

BD マネジメントスクール

基礎ワークショップ 10 月開講コース(2 期) シラバス

BD スプリントパートナーズの事業開発メソッド「事業構築の 5 ステップ」を、完全オンラインでのアクションラーニング形式で習得する、当校の最もスタンダードなコースです。

実施概要

- 受講期間: 2021 年10月14日(木)~2 月 24 日(木)
開講日時: 隔週木曜 19:00~21:30 (懇親会を含め 22 時まで)
回数・日程: 全 10 回
(10/14、10/28、11/11、11/25、12/9、12/23、1/13、1/27、2/10、2/24)
担当講師: 小橋 貴之 (BD スプリントパートナーズ シニアコンサルタント)

コースの概要とねらい

事業開発のスキル・知識を必要とするのは「新規事業の創造」だけではありません。既存事業の拡大・変革にも、事業を構築するためのスキルと知識、そして何よりも、それらを使いこなす「実践力」が必要とされています。

このコースでは、他の受講生と 3~5 名のチームを組み、事業アイデアを見つけ、ビジネスモデルを構築し、事業プランを練り上げる課題にチームで取り組みます。期間を通してのチームの検討プロセスを、事業開発経験豊富な講師が伴走してサポートしていきます。

- 体系化された「手法・スキル」をインプット
- 自ら選んだテーマで「アウトプット・成果」を出す
- 実践を通じて「使えるノウハウ」へと深化

このアクションラーニングのプロセスの中で、チームメンバーと切磋琢磨することを通して、事業開発を成し遂げる「実践力」を身につけていくことが、このコースのねらいです。

このコースを修了した方は、「個別実践ゼミ」の受講申込資格を得られます。

「個別実践ゼミ」は、受講生が基礎ワークショップで習得したノウハウを「現場」で実際に活用し、実践で成果を生み出すプロセスを、講師が伴走支援する個社向けのプログラムです。本ゼミの受講にあたっては、チームメンバーのうち1名以上は「基礎ワークショップ」の修了者であることが必要です。

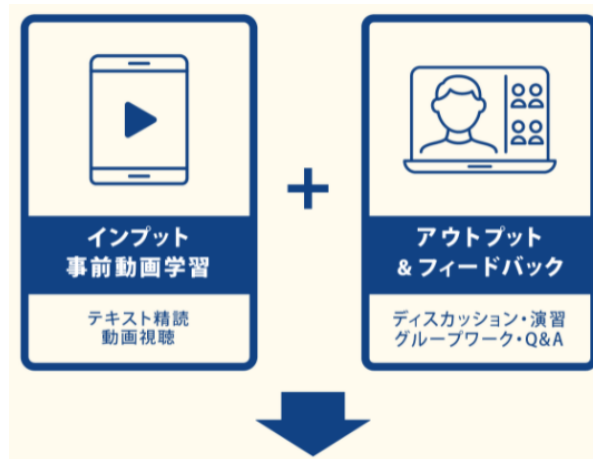
お申込みは随時承っています。本ゼミの詳細は、Web サイトの「プログラム」のページをご覧ください。

今期(2期)からカリキュラムがリニューアルされました！

《リニューアルのポイント》

動画視聴+徹底議論で更に「学び」を深める！

講義の動画視聴とテキスト精読によって、事前に知識・スキルをインプットし、クラス当日は議論やワークに集中することで、「学び」が深掘りされ、「使えるスキル」としての定着が早まります。



「事前動画学習」導入による効果

- ① 完全に習得するまで何度も繰り返し動画を視聴できます。
- ② クラス当日は、事前に習得した知識やスキルを実際に使うアウトプットに集中。より効率的に実践的なスキルを身につけられます。
- ③ 講師によるフィードバック、受講生の相互フィードバックにより多くの時間を配分。多様な視点から自身の「経験」を振り返ることで、他の場面でも応用できるように経験を概念化し、「理論」へと深化させます。

