第4回「試す」applim

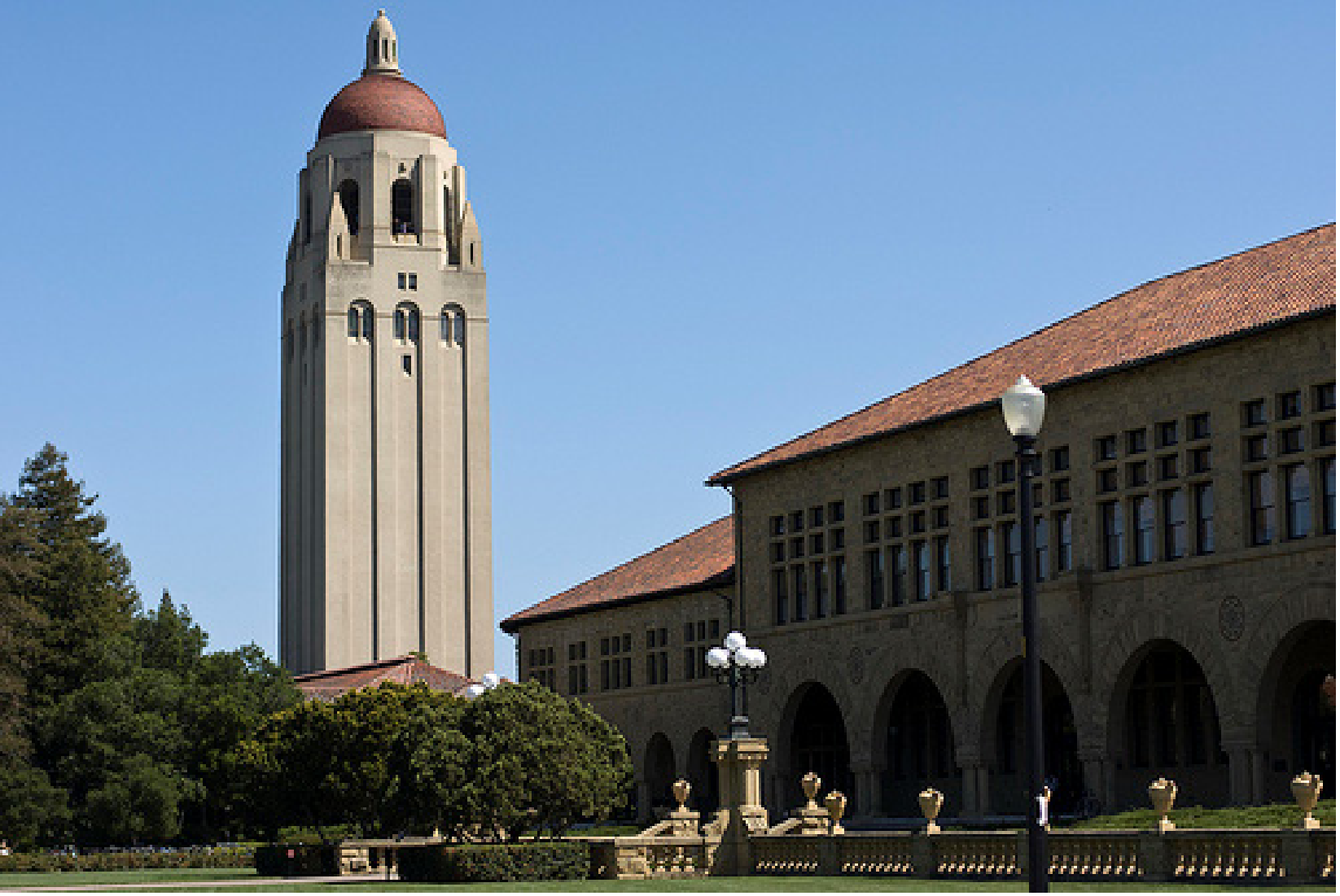
キックオフイベント基調講演

ブレークスルーパートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com
www.b-t-partners.com

２０１２年９月３０日

最初に自己紹介 . . .



