



# ICTベンチャー・ リーダーシップ・プログラム

授業計画書

総務省 情報通信政策局  
情報通信政策課

1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要
2. 講義の概要
  - 2-1. 講義の位置づけ
  - 2-2. 講義の計画
3. 企業調査の概要
  - 3-1. 企業調査の位置づけ
  - 3-2. 企業調査の計画
4. ワークショップの概要
  - 4-1. ワークショップの位置づけ
  - 4-2. ワークショップの計画

---

## 1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要

### 2. 講義の概要

### 3. 企業調査の概要

### 4. ワークショップの概要

# 1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要

- 本プログラムでは、技術的な分野への理解も深めながら、ICTベンチャーのビジネスプランの作成方法を習得します。
- 前期は講義形式でICTベンチャーに興味をもってもらい、後期はワークショップ形式でビジネスプランを作成してICTベンチャーの経営幹部候補生(高度IT人材)を育成することを目指します。
- 授業1コマを90分とし、前期12コマ(2単位)、後期12コマ(2単位)、計24コマ(4単位)を想定しています。

	【前期】 講義	企業調査	【後期】 ワークショップ
目的	ICTベンチャーに対する興味を持ち、理解を深める	ICTベンチャーの実態を知る	自分の考えるビジネスプランを作成する
指導内容の概要	第1章 ICTベンチャーの類型(事例紹介) 第2章 ICTベンチャーと技術 第3章 ベンチャーの成長ステージ 第4章 アイデアから事業機会へ 第5章 ビジネスコンセプト 第6章 マーケティングの基礎 第7章 ベンチャーのマーケティング(事例紹介) 第8章 ビジネスモデル 第9章 ベンチャーとグローバル化 第10章 ベンチャーとコスト 第11章 資金調達と人材確保、事業リスクと対策 補講 ビジネスマナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>ICTベンチャーのビジネスコンセプトシートを完成させる</li> <li>ICTベンチャーの社長や社員のインタビューを通じて、ビジネスモデルや企業戦略等について理解を深める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前期の講義や企業調査をもとに、オリジナルのビジネスプランを考える</li> <li>3~4人のグループで1つのビジネスプランを練り上げる</li> <li>完成したビジネスプランを発表し、ICTベンチャーの方にフィードバックをもらう</li> </ul>

---

1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要

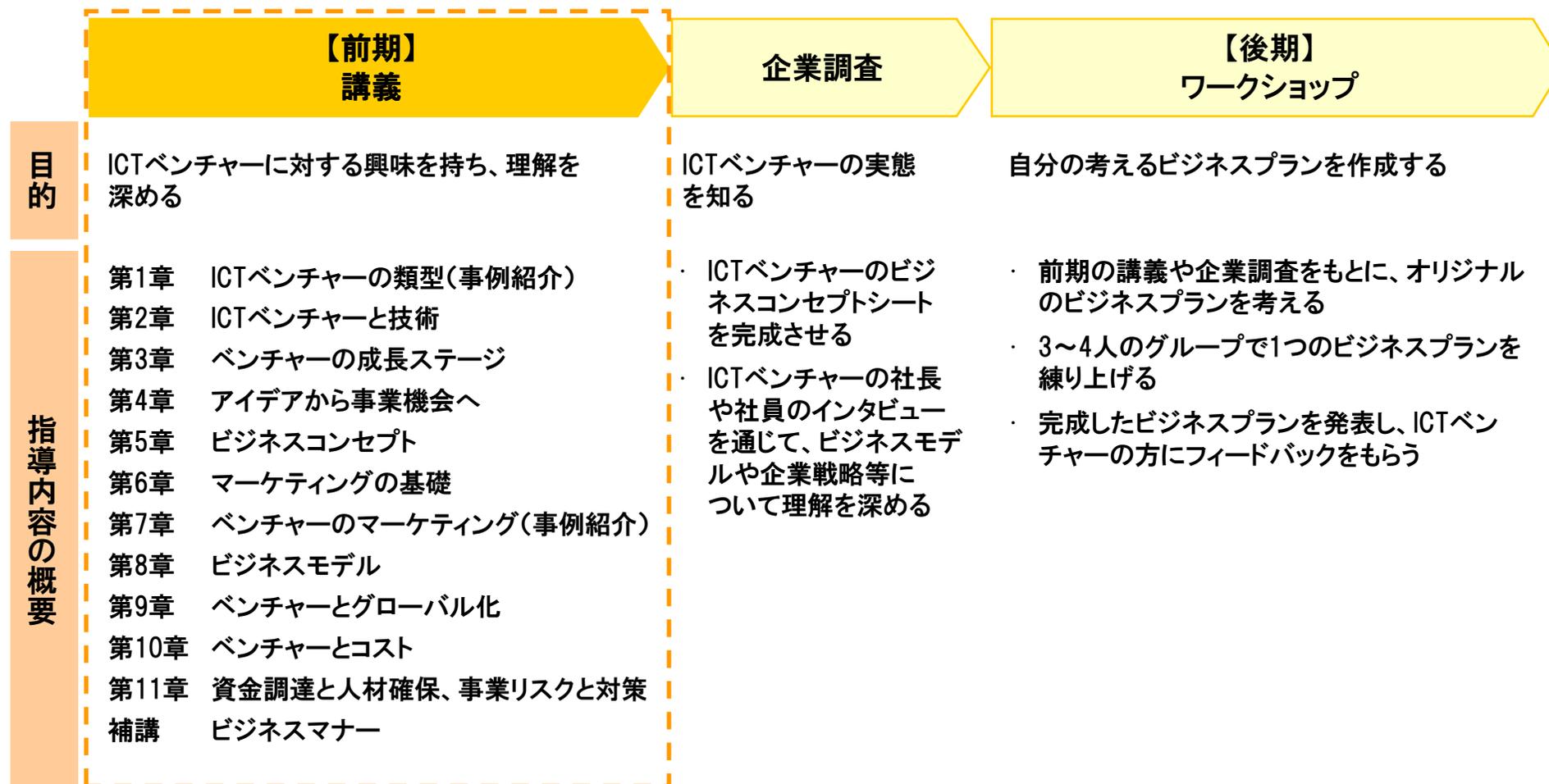
2. 講義の概要

3. 企業調査の概要

4. ワークショップの概要

## 2-1. 講義の位置づけ

- 本プログラムでは、技術的な分野への理解も深めながら、ICTベンチャーのビジネスプランの作成方法を習得します。
- 前期は講義形式でICTベンチャーに興味をもってもらい、後期はワークショップ形式でビジネスプランを作成してICTベンチャーの経営幹部候補生(高度IT人材)を育成することを目指します。
- 授業1コマを90分とし、前期12コマ(2単位)、後期12コマ(2単位)、計24コマ(4単位)を想定しています。