到達目標

- ① 事業開発のさまざまな論点を理解し、これから事業開発に取り組んでいくうえでの視座が高まり、関心が広がっている。
- ② 「事業構築の5ステップ」の各ステップの内容と、5つのステップに沿った進め方について理解している。
- ③ チームでの検討を通じて事業プランがまとまり、説得力のあるプレゼンテーションができる。
- ④ 習得したスキルと知識を、職場で実践できるようになっている。

学習の進め方

Zoom アプリを使ってのオンラインでの実施となります。ホワイトボードの代わりに「Google スライド」を使いますので、PC から Zoom と Google スライドの両方にアクセスできる環境をご準備ください。

初回に講師が 1 チーム 3~5 名のチーム分けを行います。コースを通して、同じチームで事業プラン検討に取り組みます。(クラス中のワークの内容によって、一時的にチームをシャッフルすることもあります。)

基本的な学習は「事前課題 → クラス当日の講義・ワークショップ・チーム討議 → インターバルワーク (次回までの事前課題)」というサイクルを繰り返して進みます。受講生は必ず事前に、次回クラスでカバーするテーマ・内容の講義動画を視聴し、併せて該当するテキストの章を精読し、疑問点をメモしてクラスに臨みます。そうすることで、2 時間半という限られた時間で、講義(インプット)の時間を最小限にとどめ、アウトプットとチーム討議により多くの時間を割くことができます。

また、当校では、次回クラスまでの期間を利用して課題に取り組むこと(インターバルワーク)を重視しています。インターバルワークには、個人で取り組むものと、グループで取り組むものがあります。インターバルワークの所要時間は軽いもので 1 時間程度ですが、それに取り組む各受講生のコミットメント、チームの協働の度合いによって所要時間にはかなりの差が出ます。

クラス内でのチーム討議とインターバルワークの時間を活用して、チームで事業プランを練り上げていき、最終日のプレゼンテーションを迎えます。

テキスト

以下の書籍を初回クラスまでに、各自で購入してください。(初回クラスの前の事前課題として、この書籍の 1 章・2 章を読むというものがありますのでご注意ください。)

秦充洋 著「プロ直伝！成功する事業計画書の作り方」(ナツメ社)

https://www.amazon.co.jp/dp/4816358900/ref=cm_sw_r_li_dp_DJ0ANSV6C183NPCESGCA

講義動画視聴

スクール事務局から、視聴方法についてのご案内を個別にメールにてお送りします。

学習内容(要旨)

