございました。



修了アンケート結果



Advanced修了アンケートサマリ

参加者属性	受講者数
学生	8名
社会人(法人正会員)	13名
社会人(各地域)	2名
計	23名

A) 当初受講者数：23

B) 修了時の受講者数：20
(完走率： $B \div A = 87\%$)

C) 修了アンケート回答数：20
(回答率： $C \div B = 100\%$)

修了アンケート項目概要

- **事業化への志向**
 - 事業化意欲・属性自己診断
 - 今後挑戦していきたいこと
- **事業創造デザインプログラムへのフィードバック**
 - プログラムの目的達成度
 - プログラムの満足度・印象に残った内容・身についたスキル
 - チーム活動への貢献実感・ボトルネックポイント・稼働時間
 - プログラムの推奨度・市場フィット度・価値・改善ポイント
- **SSDC活動への興味関心**
 - プログラム企画・運営への興味
 - イベントへの興味興味



事業化意欲

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)

今後の活動意思の確認 (自チームの活動)
20件の回答



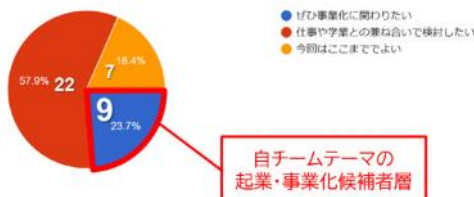
**自チームテーマの
起業・事業化候補者層**

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)

今後の活動意思の確認 (他チームの活動)
20件の回答

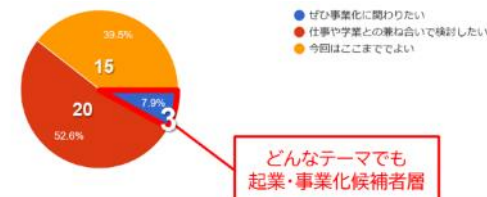


**どんなテーマでも
起業・事業化候補者層**



自チームテーマの
起業・事業化候補者層

←参考:2021年度修了アンケート→
(N=38)

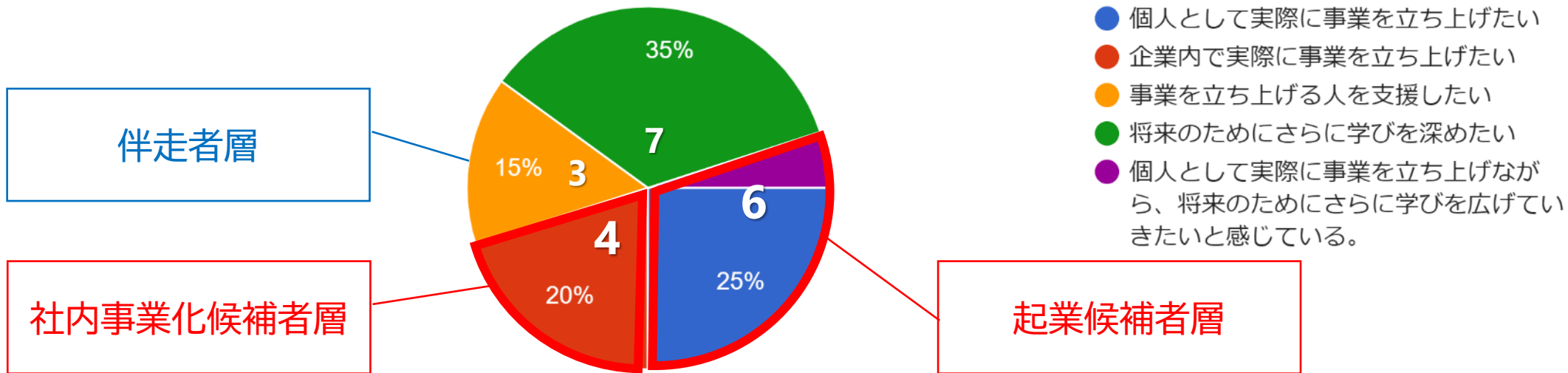


どんなテーマでも
起業・事業化候補者層

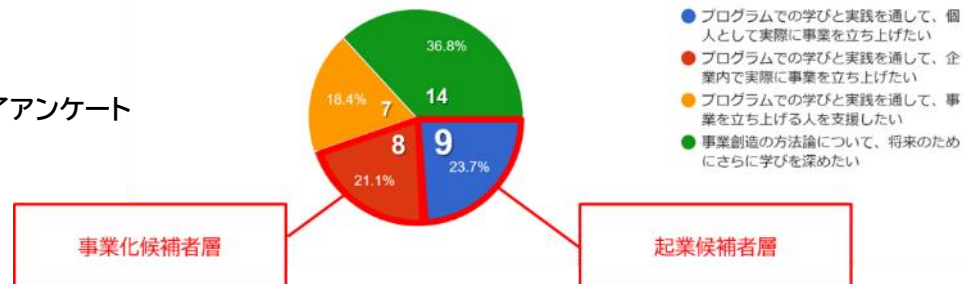


属性自己診断

ご自身の属性
20 件の回答



参考:2021年度修了アンケート
(N=38)





今後挑戦していきたいこと

- **HAPPYMONDAYを実現したい**です。
- **自社製品の企画に挑戦**してみたい。
- 参加前から意識しないとイケないと思っていることではあるけれど、とりあえず**怖がらずにできるだけ何でもやってみるようにしたい**です
- **社会課題へ意識を今より高めたい**。自分自身の金融リテラシー向上。ニュースや株などもっと社会を見る癖を今よりもつける。いろんなサービスやソリューションを実際に使ってみる。自分の分からないこと、気になることのアンテナを張って、調べる癖をつける
- これから学会発表等を経験することがあると思うので、**プログラムで鍛えた説明の能力や毎回のフィードバックで皆さんから教えていただいた考え方等を発表の場に活かしていきたい**です。
- 学んだことを業務にどう落とし込んでいくかが課題。また**自分で考えている事業をスタートさせたい**。
- **自社での新規ビジネス立ち上げ**
- データプラットフォームの型とUI/UXを深めて、**会社としてそういった形のプロダクトづくりに役立てるようになっていたい**。
- **プロジェクト管理におけるファシリテーションの向上**。IT構築プロジェクトにおける**デザイン思考**の活用
- **社会課題解決にむけて、何か事業を組成していきたい**です。
- 現在担当しているセキュリティ分野の売り上げを伸ばしていければと考えている。**新しいソリューションの開発**などに事業創造デザインプログラムでの学びや気づきを生かしたいと思う。
- **事業創造をし新サービスを世の中に出していきたい**
- 次は**ファシリテーションやワークショップの運営側**をしてみたいと思った。
- **新サービスを考察する際のヒアリングの数と質**を追求していきたい
- 今はやりたい事がないのですが、もしやりたい事を見つけたら臆せず挑戦し、最後までやり切りたいと考えております。
- 今回の研修で学んだことを自分の業務でも生かしていきたい。
- ここで得たことは新規事業の立ち上げに限ったことではなく、既存のプロジェクトにも共通する部分は多いと思うので、日々の業務にも活かしていきたいです。
- まずは**就職活動で、今回身につけられた「話す力」を発揮**したい

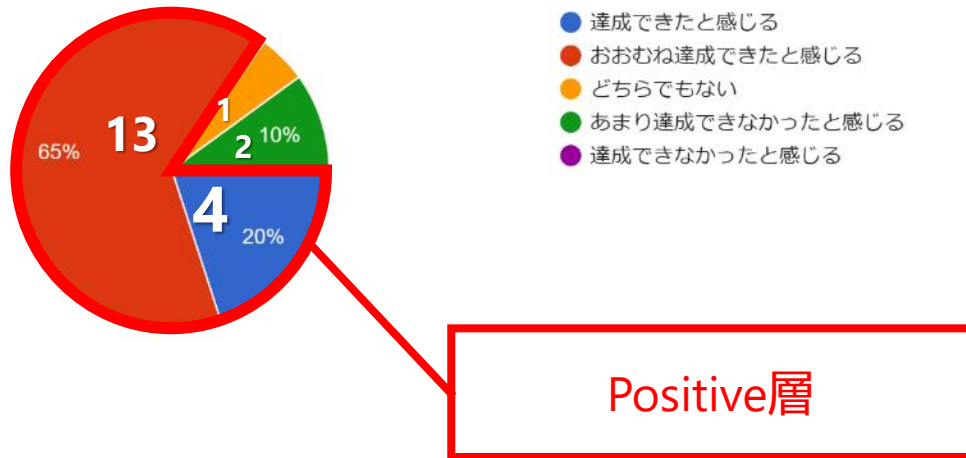


プログラムの目的達成度

プログラムの目的達成度合い

プログラムの目的達成度合い

20件の回答



【Positive（達成できた／おおむね達成できた）】

- **心からやりたいと思える**大人向けのソリューションを検討すること
- **ソリューション起案、企画の手法を学ぶ目的で参加**。フレームワークや課題/ソリューションインタビューを通し、実践的にその手法を学ぶことができたため
- **事業化におけるツールやプロセスを学ぶことができ、他の会社の人とチームを組んで満足**のいく活動ができたと考えています。
- **最初から最後まで自分ごととして実施し、とても学びが大きかったため**。
- **目的は、スキルアップ（事業創造）、ITプロジェクトにおける案件の創出へのフィードバック、仕事の視野を広げる**であった。いずれも達成できたと思う。
- **0から検討を経験するという目的**をもって参加させて頂き、チームでそれなりの検討ができたと思っているため。一方、**時間に追われデモの施行などまだまだ出来ることは多かった**と考えているため、おおむね達成としました。
- **新規事業を立ち上げる上で大事にすべきことを把握できるようになりたい**と思いプログラムに臨み、**ユーザーの抱える課題を正確に把握することがすべてに影響する**ということを感じることができたため**有意義だった**一方で、**収益モデルについては詰め切れなかった**という点で1段階下げました。
- **プロトタイプを作り込めなかった**。
- **あいまいに持っているイメージを事業にするためにはどのようなステップを踏んでどのように思考するのかを経験することができた**ため達成できたと思うが、**実際に事業化に耐え得るだけの思考ができているかと思うと自信がない**ため

【Neutral（どちらでもない）】

- 今回の参加目的：**自分の不足している部分に気づいて、成長すること**でした。ビジネスを立ち上げるということの難しさや、チームで成し遂げることの難しさ、ビジネス創出に必要な知識など、**今まで経験がなかったことを経験でき、成長できた**と感じている。その反面、チームをまとめるために自分の意見を少し発散できなかったり、ビジネスに必要な収益に関してや、**根本的な課題にもっと向き合えなかった**ことなど、**身につけられなかったものや、悔いが残った部分があった**。

