



事業創造デザインプログラムAdvanced 2024年度 実施報告書

2024/12

一般社団法人 社会システムデザインセンター



目次

- 事業創造デザインプログラム実施概要
- 最終ピッチの発表内容
- フィードバックアンケート結果
- 修了アンケート結果

※フィードバックアンケート： 最終ピッチの評価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

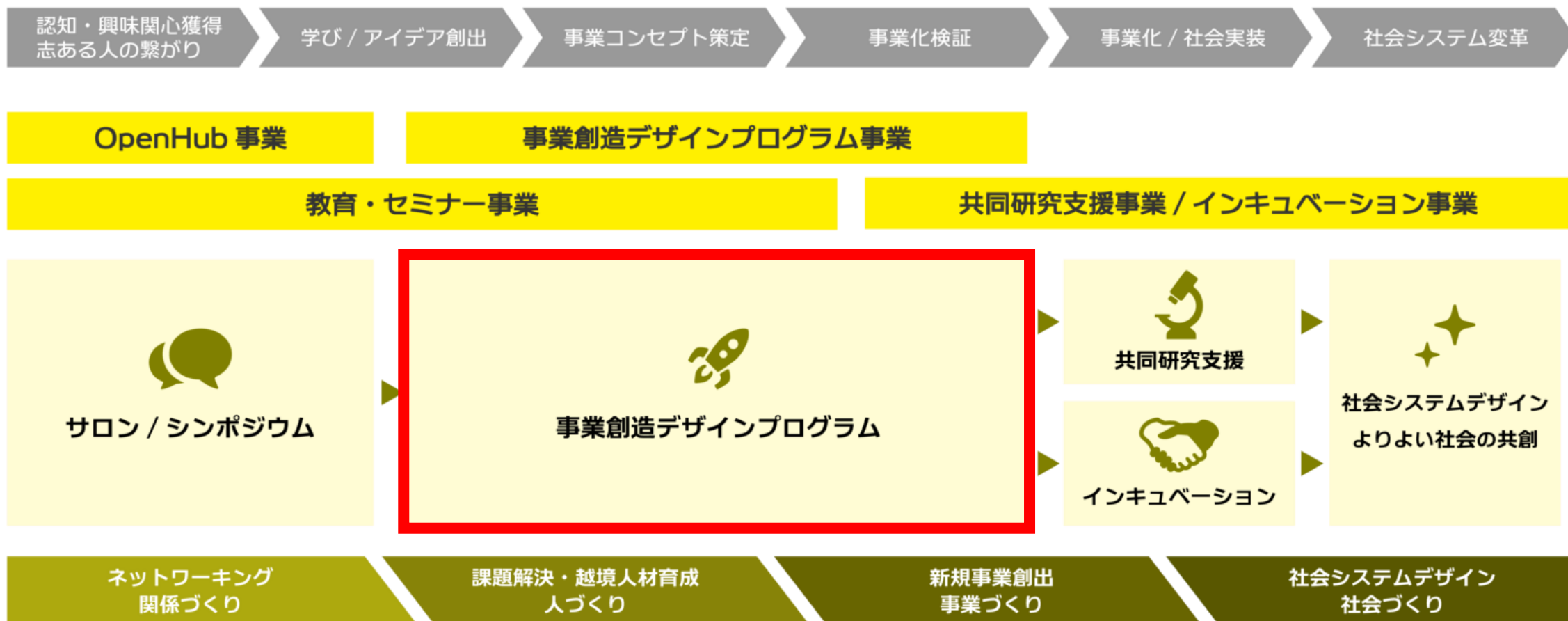


事業創造デザインプログラム実施概要



SSDCの事業創造スキーム全体像

「社会システムをより良くデザインしていく」というSSDCの目的のもと、
その前段となる人づくり・事業づくりのプロセスとして位置づけ





事業創造デザインプログラムとは

AIをはじめとするテクノロジーを活用し、地域や社会の課題解決に繋がる
事業を創りだす、イノベーターのためのプログラム





プログラムの想い

日本のイノベーションの起点となった**開港都市**から、社会課題解決の芽を

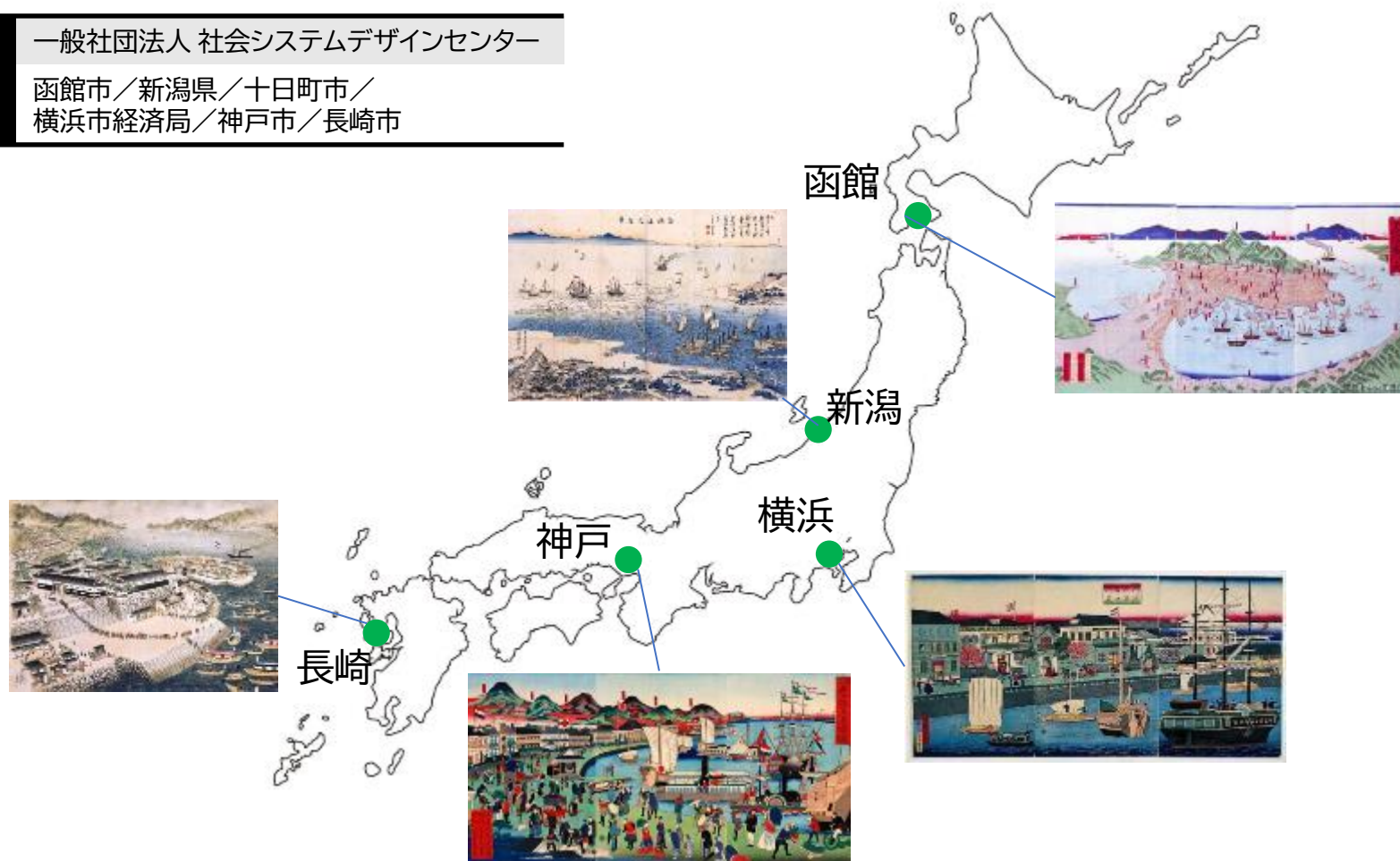
主催

一般社団法人 社会システムデザインセンター

後援

(敬称略・順不同)

函館市／新潟県／十日町市／
横浜市経済局／神戸市／長崎市





プログラムの変遷

累計受講者数

Basic

600名超

Advanced

140名超

AIをはじめとするテクノロジーを活用し、
地域や社会の課題解決に繋がる
事業を創りだす
イノベーターのためのプログラム



大学とのコラボレーション
(東京大学・明治学院大学等)



自治体との連携強化
(開港都市+、SSDC+)



2022

開港5都市の
地域に根差した
具体的課題を起点にした
事業創造プログラム

2023

2024

新時代の扉を開け！
越境の場で社会を変える事業を創る

2024年度

事業創造
デザインプログラム



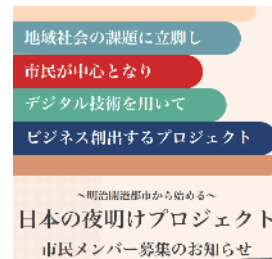
2019

2020

SSDC設立
事業創造デザインプログラム
立ち上げ



地域課題解決型プログラムへ
(日本の夜明けプロジェクト)



地域のコンテンツを生かした
事業コンセプトを創出

地域交流を深めながら
アイデア発想を試行



テーマ募集分野

SSDC 課題軸

①ウェルネス



- ・ 医療
- ・ 介護
- ・ メンタルヘルス
- ・ 健康経営

②水・食料



- ・ 水資源の確保
- ・ 食料自給率
- ・ 食文化

③エネルギー・環境



- ・ 脱炭素、省エネ
- ・ 資源再利用
- ・ 環境保護
- ・ 生物多様性

④モビリティ



- ・ MaaS
- ・ 物流改革
- ・ 公共交通難民
- ・ 新たな移動体験

⑤防災・インフラ



- ・ 自然災害
- ・ 社会インフラ維持
- ・ 空き家
- ・ サイバーセキュリティ

⑥教育・人財育成



- ・ 次世代人材の育成
- ・ リカレント教育
- ・ 人材ダイバーシティ
- ・ 子育て

⑦まちの魅力発 掘・発信



- ・ 地域資源の再発見
- ・ 地域外との連携
- ・ ソーシャルメディアの
利活用

⑧地域コミュニ ティ再生



- ・ 過疎地域の再生
- ・ 移住促進
- ・ 関係人口増加
- ・ 人が集まる仕掛けづくり

⑨新しいワーク/ライフ スタイルの模索



- ・ 社会や価値観の変化による
新しいワーク/ライフスタイルの模索
- ・ 複数拠点生活

×

テクノ ロギー

解決手段の一つとしてテクノロジーを活用（AI、IoT、センサー、ロボティクス、ドローン、Web技術 等々）



※テクノロジー活用は必須ではなく推奨（アナログや他手段での解決も可）



2024年度参加者推移



Basic

座学&基礎ワーク
約4時間

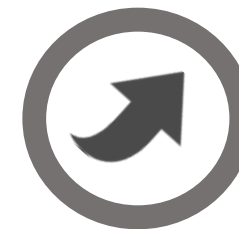
77



Advanced

実践プログラム
約4か月

20



Master

事業化検証プログラム
約3～6ヶ月

3

約26%

※上記以外に会員企業内のインキュベーションプログラムにて事業化検証を実施するアイデアが複数あり



2024年度Advanced修了者

8. 修了条件

- ・全8日程（最終ピッチを以外のプレイベント～Day7まで）のうち、原則6回以上にリアルタイムで参加すること
※止むを得ない事情で事前にご連絡を頂いている場合は除外
- ・最終成果物（ピッチ資料、修了アンケート）を提出すること

受講者数

20

修了者数

17



No.	氏名	修了	地域／所属	コース
1	志水八千代	修了	十日町市	事業化
2	黒田靖史	修了	横浜市	事業化
3	神向寺 圭	修了	都築電気	事業化
4	大飼牧人	修了	神戸市	事業化
5	河邊祐太	-	神戸市	事業化
6	三浦恭子	修了	神戸市	事業化
7	杉村美保	修了	横浜市	事業化
8	吉村佑久	修了	都築電気	事業化
9	高比良廉	修了	長崎市	事業化
10	馬勝央実	修了	神戸市	事業化
11	竹森洸征	修了	神戸市	事業化
12	池田陽平	修了	都築電気	事業化
13	湯原啓介	-	函館市	事業化
14	林仁美	修了	横浜市	事業化
15	山口暁大	修了	都築電気	事業化
16	竹野真由美	修了	新潟市	事業化
17	賀内真理	-	神戸市	事業化
18	藤岡 宏文	修了	KEL	学び
19	松山耕一郎	修了	KEL	学び
20	大本拓也	修了	KEL	学び



集客実績

- 開港5都市6自治体でBasic現地開催を実施。地域／学生の参加が増加し、前年比で全体の参加人数は増加（昨年66→77）
- Advanced参加は1名減の20名で着地したが、1人1テーマ制により前年比でアイデア数は増加（一昨年6→昨年17→今年20）
- 事業化コースには、地域を中心に17名（うち都築電気4名）、学びコースには、会員企業からKEL3名が参加
- Advanced参加者は、既に会社を立ち上げている、または活動を推進中の方も多く、事業化意欲は例年より高め
- Basicについては、2024年10月より通期開催化（通常版）

カッコ内は前年実績

	実施期間	開催回数	参加人数合計	正会員	地域	非会員	備考
Basic	2024/05～2024/06	10回	77(66)	23(23)	54(41)	0(2)	通常版：4回 26名 地域版：6回 51名
Advanced	2024/07～2024/11	1回	20(21)	7(8)	13(13)	0(0)	地域参加者のうち学生3名

（参考）参加実績内訳

		参加 人数計	正会員				地域						
			都築 電気	KEL	ユニア デックス	JBS	函館	新潟	十日町	横浜	神戸	長崎	動画等
Basic		77	4	12	4	3	7	3	4	10	18	6	6
Advanced	事業化コース	17	4	0	0	0	1	1	1	3	6	1	-
	学びコース	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	-



Basic開催

地域版・通常版合わせて、総勢77名の方が参加

カッコ内は前年実績

	実施期間	開催回数	参加人数合計	正会員	地域／学生	非会員	備考
Basic	2024/05～2024/06	10回	77(66)	23(23)	54(41)	0(2)	通常版：4回 26名 地域版：6回 51名

5/16 新潟市
(@開志専門職大学)



5/21 十日町市
(@段十ろう)



6/14 函館市
(@Gスクエア)



【後援】函館市、新潟県、十日町市、
横浜市経済局、神戸市、長崎市

【共催】横浜未来機構、ANCHOR KOBE

5/29 長崎市
(@DIAGONAL RUN NAGASAKI)



6/8 横浜市
(@NaNa Lv.)



通常版(オンライン)



6/11 神戸市
(@ANCHOR KOBE)





Advanced開催

フェーズ	項目	主な内容	日程	時間	実施形態
プレ	プレイベント	オリエンテーション／業アイデアの初期モデル作成ガイド／ 特別講演(片桐先生)	7/12 (金)	18:00~21:00	オンライン (Zoom)
スプリント1 (7/27~8/29)	Day 1	バーチャルチーム発表／相互理解／事業アイデア相互レビュー(初期モデル)／スプリント1計画／課題の深堀／CPFインタビュー準備／懇親会	7/27 (土)	10:00~17:00 (17:30~19:00)	リアル(東京) ※原則参加必須
	Day 2	スプリント1進捗相互レビュー／事業アイデア相互レビュー／スプリント1アクション再整理／ 特別講義(栄藤先生)	8/9 (金)	18:00~21:00	オンライン (Zoom)
スプリント2 (8/30~9/26)	Day 3	スプリント1評価共有／事業アイデア相互レビュー／PSFインタビュー準備／スプリント2計画	8/30 (金)	18:00~21:00	オンライン (Zoom)
	Day 4	スプリント2進捗確認／事業アイデア相互レビュー／説得力のあるビジネスプランの検討／スプリント2アクション再整理／ピッチ資料レビュー／ 特別講義(仮)	9/13 (金)	18:00~21:00	オンライン (Zoom)
スプリント3 (9/27~10/24)	Day 5	中間ピッチ／スプリント2評価共有／スプリント3計画	9/27 (金)	17:00~21:00	リアル(東京) ／オンライン (Zoom)
	Day 6	スプリント3進捗確認／事業アイデア相互レビュー／最終ピッチ資料相互レビュー／スプリント3アクション再整理	10/11 (金)	18:00~21:00	オンライン (Zoom)
最終ピッチ／ 学び発表 (10/25~11/8)	Day 7	学び発表	10/25 (金)	15:30~16:50	オンライン (Zoom)
		最終ピッチ選考会		17:00~21:00	
	Day 8	最終ピッチ ／懇親会	11/8 (金)	15:00~18:30 (19:00~21:00)	リアル(東京)

【後援】 函館市、新潟県、十日町市、横浜市経済局、神戸市、長崎市（順不同）

【特別講演】

●プレイベント

『社会課題から発想する』 片桐恭弘先生

国立研究開発法人産業総合研究所
人工知能研究センター研究センター長 /SSDC代表理事



【特別講義】

●Day2

『地を這う事業開発』

栄藤稔先生

大阪大学先導的学際研究機構教授
科学技術振興機構CREST人工知能領域総括



●Day4

『起業へ至った道のり』

高野俊行さん

ユニクル株式会社代表取締役
SSDC事業創造デザインプログラム
アルムナイ





Advanced事業アイデア一覧

敬称略

	氏名	地域／所属	コース	事業タイトル	SSDC課題軸
A	神向寺 圭	都築電気	事業化	住まいの未来相談窓口-今ある家に新たな役割・価値を	⑦まちの魅力発掘・発信
	黒田 靖史	横浜		都市部⇄相模原 ベジぶしでつなぐ、こだわり農家と愛犬家の強いつながり	⑦まちの魅力発掘・発信
	志水 八千代	十日町		香遥屋KOHARUYA～遥か香る山のアロマ～1本の精油から繋がる和と話と輪	⑧地域コミュニティ再生
	河邊 祐太	神戸		田舎の空き家活用	⑦まちの魅力発掘・発信
	大飼 牧人	神戸		地域の事業後継者のための事業アイデア開発サポートサービス	⑧地域コミュニティ再生
B	吉村 佑久	都築電気		管理職マネジメント代行サービス	⑨新しいワーク/ライフスタイルの模索
	杉村 美保	横浜		介護もキャリアも、自分らしく「Carer Career Navi」	⑥教育・人財育成
	三浦 恭子	神戸		道標（みちしるべ）プロジェクト	⑨新しいワーク/ライフスタイルの模索
	高比良 廉	長崎		V・ファーレン長崎ユース生と企業のマッチング ユース生へのキャリア体験事業「スポコネ」	⑨新しいワーク/ライフスタイルの模索
C	池田 陽平	都築電気		地域活性プラットフォーム「Lincreation」で地方×都心企業の共創サポート	⑧地域コミュニティ再生
	馬勝 央実	神戸		『装いの選択肢』を提供する ジェンダーニュートラルなランジェリーブランド I.genic	⑨新しいワーク/ライフスタイルの模索
	竹森 洸征	神戸		ぷち勉 ～こども先生が働く令和の寺子屋～	⑥教育・人財育成
	湯原 啓介	函館		地球共有プロジェクト	③エネルギー・環境
D	山口 暁大	都築電気		言語化能力育成サービス コトバカ！	⑥教育・人財育成
	林 仁美	横浜		「ありのままで生きる」を体感するカジュアル・リトリート - Onakama対話食堂	⑨新しいワーク/ライフスタイルの模索
	竹野 真由美	新潟		自分の命と情熱を生きる大人増やす！ミッション実現コミュニティ	①ウェルネス
	賀内 真理	神戸		国際都市神戸の子ども向け歴史と国際交流ツール	⑧地域コミュニティ再生
E	大本 拓也	KEL	学び	防災セットのレンタル	⑤防災・インフラ
	藤岡 宏文	KEL		自己成長のための目標達成強制サービス	⑥教育・人財育成
	松山 耕一郎	KEL		ストレス解消支援サービス	①ウェルネス



Advanced開催報告レポート記事（ホームページ／note）



2024年SSDC事業創造デザインプログラムAdvanced開催レポート

https://design-program.ssdca.ai/lp/design-program_2024-report/

- ・ 開催概要
- ・ 各日程の開催レポート記事（note）へのリンク

2024年度 事業創造デザインプログラム 開催レポート一覧

SSDCの事業創造デザインプログラムは、「AIをはじめとするテクノロジーを活用し、地域や社会の課題解決に繋がる事業を創りだす、イノベーターのためのプログラム」です。
2024年に開催した事業創造デザインプログラムの開催レポートを、まとめてお届けします。

Basic 地域版

事業創造デザインプログラムBasicは、課題解決のための理論・手法を学び、事業創造の基本を体感する座学&基礎ワークです。
オンラインで開催するBasic通常版と、各地域の現地で開催する地域版の2種類があり、本年は、函館市・新潟市・十日町市・横浜市・神戸市・長崎市の6都市で、さまざまな属性の地域のイノベーターの方達と一緒に現地で開催しました。

事業創造デザインプログラム Basic in新潟 開催レポート 2024年5月16日（木）

事業創造デザインプログラム Basic in新潟 開催レポート

こんにちは！SSDCデザイナーの平山です。この記事では、2024年5月16日に新潟県新潟県立大学で開催された「事業創造デザインプログラム Basic in新潟」...