## 2-2. 講義の計画(1/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第1章】 ICTベンチャー の類型 (事例紹介)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特に有名なICTベンチャー企業(例えばグーグル等)が設立以降、どのような経緯をたどって大きくなったかを解説する</li> <li>・技術主導型ICTベンチャー、営業主導型ICTベンチャー等、ICTベンチャーの類型を示し、具体例を解説する</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ICTベンチャーとは ～なぜICTベンチャーが注目されているかを理解する～               <ul style="list-style-type: none"> <li>・「IT」から「ICT」への流れを理解しよう</li> <li>・ベンチャービジネスとはどのようなビジネスなのかを理解しよう</li> <li>・「ベンチャー企業」の定義を広義に解釈しよう</li> <li>・ベンチャーブームによって産業構造が変革してきた歴史を概観しよう</li> <li>・「ICTベンチャー」とは何かを理解しよう</li> <li>・ICTベンチャーの類型と事業内容を理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. 有名なICTベンチャーとその創業者 ～ICTベンチャーを具体的にイメージする～               <ol style="list-style-type: none"> <li>①ヤフー株式会社</li> <li>②Amazon.co.jp®</li> <li>③楽天株式会社</li> <li>④株式会社ミクシィ</li> <li>⑤株式会社サイバーエージェント</li> <li>⑥株式会社マクロミル</li> <li>⑦株式会社ディー・エヌ・エー</li> <li>⑧サイボウズ株式会社</li> <li>⑨(各地の企業事例)</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ICTの定義</li> <li>2. ベンチャービジネスの定義</li> <li>3. ベンチャー企業の定義</li> <li>4. ICTベンチャーの類型</li> <li>5. 日本におけるベンチャーブームの歴史</li> <li>6. インターネットバブルの概要</li> <li>7. ヤフー株式会社の概要</li> <li>8. Amazon.co.jp®の概要</li> <li>9. 楽天株式会社の概要</li> <li>10. 楽天株式会社の創業者の経歴</li> <li>11. 株式会社ミクシィの概要</li> <li>12. 株式会社サイバーエージェントの概要</li> <li>13. 株式会社サイバーエージェントの創始者の経歴(1/2)</li> <li>14. 株式会社サイバーエージェントの創始者の経歴(2/2)</li> <li>15. 株式会社マクロミルの概要</li> <li>16. 株式会社マクロミルの創始者の経歴(1/2)</li> <li>17. 株式会社マクロミルの創始者の経歴(2/2)</li> <li>18. 株式会社ディー・エヌ・エーの概要</li> <li>19. サイボウズ株式会社の概要</li> <li>20. サイボウズ株式会社の創始者の経歴(1/2)</li> <li>21. サイボウズ株式会社の創始者の経歴(2/2)</li> <li>22. (各地の企業事例)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTベンチャーの企業類型を理解し、具体的に会社名を挙げられるようになる</li> <li>・事例の中から挑戦する起業家像を読み取り、求められるものを理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(2/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第2章】 ICTベンチャー と技術</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特に有名なICTベンチャー企業について、それを支える仕組みを理解する</li> <li>・ICTベンチャーに使用される、技術要素を理解する</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 検索エンジンとは ～検索エンジンとは何かを理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・検索エンジンの仕組みを理解しよう</li> <li>・2種類の検索の考え方を理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. アマゾンの戦略と技術 ～なぜアマゾンが成功したのかを理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・リアル書店にはないアマゾンの付加価値を理解しよう</li> <li>・楽天とアマゾンのビジネスモデルを比較し、お金の儲け方を考えよう</li> </ul> </li> <li>3. CGMへの注目 ～CGMをビジネスにどのように活かすことができるのかを考える～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・CGMの具体例をイメージし、なぜ利用者が増えているのかを考えよう</li> <li>・SNSの運営者がどのように儲けているかを理解しよう</li> </ul> </li> <li>4. ICTベンチャーの代表的な技術 ～ICT技術によるビジネスの広がりを理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ Ajax <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajaxが利用されているサービスを使ってみよう</li> <li>- Ajaxを利用したサービスを考えてみよう</li> </ul> </li> <li>・ RSS <ul style="list-style-type: none"> <li>- RSSを利用することで齎されるメリットを考えよう</li> <li>- RSSリーダーを利用して効率的に情報を収集してみよう</li> </ul> </li> <li>・ API <ul style="list-style-type: none"> <li>- APIを利用したサービスを使ってみよう</li> <li>- APIを利用したサービス開発の方法を考えよう</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 検索エンジンとは</li> <li>2. 従来の検索エンジンと新しいタイプの検索エンジンの比較</li> <li>3. 検索ツールバー</li> <li>4. 検索エンジンによる検索結果画面の例</li> <li>5. アマゾンの戦略と技術</li> <li>6. CGMの種類</li> <li>7. SNSの収益モデル</li> <li>8. Ajaxの概要</li> <li>9. 代表的なAjax型のアプリケーション</li> <li>10. Ajaxを利用したアプリケーションの例</li> <li>11. RSSの概要</li> <li>12. RSSリーダーの例</li> <li>13. APIの概要</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有名なICTベンチャーを支える技術を知り、他のICTベンチャー企業(例えばヤフー、楽天等)との違いや影響を理解する</li> <li>・ICTベンチャーの技術と自分の生活との結びつきを実感できる</li> <li>・どのような技術を使えば、何ができるのかを理解している(システム等を構築する立場ではなく、あくまで、ビジネスアイデアを実現するために利用する立場での理解)</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(3/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第3章】</p> <p>ベンチャーの成長ステージ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業するための要件を解説する</li> <li>・ベンチャー企業の成長プロセスを戦略的な視点で考える</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ベンチャー企業の成長ステージ ～ベンチャー企業の発展の仕方を理解しよう～</li> <li>2. ベンチャー企業の成長マネジメント ～各ステージに応じたマネジメントの方法を理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・シード期は、企業前の事業構想の時間</li> <li>・スタートアップ期は、基礎固めの時期</li> <li>・成長期は、全ての分野で急拡大する時期</li> <li>・安定期は、経営基盤確立期</li> </ul> </li> <li>3. ICTベンチャー特有の成長特性 ～ICTベンチャーならではの成長特性を理解する～</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ベンチャー企業の成長プロセス</li> <li>2. シード期の留意ポイント</li> <li>3. スタートアップ期の「自己脱皮」ポイント</li> <li>4. 「死の谷」と「ダーウインの海」</li> <li>5. 急成長期の「自己脱皮」ポイント</li> <li>6. 安定成長期の「自己脱皮」ポイント</li> <li>7. 成長ステージ別経営スタイルの変革(1/3)</li> <li>8. 成長ステージ別経営スタイルの変革(2/3)</li> <li>9. 成長ステージ別経営スタイルの変革(3/3)</li> <li>10. 成長ステージ別経営課題の全体像(1/3) ～事業開発</li> <li>11. 成長ステージ別経営課題の全体像(2/3) ～組織開発</li> <li>12. 成長ステージ別経営課題の全体像(3/3) ～リーダーシップ開発</li> <li>13. ベンチャー企業の成功要因9ポイント</li> <li>14. ICTベンチャーの成長ステージ</li> <li>15. 