学生のビジネスプラン作成を支援

第3回CVG北海道セミナー

日刊工業新聞社は11月17日、トーマツ札幌事務所で「キャンパスベンチャーグランプリ（CVG）北海道セミナー」を開いた（後援＝北海道経済産業局、トーマツベンチャーサポート）。3回目となるセミナーには起業に関心のある学生ら約20人が参加。経営者や過去のCVG入賞者の体験談、専門家による聞き手の心に響くプレゼンテーションの助言などに参加者は熱心に聞き入っていた。セミナー終了後は交流会を実施し懇親を深めた。CVG北海道は道内の学生らを対象にするビジネスプランコンテスト。10回目を迎える本年度は12月の最終審査を経て、2015年2月9日に表彰式を札幌市内で開催する。

私の起業体験

ときめきサプリ社長　岩館　空氏

失恋きっかけに〝イケメン〟事業

店員MAP

2013年8月に設立して「イケメン店員MAP」を運営しています。飲食店や美容室などの〝かっこいい〟店員を紹介するサービスです。

生涯未婚率が上がっている時代。彼氏、彼女がいない人が増えていると言われています。結婚したくないのかというと、そうではない。なぜかというと「面倒くさい」と答える人が多く、結婚までの過程で「もういいよ」となる。

働く女性は社会一般のレベルを保つために化粧もそれなりにしますが、週末がひどい。一歩も外に出たくないという女性も多い。サービスのプロダクトを考える上で「3次元」と「2次元」を定義づけしました。「3次元」は婚活や合コン。「2次元」は漫画やゲームなど。週末は「2次元」で完結する人を合コンなどに向かわせるきっかけづくり。「2・5次元」のサービスとも言えます。それには「ときめき」が必要です。

ときめき感を

あの人に会いたい―。女性は「ときめき感」があれば前進する。心のオアシスとなるイケメンは、誰しも一人はいるのではないでしょうか。それを「食ベログ」のように外部に発信すれば、誰かが閲覧して「この人だったら会ってみたい」となるのではないか。イケメン情報も投稿してもらうなど、皆で楽しめるサービスを作りました。

店側にもホスピタリティーの高さなどでお客さんをキュンとさせ、また来たいと思わせれば、店のファンも増える。新しい宣伝軸として提案しています。旅行業界向けには「恋に効く女子旅」という企画を立てています。ダイエットなど「自分磨き系」でもイベントを組めないかと考えています。現在掲載するイケメンは約800人。年内にも1000人まで引き上げたいと思います。

起業のきっかけは私が29歳のクリスマスに失恋したことです。IT会社に勤務していましたが、仕事だけになり、週末は外に出なくなってしまいました。日曜日の夜になると反省して切なくなり、休日は人としてもどうかというレベルまで落ち込みました。

世の中明るく

そこから社内の新規事業への応募や、ピッチのコンテストに出て、奇跡的な出会いもありました。ある方に「君はクレイジーだね。投資するから起業した方がいい」と言われ、起業を決めました。札幌発ながら人気も出てテレビなどにも出演しました。普段接することができない人と会い、自分のアイデアを実現するための手段を手にすることができました。

イケメンが財産のビジネスです。今後はライターやカメラマンを増員して情報を増やします。「ときめき感」を視覚化すれば、世の中が明るくなるのではないかと「キュンコレ.COM」も9月に立ち上げました。

今後の展開を楽しみにしていて下さい。

交流会では講師と参加者が親睦を深めていた

トークセッション

プレゼンで気持ちを伝える

〈進行役〉大平　義隆氏（北海学園大学経営学部教授）

〈コメンテーター〉荒谷　沙織氏　大草　芳江氏

左から大平氏、荒谷氏、大草氏

大平　プレゼンでの心構え、中身について注意した点を教えて下さい。

荒谷　楽しむことが第一でした。いかに楽しいと思わせるかを大事にしました。プレゼンは限られた時間です。どうしても削らなくてはいけないところがあったのですが、プレゼンの補足資料に盛り込んで質問の時間をうまく使いました。

大草　2通りあると思います。プランそのものがその人にとって必然性があるかだと思います。自分が形にしたいと思う気持ちは審査員の人に伝わるので大事だと思います。一方で、問われている内容について答えないと点数は低くなってしまいます。プランをきっちり伝えることが必要だと思います。