スタンフォード大学大学院で機械工学修士を取得

シリコンバレーの空気に初めて触れる

McKinsey&Company

1986～2000年、マッキンゼーにて日本企業、韓国企業の経営改革、新事業創造にパートナーとして14年間取り組む

10年間500週、ソウル往復

世界二十数カ国からコンサルタントを動員

BreakThrough
Partners

2000年以降、日本発の世界的ベンチャーを1社でも多く生み出すべく、ブレークスルーパートナーズを創業

ベンチャー共同創業、経営支援

ブレークスルーキャンプ主催、applim、TRIGGER、OVAL等深く関わる

ソーシャルゲーム

dango

SAKURA
sakurasoft co.,ltd

Istpika

株式会社 アンダムル
andamul

すべての特許、技術、技術者を一発検索、つなぐ。パテントベースソーシャルグラフ

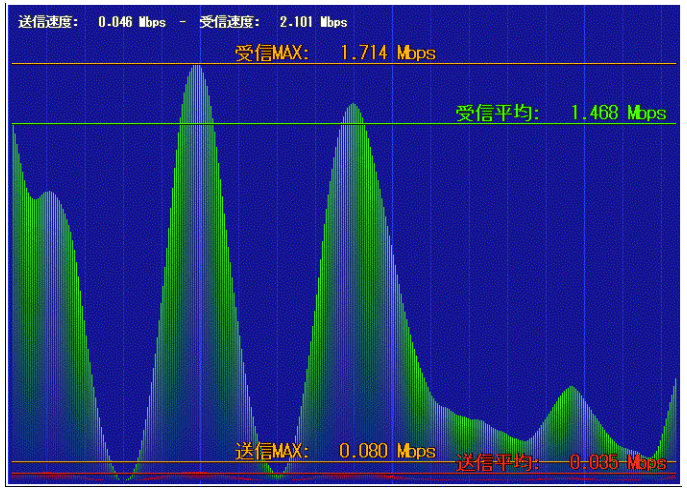
astamuse company　すべての発明・研究・創作活動のために

圧倒的な手軽さで、体系的な企業・業界情報の収集、分析

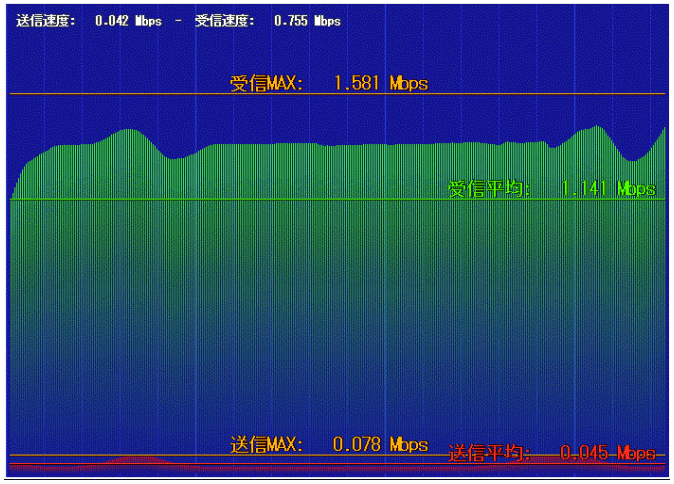
SPEEDA

スマホでYouTubeがきれいに見れる

Jin-Magic
Shaping the Future of Internet Traffic



Jin-Magic による帯域安定化



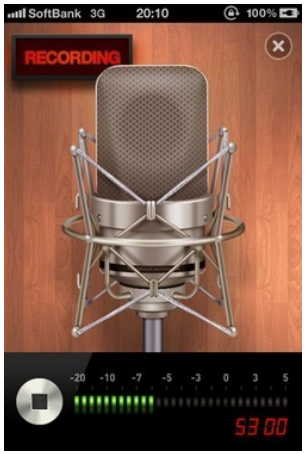
感動コレクションlog

http://www.lo-g.me/

ソーシャル婚活サイトfrigg

http://frigg.lv/

世界のみんなと歌える音楽コラボiPhoneアプリ nana



言葉で瞬時につながる

Board

http://board-i.com/

画像でつながるコラボコミュニケーション

Look

http://look.lc/

23チーム100名が参加した、2ヶ月間の開発合宿

ブレークスルーキャンプ2012 Summer

applimも企画の最初から

試す applim vol.1

第一回 applim

「ソーシャルアプリ×マーケティング」をテーマにコンテストを開催！　ソーシャルアプリにあう商材を選択し、それをプロモーションするアプリを提案する。

試す applim vol.2

第二回 applim

「スマートフォンアプリ×マーケティング」をテーマにコンテストを開催！

試す applim vol.3

applim +

実装化、運用を前提とした特定の商材に対して、ソーシャルアプリ・スマートフォンアプリを活用したマーケティングプランを立案するコンテスト

http://applim.jp/plus/

1ヶ月で最大の成果を出すためには

