

インキュベーション支援における 説明力UP策

このショート・レクチャーの狙い:

UECインキュの3事例を通して説明力(プレゼンと質疑応答力)の大切さを再確認する。

日時 2011年12月05日(月)18:00~18:15 15分間

場所 電気通信大学 西11号館 イノベーター研究棟5F

講師 安部 博文 Abe Hirofumi 博士(経済学) 中小企業診断士

電気通信大学 産学官連携センター

インキュベーション・マネジャー(IM)兼産学連携コーディネータ

本レクチャーの構成

- 1 UECインキュ3つの事例
- 2 3つの事例から言えること
- 3 目指そう説明上手

全8スライド



▲2011年11月14日、UECインキュベーション施設入居企業交流会(第3回)の様子。

1 UECインキュ3社の事例

	ファーム・フロー	ハートビーツ	マルチポート研究所
お客(利用者)	設計や開発部門の技術者	サーバー管理部門の責任者	大学・高専の教員, 学生
お客(支払い手)	企業	企業	大学・高専の教員
お客のニーズ	高精度・高速・安価な熱流体の解析や設計。	経営の情報基盤であるサーバーは重要。だが専門的すぎて適切な投資の見極めが困難。安心して本業に専念したい。	情報産業はますます高周波へシフト。しかし実験装置が高価で測定原理がブラックボックス。大学・高専では高周波関連の実験が不十分。
提供するモノやサービス	オープンソース「OpenFOAM」を用いた熱流体解析サービス	クライアント企業のサーバー管理	測定原理が明らか, しかも安価な学生実験用の超高周波計測装置ベクトルネットワークアナライザ(VNA)装置。
イノベーションのタイプ	新しいサービス=プロダクト・イノベーション	新しいサービス=プロダクト・イノベーション	新しいモノ=プロダクト・イノベーション

前ページの3つの事例から言えること

(1) 非専門家が理解できる説明が大事

利用者は専門家。お金の払い手は非専門家(が多い)。利用者が社内の支払い手を説得できるストーリーが必要。「何が問題か」「この解決法によって投資効果として何があるのか」「リスクは何があるのか」「リスク対策は何か」などの説明。

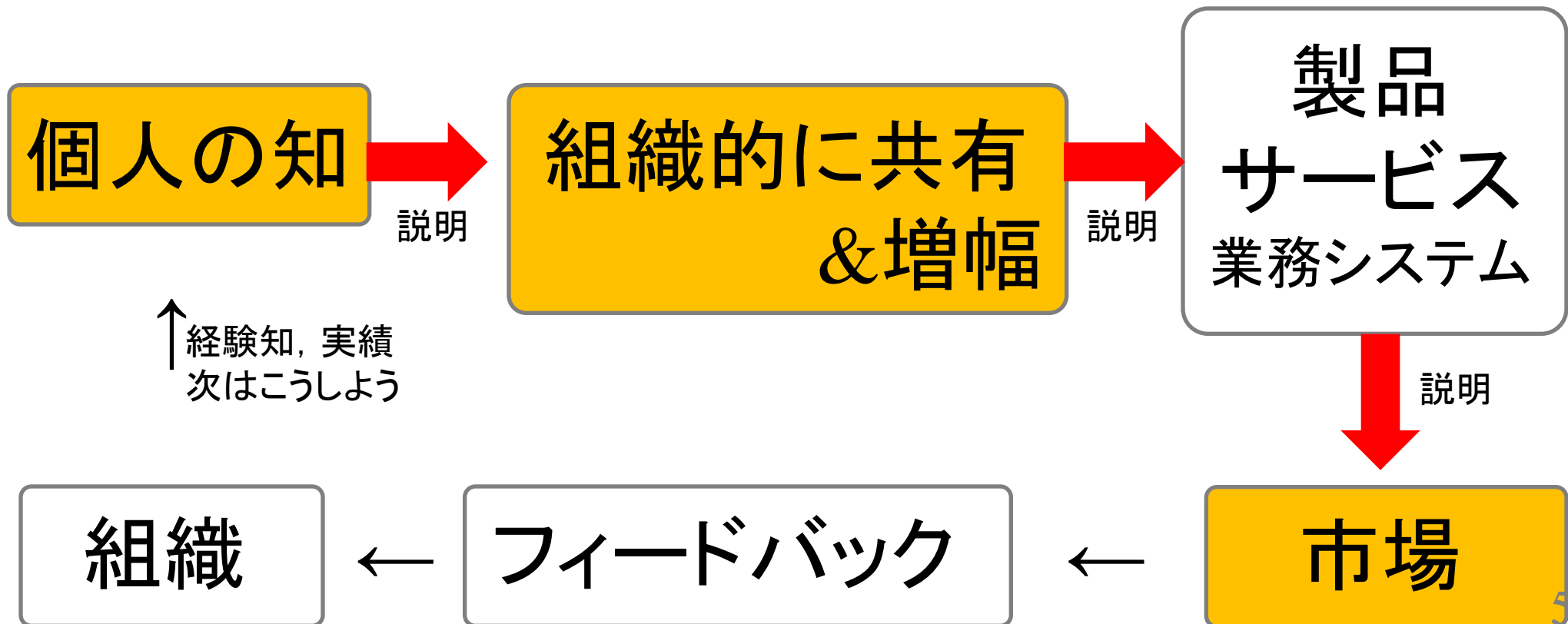
(2) 費用<便益の説明が大事

「新しいプロダクト」に金を払うことによって利用者は何が得られるのか、得られた先には何があるのか、支払い手は何が得られるのか、2種類の相手を納得させる説明。

∴ 経営者には説明(プレゼン)力が必要だ!

知識創造理論から見た説明力の重要性

KMで見ると**赤色のプロセス**に問題がある場合が多い。
説明力(プレゼン=コミュニケーション)とマネジメントの問題。
(伝える側, 受け取る側, それぞれに問題はあるけれど)
そこでIM安部はこの問題解決支援に焦点を当てている。



3 目指そう説明(プレゼン)上手

(1) コンテンツ(経営のストーリー)に磨きをかける

- ① 事業計画練り
- ② 組織内コミュニケーションの活発化
- ③ IMとface to faceミーティング

(2) 交流会(プレゼン道場)

- ① プレゼンと質疑応答, 演習の場

(3) UECインキュのホームページ 現在, ベータ版公開中

- ① UECインキュの入居企業と人物を大学の外へ紹介する。
- ② 特に電通大学部学生・院生, 高校生・高専生にアピール。

情と理を尽くし，相手に伝わる
プレゼンと質疑応答を目指しましょう

END

Let's begin!