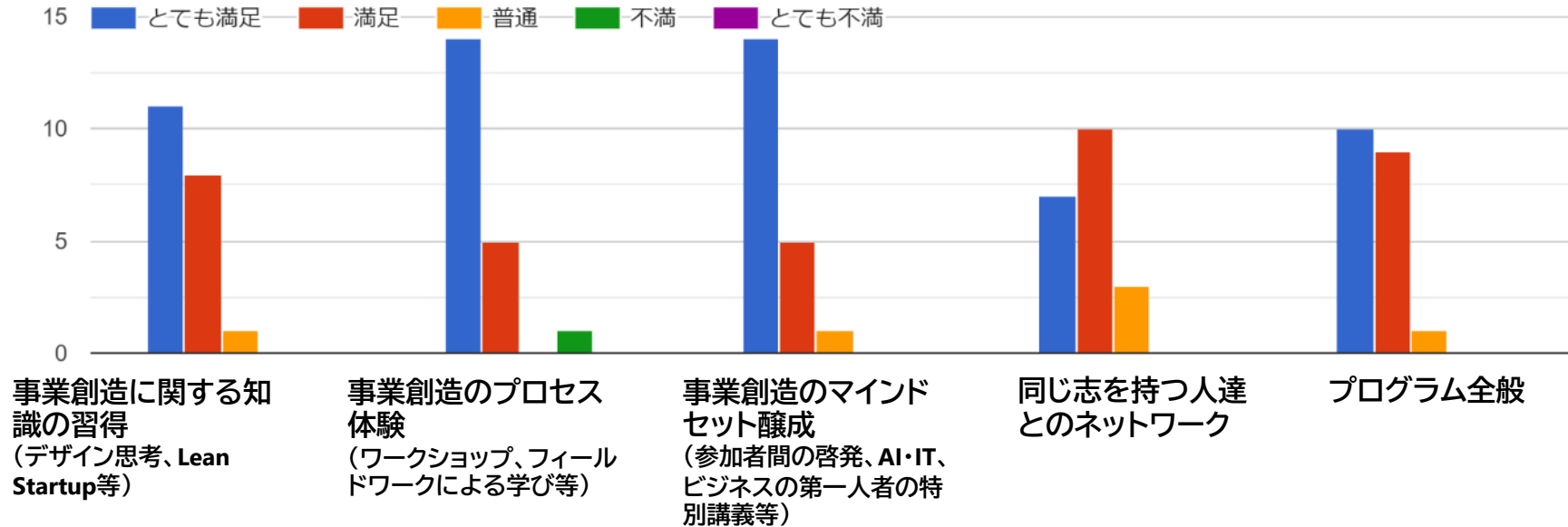
【Negative（あまり達成できなかった）】

- **学習の時間もあつての新しい考え方や発見を期待していたが、チームワークが多く学習や新しい発見といったことがあまりできなかった**。

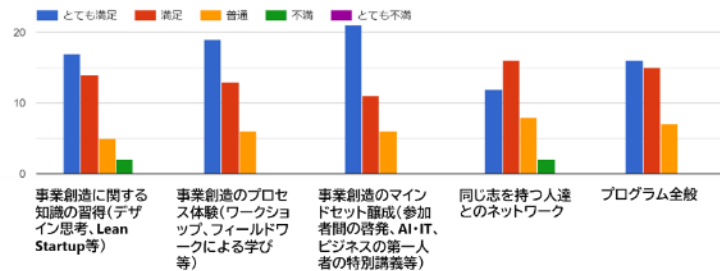


プログラムの満足度

プログラムの満足度



参考:2021年度修了アンケート
(N=38)





印象に残った内容

- **他班の中間、最終発表。**発表される方々の話のうまさを感じたことと、中間発表から最終発表にかけて詰められていることが感じられたため。また質疑応答で指摘される内容で納得することが多かったから
- **収益計画。**実際に数字で考えることが勉強になりました。
- **中間報告会/最終報告会（/壁打ち会）**：企業様、地域関係者様、SSDC関係者様から、自チームでは考えもつかなかったご指摘、アドバイスをいただくことができ、刺激を受けることが多かったため。
- 声優の方（桐本さん）を呼んで頂いて行ったワークショップ。特にカードを組みあわせてワードを作るところや、図形を用意してそれに対するイメージを話し合うところが楽しく発見があった。
- **ペルソナインタビューや外部の方(メーカーさん)とお話したことが印象に残っています。**理由としては、これまでインタビューの経験がなかったことと、外部の方にご協力いただいてメーカーの方とお話しした経験がなかったためです。**メーカーの方にこちらの想いを伝えてご協力いただくというのは非常に新鮮で刺激的**でした。
- **ファシリテーターの知識。**いろんなことを知っているの「こういうのがある」とたいへん助けてもらった。
- **壁打ち回やインタビュー活動。**ビジネス構築において他者からのフィードバックが1番大事だと感じることができた為。
- **チームメンバーと相談**し隙間時間などを有効活用し打ち合わせが出来たのがとてもよかった。
- **インタビューの力**を強く感じる事ができました。頭の中で思考して、そこで止まっていることの多さに気が付きました。
- 個人的にもものごとの本質的を学びたい為、特に以下が印象的であった。桐本さんによる**「他人」を理解するために「個」を理解する、「チーム」と「個」でそれぞれ実施すべきものがある**
- **桐本拓哉さんの講演**です。**人によって考え方や明確に違うということ**を体験できて印象に残りました。

- Ryoさん（チームメンバーの）からアイスバケツチャレンジを活用した事業を行う提案があった場面が印象に残っています。過去のコンサル等の経験からどうしても卓上で考えてしまう癖があったので、**行動変容を促すには、実際に体を動かしてもらう施策にしようという案**はいい意味で私が想定していたソリューションとは異なる形になり良かったです。
- **インタビューの大切さ（顧客の声）**、それをやる量に比例して製品・サービスが良くなることを実体験できたこと。壁打ちを繰り返すことでのアイデアが清廉されていくところ
- **初期MVPを作成するまでのチーム定例会。**初期MVPを作成するまでの間に、チームでペルソナの根本的な課題は何か?という部分を見つめたり、なぜこのソリューションを提案したいかというソリューションの価値についてしっかり向き合っていた時間だったから。
- これまで取り組んだ事のない分野で**自治体へのインタビューをチームで協力して行ったことが印象に残っています。**インタビューを通して自治体毎にいろいろな取り組みや考えがあることを知ることができました。
- 一番苦労した点でもあるため、**ヒアリング先を探すこと**
- **テクマトリックスの由利孝さんの特別講義。**新しいことは誰でもできる、やり切るというのは全員にできるわけではないという言葉が印象的だったからです。
- **チームビルディングに対する研修**が面白かったです。
- **チーム間のフィードバック**は色々な角度からの質問や意見がきて非常に参考になりました。
- **発散と収束。**プログラムで教わり、一番多くやった行動だと思う。壁に当たったらまず発散と収束で解決案を導くのが大切だった。



身についたスキル

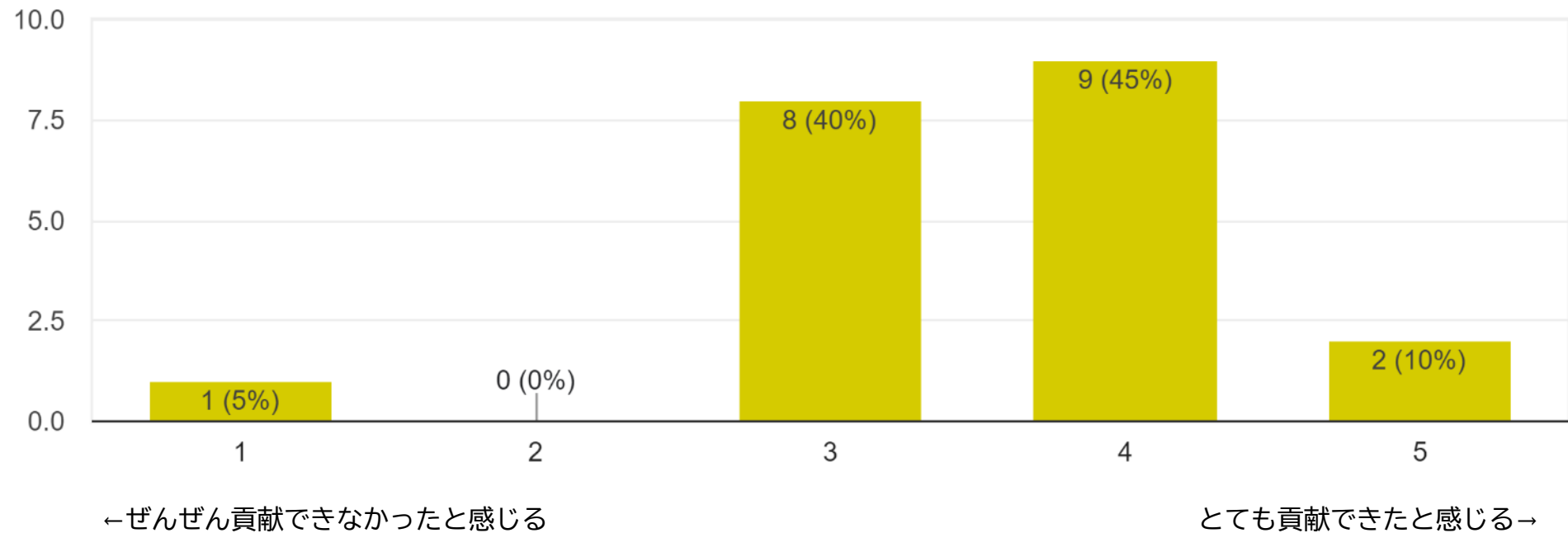
- **リーダーシップ、プレゼンテーション能力**
- **アウトプット（伝える）スキル**：インタビューや報告の場、チーム内など第三者へ自分の考えを伝える場面が多くあったため、簡潔かつ伝わりやすい資料化、言語化へのスキルが身付いたと思う。
- **とりあえず推し進めていくスキル**。あまり具体的ではないが、はっきりしない内容で進めるのが苦しい内容でももがきながら進める経験をできたように思えるから
- **事業を検討する際に実際の数字を考える能力**や、**市場規模を考える能力**。前回（2021年度）参加した際はそこまで詰めることができていなかったが、今回は金銭の面までしっかりと話し合うことができたため。
- **デザインと論理立ててお話しする能力**です。理由としては、自分の意見とその根拠を述べる機会が非常に多いことと、社会人の方々と何度もお話ししたことでスキルが向上したと思います。社会人の方々は、私にとってある意味初めてのビジネスパートナーと呼べる存在で、学校に通っているだけでは関わることのない方々だったなど改めて思いました。そう言った方々に説明するためには、図やスライドのデザイン、論理立てた説明が必要だと感じ、必然的に上記の能力が鍛えられるプログラムになりました。
- **進める力**。頼る人がいないので、自分で考えてやるしかない環境だったため。
- **プレゼン構成、インタビュー力、ビジネスを構築する上での多角的な視点**。
- **問題意識を多方面から持つ癖作り**が出来ました。
- **俯瞰でものごとを考えるスキル**
- **ファシリテーションスキル**：チーム活動ならびにSSDCの皆様から進め方の助言をいただき学ぶことができたと思う。**デザイン思考**：ペルソナ、カスタマージャーニーマップ、インタビューなど 普段、業務では使用しない思考法を学べた
- **生の声を聞くというスキル**が身に付きました。やはり実際の声を聞くことが重要ということを感じました。
- **課題の深堀**。インタビューで数値的な根拠を示すと納得感が出ると感じた。
- **顧客の課題・ニーズ起点での発想**すること
- **収益性を検討する力、根本課題を探る力、ソリューションの価値を考える力、インタビュー力**
- **カスタマージャーニーマップ等新たに知ったツールを活用して、課題の整理や方向性の検討をする幅が広がられたのではないかと思います。**
- **各種ツールの使い方、活用方法**
- **人前で話すプレゼン力**、議論をする上で他の人の意見を聞きながらも自分の意見を言う力。何度かプレゼンをさせて頂かうちに、徐々に緊張をしなくなっていったから。"
- **他社サービスの調査やアイデア発信**
- **いま議論していることが解決しようとしている課題からそれていないか注意できるようになった**と思います。
- **歳上の方にも意見を言える姿勢**



チームへの貢献実感

チームへの貢献実感

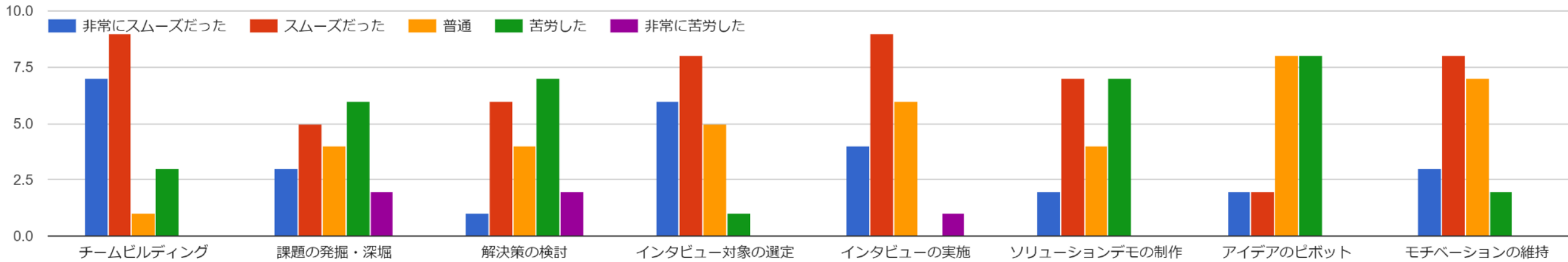
20件の回答





チーム活動のボトルネックポイント

チーム活動のボトルネックポイント



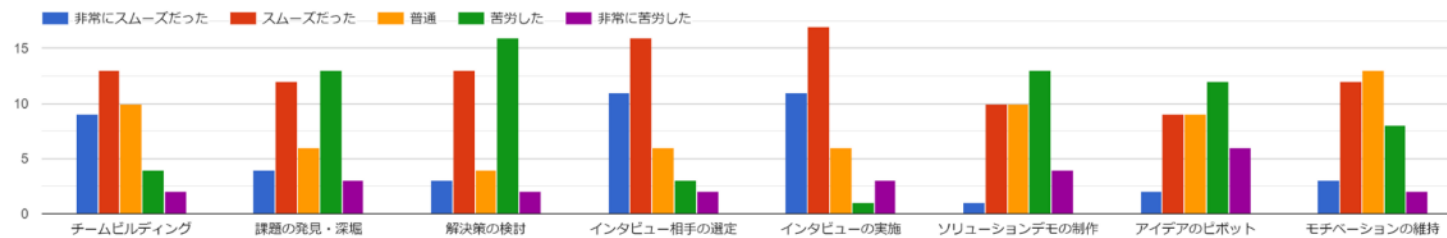
大幅に改善
(桐本さん特別講義)

2021年度とほぼ同水準

インタビュー増による
ピボット検討機会増?