企画の出し方、まとめ方

（お勧めの）4週間のステップ

9/30（日）-10/6（土）

企画案を各20個ずつ出し、評価。上位2個ずつをチーム全員で議論し決定

次ページ

10/7（日）-10/13（土）

絞った企画案に対し、最終プレゼン資料を完成させる

10/13（土）：フィードバックイベント

10/15（日）-10/20（土）

ターゲットユーザー、アプリ案、プロモーション等を見直し、資料修正

10/18（木）：最終課題提出

10/22（日）-10/27（土）

プレゼン練習をしながらプレゼン資料を無限に修正

企画案の立案と評価

大: 4点
中: 2点
小: 1点

企画案	アイデア性	実現可能性	行動誘発性	感性誘発性	デバイス活用度	マーケティング達成度	総合点
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							

企画案の立案と評価

大: 4点
中: 2点
小: 1点

企画案	アイデア性	実現可能性	行動誘発性	感性誘発性	デバイス活用度	マーケティング達成度	総合点
11.							
12.							
13.							
14.							
15.							
16.							
17.							
18.							
19.							
20.							

企画案の立案と評価

大：4点
中：2点
小：1点

企画案	アイデア性	実現可能性	行動誘発性	感性誘発性	デバイス活用度	マーケティング達成度	総合点
1.	大	大	中	大	中	大	20
2.	中	中	大	大	大	小	17
3. ①				②			③
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							

独りよがり、思い込みを避けるには

- 独りよがり、思い込みを避けることは、実は簡単
- 現実を直視するかどうか、耳の痛い話を聞くかどうか
- 知らない人に話して、すぐ感心してくれるかどうか。すぐ感心してくれないものは、多分だめ
- 長々と説明したくなるものは、多分だめ
- いつも相手の話を真剣に聞き、今何を話しているのか、何を伝えたいと思っているのかを全力で理解するよう努める
- 「ビジョン、信念」と「独りよがり、思い込み」は別

ユーザーインタビューの方法（1/2）

- ①ターゲットユーザーを2人インタビューし、共通点、相違点からセグメント仮説を出す、②3人目で仮説検証、③ここまででこれはという予感がなければまずだめ。後で苦労する。インタビュー相手の選択ミスではなく、詰まらないアイデアを追求していると思うべき

- 10人以上インタビューをしようとすると、疲れるし、時間がかかり逆に感度が鈍る。思考停止になりがち。最初の2～3人で結論を出す方がむしろ精度が高い。そこで相手が夢中になって話してくれれば、可能性大

