

**ビジネス・クリエイティブ・コーディネーター
養成プログラム
「ストーリーテリング研究」テキスト**

金沢大学先端科学・社会共創推進機構 人材育成グループ

はじめに

ストーリーテリングとは

事実をただ時系列で提示するのではなく、文字通り「物語」として伝えることで、相手により強い印象を与えることができる手法のことです。イメージを喚起しやすい、本情報を「自分ごと」として捉えやすいといったメリットがあります。

本講義では、どのようなストーリーを作成し、他社や地域を巻き込んでいくのかの企画書及びプレスリリースを作成し、プレゼンを行うことで、ビジネス・クリエイティブ・コーディネーターとしての5つの力（課題解決力、探索力、巻き込み力、企画発想力、事業推進力）を総合的に身につけます。

1. ビジネスアイデアを整理する

コーディネーターのためのビジネス論で使用した『ビジネス・クリエイティブ・コーディネーターのためのビジネスアイデア整理シート』を使用して、自分が実際に実施したいビジネスアイデアを整理していきます。

類似の先行事例などについて調査しながら、他社（他者）のリソースを活用し、オリジナリティを発揮できるものにしていきましょう。

タイトル/ネーミング/キャッチコピー				
ニーズ・課題 ／実現したい未来	ソリューション ／実現方法	価値提案	顧客との関係	顧客
	自社リソース		チャネル	
	他社リソース			
コスト構造		収益の流れ		

（ビジネス・クリエイティブ・コーディネーターのためのビジネスアイデア整理シート）

2. 収益性を考える

1. で整理したビジネスアイデアについて、そのビジネスアイデアが収益性を上げることができるのか？を考えていきます。

ビジネスである以上は、収益性が確保されている必要があり、仮に社会課題の解決に焦点を絞り収益を追い求めない場合であっても、事業の持続性を担保する観点から、収益性について考える必要があります。

ここでは、『損益計算 概要シート』を参考にしながら、売上想定やコスト（販売費および一般管理費）について整理しながら、収益性を考えましょう。

損益計算 概要シート		
		備考(内訳)
売上高		客数(個数)×単価など
売上原価		仕入高、製造に係るコストなど
売上総利益	0	売上高－売上原価
販売費および一般管理費		人件費(製造部門を除く)、販売手数料、広告宣伝費、地代家賃、旅費交通費など
営業利益	0	
売上想定		
1日の客数		
客単価		
1日の売上高		
販売費および一般管理費		
地代家賃		
広告宣伝費		
水道光熱費		
消耗品費		
旅費交通費		
通信費		
その他		

(損益計算 概要シート)

3. プレゼン用発表フォーマットに落とし込む

『ビジネス・クリエイティブ・コーディネーターのためのビジネスアイデア整理シート』で整理したビジネスアイデアを、プレゼン用の発表フォーマットにまとめしていきます。

また、アドバイスをいただけた方に積極的にアクセスしたり、ターゲットとなるユーザー想定層にヒアリングしたりして、ビジネスプランの精度を高めましょう。

タイトル
～副題～

20XX年 X月 X日

氏名

構成概要(基本様式)

1. 自己紹介
2. 事業概要
 - 1) 提案の背景
 - 2) 事業の概要 ※概要図含む
3. 事業計画詳細
 - 1) 需要と供給の予測
 - 2) 事業・収益モデルの概要
 - 3) ロードマップ
 - 4) 事業スキーム, 実施体制図
4. まとめ
 - 1) 目標・ビジョン
 - 2) 将来展望
5. アペンディックス(補足資料)
※プレスリリースは必須

1. 自己紹介

・プロフィール

XX年 ○○に入社 ○○を担当
XX年 ○○を担当
XX年 ○○を担当 ○○・・・・

<強み>

(なぜ、あなたがこの事業を行うのかに関連する強み)

2. 事業概要 提案の背景

(課題, 顧客動向, 市場状況など)

2. 事業概要 – 事業の概要

- 事業コンセプト

(ターゲット, 課題へのソリューション)

- 概要図

3. 事業計画詳細 ー需要と供給の予測

(顧客および顧客ニーズ)

3. 事業計画詳細 ー事業・収益モデルの概要

(コスト)

(マネタイズ方法)

