

# 事業企画のためのデジタルストーリーテリング

## Digital Storytelling for Business Planning

竹田 陽子<sup>†</sup>  
Yoko Takeda

<sup>†</sup>横浜国立大学  
Yokohama National University  
ytakeda@ynu.ac.jp

### Abstract

This article explores the effectiveness of digital storytelling on business planning in a workshop based practice. The narrative part of a digital storytelling work functions to find problems, in particular, in a scene that a main character encounters a trouble; the episode spans the logical analysis part for problems solving. The effective episode tends to remind people of common experiences.

**Keywords** — Digital Storytelling, Business Planning, Narrative Mode, Logical Scientific Mode

### 1. 目的

デジタルストーリーテリングは、写真等の視覚素材を構成して紙芝居のように見せながら製作者自身が語りを入れて製作する映像付きのナラティブである。その起源は、映像作品製作を一部のプロフェッショナルだけでなく、広く一般市民に拡げて行こうとする米国西海岸の草の根芸術活動であるが、1990年代末から、芸術分野のみならず、教育や各種の社会運動と結びついて世界的に広がった。[1][2][3] デジタルストーリーテリングのビジネスへの適用は、ブランド構築やキャリア・プランニング等において初期から積極的におこなわれているが、様々な分野で散発的に実践されているため、その方法論はいまだ体系的にまとめられているとはいえない。

デジタルストーリーテリングは、普遍的な真理や論理的な一貫性を追求するのではなく、偶発的、文脈依存的な出来事を一定の視点で語ることを通じて、日常世界、他者、そして自己を解釈し、理解させるというナラティブ一般に見られる性質 [4][5]を持つことに加えて、音声や文字情報のみによるナラティブに比べて、マルチチャネルで感覚や感情に訴えることができ、通常ワークショップ

等を通じて他者とのインタラクションの中で製作がおこなわれるため省察がおこりやすく、ネット等を通じて広範囲に共有することが可能 [6][1]という特性を持つ。

Bruner [5] は、人間の思考の形式として、ナラティブ (Narrative) と論理科学的 (Logical Scientific)の2つのモードを呈示した。論理科学モードは、物事を因果的にかつ脱文脈的に説明する思考形式であるのに対し、ナラティブモードは、特定の文脈下でたまたま起こった一連の出来事を解釈する思考形式である。

事業企画では、学術研究の場におけるほど厳密ではないものの、抽象的な概念呈示、論理的な筋立て、客観的な証拠による検証など論理科学モードの思考が求められ、企画書やプレゼンテーションの様式に反映されている。その一方で、事業企画のプレゼンテーションには、しばしば聴衆の感情、感覚、記憶に訴えるエピソードや視覚表現が取り入れられている。変革を促すリーダーの話法においても、とりあげるべき問題を明示し、分析し、解決法を示す伝統的なアプローチに対し、聞き手の注意をひきつけ、自発的な創造性を引き出すストーリーテリングが提唱されている[8]。

事業企画の「公式の」思考方式は論理科学モードであっても、ナラティブモードの表現が挿入されることが珍しくないのは、論理科学モードは問題解決のための分析には適しているものの、そもその問題の設定から問われる状況に適していないからである[5][7]。事業企画の初期においては、潜在ニーズやターゲットの探索などがしばしば重要課題となるので、企画者自身に問題や選択肢を発見するためのナラティブモードの思考が求めら

れ、また、チームのメンバーや協力者に対しても論理科学的なプレゼンテーションに補完して、ナラティブモードのコミュニケーションが必要となると考えられる。事業企画のためのデジタルストーリーテリングは、ナラティブモードと論理科学モードの混合であり、両者の役割分担と接続がうまく構成されることがプランニングの質とコミュニケーションの効果の両面に有効に働くと考えられる。

本研究は、事業企画のコンテキストにおいてデジタルストーリーテリングのナラティブとしての特性を効果的に引き出す要因とメカニズムを探索的、定性的に考察することを目的としている。

## 2. 方法

2014年4月～7月に、事業企画のためのデジタルストーリーテリングのワークショップを社会人と技術経営専攻の大学院生向けに1.5時間×10セッション実施した。ワークショップ参加者は社会人経験のない大学院生4名と40歳台と50歳台の社会人2名で、インストラクターは研究者と新規事業企画専門のコンサルタントの2名、起業や社内等の新規事業に関して、参加者が「何をやりたいのか、なぜやりたいと思ったのか」を表現するデジタルストーリーテリング作品を製作した。製作にあたっては、できるだけオリジナルの写真や絵を集めて構成し、台本をあらかじめ作ってナレーションを自ら吹き込み、5分程度の映像作品に仕上げることが指示された。ワークショップのスケジュールは以下の通りである。

1. 参加者がやりたいこととその理由についての3分間スピーチ
2. 自分史の作成、自分史と今回の事業企画との関連性についての発表
3. ストーリーボードの製作と発表
4. デジタルストーリーテリングの製作方法
5. 試作品の発表
- 6-8. 作品の製作

## 9-10. 完成作品の発表

セッション1-8では、各参加者のスピーチ、ストーリーボード、試作品、未完成作品等が随時発表され、他の参加者やインストラクターとの話し合いがおこなわれた。セッション9-10では、35名の聴衆の前で完成した6つのデジタルストーリーテリング作品が上映され、質問紙調査がおこなわれた。また、2014年7月から10月に、39名がオンラインで作品を視聴し、オフラインと同様の質問紙調査がおこなわれた。