	テーマ	学習内容の要旨
アイデアを生み出す	Day 1: 「”事業発想”を考える視点」	事業開発という取り組みには、既存事業で培われてきた事業に対する考え方や仕事の進め方、既存事業に最適化された組織の常識とは異なる土台が必要です。まず、事業開発の土台となる視点、考え方を学びます。
	Day 2: 「事業コンセプト」	事業開発はアイデアを出すことから始まります。イノベーティブなアイデアを生み出すためにはどうすればいいのかを、「事業発想を生み出す3つのポイント」を通して体感します。さらに多くのアイデアの中からのアイデアを選びの手法を学びます。
誰に何を提供するのかを明確化する	Day 3: 「顧客への提供価値1 (顧客設定)」	選んだ事業アイデアについて、「ターゲットとなる顧客が誰か」を具体的に考えます。特に重要なのになかなか実践できない、初期のターゲット顧客の絞り込みの考え方と手法を詳しく学びます。
	Day 4: 「顧客への提供価値2 (提供価値)」	初期のターゲット顧客を設定したら、プロダクト(製品やサービス)に対して顧客が感じる価値(提供価値)を特定していきます。ここでは特定の方法や、潜在ニーズの引き出し方について学びます。
	Day 5: 「プロトタイピング (顧客検証)」	プロトタイピングとは、プロダクトについての仮説を作り、検証し、見直すサイクルを高速で回しながら事業計画の確度を高めるプロセスです。ここで行う「ターゲット顧客へのヒアリング」は事業開発全体の核となる、最も重要なステップ。仮説検証の進め方とヒアリングのコツを学び、課題では実際にヒアリングを行います。
ビジネスモデルを組み立てる	Day 6: 「ビジネスモデル」	ビジネスモデル設計を始める前に「ビジネスモデルとは何か」を正確に認識します。さまざまなビジネスモデルについて学び、さらに注目を集めているサービス・ドミナント・モデルについて理解を深めます。
	Day 7: 「バリューチェーン」	バリューチェーンは「ターゲット顧客に価値を提供するための仕組みを設計すること」。価値を届けるのに必要なリソースを洗い出し、それらのリソースが自社・外部でいかに確保可能かを検討し、リソースを最適に活用するためのバリューチェーンを組み立てていきます。
	Day 8: 「マネタイズモデルとキャッシュフローモデル」	ここ数年大きく進化しているのがマネタイズの方法です。マネタイズは「事業の性格」と言われるほどの重要なファクター。検討しているビジネスモデルに適したマネタイズモデルを探ります。また、検討している事業プランに説得力を持たせるために、数値計画の作り込みは不可欠です。キャッシュフロー構築の5つのステップに沿って、各ステップにおけるポイントを学びます。
伝える・説得する	Day 9: 「人を動かす資料とプレゼンテーション」	せっかく練り上げた事業プランなのに、聞き手に伝わらない残念な資料・プレゼンテーションになっていることは珍しくありません。聞き手の心をつかむ、説得力のあるストーリーの作り方・見せ方を学びます。
	Day 10: 最終プレゼンテーション	これまでチームで検討してきた事業プランをプレゼンする最終回は、このコースの集大成です。講師と受講生で相互にフィードバックを与え合い、全10回を通しての学びと成長を振り返ります。

スケジュールと実施内容

【開講前】事前課題	講義動画を視聴する テキストの1章と2章を熟読し、疑問点をメモする(個人ワーク)	
Day 1: 10月14日(木) 「”事業発想”を考える視点」	イントロダクション	オンライン受講のコツ 講師および受講生の自己紹介 本コースのスケジュール アイスブレイク
	なぜ面白い事業アイデアが出てこないのか	「発想の生産性」の高め方 事業開発責任者・担当者の感じる課題 「新しい価値の創造」を阻む壁を乗り越える
インターバルワーク/ 事前課題	① Day1 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 新規事業を考える際に自身が注目する環境変化のキーワードを10個挙げる ④ ③を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑤ ①②③を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑥ 講義動画を視聴し、疑問点をメモする	
Day 2: 10月28日(木) 「事業コンセプト」	各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション	
	イノベーションを考える	イノベーションとは何か
	アイデア発想のコツ	事業発想を生み出す3つのポイント 事業構築の5ステップ
	事業コンセプト	環境変化を見るポイント解説 アイデア出しのためのキーワード抽出 「組み合わせ」が生み出すイノベーションを実感する 間違ったアイデアの選び方と正しい選び方 事業コンセプトをまとめる
インターバルワーク/ 事前課題	① Day2 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ クロストライアルのアイデアを30個以上作成する ④ チームでメインのアイデア1つ、予備のアイデア2つを決める ⑤ メインのアイデアに対して、初めて聞く人に事業コンセプトを「スライド1枚で」「30秒で」伝わるように個人で作成する ⑥ ③⑤を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑦ ①～⑤を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する	

