2024年9月

2024年度
地域ビジネススタートアッププログラムin四万十町
Day3　ビジュアルレポート

高知大学　地域協働学部
コミュニティデザイン研究室

構成

1.プログラム概要・・p.2
2.事業創造のプロセス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.14
3.アイデアの構造と良いアイデア・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.17
4.アイデアの生み出し方　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.31
5.ストーリー設計の大切さ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.35
6.ピッチデッキ・ピッチ資料の構成要素　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.38
7.実施風景　・・・p.42
①チェックイン
②インプット
③ワーク：顧客理解の調査結果
③ワーク：顧客の抱える課題・解決すべき課題を考える
④ワーク：アイデア創造ワーク（コンセプト設計シート）
⑤ワーク：アイデア創造ワーク（アイデアスケッチシート）
⑥ワーク：スピードストーミング
⑦ワーク：アイデアブラッシュアップ

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

1.プログラム概要

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

プログラム概要

■ 名称：

地域ビジネススタートアッププログラム in四万十町

■ 回数：

全9回

-6回目以降は、モチベーションとアクションの状況を踏まえて選定予定

■ 期間：

2024年6月22日～2025年3月22日

■ 主催・運営：

主催：四万十町

運営：高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室（須藤順研究室）

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

スケジュール

講座回	実施概要
第1回	6/22：地域ビジネス概論＆当事者意識の掘り起こし（自分のWill/Why&事業のWhy）
第2回	7/27：顧客の抱える課題を見つけるための観察・リサーチの方法
第3回	9/1：アイデアの生み出し方＆コンセプトの作り方
第4回	10/5：試作品・モデルの制作&検証方法
第5回	11/9：デモデイ（アイデア発表・体験イベント）
第6回	12/14 ：地域プロモーション＆ファンマーケティングの考え方
第7回	1/11 ：ビジネスモデル（リーンキャンバス）の設計&ビジネスプランの作り方
第8回	2/1　：ストーリーテリング&クラウドファンディング（資金調達&テストマーケティング）の進め方
第9回	3/22 ：最終報告会

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

プログラム構造

ダイアログ

**受講生同士が
気づきを深める**

近況&アクションの共有

アクションの結果やそこでの学び、事業アイデア自体のブラッシュアップを目的に、受講生同士が対話を繰り返し、相互に支え合う関係づくりを行います。

インプット

**ゲスト&講師からの
インプット**

経験談&手法の習得

地域ビジネスの経験豊富なゲストの経験談に加え、地域ビジネスを形にするための基本的な手法をワークショップ形式で学びます。

アクション

**アクションの
繰り返し**

アクションを通じて学ぶ

頭で考えるのではなく、とにかく小さくアクション（行動）を行い、そこから学びや気づきをフィードバックしていきます。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

プログラムポイント

①自分らしい地域ビジネスの構築

②経験豊富なメンター陣によるサポート

③アイデア創造からビジネスモデル構築まで一貫サポート

④学び合う・支え合うコミュニティの形成

⑤学生による伴走型サポート

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

プログラムゴール

自分の強みや得意なこと、
好きを活かしながら、
自分が心からやりたいと思える
事業を創り出していく

自分・身の回りの人を幸せにする事業創り

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ゲスト＆メンター

守時 健さん

株式会社パンクチュアル
代表取締役

鷲谷 恭子さん

株式会社ケイリーパートナーズ
代表取締役/ 2 hours 代表

町田 美紀さん

株式会社VISIONECT 代表取締役
/ 株式会社and. 取締役

丑田 俊輔さん

シェアビレッジ株式会社 /
ハバタク株式会社 代表取締役

浅野 聡子さん

株式会社StoryCrew
代表取締役共同経営者

瀬戸口 信也さん

合同会社
高知カンパーニュブルワリー
代表取締役

須子 善彦さん

マイプロジェクト株式会社
代表取締役

原 亮さん

エイチタス株式会社
代表取締役

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

学生メンター

柳原 伊吹

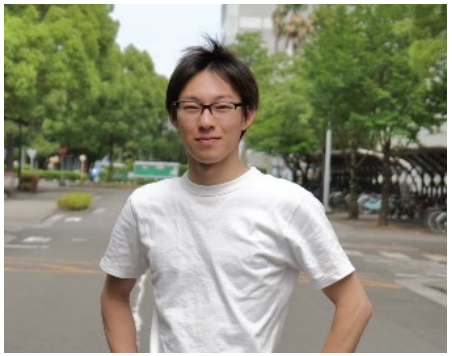
高知大学大学院 総合人間自然科学研究科 地域協働学専攻 2年

西上 一成

高知大学大学院 総合人間自然科学研究科 地域協働学専攻 1年

杉田珠夢

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 4年



田村 敢

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 4年

奈良 可南子

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 3年

小池 乙歌

高知大学 人文社会科学部
人文社会科学科 2年

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

学生メンター

松原 彩耶香

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 2年

竹中 楓

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 1年

宮田 華菜

高知大学 地域協働学部
地域協働学科 1年

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

支援内容

①個別メンタリング/集団メンタリング

活動を進める中での悩みや不安、事業化に向けての課題、事業内容について経験豊富なメンター陣からのサポートが受けられます。

②プレゼンテーション機会の提供

プログラム内はもちろん、様々なプレゼンテーション機会を提供し、自らのアイデアへのフィードバックや協力者集めの機会を提供します。

③地域との関係づくりに向けたコーディネート支援

事業化に向けて地域内の事業者や関係部署を紹介し、事業の現実に向けたコーディネートを行います。

④活動サポート

高知大学コミュニティデザイン研究室所属の学生が受講生の取り組みをサポートします。

⑤試作品・モデルの実証実験経費の一部補助

試作品の開発や実証実験に係る経費の一部を補助します。

⑥オリジナルテキスト『地域ビジネススタートガイドブック』の提供

地域ビジネスに取り組む際に必要となる視点や考え方、アイデアを形にするための各種フレームワークをまとめたオリジナルテキストを無料で提供します。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

大切にしてほしいこと＝講座全体を通してのルール

①安心・安全の場をみんなで創ろう

②ありのままの自分を素直に出そう

③仲間・プロジェクトを評価しない

④プロジェクトは変わってOK!