質問紙調査では、各作品の視聴直後に、いいねと思った点・関心を持った点、気にかかった点・疑問に思った点、その他気づいた点を自由回答で記入し、さらに10点満点の総合評価と図1で示した15項目について「とてもよく当てはまる」から「まったく当てはまらない」までの5点尺度で評価をおこなった。全作品視聴後には、デジタルストーリーテリングの手法の効果が、従来のパワーポイント等を使ったプレゼンテーションの方法に比べてどのような違いがあったかを、図3の5項目について5点尺度で聞いた。

調査票の回収数は、オンライン、オフライン合わせて合計74で、男性53%、女性47%、年齢平均30.5歳、就業未経験者（主に技術経営専攻の大学院生）74%、社会人26%であった。

## 3. 結果

6作品の概要を表1に、詳細な内容を付録に示す。作品の長さは5分7秒から6分57秒、使われている画像の画面数9から24、音楽が使われている作品は2つであった。各作品は、主人公の主観的な視点から語られている部分と、第三者な客観視点から説明されている部分が見られた。本稿では、前者を物語部、後者を分析部と呼ぶ。物語部は35%から70%を占めていた。エピソードの数は4作品が1つで、2作品が2つであった。物語の主人公は5作品が作者自身で、作品Dのみ架空のキャラクターであった。

表1 作品概要 (総合評価順)

	タイトル	全体長さ/ 物語長さ (比率)	物語数/ 画面数/ 音楽	主人公/ 作者年 齢/ 職歴
A	中国における、 新たな宅配シス テム	417 秒 179 秒 (43%)	2 24 有	作者 20代 無
B	「もったいない」 サイト	307 秒 107 秒 (35%)	1 20 有	作者 20代 無
C	中国における 日系工場向けの 日本語学校の ビジネスプラン	396 秒 227 秒 (57%)	2 14 無	作者 20代 無
D	サービスフロン トが元気になる ビジネスプラン	325 秒 227 秒 (70%)	1 9 無	架空 50代 有
E	陳皮製品の 起業計画	328 秒 161 秒 (49%)	1 18 無	作者 20代 無
F	お客様とイラスト レーターとのネット ワークづくり	339 秒 125 秒 (37%)	1 12 無	作者 40代 有

作品視聴後に聞き手に実施された質問紙調査 (N=74) では、作品のビジネスプランのストーリーテリングとしての総合評価は、10点満点で作品Aが平均8.32、Bが8.03、Cが7.15、Dが7.14、Eが6.86、Fが6.63で、上位グループのA、Bはそれに次ぐ中位グループC、Dよりも有意に評価が高く (paired t=7.781 P<.001)、さらに下位グループE、Fは中位グループよりも有意に評価が低かった (paired t=3.098 P<.01)。

理解、関心、説得力、共感、映像、ナレーションなど項目別の評価を図1に示す。

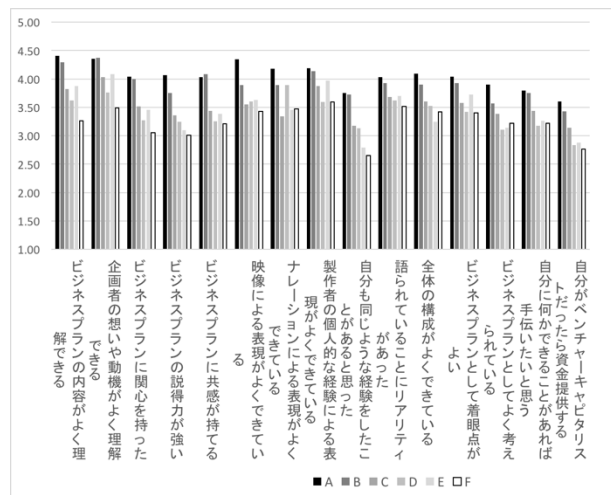


図1 項目別評価 (5点尺度) N=74

どの項目についても上位グループの作品A、Bは他作品よりも評価が高く、Fが下位レベルであることは一貫しており、その間にある他作品は項目によって評価の順位に多少入れ替わりがあるものの、総合評価が高い作品ほど各項目の評価も全般に高い傾向にあることわかる。

表1に示した通り、物語部と分析部の長さや比率や長さは、作品の評価との間に、はっきりした関連性がみられない。そこで、物語部や分析部の内容に踏み込んで、作品の構成を詳しくみることにした。

物語は、『認識可能な状況において一つの目的を達成するためにしかるべき手段によって行為する主体を含んでいる。ストーリーを推し進め、それを語るに値するものたらしめるものは障害である。それは主体、行為、目的、状況、そして手段の間の何らかの不適合である』[5]。ここでいう障害は Propp[9]の物語の構造分析において主人公が敵対行為を受けたり何かを喪失する「機能」にあたり、物語の序盤の『普通のまたは正当な環境設定を明示あるいは暗示する前置き』[5]である初期状態との対比により物語の結末に向けて主人公の行為の方向性を暗示する。今回のワークショップで制作されたすべての作品においても、これら物語に普遍的な構成が見られた。本稿では、物語部において初期状態を示す場面を「前状態」、主人公が何らかの問題に出会う場面を「障壁」、主人公が問題の解決をおこなう場面を「解決」、問題の解決がおこなわれた後の新しい状態の叙述がおこなわれる場面を「新状態」と呼ぶ。

分析部は、学術研究やビジネスの企画書、伝統的なプレゼンテーション[8]に見られる論理科学モードに似た構成が見られた。すなわち、分析部の各部分は、ビジネスの成功要因を仮説として抽出する「要因」、すでに企画者が保有している経営資源を示す「資源」、成功要因抽出の根拠となる客観的な事実を示す「証拠」、聞き慣れない製品などビジネスの要素を説明する「要素説明」、要因や資源を踏まえて具体的なビジネ