	<p>⑧ 講義動画を視聴、テキストの 3 章 P.103～123 を熟読し、疑問点をメモする</p>	
<p>Day 3: 11月11日(木)</p> <p>「顧客への提供価値1 (顧客設定)」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p>	
	<p>顧客(ターゲット)は誰か</p>	<p>顧客をなぜ絞り込むのか 顧客をどうやって絞り込むのか 顧客は誰かを具体的に考える 顧客を絞り込むことによって蓄積したいこと 成長ターゲットに向かう絵を描く 市場を切り分けるセグメンテーションの主要な切り口と切り口の選び方 セグメンテーションとターゲティングを一挙に進める翻訳アプローチ 顧客を理解するために知っておきたい顧客の構造</p>
<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<p>① Day3 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアの初期ターゲットと成長ターゲットを検討し、まとめる ④ 想定される初期ターゲットに事業コンセプトを説明し、得た反応をまとめる ⑤ ③④を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑥ ①②③④を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑦ 講義動画を視聴、テキストの 3 章 P.124～146 を熟読し、疑問点をメモする</p>	
<p>Day 4: 11月25日(木)</p> <p>「顧客への提供価値2 (提供価値)」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p>	
	<p>顧客にどのような価値を提供するか</p>	<p>提供価値とは何か（個人向けビジネス、法人向けビジネスの場合） なぜ提供価値を考えることが重要なのか 競合や代替品との違い(ポジショニング)をどう表現するか 潜在ニーズとはなにか 潜在ニーズを掘り起こすにはどうするか 顧客の行動を観察するカスタマージャーニーを活用する 「顧客を理解する」とはどういうことか</p>

<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① Day4 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアのポジショニングマップを作成する ④ カスタマージャーニーを作成する ⑤ ③④を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑥ ①②③④を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑦ 講義動画を視聴し、疑問点をメモする ⑧ グループで Day5 の中間共有に向けたプレゼン準備をする ⑨ 中間発表用スライドを前日までに「提出用」フォルダにアップする 					
<p>Day 5: 12月9日(木)</p> <p>「プロトタイピング (顧客検証)」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p> <table border="1" data-bbox="504 734 1445 1001"> <tr> <td data-bbox="504 734 863 943"> <p>プロトタイプと顧客検証</p> </td> <td data-bbox="863 734 1445 943"> <p>原型・試作品を作る(百聞は一見にしかず) 検証製品を作る上での 3 つのポイント 誰に検証すればいいのか ヒアリングの重要性とその方法</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 943 863 1001"> <p>中間共有</p> </td> <td data-bbox="863 943 1445 1001"> <p>グループで検討中の事業計画の共有</p> </td> </tr> </table>		<p>プロトタイプと顧客検証</p>	<p>原型・試作品を作る(百聞は一見にしかず) 検証製品を作る上での 3 つのポイント 誰に検証すればいいのか ヒアリングの重要性とその方法</p>	<p>中間共有</p>	<p>グループで検討中の事業計画の共有</p>
<p>プロトタイプと顧客検証</p>	<p>原型・試作品を作る(百聞は一見にしかず) 検証製品を作る上での 3 つのポイント 誰に検証すればいいのか ヒアリングの重要性とその方法</p>					
<p>中間共有</p>	<p>グループで検討中の事業計画の共有</p>					
<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① Day5 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアの MVP チラシを作る ④ ③の MVP チラシを Day 4 の想定顧客に見せ、得た反応をまとめる ⑤ ③④を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑥ ①②③④を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑦ 講義動画を視聴、テキストの 4 章 P.147~171 を熟読し、疑問点をメモする 					
<p>Day 6: 12月23日(木)</p> <p>「ビジネスモデル」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p> <table border="1" data-bbox="504 1496 1445 1776"> <tr> <td data-bbox="504 1496 863 1776"> <p>ビジネスモデル(儲けの仕組み)</p> </td> <td data-bbox="863 1496 1445 1776"> <p>モノ売りからコト売りへ — 現在注目のサービスドミナントモデルを理解する ビジネスモデルとは何か ビジネスモデルを分解して理解する 3 つの利益モデル</p> </td> </tr> </table>		<p>ビジネスモデル(儲けの仕組み)</p>	<p>モノ売りからコト売りへ — 現在注目のサービスドミナントモデルを理解する ビジネスモデルとは何か ビジネスモデルを分解して理解する 3 つの利益モデル</p>		
<p>ビジネスモデル(儲けの仕組み)</p>	<p>モノ売りからコト売りへ — 現在注目のサービスドミナントモデルを理解する ビジネスモデルとは何か ビジネスモデルを分解して理解する 3 つの利益モデル</p>					