⑤お互いが最大の応援者になる

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

Day3の目標・ゴール

課題解決に直結するアイデアとなっている

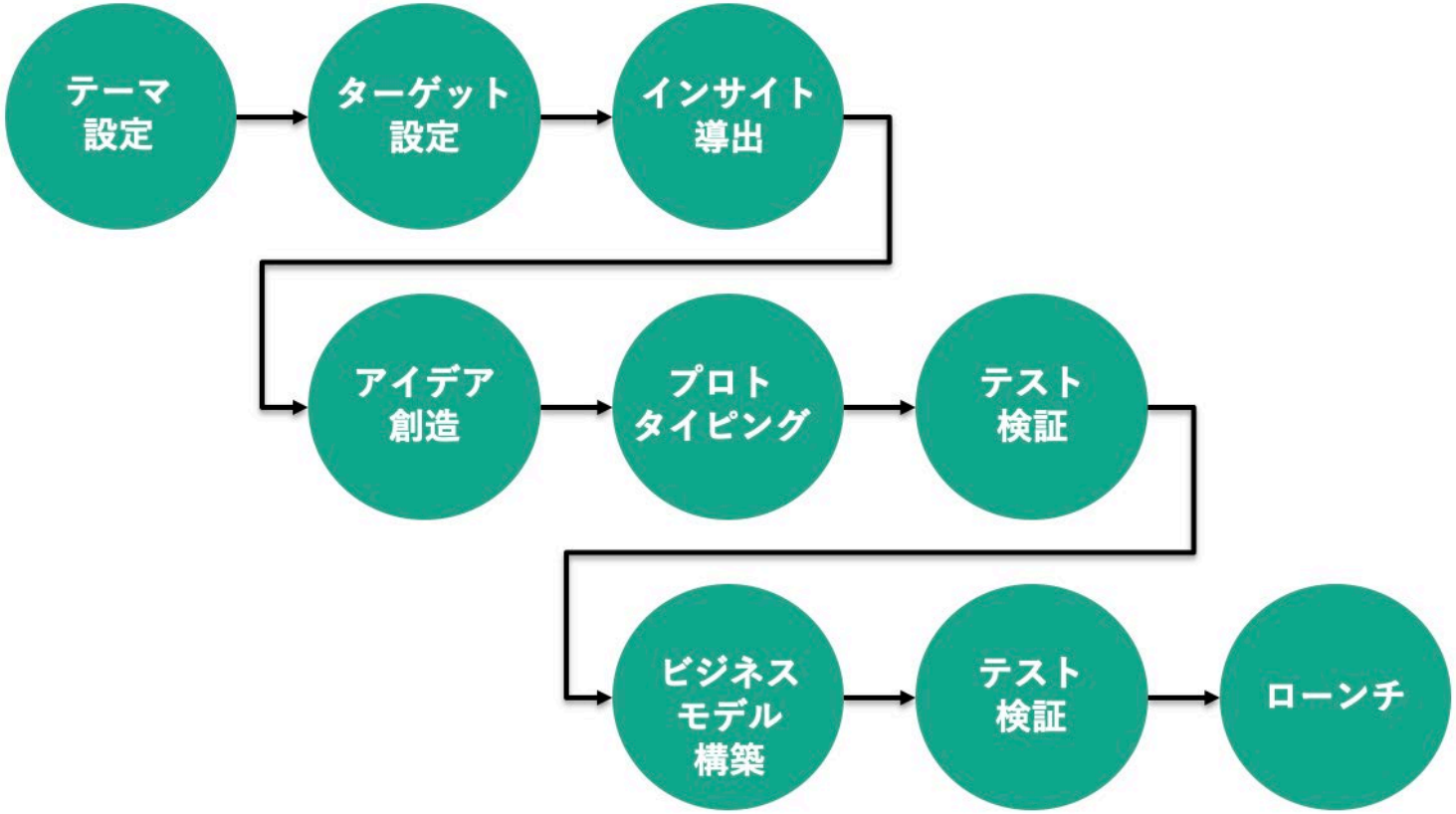
Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

2.事業創造のプロセス

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

事業開発の展開プロセス

事業創造を行う上では下記のプロセスを高速で回す事が重要になる。しかし、1つ1つの工程を雑に行えば、結果的に、大きな手間とコストを払うことになるため、丁寧に「テーマ設定」、「ターゲット設定」、「インサイト導出」というように各プロセスの要素の検証を行うことが重要になる。