スの方法を示す「方法」、新しいビジネス方法の実行後に期待される成果を示す「結果」のいずれかに分類できた (図 2)。

なお、ワークショップにおいて、作品の構成に関して事前に教示はおこなわれなかったため、図 2 は参加者が無意識に表現をおこなった結果の構造である。

物語 I		物語 II	
A	要因 解決 新状態	前状態 障壁 解決	要因 証拠 要因 証拠 方法 結果
	12 14 19 20	54 49 23 18	61 19 14 101 13
物語 I		物語 II	
B	前状態 障壁 要因 証拠	方法 資源 方法 結果	
	70 37 43 35	79 18 9 16	
物語 I		物語 II	
C	方法 障壁 解決 前状態 障壁 要因 方法		
	23 31 74 80 42 78 68		
物語 I		物語 II	
D	要因 前状態 障壁 解決 新状態 要因 方法		
	11 47 107 43 30 55 32		
物語 I		物語 II	
E	前状態 要素説明 資源 前状態 障壁 要素説明 前状態 要素説明 要因 方法		
	22 37 13 83 41 31 15 38 32 16		
物語 I		物語 II	
F	方法 前状態 要素説明 障壁 要因 方法		
	10 115 86 10 22 96		

図 2 各作品の構成 (数字は秒数)

図 2 を見ると、物語部のうちどの作品でも共通して現れているのは「前状態」と「障壁」である。主人公が最初の状態から困難な状況に陥るギャップで示されるのは、分析部分で解決すべき問題である。例えば、作品 A の物語 II では、日本で中国人向けのアニメーションのフィギュアの代理購買を始めた主人公が中国の物流事情から損害を受ける。作品 B では、引っ越しの時にソーシャルネットワークワーキングサービス (SNS) を通じて不要品を売しようとした主人公は、引っ越し直前のキャンセルによって不利益を受ける。(付録参照)

物語部が、いずれの作品においても (タイトルコール的な冒頭部を除いて) 物語の最初にあるのは、物語部、特に「前状態」と「障壁」の対比が問題の所在を暗示する機能を果たしているためである。論理科学モードでは問題が明確に言語で定義される (学術論文におけるリサーチクエスチョンにあたる) のに対して、ナラティブが示す問題は、語り手と聞き手の双方に解釈の余地を残している点が異なる。ナラティブによる問題提示は、曖昧ではあるが、複雑な事象を単純化しすぎることなく扱うことができる利点があると考えられる。

「前状態」と「障壁」の後に「解決」「新状態」

が続く作品 (作品 A, C, D) もあるが、「解決」「新状態」の場面も物語前半と合わせて問題の所在を暗示するほか、「要因」、「資源」、「方法」、「結果」の可能態を暗示する役割を果たしていると考えられる。また、エピソードが 2 つある作品 (A, C) では同じ主人公が時間的に連続して経験した出来事が描かれ、エピソード 1 はエピソード 2 の「前状態」をつくる役割を果たしており、物語の背景の奥行きをもたらしている。

分析部では、物語で発見した問題の解を仮説として示す「要因」と、要因を踏まえて具体的な解決方法を示す「方法」がすべての作品に存在する。物語部の「前状態」「障壁」と分析部の「要因」「方法」が、特に教示を受けることなく全作者が必要と考えて構成した最小機能セットであった。

しかし、上述の 4 つの機能が揃っていたとしても、作品によってその構成に巧拙があるのは、図 2 の構成を見ると明らかである。作品 F は、「障壁」の記述がごく少なく作品全体の 3% の長さに過ぎず (全作品平均は 16%)、かつ、その内容は、主人公の支援するイラストレーターがプロとして活動したいと思っていると述べることで、これからさまざまな問題に直面することを暗示するに留まっている。ビジネスプランの基礎となるべき「要因」の分析も 6% と全作品中最も少なく (全体平均 14%)、物語部との関連性が明示的ではない。作品 E も前状態 F ほどは極端ではないが同様に「障壁」と「要因」の比率が少なく、「方法」も短い。

また、E と F は共通して、物語部の中に客観的な視点である「要素説明」が挿入され、物語の流れが中断されているという問題がある。特に作品 E では同じ要素の説明が 3 回も挿入されていることが項目「全体の構成がよくできている」の最低評価につながっていると考えられる (図 2、図 1)。

各作品に対するコメントをみると、全 691 コメント中、83 は物語部と分析部のつながりに関するコメントで全体の 12% を占める (表 2)。その内訳は、肯定的コメント 53、否定的コメント 30 で、肯定的コメントの 98% が「自分の経験 (主人公が

架空人物である作品 D に対してのみは『現実味のあるストーリー』からビジネスプランを立てているので良い」という内容で、さらにそのうち 35% が「私にも (似た) 経験がある」と述べている。一方、否定的コメントはすべて「エピソードとビジネスのつながりが不十分、合っていない」という内容であった。物語部における作者の個人的な経験は、分析部に説得力を与え、しかもその経験は聞き手自身の経験との共通性がある場合が少なくないことがわかる。

表 2 作品に対するコメントの内容内訳

N	691
個別のコンセプトの評価	31%
個別のビジネスの方法の評価	16%
エピソードとビジネスプランのつながりについて	12%
証拠・既存例との比較の不足	6%
要素の説明について	2%
新視点の提案	2%
視聴覚等感覚表現について	18%
企画者の動機について	3%
聞き手の共感について	3%
全体的な印象 (「良い」等)	6%
その他	1%

5 点尺度の質問項目でも、「製作者の個人的な経験による表現がよくできている」は、どの作品でも 5 点尺度の 3.5 点以上で、特に総合評価上位グループの A、B は 4 点以上と高得点である。質問項目「自分も同じような体験をしたことがあると思った」については、総合評価上位グループ (A,B) > 中位グループ (C,D) > 下位グループ (E,F) と有意な差があり、聞き手にも覚えがある経験が語られることとでビジネスプラン全体評価が高まることが示唆されている。