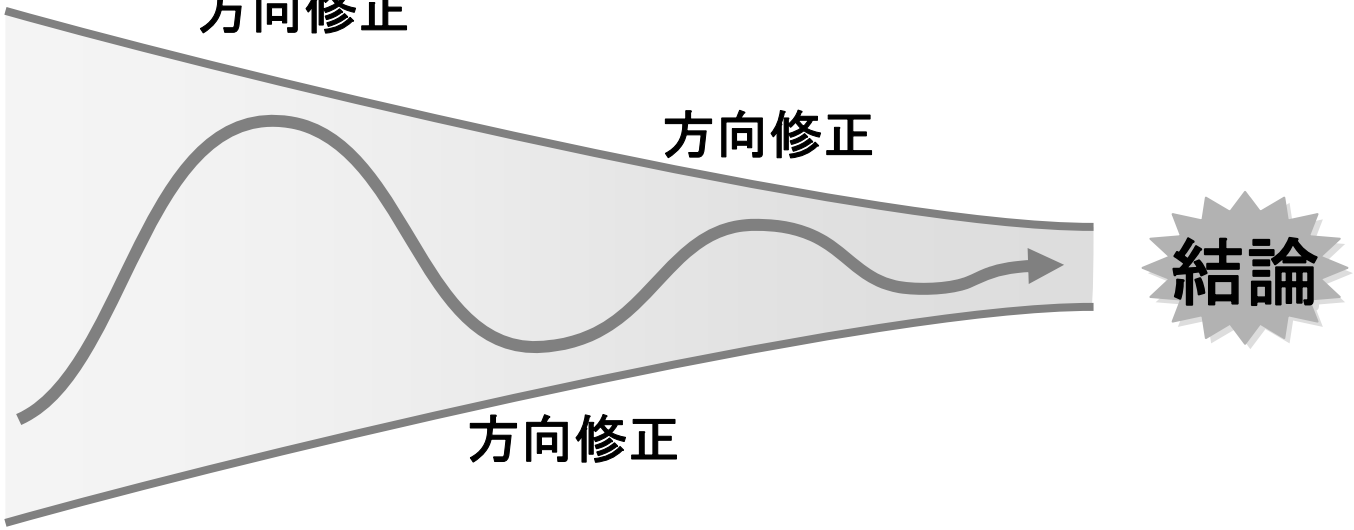
ユーザーインタビューの方法（2/2）

- ユーザーインタビュー時には、何で困っているかを徹底的に聞く。ひたすら聞く。全部聞く。もちろん、目を輝かせて、相づちを打ちながら。大事なポイントはすべて書き留める。その姿勢がユーザーをさらに元気づけ、もっと話してくれる
- 特に女性ターゲットの場合は、仲のよい友達2~3人集めてもらい、わいわい話してもらうのが一番。セグメントはあまり気にせず、まずは爆発的に盛り上がるガールズトークを聞く
- ユーザーインタビューを効果的に行うには、普段からアンテナを高くし、感度を上げ、何事も深掘りする力をつけるような努力が必要。最も簡単かつ効果的なのは、毎日10枚以上メモを書くこと。感度が低いとユーザーの発言に惑わされる

仮説思考

ステップでいうと

イメージ的には



ポイント

- 「いい加減にエイヤ！」ではなく、常に感度を高く保ち、何に対しても自分なりの考え、仮説を持っていることが大前提
- インタビュー、データの分析などの検証作業を始めると、新たな仮説がどんどん湧き、仮説が修正される
- このプロセスのスピードとダイナミックさについていけない人にとっては大きなとまどいが生じる。飲みに行って話を聞いてあげる、背景を説明してあげるなど、フォローアップとマッサージが必要

真実の探求 . . . 深堀りの重要性

納得するまで、「なぜ」を問い続ける . . . これがほぼ「分析力」と「独創性」のすべて

どんどん
掘っていく

「岩盤」に達し
たらストップ

ポイント

- いやがられても、無理矢理にでも「なぜ」を5回続ける
- 簡単そうだが、相当の努力が必要 . . . 問題意識がきわめて強くないと、質問が続かない
- 考える訓練として格好の場となる

考えの整理のしかた:
メモ書き

考えを整理するメモ書き

- メモを書くねらい
  - 頭に浮かんだことをすべてメモに書き留めることにより、考えを整理する、頭がすっきりする
  - 自分が何を悩んでいるのか、はっきり見える。悩みが大幅に減る
  - メモが外部メモリになるため、頭の働きがよくなる
  - 暗黙知を形式知化する
  - インタビューメモ、人から聞いたお話、ミーティング議事録など、すべて一元管理できる

