

## ビジネスプランコンテストを人材育成に最大活用

### ビジネスプランコンテストが増えてきた

ここ3年くらいで、ビジネスプランコンテストを実施する地方銀行が増えたように感じています。新たなビジネスは「活力」となるため、素晴らしいことです。

さて、そのビジネスプランコンテストですが、応募の対象者によって、2タイプに分けられます。

- 1) 対外的なコンテストとして、外部の企業や学生などが応募してくるもの
- 2) 行内のコンテストとして、行員が応募してくるもの

両者を実施している銀行も、いずれかのみ実施している銀行も、はたまた実施を検討中の銀行もあることでしょう。

本号では、2)を採り上げ、私の地方銀行での支援ケースをもとに、ビジネスプランコンテストを「人材育成」の機会としてさらに活かすためのポイントを共有します。

### 行内コンテストの実施スタイル

まずは、一般的な2)の実施スタイルを整理しておきます。多くは、以下のような形で実施しているのではないのでしょうか。

- ①コンテストの期間内に、行員が規定のフォーマットにアイデアを書き込み応募
- ②事務局にて書類審査のうえ、役員も参加する本審査に臨む案件を選定
- ③本審査では、応募者が役員の前でプレゼンテーションをしてPR

④最優秀案件・優秀案件が選ばれ、表彰

⑤最優秀案件・優秀案件は、応募者自ら、もしくはは所管部の手により事業化を検討

新たなビジネスの検討を促す機会として、ビジネスプランコンテストは機能していると思います。故に、このスタイルでも、問題はありません。

### 応募「全件」へのフィードバック

それでは、「人材育成」にさらに活かすためのポイントはどこにあるのでしょうか。

私の支援ケースでは、②の箇所に圧倒的な工数をかけている点が最大の特徴です。

具体的には、応募「全件」について、案件をより良いものとする（ビジネスプランとして昇華させる）ためのフィードバック面談を、事務局から応募者にしています（フィードバック内容の作成に、外部コンサルタントの私も関与しています）。

そして、フィードバックを受けて案件を進化させたうえでの再提出を、2回まで認めています。さらに、希望者には外部コンサルタントとのディスカッション機会も提供しています。

多くの場合、初回の提出のみでアップデートをしない案件と、フィードバックを受け再提出をした案件とでは、後者の方がより魅力的なビジネスプランになっています。コンテストの公平性という観点から疑問を感じるかもしれませんが、内部的な人材育成の機会であり、機会の公平は担保しているため、問題となったことはありません。

## 事務局は大変だが、最高の人材育成機会

正直、事務局側はかなり大変です。

それでも、ここまで手をかけることで、アイデア勝負で終わらせず、「応募者全員」が、自分が考えたことについて第三者からの「フィードバック」をもらえ、「気付き」を得る貴重な学びの機会、まさしく人材育成の場になっています。ここが、一般的な実施スタイルと大きく異なります。

ちなみに、①の応募に際しては、「リーンキャンバス」（図参照）をもとに、自行風アレンジしたものを規定フォーマットとして使っています。

一見するとシンプルですが、いざ自らのアイデアを書こうとすると、うまく書くことができないところから、「気付き」は始まります。

また、提出後には「それでお客様の課題は本当に解決できそう？」「優位性は地元での信用力だけでなく、こんな点もあるのでは？」「なぜ外部企業は当行をパートナーに選定してくれるのだろうか？」「HPに広告を載せただけで、お客様は気付いてくれるかな？」「実施にあたってシステムコストが莫大にかかりそうだけど、回収は何年くらいでできそう？」「想定単価を払ってもらうには、こんな魅力を加えられないかな？」etc...  
といった、アイデアをビジネスプランに昇華させるための問を受け、さらに「気付き」を得ます。

また、副次的な効果も見られました。一連のプロセスを通じてビジネスを作り上げる難しさを実感することで、中小企業が収益を上げ続けていることの凄さや大変さがわかり、お客様である中小企業を見る目が変わってきたそうです。

## 【図：リーンキャンバス（アレンジ前のもの）】

| 課題    | ソリューション | 独自の提供価値 | 圧倒的な優位性 | 顧客セグメント |
|-------|---------|---------|---------|---------|
|       | 主要指標    |         | チャネル    |         |
| コスト構造 |         |         | 収益の流れ   |         |

## テーマを設けてさらなる発展も

ビジネスプランコンテストは、テーマを決めることで発展性をもたせることもできます。

たとえば、ビジネスプランの要件に、「地元のお客様の有する商品・サービス・強さ」を活かすことを必須とする、等です。こうした表彰部門を設けることで、いま以上に、お客様のことをよく知ろうという機運が盛り上がれば、一挙両得です。

この手の取組みは、回を重ねていくことで、質も上がっていきます。2年目、3年目と、出てくる案件に魅力的なものが増えてくれば、それこそが人材が育ってきた証であり、組織力が上がった証です。ビジネスプランという新しいことを考える機会をキッカケに、強い人材が増えることを楽しみにしています。

以上、高橋昌裕からのYELLでした。

### 弊社HPでもご覧いただけます

弊社ホームページでは、Vol.1からすべてのニュースレターの閲覧・PDF版のダウンロードができます。

([https://braveyell.co.jp/news\\_letter](https://braveyell.co.jp/news_letter))

また、不定期発行のため「更新のお知らせ」をメールでお受け取りいただくことも可能です。ぜひ、ホームページよりご登録ください。

## 【発行・文責】

**BRAVEYELL株式会社** (ブレイブエール)

代表取締役 高橋 昌裕

住所：〒104-0061 東京都中央区銀座6-6-1  
銀座風月堂ビル5階

メール： [takahashi@braveyell.co.jp](mailto:takahashi@braveyell.co.jp)

電話： 03 (6271) 9147

### 業務内容：

- ・ 経営コンサルティング
- ・ エグゼクティブ・パートナー
- ・ 研修、ワークショップ、講演

### 著書：

- ・ 「ザ・地銀」
- ・ 「実践！『現場営業力』強化セミナー」
- ・ 「ゴールベース法人取引」