♡ 7

SSDC Media



Advanced

事業創造デザインプログラムAdvancedは、仮説検証をしながら事業アイデア／事業コンセプトをつくる、事業創造実践プログラムです。

プレイベント 2024年7月12日（金）

事業創造デザインプログラム2024 4 Advanced プレイベント 開催...

こんにちは！SSDCデザイナーの山下です。この記事では、2024年7月12日（金）に開催されたSSDC事業創造デザインプログラム プレイベント（オリエン...

♡ 6

SSDC Media
2024/11/01 19:00



note

スプリント1 2024年7月27日（土）・8月9日（金）

事業創造デザインプログラム2024 4 Advanced スプリント1（7/2...

こんにちは。SSDC企画運営メンバーの新井です。この記事では、2024年7月27日（土）および8月9日（金）に開催されたSSDC事業創造デザインプロ...

♡ 5

SSDC Media
2024/11/08 18:00



note



2024年度Advancedでの主な改善点

2023年度の課題

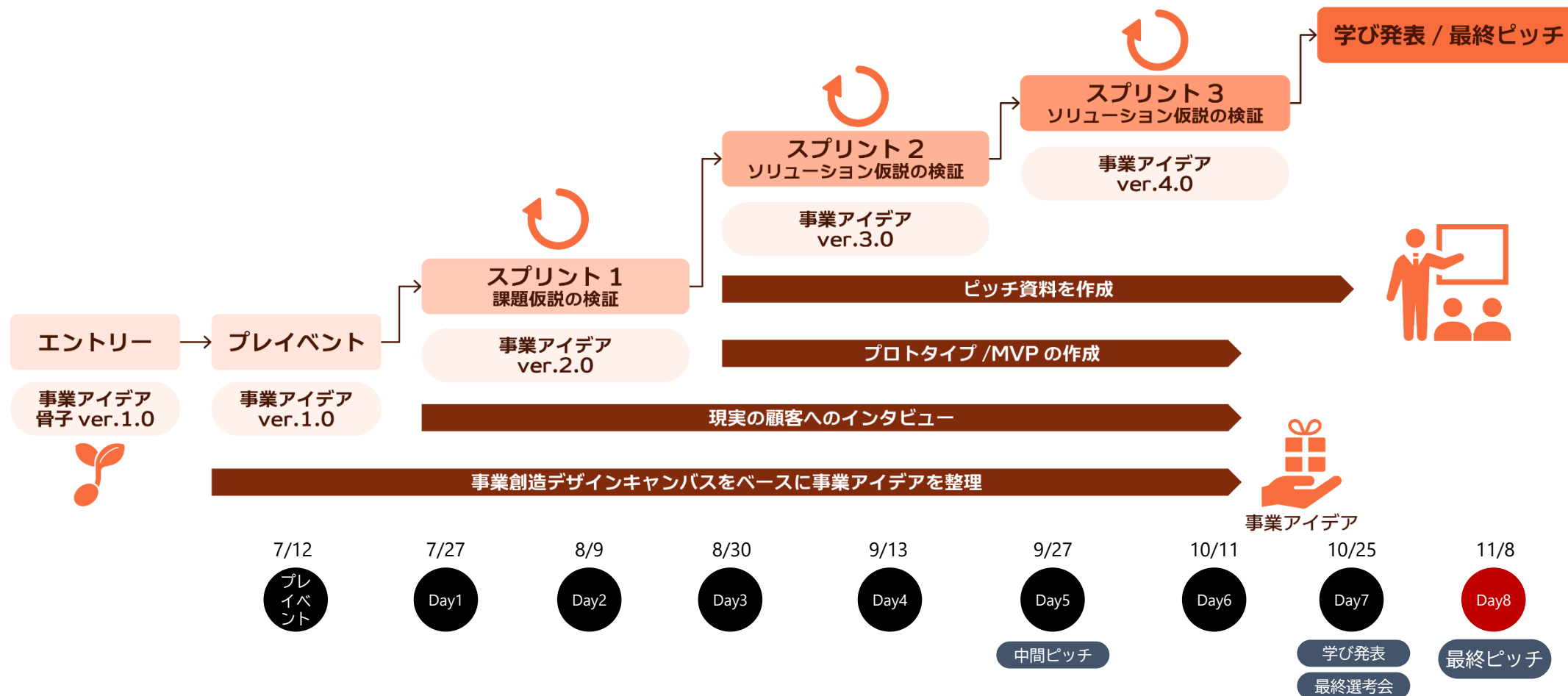
- 1 学び目的と事業化目的の受講者の混在がプログラムに対するニーズやモチベーションのギャップを生んでいた
- 2 初期仮説の検討に時間を消費し、課題や解決策の検証に十分な時間をかけられない
- 3 SSDCメンバー（支援者）の強みや専門性を受講者に十分に伝えられていない
- 4 最終発表を行った参加者の熱意と事業アイデアの品質にばらつきがあった
- 5 プロセス（進め方や日程）とテキスト間にギャップ
テキストとワークシートの分かりづらさ・使いにくさ

2024年度の改善施策

- 1 **事業化コースと学びコースの分離**
→受講ニーズに合わせた伴走によりモチベーションを高く維持
※学びコースはSSDC会員向け
- 2 **短期間で仮説検証ができるプロセスの導入**
→スプリント単位で確実に仮説検証を積み上げ実現性を高める
- 3 **経験知見の豊富な支援者との交流機会の拡大**
→SSDCの理事や専門家との交流、壁打ちで事業アイデアを磨く Day 1
- 4 **選考方式による最終ピッチの導入**
→熱量と検討が十分な受講生を選出し事業アイデアの質を向上 Day 7,8
- 5 **テキストとワークシート類の刷新**
→プロセスに沿って参照できる平易で体系的なテキストと使い勝手の良いワークシート



(参考) 短期間で仮説検証ができる反復型プロセスの導入





(参考) 経験知見の豊富な支援者との交流機会の拡大

Day1は全国の受講者が虎ノ門に集結。ワーク後にはSSDCの理事や専門家との交流もあり充実したスタートに。

ガイダンスや相互理解、良いピッチとは何かを学ぶ



リアルで結束力を高めてオンライン中心へ移行



理事、アドバイザー、専門家のフィードバック



バーチャルグループでの対話



SSDC理事や専門家と受講者の交流



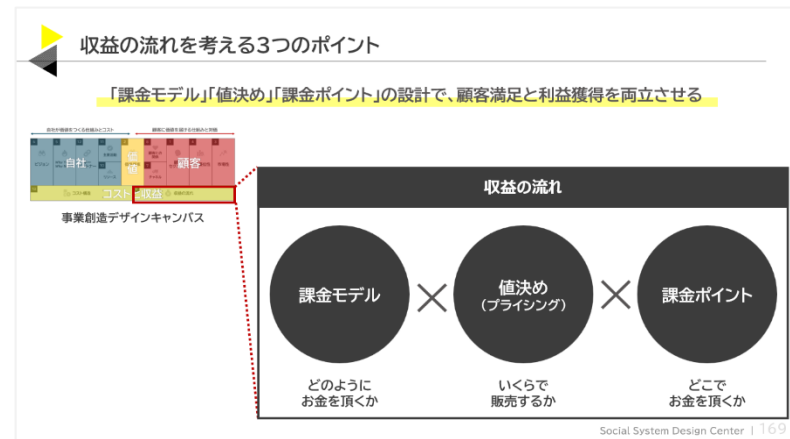
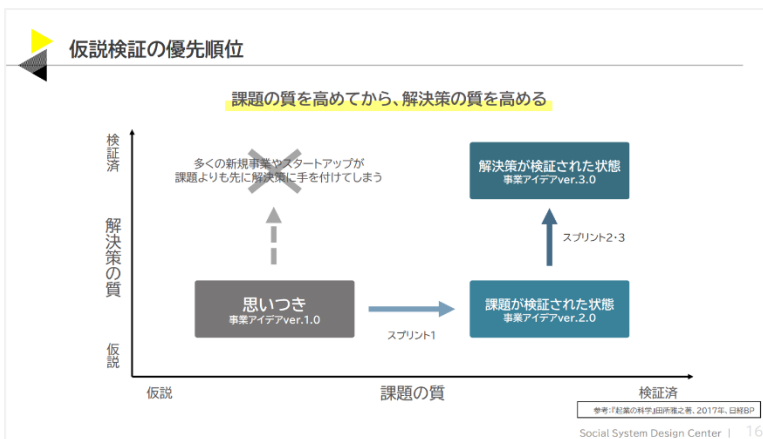
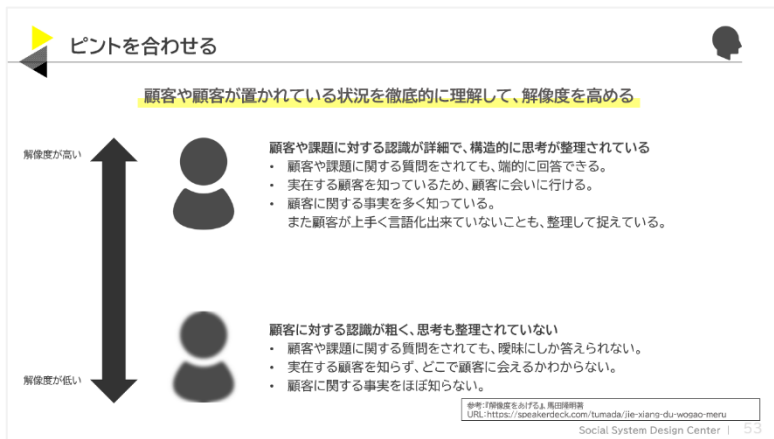
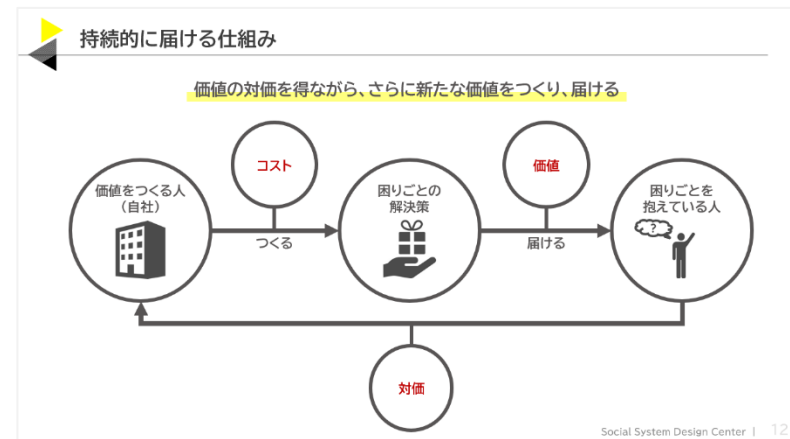


(参考) テキスト

Advancedのプロセスに沿って参照し、事業創造のポイントを理解できるテキスト（約200頁）



項目	テーマ	ページ
第1章	はじめに	3
第2章	事業創造の概要を理解する	9
第3章	事業創造デザインキャンパスで事業アイデアを整理する	23
第4章	事業アイデアの初期モデルを生み出す	43
第5章	課題仮説を検証する	118
第6章	ソリューション仮説を検証する	137
第7章	持続可能な計画を立てる	159
第8章	心に響くピッチを実施する	195





※キャンパスの各ブロック（要素）を検討するための個別のワークシートも提供

Q:なぜ今、私はこの事業を立ち上げる？

Q:なぜ今、私はこの事業を立ち上げる?

各ブロックにはいくつかの重要な「問い」が設定されています。

Copyright © Social System Design Center



(参考) スプリント計画書

短期間で確実に仮説検証を実行していくために役立つ計画書

受講生毎に用意された「スプリント計画書」で、進捗管理、課題、振り返りなどを進めていきます。

スプリント1 課題仮説の検証 (CPF)		
概要	目的	顧客と課題の適合性を確認する (CPF: Customer Problem Fit)
	作業内容	・事業アイデアVer.1.0 (事業アイデアの初期モデル) において、想定顧客が十分に満ち足りていない課題を特定し、検証可能な仮説を構築する ・インタビューの結果をもとに事業アイデアVer.2.0にアップデートする
	検証ポイント	①課題が実際に存在するか ②初期採用顧客 (アーリーアダプター) は誰か ③既存代替案とその課題点は何か
到達目標	重要性	課題仮説の検証 (CPF) を通じて、課題の重要性が確認されることで、「誰からも必要とされないソリューションを開発するリスク」を軽減できる
	事業アイデアの整理	・CPF検証結果をもとに、ビジネスモデルキャンパス+の「顧客セグメント」を中心にアップデート ・既に記載済みの項目についても見直す
	到達目標	① CPFインタビュー (最低5人以上) を通じて、以下①～③を完了し、事業アイデアVer.2.0にアップデートできた ② 実在する課題を特定: 顧客が十分に満ち足りていない課題を特定する ③ 初期採用顧客を特定: 課題に対して賛同してくれない顧客セグメントを特定し、最も強く賛同してくれる顧客セグメントを特定する ④ 現在の代替案を整理: 顧客が利用する既存の代替案を整理し、また代替案がどのような課題を持っているかを特定する

9	期間	2024/07/27 (土) ~2024/08/29 (木) ※Day1 (07/27) Day2 (08/09)						
10	稼働時間	【前半】	07/27 (土) ~08/08 (木)	約2週間		時間		
11		【後半】	08/09 (金) ~08/29 (木)	約3週間		時間		
12		No		タスク	期日	ステータス	備忘録	
13	1	(Day1) 自己肯定シートを用いて、チームメンバーと知り合う					完了	
14	2	(Day1) Why-Can-Needシートを用いて、チームメンバーとWhyやVisionを共有し合う					完了	
15	3	(Day1) 事業アイデアver.1.0 (事業アイデア初期モデル) の共有/相互フィードバックを行う					完了	
16	4	(Day1) ピッチの構成とポイントを整理し、自分が目指す最終ピッチをイメージする					完了	
17	5	(Day1) CPFインタビューの計画を立てる					完了	
18	6	(Day1) 模擬インタビューを実施する					完了	
19	7	(Day1) スプリント1の計画を立てる (アクションと期日の決定)					完了	
20	8	CPFインタビューのアポを取る					対応中	
21	9	ペルソナの作成/見直しにより、顧客の想像度をあげる (ビジネスモデルキャンパス+も更新)					対応中	
22	10	カスタマージャーニーマップの作成/見直しにより、木の発生状況を深掘する (ビジネスモデルキャンパス+も更新)					未着手	
23	11	ジョブ理論の作成/見直しにより、顧客の欲求を明らかにする (ビジネスモデルキャンパス+も更新)					未着手	
24	12	事業アイデアの初期モデル作成時に記載済みのビジネスモデルキャンパス+の項目を見直す (必要であれば) 課題インタビュー時に必要なプロトタイプを準備する					未着手	
25	13	CPFインタビューを実施する					未着手	
26	14	CPF検証結果を記入する					未着手	
27	15	CPF検証結果をもとに、ビジネスモデルキャンパス+の「顧客セグメント」を中心にアップデート					未着手	
28	16	(Day2) スプリント1の進捗相互レビュー					未着手	
29	17	(Day2) スプリント1のアクションを再整理する					未着手	
30	18	事業アイデアver.2.0へのアップデートを完了させる					未着手	
31	19	スプリント1の自己評価を記入する					未着手	
32	20							
33	21							
34	22							
35	23							
36	24							
37	25							

アクションアイテム

- 稼働できる時間
- やるべきタスクと期日
- 実施ステータス

課題事項	No	ステータス	課題	対策
	1	未着手		
	2	未着手		
	3	未着手		
	4	未着手		
	5	未着手		
	6	未着手		
	7	未着手		
	8	未着手		
	9	未着手		
振り返り1回目	Keep 良かったこと (今後も続けること)		Problem 悪かったこと (今後はやめること)	Try 次挑戦すること
	※Day2 (8/9) に記載			
	フィードバック			
	各Dayの最後、振り返りで記入するKPT			
	Keep 良かったこと (今後も続けること)		Problem 悪かったこと (今後はやめること)	Try 次挑戦すること
	※Day3 (8/30) までに記載			
	到達目標に対する自己評価			
自己評価	到達目標		評価基準	自己評価
	インタビューを実施した人数		最低5人以上	
	CPF	① 実在する課題の特定	顧客が十分に満ち足りていない課題を特定する	A. 十分に検証を行い、特定できた B. 検証不十分だが、おおむね特定できた C. 未検証のため特定できていない
		② 初期採用顧客の特定	課題に対して賛同してくれない顧客セグメントを特定し、最も強く賛同してくれる顧客セグメントを特定する	A. 十分に検証を行い、特定できた B. 検証不十分だが、おおむね特定できた C. 未検証のため特定できていない
		③ 既存代替案の整理	顧客が利用する既存の代替案を整理し、替案がどのような課題を持っているかを特定する	A. 十分に検証を行い、特定できた B. 検証不十分だが、おおむね特定できた C. 未検証のため特定できていない
	CPF総合評価		A. ①～③すべてA B. Cが一つもない C. Cがある 【目標】 A 【最低ライン】 B	



(参考) インタビューシート

仮説検証のための顧客インタビューの準備、実行、管理を支援するオリジナルシート

「インタビューシート」を活用し、PSFインタビューの設計、アポ取り、実施、考察・振り返りを行います。

PSFインタビュー計画書	
インタビュー概要設計	
目的	課題と解決策の適合性を確認する
到達目標	①解決策の有用性を確認・顧客が抱えている不満を解決して、ジョブが実現できることを確認する ②必要な機能を特定・ユーザービリティや機能要望を受けて適切な検討し、不要な機能は除外して必要な機能を特定する ③初期採用顧客の支払い可能な価格を特定・初期に採用する顧客セグメントを特定し、解決策に対する支払い可能な価格を特定する
仮定仮説	①解決策の有用性 ②必要な機能 ③支払い可能な価格
実施方法	合計
時間	①オープニング ②インタビュー ③クロージング
MVP設計	
MVPの価値	
MVPの概要	
利用するツール ※使用する場合はのみ	
質問トークスクリプト設計	
①自己紹介	
②活動紹介	
③PSFインタビュー	
④振り返り・関係構築	

アポイントメント進捗管理											
No	ステータス	CPFインタビュー計画書 (Interview)	PSFインタビュー計画書 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)
1	未着手	1.0	2.0	CPF-PSF	未着手	未着手	未着手	未着手	未着手	未着手	未着手
2	未着手										
3	未着手										
4	未着手										
5	未着手										
6	未着手										
7	未着手										
8	未着手										
9	未着手										
10	未着手										
11	未着手										
12	未着手										
13	未着手										
14	未着手										
15	未着手										
16	未着手										
17	未着手										
18	未着手										
19	未着手										
20	未着手										

※個人情報保護の観点から、インタビューの進捗はイニシャルで記載をお願いいたします。
またインタビューの進捗管理を記載する際は下記のとおり記載をお願いいたします。

考察・振り返り											
No	CPFインタビュー計画書 (Interview)	PSFインタビュー計画書 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)	インタビューの進捗 (Interview)
1	2.0										
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											



最終ピッチの発表内容



最終ピッチの様子





最終ピッチ項目

№	項目	説明	対応するピッチの 要点	中間ピッチ	最終ピッチ	学び発表
①	事業タイトル	キーメッセージ、ソリューション名	実現したいこと	○	○	○
②	課題	誰のどんな課題か、その課題の切実さ		○	○	○
③	解決策	どのように解決するのか、MVPデモ		○	○	○
④	トラクション	需要の兆し、顧客からの引き合い（ミクロ視点）	実現の可能性	-	○	○
⑤	市場性	想定している顧客層、市場規模と展望（マクロ視点）		○	○	○
⑥	差別化	既存代替策との違い、優位性		○	○	○
⑦	ビジネスモデル	課金モデル、お金を稼ぐ仕組み		-	○	○
⑧	事業の展開計画	事業を軌道に乗せるまでのアクションプラン（3～5年間）		-	○	○
⑨	収益計画	想定している収益計画と黒字の見込み（3～5年間）		-	○	○
⑩	創業者／チーム	事業を成功に導く推進体制		-	○	○
⑪	Why you?／ビジョン	なぜあなたはやるのか?／実現したい未来と生み出した 社会インパクト	実現する意義	○	○	○
⑫	聞き手への依頼	事業化検証で実施したい内容と支援依頼	-	-	○	-