- 方法
  - 思いついたこと、気になること、疑問点、次にやるべきこと、自分の成長課題など、頭に浮かんだことはすべてメモに書きとめる
  - メモはすべてA4コピーの裏紙に
  - 必ず、1件1葉で。必ず横置きで、左上にタイトル、右上に日付を書く
  - 頭に浮かんだことをすべて書く、ということで、毎日10ページ
    - 真剣に考えていれば、毎日10ページ程度にはなる
    - 1枚1分で素早く書く。毎日20分もかからない
  - 夜まとめてではなく、思いついたその瞬間に書き留める、という習慣づけ

メモの深掘りとは？

重要な課題に関して、徹底的に深掘りすることが重要

例えば、「だめだと思っていることをずばっと言いきれないのは？」というタイトルのメモを書いたとすると、それに加えて

・なぜずばっと言いきれないのか？
・ずばっと言いきらないと何がまずいのか？
・ずばっと言われると相手はどう思うのか？
・ずばっと言わない自分を相手はどう思うのか？
・ずばっと言わないのは、具体的に何を指摘し、どう変えるべきかわからないからでは？
・〇〇さんにずばっと言うべきことは？　（４～５人を具体的に）
・そもそもコーチングとは？
・ずばっと言いきるのがいい時とまずい時は？

をそれぞれメモに書くと効果的

多面的に、こちら側からあちら側から、中から外から、上から下から書くことで

1. 今まで見えなかった側面がはっきり見える
2. 十分考えていなかったことをしっかり考えることができる
3. 理解不能と思っていた相手の行動、絶対いやだと思っていた相手・自分の行動への理解が深まる。別の見方ができる
4. 全体としてもやもやが整理でき、新しい自分としての取り組みができる