<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<p>① Day6 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアをどのようにしたら顧客ベース型にできるかを議論し考えをまとめる ④ ③を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑤ ①②③を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑥ 講義動画を視聴、テキストの 4 章 P.172～190 を熟読し、疑問点をメモする</p>					
<p>Day 7: 1月13日(木) 「バリューチェーン」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p> <table border="1" data-bbox="502 689 1449 860"> <tr> <td data-bbox="502 689 863 860">バリューチェーン(顧客へ価値を届ける仕組み)</td> <td data-bbox="863 689 1449 860">バリューチェーン設計のポイント バリューチェーンを設計する 自社の強みをどう見るか</td> </tr> </table>		バリューチェーン(顧客へ価値を届ける仕組み)	バリューチェーン設計のポイント バリューチェーンを設計する 自社の強みをどう見るか		
バリューチェーン(顧客へ価値を届ける仕組み)	バリューチェーン設計のポイント バリューチェーンを設計する 自社の強みをどう見るか					
<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<p>① Day7 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアのバリューチェーンを最新状態にブラッシュアップする ④ ③を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑤ ①②③を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑥ 講義動画を視聴、テキストの 5 章を熟読し、疑問点をメモする</p>					
<p>Day 8: 1月27日(木) 「マネタイズモデルとキャッシュフローモデル」</p>	<p>検討内容の共有 各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p> <table border="1" data-bbox="502 1330 1449 1854"> <tr> <td data-bbox="502 1330 863 1599">マネタイズモデル (誰から何の名目でお金をもらうか)</td> <td data-bbox="863 1330 1449 1599">お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例 コト売りにおいて重要な「顧客生涯価値(LTV)」の考え方 プライシング(値付け)の手法</td> </tr> <tr> <td data-bbox="502 1599 863 1854">キャッシュフロー</td> <td data-bbox="863 1599 1449 1854">キャッシュフロー作成の 5 ステップ 市場推計を行うための思考法 キャッシュフロー検討のポイント キャッシュフロー作成</td> </tr> </table>		マネタイズモデル (誰から何の名目でお金をもらうか)	お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例 コト売りにおいて重要な「顧客生涯価値(LTV)」の考え方 プライシング(値付け)の手法	キャッシュフロー	キャッシュフロー作成の 5 ステップ 市場推計を行うための思考法 キャッシュフロー検討のポイント キャッシュフロー作成
マネタイズモデル (誰から何の名目でお金をもらうか)	お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例 コト売りにおいて重要な「顧客生涯価値(LTV)」の考え方 プライシング(値付け)の手法					
キャッシュフロー	キャッシュフロー作成の 5 ステップ 市場推計を行うための思考法 キャッシュフロー検討のポイント キャッシュフロー作成					