最終ピッチ結果



金賞：Master参加権利を獲得したアイデア



銀賞：最終ピッチで発表したアイデア



SSDC特別賞：ユニークかつ事業の可能性を評価されたアイデア

項目	氏名（所属または地域）	SSDC課題軸
①住まいの未来相談窓口-今ある家に新たな役割・価値を	神向寺 圭 (都築電気)	まちの魅力発掘・発信
②都市部⇄相模原 ベジぶしでつなぐ、こだわり農家と愛犬家の強いつながり	黒田 靖史 (横浜)	まちの魅力発掘・発信
③言語化能力育成サービス コトバカ！	山口 暁大 (都築電気)	教育・人財育成
④介護もキャリアも、自分らしく「Carer Career Navi」	杉村 美保 (横浜)	教育・人財育成
⑤ぶち勉～こども先生が働く令和の寺子屋～	竹森 洸征 (神戸)	教育・人財育成
⑥香遙屋KOHARUYA～遙か香る山のアロマ～1本の精油から繋がる和と話と輪	志水 八千代 (十日町)	地域コミュニティ再生
⑦『装いの選択肢』を提供する ジェンダーニュートラルなランジェリーブランド l.genic	馬勝 央実 (神戸)	新しいワーク/ライフスタイルの模索
⑧地域活性プラットフォーム「Lincreation」で地方×都心企業の共創サポート	池田 陽平 (都築電気)	地域コミュニティ再生





深刻化する地域の空き家問題を「空き家になる前に相談する」事前抑止の観点で解決する事業。所有者や相続人に対し24時間対応の相談窓口AIを提供し、空き家の管理だけでなく、未来の活用方法についてサポートを行う。明確な料金体系や地方自治体との連携を通じ、持続可能なビジネスモデルで事業の成長を計画している。このサービスで地域の住環境の改善と活性化を目指している。





Advanced最終ピッチ②



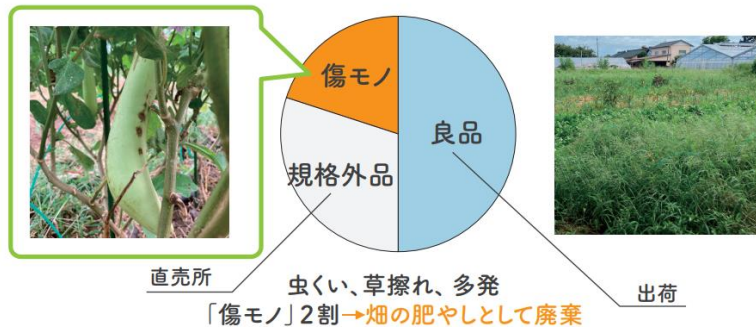
都市部⇄相模原 ベジぶしでつなぐ、こだわり農家と愛犬家の強いつながり

安心安全で健康な食を求めている都市部の愛犬家に対して、有機無農薬農法で作られた廃棄野菜を活用した犬用おやつを提供する事業。地域のこだわり農家との協力により持続可能な商品供給を行う。獣医とも連携し、成長が期待されるペットフード市場でのシェア拡大を図る。廃棄野菜の削減、こだわり農家の販路拡大による収益化にも貢献し、地域活性化を目指す。

1



5 こだわり畑は廃棄野菜が多め



8 愛犬が持病持ちだと飼い主は大変



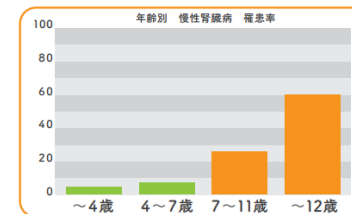
フードの素材を、とことん「知りたがる」愛犬家層の存在

腎臓病持ちの愛犬

4～7歳・・・7%

7～11歳・・・25%

12歳～・・・60%



出典: O'Neill DG, J Vet Intern Med 2013
香岐動物病院がwebサイトにて参照

腎臓病の犬は、フードへの
化学物質の混入が致命傷になりかねない。
※農薬・添加物・保存料・抗生物質等

9 マッチング



「語りたい農家」と「知りたい愛犬家」
共感しあって強いつながりが生まれる



10 プロダクト

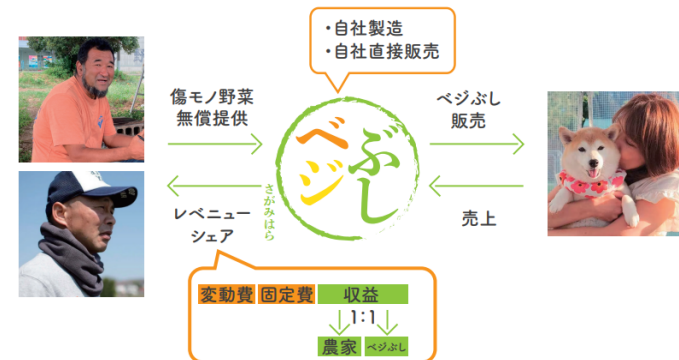


犬のおやつ

季節の傷モノ廃棄野菜を
収穫後、すぐにスライス乾燥
カッオ節ならぬ「ベジタブル節」



15 ビジネスモデル





Advanced最終ピッチ③

言語化能力育成サービス コトバカ！

学生を対象に、自分の考えを言葉にする力を育てる言語化トレーニングを提供するサービス。AIチュータと社会人チュータによる対話サポートや、探求学習を通じた表現力向上を図り、発言力や自信を育む。EdTech市場の成長に伴い、サブスクモデルでの事業展開を図っており、教師の負担軽減と学生の学びの質向上をサポート。少子化社会の中で、自分の考えを自由に表現できる人材育成を支援し、教育現場の課題解決を目指している。

**言語化能力育成サービス
コトバカ！**

DX認定

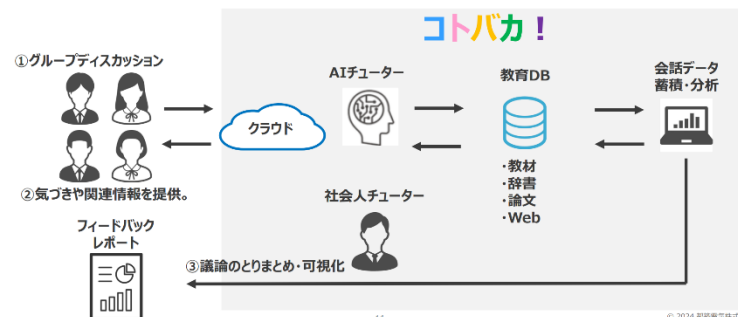
都築電気株式会社
山口 暁大

TSUZUKI
学業に専らな「自分」を「私」に育てる

解決策 どのように解決するのか MVPデモ

サービスイメージ

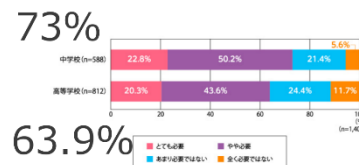
AIチュータと社会人チュータが、探求学習の授業をサポート
先生の代わりに、ディスカッションとアウトプットの作成を支援



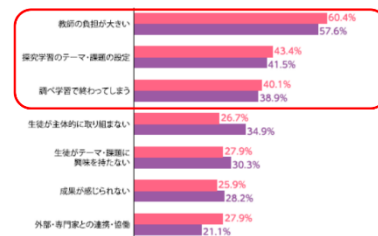
課題 誰のどんな課題か、課題の切実さ

探求学習を中学校・高校の教員60%以上が必要と考えるが、
教師の負担が大きく、課題設定や調べ学習に終わる課題あり。

探求学習の必要性



探求学習の課題



出典：東京大学教育研究センター「2023.07.25 第7回「AI」教育の現状と未来」(探求学習)」(2023年7月)

© 2024 都築電気株式会社

解決策 どのように解決するのか MVPデモ

サービスイメージ

自分の性格に合うAIチュータを選択し、話しやすい環境を提供
社会人チュータとの対話もオプションサービスとして提供可

専門分野：数学



【性格】
・主観型
・責任感と自信があり、
チャレンジ精神を持つ

専門分野：国語



【性格】
・安定型
・気配りと協調性

専門分野：社会



【性格】
・感化型
・社交性があり楽観的

専門分野：理科



【性格】
・慎重型
・論理的に考える

出典：三宮電機システム株式会社「2021.10.27 DISC実践AI：分析力とAIの協働の創造性」(2021年10月)

© 2024 都築電気株式会社

解決策 どのように解決するのか MVPデモ

自分の考えを言葉で表現できるようになるために、
観察力→思考力→語彙力→要約力のトレーニングを実施

観察力

物事の共通項から本質を見抜く。

要約力

端的にまとめる。

思考力

複雑なものをシンプルにする。

語彙力

的確な言葉を選択する。

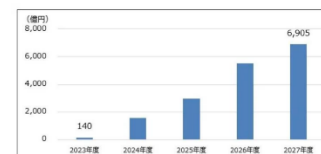
参考：GLOBES CAREER NOTE「Student's Career Note 1 高度な能力を伸ばすためのポイント」
<https://note.globes.ac.jp/careernote/1258.html>

© 2024 都築電気株式会社

市場規模と展望 (マクロ視点)

対話AIサービス市場及びEdtech市場が拡大する見込み

対話AIサービス



対話AIサービスの市場規模 (2023年度～2027年度)

2023年： 140億円
2027年： 6,905億円
2023年比 6,765億円UP

Edtech



出典：野村総合研究所のデータおよび各社公表資料を基にKPMG作成

2022年： 2,941億円
2026年： 3,210億円
2030年： 4,800億円
2022年比 1,859億円UP

17

© 2024 都築電気株式会社



Advanced最終ピッチ④



介護もキャリアも、自分らしく「Carer Career Navi」

介護とキャリアの両立に悩むビジネスケアラーを支援する事業。情報不足や孤立の悩みを抱えるビジネスケアラーに向けて、セルフマネジメントが可能なサブスク型サービスと、キャリア・介護の専門家による伴走支援サービスを提供する。具体的な収益計画と拡大戦略も含まれ、ビジネスケアラーが自分らしく介護と仕事を両立できる社会の実現を目指す。

介護もキャリアも、自分らしく
Carer Career Navi



Why Me

介護



VS

キャリア



Problem

労働人口のうち...

(2030年)

21人にひとり



Service

いつでもどこでも
介護とキャリアに関する
あなたに必要な情報やアドバイスを得られる

介護もキャリアも、自分らしく
Carer Career Navi



Service

Carer Career Navi



スマホひとつで、
介護とキャリアの両方を
諦めない選択のサポート

- ✓ 隙間時間に必要な情報を得られる
- ✓ 手軽に質問でき解決策を得られる
- ✓ 必要な人・支援と簡単に繋がる

※β版はLINEミニアプリでリリース予定

Future

社会変革へ

ビジネスケアラーが
介護と仕事を
自分らしく出来る世界

地域社会を
変える

- Carer Career Navi (行政)
- 行政施策の提言
- 啓発イベントの共同実施
- ボランティアの育成

企業を変える

- Carer Career Navi (法人)
- 人事、管理職向けセミナー/講演
- コンサルティング

個人を変える

- Carer Career Navi (個人)



Advanced最終ピッチ⑤

ぶち勉～こども先生が働く令和の寺子屋～

子供同士が問題を解き合い、教え合うことで学習意欲と自己肯定感を高める教育サービス。1問単位の簡単な問題を通じて、子供たちに小さな成功体験を提供し、教える経験を通じた説明力向上も図る。また、教えた分の報酬としてポイントを獲得する仕組みを設け、学習意欲を維持する。EdTech市場をターゲットに、サブスクリプションと従量課金のビジネスモデルを採用し、学校や家庭での利用促進を図りながら、学習を通じた自己成長を支援する。

01 事業内容

ぶち勉とは？



01 事業内容

ぶち勉の価値② お小遣いは目的だけでなく



01 事業内容

なぜ無気力・自信を失ってしまう？



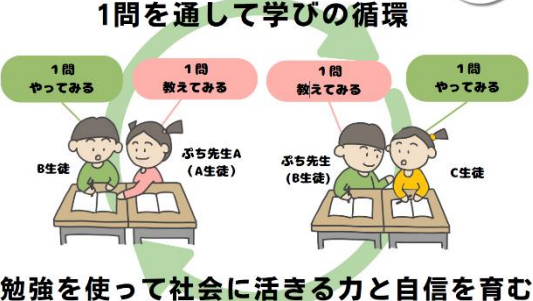
01 事業内容

利用の流れ 自分を知る



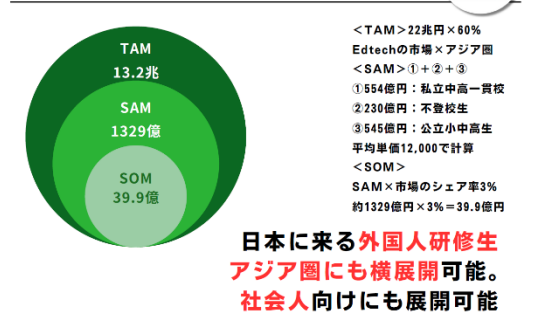
01 事業内容

勉強を題材にした社会に生きる習い事



01 事業内容

市場性・拡張性



01 事業内容

内容① 1問を中心にぶち授業



01 事業内容

これから





Advanced最終ピッチ⑥



香遥屋KOHARUYA～遥か香る山のアロマ～ 1本の精油から繋がる和と話と輪

新潟県十日町市の地域資源であるクロモジを活用した和精油ブランド。地元産のクロモジを使用した製品を、B2Cで物販するのみならず、B2Bで宿泊施設や医療機関に対して香りのブランディング支援事業を行う。国内外のアロマ市場の成長を背景に、地域産業と連携し、持続可能な収益モデルを構想している。



事業の展開計画とキーパートナー





Advanced最終ピッチ⑦

『装いの選択肢』を提供する ジェンダーニュートラルなランジェリーブランド I.genic

性別を問わず、自分らしく装う選択肢を提供することを目指すランジェリーブランド。独自のデザインと幅広いサイズ展開により、身体や個性に合った下着を提供し、コミュニティを通じて顧客に共感と帰属感を提供する。国内で迅速に商品を開発・生産できる体制が整っており、クラウドファンディングからECサイトやポップアップイベントを通じた販路拡大計画があり、1年目での収益化を見込んでいる。多様な価値観に応えるファッション業界の新しい選択肢として注目される。



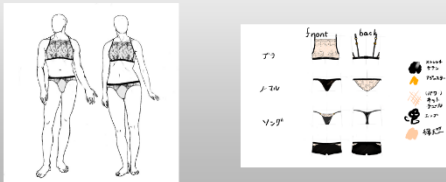
課題

1. 国内に好みのデザインが少ない
2. 身体に合うサイズが少ない
3. 海外ブランドだと、試着・交換ができない。高すぎる



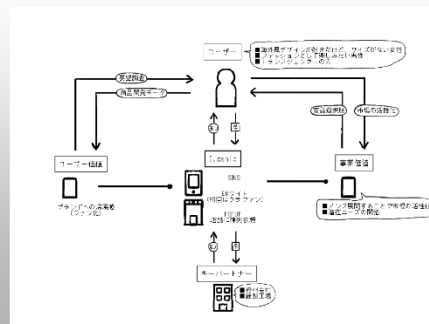
②ジェンダーニュートラルなサイズ展開の需要検証

インタビューで身体男性から「体に合った商品が欲しい」という意見



【商品 男女着用イメージ】※デザイン変更有

コミュニティ→帰属感の醸成→持続性



ビジョン

『装いの選択肢』がある社会
自分自身を大切にする

ジェンダーニュートラルな社会の実現
性別に関係なくファッションを楽しむ

多様性が認められる、生きやすい世の中へ。



Advanced最終ピッチ⑧

地域活性プラットフォーム「Lincreation」で地方×都心企業の共創サポート

地方創生人材と都市部企業を結びつけ、地方自治体と企業の連携を支援する地域活性化プラットフォーム。地方の過疎化や高齢化に伴う人材不足、限界集落の増加といった社会課題に対応するため、地方創生人材が活動できる環境を整え、企業や自治体へのフィードバックやマッチング支援を提供する。サブスクモデルにより5年間の収益化を見込む。地方活性化における人材ネットワークの構築を促進し、持続可能な地域発展のサポートを目指す。

地域活性プラットフォーム「Lincreation」で 地方×都心企業の共創サポート

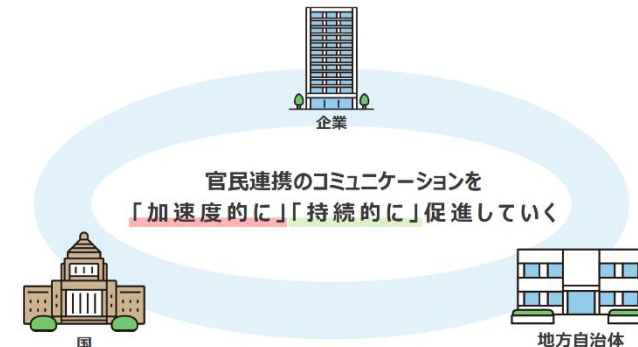
都築電気株式会社
池田 陽平



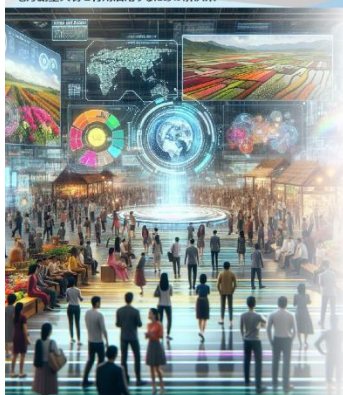
日本社会の現状

- ・全国1718市町村の内、50%以上が過疎地域
- ・超高齢化社会＝限界集落数の増加生産年齢人口の圧倒的不足
- ・2040年に日本は1100万人の労働供給が不足

企業と国、地方自治体との連携の必要性



地方創生人材を有効活用するための解決策



Lincreation

※兼く「Link」+創生「Creation」

①通常会員サービス

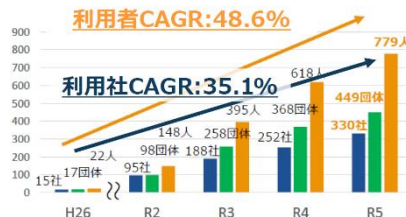
- ・活動活性データベース
- ・制度活用支援
- ・よろず相談窓口
- ・チャットをベースとしたコミュニケーション環境の提供

②プレミアム会員サービス

- ・地方創生人材活用支援サービス
 - 地方創生人材への活動状況のヒアリングとフィードバック、活動実績の可視化(レポート化)
 - 派遣元企業へのフィードバック
- ・レポート情報を格納、公開
- ・オンラインサロン
- ・任期満了を控えた起業家の後継キャリア支援
- ・自治体と企業のマッチングサービス (スポット料金)
- 派遣先自治体側要件定義代行サービス

トラクション 地域活性化起業人制度活用状況

「地域活性化起業人」制度の活用推移とトラクション



R6から副業型でも派遣開始。
R10には5000人、1000社を超える可能性も。

4件

地方創生人材を支援するプラットフォーム、サービスに価値があるという声をいただいた。

- ①(元、地域活性化起業人)
地域活性化起業人としての連携は薄く、コミュニケーションが取れるようになる新しいプラットフォームは非常に価値がある。
- ②(現、地域活性化起業人)
所属企業からのレポートは少なく、自力で活路を見出して、情報も分散しており、リアルタイム性が無く、あったらいい。
- ③(地域活性化起業人派遣部署管理者)
起業家のサポートには限界がある。もう少しサポートをしたいVP/POに余裕がない。

事業の展開計画

- ・地方自治体と企業のマッチングサービスリリース
- ・プラットフォーム内での生成AI活用

- ・オンラインサロンの開催
- ・地方自治体、地方企業、NPO法人へのアプローチ

- ・地域活性プラットフォームの構築
 - 地方創生人材活動のためのデータ収集と整理
- ・地方創生人材活用支援サービスの開始
- ・企業側と地方創生人材、双方へのアプローチ



フィードバックアンケート結果



Advanced最終ピッチのフィードバックアンケートサマリ

回答者属性	回答数
理事・監事・アドバイザー	7名
SSDC法人正会員企業/ SSDC事務局	8名
SSDC法人準会員/個人会員	4名
自治体	1名
その他SSDC関係者	1名
計	20名

