

「やりたいことが見つかる仕事体験」 (発表者：SenseDrive 株式会社 仲上裕斗)

*English version follows the Japanese section.

①ピッチ内容の要約 (600~800 文字)

本ピッチでは、「人が本当にやりたいことを見つけるための場」を提供する事業アイデアが語られています。具体的には、企業と個人が互いの魅力や可能性を“エンターテインメント”の形で体験できる仕組みを作り、結果的にミスマッチを防ぐだけでなく、新たなやりたい仕事を発見する機会を生み出そうとしている点が特徴です。プレゼンの中では、大学4年生など就職活動を迎える若年層が「自分のやりたいことがわからない」「自分の強みや自己理解が曖昧なまま就活を進めてしまう」といった課題を抱える事例が示されました。さらに、それは若者に限らず、シニア世代を含めた幅広い年代で起こり得る問題であると指摘されています。AIやロボティクスが進化し、仕事の概念そのものが変容する未来を見据えたとき、人間が「自分ならではの意義」や「本当のやりがい」をどこに見出すかが重要になる——そうした観点から、本ピッチでは「大人のキッズニア」のような学習・体験の場を構築し、企業との接点を通じて、多様なキャリアや職業観を学び、それをきっかけに自己理解を深めてもらうことを目指しています。さらに、そのプロセスから新たな雇用やビジネス創造の可能性を引き出すことにも言及していました。参加者の興味を引くため、資料や視覚的なプレゼン方法にも工夫がなされていたようですが、時間的制約もあって全体像の十分な伝達には至っていない部分があったようです。

②ピッチに対する参加者の率直な印象 (800~1000 文字)

参加者の印象としては、まず「若年層へのアプローチ方法が素晴らしい」という肯定的な意見がありました。特に「大人のキッズニア」という比喻がわかりやすいと感じた人も多く、実際に「自分のやりたいことが何なのかよくわからない」「就職活動でのミスマッチが多い」という社会的課題に対して効果的な取り組みになり得ると期待されています。一方で「時間内のプレゼンだけでは具体的な内容がわからなかった」「第一印象ではやや胡散臭さを感じてしまった」といった率直な声もありました。これは、事業モデルや具体的な進め方が断片的にしか提示されていなかったため、全体像や運営主体の信頼性が十分に伝わらなかったことが要因と推測されます。また、「やり

たいこと」というテーマがもともと抽象的な概念であるため、聞き手によってはピッチがやや“ふんわり”していると感じる場合もあるようです。

さらに、「プレゼン資料の配色により見づらい部分があった」「競合サービスや既存のビジネスモデルとの差別化が明確でない」という指摘もありました。また、特定の企業が実際にどのようにこの仕組みに関わるのか、具体的なスキームがもう少し説明されると理解が深まっただろうという声も複数見受けられます。参加者の中には「オープンカンパニーの担当になったので興味がある」「海外展開を視野に入れると面白そう」といった前向きな意見もあり、事業規模を大きく成長させるチャンスも感じられる一方で、プレゼン時間が短かったこともあり、「正直よくわからない」という印象を与えてしまった面があるようです。

③ピッチから参加者が感じ取った将来への期待・可能性（800～1000 文字）

参加者が特に評価しているのは、「やりたいことの発見」を中心に据えた事業コンセプトが、若者からシニア層にまで広く需要があり、社会問題を解決しうるポテンシャルがあるという点です。「大人のキッズニア」というキーワードは、体験型の学びを通じて職業観を形成し直すというイメージを想起させ、成長や自己実現につながる魅力を感じたという意見が見られました。実際、大学生が自己理解を深めながら企業や組織と接点を持つことで、通常の就職活動では得られない発見とモチベーションを手にすることができるだろう、という期待も高まっています。

また、「世界から貧困をなくす」という壮大なビジョンや、「AI やロボティクスが労働を変える時代だからこそ、人間ならではの仕事の魅力ややりがいにより重視される」という予見は、従来のキャリア形成や企業採用の枠組みに対する新たな視点を提示しています。さらに、この仕組みが海外と連携したり、大手企業・キャリアエージェントと提携したりすれば、事業としての拡大は十分あり得るとの見方もあります。実際に海外の若者や貧困地域の人材にとっても、自分の可能性を見出す学びの機会を提供できる余地は大きく、日本国内のみならずグローバルにもインパクトを与えられるのではないか、という期待が参加者からも示唆されました。こうした可能性から考えても、本ピッチは単なる啓発活動に留まらず、社会実装を通じて新しい市場やコミュニティを創出する面白さを秘めていると評価されています。

