

《起業塾#9》

- 日時: 2017/02/05(日) 13:30-18:00(懇親会 18:15-20:15)
- 場所: AIIT 秋葉原サテライトキャンパス
- 内容: アイデアソン
- スケジュール 13:00-13:10 主催者挨拶
 - 13:35-14:15 講演①藤縄 雅敬 氏(株式会社ジャパンフットボールマーチャンダイズ
代表取締役)
 - 14:15-14:45 講演②釧持 勝 氏(イー・リゾート 代表 / 有限会社地方創発計画
取締役)
 - 14:55-17:55 アイデアソン・発表
ファシリテーター:釧持 勝 氏(同上)
- 参加者数: 25 名(本学教職員含む)

ATND
PRODUCED BY RECRUIT

イベント検索 ログイン or 無料登録

日本語
English

注目のキーワード [unreal engine](#) [アプリ](#) [swift](#) [AE](#) [データ](#) [HTML5](#) [デザイン](#) [UX](#) [python](#)

AIIT起業塾 #9 - アイデアソン

Tweet Like 42 G+ 0 B! 0



このイベントは終了しました

主催者をフォロー
新規イベントのお知らせが受け取れます

採用セミナー 2017.3.3(金) 20:00開始
 Cygames アニメ事業部 × Cygames Pictures

大阪 Cygames 座談会
 プログラマー & 3DCGアーティスト編
 3.7(火) 19:30 START!

社内勉強会 イベントを看取り、機軸し 賢達と学ぶツール
ATND INTERNAL
 イベントで会社をもっと面白く
 勉強会 技術系 勉強会 et al.

日時: 2017/02/05 (日) 13:30 - 18:00
[Googleカレンダーに追加](#)

定員: 32人

会場: AIIT秋葉原サテライトキャンパス (千代田区外神田 1-18-13 秋葉原タイビル 12 階)

URL: http://ait.ac.jp/about/pdf/access/AIIT_MAP201301.pdf

主催者: [InfoTalk](#) [フォローする](#)

ハッシュタグ: #ait_startup




《講演①講演・課題提示》

- ・ 講師：藤縄 雅敬 氏 (株式会社ジャパンフットボールマーチャンダイズ 代表取締役)
- ・ タイトル：「スポーツ施設運営における日本ならではのソフトサービスを東南アジア諸国へ輸出する」
- ・ 講演内容：以下、資料抜粋



設立目的 SAKAI N. Training Center

- ①サッカーをはじめとするスポーツ・レクリエーション活動の振興
- ②市民の健康づくりや青少年の健全育成を推進
- ③日本代表チームの練習拠点や全国規模の大会の開催

↓

豊かなスポーツ文化を創造するスポーツ交流拠点の形成をめざす。



《講演②インプットセミナー》

- 講師： 鈞持 勝 氏 (イー・リゾート 代表 / 有限会社地方創発計画 取締役)
- タイトル： 「日本サービス業のアウトバウンド」
- 講演内容： 以下、資料抜粋

AIIT起業塾 #9 — アイデアソン

スポーツ施設運営における日本ならではのソフトサービスの東南アジア諸国輸出を成功させる

産業技術大学院大学 社会人学び直し高度人材育成 プログラム開発委員
イー・リゾート 代表 / 有限会社地方創発計画 取締役
鈞持 勝 (FB ID: Masaru KEMMOTSU / gmail: guden2@gmail.com)

ファシリテータ本人の、サービス海外進出経験

■上海銀七星滑雪场

- どのような施設か？
 - 中国初の室内スキー場(創業者は日本在住中国人花崗岩輸入商)
- 関わった業務
 - 動線計画
 - 基本、ザウスのコピーだったため、「ザウスの悪さ」も引き継いでいたので、動線設計および客流動量に合わせた施設規模・通路幅変更やフロント、レンタル、ロッカールームなどの人員配置計画を立案
 - TOC(制約条件下理論)のドラム・バッファ・ロープやスループット会計論を用いて「全体最適化」を計画
 - オペレーショントレーニング
 - 「日式」の、「丁寧で、正確かつ迅速な作業」を徹底する

2-2. 企画を生み出す:クロス分析の組合せ

■クロス分析(2枚のポストイット組合せ)での、アイデア作り

● 組合せには拘らず、とりあえず複数のポストイットで、両方の強み・弱みを示す

	強み	弱み
機会	<p>「強み」×「機会」</p> <p>自社の強みを最大限に活かして市場の機会を勝ち取るには？</p>	<p>「弱み」×「機会」</p> <p>自社の弱みを補える市場の機会到来によって、何を創り出せるか？</p>
脅威	<p>「強み」×「脅威」</p> <p>自社の強みによって、市場や競合の脅威を逆に機会に変えるには？</p>	<p>「弱み」×「脅威」</p> <p>自社の弱みが、市場や競合の脅威と相まって、最悪のシナリオを描かないようにするには？</p>

3-2. 戦略マップ作り:戦略マップの作成順

- まず顧客の視点に戦略(施策)の概要を個々に書く
 - 「数」は速、それに対して具体的な数値(アップダウン)目標を設定し行動計画に示す
- 次に業務プロセス側の施策概要とメモした具体的な施策を見ながら、それを実行するために必要な「スタッフの備えるべき能力」と「必要なシステム」、そして「これまでの組織の仕組みなどを変更しなければいけない点」を考えて、それを付箋紙に書き、学習と変革の視点欄に貼り付ける

3-3. 戦略マップ作り:作成した戦略マップの確認

戦略目標の分類	戦略目標となる課題
顧客の視点	顧客からの評価
業務プロセス別の課題	プロセスに共通の課題
人材	ナレッジ
仕組み	

財務の視点での最終的な目標は、地域価値の増大・向上。これは地域経済と人口の維持・成長性と資産価値の維持という2つに分けられる。その2つを促す重要要因は、地域の平均所得の向上となる

顧客からの評価の結果として得た成果。例えば、売上増進、販売数量、リピート、紹介、シェアの高まりなど

顧客が企業やその商品・サービスに対して行う様々な評価のこと。顧客提供価値への評価。例えば、満足度、認知度、顧客満足度顧客ロイヤリティ、ブランドイメージ

企業が顧客へ提供する価値。企業が実際に生み出せるモノのうち最終的な成果物。例えば、商品の品質、適正な価格設定など

業務プロセス別の課題。例えば、コアビジネスプロセスやサポートプロセス外、さらにコアプロセスをさらに分類したイノベーションプロセスとオペレーションプロセス別、オペレーションプロセスを分類した顧客関係性プロセスとサプライチェーンプロセス別の課題

プロセスに共通の課題。例えば、原価の削減などコスト構造の改革や業務の効率化

人材関連の要素。経験、スキル、やる気、文化、組織風土

ナレッジ。知識関連の要素。組織に蓄積された情報、技術、ノウハウ

仕組み関連の要素。例えば、制度、システム、組織

3-3. 戦略マップ作り:戦略マップに数値を入れる