年別の設立企業数と上場企業数の推移</li> <li>16. 設立後経過年数から見た1社当たりの平均売上高の推移</li> <li>17. 設立後経過年数から見たサイボウズ株式会社の売上高(連結)の推移</li> <li>18. 設立後経過年数から見たヤフー株式会社の売上高の推移</li> <li>19. 設立後経過年数から見た楽天株式会社の売上高(連結)の推移</li> <li>20. 1社当たり平均営業利益額の推移</li> <li>21. サイボウズ株式会社の営業利益額(連結)の推移</li> <li>22. ヤフー株式会社の営業利益額の推移</li> <li>23. 楽天株式会社の営業利益額(連結)の推移</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業のプロセスを理解し、ベンチャー企業の成長ステージをイメージできる</li> <li>・ベンチャー企業の成長ステージの各時期における必要なマネジメントを理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(4/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第4章】 アイデアから 事業機会へ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業家の人物像や創業動機、背景について学ぶ</li> <li>アイデアを考える際の発想法を学ぶ</li> <li>アイデアから事業機会への絞り込み方を学ぶ</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>起業家とは ～日本における起業家の特性、成長する企業家の要因について理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>起業家の創業動機や背景について理解しよう</li> <li>成功する企業家に必要な能力や要素について理解しよう</li> </ul> </li> <li>起業プロセスとは ～アイデア即ビジネスプランではなく、何段階かの思考プロセスがあることを理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>事業アイデアのひらめき段階について理解しよう</li> <li>事業機会の認識と評価段階について理解しよう</li> <li>事業コンセプトの立案段階について理解しよう</li> <li>ビジネスプランの立案段階について理解しよう</li> </ul> </li> <li>事業アイデアの創出とは ～事業アイデアの創出方法の基本的なテクニックについて理解しよう～ <ul style="list-style-type: none"> <li>代表的な発想法について理解しよう</li> </ul> </li> <li>事業機会の認識とは ～事業アイデアと事業機会の認識との違いについて理解しよう～ <ul style="list-style-type: none"> <li>事業機会を認識する考え方について理解しよう</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>創業動機の比較(2001、2006)</li> <li>アンケート回答企業の年齢構成比較(2001、2006)</li> <li>創業者の事業分野選択理由比較(2001、2006)</li> <li>創業経緯の比較(2001、2006)</li> <li>創業・開業の準備期間中の苦勞</li> <li>創業・開業前に利用した資金調達先</li> <li>起業家に求められる能力</li> <li>成功する起業家に不可欠な要素・能力</li> <li>一般中小企業とベンチャー企業との違い(1/2)</li> <li>一般中小企業とベンチャー企業との違い(2/2)</li> <li>ICTベンチャーの経営チームの役割分担</li> <li>創業時のコミュニケーションの重要性</li> <li>起業プロセス</li> <li>事業アイデア創出のパターン</li> <li>オズボーンリスト</li> <li>孫正義氏の発想法</li> <li>アイデアと事業機会の認識</li> <li>クイックスクリーンシート</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業家になるために必要な能力について理解する</li> <li>事業アイデアを創出するための発想法について理解する</li> <li>事業アイデアと事業機会との違いを理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(5/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
【第5章】 ビジネス コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アイデアからビジネスプランを考える思考プロセスを理解する</li> <li>・ビジネスプランを考える構成要素を学ぶ</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスコンセプトとは ～単なる思いつきをビジネスプランへ落とし込む際の考え方について理解する～ ・「ビジネスコンセプト」の重要性について理解しよう</li> <li>2. ビジネスプランとは ～ビジネスプランの構成要素について理解しよう～ ・「顧客」について考えるとは？ ・「市場」について考えるとは？ ・「商品・サービス」について考えるとは？ ・「競争相手」について考えるとは？ ・「自社の強み」について考えるとは？ ・「ビジネスモデル(儲けの仕組み)」について考えるとは？ ・「必要資金」について考えるとは？ ・「リスク」について考えるとは？ ・「中長期プラン」について考えるとは？</li> <li>3. ブルー・オーシャン戦略とは ～差別化を突き詰め、競争の無い市場を見つける～</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 起業プロセス</li> <li>2. 事業コンセプトとは</li> <li>3. ビジネスプランとは</li> <li>4. ビジネスコンセプトフォーマットシート</li> <li>5. 「つくりたい会社のイメージ」を考える</li> <li>6. 「顧客、市場、競争相手」を考える</li> <li>7. 「自社の強み、商品・サービス」を考える</li> <li>8. 「ビジネスモデル」を考える</li> <li>9. 「必要資金」を考える</li> <li>10. 「リスク、中長期プラン」を考える</li> <li>11. ブルー・オーシャン戦略</li> <li>12. レッド・オーシャン戦略とブルー・オーシャン戦略の比較</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスプランの作り方について理解する</li> <li>・ビジネスプランの構成要素について理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(6/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第6章】 マーケティング の基礎</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの必要性を学ぶ</li> <li>・ビジネスをさまざまな視点で考える</li> <li>・パレートの法則を理解し、リアルビジネスにおける品質や在庫管理の方法を学ぶ</li> <li>・ロングテール現象に注目し、インターネットにおけるマーケティングの手法を学ぶ</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. マーケティングとは ～なぜマーケティングが必要なのかを理解する～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの定義について理解しよう</li> <li>・ニーズとシーズの違いを理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. マーケティング環境分析 ～自社の強みと弱みを分析し、どのようにしたら市場で勝てるかを分析する方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・SWOT分析を使って、自社の強みと弱みを客観的に分析してみよう</li> </ul> </li> <li>3. 市場の細分化と標的市場の選定 ～誰を顧客とするのかを明確にし、自社が勝負する市場を決める方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・セグメンテーションの考え方について理解しよう</li> <li>・ターゲティングの考え方で自分の顧客について具体的に考えてみよう</li> <li>・ワン・トゥ・ワン・マーケティングはICT技術を使えばより簡単になる</li> </ul> </li> <li>4. マーケティング・ミックス ～自社が扱う商品を決め、価格、流通ルートについて考える方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・4Pと4Cのフレームワークを使いこなそう</li> </ul> </li> <li>5. プロモーション戦略 ～顧客がどうしたら自社の商品を買ってくれるかを考える方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・AIDMAモデルを使って、顧客の心の動きを把握しよう</li> </ul> </li> <li>6. ロングテールとは ～リアル世界にはないインターネットビジネスの可能性を見出す～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・パレートの法則に従ったリアル世界におけるビジネスの可能性を見出す</li> <li>・ロングテール現象を理解し、インターネットビジネスのメリットを考えよう</li> </ul> </li> <li>7. インターネット広告 ～インターネット広告の活用方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネット広告市場の広がりをつかもう</li> <li>・各インターネット広告のメリットを理解し、効果的な利用方法を考えよう</li> </ul> </li> <li>8. インターネットマーケティング ～インターネットを利用したマーケティング方法を身につける～  <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングツールとしての検索エンジンの有用性を考えよう</li> <li>・SEOの仕組みを理解し、自分の顧客をWebサイトへ誘導する方法を考えよう</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. マーケティングの定義</li> <li>2. ニーズ・シーズの図</li> <li>3. SWOT分析モデル図</li> <li>4. 