売上げ・利益推移

3. 事業計画詳細 ーロードマップ

(実現方法とそのスケジュール)

(とくに協力者等との連携方法とそのスケジュール)

3. 事業計画詳細 ー事業スキーム, 実施体制図

(どのような体制、連携枠組みで行うのか)

4. まとめ ー 目標・ビジョン

（事業の目的達成で得られること）

（事業の実施により、どのような状態になっていることを目指すのか？）

4. まとめ ー 将来展望

（2～3年後には、どうなっているのか）

アペンディックス(補足資料)

プレスリリース

アペンディックス(補足資料)

3. プレスリリースを作成する

コーディネーターのためのビジネス論で使用した『プレスリリースチェックリスト』を使用して、プレゼン資料に落とし込んだビジネスプランを、様々な方に情報として届けるためのプレスリリースを作成します。

チェックポイントで不足するポイントは、ビジネスプラン上でも不足するポイントでもあります。不足するポイントは、プレゼン資料にも追加しておきましょう。

ヘッダー

タイトル

インパクトのある言葉。3行で書く。

リード文

プレスリリースの内容を簡潔に数行で書く。

画像

リリースの内容が一瞬で伝わるような写真。

本文

5W1Hを入れて、伝わる文章で書く。

問合せ先

企画のチェックポイント

- ☐ 他社（他者）との共創となっているか、独創性はあるか？
- ☐ 事業の目的・計画の背景から企画へのストーリー性があるか？
- ☐ 以下のいずれかのキーワードと関連があるか？
 - 1.「Society5.0」：新しい技術を活用した社会
 - 2.「SDGs」：経済，社会，環境における持続可能な社会
 - 3.「地方創生」：地域社会の課題解決，活性化
- ☐ ネーミング（商品・サービス名）のインパクトはあるか？

リリースのチェックポイント

- ☐ 上記のチェックポイントが伝わる内容となっているか？
- ☐ 以下のいずれかを満たした内容となっているか？
（特に共創することで得られたメリット等がわかるように）
 - 1.特異性：今までにない，驚くようなこと
 - 2.人間性：人間味があって感情に響くこと
 - 3.周知性：多くの人が名前を知っていたり，関心があること
 - 4.社会性：現代社会に意義のあること
 - 5.影響性：社会に対する影響があること
 - 6.地域性：身近な情報であること
- ☐ 専門用語を使っていないか？
（使っている場合は説明文等で補足しているか？）

4. 中間プレゼン

中間プレゼンでは、現状の発表だけでなく、受講者間で相互に講評し合うことで、ビジネス・クリエイティブ・コーディネーターとして必要な思考回路について、あらためて確認する機会となります。

自分のビジネスプランを確認するだけでなく、ほかの受講者にぜひフィードバックをしてあげてください。

5. ブラッシュアップ（1）発表スライドを修正する

中間プレゼンでの意見を参考に、修正します。

また、可能であればビジネスアイデアのプロトタイプを実行しましょう。そのなかで、見つけた新たな課題や、他社（他者）リソースの有効活用方法などを、スライドに反映させましょう。発表も大事ですが、当然のことながら、ビジネスアイデアは実行してこそ、価値があります。コーディネーターとして、他社（他者）リソースを活用しながら実施していくプロセスを体験・体感すると、深い学びとなります。

講師（ファシリテーター）にどんどん質問したり、他の受講者ともディスカッ

ションを積極的に行いましょう。

6. ブラッシュアップ（2）プレスリリースを仕上げる

中間プレゼンでの意見を参考に、プレスリリースを仕上げましょう。

プレスリリースをまとめることで、支援者・応援者を増やし、実行につなげましょう。

7. ポンチ絵を作成する

作成したビジネスプランが分かりやすく伝わるように図解化してみましょう。

組織・人の関係性や、カネ・モノ・サービスの流れがわかるようにしてください。

8. プレゼン練習（リハーサル）

最終プレゼンのリハーサルを行いましょう。時間内で伝えることは意外と難しいものです。他の受講生にも聞いてもらいながら、可能な限り、何度か練習しましょう。

9. プレゼン

審査員に対して、プレゼンを行います。評価を受ける場ではありますが、実行に向けての発表の場として活用しましょう。