大平　荒谷さんの「ワンコック」はどこが売りで、他と違う点は。

荒谷　「ワンコック」はペットの命を大切にする社会にしたいと思って作ったプランです。飼い主によるペット自慢のアプリは数多くあります。ワンコックは発信してコメントをもらって交流することと、食の専門性を意識して、専門家のコメント欄があったり、料理教室があったりします。飼い主同士のコミュニティー創造と食の専門家との交流の2軸で考えました。収入は、広告料、有料会員登録、料理教室、ペット業者向けデータコンサルティングサービスの4軸です。

大平　大草さんはどうですか。事業の差別化についてどう考えますか。

大草　我々、参加する関係者、社会が幸せになる「三方良し」の図式を心がけてます。なぜ我々が必要かの「必然性」も考えています。そうでなければ得意な人にまかせます。競合他社は存在しないと思っていて、モノづくりを切り口に、科学的な思考力を身につける講座を300コマほど開設し、毎週50名ほどが通っています。他にそういった講座はないと聞いています。小学一年生から高校生まで、最近は大学と連携し、学生の基礎教育も引き受けています。

〈会場からの質問〉

―CVGのようなビジネスプランコンテストでは、「新しくない」「もうけたいなら、他のことでも良いのでは」など、さまざまな視点から見られると思います。どんなサービスを出すことが期待されますか。

荒谷　「思い」が重要です。「こういう社会を作りたい」「変えたい」など、何かがあった上のサービスはずっと続けられます。「思い」のないものは、もうけて、サービスがしっかりしていても、芯がないと思います。

大草　やりたいと思ってもできないことがあります。「そういう人に代わってまとめてやります」という環境づくりが求められています。研究者なども社会に還元したいと思っていても、本業が忙しくてなかなか実現できない現状があります。そこにチャンスがあり潜在需要があります。

大平　皆さんもCVG北海道を通じて、成長してほしいと思います。本日はありがとうございました。

あらや・さおり　「わんコック～ママは僕のコックさん～」で第9回CVG北海道優秀賞を受賞。現在は小樽商科大学4年生。

おおくさ・よしえ　第2回CVG東北奨励賞受賞。現在はFIELD AND NETWORK取締役として、ネット新聞発行や小学生向けの学習支援事業などに取り組む。

ビジネスプラン作成のポイント

心に残るプレゼンテーション

トーマツベンチャーサポート　庄司　敬央氏

事業計画の策定とプレゼンテーション資料の作成には違いがあります。

プレゼンは目的ごとに資料を作り込みます。投資家向けには、どのくらい利益がでるのか、従業員向けには、会社はどこへ向かうのかを重点に説明します。作成順序は「なぜ、誰に、どのように」訴えるかを把握することが重要です。まず目的を押さえること。聞き手が必要ではない情報だと聞いてくれません。内容も明確に絞り込んで下さい。対象者もきっちり理解して下さい。インターネットや対象者が書籍を出していれば考え方に関する情報が入手できます。人物像をヒアリングすることも重要です。業界用語など相手が理解できない言葉でプレゼンしてしまうミスが防げます。

聞き手の導き方を決める。何を伝えるべきか、どう伝えるべきかを理解して下さい。何を伝えるべきかは、四つのステップがあります。①疑問や反論になりそうな点の洗い出し②疑問の優先順位をつける③疑問に対する答えを述べる④答えに対する事例などで納得感を得る―。この四つで内容を固めていきます。どう伝えるべきかは、結論から考えてそれを先に伝えます。「Point in Point out」という要約を先に述べ、詳細で膨らませ、要約で締める方法もあります。聞き手の関心が強い点に時間を割き、疑問を投げかけ、共感を生んでいきます。

スライドの作成ルールは、1スライド、1メッセージです。分かりやすいスライドの作成を心がけてください。スライド内で整合を取ることも重要です。文字の大きさは30ポイント以上が理想。内容は「why、what、how、who」で構成します。具体的にはタイトルスライドでサービス名、キャッチフレーズを20字程度。「what」は何が問題か、誰が困っているかを述べます。「how」は提供するサービスを述べて下さい。「who」は誰に提供していくのか、数字を使えば現実味が増します。

最後にリハーサル。話す態度や声の大きさ・質が鍵になります。自信を持って情熱的に話すこと。棒読みだと聞き手が飽きます。丸暗記も止めて下さい。目線をうまく使うと余裕を持って話していると伝わります。聞き手側を見て、ZやWの文字をなぞるように目線を動かしてください。