2021年度と
ほぼ同水準

参考:2021年度修了アンケート
(N=38)





スムーズさの要因

【起業・事業化候補者層】

- **SSDC運営の皆さまからのインタビュー一紹介や進め方のアドバイス、チームメンバーとのコミュニケーション (Slack) がうまく進んでいた**ことがスムーズに進められた要因だと思う。
- インタビュー対象を考える際に**何のためのインタビューなのかを意識**するようにした。また内容から質より数がある内容に思えたためインタビューにこだわらずにアンケートも使用した

【仕事・学業との兼ね合い層】

- **皆が考えを持ち積極的に発言**していたから。
- 私がある程度構想を持っていたので、それらを繰り返しお話ししていました。**周りの方々は理解できるまで繰り返し真剣に聞いてくださった**ので非常に助かりました。
- **インタビュー実施は早く動くことが重要**と思ったので時間を取って早く実施した。
- **ビジネス内容としてはデモ制作は苦労しなかった**。またメンバーが助けてくれた。
- 仕事のとのつながりがあることで、**能動的に動ける部分はできていた**と思います。
- チームメンバーの皆様が協力的であった、**チームのことを考え行動していた**と考える。
- **チームのモチベーションが高かった**ことが、様々な取組みが良い方向に進む要因であったかと思います。社会人チームであったため、仕事との両立を皆求められていましたが、連絡が日を跨いで届く日もあり、チームメイトも頑張っているから私も頑張らないと思うきっかけになりました。
- **役割分担を実施して対応**していたかと思う。
- **社会人経験が長いメンバー構成と、それぞれのメンバーの特長が違ったこと**でチームワークが良くなった。フォローが自然とし合える関係だった。
- **対面形式で定例会**を行ったり、虎ノ門開催のときも積極的に対面参加をしていた。懇親会を複数回開き、各個人のプライベートな部分まで知れた。**Web会議でも常に顔出し、全員が発言**できるようなスタイルで定例会を行っていた"
- **限られたスケジュールの中でテンポよく明るく進めることを意識**しました。みんながその雰囲気を持っていたのでスムーズにすすめられたと考えています。

【今回はここまで層】

- チームがまとまってからはお互いに意見が言い合えるようになり、トントン拍子に進んだ。
- 個々の意見は言いながらも、それぞれをうまく組み合わせながら議論を進められたと思います。
- 定例は曜日固定にし、**次の話し合いは、どこから始めるか明確**にして解散していた。



苦勞の要因

【起業・事業化候補者層】

- 課題に関して、初めに思っていた課題以上に大きな当たり前の課題に向かった際に良い解決案が思いつかなかった。**もう一つブレイクスルーできるために何が要るのが分からない**

【仕事・学業との兼ね合い層】

- **解決策が不鮮明で、メンバー間で認識がずれていたことが要因だった**と思います。この場合は**場を俯瞰して見ることで、それぞれの認識の齟齬を訂正できるような人の助けが必要だ**と感じました。
- 後半、**メンバーが時間が取れなく対応できない**とのことで、資料作りの多くの部分を自分が行っていた。会議のその場で資料を見てコメントをもらうような形になっていて、**チームで作りあげた感覚が低く残念**だった。
- **一度検討し始めたビジネスを撤回できず前に進むしかできない苦しさ**。様々なモチベーションのメンバーがいて限られた時間の中で方向性やアイデアをまとめあげたりする苦しさ。
- **時間が取れずに動けないことが想定以上多かった**です。コントロールが難しいとはいえ、自身に対して不甲斐なく感じる部分もあります。
- **課題/解決策の特定について（発散（深堀り）と収束について）、煮詰まってしまった**。よりファシリテーション手法などで議論と集約ができればよかった。
- 0から1を作り出す経験が少ない分、**この方向で正しいのかという疑心暗鬼になり、先に進むのに時間を要した**場面がありました。インタビューアポイントなど事務局の皆さまには多く助けられたかと思います。
- **課題を解決するモチベーションが高くなかったため、解決策の検討に苦勞**した。インタビューの意見がすごく助かった。
- 時間が短く、もっとインタビューやサービス検討など注力したかった
- 苦勞すること、時間がかかることを後回しになっていたり、**時間をかけるべき部分に時間を決めてタスクのような実行になってしまっていた**から。ソリューションへの想いが足りなかった（初期MVPで満足していた部分があった）
- 課題という点で、そもそも住民が不便に感じているたぐいのもではなかったため、苦勞しました。**メンバーやファシリテーターとディスカッションをするなかで「自分事としてとらえられていない」という視点の課題に行きつくことができました**。

【今回はここまで層】

- チーム内だけで問題を考えすぎて、客観的に物事を見れなくなっていった。**たまにはチーム外の人意見を聞き刺激を受けるべき**と感じた。
- 周りとの時間確保すること、チームとしての意見合意をすること
- 用事などで休んでしまうと、その間に進んでしまった部分の追いつくのが大変だった。

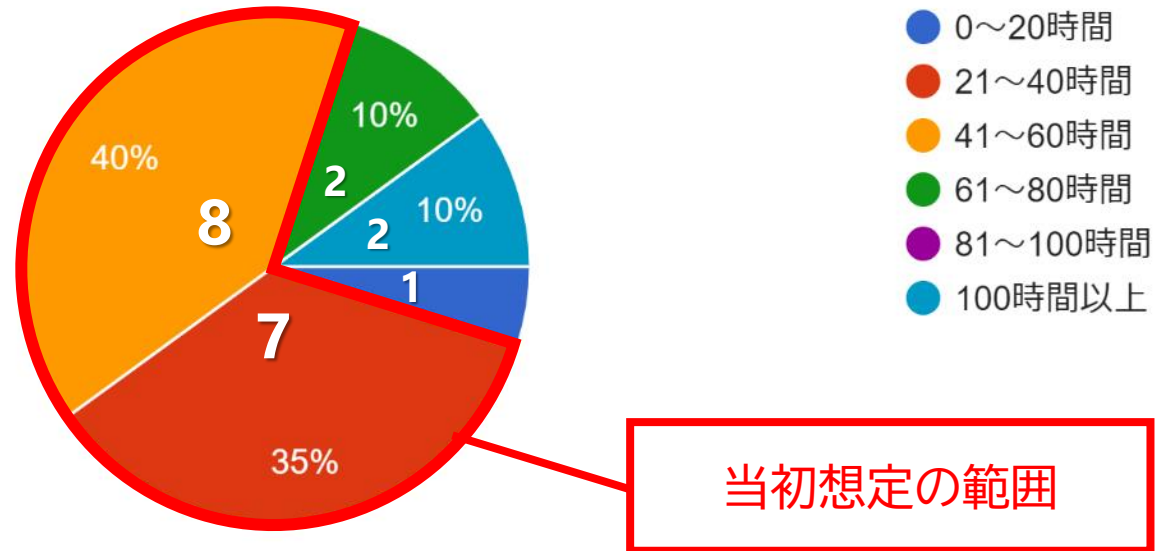


稼働時間

※全体で集まる日程（Day1～Day7）以外に稼働頂いた概算時間

稼働時間

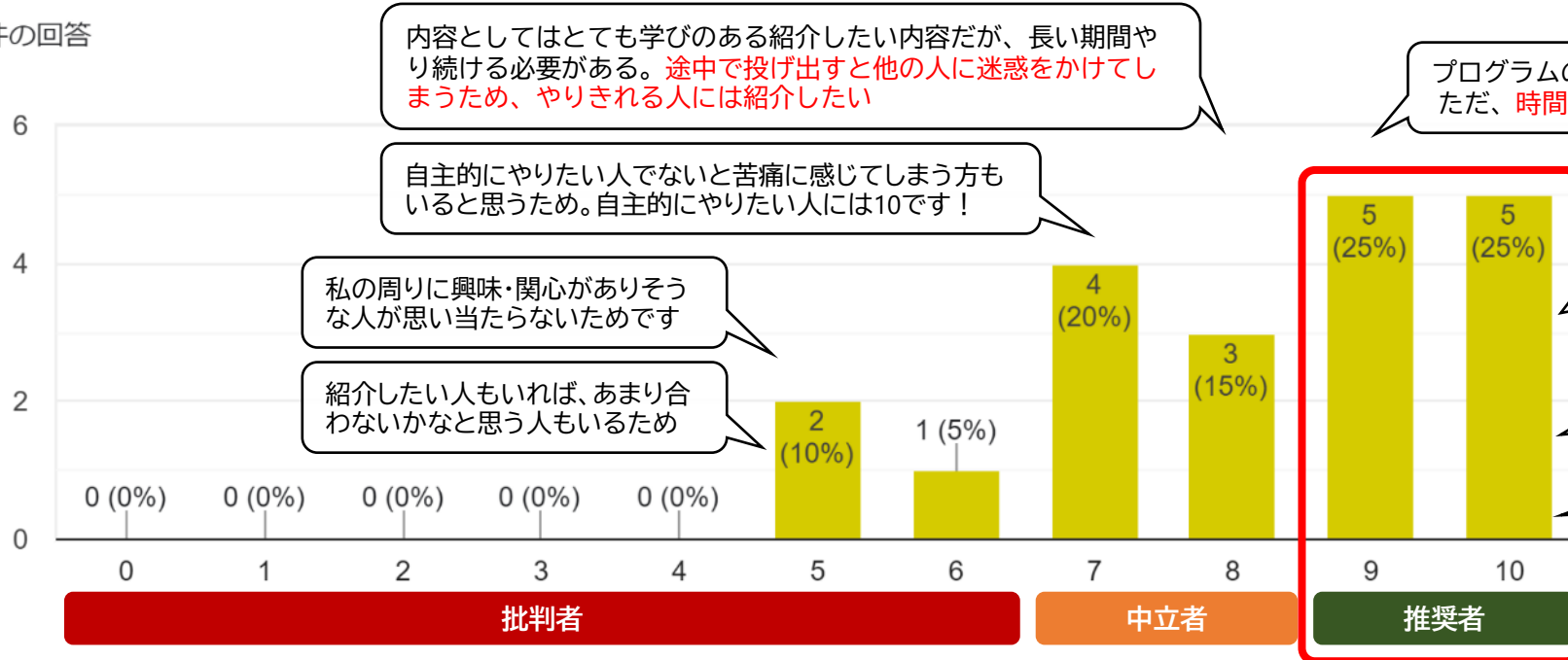
20件の回答





プログラムの推奨度

20件の回答



内容としてはとても学びのある紹介したい内容だが、長い期間やり続ける必要がある。途中で投げ出すと他の人に迷惑をかけてしまうため、やりきれる人には紹介したい

自主的にやりたい人でないと苦痛に感じてしまう方もいると思うため。自主的にやりたい人には10です！

私の周りに興味・関心がありそうな人が思い当たらないためです

紹介したい人もいれば、あまり合わないかなと思う人もいるため

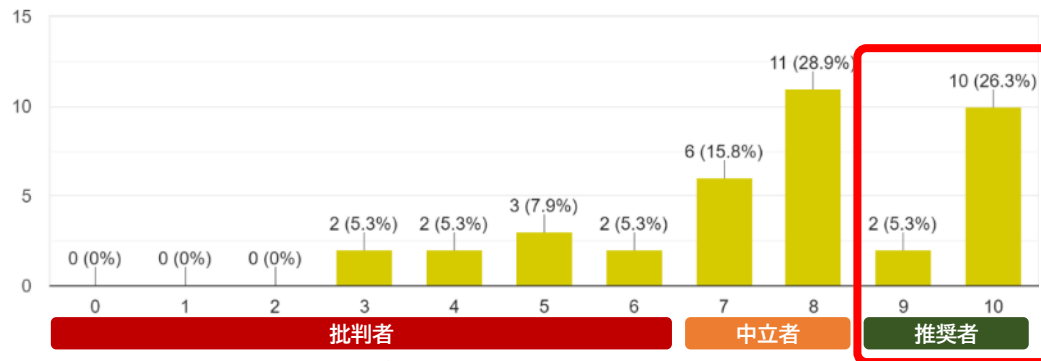
プログラムの内容は凄く良かった。ただ、時間を捻出するのが大変だった。

業務外での学びは非常に大切だと感じるから。仕事で出会わない方との出会いがあり、自分の価値観を広げることができた。また、ビジネスについて改めて考える機会になったし、働く上で身につけるべき知識や技法が詰まっていると感じたから。