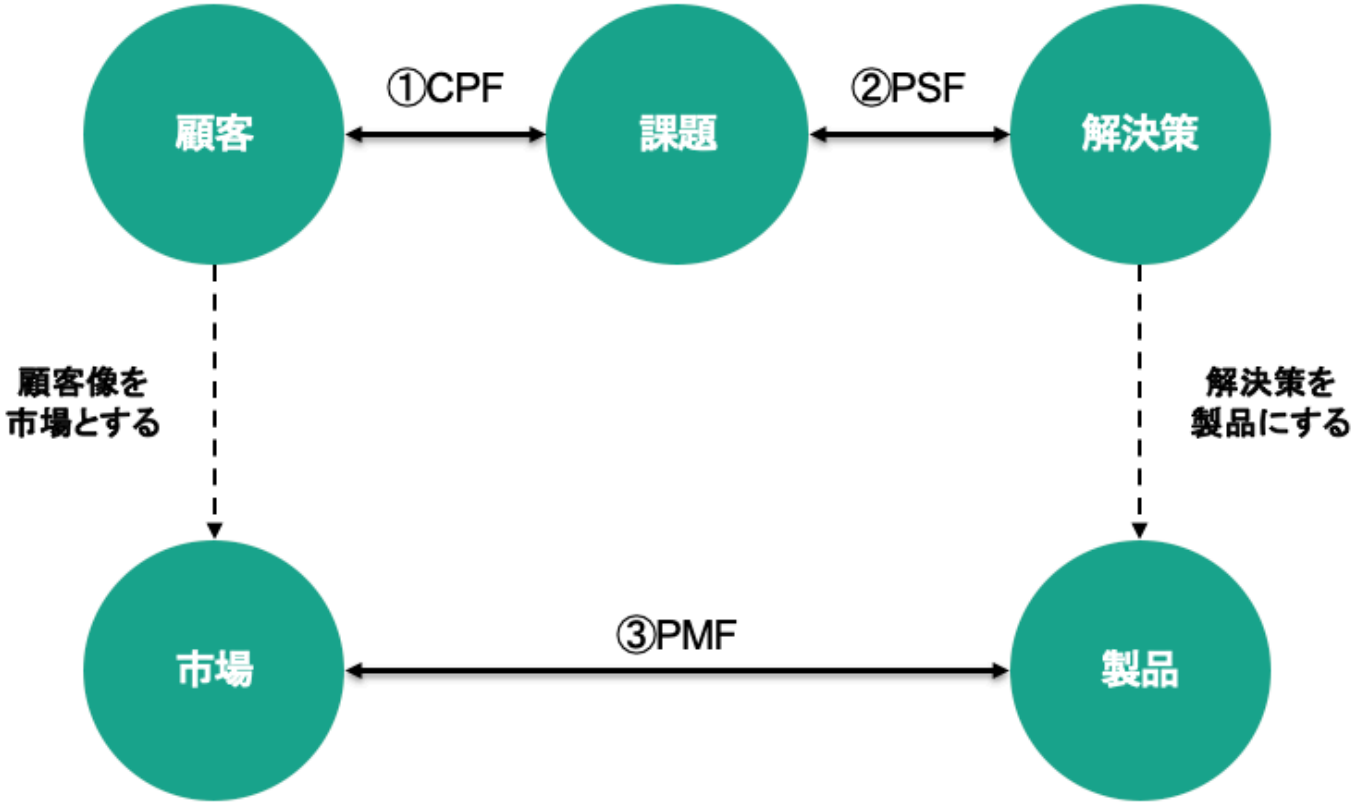


Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

事業創造のプロセス

事業創造のプロセスとして、①CPF（Customer Ploblem Fit＝顧客課題フィット）を達成して、②PSF「Ploblem Solution Fit＝課題解決フィット、PMF（Product Market Fit＝製品市場フィット）の3つの段階を達成して行く必要がある。

①CPFとは、顧客が解決を熱望する課題が見つかることである。課題が本当に存在するかの特定が重要になる。②PSFとは、課題に対して最適な解決策を見つけることである。③PMFとは、最小機能の製品（MVP）を作り、現実の市場に適合するか検証することである。この3つが達成されることで実際にサービスとして機能し、事業創造が成された状態と言える。



参考）斉藤徹(2024)『小さくはじめよう：自分らしい事業を手づくりできる「マイクロ起業」メソッド』 ディスカヴァー・トゥエンティワン, p.29.

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

3.アイデアの構造と良いアイデア

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

①アイデアの構造

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

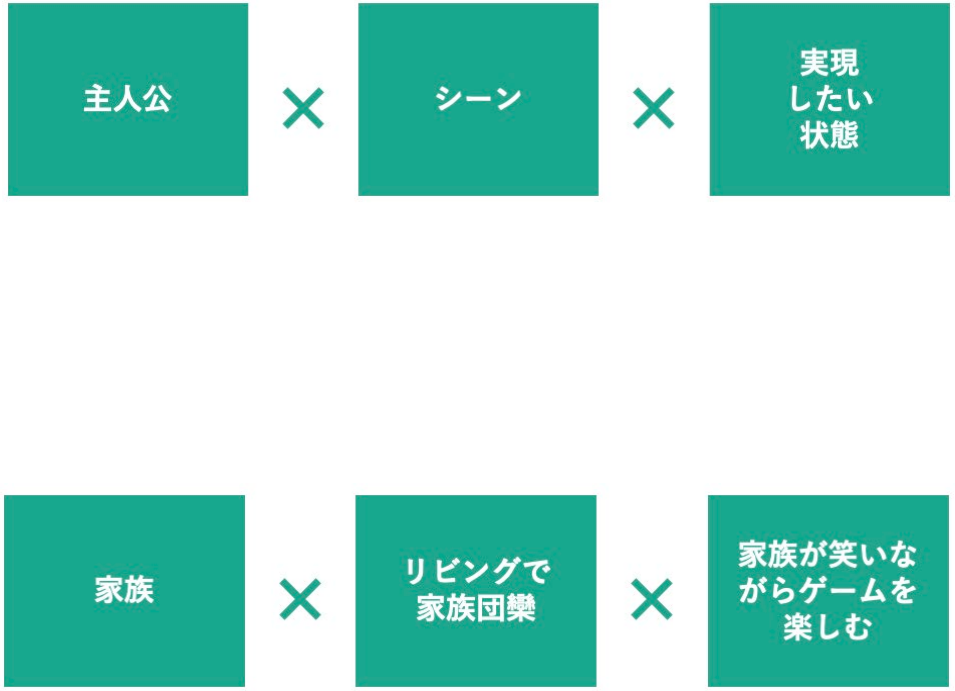
アイデアの構造

アイデアは、その製品・サービスなどを使う「主人公」がおり、その主人公が利用する「シーン」があり、それによって生まれる「実現したい状態」がうまく組み合わさることで、必要性の高いアイデアが構成される。

逆に言うと、この要素を明確化できていないものは、アイデアとして不十分な状態にあるものと言える。

実際の商品として、Wiiを取り上げると、アイデアの構造は、「家族」が「リビングで家族団欒」というシーンにおいて「家族が笑いながらゲームを楽しむ」状態を実現するという要素から構成されている。そのため、グラフィックはそこまで高度ではなく、対戦型で楽しめるゲームソフトが多い。また、形状もテレビのリモコンに合わせた縦長に設計されたことで、リビングに置いても違和感ないように作られている。

このように、明確に「誰が使うのか」「どのようなシーンで使うのか」「その製品・サービスを通じてどういう状態を作り出すことを想定しているのか」ということをアイデアを考える前提に置くことが必要となる。そのためには、丁寧に「課題」を深ぼることが重要となる。



参考）https://www.nintendo.co.jp/wii

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

②顧客の抱える課題
解決すべき課題（不）を抽出する

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

顧客の不満・苦情を洗い出すポイント

顧客が抱える不便、不満、不安、文句、面倒について洗いだす上では、以下のような5つの観点に基づいて不満・苦情を深ぼっていく必要がある。

①いつ、どんな場面で”不“が発生したか？

不を感じた場面、状況についてできるだけ詳細に記載する。

②感じている”不”は何か？

そこで感じた”不”の中身について、できるだけ詳細に書き出す。

③本当はどうなってほしいか？

本当はどうだったらよかったのか（期待）について書き出す。

④”不”が生じている外的要因は？

その“不”が生じた自分以外の要因（環境、他者等）について想定できるものを書き出す。

⑤”不”が生じている内的要因は？

その”不”が生じた自分自身の要因（感情、スキル、能力等）について想定できるものを書き出す。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

