

2020年度学生研究会講義録（全5回）

今年で8年目を迎える「学生研究会」。例年、春学期と秋学期に対面で実施していた本研究会ですが、今年度はコロナ禍に見舞われたことにより、春学期は残念ながら中止せざるを得ませんでした。しかし、秋学期には本研究会はじまって以来の試みとして、オンラインでの開催を実現することができました。活動内容をビジネスプランコンテスト対策に特化し、学内外のビジネスプランコンテストへの応募を目指すべく、5回の実践的な研究会を実施しました。講師の福嶋伸之先生（アプリル株式会社代表）の丁寧かつ適切なお指導により、充実した活動となりました。昨年度に引き続き、単発での参加もできるようにしたことや、申込フォームを導入したことにより、気軽に、興味をもった回にどこからでも参加できる環境を整えることができました。5回という少ない回数ではあったものの、53名（のべ109名）の学生が活動に参加する結果となりました。本研究会に参加した学生チームの中には、今年度の学外のビジネスプランコンテストで受賞した者もあり、ビジネスプランコンテストへのサポートを毎年続けてきた一つの成果があらわれたものといえます。

今年度の研究所主催のグッズコンテスト（7月）、ビジネスプランコンテスト（12月）もオンラインで開催されたことから、オンラインを活用したあらたな活動を模索する一年間となりました。今年度の経験や挑戦が、来年度にも活かされることを期待します。

以下は、2020年度学生研究会の活動記録（福嶋先生による講義録）です。

第1回（2020.10.1）

時限Ⅳ

・概要説明

・瞬発アイデア出し→1分でビジネスプランを考え、チャット欄で送る

・アイデアについて

・思いつき = 「こんなことが出来たら良いな～」という思い

・アイデア = 思いつき + それを可能にする方法

・企画 = アイデア + 具体案

プランは企画です。

・組み合わせアイデア出しシートの説明

相反する、あるいは関係のないジャンル2つを設定し、そのジャンルのランダムなワードを10個出す。

ワードを1つずつ選び、組み合わせで作ったアイデアを5個考える。

例：『新しいもの』 × 『古いもの』

『若者』 × 『お年寄り』

『観光地』 × 『インドア派』

→今週は使えませんでしたので、次回やります。

・チームごとにブレイクアウトルームに分かれて、瞬発アイデアを発表しあい、チームごとのプランを作成

※このプランは仮のもので、変更可能です。

- ・チームごとのプランの発表、福嶋から質問／意見
 - どうやってお金を儲ける？
 - 運営コスト（含む人件費）は？
 - アプリ開発のコストは？
 - どう宣伝する？
 - リスクは？
 - ユーザー／ターゲットは？
 - タイトル重要です
 - アプリ開発にはコストが掛かります
 - お金を貰う方法は（運動会の例で）若者から、お年寄りから

- ・ビジネスプランコンテストのポイント
 - ・流行りの話題
 - ・社会問題
 - ・学生らしいもの
 - ・SNS
 - ・ハートフルなもの

【宿題】

- ・ビジネスプラン案（タイトルと概要）をチームで最低2件、考えてください。
- ・チームを組んでいない人は1件でOK。

第2回（2020.10.8）

時限Ⅳ

- ・働く女性が子育てで困ることを一人1つ以上チャットに挙げてください
- ・働く女性が子育てで困っていることを解決するアイデアを考えます。5分程度
なぜ？を5回くりかえす
- ・ブレイクアウトし、組み合わせアイデアシートを用いて、アイデア出しをします。10分程度
チャットに、2つの異なる種類のものを挙げてください
 - ・新しいもの／古いもの
 - ・楽しいこと／つらいこと
 - ・体を動かす／頭を使う
 - ・田舎暮らし／先端技術
 - ・レジャー／お金
 - ・安いもの／便利なもの
 - ・学生らしいもの／社会問題
 - ・コロナ禍／ジャンクフード
 - ・勉強／娯楽
 - ・SNS／人と会う

- ・マーケットについて考えよう
 - ・ターゲット → ターゲット母数
 - ・広告 → 到達率、転換率
 - ・ターゲット母数×到達率×転換率 = 売上
 - ・ターゲットは広いのと狭いのとどちらが良い？
 - ターゲットが広い場合：
 - 広告が一部にしか届かない → 到達率が低くなる
 - 商品が魅力的でない → 転換率が低くなる
 - ターゲットが狭い場合：
 - ターゲット母数が小さい
 - ・広告は転換率が高いほど効率が良い
つまりニッチが良い！

- ・広告について考えよう
 - ・オンライン広告
 - SNS
 - 検索キーワード広告
 - ・AIDMA、AISASについて

- ・販路について考えよう
 - ・オンライン販売
 - 送料
 - モール手数料
 - ・リアル店舗
 - 委託手数料
 - 店頭在庫

- ・売上について考えよう
 - ・マーケットから予測した平均客数×平均単価 = 売上
 - ・サブスク、LTV

- ・財務計画について考えよう
 - ・資本金
 - ・売上
 - ・原価（売上 - 原価 = 粗利益）←仕入れ←資本金
 - ・販管費（人件費、地代家賃、水道光熱費や消耗品費、広告宣伝費、租税公課）
（粗利益 - 販管費 = 純利益）
 - ・キャッシュ
 - ・これらの月々の推移

【宿題】

- ・プランを確定し、応募書類にタイトルと概要を記入する

- ・財務計画を検討し記入する
- ・応募書類の記入項目のうち、(よく分からないものを除いて) 最も書くのが難しいものを挙げる
- ・チーム名を決める (仮で良いです)

