

## BD マネジメントスクール

### 入門編 10月開講コース(4・5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: 昼コース(4期) 2022年10月6日(木)~11月17日(木)  
夜コース(5期) 2022年10月20日(木)~11月24日(木)
- 開講時間: 昼コース(4期) 13:00~15:30 (質疑・懇親会含め16時まで)  
夜コース(5期) 19:00~21:30 (質疑・懇親会含め22時まで)
- 回数・日程: 全3回  
昼コース(4期) 10/6,10/27,11/17  
夜コース(5期) 10/20,11/10,11/24  
※別コースへの振替可能
- 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、事業アイデアを見つけ、顧客への提供価値を検討し、ビジネスモデル構築の仕方まで短期集中で学びます。事業の検討は各受講者それぞれの個人テーマで行います。

- 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、他の受講生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」の基礎を身につけていくことが、このコースのねらいです。

このコースを受講中または修了した方は、「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入門編、応用編を受講中または修了した方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。

## 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 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「PowerPoint」を使いますので、PC から Zoom と PowerPoint の両方にアクセスできる環境をご準備ください。

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・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の所要時間は軽いもので 1 時間程度となります。

## 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 章と 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/>

## 講義動画視聴

---

各クラスの前にテキストと併用して、BDMS オリジナルの動画を視聴いただきます。スクール事務局から、視聴方法についてのご案内を別途メールにてお送りします。

### 「動画学習」の活用方法

- 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。

## 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: 「事業コンセプト」	<p>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。</p> <p>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。</p>
誰に何を提供するのかを明確化する	Day 2: 「顧客への提供価値」	<p>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。</p> <p>続いて、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がポイントになります。</p> <p>「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。ヒアリングのコツを学びます。</p>
ビジネスモデルを組み立てる	Day 3: 「ビジネスモデル」	<p>「ビジネスモデルとは何か」を正確に認識します。</p> <p>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」です。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。</p> <p>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。</p>

## スケジュールと実施内容

スケジュール	内容	
【開講前】事前課題	① 下記講義動画を視聴し、疑問点をメモする ✓ 000_開講オリエンテーション ✓ 020_01 ✓ 030_01 ✓ 030_02 ✓ 030_03 ✓ 032_01 ✓ 032_03 ② テキストの1章、2章を熟読し、疑問点をメモする 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個挙げメモする	
Day 1 「事業コンセプト」	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 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 自分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」伝わるように作成する ④ ③を前日までに「提出用」フォルダにアップする ⑤ 振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する ⑥ 下記講義動画を視聴し、疑問点をメモする	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 040_01</li> <li>✓ 041_01</li> <li>✓ 042_01</li> <li>✓ 042_02</li> <li>✓ 042_03</li> </ul> <p>⑦ テキストの3章を熟読し、疑問点をメモする(個人ワーク)</p>				
<p><b>Day 2</b> <b>「顧客への提供価値」</b></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="448 589 1452 1081"> <tr> <td data-bbox="448 589 695 1081"> <p>顧客(ターゲット)は誰か</p> </td> <td data-bbox="695 589 1452 1081"> <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> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1081 695 1451"> <p>顧客にどのような価値を提供するか</p> </td> <td data-bbox="695 1081 1452 1451"> <p>提供価値とは何か(個人、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> </td> </tr> </table>	<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>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、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>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>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、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><b>インターバルワーク/ 事前課題</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>② ①を意識して日々の業務に取り組んでみる</li> <li>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</li> <li>④ 検討中の事業アイデアの想定初期ターゲットにヒアリングをし、カスタマージャーニーを作成する</li> <li>⑤ ③④を前日までに「提出用」フォルダにアップする</li> <li>⑥ 振り返りや疑問・質問を「My BD Note」に記入する</li> <li>⑦ 下記講義動画を視聴し、疑問点をメモする</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 050_01</li> <li>✓ 050_02</li> <li>✓ 060_01</li> <li>✓ 060_02</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 070_01</li> <li>✓ 070_03</li> <li>✓ 080_01</li> <li>✓ 080_02</li> </ul> <p>⑧ テキストの4章、5章を熟読し、疑問点をメモする</p>		
<b>Day 3</b> <b>「ビジネスモデル」</b>	<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" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">ビジネスモデル (儲けの仕組み)</td> <td> <p>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>	ビジネスモデル (儲けの仕組み)	<p>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>
	ビジネスモデル (儲けの仕組み)	<p>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>	
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">バリューチェーン (顧客へ価値を届ける仕組み)</td> <td> <p>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> </td> </tr> </table>	バリューチェーン (顧客へ価値を届ける仕組み)	<p>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>
	バリューチェーン (顧客へ価値を届ける仕組み)	<p>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>	
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">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> <p>お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例</p> </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)	<p>お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例</p>	
マネタイズモデル (誰から何の名目でお金をもらうか)	<p>お金をもらうための名目 マネタイズモデルの類型例</p>		
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">キャッシュフロー</td> <td> <p>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</p> </td> </tr> </table>	キャッシュフロー	<p>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</p>	
キャッシュフロー	<p>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</p>		

## 評価の方法

---

### 評価対象となるための条件

- 全3回のすべて出席すること。(1時間を超える遅刻・早退は欠席とみなされます。)
- 欠席した講義を別開催の講義に振替えをして参加可能です。

### 修了判定

- 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。  
ただし、BD マネジメントスクール応用編用の動画を事前に視聴していただきます。

## 受講生へのフィードバック

---

修了判定が出た段階で修了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・ピニユール「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](mailto:school@bdsprint.com)

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

以上