市場細分化の例</li> <li>5. ターゲティングの3種類</li> <li>6. マス・マーケティングとワン・トゥ・ワン・マーケティングの比較</li> <li>7. マーケティング・ミックスの図</li> <li>8. AIDMAモデル図</li> <li>9. 市場の即応性</li> <li>10. プッシュ戦略・プル戦略のイメージ図</li> <li>11. キャズム理論の応用</li> <li>12. 広告戦略におけるメディア・ミックスの考え方</li> <li>13. マス4媒体の種類と特徴</li> <li>14. 「パレートの法則」イメージ図</li> <li>15. 「ロングテール現象」イメージ図</li> <li>16. インターネット広告費予測結果(2007年～2011年)</li> <li>17. 媒体別広告費(2005年～2007年)</li> <li>18. インターネット広告の種類</li> <li>19. 検索連動広告の例</li> <li>20. オーバーチュアスポンサードサーチとグーグルアドワーズの比較</li> <li>21. SEMの概要</li> <li>22. SEOの概要</li> <li>23. 検索結果画面の例</li> <li>24. アフィリエイトの概要</li> <li>25. アフィリエイト広告の仕組み(1/2)</li> <li>26. アフィリエイト広告の仕組み(2/2)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの必要性を理解し、フレームワークを用いてマーケティングプロセスを考えることができる</li> <li>・パレートの法則を理解し、ターゲットを主要顧客に絞った場合のメリットを理解する</li> <li>・リアルビジネスと違いがあるネットビジネスの商品販売特性を理解し、ネットビジネスに合致したマーケティング方法を学ぶことができる</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(7/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第7章】 ベンチャーの マーケティング (事例紹介)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTを活用することによって可能となった新しいビジネスモデルを学ぶ</li> <li>・ネットビジネスにおけるマーケティング戦略を考える際に重要な視点を学ぶ</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ネットビジネスにおけるマーケティング事例 ～マーケティング戦略における新規性を理解する～               <ul style="list-style-type: none"> <li>・3社のマーケティング戦略を理解しよう                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- ネットリサーチ(株式会社マクロミル)</li> <li>- 『ぐるなび』(株式会社ぐるなび)</li> <li>- 『@cosme』(株式会社アイスタイル)</li> </ul> </li> <li>・事例から、ベンチャーのマーケティング事例において重要なポイントを理解しよう</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ネットリサーチという市場の開拓 (株式会社マクロミル)</li> <li>2. 市場調査の価格破壊と時間破壊 (株式会社マクロミル)</li> <li>3. 市場でナンバーワンになるための戦略 (株式会社マクロミル)</li> <li>4. ICT産業への参入タイミングの研究 (株式会社ぐるなび)</li> <li>5. 飲食店のセールスプロモーション革新 (株式会社ぐるなび)</li> <li>6. 消費者中心の市場の形成 (株式会社アイスタイル)</li> <li>7. クチコミDBを中心に据えた事業モデル (株式会社アイスタイル)</li> <li>8. ネットビジネスにおける誤解</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各事例のマーケティング戦略を理解し、ビジネスを成功させるために必要な視点を考える</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(8/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
【第8章】 ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスモデルとは何かを学ぶ</li> <li>・ビジネスモデルに必要な3要素の関係を理解する</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスモデルとは ～ビジネスモデルを考える方法を身につける～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスモデルの見方を理解しよう</li> <li>・ビジネスモデルの構成要素(「プレーヤー」「モノ」「カネ)」の流れを理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. ビジネスモデルの事例 ～各社のビジネスモデルの優位性を理解する～ <ol style="list-style-type: none"> <li>①『楽天市場』(楽天株式会社)</li> <li>②『セブンアンドワイ』(セブンアンドワイ株式会社)</li> <li>③インターネットメディア事業、インターネット広告代理事業(株式会社サイバーエージェント)</li> <li>④『iTunes Store』(アップル社)</li> <li>⑤『ちびギョザ』(株式会社ネットプライス)</li> <li>⑥『モバゲータウン』(株式会社ディー・エヌ・エー)</li> <li>⑦『一休.com』(株式会社一休)</li> <li>⑧『出前館』(夢の街創造委員会株式会社)</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスモデルとは</li> <li>2. ビジネスモデル図</li> <li>3. eコマースを利用したビジネスモデルの例(1/2)</li> <li>4. eコマースを利用したビジネスモデルの例(2/2)</li> <li>5. ビジネスモデル事例①『楽天市場』(楽天株式会社)</li> <li>6. ビジネスモデル事例②『セブンアンドワイ』(セブンアンドワイ株式会社)</li> <li>7. ビジネスモデル事例③ インターネットメディア事業、インターネット広告代理事業(株式会社サイバーエージェント)</li> <li>8. ビジネスモデル事例④『iTunes Store』(アップル社)</li> <li>9. ビジネスモデル事例⑤『ちびギョザ』(株式会社ネットプライス)</li> <li>10. ビジネスモデル事例⑥『モバゲータウン』(株式会社ディー・エヌ・エー)</li> <li>11. ビジネスモデル事例⑦『一休.com』(株式会社一休)</li> <li>12. ビジネスモデル事例⑧『出前館』(夢の街創造委員会株式会社)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスモデルを見て収益構造を理解できる</li> <li>・有名なICTベンチャーのビジネスモデルを描くことができる</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(9/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第9章】 ベンチャーと グローバル化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外で多く見受けられる創業当初からグローバル展開を狙う企業についての事例を研究する</li> <li>・日本において、グローバル展開を比較的早く行った企業についての事例を研究する</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. グローバル・ベンチャー企業(ポーン・グローバル企業)とは～操業当初からグローバル展開を行っているICTベンチャーについて知る～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ポーン・グローバル企業について理解しよう</li> <li>・北欧のポーン・グローバル企業について理解しよう</li> <li>・アメリカのポーン・グローバル企業について理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. ICTベンチャーの海外展開のポイント～ICTベンチャーが海外展開を狙う際に考えるべきポイントについて理解する～</li> <li>3. 日本におけるポーン・グローバル企業とは～日本において、創業から比較的早い時期に海外進出を行っているベンチャー企業について知る～</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ポーン・グローバル企業登場の背景</li> <li>2. 伝統的な多国籍企業とポーン・グローバル企業の比較(1/2)</li> <li>3. 伝統的な多国籍企業とポーン・グローバル企業の比較(2/2)</li> <li>4. 北欧のポーン・グローバル企業(フィンランド/ノキア)(1/3)</li> <li>5. 北欧のポーン・グローバル企業(フィンランド/ノキア)(2/3)</li> <li>6. 北欧のポーン・グローバル企業(フィンランド/ノキア)(3/3)</li> <li>7. 北欧のポーン・グローバル企業(フィンランド/シー・アール・エフ)</li> <li>8. アメリカのポーン・グローバル企業(デル)(1/2)</li> <li>9. アメリカのポーン・グローバル企業(デル)(2/2)</li> <li>10. グローバル・ニッチ市場</li> <li>11. 