どんな指導を自分たちは受けたいか？

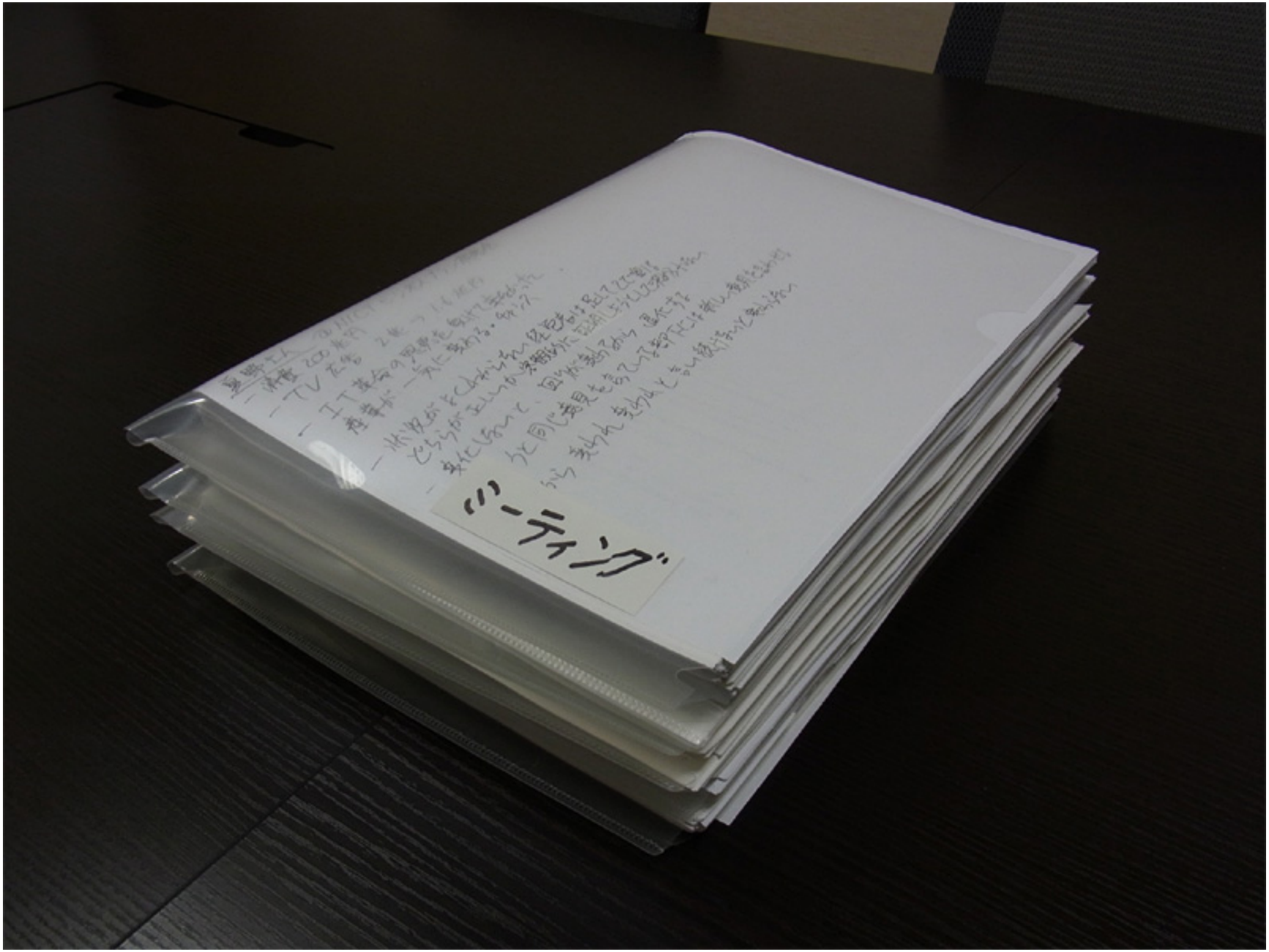
2006 6.12

メモ見本

- 自分の課題を明確にしてほしい
- 自分の課題に対して具体的な行動指導をしてほしい
- FBして、何が良くなっているのか納得してほしい
- 良い、悪いをはっきり伝えてほしい
- やる気を持たせてほしい
- 自分でも出来るかもと自信を持たせるFBがほしい

クリアフォルダによるメモ整理

クリアフォルダの重ね方



ホワイトボードの効果的な使い方

ホワイトボードの効果的な使い方

一般の会議・ミーティングで見られる問題点

- テーマによっては話がぶれやすい。それぞれが言いたいことを言って終わる
- 時間はかかるものの実際は何も決まらず、誰が何をいつまでに実行すべきかはっきりしない。決めたと思っても漏れがある
- 論点のすれ違いを明確にできず、平行線のまま議論が続く
- 報告はでき、結論は出せても、本質的な問題解決につながらない
- リーダーはいいミーティングだったと思っても、チームメンバーは今ひとつ何が何だかわからない。情報共有したようでいてしていない、方針を出したようでいて、出していない

ホワイトボードを使う時起きる現象、むずかしさ

- ホワイトボードに書こうとしても、発言者の内容がよく理解できない（実際何を言いたいかわからないことが多い）
- ホワイトボードの前に立つと、何をどう進めたらよいか、よくわからなくなってくる
- 議論が発散するのでまとめようとしても、皆がついてきてくれない。皆言いたいことを言う

ホワイトボードの効果的な使い方

- リーダーが書く（書記を使うことはあまり効果的でない）
- その時、何を話す時間なのかをはっきりさせる。すなわち、議事進行をきちんとおこなう。ブレーンストーミングであっても、結論を確認する時間を作る
- 最初はまとめようとせず、話を聞いて書く．．．わかりにくい時は躊躇せず、また恥ずかしがらず聞きなおし、簡潔に言い直してもらう
- 書いたものを指差して、言いたいことが表現されているか本人に確認する。他の人が話し始めていてもやんわり制止して確認し、積み上げていく方が効果的
- 論点がすれ違いの時は、それを整理し、どこにギャップがあるかできるだけ図示する（ここでフレームワーク、ロジックツリーが生きる）
- 誰が何をいつまでにやるか、明確に決め、確認し、書く。検討すべきリスク項目なども明確にする
- ざわついた時は注意を促す。大きめの声で