項目概要

- **最終ピッチの評価（5段階評価）**
 - 【評価①】 事業化意欲と意義
 - 【評価②】 課題の明確性
 - 【評価③】 ソリューションの有用性と実現可能性
 - 【評価④】 市場性と成長可能性
 - 【評価⑤】 事業の実現可能性
- **最終ピッチに対するフィードバック（記述）**
 - 事業アイデアの良かった点、期待する点、課題や改善点など
 - 事業アイデアを応援したいと思うか
 - 事業アイデアに投資したいか（投資する場合いくら）
 - 事業立ち上げに向けたアドバイス
 - 事業立ち上げに向けて支援できること



評価アンケート項目について

5つの評価軸でピッチを評価します。

25点満点

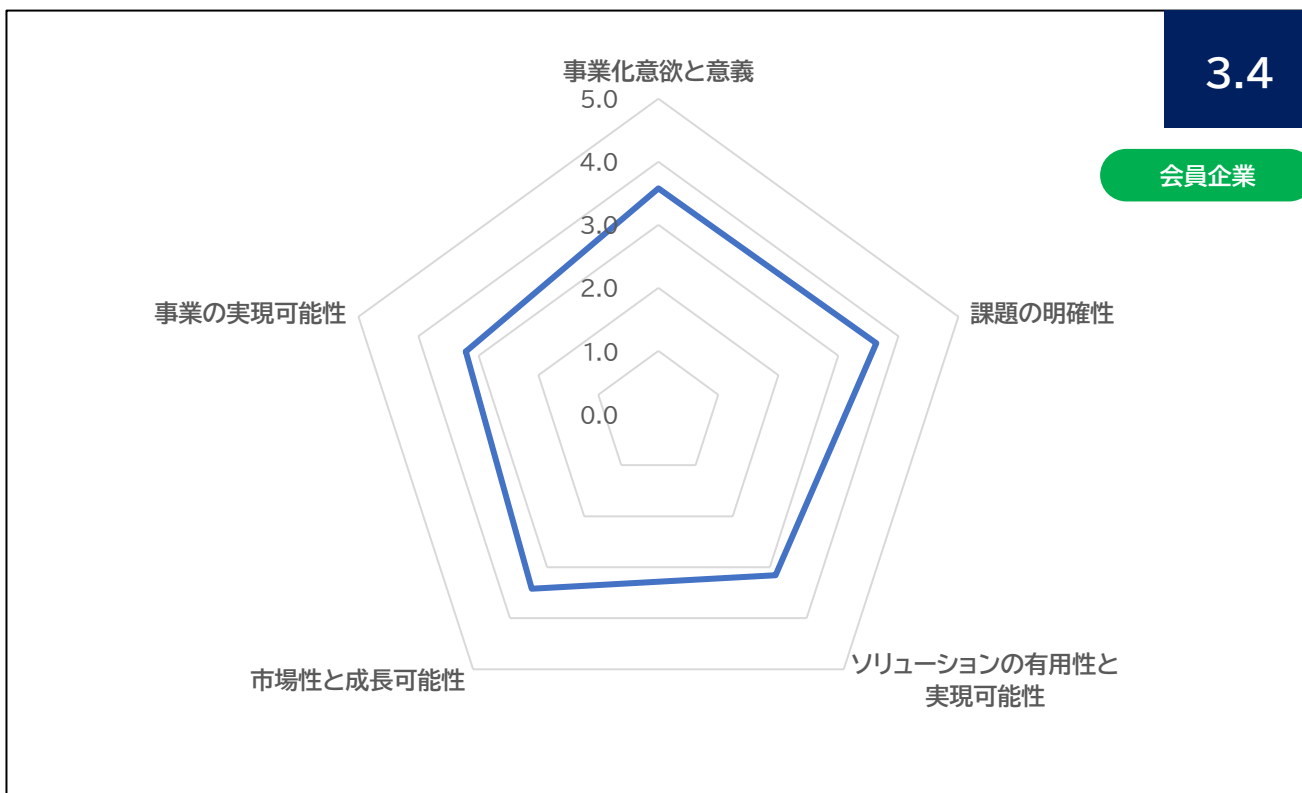
評価軸	評価観点	評価点
1. 事業化意欲と意義	- 事業の実現に対する情熱、本気度を十分に感じられたか - なぜやりたいか、その意義や活かせる強み、ビジョンが伝わってきた - 課題の解決による社会的、経済的なインパクトが明確だった	1～5
2. 課題の明確性	- どのような人が想定顧客（ペルソナ）なのか明確だった - 課題を深く理解し、定義が具体的かつ明確だった - 課題の重要性や緊急性を提示できていた	1～5
3. ソリューションの 有用性と実現可能性	- ソリューションがどのように顧客の課題を解決するのか明確だった - ソリューションには、独自性や新規性、テクノロジーの活用可能性があった - ソリューションには、実現性（の見込）があった	1～5
4. 市場性と成長可能性	- ターゲット市場の特性や規模を的確に捉えていた - 市場の成長見込みと将来展望が明確だった - 既存解決策との違いや競合との差別化要因が明確だった	1～5
5. 事業の実現可能性	- ビジネスモデルが具体的かつ論理的に検討されていた - 実際にお金を払ってくれる初期顧客の存在、トラクションが示されていた - 収益化の見込みが明確で、持続的に事業が成り立つイメージが持てた	1～5



Advanced最終ピッチ 各アイデアへのフィードバック

住まいの未来相談窓口-今ある家に新たな役割・価値を

事業アイデアに対する5段階評価



事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

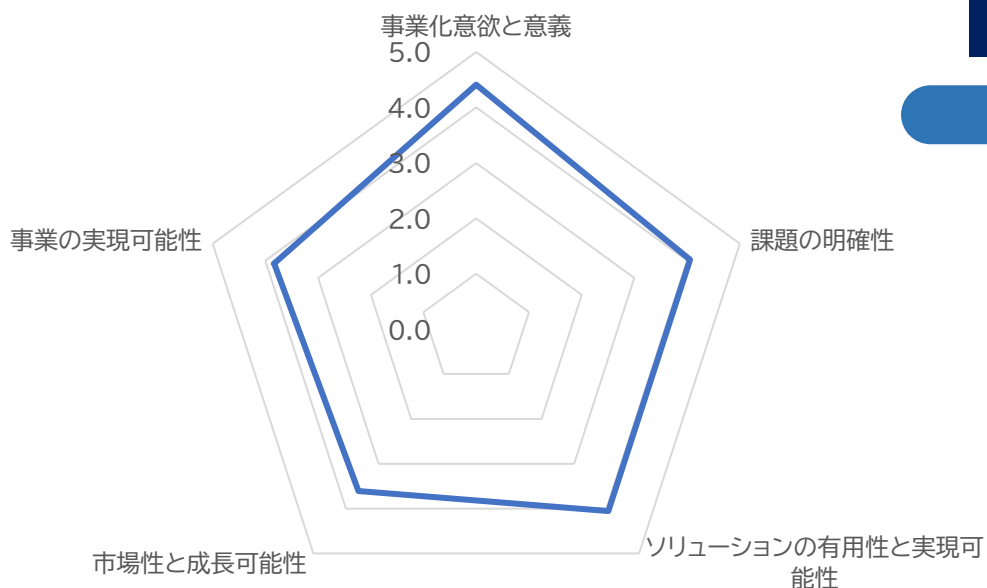
- **課題・問題点**
ビジネスモデルにユニークさが感じられず、AIチャットボットとの違いが不明確。地域ごとの個別性や課題解決の成功事例も不足。効果検証指標や対話の知識情報の取得方法が明確でなく、空き家問題への具体的アプローチが必要。
- **プロモーション・ターゲット**
自治体や移住者への具体的なプロモーション方法が不明確で、事業成功後にどのように地域が変化するかイメージが欠けている。狙っているポジションが競合なしの理由も不明。
- **サービスの差別化**
自治体向けのアイデアは良いが、競合サービスとの差別化や優位性が不明確。空き家問題の解決策が具体的に示されておらず、地域特有のニーズに対応できる方法が求められている。
- **その他**
アバターの導入に関しては不要との意見があり、Masterフェーズでやりたいことが不明確。ビジネスモデルに関してはアドバイスフィー以外の新たな収益モデルを検討が必要。



Advanced最終ピッチ 各アイデアへのフィードバック

都市部⇄相模原 ベジぶしでつなぐ、こだわり農家と愛犬家の強いつながり

事業アイデアに対する5段階評価



4.0

地域

事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● 課題・問題点

商品価値が不明確で、ペットフードとしてのターゲット層や健康のエビデンスが不足。品質の安定性や価格設定、ビジネスフローも明確でなく、Masterフェーズで何を行いたいが不明。ペットフード安全法にも対応が必要。

● サステナビリティと展開

サステナブル視点での可能性は高く、地域ごとの特産品を活かした全国展開を視野に入れると面白い。事業の拡大に向けては販路やネットワーク、マネジメント支援が課題となり、プレゼンターが魅力的に見えるようなアプローチが必要。

● アイデアと競合

マッチングアイデアは魅力的で、売れる予感がある。しかし、圧倒的な差別化と販路確保が必要で、趣味と利益を分けて考えることが大切。競合の出現に備え、スピードとスケールアップが重要です。

● 実現可能性と戦略

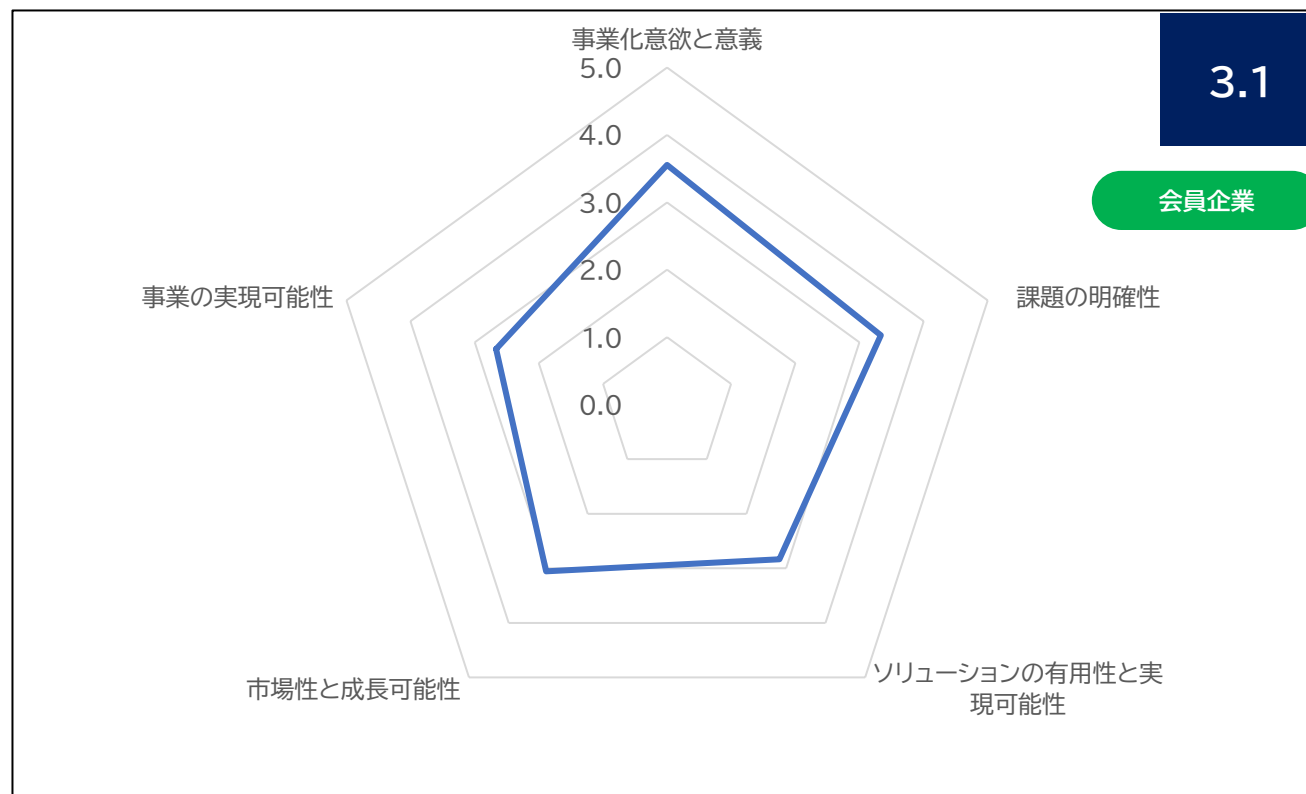
事業の実現性は高く、課題を抱える対象地域が明確で、黒田さんのファンも多くいる。Visibility向上のための戦略と、競合対策として製造プロセスの独自性を確保することが必要。



Advanced最終ピッチ 各アイデアへのフィードバック

言語化能力育成サービス コトバカ！

事業アイデアに対する5段階評価



事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● 目標・目的の不明確さ

「グループワーク」と「探究学習」の違いが不明確で、シミュレーションモデルや思考支援ツールの目的が曖昧。コミュニケーション支援ツールとしての機能も不明確で、伴走システムとの関連が異なると感じられる。

● ロジックとビジョンの不明瞭さ

想いや目の付け所は良いものの、ロジックや仕組みが不明確で、ビジョンも何を実現したいのかが不明。教育関連事業ではスケールの難しさやマネタイズの方法が重要な課題。

● 競争とサービス提供の疑問

「コトバカ」の目指すべき方向性（語彙力、ディベート力、コミュニケーション力）が不明確。サービス利用を通じた具体的な変化や対話AI依存が教師の能力低下を引き起こさないかが懸念される。

● 競合と課題

AIによる授業提供が競合との差別化を生むか疑問があり、例えばDMMとの競争に勝てる方法が不明。教師と生徒の関係や親と教師のコミュニケーション質の低下をどう防ぐかが問題として挙げられる。

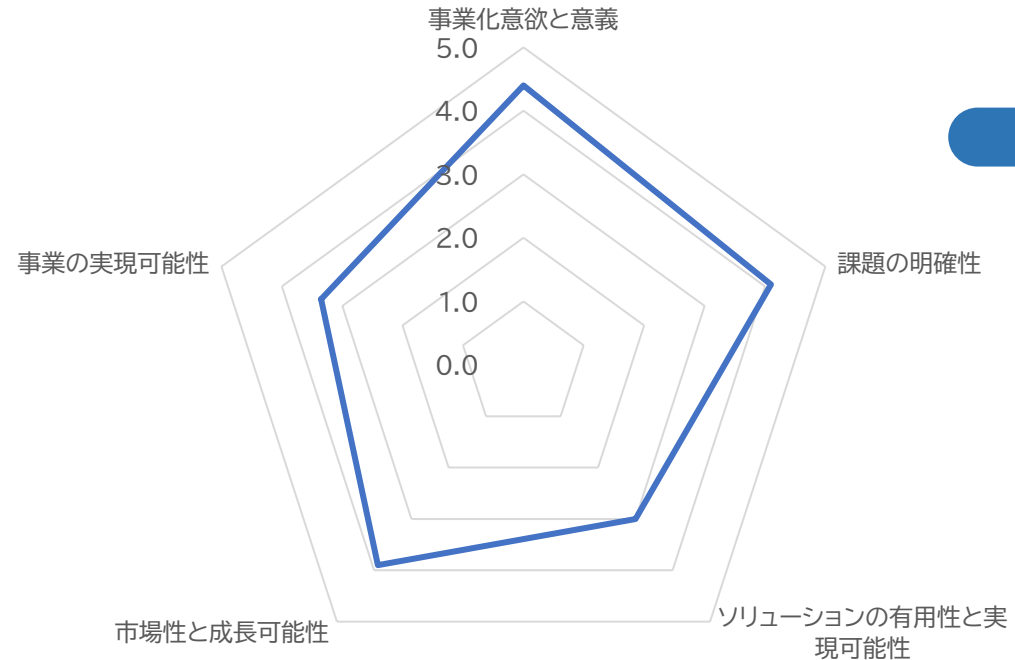


Advanced最終ピッチ 各アイデアへのフィードバック

介護もキャリアも、自分らしく「Carer Career Navi」



事業アイデアに対する5段階評価



3.8

地域

事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● 顧客層とニーズの不明確さ

利用者のペルソナモデルが未定で、ビジネスケアラーに必要なサポートの深堀が不足している。顧客層の規模やコアとなる知識部分が限られており、専門性が適切かの判断が難しい。

● ビジネスの立ち上げとターゲティング

企業側へのプロモーションが早期立ち上げに有効だと思われる。介護プランに関してはケアマネジャーとの連動が重要。また、ターゲティングの幅広さにより価値のバラつきや個別対応の工夫が求められる。

● サービスの実現性と魅力

実際に生活がどう変わるか、参画者のメリットが明確でない点が課題。しかし、サービスのアイデアやプレゼンテーションは評価され、コンテンツ更新やAIチャットボットの精度向上が課題。

● ビジネスモデルと収益

収益の面では、誰が料金を支払うのかが不明確で、課金制ではなく買い切り型の方が利用者にとって負担が少ない可能性あり。法人向けの社内制度提案やサービスの提供も面白い。

● サービス提供の強化

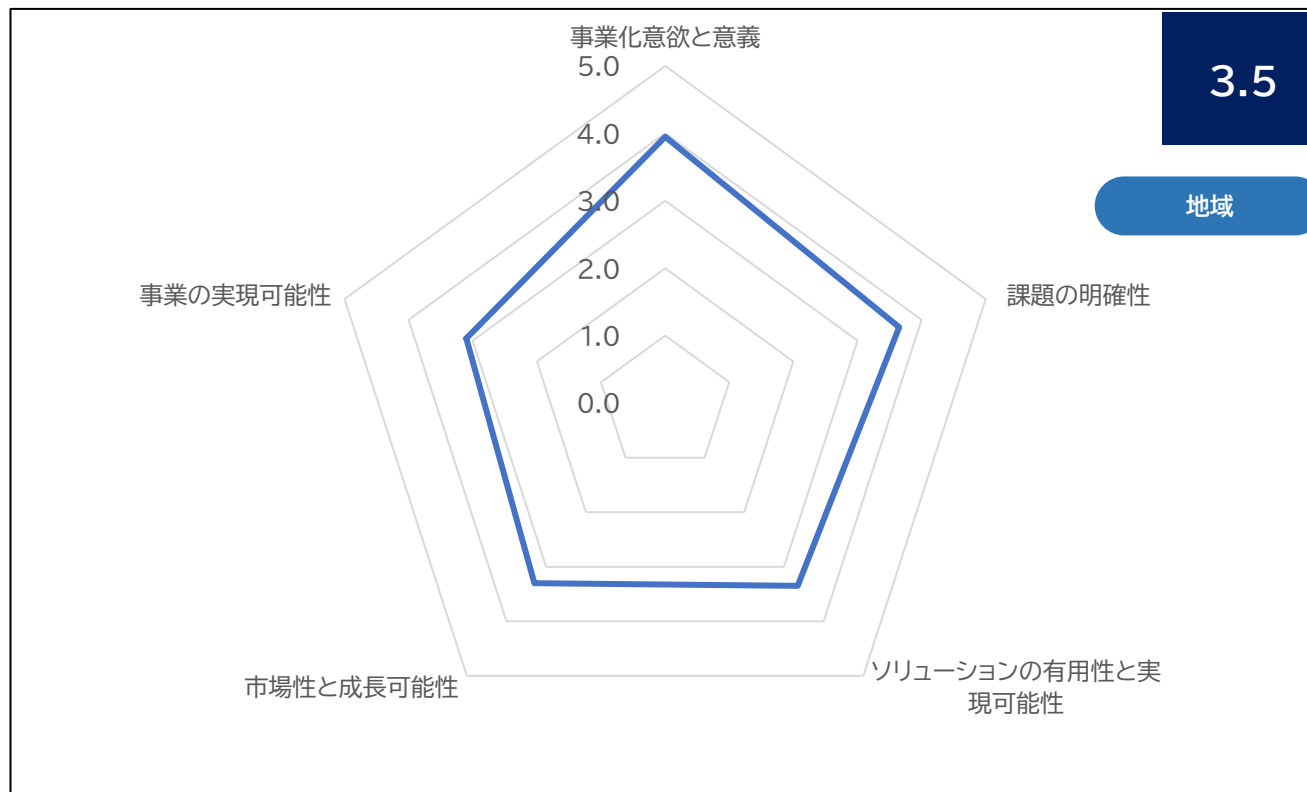
サービスや知見の強化には、少数の専門家に依存せず、支援を実際のサービスと組み合わせていくことが重要。アドバイスから送客までのサポートの一貫性が必要。