事業創造の手法を学べるとともに、個人のスキルアップに繋がると感じたため。

手厚く愛のあるサポートを頂きました

参考: 2021年度修了アンケート (N=38)





プログラムをお薦めしたい人

【事業立上げを目指している人】

- 事業立上げを目指している人
- 本気で事業を立ち上げたいと思っている人
- 本気で事業を起こしたいと思っている人

【企画力が必要な社会人】

- 新規ビジネスを検討する部署に所属している人
- 企業内で（新規事業創出の）位置づけにおいて、活動そのものが評価対象になるような人
- 社会人でクリエイティブな職業の人にはぜひやってほしい
- DXビジネス初心者、対顧客活動に無縁なSE
- ワークショップに参加したことがない若手企画職
- 営業、マーケティング、経営企画、事業部側のサービス企画や検討メンバー
- 営業で働く方

【挑戦したい学生】

- 起業を目指していたり、社会課題に意識の高い学生
- 大学生にはぜひ、勧めたい
- 変化が欲しい、何か挑戦したいと考えている大学生

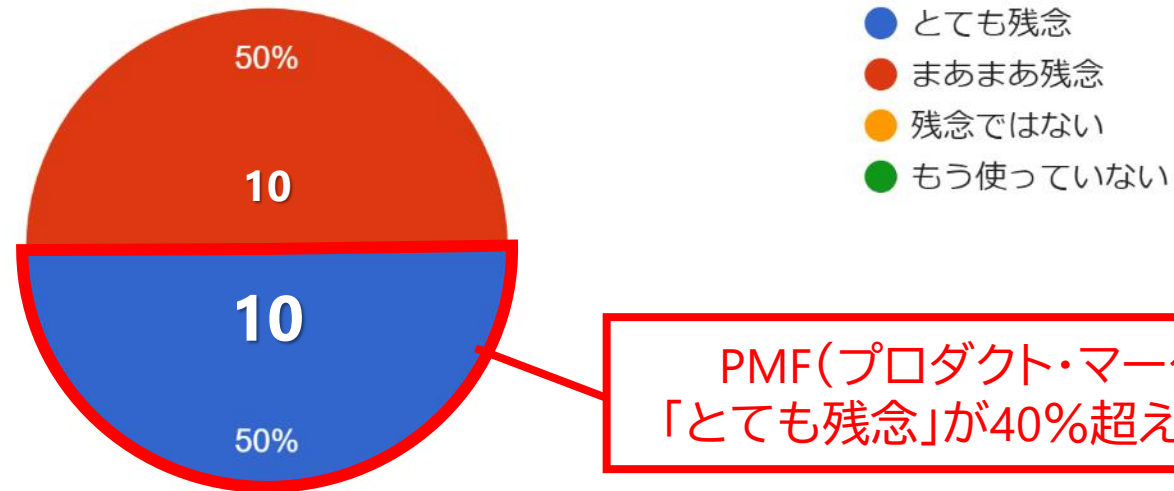
【その他のペルソナ】

- 20代の具体的にやりたいことが見つけられていない人
- やりきれるかどうかわからない。ちゃんとやる人には絶対学びはある内容になっていると思うから
- 自分で作り上げることに興味を持っている人。勉強が好きな人

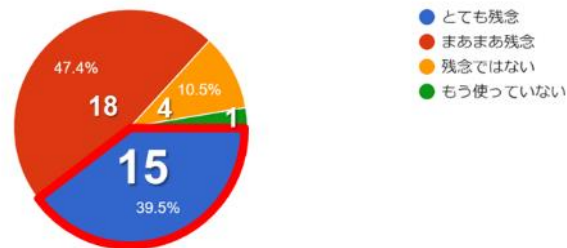


プログラムの市場フィット度

プログラムのショー・エリステスト
20件の回答



参考: 2021年度修了アンケート
(N=38)





プログラムの価値



事業開発の「型」

- 事業を立ち上げる上で、大事なこと（課題を把握すること）を知れる
- 事業を立ち上げるためのプロセスが得られること
- 事業創造のノウハウ、ポイントがつかまっている（SSDCコーディネーターの皆様、講義、テキスト）
- 事業創造の進め方のイメージができた
- インタビューを通じて自分の知らない世界を広げられること
- インタビュースキル
- 事業を作る・始めるイメージをしっかりと持てたこと



つながる「場」

- チームビルディングの大切さを学べたこと
- 人と人とのつながり
- 志を同じくした方々と協力して事業創造に取り組むことができる場という点に価値を感じています
- 様々な会社や学生の人ともに事業を検討することができる点
- 新たな仲間やその中で自分が担える役割を再認識できること
- 地域の方、学生、社会人と普段関わることがない人同士で話すと新しい発見が生まれる。
- 自分とは全く違ったバックグラウンドの人と一つのものを作り上げる
- 新たな出逢いがある
- 人との繋がり。異業種の方も多いため、今後どのように活かしていくかは要検討かと考えています
- 同志や熱いファンというネットワークを構築できたこと



実現のための「支援」

- 手厚く愛のある伴走
- 最初から最後まで走ることができるようにファシリテーターが伴走してくれること
- 自分一人であつたら面白いなと思うことを実際に声に出して検討することを自分に強いることができる
- プレゼンする機会、他視点のフィードバック



技術と社会を繋ぐ「視座」

- ペルソナへのインタビューや企業、地域、専門家の生の意見を耳にすることができる
- 自己成長に繋がる。自分の課題や不足点に気づける
- スタートアップをしている中で新しい発見や創造がわくことに価値を感じました



プログラムの改善ポイント



事業開発の「型」

- チーム内でのファシリテーターの存在が大切だと感じまして、ファシリテーションの方法を学べたら良かった
- 最初に全体像をもう少し説明してもらえるとよかった。。のかも？
- 学習について動画を見るだけではなく、ポイントは講義があってもよいかと感じた
- ペルソナ、ジャーニーマップなど知らない考え方に戸惑いました。検討がスムーズに進むために、Day1など余裕のあるタイミングで今後に必要な考え方が記載されている本などを配布して読むタイミングがあれば、より検討が早く進んだかもしれまいかと思えます



つながる「場」

- メンバーだけどなかなか時間が取れなくて活動に参加できていない、という方がいて気を遣ってしまいました。お互いのためにもプログラムに参加するのかもしれないのかはつきりさせるタイミングがあってもいいのかなと思います
- チームの進め方にもよるかもしれませんが、終盤は急に仕上げた感じになってしまったので、もう少し期間があればよかったと思いました



実現のための「支援」

- ヒアリング先がもっとあればいい。例えば、メンバーへのアンケート相互協力など。また、企業や自治体をもっと巻き込んだヒアリング
- フィードバックをもっと厳しくしてプランをバシバシ磨いてほしいところはありません（とはいえ、時間不足の中で言われちゃうと逆効果かもですが）
- テーマ立案者の負荷が高いと感じた（本人の方次第とも思うが、責任を感じていた方もいたかと感じた）ため、テーマ立案のワークや複数人で議論するなどがあってもよいかと感じた
- ファシリテーションの方による進め方が人間関係のお付き合いでそれぞれ向き合って臨機応変にご対応いただき非常によかった感じるとともに、進め方には差があるとも感じた
- 対面開催の回数をもっと増えたら嬉しい



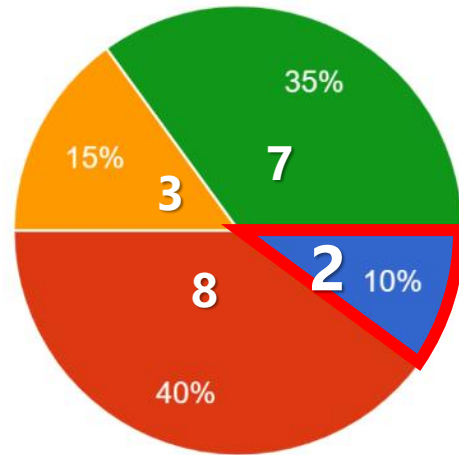
技術と社会を繋ぐ「視座」

- プログラム参加者の意識向上をもう少し図ってほしい→社会への課題意識があり、解決に向けて熱い思いを持っているような方がもっと増えていければいいと思った



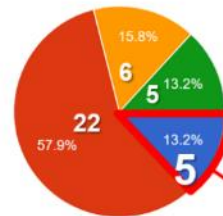
プログラム企画・運営への興味

企画・運営への興味関心
20件の回答



- 企画・運営側にぜひ携わってみたい
- 興味があるイベントであれば考えてみたい
- ゲストとしての参加であれば考えてみたい
- とくに興味はない

参考: 2021年度修了アンケート
(N=38)



- 企画・運営側にぜひ携わってみたい
- 興味があるイベントであれば考えてみたい
- ゲストとしての参加であれば考えてみたい
- とくに興味はない

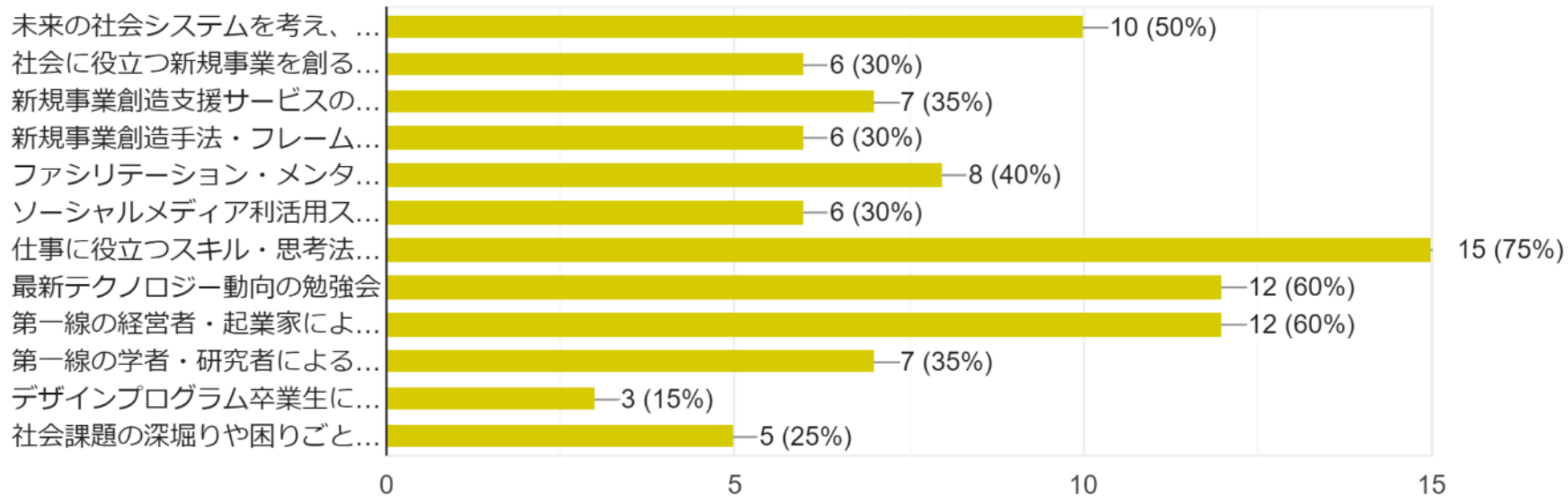
プログラムのアンバサダー
(積極推奨者)層



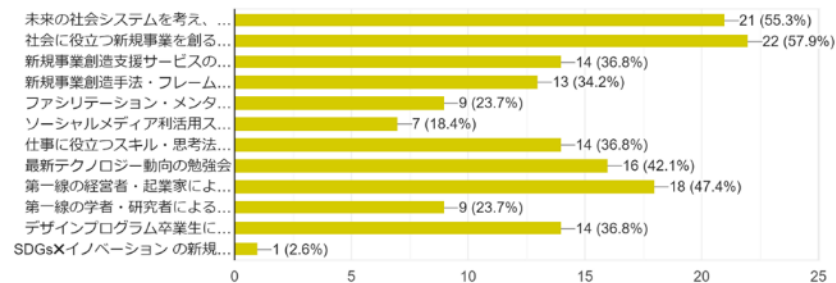
SSDCイベントへの興味

イベントに関する興味関心

20件の回答



参考: 2021年度修了アンケート
(N=38)