課題抽出ワーク（マンダラート）

■ 目的・ねらい

ターゲットとしている顧客が抱えている課題について、表層的な不満ではなく不満が発生している背景を特定するために行う。

■ ワークプロセス・時間

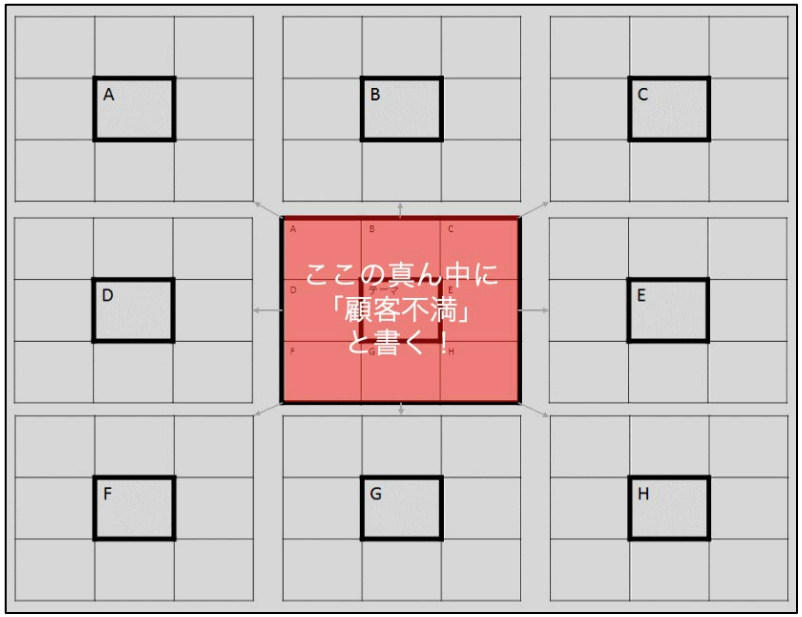
Step❶　マンダラートの真ん中に「顧客の不満」と書く

Step❷　顧客の不満だと考えられることを8つ考える

Step❸　顧客のA～Hに転記して、その本質的な課題を書き出していく

■ 使用フレーム

マンダラートシート



Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

③顧客の設定

ターゲットとなる顧客の特定

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ペルソナの再設定のポイント

顧客を明確化する上で重要となるポイントは2つある。まず、「顧客と利用者は必ずしも一致しない」ということである。例えば、子どもを対象とした製品・サービスや福祉関連のアイデアでは、実際に使う人とお金を払う人が一致しないことが多い。顧客（クライアント）は、「実際にお金を払う人」であり、ユーザー（クライアント）は「そのサービスを使う人」を指す。基本的に、その製品・サービスを選択するのは「顧客（クライアント）」のため、「誰がお金を払うのか」という視点で、想定していた顧客で問題ないか、もっと狭めることは出来ないかを考えることが重要となる。

次に「細かく、具体的にセグメントすること」である。理想的には「実在する人」を想定することが望ましく、自身や近親者・友人などが挙げられる。それが難しい場合には、想像上の誰かを想定することになる。顧客を設定する上では下記の5つの点について着目すると良い。

- **顧客が不満に思っていることは何か？**
- **顧客が課題だと感じていることは何か？**
- **顧客が皆さんの想定しているアイデア（商品・サービス）を利用する直接的な理由（機能的価値）は何か？**
- **顧客が解決して欲しいJob（仕事）は何か？**
- **顧客が商品・サービスの利用を通じて実現したいことは何か（情緒的価値・being）？**

加えて、設定後も「ペルソナ像にミスマッチや違和感は無いか？」、「現時点で不明な点や確認が必要な点はないか？」という確認を繰り返す必要がある。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ペルソナシートの作成

■ 目的・ねらい

問題解決の方法（アイデア）を提供する対象の特徴を明確にするために書き出す。書き出したペルソナが本当に存在する人物で、無理がないものかについての確認も行う。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　ペアを作り　5分間、意見交換

Step❷　アイデアを紹介し合う（1人2分ずつ）

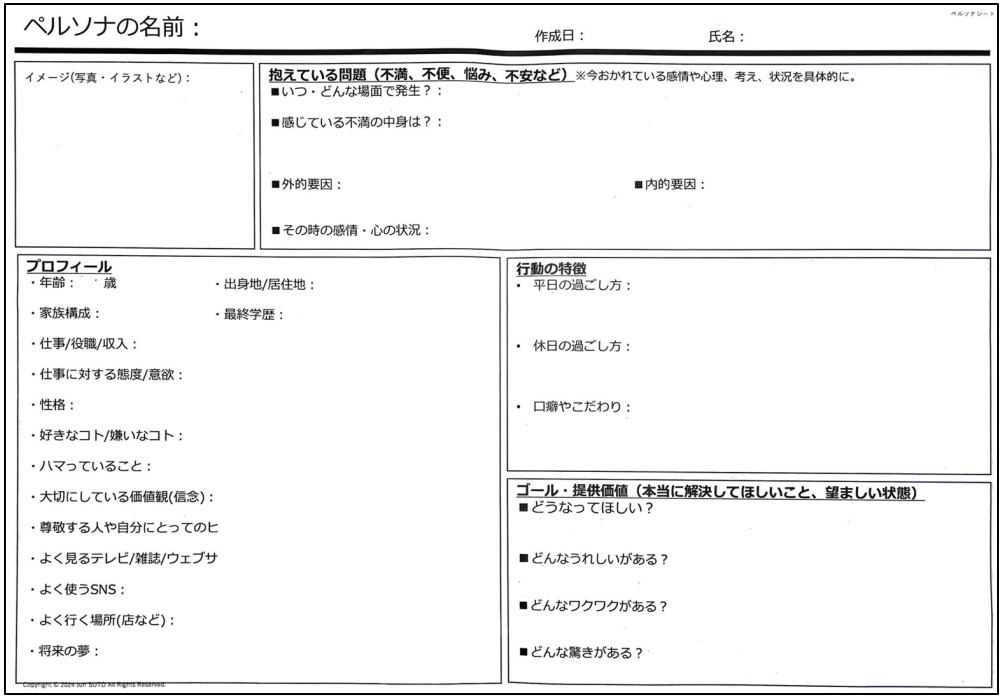
Step❸　聞いている人は質問・コメント・相づち

Step❹　最後、1分、気づきや自分にない視点をメモ

※話は続けたままでOK

■ 使用フレーム

ペルソナシート


ペルソナの名前：　作成日：　氏名：

イメージ(写真・イラストなど)：

抱えている問題（不満、不便、悩み、不安など）※今おかれている感情や心理、考え、状況を具体的に。
■いつ・どんな場面で発生？：
■感じている不満の中身は？：
■外的要因：　■内的要因：
■その時の感情・心の状況：

プロフィール
・年齢：　歳　・出身地/居住地：
・家族構成：　・最終学歴：
・仕事/役職/収入：
・仕事に対する態度/意欲：
・性格：
・好きなコト/嫌いなコト：
・ハマっていること：
・大切にしている価値観(信念)：
・尊敬する人や自分にとってのヒ
・よく見るテレビ/雑誌/ウェブサ
・よく使うSNS：
・よく行く場所(店など)：
・将来の夢：