従来のプレゼンテーションに比べた場合のデジタルストーリーテリングの手法の効果 (図 3) は、企画者の想いや動機の理解のしやすさ、関心の引きやすさ、内容 (ビジネスプラン) の理解のしやすさ、共感の得やすさ、説得力の順に評価されているが、いずれも 4 点 (「どちらかという効果がある」) 以上の評価をつけている回答者が半数を超えている。企画者の想いや動機、関心、共感といった、ナラティブが本来強いはずの感情や感覚に訴える側面だけでなく、内容の理解や説得力と

いったどちらかという論理的な側面でも効果が認められている点が重要である。

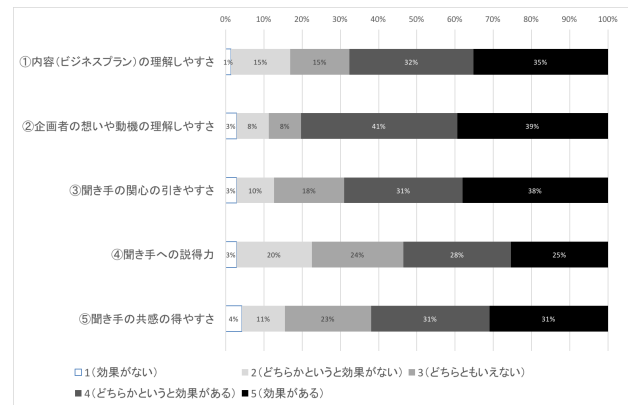


図 3 従来のプレゼンテーションに比べた場合のデジタルストーリーテリングの効果 (N=74)

表 2 に示したように自由回答で最も多かったのは個別のコンセプトやビジネス方法の内容についての評価である。ビジネスプランにおいてコンセプトと方法の良さが評価されるのは当然であるが、視聴覚等の感覚表現についてのコメントがそれに次いで多かった。写真が工夫されていて数が多い (特に作品 A,B) ことが評価され、ナレーションの質が高く、ゆっくりと聞き取りやすく話す (A,B,D) ほうが評価され、ボリューム不足、聞き取りにくい (C,E,F) ことが評価を下げる。(ただし、作品 D ではナレーションが上手すぎて身近に感じられないといった評価も見られた。) これらは図 1 の項目別評価とも整合的であり、いかに目の付け所の良いコンセプト (「要因」) と解決方法 (「方法」) を導き出すか、および視聴覚表現のスキルも全体評価に影響すると考えられる。

#### 4. 結論

今回のワークショップで製作されたすべての作品において、物語の中で主人公が通常の状態から何らかのトラブルや不足につきあたることによって問題の所在を暗示し、そこから改めて客観的な視点でビジネスの成功要因を分析し、具体的な方法を提示するという構造 (「前状態」→「障壁」→ (問題の所在の暗示) →「要因」→「方法」) が見られた。事業企画は Bruner[5] のいう論理科学モードに倣って、冒頭に問題を明確に定義し、仮説を提示し、

客観的証拠で裏付け、解決方法を導き出し、期待される結果を予測するようにプレゼンテーションされるのがビジネスの世界での慣行であるが、事業企画の初期においては、そもそも問題の所在が明らかではないことが通常であり、本研究では、多数の要素の複雑な相互作用でむすばれている現実からどのような問題を提起するかをナラティブで表現する可能性を見いだした。事業企画初期の思考、コミュニケーションでは、ナラティブモードと論理科学モードの混合形態が有効であると考えられるが、物語（特に「前状態」「障壁」の対比）と分析（特に「要因」「方法」）は構造的にも内容的にも過不足なくしっかりと接続していなくてはならない。また、物語では、聞き手が自分にも覚えがあると感じるような個人的な経験を示すことが有効であると考えられた。

参考文献

[1] Hartley, J., & McWilliam, K. (Eds.), (2009) Story circle, Wiley-Blackwell.

[2] Lambert, J., (2013) Digital storytelling: Capturing lives, creating community 4th edition,” Routledge.

[3] 西岡裕美, (2014) 教育に生かすデジタルストーリーテリング, 東京図書出版.

[4] Murray, M., (2015) “Narrative Psychology,” In J. A. Smith (Ed.), Qualitative Psychology 3rd Edition, pp.85-pp.106, SAGE.

[5] Bruner, J. S., (1996) The culture of education, Harvard University Press.

[6] Robin, B. R., (2008) "Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom, " Theory into practice Vol. 47, No. 3, pp. 220-228.



[7] Bruner, J. S., (2003) Making stories: Law, literature, life, Harvard University Press.

[8] Denning, S., (2007) The secret language of leadership: How leaders inspire action through narrative, John Wiley & Sons.



[9] Propp, V., (1928) The morphology of the fairy

tale. Leningrad, Academia.