第3回 (2020.10.22)

時限Ⅳ

財務計画おさらいクイズ

- ・原価 (売上 - 原価 = 粗利益) ←仕入れ←資本金
- ・販管費 (人件費、地代家賃、水道光熱費や消耗品費、広告宣伝費、租税公課)
(粗利益 - 販管費 = 純利益)

販管費おさらいクイズ

- ・販管費に含まれないもの
原価

売上おさらいクイズ

- ・マーケットから予測した平均客数×平均単価 = 売上
- ・サブスク、LTV

販路おさらいクイズ

- ・オンライン販売
送料
モール手数料

広告おさらいクイズ

- ・オンライン広告
SNS
検索キーワード広告

マーケットおさらいクイズ

- ・ターゲット層とは
年代・性別・職業・行動・趣味嗜好など
- ・広告の指標
到達率 (リーチ率)、転換率 (コンバージョンレート)
- ・売上の計算式
ターゲット母数×到達率×転換率
- ・ターゲットは広いのと狭いのとどちらが良い?
広告は転換率が高いほど費用対効果が高い
つまりニッチが良い!

-

具体的に決めてください

1. ターゲット
2. 広告手法
3. 販路
4. 売上予測
5. 販管費、特に広告費、何にいくら必要か
6. 財務計画、資本金の額

調べてください

7. 競合・類似例
8. 製品の場合、製作依頼先・単価・ロット数
9. アプリの場合、開発費用
<https://www.creativevillage.ne.jp/mitsumori/>
10. その製品・サービス、またはターゲット層に関する何かのデータ・表・グラフ

考えてください

11. マネタイズ方法
12. いつ、どこで、誰と使うか
13. どういった方法で知るか、誰のどんな評価が決め手になるか
14. どのSNSをどう使うか、投稿数を稼ぐ・バズらせる工夫

実行してください

15. 製品のプロトタイプを入手、またはサービスを知人などで実際に行う
16. 友人・家族などにアンケート（印象・単価など）
17. それらを体験して良かった点・悪かった点のリストアップ・改善検討

—

ブレイクアウトして

- ・チーム名、プラン名、プラン概要を福嶋に説明
- ・福嶋より評価、アドバイス
- ・応募書類の記入項目について相談
- ・財務計画を検討し記入

—

【宿題】

- ・応募用紙に記入し、提出
- ・質問や相談のある人は連絡ください

第4回 (2020.11.5)

時限Ⅳ

プレゼン資料作成のポイント

●構成

1. 問題提起
2. 問題を分解
3. 解決策！
↓ なーんだ、とならないようにバランスも考えて
4. 内容 …
5. 詳細 (マネタイズ・マーケット・コスト)
6. 問題点・まとめ
(時間がなければ質疑応答に賭ける)

最低各1ページ、多くても各5ページくらい

●各ページについて気をつけること

グラフ・図・表 ○
箇条書き (図・写真) △
文章 ×

●『大学生、本を読む』PDF

アニメーションが消えたりしていますが、
参考にしてください。

--

【宿題】

・特にありません。プレゼン資料を考えておいてね。

第5回 (2020.11.12)

時限Ⅳ

プレゼン資料作成のブラッシュアップ

●説明の流れを考える

- ・ 見ている人の気持ちの動き
- ・ 見ている人の理解度
- ・ 効果的な順序

●見た目について

- ・ 写真で雰囲気を伝える
- ・ 色にも気を遣う
- ・ 装飾を使いすぎず、効果的に使う
- ・ アニメーションを使いすぎず、効果的に使う
→ 意味合いにあわせて

●評価について

- ・ オリジナル性
- ・ 市場性
- ・ 実現可能性
- ・ 社会貢献性
- ・ プレゼンテーション能力

自己採点で、すべての項目を4～5にすることが入賞条件。

●オリジナル性

- ・ 新しさ
- ・ 着目点
- ・ 課題の困難さ、解決の鮮やかさ

●市場性

- ・ ターゲットの選定
- ・ 広告手法の適切さ
- ・ データを用いること

●実現可能性

- ・ 実際にやってみること
- ・ アンケート
- ・ 既存の技術・新しい技術の組み合わせ

●社会貢献性

- ・ 課題の着眼点、ありきたりでないか

- ・解決方法が普通のことでないか
- ・受益者の気持ちを想像する

●プレゼン資料のアドバイス

ブレイクアウトルームに分かれてアドバイスしました。

--

【宿題】

- ・特にありません。選出されたチームは頑張ってください！

学生研究会 会則

2016年4月1日制定

(目 的)

第1条 本会は、ベンチャービジネス研究所の目的に則り、本学学生が社会に出て役立つ人材になる為、ベンチャービジネスの理論並びに実態調査を学び研究することを目的とする。

(会員資格)

第2条 会員資格は、本学全学部生（院生含む）対象とする。

(入会手続)

第3条 会員になろうとする者は、所定の入会申込書を提出しなければならない。

(除 名)

第4条 会員が、次のいずれかに該当するときは、所員会議の決議により除名することができる。

- (1) 研究会の名誉を傷つけ、又は目的に反する行為をしたとき。
- (2) 会員としてふさわしくないと認められる行為をしたとき。

(退 会)

第5条 会員は、退会届を提出して、任意に退会することができる。

(改 正)

第6条 規則の改正は、所員会議に諮り決定する。

付 則 本規則は、2016年4月1日より施行する