行動の特徴
・平日の過ごし方：
・休日の過ごし方：
・口癖やこだわり：

ゴール・提供価値（本当に解決してほしいこと、望ましい状態）
■どうなってほしい？
■どんなうれしいがある？
■どんなワクワクがある？
■どんな驚きがある？

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

④ソリューション
課題解決に直接つながるアイデア

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ソリューションシートの作成

■ 目的・ねらい

現在、自分が作成しているアイデアの要素を理解するために「ターゲット（サービス提供する人）」、「顧客がまだ気づいていない課題（ターゲットの不満や悩み）」、「ソリューション（課題解決の方法）」を書き出す。最後のソリューションを考える上では、顧客の課題と対応していることが望ましい。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　ターゲットを記載する

Step❷　顧客がまだ気づいていない課題を記載する

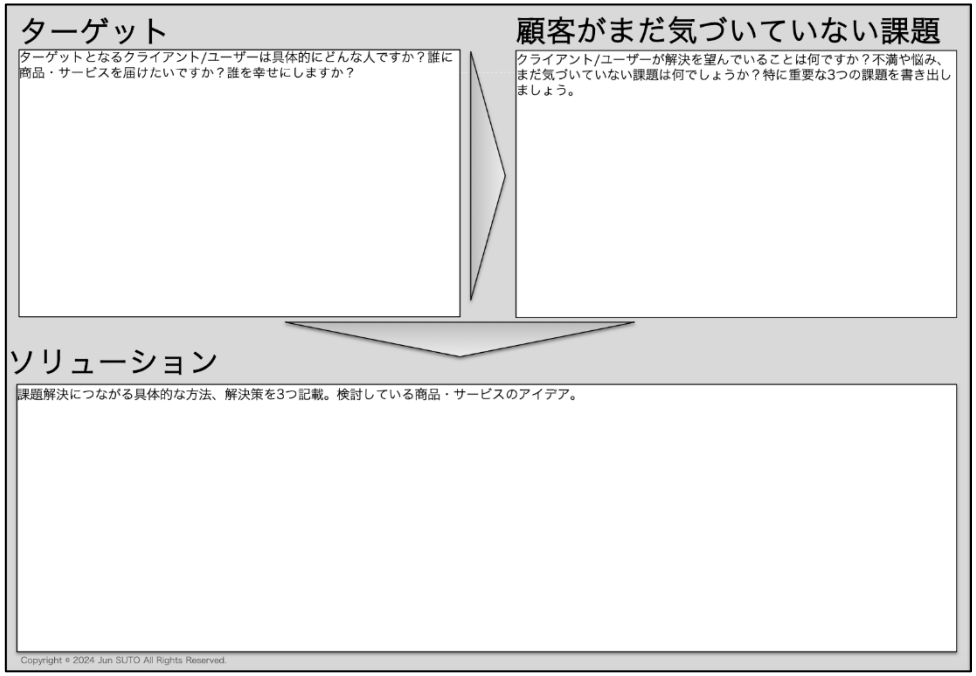
Step❸　ソリューションを記載する

※具体的に何をするのか
※詳細さや確からしさにこだわらない
※どのように提供するのか

Step❹　シートを受講生同士で共有してコメントやフィードバックを行う

■ 使用フレーム

ソリューションシート



Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

⑤提供価値の設計

差別化要因と価値を説明した
明確な説得力のあるメッセージ

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

独自の価値提案と価値提案を明確化するポイント

■ 独自の価値提案を生み出すポイント

独自の価値提案を作り出す上では、①誰のための商品か、②どんなシーンで利用するか、③どんなベネフィットを提供するか、と言う視点で考えていくと良い。

①誰のための商品か

ターゲットは誰か、どのようなターゲットの抱える課題を解決するか、どのようなターゲットの欲求を満たすか。

②どんなシーンで利用するか

どのような場面でニーズや欲求を満たすのか、それを利用することで、どんな幸せが生まれるのか。

③どんなベネフィットを提供するか

提供する価値やベネフィットは何か、どのような方法・技術でベネフィットを提供するのか。

■ 顧客/利用者に対するメッセージの作り方

製品やサービスが他の類似製品やサービスと比較して独自で提供する価値の特徴や利点を示す言葉をUVP（Unique Value Proposition）と言う。

独自の価値提案（UVP）を行う要素が作成できた場合、差別化のポイントを明確化してメッセージに落とし込む必要が出てくる。作成するポイントは下記のような3つの要素である。

①ターゲットを惹きつけるためのキャッチーな言葉

②どうして他ではなく、あなたを選ばなければならないのかに対する答えを考えてみる

③メタファーを使う

-すでにある何かに例えるとわかりやすくなる

-Ex）和製メッシ、〇〇界の〇〇

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

コンセプト設計シート

■ 目的・ねらい

独自の価値提案（コンセプト）の考え方を身につけるために行う。実際の商品のコンセプト設計を実際に考えることで、作り方のコツを掴む。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　お題の商品を提示

Step❷　コンセプトの3要件に基づいて各要素を書き出す

Step❸　実際のコンセプト要素との確認

■ 使用フレーム

コンセプト設計シート

コンセプトの3要件	具体的内容
誰のための商品	
どんなシーンで利用するか	
どんなベネフィットを提供するか	

UVP：

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

4.アイデアの生み出し方

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

アイデアの生み出し方

J.W.ヤングによると、「アイデアとは既存の要素の新しい組み合わせ以外の何ものでもない」としている。そのため、アイデアだけを大量に生み出す上では下記のような方法論に基づいて考えることで、誰でも大量に生み出す事ができる。

方法論としては、「ダウンロード」、「足し算」、「引き算」、「掛け算」、「割り算」の5つの枠組みに基づいて考えると良い。しかし、良いアイデアは方法論を用いて生み出されたものが実際の顧客の課題を解決できるものになっているかで判断されるため注意が必要である。

方法の名称	具体的な方法	具体的な商品例
ダウンロード	過去の経験、既にある知識を活用	昔の食事の再現
足し算	全く関連性のない2つを足し合わせる	スープカレー ビックリマンチョコ
引き算	小さくする、要素を減らす、限定する	パンふりかけ キリンフリー GoPro
掛け算	ある価値を、別の分野に適用する	ポカリスエット
割り算	ものごとを裏側から見る、対極のものを考える （バイアスを崩してアイデアを出す）	ホットジンジャエール

