

小学生にコンサルタントという仕事を教える

- 前提設定

小学生→日本の公立小学校に在学している子供（1年生～6年生）　ここでは高学年～6年生の約30人のクラスと仮定

クライアント：一定のPJを経験した一人暮らしの新人ビジネスコンサルタント、社会に発信する広報担当者を兼任

目的：小学生にコンサルタントという仕事とは何かを教え、理解してもらう（体系的にビジネスレベルまで理解するのではない）

期間・形式：1日・対面ボランティア形式

- 現状分析

- 知識の受け手（30人の小学校6年生）

前提知識

学校：国語、社会、算数、理科、生活などの科目を勉強

→特に社会などの科目を通じて日本の地域や国家の発展に対して、その歴史と現状に関する基礎的な知識を持っているが詳しいではない

家：両親の仕事は専業主婦やアルバイトを含む各業界・職種に幅広く分布

- 知識の教え手（コンサルタント）

ロジカルシンキングやクライアントとのコミュニケーション能力が優れており、特定分野に関する知識も持っている。が、普段の仕事が多忙、教学の経験がなく、日常的に子供との接点がない

一般の仕事よりも、コンサルタントのほうが特殊で理解しづらい可能性がある

- 課題特定

効果の高さ（知識はしっかり小学生達に理解し定着しているか）、コストの多寡（コンサルタントの仕事時間は有効に使われているか）という2軸で

小学生とうまくコミュニケーションを取りながら、それらの持つ基礎知識に合わせて効率的・効果的にコンサルタントとは何かを伝え、記憶に定着させる

を課題として特定

小学生にコンサルタントという仕事を教える

- 施策立案

A.事前に小学生一人ひとりの家族の仕事情報を把握して身近な例として説明に加える

B.わかりやすく（漢字の書き方、概念説明のハードルに注意）、可愛くプレゼンテーションのスタイルを変える

C.担当教員に一度プレゼンの確認・助言をいただく

D. グループワークを実施して学校のある問題（例えば校庭の庭に蚊がたくさんいることに対して）、コンサルティング（問題定義、原因分析、施策提案）の仕事を実感させる

E. 同僚や友達の子供と多くコミュニケーションを取る

- 施策評価

Prop/Point (0-5)	Feasibility	Impact	Cost	Sum
A	3	4	2	9
B	5	2	5	12
C	4	3	3	10
D	4	5	2	11
E	3	2	3	8

メーカーとしてスマホに1つ、社会にインパクトを与える新しい機能を追加したら

・前提設定

クライアント：ハードウェアを製造する会社（SONY）、ソフトウェアを開発してハードウェアを調達する会社（Xiaomi）、一社で完結する会社（Apple）

目的：社会にインパクトを与える→世界中に多くの人々がその機能を通じて利便性による感動を与え、市場シェアを世界5位以内に入る

期間：10年間

・現状分析

スマートフォン：パソコンに準ずる機能を持つ携帯電話

・スマホの既存機能

通信：電話、メッセージ、メール、ブラウジング

娯楽：カメラ、動画再生、音楽再生、ゲーム

生産性向上：カレンダー、メモ、アラーム、タスク管理、スキャナー、辞書

位置情報：地図、天気

セキュリティ：暗証番号ロック、生体認証、リモートロック

接続：Wi-Fi、Bluetooth、NFC

ファイナンス：買い物、支払い、銀行

・社会の現状と将来

ポストコロナ（公共交通などは段階的に回復するが、リモートワークの働き方は維持） 5G技術の普及によるハイスピード通信

途上国投資・SDGsの達成の努力で精神的な消費に需要が見込まれる（娯楽） 気候変動と環境悪化による災害の多発 少子高齢化

・自社の現状

ゲームと音楽などエンターテインメントに主力 カメラ、センシング、テレビなどのエレキ製造に強みを持つ

スマートフォン事業の主力モデルはカメラ機能に特化、デザインがシンプル、防水機能、OSはAndroidを搭載するが簡略、高価格 売り上げが連続減少でニッチャー商品に

・課題特定

効果の高さ（新しい機能がより多くの人々に影響を与えるか）、コストの多寡（R&D）という2軸で、

生きることの保証、人々のつながりの強化と生産性向上の実現で、多くの人々に使われること

を課題として特定

メーカーとしてスマホに1つ、社会にインパクトを与える新しい機能を追加したら

- 施策立案

A.MR・VR 機能の充実

B.ホログラフィー表示によるコミュニケーション質の向上

C.リアルタイムの環境検知（温度、湿度、大気汚染）による災害時の情報提供

D.設備連携による心拍数、血糖値などの生理的情報のリアルタイムの把握

E. クラウドゲーミング、高画質かつ高音質のコンテンツの提供

- 施策評価

Prop/Point (0-5)	Feasibility	Impact	Cost	Sum
A	4	3	2	9
B	2	5	1	8
C	4	4	3	11
D	4	3	5	12
E	5	3	5	13

電動キックボードを普及する際の注意点

- ・ 前提設定

クライアント：経済産業省のEV推進を担当する責任者

目的：電動キックボードを自転車のように誰でも気楽に使い、普及させる

期間：5年間

- ・ 現状分析

電動キックボード

定義と特徴：スクーター型、オートバイタイプの電気自動車 2-10時間充電で8-90kmの走行ができる 最高速度：30Km/h→自転車に相当

市場規模 = $\text{世帯数（いじりにくい）} \times \text{保有率（低）} \times \text{世帯あたり保有数（低）} \div \text{買い替え頻度（普及に無関係）} \times \text{単価（やや高価）}$

使用条件：車両に相当、原動機付自転車に分類されており、使用に運転免許の取得が必要（7月より20キロ以下は不要）

車道通行とヘルメットの着用、保険加入が義務

販売形式：オフライン、オンライン（EC）

所有形式：個人所有、法人所有（運搬など事業用、シェアリング）

価格：2～4万円台

種類：大人用（主要）、子供用

インフラ：ほぼ未整備

・ 社会の現状と将来

クリーンエネルギーによるカーボンニュートラルの達成に向けて、電力の生産から使用まで電化する必要がある

- ・ 課題特定

効果の高さ（多くの人々に使わせる）、実行可能性およびコスト（法律制限、行政整備）という2軸で、

保有率、世帯あたり保有数の向上による普及

を課題として特定

電動キックボードを普及する際の注意点

- 施策立案

- A.メーカーに速度制限タイプと無制限タイプで製品種類の生産を分けさせる
- B.消費者と事業者の購入ににEVと同レベルの補助金を出す
- C.専用道路の整備
- D.メーカーに子供用タイプの生産を促し、学校で関連教育を整備する
- E. EV自動車のインフラ充実とともに、充電スタントを整備

- 施策評価

Prop/Point (0-5)	Feasibility	Impact	Cost	Sum
A	5	4	4	13
B	4	4	1	9
C	2	4	1	7
D	4	3	3	10
E	5	4	2	11