日本におけるポーン・グローバル企業(アライドテレシス)(1/3)</li> <li>12. 日本におけるポーン・グローバル企業(アライドテレシス)(2/3)</li> <li>13. 日本におけるポーン・グローバル企業(アライドテレシス)(3/3)</li> <li>14. 海外に関連会社を持つICTベンチャーの企業数及び海外における日本のICTベンチャーの関連会社数の推移</li> <li>15. 日本の総人口の推移</li> <li>16. (参考)日本の年齢3区分別人口の推移</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グローバル展開を見据えるならば起業の段階から、グローバルな視点で市場を捉えた事業プランを練る必要があることを理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(10/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第10章】 ベンチャーと コスト</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業のコスト構造を理解する</li> <li>・P/L、B/Sの働きと基本パターンを理解し、企業活動における「カネ」の動きを概観する</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業活動の目的 ～利益が出る仕組みを理解する～ ・「利益＝売上－コスト」を理解しよう</li> <li>2. 企業にとっての財務諸表 ～財務諸表の役割を理解する～ ・財務諸表の必要性を考えよう ・「お金」の観点でビジネスの流れを理解しよう</li> <li>3. 財務諸表の基本 ～P/LとB/Sの内容と役割を理解する～ <ol style="list-style-type: none"> <li>3-1. 財務諸表とは ・投資を「原因」、リターンを「結果」と捉えてみよう ・財務諸表の種類を理解しよう</li> <li>3-2. 損益計算書(P/L)とは ・P/Lにおける「収益」、「費用」、「利益」を分類してみよう ・P/Lの各項目が何を示しているかを理解しよう ・P/Lから企業の経営成績を読み取ろう</li> <li>3-3. 貸借対照表(B/S)とは ・B/Sから「資金をどうやって得たのか、その資金を何に使ったのか」を読み取ろう ・B/Sから企業の経営状態を読み取ろう</li> <li>3-4. 損益計算書(P/L)と貸借対照表(B/S)のつながり ・P/LによってB/Sがどのように変わるかを理解しよう</li> <li>3-5. キャッシュフロー計算書(C/F)とは ・P/LとC/Fの違いを理解しよう ・C/Fから現金の流れを読み取ろう ・黒字倒産とは何かを理解しよう</li> <li>3-6. 企業活動と財務諸表の関係 ・企業のビジネスモデルが財務諸表にどのように反映されているかを理解しよう</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業活動の目的</li> <li>2. 財務諸表の役割① 企業活動の成績表</li> <li>3. 財務諸表の役割② 企業の信用を伝達するためのルール・共通言語</li> <li>4. 「お金」の観点で見た企業活動のプロセス</li> <li>5. ストックフローと財務諸表</li> <li>6. 財務諸表の概要</li> <li>7. 損益計算書の基本構造</li> <li>8. 損益計算書における「利益」の種類</li> <li>9. 損益計算書における「費用」と「売上以外の収入」の種類</li> <li>10. 損益計算書の読み方</li> <li>11. 貸借対照表の基本構造</li> <li>12. 貸借対照表の構成</li> <li>13. 貸借対照表の具体的な科目例(1/3)</li> <li>14. 貸借対照表の具体的な科目例(2/3)</li> <li>15. 貸借対照表の具体的な科目例(3/3)</li> <li>16. 貸借対照表の読み方</li> <li>17. 損益計算書と貸借対照表のつながり</li> <li>18. 損益計算書とキャッシュフロー計算書の違い</li> <li>19. 「収入・支出」と「収益・費用」</li> <li>20. キャッシュフロー計算書の構成</li> <li>21. キャッシュフロー計算書の作成方法</li> <li>22. キャッシュフロー計算書の例(直接法)</li> <li>23. キャッシュフロー計算書の例(間接法)</li> <li>24. キャッシュフロー計算書の様式</li> <li>25. 減価償却</li> <li>26. 売掛金と買掛金</li> <li>27. キャッシュフロー計算書の読み方</li> <li>28. 黒字倒産</li> <li>29. 企業活動と財務諸表の関係</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務モデルからコスト要素を洗い出すことができる</li> <li>・事業分野において、売上予測から見込まれる利益とコストを見積もる必要性を理解する</li> <li>・P/Lを構成する各利益の意味と計算方法を理解する</li> <li>・B/Sの構成を理解し、調達したお金(負債・資本)と使い道(資産)が等価になることを確認する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(11/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
<p>【第11章】 資金調達と 人材確保、 事業リスクと 対策</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業を立ち上げるためにかかる支出と資金調達の方法を学ぶ</li> <li>・経営戦略と人材の関係を考え、創業期のベンチャー企業における人材マネジメントを学ぶ</li> <li>・創業後に起こりうるリスクをイメージする</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 資金調達の概要 ～資金調達の方法を身につける～ 1-1. 資金調達とは               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ B/SIにおける資金調達の位置づけを把握しよう</li> <li>・ 資金調達上の問題点を考えよう</li> <li>・ 間接金融と直接金融の違いを理解しよう</li> <li>・ 創業時の資金調達方法を考えよう</li> </ul> </li> <li>1-2. ベンチャーキャピタルからの資金調達               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ベンチャーキャピタルによる投資の仕組みを理解しよう</li> <li>・ 銀行とベンチャーキャピタルの違いを理解しよう</li> <li>・ 投資効果の評価方法を理解しよう</li> </ul> </li> <li>1-3. IPOを目指す意味               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ IPOによるメリット/デメリットを理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. 人材戦略 ～経営資源としての「人材」の重要性を理解する～               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の担い手となる人材をイメージしよう</li> <li>・ 優秀な人材を集める方法を理解しよう</li> <li>・ ベンチャーに有効な採用方法を理解しよう</li> <li>・ 人材育成の方法を理解しよう</li> <li>・ どのような組織が会社の成長を後押しするか考えよう</li> </ul> </li> <li>3. 予想されるリスクと対策 ～事業の先を見据える～               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業後に起こりうるリスクを洗い出し、対策を考えよう</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 資金調達とは</li> <li>2. 間接金融と直接金融</li> <li>3. 創業時の資金調達</li> <li>4. ベンチャーキャピタルによる投資の流れ</li> <li>5. 銀行とベンチャーキャピタルの比較</li> <li>6. ベンチャーキャピタリストや投資家が投資する際の判断基準</li> <li>7. 正味現在価値(NRV)(1/2)</li> <li>8. 正味現在価値(NRV)(2/2)</li> <li>9. 内部収益率(IRR)</li> <li>10. 資本コスト</li> <li>11. 投資回収期間</li> <li>12. IPOを目指す意味</li> <li>13. 資金調達のイメージ図</li> <li>14. 持ち株比率と株主の権利</li> <li>15. 組織のヒエラルキー構造</li> <li>16. マネジメント能力の開発における移行の重要事項</li> <li>17. 成長のために求められる職種と能力</li> <li>18. 人材確保の考え方</li> <li>19. 募集～人を集める</li> <li>20. 採用～人材を選ぶ</li> <li>21. 組織マネジメント</li> <li>22. ベンチャーにおいて予想されるリスク</li> <li>23. ベンチャー企業が陥るといわれる「死の谷」について</li> <li>24. ベンチャーキャピタルの年間投資額の推移(2000～2006年)及び年間投資額の対GDP比(2000～2005年)</li> <li>25. 成長段階別ベンチャーキャピタル投資割合(2006年)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業期には自己資金と借入資金を組み合わせる必要があることを理解し、各融資先のポイントを押さえる</li> <li>・ 経営戦略における人材の重要性を考え、人材採用基準を理解する</li> <li>・ メンバー同士でビジョンを共有することの大切さを理解し、それを促すリーダーシップの発揮のしかたをイメージできる</li> <li>・ 企業活動を構成する要素ごとに、また時系列的に起こりうるリスクを理解する</li> </ul>