④ピッチを踏まえて取り組むべき課題・改善点（800～1000 文字）

一方で、具体的な課題としては「事業モデルの明確化」「競合との差別化」「プレゼンテーションの改善」の3点が特に多く指摘されています。

1. 事業モデルの明確化

参加者から「どの企業がどのように関わるのか」「どういう仕組みでマネタイズがなされるのか」「運営主体は誰か」といった疑問が多く出ました。例えば、「企業にとってのメリットは何か」「利用者はどこでどう体験を得るのか」「どのような導線で就職・

転職あるいは新規事業創出につながるのか」を具体的に示すことで、理解と共感を得やすくなるでしょう。

2. 競合との差別化

既に「大人の職場体験」という形でサービスを提供している企業や、キッザニアのような体験型施設は存在します。そのため、「ただの職業体験の場」ではなく、AI やロボティクス活用とのシナジーや、多様な世代を対象にした包括的サービス、さらには地域やグローバルとの連携など、独自の価値をどのように提供するのかを明確にする必要があります。

3. プレゼンテーションの改善

「配色が見づらかった」「時間が短くて概要を十分に伝えられなかった」などのフィードバックは、プロジェクトの信頼感を高めるためにも改善が必須です。第一印象で「胡散臭い」と感じられてしまうのは致命的になり得ます。資料の設計、伝えたいポイントの優先順位、キャッチコピー、ストーリー性などを再構築し、限られた時間でも要点が伝わる構成を心がけることが望まれます。

⑤上記①～④を踏まえた批判的な視点での深掘り・洞察による真に向き合うべき根源的問題（800～1000 文字）

ここまでの議論を踏まえると、「そもそも『やりたいこと』という概念に社会がどう向き合うか」という根源的な問題が浮かび上がってきます。人が心から「やりたい」と思えるものを見つけるには、自己理解や自己肯定感、教育、職業観、さらには社会構造そのものが関わってきます。日本ではかねてより、就職活動やキャリア形成において「安定」や「知名度のある企業」「条件の良い職場」が優先される傾向が強く、「自分がやりたいことは何か」を本質的に問う文化が育ちにくい面があります。

企業側も、優秀な人材を「効率よく」確保したいがために、従来の採用フローや学歴重視といった尺度を用いがちです。したがって、「本当に合う人材を見つけない」「職場体験を通じてモチベーションの高いメンバーを育てたい」と考える企業であっても、実際の行動や投資に踏み切るには相応のインセンティブ設計が必要になります。つまり、このピッチが掲げる「やりたいことを見つけ、企業も新しい才能を得る」という構図を実現するには、既存の制度や価値観に切り込む覚悟が求められます。

また、AI やロボティクスの進化を念頭に置けば、「人間だからこそ取り組める仕事の価値」が改めて問われることになります。現状の産業構造や雇用の枠組みが大きく変わるタイミングで、果たして多くの企業が柔軟にシフトできるのか、個人が自己開発にどれだけ意欲を持てるか——こうした社会的・文化的要因こそが、本質的な課題として立ち上がるのです。ピッチのアイデアは魅力的ではあるものの、この根源的問題をどう乗り越えるかという戦略を練らなければ、一過性のイベントやワークショップに終わってしまう危険性があります。

⑥根源的問題から未来に進むために改めて考慮すべき要素（800～1000 文字）

上記の根源的問題を踏まえ、「やりたいことを見つける」仕組みを社会に浸透させるためには、以下の要素を改めて考慮する必要があります。

1. 教育とカルチャーの転換

自己理解や自己肯定感を育む教育、キャリア形成の早期サポート、企業も含めた学習機会の提供など、社会全体で「個々人がやりたいことを探究してよい」という文化を育てる必要があります。

2. インセンティブ設計

企業側が本気で職場体験やミスマッチ解消に取り組むための仕組みづくりが不可欠です。例えば、体験を受け入れた企業に対する補助金や認証制度、採用広報の優位性などを設定し、実利として企業のメリットを提示することが考えられます。