Advanced最終ピッチ 各アイデアへのフィードバック

ぱち勉～こども先生が働く令和の寺子屋～

事業アイデアに対する5段階評価



事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● 教える側と学ぶ側の関係

教えることは知識だけではなく、教える楽しさが重要ではないか。また、勉強できない子が教えることは難しいのではないか。

● ビジネスモデルとターゲット

ビジネスがグレーゾーンに見えるため、設計の明確化が必要。ターゲットとして不登校の生徒は一つの選択肢ですが、他にも広げられる可能性がある。ビジネスモデルとして受け入れられるかは、教わる側のメリット訴求が鍵。

● 内発的動機とゲーム化

内発的動機がトリガーとなる点において、楽しさを追求しつつ、なぜゲーム化しないのか疑問。教育を受けた人のキャリアやライフスタイルがどのように変わるかを明確にし、そのビジョンを提供することが必要。

● 学ぶ側と子ども同士の関係

学ぶ側にとって相手が子どもであることは重要でなく、学びの品質や子ども同士の対話が重要。また、子どもが教える際の報酬が過度にならないよう注意が必要。親が満足するような仕組みを提供することが鍵。

● 金銭的インセンティブと社会問題

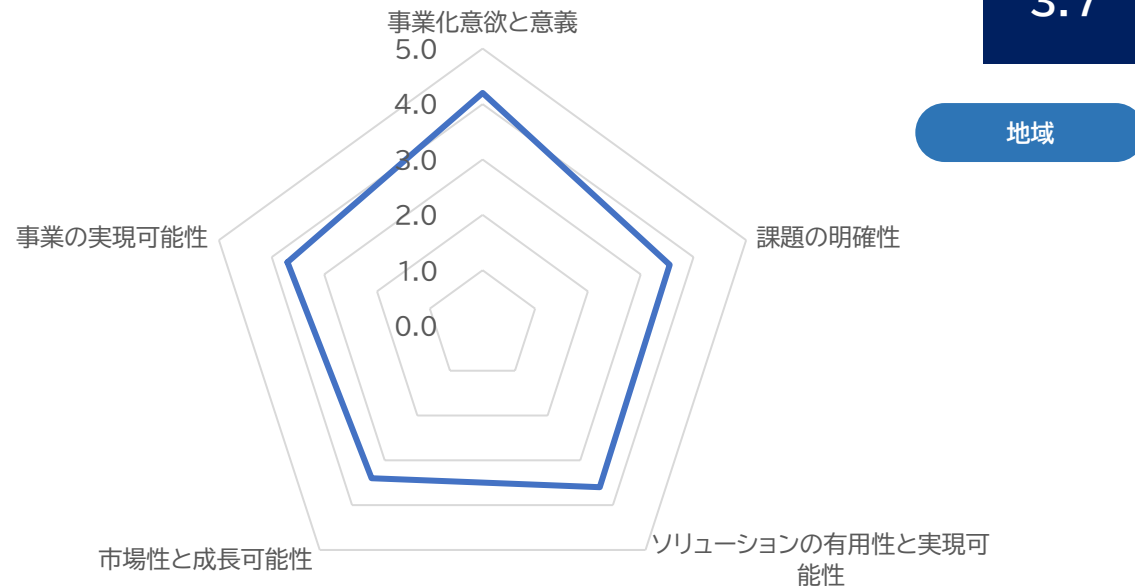
子どもに金銭的インセンティブを与えることには違和感があり、労働問題に発展する可能性もある。ビジネスとして成功するためには、子どもが教える楽しさを提供し、その過程で親が喜んで支払う仕組みを作ることが重要。



Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

香遥屋KOHARUYA～遥か香る山のアロマ～ 1本の精油から繋がる和と話と輪

事業アイデアに対する5段階評価



事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● ビジネス仮説と差別化

商品の差別化を図るために、具体的なビジネス的アドバイスを得たいのかの仮説を明確にすることが必要。地域の香りを利用することで、どのように他の商品と差別化し、価値を感じてもらえるのか、具体的なアプローチを示すことが重要。

● ローカルニッチ市場の価値提案

地元原材料を活用する地産地消のアプローチにおいて、十日町を訪れたことがない人々にどのように価値を感じてもらうかが課題。地元の香りや思いをどのように他地域にブリッジするかが重要。

● スケールと地域展開

香りのコンサルを提供することで、スケールの可能性が高くなりますが、まずは十日町以外の地域にどのように拡大できるかを考えるべき。また、競合との差別化や市場性も明確にするべき。

● 地元ブランディングと競合

十日町のクロモジを使用した商品は、地域に根差した良いアイデアですが、競合が多いため、地域特産品としてのブランディングを強化し、差別化要因を詰めることが重要。全国展開よりも地域内での発展に焦点を当てる方が良い。

● 原材料とサービス展開

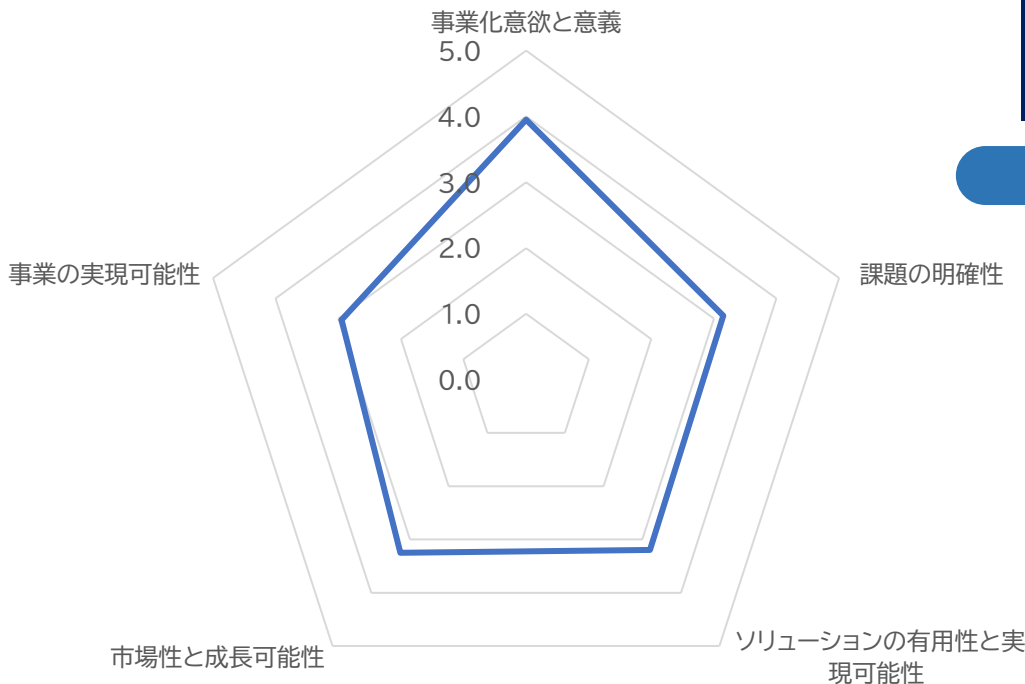
地域特産物を活用し、香りと記憶を結びつけるアプローチは強み。旅行先の施設などで、香りを使った差別化要因を作ること、競争優位性を確保できる。各地域での生き方や働き方を提案するアプローチに進化させるとよい。



Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

『装いの選択肢』を提供する ジェンダーニュートラルなランジェリーブランド I.genic

事業アイデアに対する5段階評価



3.3

地域

事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● 市場調査とターゲット理解

市場調査の深堀が必要。特に、身体男性というニッチなターゲットに対して、ニーズや市場性をさらに明確にすることが求められる。フィッティングや購入のハードルを減らす方法、試着不要で身体に合うかどうかを予測できるアプローチが重要。

● 顧客発掘とプロモーション

マイノリティ向けの商品であるため、プロモーションや顧客発掘が事業成功のカギとなる。また、生産能力の確保が重要であり、その部分についての明確な戦略が必要。

● ブランド立ち上げの目的

ブランドを立ち上げる意義が不明確。商品やサービスのターゲットと解決策が明確に繋がっていないため、ビジネスの必要性和ターゲット顧客が欲しがっている価値を再評価する必要あり。

● 商品開発とファンマーケティング

型紙やレシピの作成方法が不明確ですが、レシピを公開してファンマーケティングを行う可能性あり。ブランドを作る意図とファンを育てる理由がもう少し明確になると、戦略が理解しやすくなる。

● 市場性とニッチ戦略

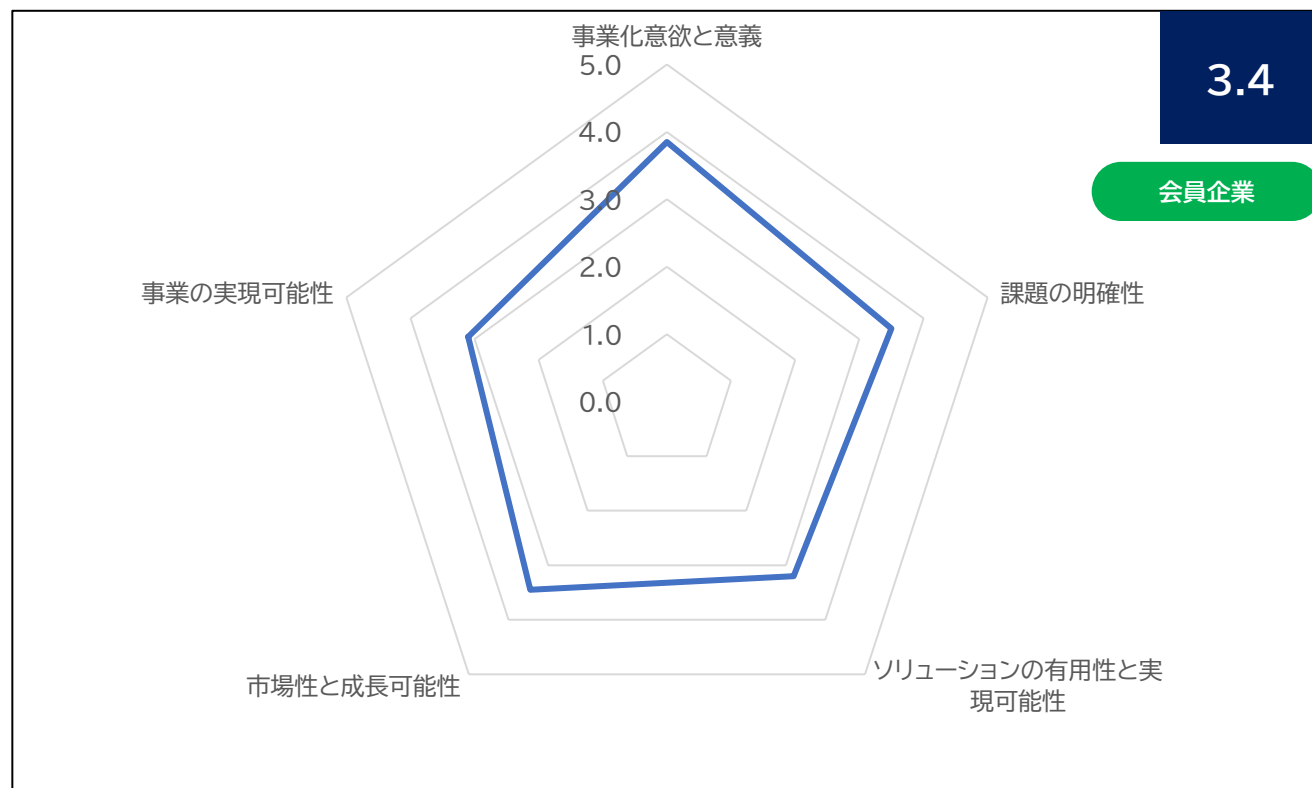
身体男性向けのニッチな市場には一定の需要がある可能性がありますが、ジェンダーやニーズに関する市場分析が不足している。特に、国内外でのジェンダーに関連する文脈を踏まえた市場展開を考えるべき。



Advanced最終報告会 各チームへのフィードバック

地域活性プラットフォーム「Lincreation」で地方×都心企業の共創サポート

事業アイデアに対する5段階評価



事業アイデアに対するフィードバック（サマリ）

● ビジネスモデルの具体化

ビジネスモデルに関しては、より具体的なブラッシュアップが必要。特に、地方創生を目指すプラットフォームがどのように収益化されるのか、また、地方の企業や自治体との信頼関係をどのように築いていくかについて、明確な戦略が必要。地元企業とのパートナーシップ構築についても具体的なプランを示す必要。

● フリーランス向けサービスの検討

企業に出向く形だけでなく、フリーランス向けのサービスも考慮すべき。多様な働き方を取り入れることで、より幅広いニーズに対応できる可能性がある。

● 企業と地域創生のニーズのマッチング

地域創生におけるニーズの特定とそれに応えるためのリソースが不明確な部分があり。特に、なぜ人々が都市部にいるのか、地域創生人材に対するキャリアや評価の影響についても再評価が必要。

● プラットフォームとマーケティング

プラットフォームがどのように機能するのか、また、実際に利用したい顧客層がどれだけ存在するのかを把握するために、事前のマーケティングとリサーチが重要。地域創生における課題感は感じられますが、具体的なマネタイズ戦略が次のステップとして必要。

● ノウハウの蓄積と運営体制

サービスの核となる要素（人材かノウハウか）を明確にすることが必要。また、ノウハウの蓄積をどのように行うか、運営母体としての適切な形態（都築電機のままが良いのか、社団化した方がよいのか）について検討が必要。

● 既存の課題との違い

地方創生に関連する既存の取り組み（例えば、まち・人・仕事づくり）の課題をどのように克服するのかが不明確。過去にうまくいかなかった点を踏まえて、新しいアプローチの差別化ポイントを明確にする必要がある。



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
法人正会員	7名
地域	13名
計	20名

A) 当初受講者数：20

B) 修了アンケート回答数：18

(回答率： $B \div A = 90\%$)

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
 - バーチャルチームへの貢献実感・バーチャルチームへの効果実感・ボトルネックポイント・稼働時間
 - テーマ設定要因・テーマ変更有無／理由
 - Day0～Day8の開催形態への評価
 - SSDCのオリジナルコンテンツへの評価（テキストなど）
 - 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



属性自己診断

回答者の約7割は、自分または社内で事業を立ち上げたい起業・事業化候補者層

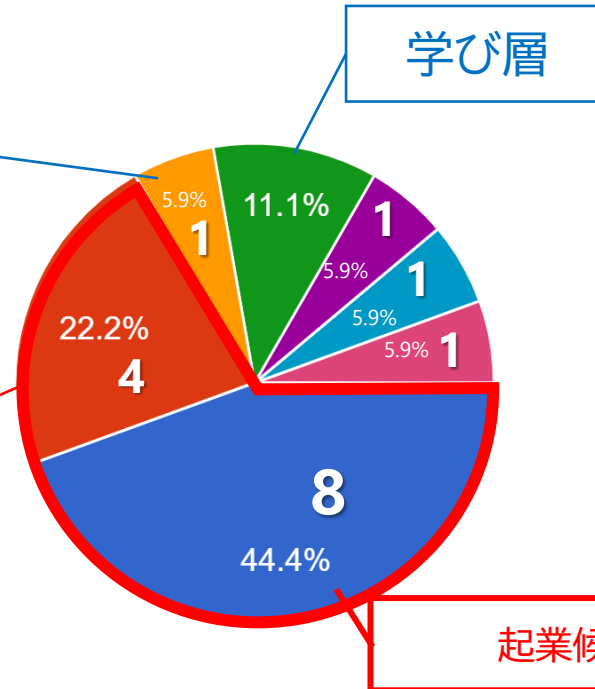
ご自身の属性

18 件の回答

伴走者層

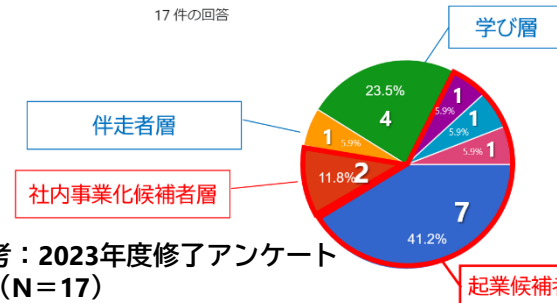
学び層

社内事業化候補者層



- 個人として実際に事業を立ち上げたい
- 企業内で実際に事業を立ち上げたい
- 事業を立ち上げる人を支援したい
- 将来のためにさらに学びを深めたい
- 個人としてライフワークとして生涯続けていきたい
- 自社のアセットを活用した社内起業と個人的な関心に基づく事業の立ち上...
- 企業内で実際に事業を立ち上げる事は当初から考えていたが、事業を立ち...

ご自身の属性
17 件の回答



参考：2023年度修了アンケート
(N=17)

- 個人として実際に事業を立ち上げたい
- 企業内で実際に事業を立ち上げたい
- 事業を立ち上げる人を支援したい
- 将来のためにさらに学びを深めたい
- 私は、利他的精神が強いほうであるため、自分もがんばりますが、自分が描...
- 企業内での事業立ち上げを主とし、サブで個人でスモールに個人事業をスター...
- 個人的にも事業を始めますが、地域団体として事業を立ち上げたい



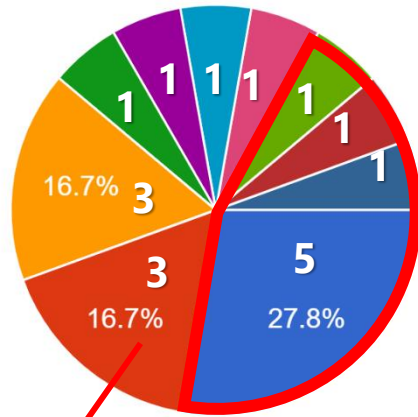
事業化意欲

今後、事業化を具体的に進めたい受講者は5割弱となり、昨年度に比べて増加

自らの活動がMasterに選ばれた場合、事業化に進みたい候補者層

今後の活動意思の確認

18 件の回答

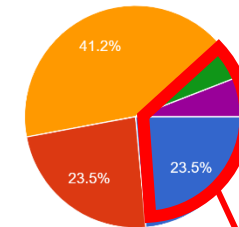


自らのテーマの
起業・事業化
候補者層（約45%）

- ぜひMasterで事業化検証を行いたい
- 仕事や学業との兼ね合いで検討したい
- 今回はここまででよい
- アルumniでゆるくつながって応援し...
- 事業アイデアの方向転換を含めて、検...
- Masterで検証をしたいという気持ち...
- 社内で事業化にむけた検討が行われる...
- 会社としてMasterには進みませんが、

今後の活動意思の確認（自チーム or 自分の事業アイデアの活動）
17 件の回答

▲ 1/2 ▼



- ぜひチームメンバーとして、または自分自身で事業化を目指したい
- 仕事や学業との兼ね合いで検討したい
- 今回はここまででよい
- 自分自身で事業化するという信念はありますが、SSDCという環境下でやるかどうか（自分の中で心地よいコミュニテ...
- はい、ぜひ自らの事業アイデアで、事業をマネタイズまで持っていき、社会を変えたい。

自らのテーマの
起業・事業化
候補者層（約35%）

参考：2023年度修了アンケート
(N=17)



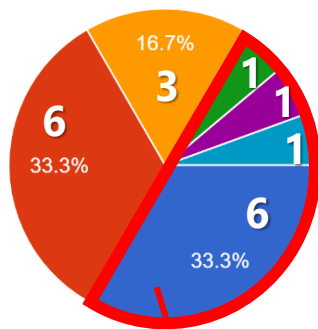
コラボレーション意思

今後、他の受講者とコラボレーションして事業を推進をしたい受講者は約半数。
共創意欲が全体的に増加

他の方とのコラボレーションによる事業化の推進

今後の活動意思の確認（他との事業アイデアの活動）

18件の回答

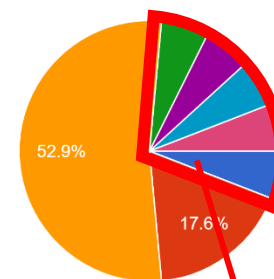


- ぜひコラボレーションして事業化を目指したい
- 仕事や学業との兼ね合いで検討したい
- 今回はここまででよい
- みなさんに一度Onakama対話食堂に参加してもらってフィードバックをいただきたいです。
- どの事業アイデアも素敵で手伝える事があるなら手伝わせて貰いたい気持...
- SSDC同期のテーマではない

他の人への協力や自身の事業アイデア実現に向けた協業を希望したいと回答

今後の活動意思の確認（他チーム or 他との事業アイデアの活動）

17件の回答



- ぜひコラボレーションして事業化を目指したい
- 仕事や学業との兼ね合いで検討したい
- 今回はここまででよい
- 会社内でのコラボレーションということであればやってみたいです。
- SSDCの他のプログラムとしてはありませんでしたが、有識者や顧客ターゲット...
- 自チームを優先し協業があれば協力する
- 私個人の知識で良ければいつでも提供...