2023年度に向けたデザインプログラム方針



2023年度に向けたデザインプログラム方針

■ デザインプログラムの目的整理

- ・ 現状の枠組みでは、SSDCの掲げる目的（社会事業の継続的な創出）と参加者の目的（事業創造の体験）とにズレがあり、事業創造の体験に留まっている。これを解消するため、以下のように変更したい
 - Advanced（実践ワークショップ）とMaster（事業化検証）は非連続とし、目的別に導線設計する（次ページ）
 - Master開始前には、テーマの粒度を磨き上げる機会を設定する
 - Masterでは、高い専門性を持ったSSDCメンバー（理事・アドバイザー・会員等）の伴走を仕組み化する

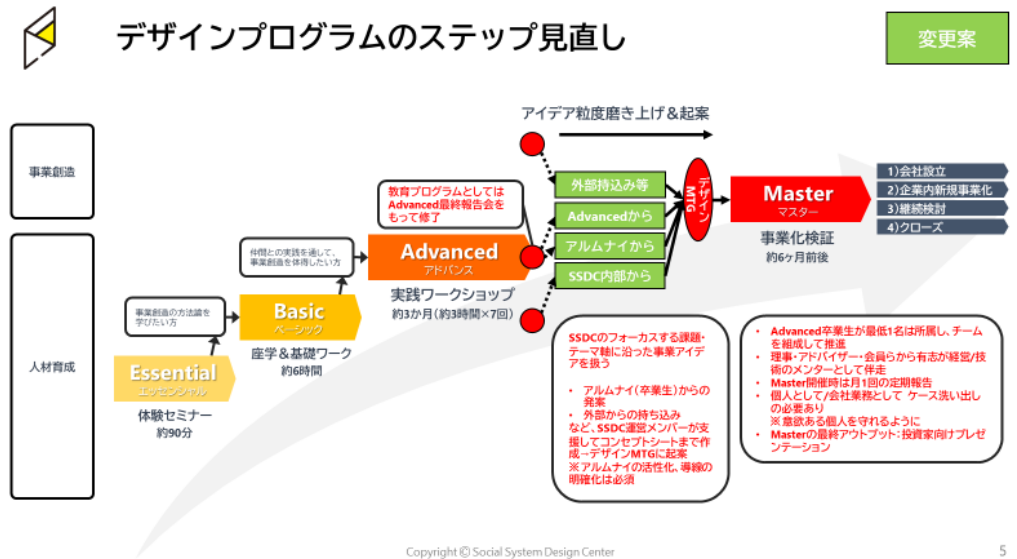
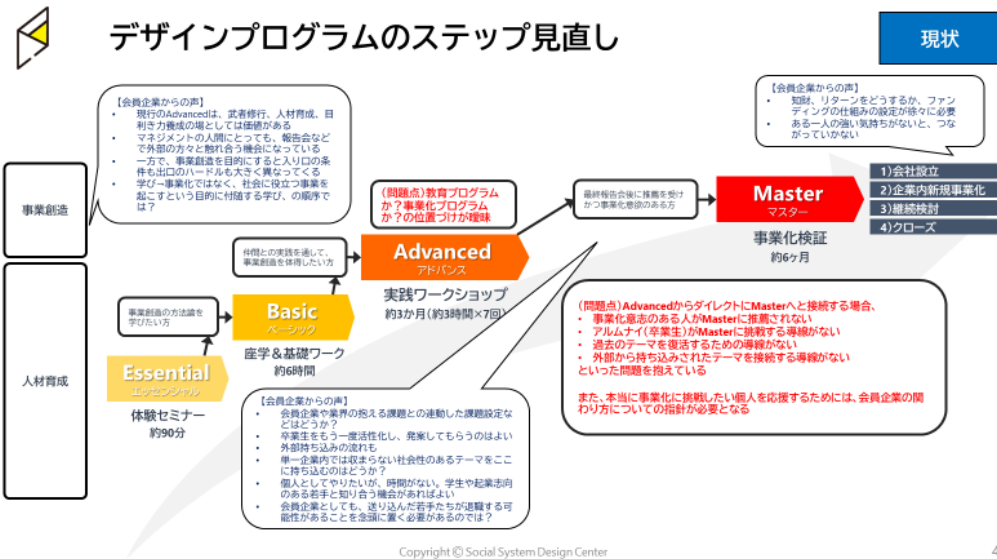
現状の問題	今後の方向性（案）
事業創造の体験に留まっている (入口が体験希望/出口が事業化)	▶ 教育プログラムと事業化支援の 目的別の導線再編
SSDCメンバーの高い専門性を 活かしていない	▶ SSDCメンバーの高い専門性を活かし、 事業化支援のスポンサーに
Why SSDC（他団体との差別化要素）が 定義されていない	▶ 産学地域に眠るイノベーターの “社会での飛躍”を促す団体へ
デザインプログラム卒業生の 活躍の場が不十分	▶ 事業化の促進、企画運営への貢献 などを通し、武者修行の機会を提供



2023年度に向けたデザインプログラム方針

■デザインプログラムのステップ見直し

- SSDCの掲げる目的（社会事業の継続的な創出）を実現するため、Advanced以外からの流入経路によるテーマも、磨き上げの場を設定しMaster（事業化検証）に進めるようにする
 - 事業化検証（Master）への導線 ※いずれの場合も、Master開始前に磨き上げの機会を設ける
 - Advancedから推薦（従来）
 - アルムナイから起案（新規）
 - SSDC内部から起案（新規）
 - 外部持込み、他社・他団体連携から起案（新規）





2023年度に向けたデザインプログラム方針

■SSDCのフォーカス軸の整理

- 過去のプログラムではSSDCのフォーカス軸の打ち出しが弱かった。このため起案者の「身近な不」と「社会の不」との関連付けが分かりにくかった。
- SSDCの強みである先端技術を活用しつつ興味関心層を掘り起こすため、以下のようにしたい
 - 課題軸とテクノロジー軸の2軸を定める。粒度は大項目（分野）／中項目（キーワード）程度にする
 - デザインプログラム、サロン、シンポジウム等の企画はフォーカス軸にマッピングし、緩やかに連動させていく

SSDCのフォーカス軸（たたき案）

	テクノロジー軸	AI 機械学習	ロボット	IoT	Web3 NFT メタバース...
課題軸	課題例				
教育・人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 次世代の学び リカレント・リスキリング 人的資本価値向上 				
ウェルネス	<ul style="list-style-type: none"> 健康経営 医療サービスへのアクセス メンタルヘルス 				
水・食料	<ul style="list-style-type: none"> フードロス削減 食料供給・調達 食のマッチング 				
エネルギー・環境	<ul style="list-style-type: none"> 供給側・需要側の脱炭素 資源循環型社会 				
モビリティ	<ul style="list-style-type: none"> 交通過疎地の対応（地域の2次交通） 移動体験の向上 				
防災・インフラ	<ul style="list-style-type: none"> 自然災害への備え 都市インフラ老朽化対策 				

参考：ICF社会課題一覧

<ICFが設定する重点6分野に基づく社会課題の設定>

ICFでは、世界とわが国の社会問題を俯瞰的に整理、構造化し、重点的に取り組む分野として「ウェルネス」「水・食料」「エネルギー・環境」「モビリティ」「防災・インフラ」「教育・人材育成」の6分野を設定しています。社会課題リストも、この重点6分野に基づき問題のリストアップから課題設定を行っています。



参考：XTC（Extreme Tech Challenge）

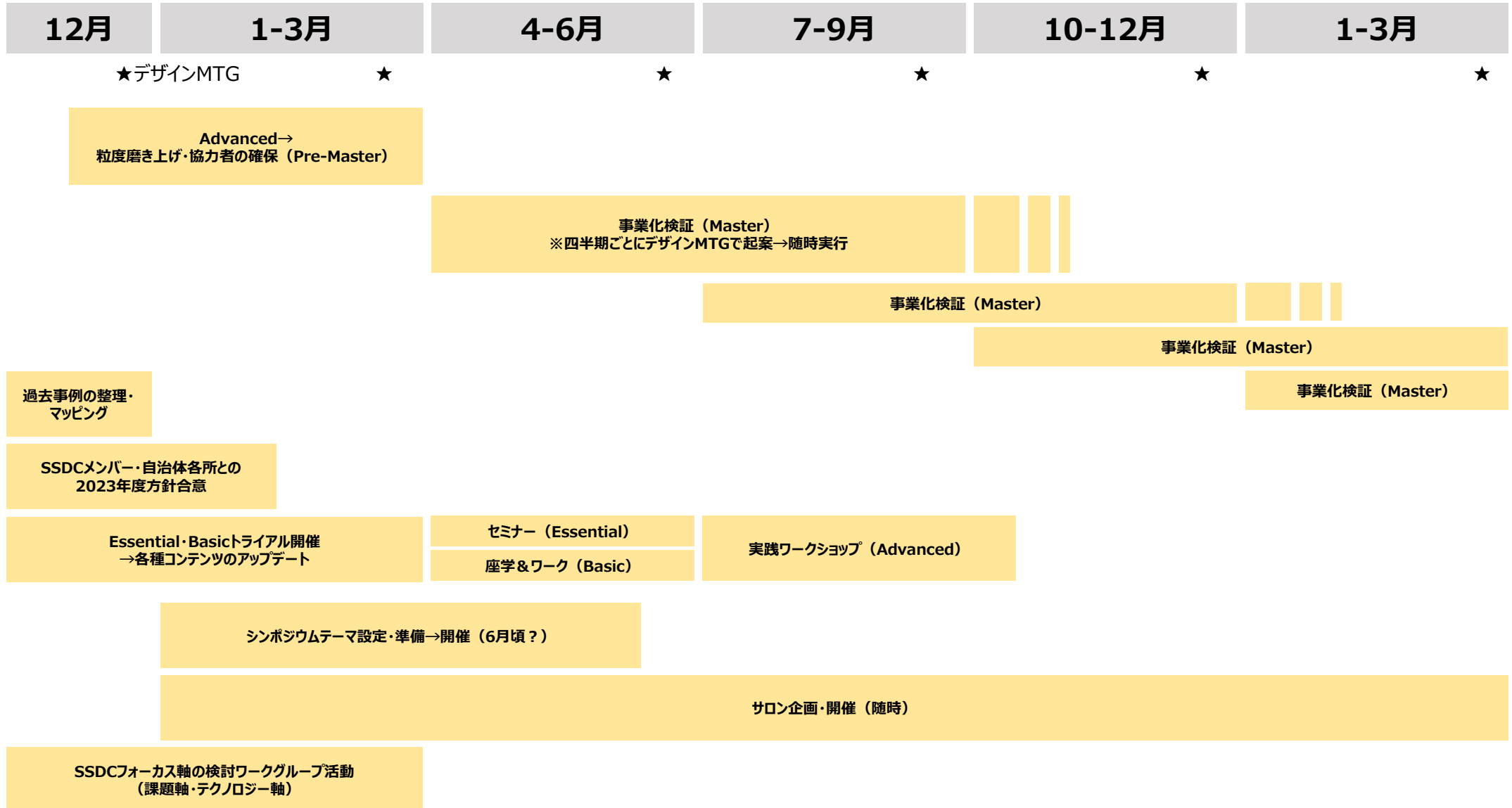


参考：IDEACTIVE JAPAN





2022-2023年度 概要スケジュール案





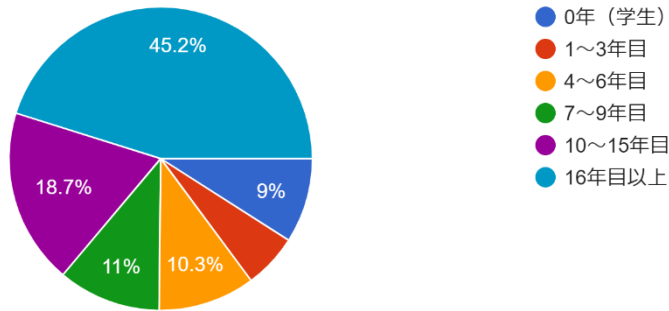
Appendix



プログラム受講者アンケート (Essential_受講前)