3. AI・ロボティクスとの共存戦略

これからの社会では、多くの作業がAIやロボットに置き換えられる可能性があります。その中で「人間だからこそ面白い」と思える仕事や役割をどう見出すかを、個人と企業が共に模索する場が必要です。ピッチのアイデアはまさにそこを狙っており、技術革新と人間の学習・成長を連動させる取り組みが求められます。

4. 多様性とグローバル視点

日本国内に限らず、海外の企業・人材・教育機関との連携を視野に入れることで、多様なバックグラウンドの人々に対応し、新たなビジネスやイノベーションを生み出す可能性が高まります。貧困層や就職氷河期世代といった社会的弱者のサポートにもつながり、社会貢献的なインパクトも見込めます。

5. 持続可能なコミュニティ形成

体験や学びを一度提供して終わりではなく、継続的につながりを持ち、コミュニティとして相互支援できるエコシステムを築くことが重要です。メンターやOB/OG、企業間の情報共有の仕組みなど、長期的な関係性を育む構造が必要です。

これらの要素を踏まえ、本ピッチのアイデアを社会に根付かせるには、「個人の自律的なキャリア探究」を促すと同時に、「企業が心から歓迎するインフラ」を整えることが肝要だと言えます。

⑦全体を踏まえて今後求められてくるアクション・ロードマップ（800～1000 文字）

今後の具体的なアクションをロードマップとして描くと、以下のステップが考えられます。

1. コンセプトの再定義とメッセージの確立

最初に、本ピッチが目指す世界観やサービスのコアメッセージを明確化する必要があります。例えば「大人のキッズニアで、仕事のワクワクを再発見する」といったシンプルかつ強いキャッチコピーを設定し、それを軸にプレゼン資料・説明会・Web サイトなどのプロモーションを統一します。

2. パイロットプロジェクトの実施

短期的には、モデルケースとして1~2社の企業と連携し、少人数を対象とした体験プログラムを実施します。具体的な運営フローや参加者の反応を検証し、成功事例や課題を可視化することで、他の企業や自治体への説得材料となります。

3. 支援制度・パートナーシップの拡充

行政や経済団体、キャリアエージェントなどと連携し、事業を拡張していくためのパートナーシップを構築します。例えば「地域活性化」「雇用促進」の観点で自治体から補助金を得る、キャリアコンサルティング企業と連携して参加者のフォローアップ体制を強化するなど、支援体制を整備します。

4. コミュニティ構築と SNS 活用

参加者が互いの体験を共有し続けられるように、オンライン／オフライン双方でコミュニティの場を作ります。SNS やイベント、勉強会などで情報交換を活発化させ、同時に新規参加者の獲得にもつなげます。

5. 海外展開の試行

ある程度のノウハウが確立した段階で、アジアや他の地域の企業・教育機関と連携を模索し、プログラムの国際化を図ります。多様な文化背景を取り込むことで事業のバリューをさらに高めることが期待できます。

以上のステップを段階的に進める中で、常に参加者や企業からのフィードバックを収集・分析し、サービスをブラッシュアップし続けることが重要になります。

⑧“楽しい”から始まる未来づくりとして踏み出す具体的なファーストステップ（600～800 文字）

「やりたいこと」を見つけるための手法として、まずは「楽しい体験」を入り口にすることが有効です。人間は、興味・関心を持った体験やワクワクする環境でこそ、自発的に学習し自己理解を深めやすくなります。そこで、第一歩として考えられるのは、「気軽に参加できる体験イベント」の開催です。

たとえば週末や休日を利用し、企業や団体と協力して1日限定の「職場体験フェス」を実施します。そこでは実際の仕事の一部を簡単に体験できるだけでなく、先輩社員との対話コーナーや、AI・ロボットを活用した業務デモンストレーション、参加者同士の情報交換会などを用意し、参加者が楽しみながら「自分の興味がどこに向いてい

るか」を掴むきっかけを提供します。このようなイベントは単発で終わらず、継続的に開催することで人脈やコミュニティを広げ、学習の機会を深化させる土台となります。

「やりたいことがわからない」「自己理解が不足している」と感じている人こそ、まずは「面白そう」と思える扉を開くことが大切です。楽しい体験を通じて、「もっと深く知りたい」「ここでもう少し試してみたい」という気持ちが自然と湧き上がり、そこから本格的な学びやキャリア選択につながっていく可能性が高まります。