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

アイデアスケッチシートの作成

■ 目的・ねらい

実際の顧客をイメージして、そのアイデアの基本的な要素を可視化することを目的に行う。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　アイデアのタイトルを書く

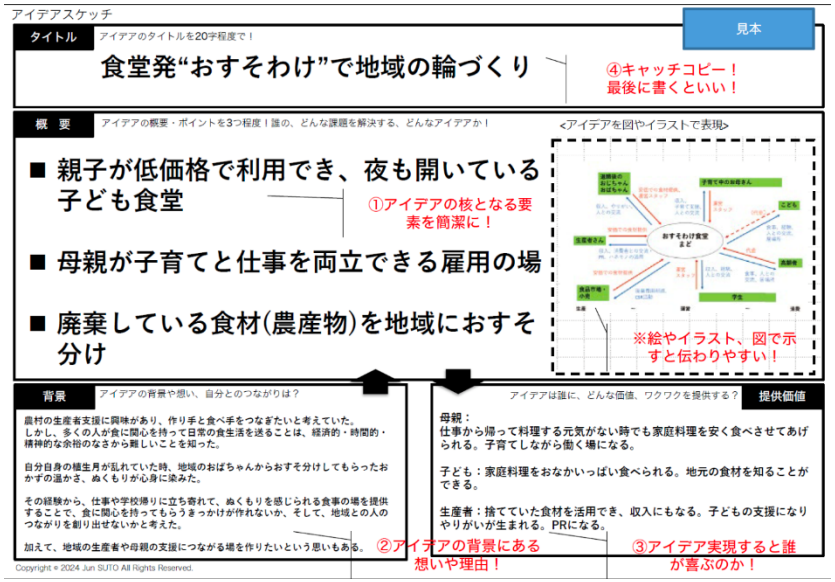
Step❷　アイデアの概要・ポイントを3つ書く
可能であれば、イラストでその要素を記載する

Step❸　アイデアを考えた背景を書く

Step❹　アイデアが顧客にどのような価値を提供するか書く
※基本的には、書けるところから書く

■ 使用フレーム

アイデアスケッチシート



Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

スピードストーミングワーク（ブレスト）

■ 目的・ねらい

作成したアイデアをもとに対話を行い、他者からフィードバックをもらうことでアイデアをブラッシュアップしていく。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　ペアを作り　5分間、意見交換

Step❷　アイデアを紹介し合う（1人2分ずつ）

Step❸　聞いている人は質問・コメント・相づち

※ポジティブなフィードバックを行う

Step❹　最後、1分、気づきや自分にない視点をメモ

※話は続けたままでOK

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

3.ストーリー設計の大切さ

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ストーリーの基本構造

文字ベースでアイデアを伝えることは、時間がある際には有効である。一方で、消費者が製品・サービスを選ぶ際にはそういった時間を取れないことが多い。そのため、アイデアをより効率的に、効果的に伝えるためには、一定のストーリーにして伝えていくことが重要となる。