## 2-2. 講義の計画(12/12)

章タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	テキストの図表一覧	学習目標
【補講】 ビジネスマナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 社会人としての心構えを理解し、ビジネスマナーの基本動作を身につける</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業活動を円滑に進めるために必要なこと ～社員一人ひとりと企業全体を結び付けて考える～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ セルフマネジメントの重要性を理解しよう</li> <li>・ いろいろなレベルでPDSサイクルを考えよう</li> <li>・ チームメンバーとのコミュニケーションが必要になる状況を想像してみよう</li> <li>・ 「報・連・相」の重要性を理解しよう</li> </ul> </li> <li>2. ビジネスマナーの基本動作 ～社会人としての心構えを理解する～ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ なぜビジネスマナーが必要なのか考えよう</li> <li>・ ビジネスマナーの基本動作を身につけよう</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社員一人の視点での利益の考え方</li> <li>2. Plan-Do-Seeサイクルのイメージ</li> <li>3. 個人のPDSサイクルとチームメンバーとのコミュニケーション</li> <li>4. 報・連・相の注意点</li> <li>5. ビジネスマナーの基本</li> <li>6. 基本動作① 身だしなみ</li> <li>7. 基本動作② 挨拶(1/2)</li> <li>8. 基本動作② 挨拶(2/2)</li> <li>9. ビジネスにおける言葉づかい</li> <li>10. 敬語</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 仕事に対する意識と理解を深め、インターンシップや企業調査で恥ずかしくない行動を取れるようにする</li> </ul>

---

1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要

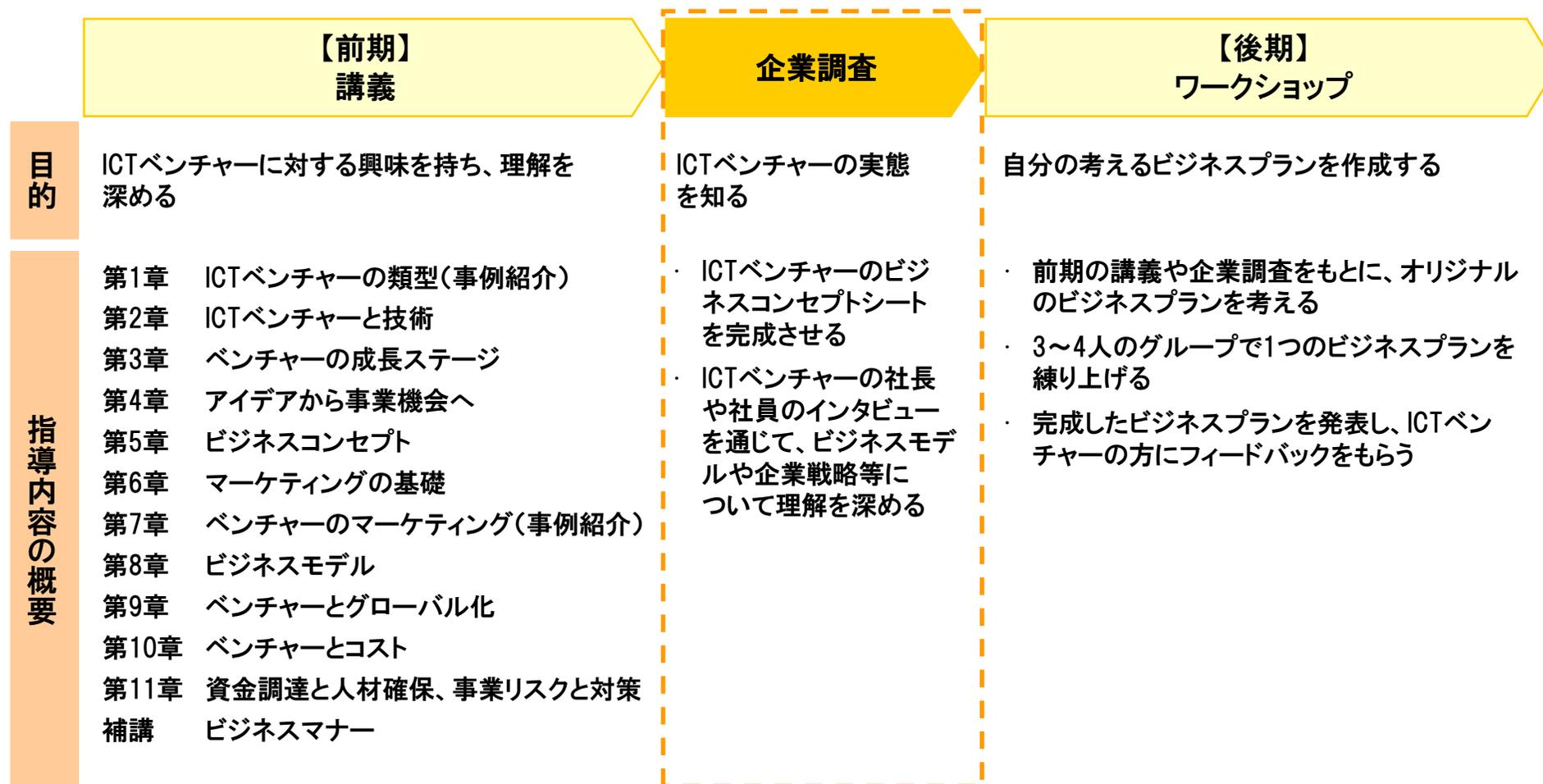
2. 講義の概要

3. 企業調査の概要

4. ワークショップの概要

## 3-1. 企業調査の位置づけ

- 本プログラムでは、技術的な分野への理解も深めながら、ICTベンチャーのビジネスプランの作成方法を習得します。
- 前期は講義形式でICTベンチャーに興味をもってもらい、後期はワークショップ形式でビジネスプランを作成してICTベンチャーの経営幹部候補生(高度IT人材)を育成することを目指します。
- 授業1コマを90分とし、前期12コマ(2単位)、後期12コマ(2単位)、計24コマ(4単位)を想定しています。



## 3-2. 企業調査の計画

タイトル	概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
企業調査	<ul style="list-style-type: none"><li>・ビジネスプランを作成する際に必要な視点を学ぶ</li><li>・ICTベンチャーの経営幹部陣へのインタビューを通じて、ビジネスモデルや企業戦略等について理解を深める</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. インターネットで調査対象企業についての情報収集を行う</li><li>2. 調査対象企業の経営幹部陣へのインタビューを行う</li><li>3. ビジネスコンセプトシートを記入する</li></ol>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ビジネスコンセプトシート</li><li>・企業調査の手引き</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・実際のICTベンチャーについて、ビジネスコンセプトシートを完成させる</li></ul>