他の方とコラボレーションしたい方は5名（約3割）
うち4名の方は自ら事業化したいと回答

参考：2023年度修了アンケート
(N=17)



今後挑戦していきたいこと

社内実践

- 社内の新規サービスの検討を挑戦していきたい
- 社内企画案件やノウハウの展開など、自分が学んだスキルを最大限に活用していきたい。

スモールスタート

- ライフワークとして活動が続ける中で同じ方向を向く方々とコラボしてより人とのつながりの中で自分の事業アイデアの可能性を探っていききたいです。
- 個人としては、子供たちの学習機会を支援する取組みをボランティアなど形態は問わず、取り組んでみたいと思います。
- 自分が考えたアイデアは**まずは小さくとも初めて**、この1から考えていく行為を、繰り返し行うことを企業の中に持ち帰り、一つの流れをなんとかしても作りたい。
- **検証を進めながら考えきれていない部分を考えていきたい。**

共創

- ファシリテーター養成・企業でのグループセッションを広める。
- 周囲に共感いただき**仲間を増やしていく**ようなプレゼン（ピッチ）の実践
- 事業戦略を描いた上で、どのような人たちの助けが必要か想像し、支援を要請し巻き込んで行けるよう、自分のマインドセットを変更することに挑戦していきたい。

地域実践

- まずは地方の仕事に携わり、**地方の本質を理解するところから**挑戦したい。
- 自分の住む長崎県で**今やりたいと思っている事業をローンチ**する。

起業

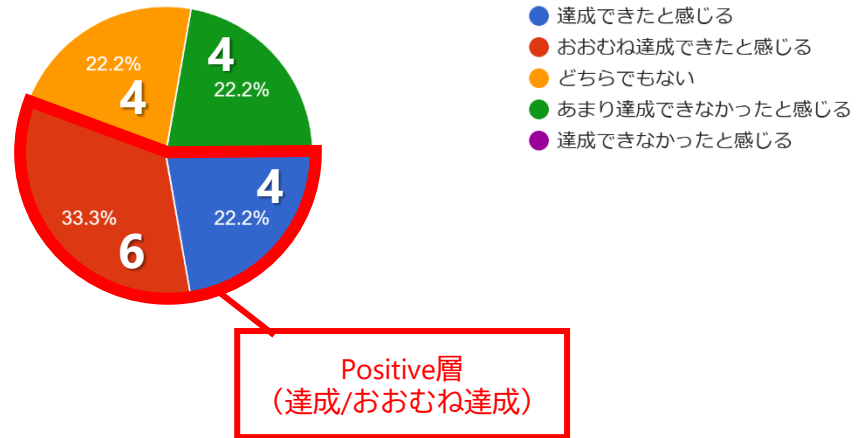
- 今後のキャリアとしては、社会課題解決と事業収益化の両立を実現できるよう**新規事業の検討**を継続したいと思います。
- 事業化をしていき、**2025年度中には法人化を目指したい**です。
- 知見を深めるためにも社外のコミュニケーションは重要なものとの認識があるので、そういった取り組みをしていければなあ、とは思ってはいます。
- 自身の事業を進めていく
- ライフワークではなくライフワークとして携わっていきたい



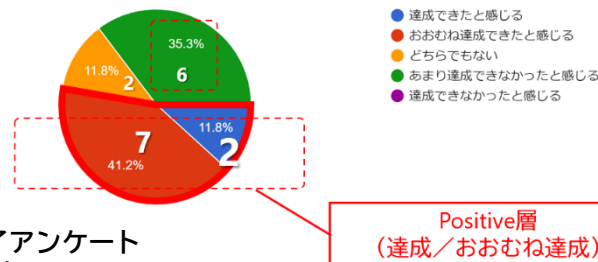
プログラムの目的達成度

過半数が「概ね達成」と回答。受講者各自で目的意識を持って参加していた

プログラムの目的達成度合い
18 件の回答



プログラムの目的達成度合い
17 件の回答



参考：2023年度修了アンケート
(N=17)

【Positive(達成できた／おおむね達成できた)】

- 事業化の考え方、イメージをもつことが目的でしたが、それを達成することができ、自分の事業アイデアに対して新たな視点や気づきがたくさん得られた。
- 目的は2つ。1つ目は新たな分野への挑戦による自分自身の成長および経験値の蓄積。こちらは満足いく成果を得られました。もう1つはチームへの貢献を通じ結束力を高め、チーム全員の成果を最大化させること。こちらはメンバー1人があまりコミットできずプレゼンに至れませんでした。
- 実際に取り組んでみると自社ビジネスと事業創造とのギャップに苦労することもありましたが、取り入れられることも有り、今まで知ることのなかった価値観を得ることが出来た。
- プログラム当初はまだ形すら見えていなかった事業アイデアが、インタビューや検証、フィードバックを通して、何度もブラッシュアップを行い、形を作ることができた。
- リリースまで届かなかったが、事業アイディアは想像以上にブラッシュアップでき、事業を進める覚悟と自信がついた。
- 会社の取り組みとしての参加の面で言えば、「やりきる」という目的の元で休まずに参加し、最後の学び発表までやり遂げられた。
- 社内で事業創造を行う際のフレームワークや、インタビューなど業務にも活用できそうな知識を習得することができた。

【Neutral(どちらでもない)】

- 実際の顧客やニーズが存在するのかを、根拠にできるくらいの数を集めたかったが上手く出来なかった。
- 方法も見いだせたと思うのでそこはある程度達成できたと感じるが、一方でビジネスの要素をはめ込むことはまだまだ達成できてないと感じた。
- ある程度考え方や整理について学べたが、それを表現、人にわかりやすく伝える部分に関してはまだまだだと感じた。

【Negative(あまり達成できなかった)】

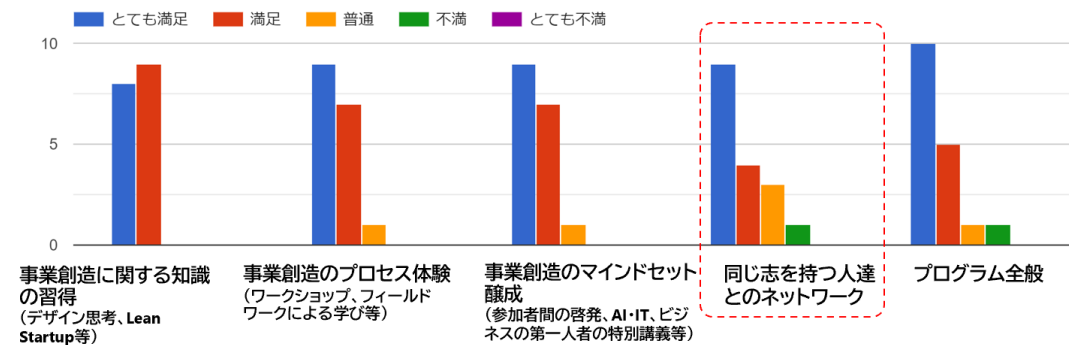
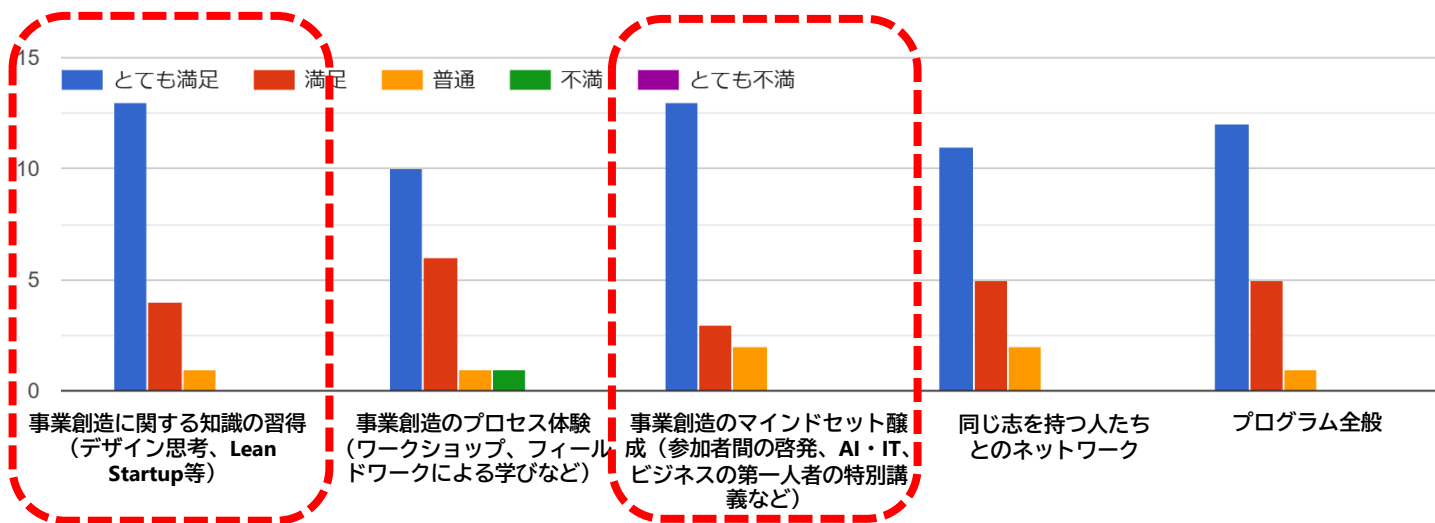
- 事業化に向けて時間の投資をすることができなかった
- アドバンスでの活動の仕方があいまいになってしまった



プログラムの満足度

全体的に高い満足度。特に、知識取得/マインドセット醸成についての満足度が向上

プログラムの満足度



参考：2023年度修了アンケート
(N=17)



プログラムの価値



1. 事業コンセプトづくり

- 事業をデザイン（あるべき姿を想像）し、不足する箇所を集めていく視点に気づかせてもらえる
- 自走力が身についた
- 0→1 事業創出のプロセス実践



2. 「再現性のある方法論」習得

- 新規事業創出のメソッド習得



3. 「徹底的に寄り添う」伴走支援

- 同業他社の方と役割や立場を越えて、サポートいただけたことがとても有益
- SSDCのかたや運営メンバーのかたが貴重な時間を使って、自分事として伴走して下さったこと



4. 「テクノロジー・経営の専門家」アドバイス

- 個人事業主の方や理事の方など、現業の中ではなかなか接点を持ちにくい方とお話しできたこと
- 様々な方面での有識者とのネットワーク
- （ソーシャル）アントレプレナーとのコネクション構築



5. 「繋がり続ける」コミュニティ

- 一人では進めない領域まで踏み込んでやりたいことをカタチにしていけること、人と人のつながりがつくる豊かな世界、前向きな風土
- 同じように事業開発を考える仲間がおり、お互いに尊重しながら意見交換ができたこと
- 人と人が繋がり、多様な意見や知識を得られること
- 人との繋がりを通して、自分一人では思いもつかなかった視点や価値観、フィードバックを頂けることによって自己成長に繋がられた
- 自分になかったマインドができるのも、他の人が一緒に参加するこのプログラムならではの価値だ
- 客観的視点によるフィードバック
- 他地域・多世代からの刺激やフィードバック
- 「事業について自分の考えていることを話す」が日常化するので、それが相手にどう伝わっているのかを確認できたり、他の人から鋭い意見を貰ったりする機会が増えた



印象に残った内容

実践からの学び

- 検証やインタビューを通して**仮説検証するプロセスは体系的に学ぶことが出来て**感覚的だったものが、**腹落ちした**。
- 1on1代行の有効性を検証するために**実際に実践を行い身をもって体感できた**こと。
- CPF、PSFインタビューで自分自身のアイデアをぶつけブラッシュアップをしていく過程が最も良い経験だった。

壁打ち

- **第三者的な観点で色々な方から率直なご意見をいただけたことがとても貴重な経験でした**。
- 一緒に学ぶというより、事業アイデアに関しまして、とにかく人に伝えられる形を準備して、毎度それを壁打ちする形がとてもよかった。
- 自身の事業内容に対して、**チームからのフィードバックで得た何が自分をここまで駆り立てているのかに気付けた瞬間**。

ピッチ

- 自分のピッチがどう受け取られたのか分かりやすかったです。
- 今まで自分が行ってきたセミナーやプレゼンとは**全く違う視点で考えたことと、他の方のピッチすべてから学びがあった**。

ゲスト講義／多様な視点

- 最終ピッチ選考会で、自分の構想や想いが届けられた感触が得られ、**一般的にも受け入れられるのかもしれないと感触を得られる経験できた**。
- 印象に残ったのは、中間プレゼン後の北村さんの宣言で、SSDCカリキュラムへの**参加姿勢を宣言により明確化していただけたこと**。
- 特別講義においては、事業創造云々に関わらず**新しく知見を広げることができ**、有意義な時間であったと感じています。
- 注目される前から研究している人がいて、実際に**今最前線で活躍されていることにとっても憧れをもったし、自分の学びのいい指標になったから**。
- 思いは大事だが、それを**持続可能なカタチにしていくことの必要性**を繰り返し伝えていただいたこと。



Day1（リアル開催）について

良かった点

- 最初に対面でスタートできたことはすごく良かったです。距離感を縮めてからプログラムに入ることができたように思います。
- 一番最初にリアルに開催したからこそ、バーチャルチームでも仲良くなれたと思います。
- Day1はチームメンバーとの関係性構築のためにリアル実施が良いので継続すべきであると感じた。
- Day1で実際に会えていたことで、回を重ねるごとにその後の団結力がより一層深まった
- フルオンラインだと受講者間の結びつきが薄くなってしまうため、一度リアル開催を開催いただいたのは良かったと思っています。

改善点

- お互いのことを知るゲームなどを少し取り入れると、心理的ハードルを下がり、DAY2以降の仲間意識が深まるのではないかと感じました。
- 自己紹介及びチームのラポール形成が目的であると思うため個々のプログラム参加に至った背景や目的、このプログラム実施後に自身がどうなっていたいかなどを共有しても良いと感じた。また、各ワークの際に本題から入るとどうしても関係性向上は鈍化していくため、アイスブレイクを入れて会話を始めるのが良いと感じた。
- バーチャルチームをうまく回すためのチームビルディングのプログラムがもう少しあってもよいと感じた。



身についたスキル

ピッチ・伝える力

- 伝える伝え方（ピッチの構成、canvaで資料作成）
- 壁打ちやチーム内共有による「プレゼン力」
- わかりやすく整理する力
- 他者を巻き込んだビジョンを描く姿勢
- ストーリー性を持って話をする

「事業創造」スキル

- 顧客の課題や悩み事を解決できる事業や製品を開発するには、やはり第三者の意見をきちんと聞き、その実現可能性をきちんと検証することがとても大切だということ
- 顧客へのインタビュー
- 仮説検証を行うスキル
- 話を聞いて、そこからどういった課題があるのかを分析する能力が身についた
- 世の中や顧客から見た事業の価値、持続するために必要な視点を学べた
- スキルはCPFインタビュー、PSFインタビュー、SPFインタビューの実践により、それぞれの違いと効果について理解する事が出来た

ツールの使い方

- Geminiのプロンプトの使い方（一問一答以外の使い方）
- Chat GPTの活用

その他

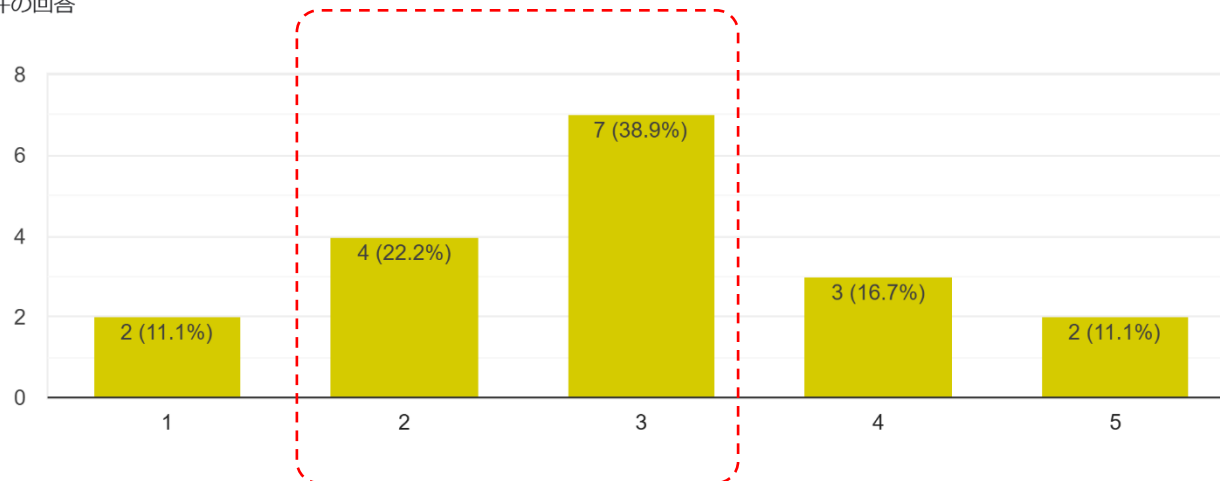
- 業務が多い中で取り組んでいたのが一番に「忍耐力」
- ロジカルに物事を捉えるという視点
- フィードバックの重要性
- 時間の調整能力
- 新規事業を立ち上げる上での基本的な能力



バーチャルチームへの貢献実感

人によって回答にばらつきあり。貢献実感の有無は自身またはメンバーの参加率が影響

バーチャルチームへの貢献実感
18件の回答



←ぜんぜん貢献できなかったと感じる

とても貢献できたと感じる→

※中間報告会后アンケートより

【Positive】

- ・インタビューへの協力が出来た。
- ・互いに忖度なく各自のアイデアに対してレビューできていると思う。
- ・インタビュー相手として繋ぐことになり自分もチームの仲間のために動けていることが嬉しい。

【Negative】

- ・忙しいこともあって、自分から集まって壁打ちや意見交換を働きかけられず。
- ・個々での活動となっているため。
- ・ディスカッションを行うための信頼関係を作るタイミングが遅れたと感じるため。
- ・グループワーク中にはよくアイデアが出るが、Slackではあまりコミュニケーションが無い
- ・オンサイトで半日会ったレベルではなかなかチームでコミュニケーションを取っていくのは難しく感じる。

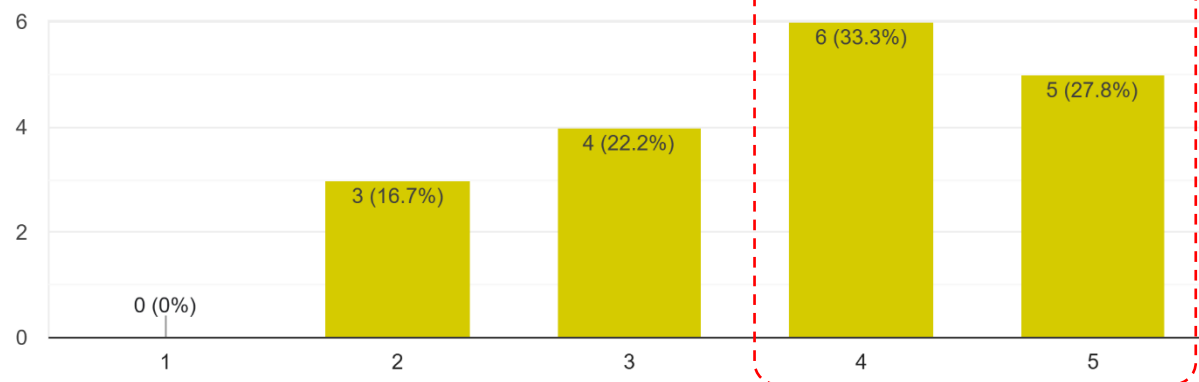


バーチャルチームの効果実感

約6割が「効果あり」。多角的視点が得られるなど事業アイデアの進捗にポジティブな相互影響がみられた

バーチャルチームの効果実感

18件の回答



←ぜんぜん効果がなかったと感じる

とても効果があったと感じる→

※中間報告会后アンケートより

【Positive】

- 自分に足りないスキルに対して初歩的なことでも知識を授けてくれたり、また私も農家さんや空き家問題を仕事にしている知り合いが身近にいることが強みになるので、インタビュー相手として繋ぐことになり自分もチームの仲間のために動けていることが嬉しい。

【Neutral】

- 互いのアイデアにレビューはできてるが、自分が他の方に対して有益なレビューが出来るかは自信がない。
- テーマも違うため、チームメンバーだけでは良いコミュニケーションにはならない可能性が高いのではないかと思います。Giverの精神で何かしら力にはなりたいものの初対面同士では難しい事も多い。
- あと数回、対面でのプログラムもあっていいかと思う。