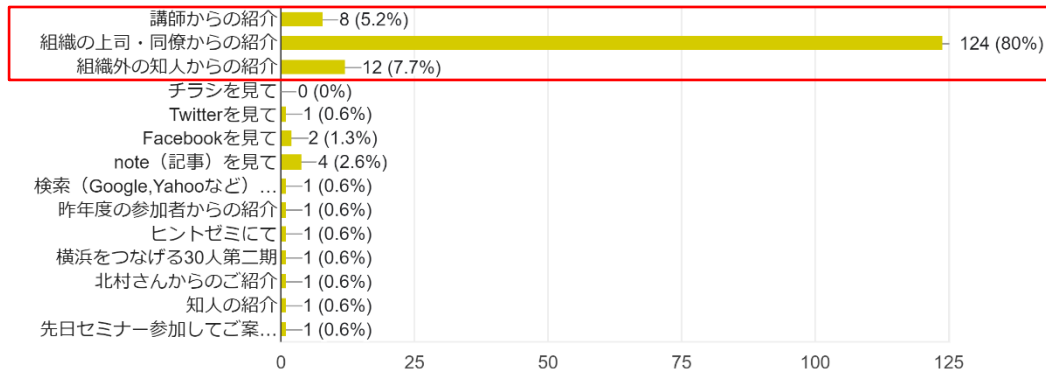
社会人経験年数

155 件の回答



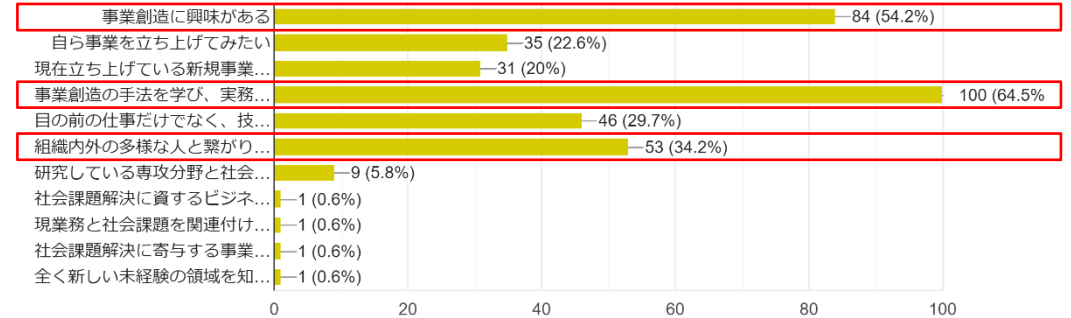
受講のきっかけ

155 件の回答



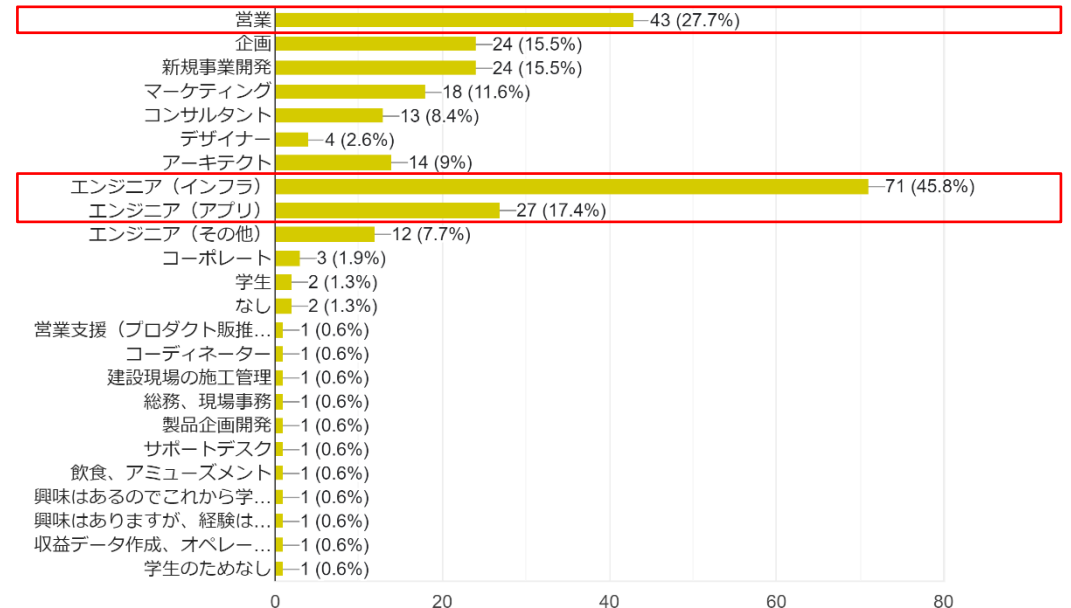
受講の目的

155 件の回答



業務経験

155 件の回答



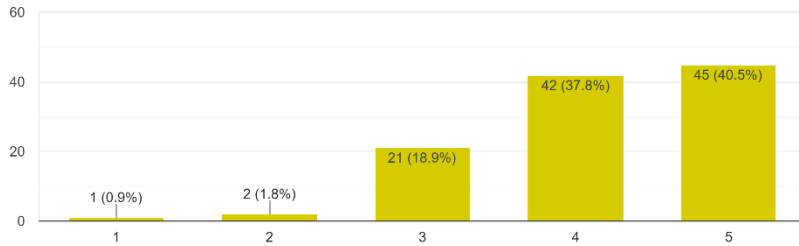


プログラム受講者アンケート (Essential_受講後)

講座の満足度

平均4.18

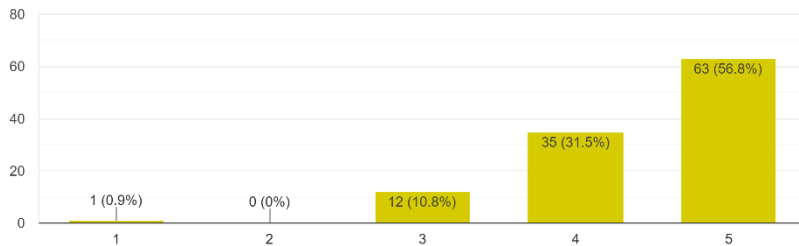
111件の回答



講座のわかりやすさ

平均4.44

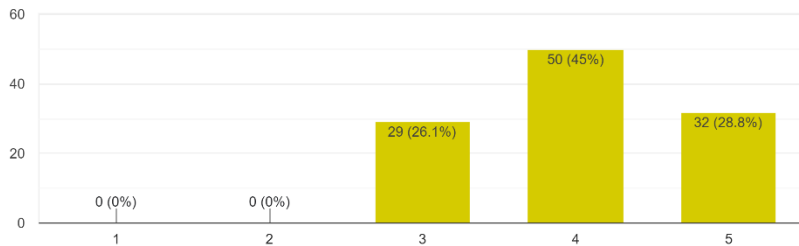
111件の回答



事業創造への興味の変化

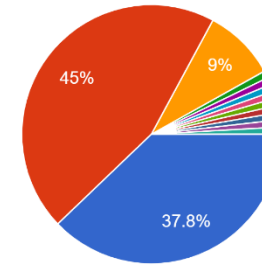
平均4.07

111件の回答



Basic受講への興味

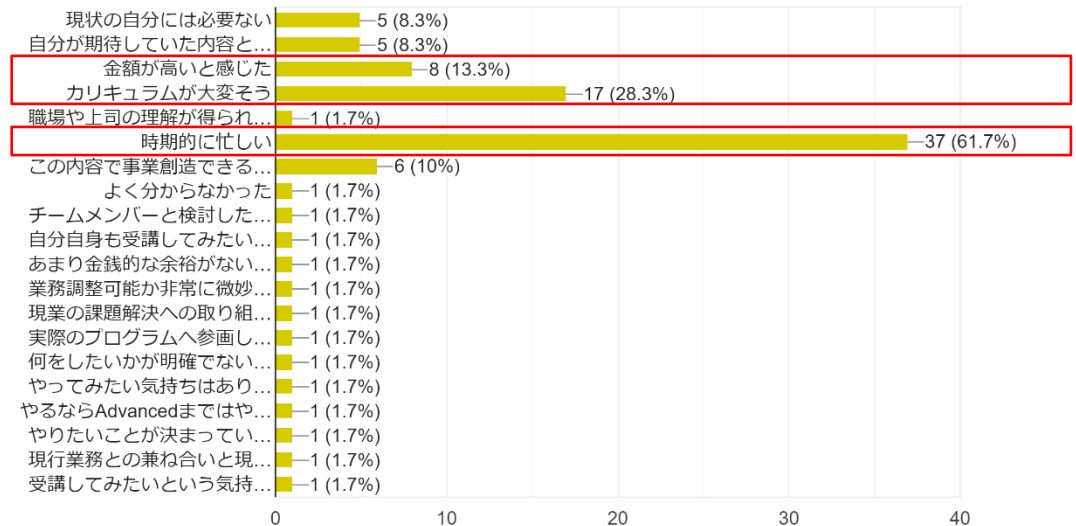
111件の回答



- 受講したいと思った
 - 悩んでいる
 - 受講したいと思わない
 - 会社の予算次第ではありますが難しそ...
 - 弊社メンバーの参加を促していきたい
 - 立場上Basic受講出来ない
 - 今後も引き続きつながっていきたくと...
 - 受講予定
- ▲ 1/2 ▼

Basic受講を「悩んでいる」「受講したいと思わない」と選択の理由

60件の回答

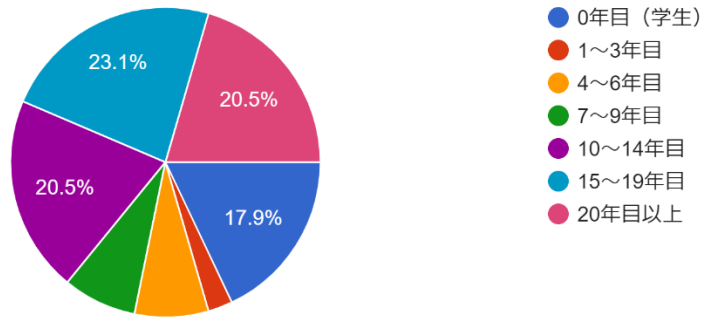




プログラム受講者アンケート (Basic_受講前)