---

1. ICTベンチャー・リーダーシップ・プログラムの概要

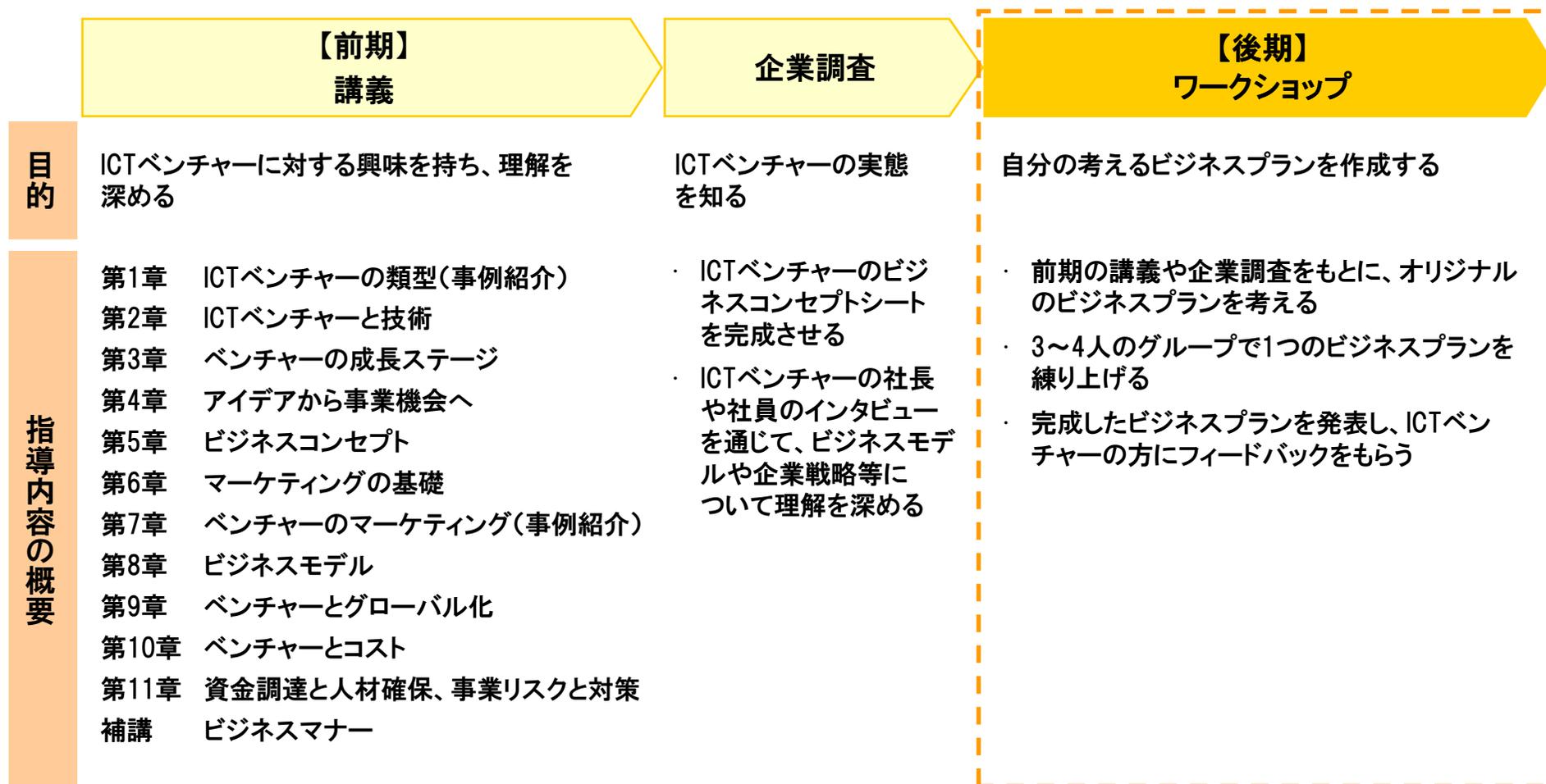
2. 講義の概要

3. 企業調査の概要

4. ワークショップの概要

## 4-1. ワークショップの位置づけ

- 本プログラムでは、技術的な分野への理解も深めながら、ICTベンチャーのビジネスプランの作成方法を習得します。
- 前期は講義形式でICTベンチャーに興味をもってもらい、後期はワークショップ形式でビジネスプランを作成してICTベンチャーの経営幹部候補生(高度IT人材)を育成することを目指します。
- 授業1コマを90分とし、前期12コマ(2単位)、後期12コマ(2単位)、計24コマ(4単位)を想定しています。



## 4-2. ワークショップの計画(1/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
① ビジネス アイデア	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットを使ったビジネスのアイデアを出し合う</li> </ul>	1. アイデア出し <ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットを利用してどんなビジネスができるのか？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスコンセプトシート</li> <li>ワークショップの進め方</li> <li>前期講義テキスト</li> <li>企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>柔軟な発想で挙げられるだけのアイデアを出す</li> <li>各自の役割を決めてディスカッションする</li> </ul>
② つくりたい会社の イメージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>どんな会社になりたいのかをイメージする</li> <li>「会社名」「キャッチフレーズ」「夢・目標」を考える</li> </ul>	1. 会社名 <ul style="list-style-type: none"> <li>自分のイメージする会社の名前は？</li> <li>名前の由来は？</li> <li>名前に込められている思いは？</li> </ul> 2. キャッチフレーズ <ul style="list-style-type: none"> <li>新聞記事のタイトルにするとしたら？</li> </ul> 3. 夢・目標 <ul style="list-style-type: none"> <li>会社が事業を成功させて成し遂げたいことは何か？</li> <li>どうやって社会に貢献しようとしているのか？</li> <li>どんな会社をつくりたいのか？</li> <li>3年後、5年後、10年後の未来予想図をどんな風に描いているのか？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスコンセプトシート</li> <li>ワークショップの進め方</li> <li>前期講義テキスト(主に第1章、第4章、第5章)</li> <li>企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>なぜそのビジネスをやりたいのかを明確にする</li> <li>夢・目標を掲げ、起業した姿をイメージする</li> </ul>

## 4-2. ワークショップの計画(2/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
<p style="text-align: center;">③ マーケティング I (顧客、市場、 競争相手)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「顧客」「市場」「競争相手」について調査・分析し、ビジネスコンセプトシートにまとめる</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 顧客               <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さんは誰？</li> <li>・お客さんの具体的なイメージは？</li> <li>・誰のどんなニーズに応えたいのか？</li> <li>・どのような不満や不便を解消できるのか？</li> </ul> </li> <li>2. 市場               <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場の規模</li> <li>・市場の成長性</li> <li>・参入障壁</li> <li>・市場におけるポジショニング</li> </ul> </li> <li>3. 競争相手               <ul style="list-style-type: none"> <li>・競合の数、マーケットシェア</li> <li>・競合のビジネス規模</li> <li>・競合の強み</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト(主に第6章、第7章)</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社が狙うターゲットを明確にし、ニーズを把握する</li> <li>・ビジネスとしての規模感をつかむ</li> <li>・競争相手がどのような戦略を打ち出しているのかを把握する</li> </ul>