付録：各作品の詳細

部	種類	ナレーション (秒)
A 「中国における、新たな宅配システム」 (417)		
分析	要因	私は荷物を届けることを通じて、人々の心を繋げる宅配便システムを中国で作りたいと考えています。(12)
物語 I	障壁	小さい頃、私の両親は海外赴任の為、私と離れ離れで暮らしていました。そして転校ばかりしていたので、私の記憶の中ではずっと一人ぼっちでした。(14) 
	解決	そんなとき、父が私の誕生日プレゼントとして日本の漫画をくれました。 中の主人公たちはどんなことがあってもあきらめず、他人より何倍以上努力し続けてきた結果、沢山の仲間にも恵まれていました。(19)
	新状態	その影響を受けていた私も、少しずつ明るくなって、積極的に人と話せるようになりました。日本のアニメが好きになったきっかけで、私は関連グッズもついついたくさん買ってしまい、クローゼットの中に収納しきれなくなったこともありました。(20)
物語 II	前状態	2008年の夏、私は日本にやってくる、接客されたり、様々なサービスを受けたりして、初めて日本というサービス大国を実感することができました。 また、アニメ関係のコレクションやフィギュアなどに触れる機会が増えたことがきっかけで、中国国内にいる多くのコレクターたちと出会い、代理購買をはじめました。 当時、私は依頼されたひとつひとつの商品を丁寧に梱包しました。なぜならコレクターにとって、商品の箱やパッケージはその中身と同等の価値があるからです。凹みなどがあるかどうかを検品した後、中国国内にいる友人の所へ送り、その友人が受け取った荷物を仕分けして、それぞれ依頼主の住所に発送するという流れでした。(54)
	障壁	しかしある日、友人がフィギュアの箱はどうせ開けた後に捨てるからという理由で、無理やりひと回り小さな段ボール箱に入れて発送してしまいました。その結果、届いた商品の箱が潰されて、依頼主からのクレームが殺到してしまいました。全額返金や賠償など痛い目に遭っただけではなく、コレクターたちを失望させ、信用も大きく失いました。 


	<p>それ以降にも、こちら側のミスではないですが、毎月必ず希望した曜日に届かなかったり、勝手に箱を開けられたりすることがありました。たまに、中身がすり替えられることもあり、不愉快な思いを何度もしていました。(49)</p>
解決	<p>そこで、思い出したのは日本の宅配便サービスです。どんな時期や天候でも指定された時間帯に配達をし、「重いからお気をつけてくださいね」という言葉を掛けるなど、待っていた荷物が届いた嬉しさと、暖かい気持ち両方を受け取れる素晴らしいサービスでした。(23)</p>
分析	<p><b>要因</b> 日本は中国の宅配便サービスと違い、単に荷物を時間通りに壊さずに届けるという最低限の条件を満たしているだけでなく、お客様の思いを形にして届けるというところに私は大変感銘を受けました。(18)</p> <p><b>証拠</b> 「運送行為は委託者の意思の延長を知るべし」、それは日本における小口配送のバイオニアである「ヤマト運輸」の社訓です。その理念に基づき、ヤマト運輸の宅急便サービスは、物流の革命を次々と起こしていたのです。</p> <p>例えば、ゴルフ場にいるお客様の荷物を代わりに運んであげたいという思いから、ゴルフ宅急便が誕生しました。大きな荷物を持たず気軽に移動できる手ぶら文化が振興するようになります。</p> <p>そして、クール宅急便の誕生で、今まで届けることができなかった地域の美味しい食材や、お店や家庭の食卓に新鮮なまま並べられるようになりました。こうして、一つの荷物を込められたお客様の思い、それをつなぐ宅急便はやがて社会に欠かせないものになり、生活にあって当たり前のものになっていったのです。(61)</p> <p><b>要因</b> 私は自分の住んでいる町上海にも、このようなサービスがあったらいいなあと思っていました。上海では定期的にアニメ関係のイベントを開催され、フィギュア等のコレクションが一番売れている町にもかかわらず、交通渋滞がひどくなっています。(19)</p> <p><b>証拠</b> 調べると、上海の宅配環境は、倉庫内の荷物が溢れ出したり、作業員がお客様の大切な荷物の上でピッキング作業を行ったりするなど、日本では考えられない環境でした。(14)</p> <p><b>方法</b> 物流に対する文化の違い、そして物流基盤の遅れなどの現状から、上海で地元の宅配業者に日本のノウハウを導入させることにより、新たなサービスを生み出したいと私は考えています。</p> <p>最初は、既存の宅配業者が持つ物流センターを使う為、より頑丈な箱を用意します。お客様の荷物をしっかりと保護し、破損を防ぎ、高い信頼感を持ってもらうためです。</p> <p>そして、上海では、今まで重さと大きさによる配達料金で決められている為、配達員がくるまで正確な料金はわからない現状です。それに対して、ゆうパックのようなサイズのみを基準で、細かい計算方法を省略します。</p> <p>また、セールスドライバーが運ぶものは単の荷物ではなく、お客様の夢や思いだという考え方を含めて、人材育成したいと考えています。より早く、より高い品質で届けることで、やりがいを実感させます。</p> <p>さらに、集荷の時に、お客様の需要を聞きます。宅配限定のカタログ販売をしたり、簡単な健康検査をおこなったり、新たな付加価値を提供できる</p>



	<p>仕組みを作りたいと私は考えています。</p> <p>今後、お客様への信頼性を蓄積し続ければ、フィギュア分野に留まらず、芸術品やブランド品にも展開したいと思います。(101)</p>
結果	<p>「荷物の繋がりから、心の繋がりへ」という日本の物流理念を通じて、いつか上海にいる人々のライフスタイルも変えていきたいと思っています。(13)</p>
<p><b>B 『もったいない』 サイト」(307)</b></p>	
物語	<p><b>前状態</b> 私は最近引越をしました。</p> <p>引っ越したとき、いろいろ不要なものが出してきました。それらは全くの新品状態なので、捨てるのはもったいなく、そして、処分費用もかかるので、これらを誰かに譲ることはできないかと思いました。</p> <p>周りの人に聞いて、誰か電子レンジを欲しがっている人はいないかと探し始めました。探すのは結構時間がかかるけど、自分に不要なものが再び誰かの役に立てば、嬉しくてありがたいと思いました。</p> <p>また、引っ越し先には洗濯機がないため買い求める必要がありました。私は店舗に行く前に、QQという中国のインスタントメッセージャーにアクセスして、自分は洗濯機が欲しいことを留学生グループに知らせました。(70)</p>
障壁	<p>すると返事がきて、洗濯機をゆずってくれるという人が現れました。さっそく配送日と送料について相談しましたが、前後の状況が変わり、結局うまく行かずにもらえなかったのです。</p> <p>その後、もう一度QQグループの中で情報を探してみてもすでに後から山のように積まれた関係ないチャットに埋まり、見つけれなくなってしまいました。(37)</p>
	