- 左上に会議のタイトルと出席者、右上に日付を書く
- 複数の議題、トピックがあるときは、左上に小さく箇条書きしてから始める（場合によって時間配分も明記する）
- 印刷したときにはっきり読めるように、字の大きさ、読みやすさなど留意する
- 下半分は椅子にすわって書く方が早い、きれい、落ち着いて判断できる
- 最初は誰でもあがる。思っていることの半分も書けない。場数が必要（20回程度）

チームのまとめ方

チームのまとめ方

- 最初に明確にし、合意する
  - チームで何をやりたいのか、達成したいのか
  - コミュニケーションの手段、時間、頻度等
- 進捗状況等、常にチーム全員で共有
- 時間、アウトプット等ずさんなメンバーには全員でプッシュ

- チームリーダーをメンバー全員でサポート
- チームリーダーは、途中でより適切な人に交代するとまとまる

- メンターを積極的に活用（チームのもめ事対策にも）

プレゼン準備

プレゼンテーション

- プレゼンテーションの巧拙で、チームの印象が劇的に変わる
- プレゼンテーション練習を通じて、メッセージをどんどんクリアにしていく。ギャップを埋めていく
- 初めての人に聞いてもらい、メッセージが伝わっているのか、伝え残しがないのか、何度も確認
- オーディエンス（審査員）を不安にしない。頭にするする入るように、理解しやすいように伝える
- 例えば．．．

チーム紹介

写真、名前、大学、学部、学年、役割

何だか面白そうなチームだな！

誰がどんなことに困っているのか？

なるほどね！　確かに！
そうだよね。何とかならないかなあ

困っている背景は？
本質的な問題点は？

なるほど！　確かに！

我々はこんな答えを考えた！

お、すごいぞ！　面白い！

こんなにすごいんだぜ！

おおぉお～～～、このチームは賢い！！
ここまで考えているのか！

スマホだからね。

スマホをうまく使ったなあ！
そういう使い方があるんだね！

他のアイデアとは全然違うよ！

確かに！　今までこんなことは誰も考えなかった！
すごいな。このチームは！

どんどん広がっていくね！止まらないね。

確かにな。これなら、すごい勢いで広まるよな

こうやって売れていくよ！

確かに！。これだったら
喜ばれそうだね！

もっと成長するために

もっと成長するために、今すぐ強化に取り組みたいこと

- 問題解決力、深く考える力
  - 効果的な問題解決のための考え方・スタンス
  - どうリラックスし、かつトップスピードで走るか
  - 考えの整理のしかた、メモの書き方
- 聞く力、相手の心情を心から理解できる感受性
- リーダーシップ
- やる気、向上心を維持、強化する工夫
- ソーシャルメディア活用力

相手の話を聞く力、相手の心情を心から理解できる感受性

- 相手の話を聞く力が何よりも重要
- 聞くふりをして聞き流すのではなく、本気で聞く
- 相手に好奇心を持って聞く。うわの空は即死
- 「～～いうことですね？」と確認する
- 聞く力というよりも、真剣に聞く姿勢がすべて
- リーダーシップの大前提

リーダーシップ

- リーダーシップとは、人に命令することではない
- 周りが慕って、自然についてくること
- 人の話を聞くことがすべての出発点

- ビジョンを示し、困難に立ち向かう勇気を生み出す
- 沈着冷静に指示を出せること。危機に際して、常に平常心でいられること．．優先順位付けが鍵
- 同時に複数のことを処理できること。並行処理