ストーリーの基本構造は、「課題に直面した場面」、「解決の手段」、「解決の場面」、「解決時のユーザーの姿」の4つから構成される。

課題に直面した場面

ユーザーが課題（困りごと）に直面した場面

・どんな場面で困っているのか
・そこではどんな話や声が聞こえるのか
・どんな表情をしているのか
・どんな感情になっているのか

解決の手段

解決の手段

・具体的にどういう方法で解決するか
・提供される商品/サービスの機能は何か

解決の場面

解決した場面

・解決した時はどんな状態になるか

解決時のユーザーの姿

解決した時のユーザーの姿

・解決するとユーザーはどんなうれしい表情、声を発するのか

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ストーリー設計ワーク

■ 目的・ねらい

商品が実際に顧客の問題をどのように解決するか、どのような人が使用するか、サービスを使うとどのような効果が得られるのかを可視化する。

■ ワークプロセス・時間

Step❶　出演者（登場人物）について書き出す

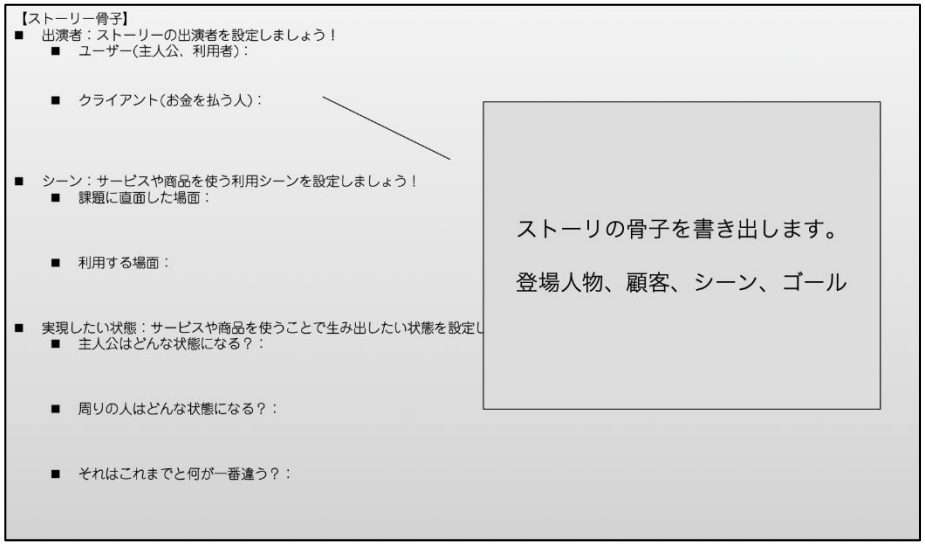
Step❷　シーン：サービスや商品を使う利用シーンの設定する

Step❸　実現したい状態：サービスや商品を使うことで生み出したい状態を設定する

Step❹　課題の4コマを実際のイラストと説明を入れる

■ 使用フレーム

ストーリー骨子シート



Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ストーリー骨子シート

③課題が解決した場面

場面を想起させるイラストを描きます

その場面の説明と、登場人物が話すセリフを記載します。
（300字程度）

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.
55

②課題解決の手段方法

場面を想起させるイラストを描きます

その場面の説明と、登場人物が話すセリフを記載します。
（300字程度）

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.
54

④解決した時に顧客の姿

場面を想起させるイラストを描きます

その場面の説明と、登場人物が話すセリフを記載します。
（300字程度）

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.
56

①顧客が課題(困りごと)に直面した場面

場面を想起させるイラストを描きます

その場面の説明と、登場人物が話すセリフを記載します。
（300字程度）

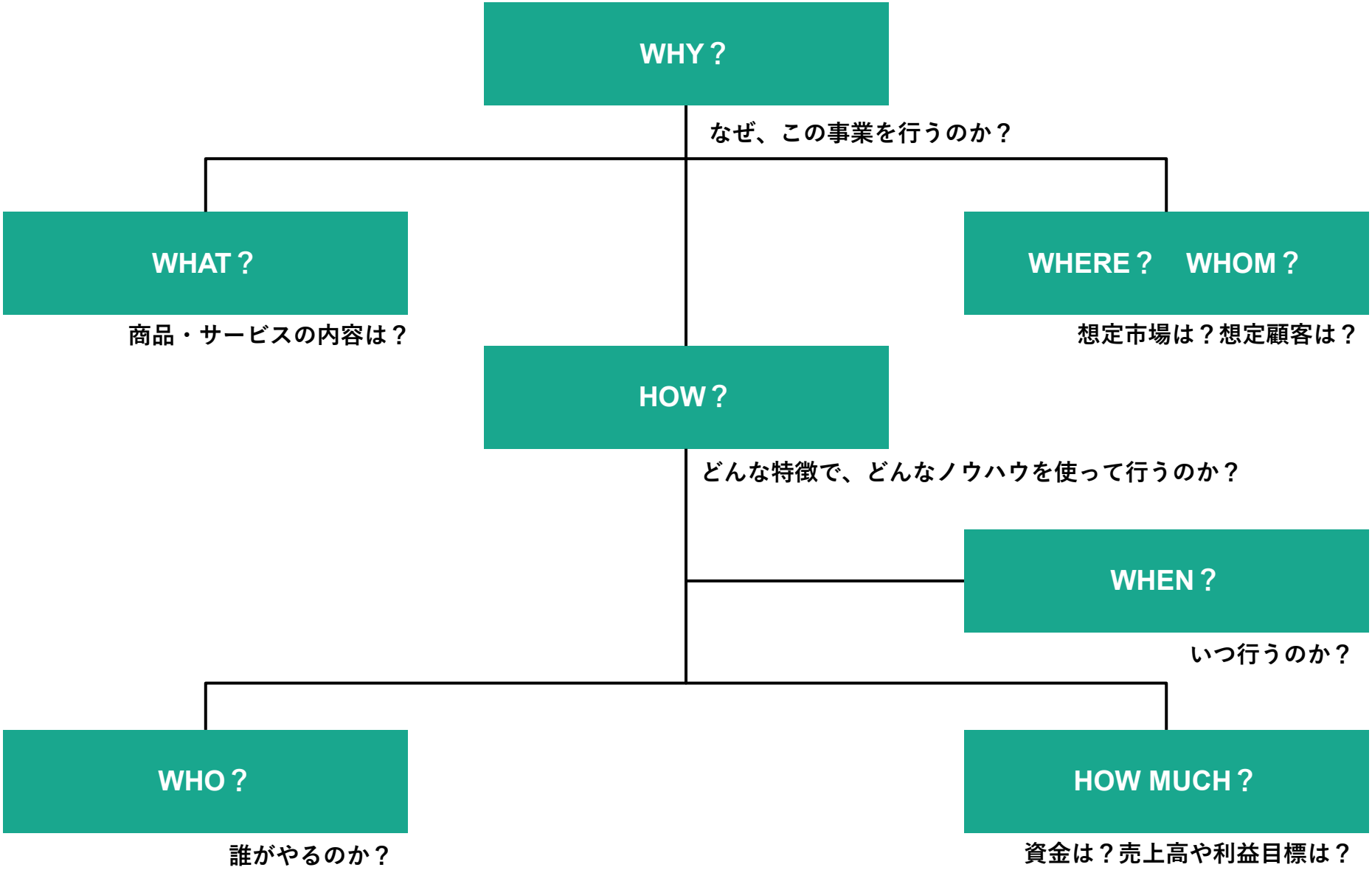
Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.
53