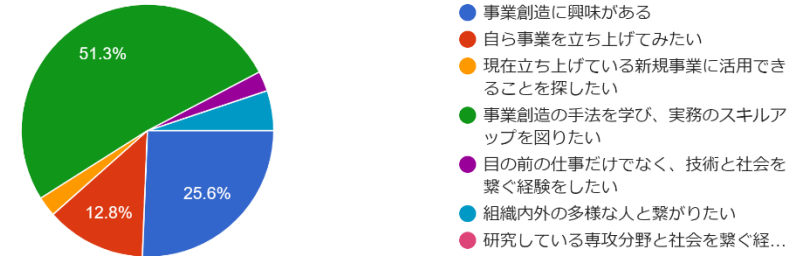
社会人経験年数

39 件の回答



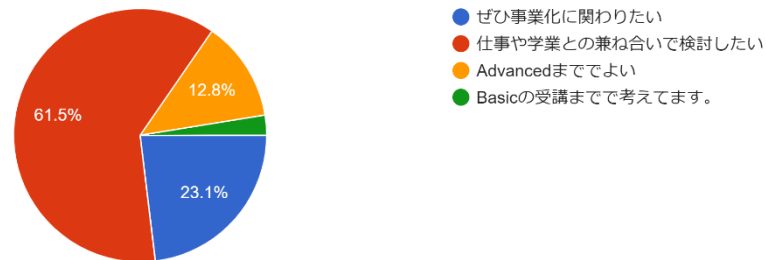
受講の目的

39 件の回答



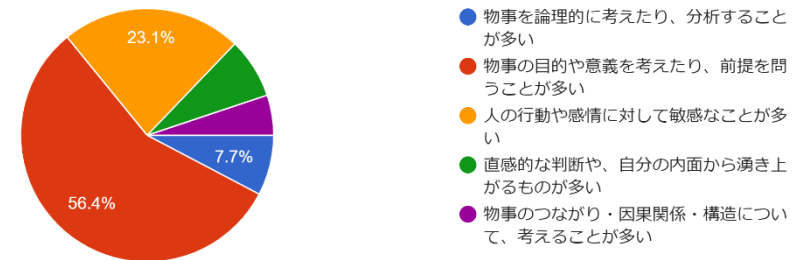
事業化への興味・意欲

39 件の回答



ご自身の思考のクセ

39 件の回答



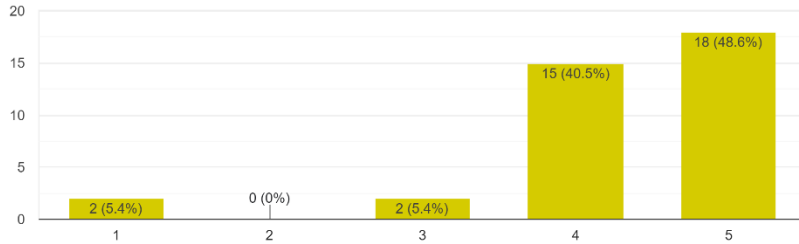


プログラム受講者アンケート（Basic_受講後）

講座の満足度

平均4.27

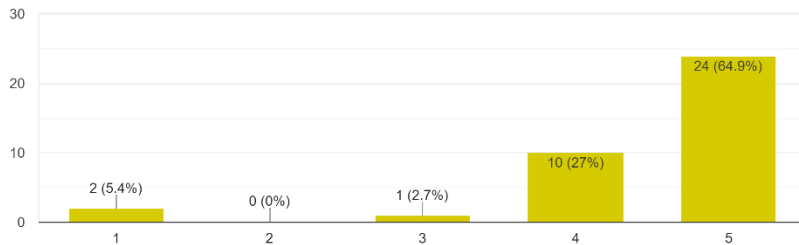
37件の回答



講座のわかりやすさ

平均4.46

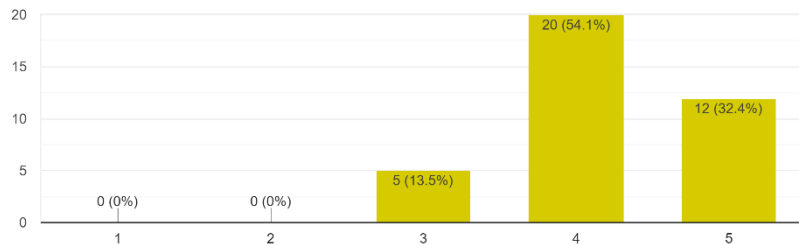
37件の回答



事業創造への興味の変化

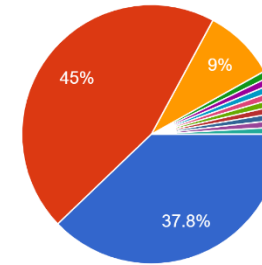
平均4.19

37件の回答



Basic受講への興味

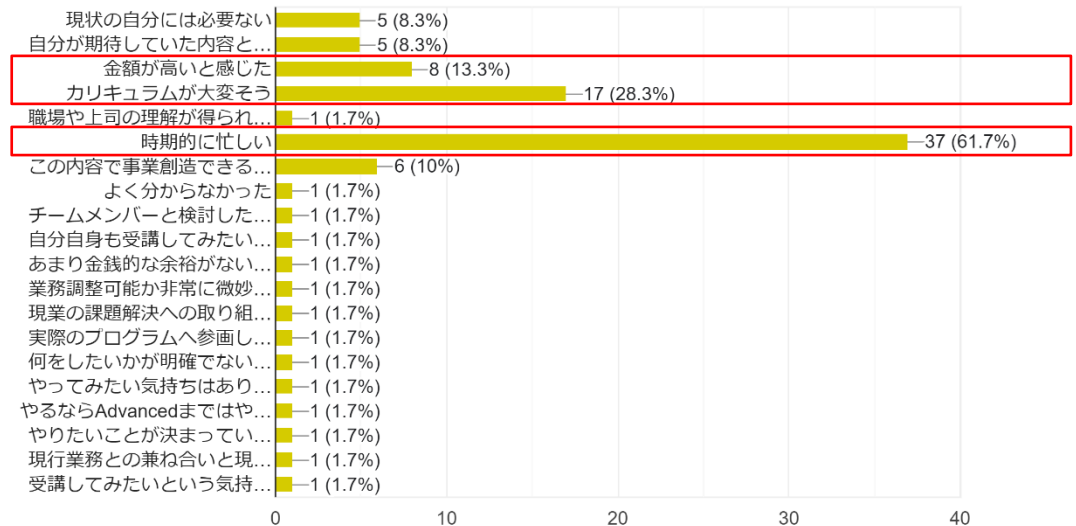
111件の回答



- 受講したいと思った
 - 悩んでいる
 - 受講したいと思わない
 - 会社の予算次第ではありますが難しそ...
 - 弊社メンバーの参加を促していきたい
 - 立場上Basic受講出来ない
 - 今後も引き続きつながっていきたく...
 - 受講予定
- ▲ 1/2 ▼

Basic受講を「悩んでいる」「受講したいと思わない」と選択の理由

60件の回答





募集カテゴリー

(Advanced以降、2つのカテゴリーで募集)

開港都市+ 地域課題起点の事業創造

SSDC+ テクノロジー起点の事業創造

ねらい	<ul style="list-style-type: none"> 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 開港都市をはじめとした各地域の人々が繋がり合い、コミュニティを形成し、イノベーションの起点となる文化・風土をつくること 	<ul style="list-style-type: none"> テクノロジーを活用した社会課題解決、夢の実現に立脚し、社会人・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 各属性の人々が繋がり合い、コミュニティを形成し、イノベーションの起点となる文化・風土をつくること
対象地域	<ul style="list-style-type: none"> 開港5都市（函館、新潟、神戸、横浜、長崎） 本枠組みに賛同するその他の地方自治体 	<ul style="list-style-type: none"> 特段の定めなし
対象参加者	<ul style="list-style-type: none"> 対象地域に関係する市民（学生および社会人。在住の有無は問わない） 	<ul style="list-style-type: none"> 人と社会を豊かにするビジネスの創造に興味がある人（学生および社会人）
取扱う課題の条件	<ul style="list-style-type: none"> 原則として社会課題解決と地域の魅力開発を扱う <ul style="list-style-type: none"> 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・サービスの利益となるための事業課題は対象としない 	<ul style="list-style-type: none"> 原則としてテクノロジーを活用した社会課題解決、夢の実現を扱う <ul style="list-style-type: none"> 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 特定の企業や商品・サービスの利益となるための事業課題は対象としない 開港都市+の枠組みに収まらない課題テーマについても、SSDC+での扱いとする
主なテーマ募集分野	<ul style="list-style-type: none"> 地域課題全般 	<ul style="list-style-type: none"> 教育・デジタル人材育成 ウェルネス エネルギー・環境
活用が期待されるテクノロジー領域	<ul style="list-style-type: none"> デジタル技術全般であるが、右記のテクノロジー領域の活用が見込めるものであれば積極的に活用する 	<ul style="list-style-type: none"> Web3 メタバース NFT、ブロックチェーン AI・IoT・ロボティクス
テーマ募集の方針	<ul style="list-style-type: none"> 開港都市+においては、SSDC+の募集分野、テクノロジーとの連動で地域課題解決への効果が期待されるものについては、積極的に取り込みを促す なお、実際の個別テーマはプログラム参加者より起案いただく 	<ul style="list-style-type: none"> SSDC+においては、上記の「分野」「テクノロジー領域」をテーマ募集の軸とする なお、実際の個別テーマはプログラム参加者より起案いただく



Advanced / Masterの到達目標

Advanced

アドバンス

実践ワークショップ

約3か月(約3時間×7回)

SSDC+ / 開港都市+ 同時開催

2022年7～10月

Master

マスター

事業化検証

約5ヶ月

2022年11～2023年3月

1)会社設立

2)企業内新規事業化

3)継続検討

4)クローズ

Advanced終了時の到達目標

- ご自身がなぜ取り組むか？社会的にどんな意義があるか？を言語化していること
- Master Phaseに取り組むチームのメンバーが2名以上いること
- ユーザーにフィードバックをもらえるプロダクトやサービスのデモを作成していること
- プロダクトやサービスを求めているユーザーが10名以上いること
- ビジネスモデル仮説の検証を始めていること
- 簡易収支計画を作成し、収入と支出の主な項目をイメージできていること
- 直近一年の収支計画を作成していること
- Master Phaseの目標達成に向けた実行計画が立てられていること

Master終了時の到達目標

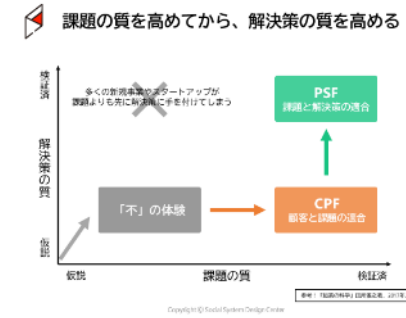
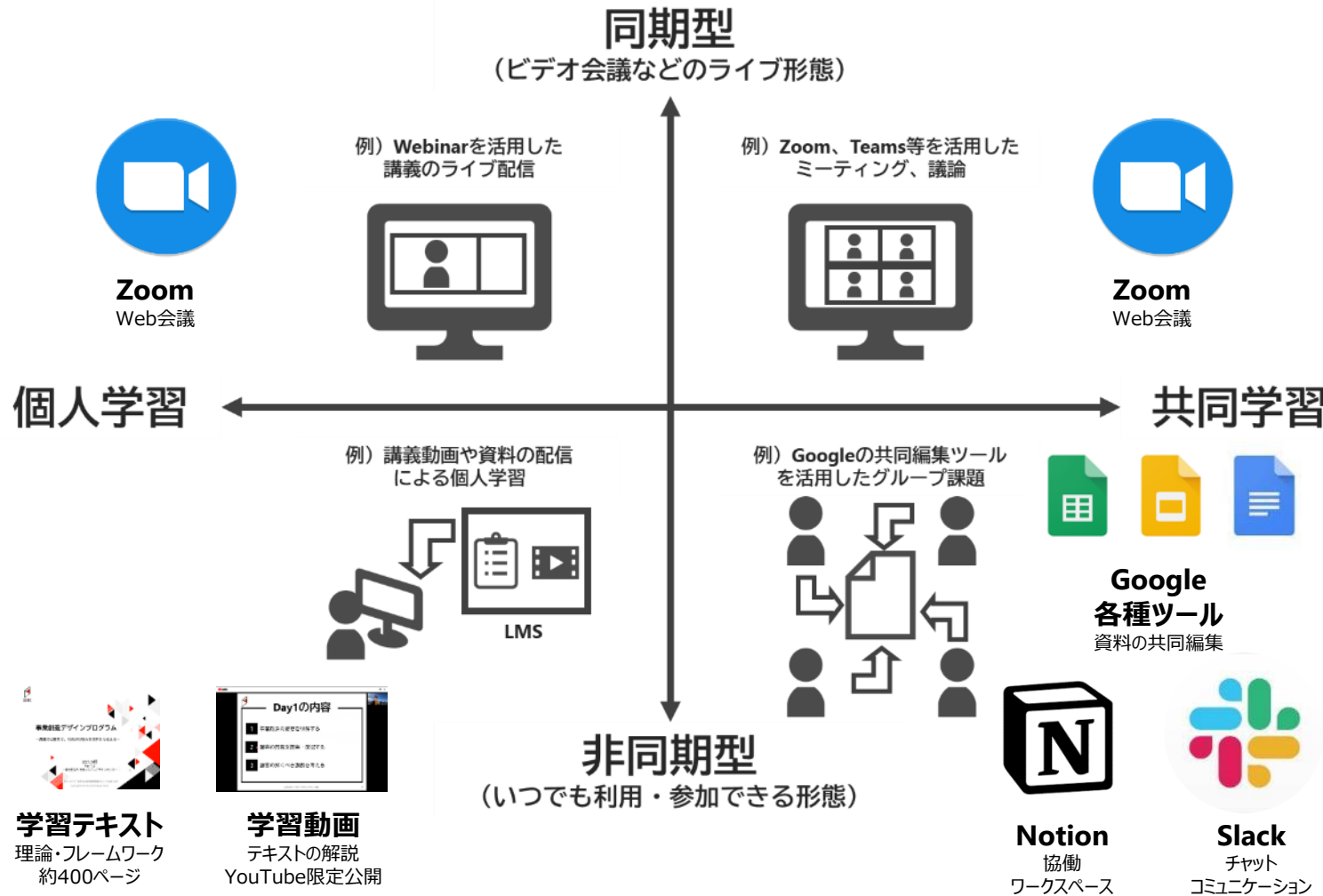
- ご自身がなぜ取り組むか？社会的にどんな意義があるか？を言語化していること
- 事業化を継続するチームのメンバーが5名以上いること
- 必要最低限の価値を提供できるプロダクトやサービスを作成していること
- プロダクトやサービスを求めているユーザーが100名以上いること
- ビジネスモデルを成立させるための最低限のステークホルダーを巻き込んでいること
- 今後の収支計画を作成し、数年で黒字化(事業継続)の目途が立っていること
- 直近一年の収支計画を作成していること
- 300万の収入を得られる算段がついていること
- 事業化計画が立てられていること