分析	<p><b>要因</b> しかし、今回の引っ越し経験を通して、私と同じ、もったいないという気持ちを持っている人がたくさんいるということに気づきました。</p>
	
証拠	<p>日本に来てから、ずっとゴミ捨てと廃品処理に悩んできた私は日本が「廃棄物という観念のない社会」であることに気づいて、とても感心しました。</p> <p>自分には無用なものを再び誰かの有用にするという考えは多いけど、信用できる情報交換のプラットフォームが少ないと私は思います。(43)</p> <p><b>証拠</b> 私の場合は、知り合いの間の口コミと掲示板、QQ、小春しか知りませんでした。</p> <p>小春という在日中国人交流サイトには中古品マーケットがあります。しかし、ソーシャルネットワークがない小春ではユーザーが匿名で情報を書き込むことができるため、悪意のある情報が</p>



	たくさん集まってなかなか良い情報を得ることはできません。(35)
方法	これらの経験をきっかけに、私はよりシンプルでより安全な不要品情報交換プラットフォームを構築するアイデアを思いつきました。直観的に「もったいない」と名付け、以前学んだプログラミングスキルを生かし、同じ考えを持っている人と協力して、このサイトを作ろうと思います。 誰もが参加できるサイトより協力者を特定することが可能なサイトのほうがより安全性は高いと思います。 そのため信頼できる校内ネットワークを構築および導入し、学校の教員、学生と事務員しか使えない学内向けシステムにしようと思っています。 最初は、横浜国立大学内で実験的な運用をしたいと考えています。 ユーザーは自分の学籍番号で登録し、学内メールで互いに連絡し合うことができます。 売りたい、譲りたいなどの情報の検索や出品はと登録済みのユーザーしかできません。(79)
資源	横浜国立大学のホームページには「学生生活サポート」のサービスがあります。学校と相談して、この「もったいない」サイトを学生の福祉の一環として提供できれば、すごく便利になると思います。(18)
方法	試験運用に成功した後、他大学に広げて展開しようとも考えています。(9)
結果	世の中の物事を大切に、人々のつながりをも大切に、もったいないの気持ちをしてはいけないということはこのサイトから伝えて行きたいと思っています。(16)
<b>C「中国における日系工場向けの日本語学校のビジネスプラン」(396)</b>	
分析 方法	私は実家の近くの工業パークで日本語学校を作りたいと思います。日本語の授業だけでなく、さまざまな支援活動を通して、日系工場で日々懸命に働いている従業員に元気になってもらい、それぞれの日本に対する夢を実現できるようにお手伝いしたいと思います。(23)
物語 I 障壁	私がこのような夢を持つに至ったのには、ある先生の影響がとても大きいです。 2008年の夏、私は第一志望ではない大学に入学することになり、とても落ち込んでいました。自暴自棄になり、最初の一年間は、何も勉強せずに毎日ゲームで遊んでばかりいました。(31)
解決	そして、二年生の時、私は胡先生に出会いました。小柄の先生ですが話す時はとても力強く、笑顔には人を引き込む力がありました。しかし、この一見明るく元気な先生は幼い頃の小児麻痺のために左足が萎縮し、ほぼ右足のみで体を支えています。 20分しか続いて歩けない先生ですが、「あなたたちの顔を見ると、痛みを感じなくなる」とおっしゃって、いざ教壇では、4時間連続で熱情を込めて講義をなさいました。足が疲れて耐えられない時でも座りはせずに、体を机に凭れさせながら、落ち着いた口調で、自分の奮闘した道を生き生きと語って、私たちの奮起を促してくださいました。先生の精神は私に大きな勇気を与えてくれました。(74)


	
物語 II 前状態	胡先生に感謝し、先生のような、自分の精神で学生の心に灯を点す人に憧れ、教師という仕事に興味をもちはじめました。そして、その気持ちをほかの人と共有したいと思い、インターンシップを探し始めました。 2011年の夏、ある日系工場で、日本語教師として、人生初めての学生たちと出会いました。工場での仕事はとても忙しくて、休憩するとすぐ眠り込むほど疲れていた従業員が、授業に入ると目の色が変わるほど、全神経を集中していました。その瞳を通して、彼らの心の中の情熱を見たようでした。
	
	年を取って、覚えが遅くなったからと、何事もノートをとる方もいましたし、うまく発音できなくても、一つ一つの単語を、はっきり声を出して、練習をしている学生もいました。恥ずかしそうに日本語で書いた日記を見せてくれた学生もいます。(80)
障壁	日記は「今日もとても忙しくて残業だった。会社に入ってからもう5年目、品質管理の仕事始めてから三年目、三年間毎日ずっと同じ仕事で、今後どうなるのか心配だ。日本語を早くマスターして、日本で新しい技術を勉強するほかないと思う。」という内容でした。彼女のように、多くの学生が現状への不満や未来への不安などによって、元気を失っていました。(42)
分析 要因	現在、実家の周りは「工業パーク」として、たくさんの日系工場が集まっています。従業員の話によると、仕事上日本語を使う必要がありますが、本格的な日本語教室は一つもないそうです。もよりの外国語学校まで、バスで最低一時間くらいかかるので、仕事と家庭の両立に気を配らなければならない従業員には、時間的にもとても無理があり、欠席者も多いようです。 また、授業の内容も、受験目的が多く、学生側が一方向的に講義を受けることが多く、極端な場合、試験の直前に、4000人くらいの学生が、同時に体育館で練習問題などの集中講義を受けることも多いそうです。この形の授業では、勉強した知識が仕事で使えるかどうか問題だと思います。従業員の状況に合わせて、現実の問題に対応できる新しい日本語学校がとても必要だと痛感しています。(78)
方法	このような経験を通して私は新たな日本語学校を起業したいと思い立ちました。少人数クラスを設置し、社会人にとって便利な夜間クラスをメインとして提供します。仕事の現場をシミュレーションして、ロールプレイ形式などで楽しく、実用性の高い日本語を勉強してもらいます。その上、