【Negative】

- 自社メンバーのため、すこしぬるくなってしまいう部分がある
- 遅い時間に仕事が終わることもあり、その合間に事業開発にかかる難しさを感じている。

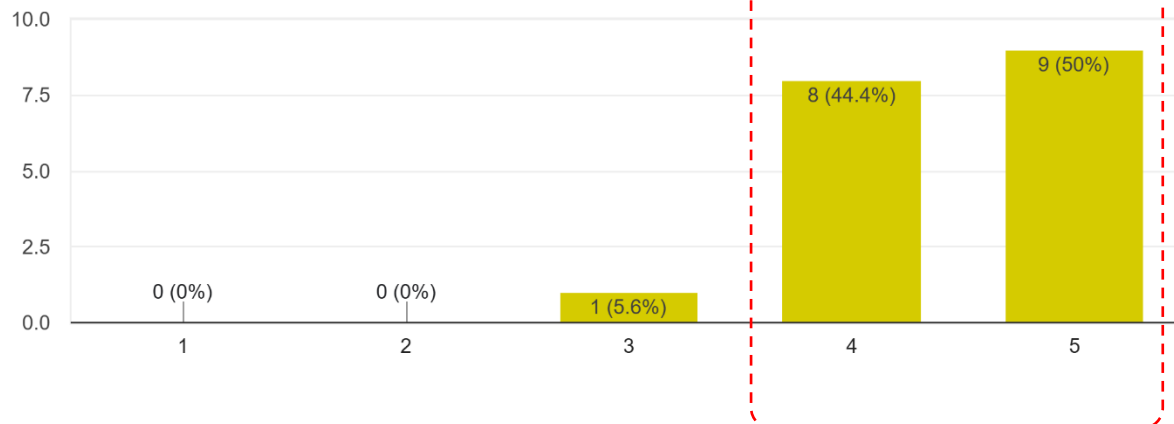


SSDCオリジナルコンテンツ（テキスト）

約9割が「効果あり」。講義内容やワークシートと相互に活用できる点が好評

テキストの内容

18件の回答



←ぜんぜん効果がなかったと感じる

とても効果があったと感じる→

【Positive】

- 講義ではサラッと触れる程度でも、**テキストが充実していたので一人作業も迷いが少なく取り組むことができました。**
- PSFの説明が、どのような行動を自分が取れば調査できるか具体的なイメージが湧いたため、**わかりやすかったです。**
- 資料がとてもきれいにまとまっていて見やすかった。**

【Negative】

- 卒業生たちが書いた内面部分の表記を初めの段階で知る機会があるとペンがもう少し速く進んだ気もします。
- トラクションという項目で、検索して調べたらでてくる内容と、今回のセミナーでのトラクションはすこし違う概念のような気がしました。
- 収益計画の立て方、競合リサーチの仕方はもっと知りたかった。**
- わかりやすく作られているが、**言葉がむづかしい部分**もあった。

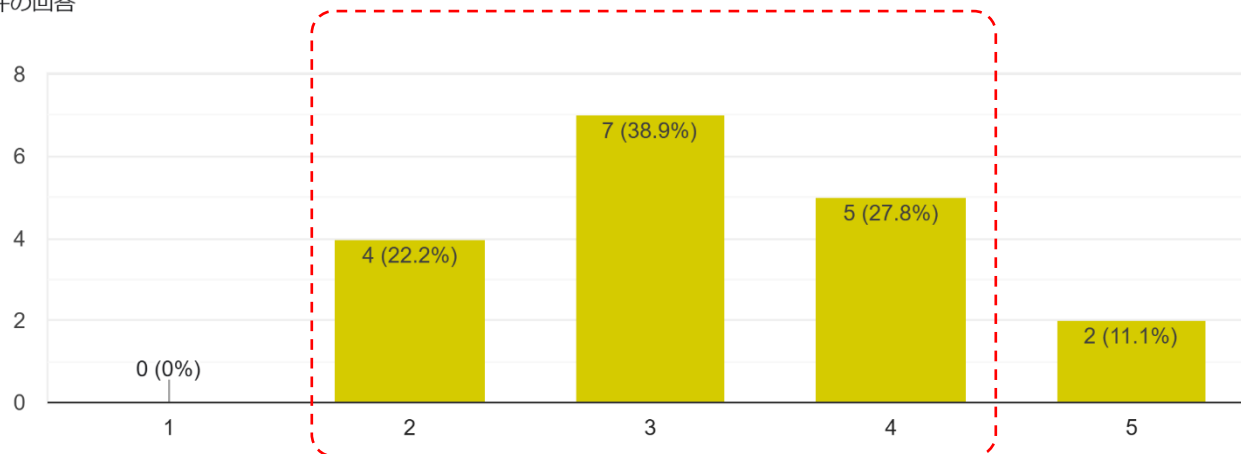


SSDCオリジナルコンテンツ（スプリント計画書）

作業やアクションが明確になることでスムーズに対応できた。
一方、有効に使ってもらうためにはシートのシンプル化が必要

スプリント計画書を活用した進め方

18件の回答



←ぜんぜん効果がなかったと感じる

とても効果があったと感じる→

【Positive】

- 今どのフェーズで**何のアクションが必要なのか**が**明確**でわかりやすかったです。
- 自身がやらなければならないことの整理が出来ました。
- 日が空いてから計画を進めるときに、**どこから再開するのか**スムーズに把握できました。

【Negative】

- スプリント計画書を**書くことが目的になってしまう**かもということが気になりました。
- 道具を使うことに必死で、**活用することで効率化を図れた、**と言い切れません。
- 入力項目が多くて、入力が面倒だった。自由欄で自由に書けた方が良かったと思った。

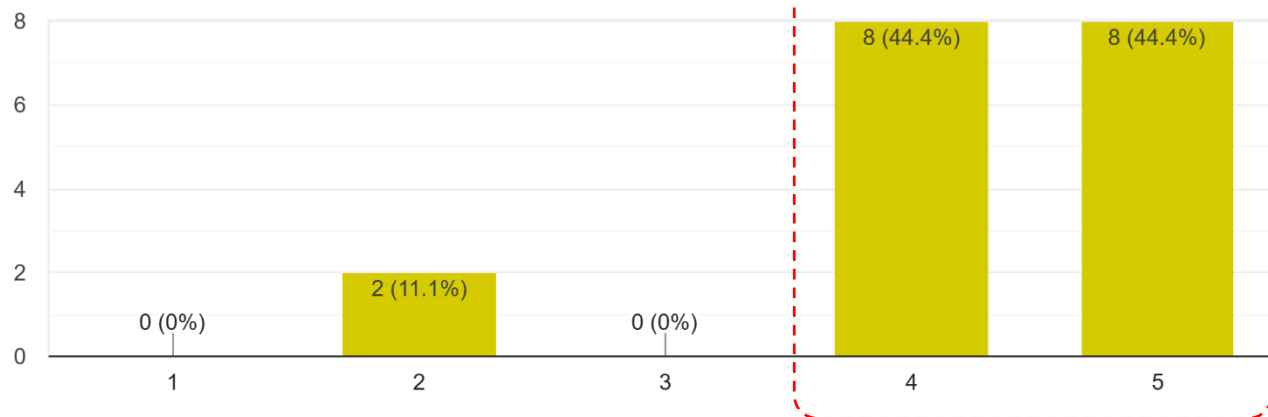


SSDCオリジナルコンテンツ（事業創造デザインキャンバス）

事業を考える上で有効に活用できたと約9割が評価

事業創造デザインキャンバス

18件の回答



←ぜんぜん効果がなかったと感じる

とても効果があったと感じる→

【Positive】

- 事業化立案のための**情報が網羅的に理解できる**ため、全体感と個々の内容を整理するのに有効でした。ピッチの作業に追われながらも、自分のアイデアを都度振り返りながら、**立ち位置を再確認することができました**。
- もれ抜けが一眼で判別できるため、インタビューやフィールドワーク時に**情報収集を効率よく遂行できた**。自分の考えを**多面的な視点で分解できる**ため、矛盾点や抜け論点に気がつくことができ、さらには**課題が生まれているコア部分の原因発見に役立った**。
- 1から事業を考える上で、どこから考えるべきか見当もつかなかったので**考える順番が指標としてあるのは助けられました**。
- 日々更新されていくが、過去、自分が考えていたことも含めて確認をしたかったため、記載したことを削除することなく進めた。**考えが薄いところが一目で分かり良かった**。

【Negative】

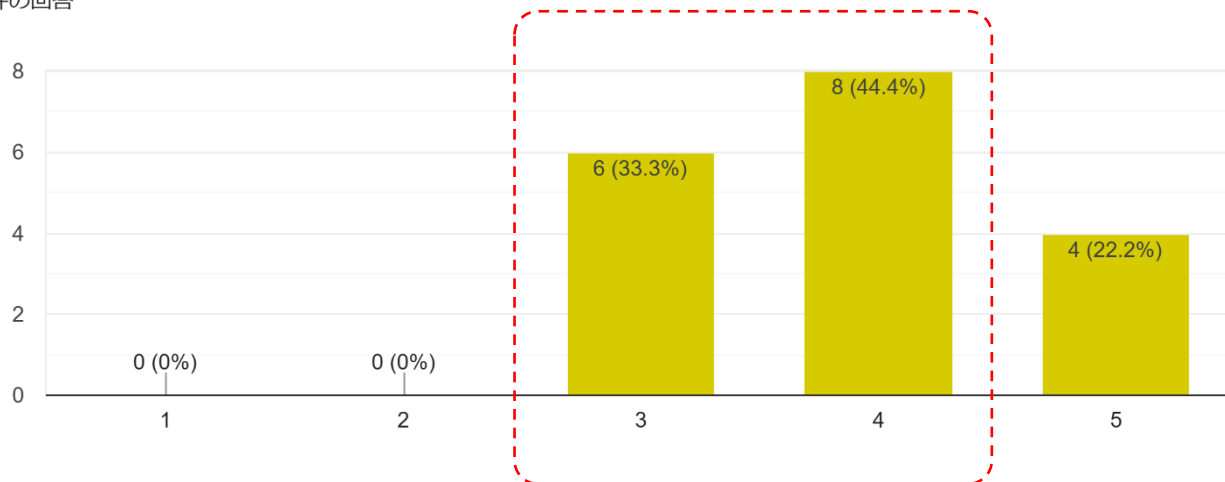
- デザインキャンバスはあまり活用しなかった。私は文字でまとめるよりも、すぐに頭のなかのイメージを図にして可視化した方がアイデアを膨らませやすかった。
- 中間ピッチあたりから作成資料ベースになってしまい、活用できなかった。キャンバスシートとその中の各項目シートが分かれていたが、特に関数で連携されているわけでもなく、どちらを使っていこうか迷っていました。



SSDCオリジナルコンテンツ（ワークシート）

考える要素/やるべき事項が明確にあることで活動がしやすかった。
一方で、有効に使っていただくために改良・改善が必要

個別ワークシート
18件の回答



【Positive】

- 入力項目があるだけで、**答えを出すのに役立ちました**。何もないと迷ってばかりだったかと思いました。
- 考える要素が分かれているので、入力をしやすかった。

【Negative】

- 理解し、埋めること使うことに精一杯となってしまう、**時間内で使いこなすに至れなかった**です。
- 初期に記載した部分のみで**定期的な見直しや入力を行わなかった**ため有効性を測る機会がなかった。
- 事業創造デザインキャンバスとの使い分けが今一つ分かりづらかった。

←ぜんぜん効果がなかったと感じる

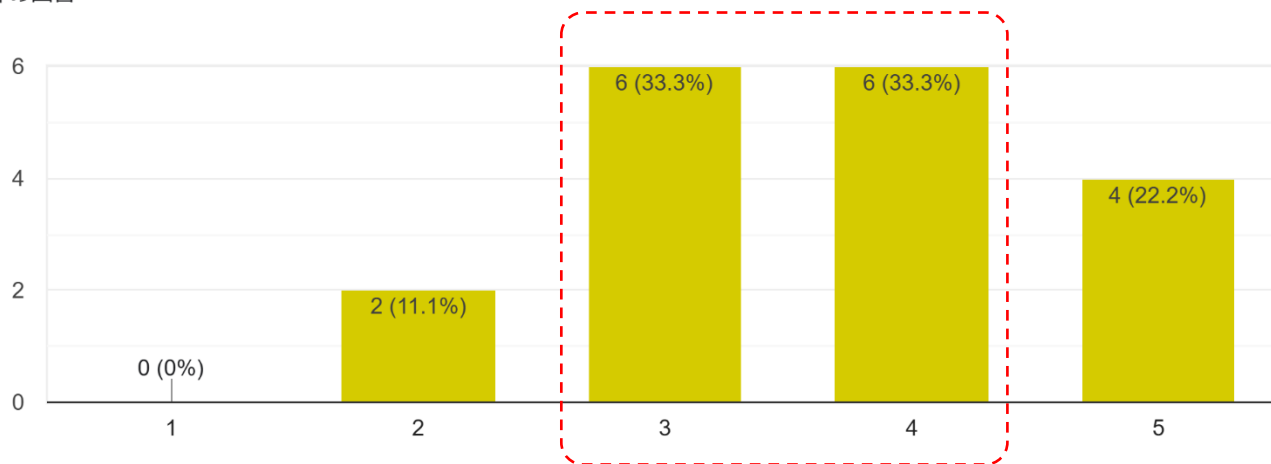
とても効果があったと感じる→



SSDCオリジナルコンテンツ（インタビューシート）

インタビューの情報整理に有効であると評価。一方で、さらなる活用には改善余地あり

インタビューシート
18件の回答



←ぜんぜん効果がなかったと感じる

とても効果があったと感じる→

【Positive】

- ・ インタビュー内容、アポどり、考察がひとつのシートでできて助かりました。
- ・ どういう話を聞くのかなどわかりやすくまとめることができ、振り返る際にもとても参考になった。
- ・ 質問内容を整理し優先順位を比較する手助けとなりました。スプリント計画書と一緒に記載が習慣化していれば後で見返したときに非常に効果を発揮すると感じた。

【Neutral】

- ・ インタビュー後の考察、分析から傾向を割り出してペルソナを特定するようなAIの使い方があったらよいかもしれません。
- ・ インタビュー実践時にヒアリング内容を質問項目ごとにうまく整理し、質問項目と回答内容を一眼で比較できると良さそうな気がします。

【Negative】

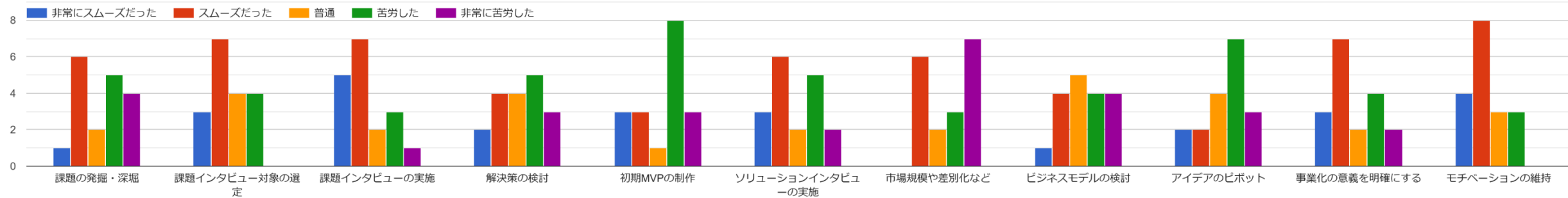
- ・ 課題を持つ方の特定に時間がかかり、PSFインタビューの時間が足りなかったため、インタビューシートを活用することができませんでした。



活動のボトルネックポイント

昨年と比較してCPFのフェーズはスムーズに進んだ。
その結果、PSFのフェーズでのボトルネックが顕在化してきた。

Advanced でのボトルネックポイント



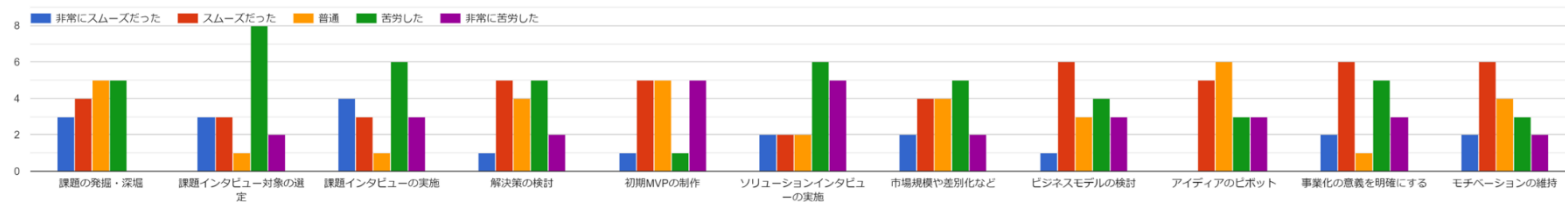
課題発掘やインタビューは
2023年度よりスムーズだった
割合多い

MVPに
苦戦

市場規模や
差別化に
苦戦

アイデアの
ピボットに
苦戦

Advanced でのボトルネックポイント



2022年度と
ほぼ同水準

インタビューに苦戦

2022年度と
ほぼ同水準

MVPに
一部は苦戦

インタビューに
苦戦

2022年度と
ほぼ同水準

参考：2023年度修了アンケート
(N=17)



スムーズさの要因

- SSDC運営の皆さんが環境を至れり尽くせりで用意してくださり、**優しく背中を押してくださり、共に歩むチームメンバーとの定期共有の場があること。**
- モチベーションの維持では**チームの雰囲気**がとても前向きで非常に助けられました。
- インタビューや検証においては、自分は全く人脈が無かったので、プログラムの参加者や事務局の方に**ご紹介して頂くことができた**ので、スムーズに進めることができた。
- 市場規模等の調査については、**白書や関連ニュースのリンクを頂いたりした**ので、スムーズにできました。
- 社内、社外、NPO法人、地方自治体、とにかく自分のペルソナに近いもしくは接点がある人達にはインタビューと紹介依頼を繰り返した。
- 自分自身がユーザーとなりうる立場だったので、課題を抱えている人を見つけやすかった。
- 伴走してくださっている**SSDCの皆さんのご紹介、チームの中で紹介しあえた**
- インタビューの対象は会社の同僚で、SSDCが社内で周知されているため皆協力的でした。
- インタビューの相手探し**などは協力してくれる人がたくさんいたため、とてもスムーズだった。

- 定期的な交流機会を維持することで、課題やターゲットの解像度が日々上がっていききました。



苦勞の要因

- 課題が多種多様でペルソナとして**特定して言語化していくことに苦勞**しました。
- 管理職の業務をアウトソーシングする有効性に関して、まだまだ**聞いている人を共感させることが出来なかった**。
- 当初考えていた課題も**視点を変えればまた新たな課題が出てきた**ため。
- ビジネスモデルについてはそもそも、自身の弱かった部分。
- MVPを手間のかかるモノから考えてしまったので、時間を無駄にしてみました。
- **ペルソナの設定**。助けたいのは地方、助けたい人＝お金をもらう人に結び付けることが非常に難しく、何度も行き来した。
- 本当に解決したい人が誰か設定が難しく、そのため**最もインタビューしたい人が誰か定まらず依頼にも時間を要した**。また、その人たちとどう繋がっていけばいいかわからなかった。
- エモーショナルな発言がうまくまとまらず、**伝え方に苦勞した**。
- 短期間で取り組まなければいけないことが多く、消化しきれなかった。
- 差別化については、**調べるほど市場の競合が出てきて苦勞**しました。
- **ビジネスモデルやマネタイズモデル**に関してはまだまだ壁打ちをできればよかった。

- 調査対象と交流機会を増やすことで、課題の解像度、および課題に関わる人々や想定される解決策が増えていき、それらをどのように関連付けていけばいいか、また情報の優先順位をどのように決めていけばいいか、処理するのに時間がかかった点です。
- 自身が専門性を持たない領域が含まれること。
- 限られた時間の中でアイデアを良くしていく必要があり、元々が2週間きざみという短い期間の中、更に業務で削られた時間の中で検討することに非常に苦勞しました。