## 4-2. ワークショップの計画(3/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
<p>④ マーケティングⅡ (自社の強み、 商品・サービス)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「顧客」「市場」「競争相手」の調査・分析を踏まえて、自社の強みを明確にする</li> <li>・商品・サービスについて4Pの視点で考える</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自社の強み               <ul style="list-style-type: none"> <li>・これなら競争に勝てる、こわい相手は全然いないなど誰もが納得できる強みは？</li> <li>・将来も勝てるのか？</li> </ul> </li> <li>2. 商品・サービス               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ Product                   <ul style="list-style-type: none"> <li>-どんな商品・サービスなのか？</li> <li>-どのように顧客の不満や不便を解消できるのか？</li> </ul> </li> <li>・ Price                   <ul style="list-style-type: none"> <li>-商品・サービスにどのくらいお金を払ってくれるのか？</li> <li>-類似商品に比べて高いのか安いのか？</li> </ul> </li> <li>・ Place                   <ul style="list-style-type: none"> <li>-顧客はどこで商品・サービスを買うのか？</li> <li>-売れる時期・時間帯はいつか？</li> </ul> </li> <li>・ Promotion                   <ul style="list-style-type: none"> <li>-顧客はどのようにして(どこで)商品・サービスを知るのか？</li> <li>-顧客に商品・サービスのことをどのように宣伝したら一番よくわかってもらえるのか？</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト(主に第6章、第7章)</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社が何で勝負しているか(差別化要因)を把握する</li> <li>・商品・サービスを4Pの視点で具体的に考える</li> </ul>

## 4-2. ワークショップの計画(4/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
⑤ ビジネスモデル (1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「プレーヤー」「モノ」「カネ」の動きを追い、ビジネスモデルを作成する</li> </ul>	1. ビジネスモデル <ul style="list-style-type: none"> <li>どうやって儲けているのか？</li> <li>顧客と自社以外にどのような関係者がいるか？</li> <li>プレーヤーの間でどのようにお金が流れるか？</li> <li>プレーヤーの間でどのようにモノ(商品・サービス、材料等)が流れるか？</li> <li>「売上&gt;コスト」になっているか？(ビジネスモデルは成り立つのか？)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスコンセプトシート</li> <li>ワークショップの進め方</li> <li>前期講義テキスト(主に第8章)</li> <li>企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「プレーヤー」「モノ」「カネ」の関係性をイメージできる</li> <li>どのように儲けを生み出しているか理解する</li> </ul>
⑥ 中間発表 (1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1~5回のワークショップでできたところまでを発表する</li> <li>各グループのビジネスアイデアを共有し、改善点を出し合う</li> </ul>	1. ビジネスプラン発表・質疑応答 2. ディスカッション <ul style="list-style-type: none"> <li>気付いた点</li> <li>次回以降へのポイント</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスコンセプトシート</li> <li>ワークショップの進め方</li> <li>前期講義テキスト</li> <li>企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>どのようなビジネスを考えているのか、熱意を込めて聞き手にわかりやすく伝える</li> <li>他のグループのアイデアに耳を傾け、自分たちのビジネスプランに活かす</li> </ul>
⑦ ビジネスモデル (2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>中間発表(1)を踏まえて、ビジネスモデルを再考する</li> </ul>	1. ビジネスプランを深める <ul style="list-style-type: none"> <li>「顧客」「市場」「競争相手」「自社の強み」「商品・サービス」「ビジネスモデル」について変更すべき点・不足している点はないか？</li> <li>新しいアイデアは？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスコンセプトシート</li> <li>ワークショップの進め方</li> <li>前期講義テキスト(主に第8章)</li> <li>企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>それまで作成してきたビジネスプランを総合的に考える</li> </ul>

## 4-2. ワークショップの計画(5/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
⑧ 必要資金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業を始めるための資金を見積もる</li> <li>・資金調達の方法を考える</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 創業期の必要資金           <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業を立ち上げるためにはどのような支出があるのか？</li> <li>・そのためにいくら必要なのか？</li> </ul> </li> <li>2. 資金調達           <ul style="list-style-type: none"> <li>・どうやってお金を集めるのか？</li> <li>・誰から借りるのか？</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト(主に第10章、第11章)</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・何にいくらかかるのか、コストを把握する</li> <li>・自己資金だけで立ち上げられるのか、資金面で誰の協力が必要なのかを現実的に考える</li> </ul>
⑨ リスク、 中長期プラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業後に予想されるリスクを洗い出し、予防策を対策を考える</li> <li>・起業後5年間の中長期プランを練る</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. リスク           <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業がつまづくとしたら、どんなことでつまづきそうか？</li> <li>・事業がつまづかないためにはどうすればよいのか？</li> <li>・もしつまづいてしまったらどのように対処すればいいのか？</li> </ul> </li> <li>2. 中長期プラン           <ul style="list-style-type: none"> <li>・会社の規模               <ul style="list-style-type: none"> <li>-売上/利益や従業員数はどのくらい増えるのか？</li> <li>-ずっと続けて儲かるのか？</li> </ul> </li> <li>・商品・サービス               <ul style="list-style-type: none"> <li>-種類・量を増やしていくのか？</li> <li>-今後どこまで拡大するのか？</li> <li>-どうやって展開していくのか？</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト(主に第3章、第11章)</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ヒト」「カネ」「モノ(商品・サービス)」「情報」等、さまざまな点でリスクがあることを確認する</li> <li>・起業していから1年後、3年後、5年後を具体的にイメージする</li> </ul>

## 4-2. ワークショップの計画(6/6)

タイトル	授業内容の概要	進行計画(学習要素)	使用教材・資料	学習目標
⑩ 中間発表 (2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシートがすべて埋まった状態で発表する</li> <li>・各グループのビジネスアイデアを共有し、改善点を出し合う</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスプラン発表・質疑応答</li> <li>2. ディスカッション               <ul style="list-style-type: none"> <li>・不足している視点</li> <li>・最終化に向けてすべきこと</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間発表(1)を踏まえて、変更した部分や細かくした部分に注意して発表する</li> </ul>
⑪ ビジネスプランの ブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間発表(2)を踏まえて、ビジネスプランを最終化する</li> <li>・最終発表の準備をする</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスプランのブラッシュアップ</li> <li>2. プレゼンテーションの準備               <ul style="list-style-type: none"> <li>・プレゼンテーションの構成作り</li> <li>・練習</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間発表(2)を踏まえて、不足している点を補う</li> <li>・プレゼンテーションの流れを確認し、本番と同じように練習する</li> </ul>
⑫ 最終発表	<ul style="list-style-type: none"> <li>・完成したビジネスプランを発表する</li> <li>・各グループのビジネスプランについて評価し合う</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジネスプラン発表・質疑応答</li> <li>2. 各グループのビジネスプランのフィードバック</li> <li>3. ワークショップ全体の振り返り</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスコンセプトシート</li> <li>・ワークショップの進め方</li> <li>・前期講義テキスト</li> <li>・企業調査結果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分たちなりのビジネスプランを納得できるかたちで発表する</li> <li>・ワークショップ全体を振り返り、よかった点や改善点を確認する</li> <li>・起業してみたい、自分にもできるかもしれないと思える</li> </ul>

# 検討会 構成員一覧

本プログラム検討会の構成員は以下の通りです。

座長	松田修一(早稲田大学大学院 商学研究科教授)
構成員	金井一頼(大阪大学大学院 経済学研究科教授)
	権 奇哲(東北大学大学院 経済学研究科教授)
	高橋徳行(武蔵大学 経済学部教授)
	前田 昇(青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科教授)

＜本テキストに関する問い合わせ先＞

総務省 情報通信政策局 情報通信政策課

〒100-8926 東京都千代田区霞が関2-1-2

中央合同庁舎2号館

TEL:03-5253-5735 FAX:03-5253-5740