	<p>ビジネス文化や商慣行に関する講座、人材育成コースなどを通して、日本への文化理解を高め、従業員のモチベーションの向上を目指したいと思 います。</p> <p>また、地元の日系企業と連携して、企業に入ろ うと希望している人と企業の間架け橋を作り たいと思 います。さらに、日本に留学したい従業員 に対して、独自の留学コースを用意し、従業員 の日本に対する夢が叶えられるようにお手伝い したいと思 います。(68)</p>
	<p><b>D「サービスフロントが元気になる ビジネスプラン」(325)</b></p>
分析	<p>要因 サービスフロントが元気になるビジネスプラン (11)</p>
物語	<p>前 状態 玉ちゃんは、半年前からアルバイトを始めまし た。大好きな輸入食品を売っているお店です。見 ているだけで海外旅行をしている気分になれる お店です。タマちゃんは、お客様に美味しい商品 を薦めると喜んでもらえるからこの仕事は好き です。でも、忙しくてなかなか商品を覚える時 間がありません。昨日もお客様に質問されて答え られませんでした。「お客様に喜んでもらいた いの、恥ずかしいな〜」(47)</p>
障壁	<p>ある日、いつも輸入のハムを買いにくるお兄さん がお店に来ました。普段と雰囲気が違います。「昨 日買ったハムに虫が入っていたんだけど、どうな っているのかな？」玉ちゃんはよくわからなかつ たけど謝りました。</p> <p>お兄さんは「謝ってほしいわけじゃないんだよ ね」と静かに怒っているようです。店長に伝えたら 「新しいのに取り替えて」と言って出ていきま せん。</p>
	
	<p>お兄さんに新しいのを差し上げました。すると、「そういうことではないんだよね」といって怒っています。玉ちゃんは、どうしたら良いのかわからなくな って、涙がとまりません。お客様は「僕が泣かしているみたいじゃない、どうしてわか ってくれないのかな」と悲しい顔をしています。</p> <p>玉ちゃんは、お兄さんの気持ちがわからない気持ち がなさげなくて、泣いています。そして、仕事をやめました。自分が何も出来ない と落ち込んでまだ何もやる気がおきません。(107)</p>
解決	<p>3ヶ月後、玉ちゃんは、アルバイトをしていたお 店に行きました。先輩に聞くと、あのお客様はハ ムの安全性についてこの店にきちんと調べて欲 しかったらしいです。ここで買うあのハムが好 きだからだそうです。あのあとずっと輸入業者と 卸元と本社で原因を調べているそうです。先輩は 早く対応していればこんなに長引かなかったか もって言っていました。(43)</p>

	
新状態	<p>本社ではお客様の対応についても問題になって、 アルバイトも含めて従業員に研修をするそう です。安心して働けるから戻っておいでと声をかけ てくれました。玉ちゃんは「もう一度働いてみよ うかな」と考えています。(30)</p>
分析	<p>要因 サービスの現場は、お客様との真実の瞬間を体験 できるやりがいのある職場です。玉ちゃんよう に好きで始めた仕事なのに組織によるフォロー やスキル不足によって傷ついてやめていく人が 多いのが現実です。しかし、ハムを好きで買っ ていたお客様も最初の対応が違っていれば気持ち よくお店に来られたのではないでしょう か。</p> <p>サービスは目に見えないもの。商品を購入する お客様は目に見えないサービスを含めて価値を 購入しています。(55)</p>
方法	<p>そのサービスの見える化とクレームの内容を分析 して必要な組織のための改善提案や従業員の スキル向上をサポートする研修を提供するコン サルティングをします。</p> <p>従業員とおお客様の満足、そして組織の活性化の お手伝いができれば幸せです。(32)</p>
	<p><b>E「陳皮(ちんぴ)製品の起業計画」(328)</b></p>
物語	<p>前 状態 留学のために、日本に来てもう1年になりました。 この一年間はずっと日本にいて、帰国してい ない私にとって、家族のほかに一番懐かし く感じるのは、故郷の特産である陳皮(ちん び)です。(22)</p>
	
分析	<p>要素 説明 陳皮というのは、地元で収穫したマンダリン オレンジの熟した果皮を干したもので、漢方薬の原料 のひとつでもあります。</p> <p>陳皮は血圧を下がる作用があるだけでなく、痰 をなくすことや咳を止めるにも効果があります。 食欲不振や吐き気をする時などにも効用があり ます。(37)</p>
資源	<p>中国では、陳皮の産地が3つの地方がありま すが、一番有名なのは私の故郷新会の特産物 です。(13)</p>
物語	<p>前 状態 実は私は日本に来る前は、陳皮はとても嫌 いでした。その理由は、広東省の薬膳料理 やスープは全国で有名であり、我が家の家 庭料理も毎日のようにスープの中にこの 陳皮が入っていて、子供の時に私も弟も 陳皮の味が美味しいと思えず、毎日飲 む事が嫌になりました。</p>