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)



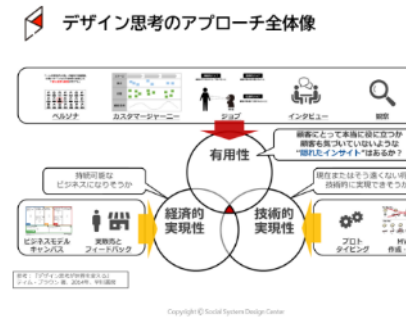
Lean Startupとは？

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

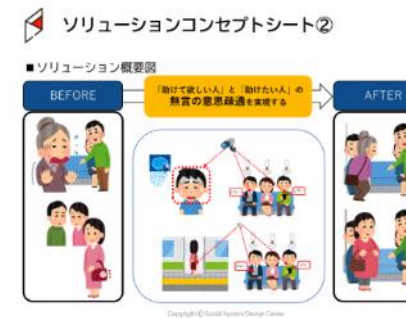
- 構築-計測-学習のフィードバックループ
- 構築(つくる)：MVP
- 計測(はかる)：革新会計
- 学習(まなぶ)：方向転換(Pivot)



Business Model Canvas

8 自社 価値 顧客

収益とコスト



最終報告会で目指すプレゼンテーション内容

① 事業タイトル	事業タイトルと概要	⑦ 事業化時の想定体制・スケジュール	⑧ Why You?
② チーム	起り顔とメンバー/関係者	⑧ 事業化時の想定体制・スケジュール	⑧ Why You?
③ 課題	誰のどんな課題か	⑨ 事業化時の想定体制・スケジュール	⑨ Why You?
④ 解決策	どのように解決するのか	⑩ 市場規模	⑩ Why You?
⑤ トラクション	タスク観点での進捗		
⑥ 市場規模	タスク観点での進捗		



ツールによる各チーム推進状況の可視化

Slack

フロー情報メイン
チャットコミュニケーション



Notion

ストック情報メイン
協働ワークスペース



note

プログラム開催レポートの
対外的な発信



SSDC note

<https://note.com/ssdc/>

SSDC事業創造デザインプログラムAdvanced開催レポート (SSDCホームページ⇄noteの連動)

<https://ssdc.ai/report-advanced-2022/>



Advanced修了後のアルムナイ活動

場所・時間・立場を越えて“繋がり続けるコミュニティ”

↓ アルムナイ(プログラム修了者)有志による振り返り会

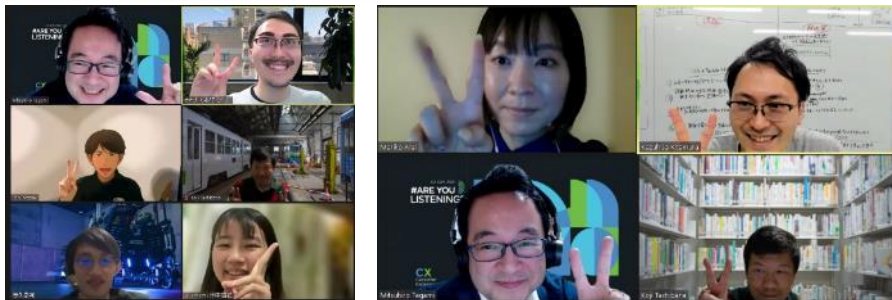


↓ アルムナイ(プログラム修了者)有志による共創の場「A-Salon」

Mick Tagami 22:01

もう一点、アルムナイの共創（や、困りごと相談）を促進するようなイベント/活動を進めたいと考えています。事業創造に関する内容/関係しない内容を含めて、緩いつながりの中で上下関係なく世代を超えて知見や意見を共有できれば会社組織とは異なる枠組みで自身の学びを得られるんじゃないかな〜と。オンライン/オフライン、テーマ別/フリートーク、発表会/相談会、月イチ/不定期などなど。どのようなフォーマットだと興味あるかご意見いただけませんか？ Learn Together !!

5 ❤️ 7 🗨️ 6 🎯 4 🗣️ 6 📄 1



↓ 新たなテーマの探索、事業立ち上げの有志壁打ち





参考：過去の開催実績と事業アイデア

(Advanced以降の例。Basicは開催実績多数)

有名大学のシラバスに採用。少人数限定開催で、事業の発想～創造～実現までを徹底サポート

プログラム名	開催時期	参加チーム数	参加者総数 (社会人/学生/地域)	プログラムから生まれた主な事業アイデア	参加者の主な所属組織(順不同。参加当時の組織名)
事業創造デザインプログラム (第1期)	2019/10～ 2019/12	2	10 (7/3/0)	<ul style="list-style-type: none"> • いますぐ片付く先行体験「モノとりあむ」 • 無思考型×1分コーディネート「My Style」 	サイバーソリューションズ(株)、ジェイズ・コミュニケーション(株)、ネットワンシステムズ(株)、レノボ・ジャパン(合) 明治大学
事業創造デザインプログラム (第2期)	2020/5～ 2020/7	4	14 (4/10/0)	<ul style="list-style-type: none"> • VRコミュニケーションサービス「いつでもどこでも外気分」 • イメージ通りの購入促進ソーシャルアプリ「NEVER MISS」 • 自分のためのコーディネート提案AIアプリ「Carry Closet」 • 薬の服薬状況見える化アプリ&ビルケース「ビルボン」 	テクマトリックス(株)、日本ビジネスシステムズ(株) 明治学院大学
事業創造デザインプログラム (第3期)	2020/9～ 2020/11	4	12 (6/6/0)	<ul style="list-style-type: none"> • 旅行の安全情報検索時短化サービス「あんしん旅行シミュレータ」 • 家具の事前試し置きサービス「おいてみる。」 • 外国人留学生と雇用者向け労働ミスマッチ解消「Comfy JAPAN」 • 学生間の悩み解決知恵袋「Community Chatへボン」 	兼松エレクトロニクス(株)、セグエグループ(株)、都築電機(株)、日本ビジネスシステムズ(株) 明治学院大学
事業創造デザインプログラム (東大GCL連携講座2020)	2020/10～ 2020/12	6	24 (5/19/0)	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ禍在宅ワークの動画×香り気分転換「Smart Smell」 • 間違った敬語を自動変換「Keigolator」 • VRでいつでもどこでも楽しめる「Remote Enjoy」 • 片付け支援AI「わたしの家政婦スマホ3」 • 予約した献立のテイクアウト「ランチをPlanそしてCatch&Go」 	(株)KPMG Ignition Tokyo、(株)TOKAIコミュニケーションズ 東京大学、東京大学大学院、明治学院大学
事業創造デザインプログラム (SSDCテーマ)	2021/7～ 2021/10	2	10 (2/8/0)	<ul style="list-style-type: none"> • 学びとキャリアのパーソナライズ支援「Learning Map」 • 旅行先でも自分で入浴できる車いす「お風呂DE車いす」 	テクマトリックス(株)、 慶応義塾大学、東京大学大学院、明治学院大学
事業創造デザインプログラム (開港都市テーマ: 日本の夜明けプロジェクト)	2021/7～ 2021/10	12	49 (19/16/14)	<ul style="list-style-type: none"> • 函館市内の学生と事業者を繋ぐ「HAKODATEch Builder」 • 地域食材で憧れのレシピを再現「ペア工房 Boost your challenge」 • 神戸の港町で始める里山暮らし「開墾都市」 • 横浜の外国人移住者向けCtoC生活支援サービス「QQ Chat」 • 古写真DB活用のARアプリ「ARと古写真で今と昔をつなぐ」 • 横浜の大企業社員と中小企業の人材交流「ミライストキャンプ」 • 新潟十日町「棚田の再生利用による地域活性化」→Master • 若者と地方をつなげるきっかけ作り「トラベリ！」 • オーダーメイドのステイ作り「Staylor (Stay X Tailor)」 • リユース容器によるバーチャル食堂計画「Zero Ring」→Master 	兼松エレクトロニクス(株)、グーグル・クラウド・ジャパン(合)、KPMGコンサルティング(株)、都築電機(株)、(株)TOKAIコミュニケーションズ、ジェイズ・コミュニケーション(株)、(株)電通テック、日本ビジネスシステムズ(株)、日本マイクロソフト(株)、レノボ・ジャパン(合) 慶応義塾大学、公立はこだて未来大学、長崎大学、明治学院大学、早稲田大学 日揮ホールディングス(株)、(株)浜銀総合研究所、(株)富士通エフサス、ボッシュ(株)、NPO法人ETIC 神戸市役所、新潟市役所
事業創造デザインプログラム (東大GCL連携講座2021)	2021/10～ 2022/1	2	2 (0/2/0)	<ul style="list-style-type: none"> • 学生にプログラミング等技術を教えて企業とマッチング • 孤独にアプローチするランダム通話アプリ • チャットアプリのインスタント秘書「Secrechatry」 	東京大学大学院



2022年度 事業創造デザインプログラム企画運営チーム

北村和久
(きやず)



田上光弘
(Mick)



正木亮
(Smith)



小菅陽平
(ペったん)



立花浩司
(たっちい)



新井茉莉子
(まりさん)



斉藤圭司
(KJ)

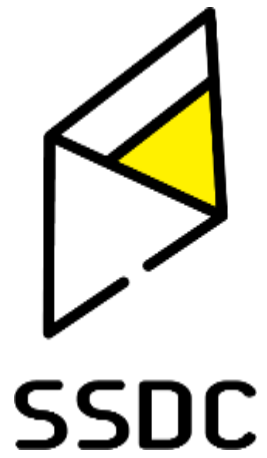


北田将基
(ダックス)



プログラム企画運営チーム

役割	興味関心の領域	経験できる領域	習得可能なスキル
プログラムデザイナー	デザインプログラム全体の企画に携わりたい	事業創造デザインプログラム全体の企画	<ul style="list-style-type: none"> 事業企画力 マーケティング力
ファシリテーター	受講者のファシリテーションを通しアイデア実現に貢献したい	Essential、Basic、Advanced等プログラム内のファシリテーション	<ul style="list-style-type: none"> 対人関係力、構造化力 コーディネーション力
インストラクター	プログラム内の講義を担当し知識や経験の伝達に貢献したい	Essential、Basic、Advanced等プログラム内の講師	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツ企画・作成力 プレゼンテーション力
メディアアンバサダー	メディア活用やインタビューを通しプログラムの価値を発信したい	Twitter、note、Facebok等を活用したプログラムレポート、受講者インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ソーシャルメディア活用力 インタビュー・編集力 マーケティング力



人と社会の幸せな未来のために