向上心を維持、強化する工夫

- 誰もが常に高いわけではない。ただ、高く維持しようとする努力は可能
- 意欲、向上心、エネルギーは伝染する。強い人に折りにふれて接し、エネルギーを注入する
- 力みをなくし、トップスピードで走る
- 人より半歩でも一歩でも先に行く
- 同年齢、3歳上、10歳上の相談相手を数名確保
- 土日の過ごし方が重要
- シリコンバレーに一度行ってみる

ソーシャルメディア活用力

- Facebook、Twitterはもとより．．．
- 最近は、LinkedInも必須（世界とつながる）
- ブログで意見を発信する（何を食べたより）
- どういうソーシャルメディアが出てこようと、総合的な情報発信力、自分の考えを持ち発信する力があるのとないので、決定的な違い

根本は、

熱意

+ 向上心

＋ 柔軟性

熱意・向上心・柔軟性があれば、いくらでも成長できる。なりたい自分になれる！

今後の1ヶ月でも、applimで大きな成果を出せる

日本発の世界的ベンチャーを！

ブレークスルーパートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com
www.b-t-partners.com

今日の感想、発見、要望を今日中にakaba@b-t-partners.com までお送りください

1. 今日の感想、発見
2. この講演を聞いて、applimにどう取り組むか
3. 今日の講演でわかりにくかったこと

すべてすぐお返事し、キャリア、起業等いつでも相談に乗ります

主な講演資料、ブログ

- 事業計画作成とベンチャー経営の手引き: http://www.slideshare.net/yujiakaba/ss-7021997
- ブレークスルーキャンプ by IMJ ｷｯｸｵﾌｲﾍﾞﾝﾄ: http://www.slideshare.net/yujiakaba/by-imj
- ブレークスルーキャンプ決勝プレゼン大会: http://www.slideshare.net/yujiakaba/2011-9466238
- Social Media Weekでの講演: http://www.slideshare.net/yujiakaba/web-11542736
- 全国VBLフォーラム第5回基調講演: http://www.slideshare.net/yujiakaba/5vbl
- クリーンテックベンチャー: http://www.slideshare.net/yujiakaba/ss-8973633
- ベンチャー人材確保ガイドライン: http://www.slideshare.net/yujiakaba/ss-8854374

- 現代ビジネス「ソーシャライズ！」でのブログ
  - 日本が変わった: http://gendai.ismedia.jp/articles/-/31677
  - 大企業が変われない理由: http://gendai.ismedia.jp/articles/-/31888
  - リーンスタートアップの最新事情: http://gendai.ismedia.jp/articles/-/32038
  - SXSWが世界を動かす: http://gendai.ismedia.jp/articles/-/32138

略歴：　赤羽 雄二

- 東京大学工学部を1978年3月に卒業後、コマツで建設現場用の超大型ダンプトラックの設計・開発に従事
- 1983～1985年、スタンフォード大学　大学院に留学（機械工学修士）
- 1986年、マッキンゼー入社。経営戦略、組織設計、マーケティング、新事業立ち上げなどのプロジェクト多数を14年間にわたりリード。うち、1990～2000年の10年間、マッキンゼーソウルオフィスを立ち上げ、韓国のトップグループの経営改革を推進
- シリコンバレーのベンチャーキャピタルをへて、2002年、創業前、創業当初からの非常にきめ細かな支援を特徴とするブレークスルーパートナーズ株式会社を森廣弘司と共同創業し、「日本発の世界的ベンチャー」を生み出すべく活動。ベンチャーの共同創業、経営支援に取り組んでいる
- ブレークスルーキャンプ企画・運営
- ブレークスルーキャンプ by IMJ 企画・運営統括
- 経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」、総務省「ITベンチャー研究会」委員、「ICTベンチャーの人材確保の在り方に関する研究会」委員、「事業計画作成支援コース」の企画立案および講師、「事業計画作成とベンチャー経営の手引き」著者
- 東京大学工学部「産業総論」講師、北陸先端科学技術大学、電気通信大学講師
- ソーシャルアプリ、ソーシャルメディア、電気自動車等への取り組み