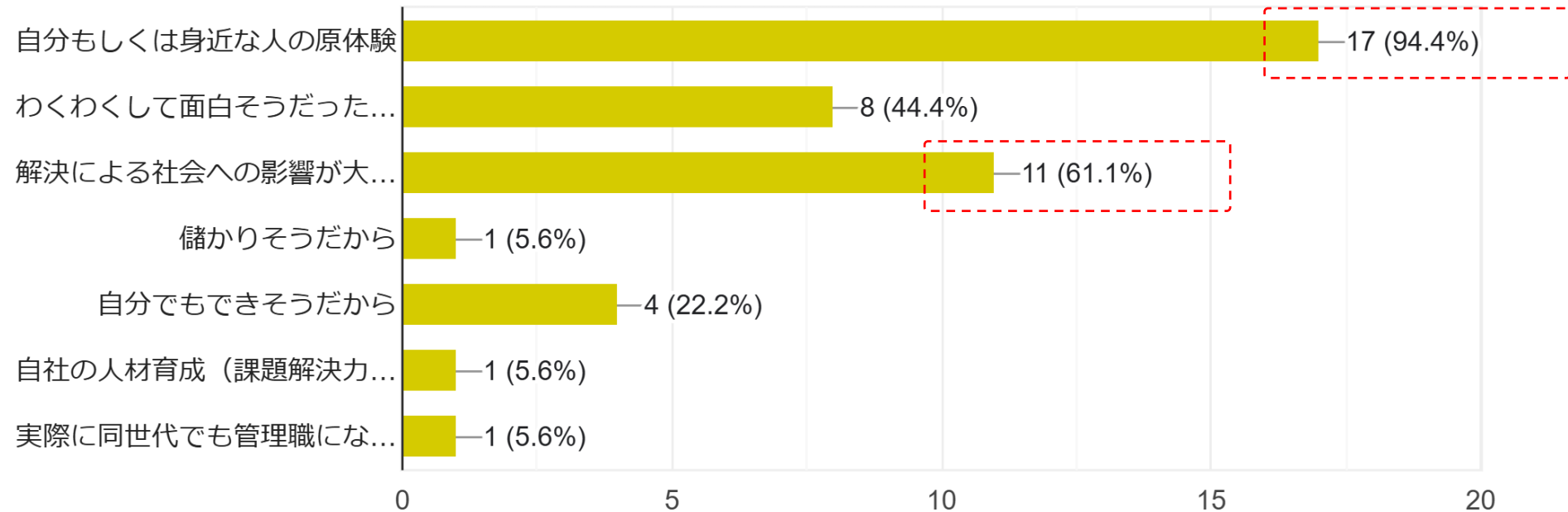


テーマ設定の際に影響を与えた要因

「原体験」と「社会インパクト」によりテーマを設定した受講者が多かった

あなたがテーマを設定する際に影響を与えた要因について教えてください（複数選択可）

18 件の回答



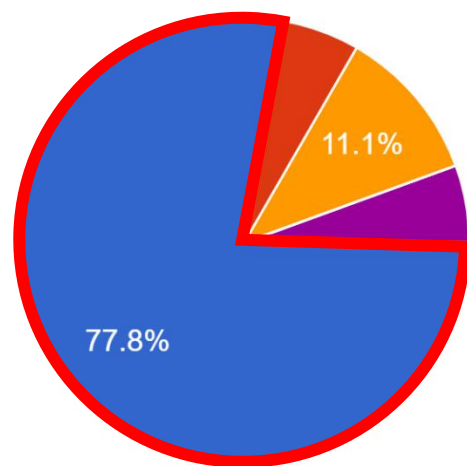


テーマの変更有無と理由

Will-Can-Needを活用したテーマ設定により、
受講者が事業テーマを変えずに軸を持って3か月間取り組んだ

プログラム期間中、あなたは取り組みテーマを変えましたか？

18 件の回答



- テーマを変えなかった
- テーマをスプリント1のうちに変えた
- テーマをスプリント2のうちに変えた
- テーマをスプリント3のうちに変えた
- テーマを最終報告直前で変えた

【変更理由】

- ・ 顧客インタビューをする中で、思っていた仮説があたらなかったから。

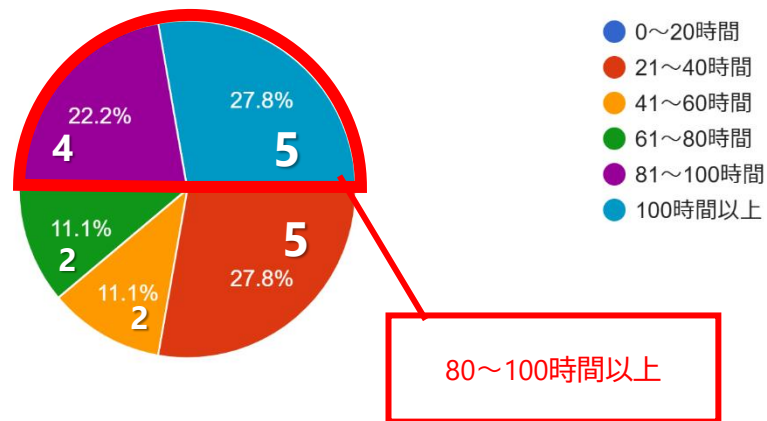


稼働時間

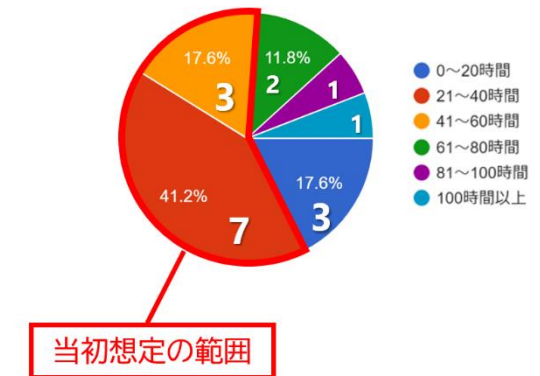
※全体で集まる日程（Day1～Day8）以外に稼働頂いた概算時間

80時間以上稼働した人数が半数以上。昨年と比較して本気で取り組んだ割合が多い

稼働時間
18 件の回答



稼働時間
17 件の回答



参考：2023年度修了アンケート
(N=17)

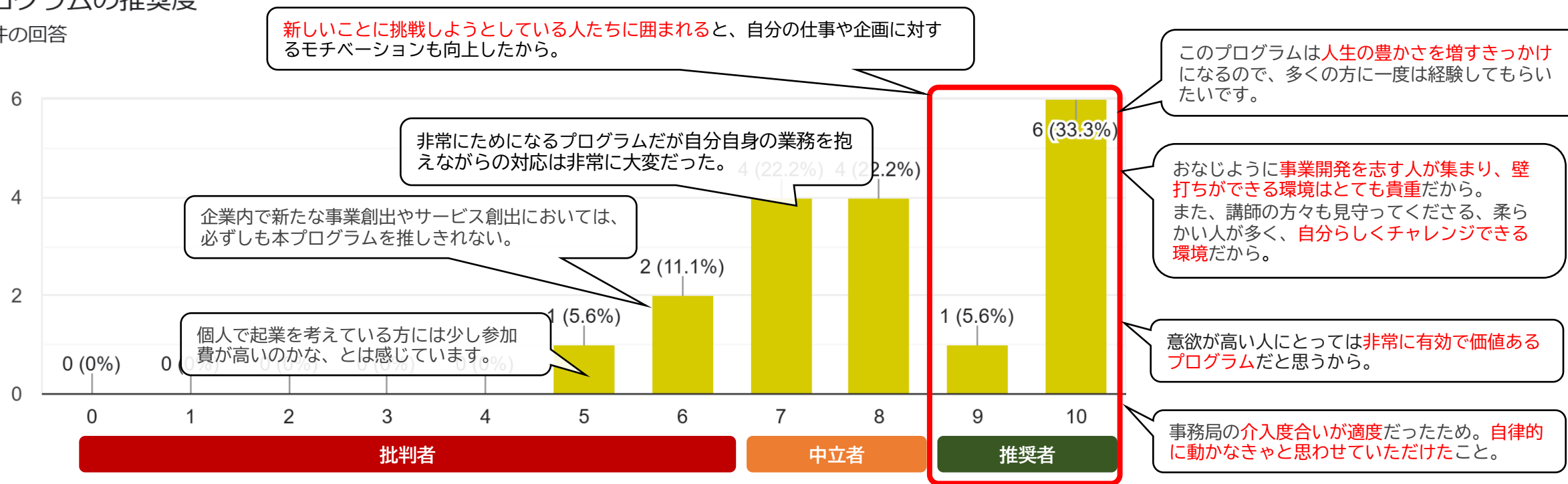


プログラムの推奨度

プログラム参加により得られるものは大きい。
負担が大きいことから熱量や本気度の高い人に推奨したい

プログラムの推奨度

18 件の回答





プログラムをお薦めしたい人（受講者の意見）

1. 起業・事業立ち上げを目指している人

a. 初期段階の人

- ・社会貢献意識がある人：社会や地域のために何かしたいが、**具体的な方法が分からない**。
- ・アイデア段階で止まっている人：事業アイデアは複数あるが、**行動に移す勇気や度胸が持てずに足踏み**している。
- ・自分のリソースに不安がある人：解決したい課題はあるが、現時点で持っている**リソースが不足**していると感じている。

b. 行動を始めている人

- ・事業計画を持っている人：具体的な課題解決案があり、それを事業化したいと考えている。
- ・地域活性化に興味がある人：地域おこしや移住を絡めた事業を考えているが、**収益化の方法に悩んでいる**。

2. 社会人

a. 新規事業に興味がある人

- ・新規事業に専念したい人：新規事業開発部署に所属している、または個人として事業を起こしたい。
- ・社外の知見を求める人：社内で新規事業が盛んでないため、**外部との交流や知識を得たい**。

b. キャリアアップを目指す人

- ・中間管理職（30代～40代）：新規事業開発が**キャリア形成に重要**と考えている。
- ・若手社員（社会人歴3～4年目）：将来的な昇進を目指し、**プレゼン力やコミュニケーション力を高めたい**。

c. 事業開発に時間を割ける人

- ・月の残業が少なく、**業務量に余裕がある人**。

3. その他ペルソナ

a. 社会貢献や視野を広げたい人

- ・自社の利益だけでなく、**社会の利益も考えて行動する企業人**（30代）。
- ・熱意があり、**視野を広げたい**と考えている人。

b. 学生・若い世代

- ・Z世代（20代前半）：若い視点で社会やビジネスに**新しい価値を提供したい人**。
- ・大学生（大学3年生以上）：起業や事業開発に興味があり、**学びと経験を得たい**。

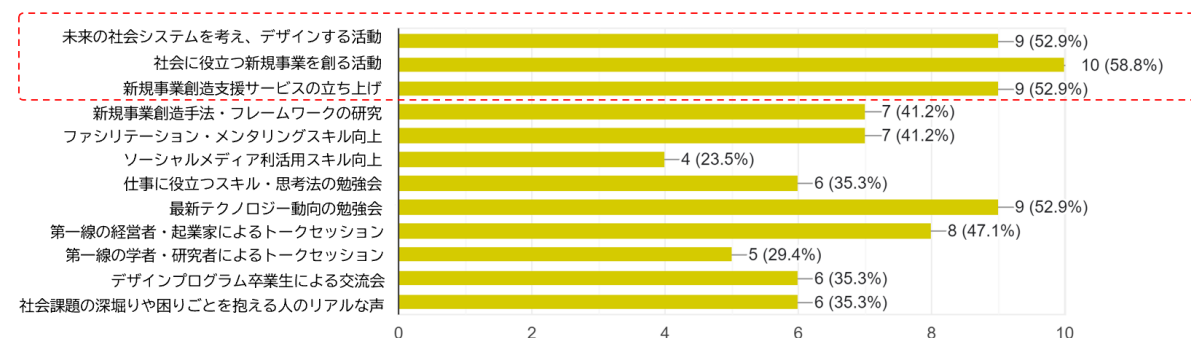
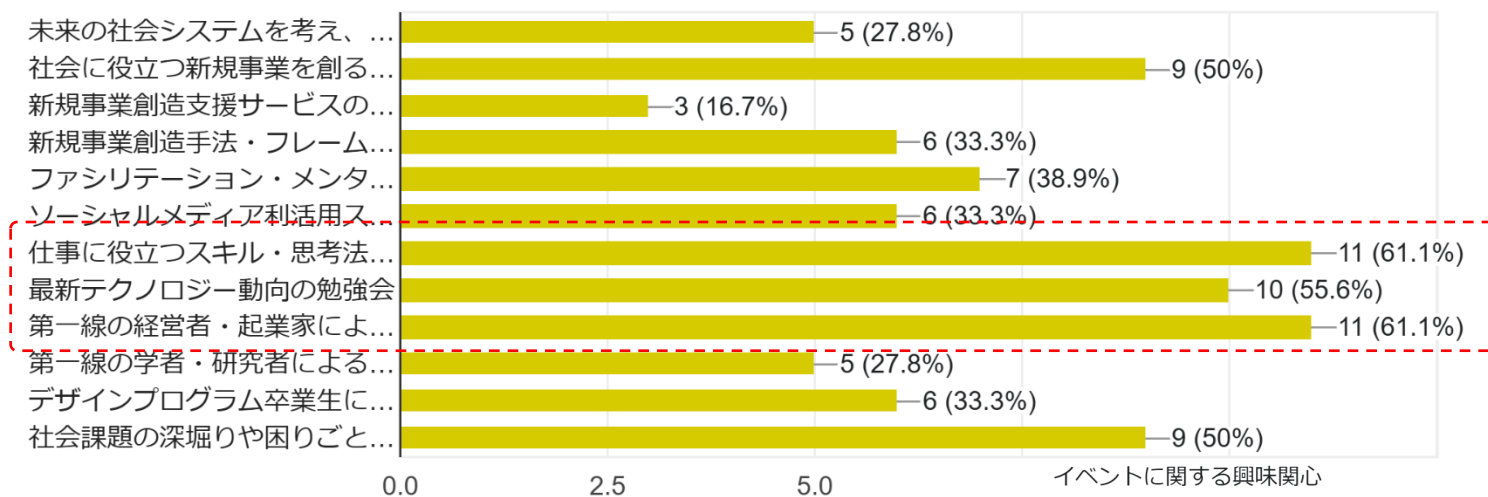


SSDCイベントへの興味

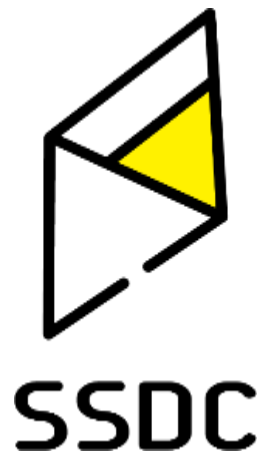
イベントの興味関心は、より実践的な学びやスキルへの興味関心が強い

イベントに関する興味関心

18件の回答



参考：2023年度修了アンケート
(N=17)



人と社会の幸せな未来のために



Appendix



(参考) 事業化コースと学びコースの違い

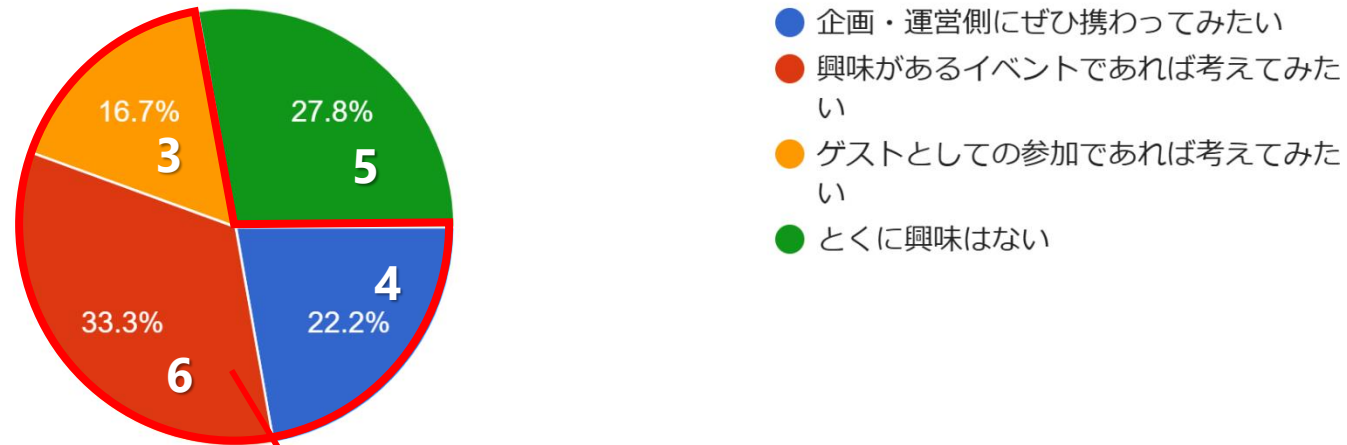
	事業化コース	学びコース
目的	事業を立ち上げるための事業アイデアをつくる	事業アイデアづくりを通じて、仕事に生かせる知識やスキルを習得する
対象者	一般／地域／SSDC会員企業	SSDC会員企業
期間	約4か月	約3.5か月
事業アイデアの整理方法	ビジネスモデルキャンバスをベースにしたシートに自らの事業アイデアを記入し、プログラム期間中、仮説検証を繰り返しながら自らの事業アイデアをブラッシュアップする	
現実の顧客へのインタビュー	必要	推奨
伴走者との壁打ち	2～4回	2回まで
ピッチ資料の内容	事業アイデア＋今後の事業化検証に必要なこと	事業アイデア＋プログラムで得た学びと気づき
発表の機会	中間ピッチ（Day5）／最終選考会（Day7） ／最終ピッチ（Day8）	学び発表（Day7）



(参考) 受講者の意見：プログラム企画・運営への興味

企画・運営への興味関心

18 件の回答



7割はSSDCとの関りや運営としての関りに興味あり

参考：2023年度修了アンケート
(N=17)





(参考) 受講者の意見：全体の評価①



1. プログラム全般

1. ファシリテーションと進行方法

- グループワークのファシリテータの役割や進め方について、参加者間で求めるものにギャップがあった。初めに役割や進め方の認識を統一することで、グループワークをより有効に進められると感じた。
- 前半部分ではファシリテータがしっかり関わり、「壁打ち」のレベル感を示してもらえた方が、最終的なアウトプットの質がより高まると感じた。

2. グループワークの構成とテーマ

- チームでの活動は越境プログラムの重要なポイントであり、より効果的に機能するよう改善の余地がある。
- 同じようなテーマに関心を持つメンバーでグループを編成する方が、アイデアが加速すると感じた。
- バーチャルグループが自社メンバーのみで構成されていたため、グループ間のシャッフルをもう少し頻繁に行うと良かったと思う。

3. 発表とフィードバックの工夫

- 毎回のアイデア発表とフィードバックでは時間が限られ、発表できないメンバーが出ることもあった。この課題に対して、チャットなどでやり取りを補完できたのは良かった。
- 発表や議論をさらに充実させるため、例えば企業の従業員向けプログラムとして、3人1組で1つの事業案を検討する形式を取り入れるのも一案だと感じた。

4. オンラインとオフラインのバランス

- オンライン形式では理解度が分かりにくいいため、リアル開催の回数をもう少し増やすと良かった。
- 月1回程度のオフラインイベントがあれば、より満足度が高まったと思う。

5. 参加人数や構成の課題

- 学びコースの参加人数がもう少し多ければ、自社のみのバーチャルチームにならずに済んだ可能性がある。
- 業務の観点から、一人で実施する際に限界を感じる部分もあったため、初めから少人数のチーム制でアイデアをまとめる形式が適していると感じた。



(参考) 受講者の意見：全体の評価②



2. メンター・サポート体制

1. ファシリテータの役割と進め方

- グループワークのファシリテータがもう少し強引に進行をリードすると、コミュニケーションが円滑になり、参加者がより主体的に取り組めると感じた。
- 異なる視点でアドバイスを提供できるファシリテータが関与することで、進行がさらに有効になると思われる。

2. 運営やサポート体制の改善

- 中間発表や最終発表でコメントをする外部の人と、事前に関わる機会があれば良かった。
- メンターやサポーターとして、自治体職員や地域活動団体など、社会課題の最前線で活躍している人を含めることで、より実践的で鋭いフィードバックを得られると感じた。

3. 壁打ち会の充実

- 壁打ち会の回数を増やすことで、より多くの意見交換やブラッシュアップの機会を設けてほしい。



3. ツール類

1. スライド作成のサポート

- 多くの人がPowerPointを使用するため、スライドの格納先として適切な場所を用意してほしい（Slack投稿ではなく、専用フォルダなど）。

2. ツール利用のハードル

- 自分が慣れていないツールだったため、使いこなせなかった。より多くの人が使いやすい方法を検討してほしい。

3. Slack投稿の課題

- Slackの仕様上、90日前の投稿が消えてしまうため、長期間の参照が難しいことが少し残念だった。