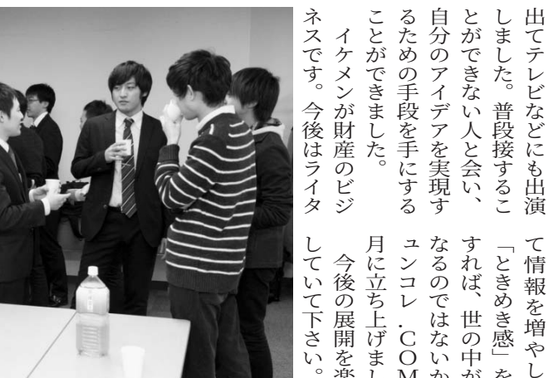
基本的な事柄を述べました。実践によって皆さんのプレゼン力が向上するはずです。本日はありがとうございました。

産業ガスのソリューション。
広がる事業のイノベーション。
エア・ウォーター

エア・ウォーター、ときめき、関係しています。

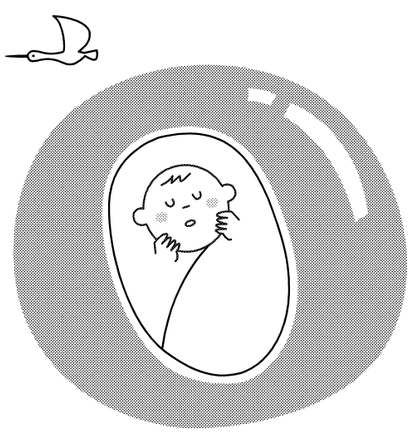
酸素や窒素、アルゴンなどの産業ガス

鉄をつくる際に、大量の酸素を使うということをご存じですか？私たちエア・ウォーターは鉄鋼をはじめ、化学、造船、ガラス、エレクトロニクス、自動車、建機、製紙・パルプなど、幅広い様々なモノづくりの現場を支えている、酸素や窒素、アルゴンなどの各種産業ガスを供給しています。



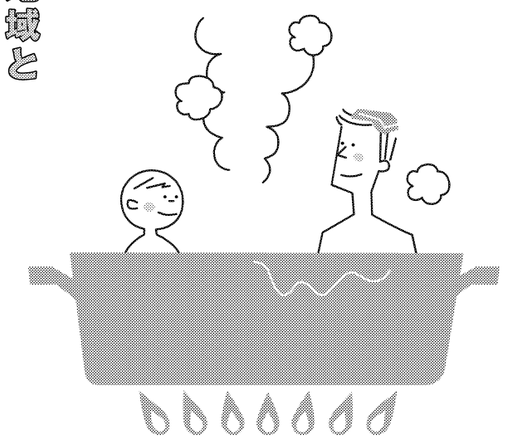
生命を守る、医療用ガス

例えば、産まれたばかりの赤ちゃんをくるむ保育器の酸素も。エア・ウォーターは生命の現場にかかせない医療用ガスの国内リーディングサプライヤー。医療用酸素を中心に、窒素、滅菌ガスなどの様々な医療用ガスを、全国の医療機関に向けて安定・安全供給しています。



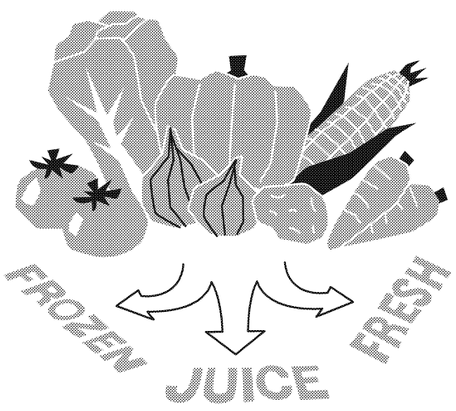
地域とくらしに密着した、生活エネルギー

エア・ウォーターは地域のくらしに密着した「ハローガス」ブランドとしてLPガス・灯油ビジネスを展開しています。家庭用から工業用・業務用の幅広い分野で「エネルギー・ベストミックス」のきめ細やかなサービスを提供。また省エネ・ガス機器の開発や提案も行っています。



トマトや野菜ジュース、高品質冷凍食品

日本最大級のガラスハウスでトマトやベビーリーフを栽培している「エア・ウォーター農園」。おいしい野菜ジュースを製造している「ゴールドパック」。そして急速冷凍技術を駆使した高品質な業務用の冷凍食品事業を展開している「春雪さぶーる」など、農業・食品事業でもこの国の〝おいしい〟を支えています。



エア・ウォーター株式会社
〒542-0081 大阪市中央区南船場2-12-8 エア・ウォータービル
エア・ウォーター　検索