<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① Day8 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ 検討中の事業アイデアのマネタイズモデルをさらに深掘りして検討する ④ バリュープライシングの考え方をベースに値付けを行い、値付けについて想定顧客にヒアリングし、更に検討する ⑤ 検討中の事業アイデアのネタイズモデルに沿って、より詳細なキャッシュフローモデルを作成する ⑥ ③④⑤を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑦ ①～⑤を踏まえて振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑧ 講義動画を視聴、テキストの 6 章と 7 章を熟読し、疑問点をメモする 	
<p>Day 9: 2月10日(木)</p> <p>「人を動かす資料とプレゼンテーション」</p>	<p>各自挙げてきた疑問・質問についてディスカッション</p> <p>人を動かす資料とプレゼンテーション</p>	<p>聞き手を巻き込み、納得させる方法</p> <p>相手の共感を得るためには</p> <p>相手を動かすストーリー</p> <p>ありたい姿とあるべき姿</p>
<p>インターバルワーク/ 事前課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① Day9 で学んだことをしっかり振り返り、重要なところは覚える ② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる ③ チームの事業プランをまとめたプレゼン資料を作成し、最終回へ向けてプレゼンの練習をする ④ 事業プランのプレゼン資料の電子ファイルを、最終回の当日(2/24)の12:00までにスクール事務局へ提出する 	
<p>Day 10: 2月24日(木)</p> <p>最終プレゼンテーション</p>	<p>各チームのプレゼンテーションと相互フィードバック</p> <p>講師からの講評</p> <p>全体を通しての質疑応答</p> <p>ラップアップ、今後に向けて</p>	

評価の方法

評価対象となるための条件

- 全10回のうち8回以上出席すること。(1時間を超える遅刻・早退は欠席とみなされます。)
- チームの事業プランを作成し、プレゼン資料を提出すること。
- 最終回にチームで事業プランをプレゼンすること。

評価と総合成績

- 主に以下の要素を判断材料として、講師が総合的に評価を行います。
 - 各回のクラスでの発言(頻度・内容・積極性など)
 - クラス内、チーム内での議論における発言や姿勢
 - 事前課題の提出状況
 - 事業プランの内容・完成度
 - 事業プランの検討プロセスにおけるチームへの貢献度
 - 受講生間での相互評価(5回目終了後、および最終回終了後にオンラインフォームにて実施)
- 各受講生の評価を「総合成績」として、以下の4段階で示します。
 - S = 目標を大幅に上回っている
 - A = 目標を上回っている
 - B = 目標を概ね達成している
 - F = 目標を下回っている
 - N/A = 評価対象となるための条件を満たしていない

修了判定

- 総合成績が、S/A/Bの場合、「修了」と判定します。FもしくはN/Aの場合は「未修了」という判定になります。
- 本コースを修了した受講生は、「個別実践ゼミ」の受講申込資格を得られます。

受講生へのフィードバック

総合成績と修了判定が出た段階で、講師から各受講生へ、成績の通知と併せて、評価についてのフィードバックを書面でお伝えします。ご自身の振り返りと今後の学びに活用してください。

なお、法人申込みの方で、所属企業へ講師からのレポートの提出が必要な場合は、作成いたしますので、スクール事務局へご連絡ください。

参考図書

さらに深く学ばれたい方は、以下のような書籍がありますので、参考にしてください。

- クレイトン・クリステンセン、マイケル・レイナー「イノベーションへの解 ― 利益ある成長に向けて」(翔泳社)
- ジョン・W・ムリンズ「ビジネスロードテスト 新規事業を成功に導く 7つの条件」(英治出版)
- ノーム・ワッサーマン「起業家はどこで選択を誤るのか スタートアップが必ず陥る 9つのジレンマ」(英治出版)
- W・チャン・キム、レネ・モボルニュ「ブルー・オーシャン戦略 競争のない世界を創造する」(ダイヤモンド社)
- アレックス・オスターワルダー、イヴ・ピニュール「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」(翔泳社)
- 石川明「新規事業ワークブック」(綜合法令出版)
- ピーター・ティール、ブレイク・マスターズ「ゼロ・トゥ・ワン 君はゼロから何を生み出せるか」(NHK 出版)

BD マネジメントスクール事務局 連絡先

〒107-6218

東京都港区赤坂 9 丁目 7 番 1 号 ミッドタウン・タワー18 階

株式会社 BD スプリントパートナーズ

BD マネジメントスクール事務局

Email: school@bdsprint.com

Web: <https://bdmschool.org/>

以上