	<p>ある日、父に「パパ、なぜ、毎日スープに陳皮を入れるの？私たちは陳皮が好きでないよ」と文句を言いましたが、父はわざと「あれ、あなた達は陳皮が好きですね、では後の毎日のスープの中に入れてみましょう。」という返事でした。おそらく、その時の父は、私たちが大人になったときに陳皮の良さが絶対にわかると考えていたのでしょう。</p> <p>来日の時にも、荷物が多すぎて、陳皮は持って来なかったのです。(83)</p> 
障壁	<p>でも、故郷を離れ、日本で生活を始めて、自分でスープを作る時、なんだか、味が違っていると思いました。</p> <p>昔、陳皮は本当にその効用があるのかと疑っていましたが、今考えてみれば、のどが痛い時や食欲不振の時や咳が止めない時などの症状が、私には少なかったのです。やはりこれは陳皮の功効があるのだと思います。(41)</p>
分析	<p>要素説明</p> <p>陳皮を製作するためには、いろいろな手間がかかります。まずは成熟したミカンをとって、ミカンの皮を剥きます。</p> <p>陳皮を製造するためには、いろいろな手間がかかります。毎年秋にミカンを収穫し、ミカンの皮をきれいに剥いて、太陽の下で干します。(31)</p>
物語	<p>前状態</p> <p>子供の時、一番印象に残っているのは、ミカンの成熟時期に空き地の中で、全部がミカンの皮に満されていました。(15)</p>
分析	<p>要素説明</p> <p>陳皮を使って料理をするには、スープの他に、陳皮豚骨、陳皮肉団子、陳皮とアワビの蒸し物、陳皮と緑豆や小豆のデザートなどいろいろあります。</p> <p>現在では陳皮に関する製品開発はどんどん増えています。例えば、食用陳皮、陳皮のお茶にも人気があります。(38)</p>
	<p>要因</p> <p>しかし、陳皮について、日本の方はよく知らないです。陳皮の外観は地味ですが、この地味なものにはいろいろな効果があります。それで、私は陳皮製品を日本で販売することによって愛しているふるさとの名産の優れた面を日本の方々に知らせるように、陳皮製品の事業を起業したいと考え、(32)</p>
	<p>方法</p> <p>最初は、横浜国立大学の祭りを通じて、各留学生の故郷の名産コーナーのなかで、陳皮や陳皮に関する製品を皆に展示したいと思います。(16)</p>
<p><b>F「お客様とイラストレーターとのネットワークづくり」(339)</b></p>	
分析	<p>方法</p> <p>お客様とイラストレーターのネットワークづくりを始めます。(10)</p>
物語	<p>前状態</p> <p>私は友人らと協力してビジネスをするのが好きで、今までの仕事も友人達の協力と支えがあって仕事ができているのだと思います。そして、そんな友人達に恩返しするのが私の生きがいです。</p>  <p>また、友人達の夢やビジネスの話の聞いたりするのも好きで、ホームページの制作やメイキング</p>

	<p>をおこなったりして協力をしてきました。</p> <p>今回も友人であるイラストレーターの〇〇さんへの協力です。〇〇さんは必要以上に明るく、積極的な性格で、私にとっては話をするだけでも体力の消耗を感じるタイプです。でも、〇〇さんも友人への恩返し生きがいがいい、という言葉を使った時に、この人に興味を持ちました。〇〇さんには息子さんと旦那様が私の会社の会員になってくださったことから話をするようになりました。</p> <p>〇〇さんには会員紹介や会社で使えるイラストを描いていただいたりしたので、私もホームページ制作で協力をしました。一応、このサイトでNHKや杉並区などから仕事をいただきました。(115)</p>
分析	<p>要素説明</p> <p>〇〇さんのイラストレーターとしての主な経歴は、ボランティアが主で、ユニセフに1997年から現在までイラストが採用されています。また、東日本大震災の後は、ユニセフと一緒に被災地の保育園を訪問して、絵を使ったセラピーをしてきました。また、個人の活動として、個展やワークショップなどは定期的におこなっています。</p> <p>イラストの特徴としては、基本的に笑顔で描かれていて、人を元気づけたい、リラックスさせたい、というテーマを持って描かれています。</p> <p>そのような人を元気づけたくて描かれたイラストには、大人の女性を中心としたファン達があります。イラストが私の気持ちを代弁してくれている、今の自分に必要な言葉が見つかる、といった声をよく聞きます。(86)</p> 
物語	<p>障壁</p> <p>今、〇〇さんは、プロのイラストレーターとして活動をしたいと考えています。(10)</p>
分析	<p>要因</p> <p>彼女のように個人活動を続けてきた方がプロのイラストレーターとして活動するには、まず目の前のファンに喜んでもらうこと、そして応援してもらえるプロになることが大切だと思います。(22)</p>
	<p>方法</p> <p>お客様と信頼関係を築くために、ソーシャルネットワークサービスなどを使ってファンとのネットワークづくりをしていきます。今までの通りの努力を続け、お客様と楽しみながら一緒に作品が作れるような交流や、要望や依頼を作品にし、お客様との信頼関係と共感を大切にしたい仕事になると思います。</p> <p>また、信頼関係を築いたお客様だからこそ、少し特殊な注文にも応えられると思います。プライベートな悩みにも作品で救えるかもしれません。また、プライダルや記念品なども共感のあるお客様とイラストレーターならではの価値ある作品がお客様を喜ばすと思うのです。</p> <p>ファンのネットワークと価値を共有しているお客様を大切にしていれば、プロとしての活動もきつと次へのチャンスも得るものと思っています。私も息長くお客様と一緒に支え合い協力していきたいと思っています。ありがとうございます。(96)</p>