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

4.ピッチデッキ・ピッチ資料の構成要素

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

事業計画の構成要素（概略）



Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ピッチで求められる基本要素（重要）

ピッチにおいて含めるべき基本要素としては次の7点があげられる。

1.Why（理由）

なぜ、あなたはそれに取り組むか？

2.Problem（課題）

どんな顧客の、どんな課題に取り組むか？

3.Solution（解決策）

どのように解決するのか？

4.Key Goal Indicator（目標）

どれくらいの課題解決を期待し、目指しているのか

5.Traction（トラクション）

ターゲットからの引き合いはあるのか（実際の顧客の声はどうか）？

6.Unique Insight（ユニークな洞察）

あなただけが知っている事実は何か？

7.Vision（世界観）

それに取り組んでどんな世界を作りたいのか？

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ピッチ資料の基本構成

ピッチ資料の基本構成としては、以下が指摘される。なお、ピッチの時間や対象によっては、ポイントを絞って資料作りを行うことが肝要である。

1.タイトルと副題：サービスの名称、一言で言うと何か記載する。

2.課題：誰のどんな問題を解決するのかについて記載する。

3.解決方向：根本的な解決方法を提示、それで生まれる価値について記載する。

4.競合他社：潜在的な市場について記載する。

※競合他社がないわけないので徹底的に調べて記載する。

5.市場規模：市場の大きさ（収益）について記載する。

※一定規模ある市場が望ましい。

6.プロダクト紹介：ごく簡単に製品の概要について記載する。

7.ビジネスモデル：広告・コミッション・ライセンスなど収益の獲得方法について記載する。

8.市場獲得：顧客開発の方法や認知の広げ方を記載する。

9.トラクション：財務状況や今後のビジネスの成長可能性について記載する。

10.競合他社の分析：類似サービスと自社サービスの立ち位置を比較しながら記載する。

11.競争優位性：自分たちの強みについて記載する。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

5.実施風景

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

チェックインと課題共有

はじめに、四万十町役場人材育成推進センターの吉村より挨拶が行われ講座がスタートした

チェックインでは、「名前、所属、今の気持ち」をグループで共有することとなった

前回までの講座内容について改めて確認する受講生の様子

顧客理解の調査結果について説明をする受講生の様子

学生メンターに自身が取り組んできた調査について共有する受講生の様子

学生メンターからのフィードバックをメモに取る受講生の様子

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

インプットの様子

アイデアは主人公、シーン、実現したい状態の3つの構造からできていることが共有された

良いアイデアに関するインプットを聞く受講生の様子

受講生はインプットについて聞きながらメモを取る様子が見られた

事業創造は、①CPF、②PSF、③PMFの3つの段階を達成する必要性が共有された

アイデア創出は才能ではなく5つの方法論に基づくと大量に生み出すことができることが共有された

受講生はインプットの内容を次のワークに結びつけるために真剣に聞いていた

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ワーク：顧客の抱える課題　解決すべき課題を考える

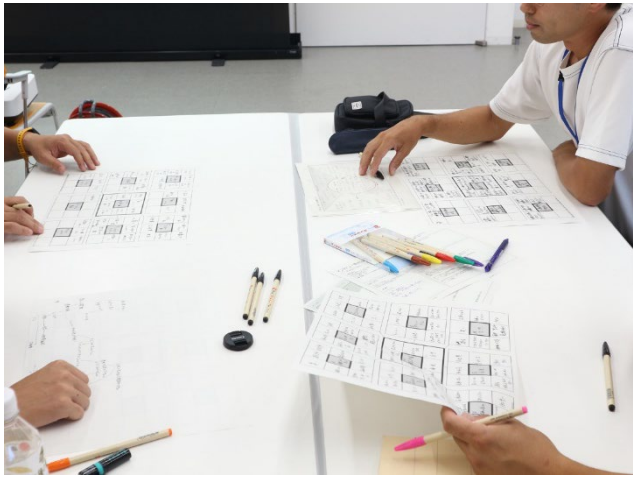
課題の深掘り方法とワークに関する説明が行われる様子

マンダラートシートに顧客の課題をテーマに記載する受講生

ワークに取り組む全体の様子

最初に顧客の課題をテーマに表面的に抱えている課題について書き出した

各課題の背景に隠れている具体的な気持ちや心理について書き出した



書き出したマンダラートシートを受講生同士で共有を行った

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ワーク：アイデア創造ワーク（コンセプト設計シート）

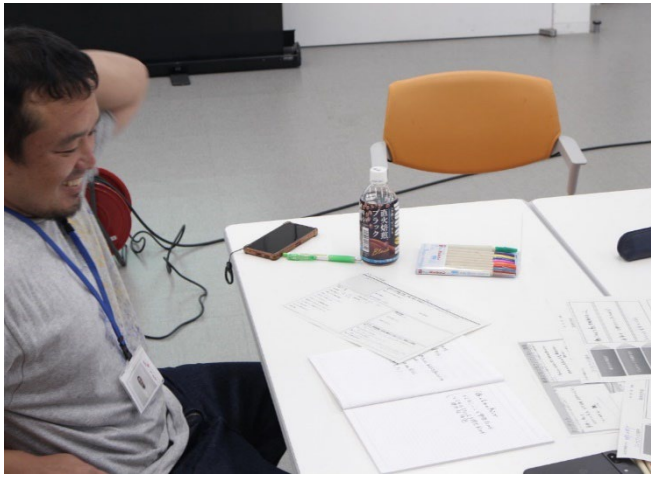
コンセプト設計シートに関する説明が行われる様子

コンセプトシートの書き方について共有が行われて実際の書き方がレクチャーされた

受講生は具体的な商品を見せられて、コンセプトシートのフォーマットに特徴を整理した

商品についてターゲット、どんなシーンで利用するか、提供する価値について記載した

記載する内容は受講生同士で相談しながら深めているグループもあった



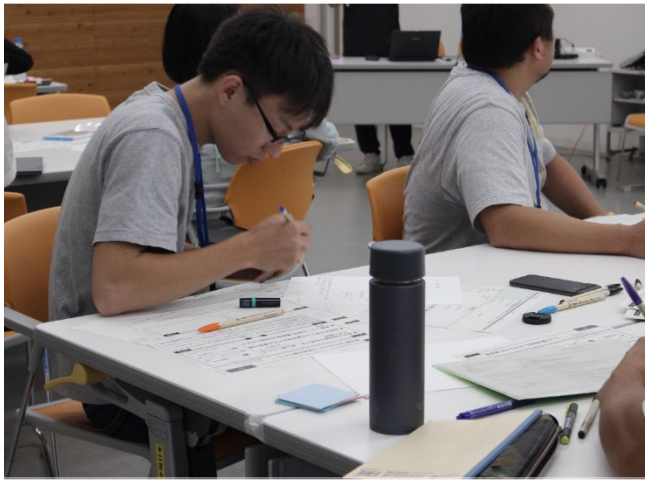
記載した内容が全く違い、思わず笑う受講生も見られた

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ワーク：アイデア創造ワーク（アイデアスケッチシートの記載）

アイデアスケッチシートを書く目的・書き方や注意すべきポイントについて須藤から共有された

受講生はアイデアスケッチシートに現在自分が考えるビジネスアイデアを記載した



アイデアは1人最大2つのアイデアシートの作成を行った

アイデアスケッチシートの作成時に不明点がある受講生は、学生に相談を行った

アイデアだけではなく、アイデアの原体験について深く考え込む受講生も見られた

受講生は、2枚のアイデアシートを書き上げ、以降のワークに臨んだ

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ワーク：スピードストーミング

アイデアブラッシュアップのために、スピードストーミングが行われた

スピードストーミングは、3ラウンドに分かれて行われた

スピードストーミングは、2名がペアになって行われた

アイデアについて褒めるようにして、更にアイデアを磨くポイントをお互いに考えた

自分のアイデアについて、深く相談を行う受講生も見られた

アイデアについてフィードバックを受けた受講生はメモを取っていた

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

ワーク：アイデアブラッシュアップ

スピードストーミング後は、アイデアブラッシュアップのために壁にアイデアシートが貼り出された

受講生は、貼り出されたアイデアシートを眺めて、他の人へのアイデアを考えていた

受講生は、アイデアに関して付箋に気づきを書き出してコメントを入れた

全員のアイデアシートを見て、自分のアイデアの参考になるものを検討する学生も見られた

他の方のアイデアについて、積極的にコメントを入れる受講生が印象的であった

コメントを入れた後は、受講生同士でアイデアについて話合いも行われていた

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.

問い合わせ先

四万十町役場人材育成推進センター
担当：中井智之・吉村愛
〒786-0008　高知県高岡郡四万十町榊山町3番7号
E-mail：103060@town.shimanto.lg.jp
TEL：0880-22-3163　FAX：0880-22-3345

高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室(須藤順研究室)
担当：准教授　須藤順
〒780-8520　高知県高知市曙町2-5-1総合研究棟1階
Web：https://www.communitydesign-kochi.jp/
E-mail：j.suto@kochi-u.ac.jp
TEL：088-888-8077　FAX：088-888-8043

※本講座に関する問い合わせは上記までお願いいたします。
※本資料の無断での配布、外部組織や個人への配布・閲覧、及び二次使用は、固く禁止させて頂きます。

Copyright © 2024 Jun SUTO All Rights Reserved.