⑨全体総評と応援メッセージ（600～800文字）

本ピッチは、「やりたいことを見つける」という普遍的かつ難易度の高いテーマに、体験型のアプローチをもって挑戦しようとする点が大きな魅力です。プレゼン時間の短さや資料の改善余地など、実務面での課題は確かにありますが、若者からシニアまで幅広い世代の課題を解決できる可能性や、新しい市場・コミュニティを生むポテンシャルは十分に感じられます。

「やりたいこと」を軸に据える姿勢は、一見ふんわりとした印象を与えるかもしれませんが、AIによる労働の置き換えが進む時代だからこそ、「人間だからこそ楽しめる・意義を感じられる仕事」が求められます。そこで重要になるのが、やはり人と人をつなぐ体験やコミュニティづくりです。本ピッチの方向性がさらに研ぎ澄まされ、実行力と具体性を伴う形で社会に打ち出されていけば、多くの人の人生や企業の在り方にポジティブな変化をもたらすことでしょう。

最後に、応援メッセージとして、「自分の“ワクワク”に素直になってみる」ことをお勧めします。今はまだ明確な形になっていないとしても、行動を通じて見える景色が必ずあります。本ピッチのアイデアは、その一步を踏み出すきっかけを与えてくれるはずです。社会全体が個のやりがいや意欲を尊重できるようになれば、より豊かで多様性に満ちた未来が開けるでしょう。ぜひ、今後のさらなる発展を期待しています。

Yorimichi-Club May 15, 2025 — Open Pitch Feedback Report
(using ChatGPT o1 pro)

"A Career Experience to Find Your True Passion"
Presenter: Karin Yuto Nakagami, SenseDrive Inc.

(1) Summary of the Pitch (600–800 characters)

This pitch introduces a business idea that provides a “place where people can truly discover what they want to do.” Specifically, the concept is to create a system where companies and individuals can experience each other’s appeal and potential in an “entertaining” way. The goal is not only to prevent mismatches but also to generate opportunities for discovering new career aspirations. The presentation cites examples of fourth-year university students, for instance, who face challenges such as “not knowing what they really want” and “proceeding with job-hunting despite having only a vague understanding of their strengths.” These issues are not limited to the young but can occur across a wide age range, including seniors. Looking ahead to a future in which AI and robotics evolve and fundamentally transform the nature of work itself, the pitch emphasizes the importance of identifying one’s unique meaning and genuine sense of fulfillment. The idea is to build a “grown-up KidZania”-like environment for learning and hands-on experiences that foster diverse career awareness and deepen self-understanding through engagement with companies. The pitch also suggests this process could lead to new employment and business creation. Although the visual materials and presentation style appeared to be designed to pique the audience’s interest, time constraints may have prevented a full conveyance of the overall concept.

(2) Participants’ Candid Impressions of the Pitch (800–1000 characters)

Participants had positive reactions such as, “The approach to younger generations is fantastic.” Many found the analogy of a “grown-up KidZania” easy to grasp and felt it could effectively address societal challenges like “not knowing what you want to do” or “high rates of mismatch in job-hunting.” On the other hand, some people felt that “it wasn’t clear what the specifics were just from the short presentation” or even admitted that “my first impression was that it seemed somewhat dubious.” These honest reactions likely stem from the fact that the business model and concrete implementation steps were only partially explained, leaving the overall picture and the reliability of the organizers somewhat unclear.

Another point raised was that the theme of “finding what you want to do” is, by nature, quite abstract, and some listeners felt the pitch was a bit too “soft” or “fuzzy.” Concerns were also mentioned regarding the presentation materials—specifically, color choices that made certain sections difficult to read—and the lack of clarity regarding how this concept differs from existing services or business models. Multiple participants noted that more concrete explanations of how specific companies would be involved would have helped them understand the framework better. Despite these uncertainties, some attendees were enthusiastic, saying, “I’m responsible for ‘Open Company’ so I’m interested,” or “It might be intriguing if we think about expanding overseas.” While there is a sense of an opportunity for significant growth, the short presentation time meant that some were simply left feeling, “I honestly don’t fully get it.”

(3) Future Expectations and Possibilities Participants Felt from the Pitch (800–1000 characters)

Participants especially valued the fact that this business concept—focusing on “finding what you really want to do”—has broad potential demand, appealing not only to young people but also to seniors, and could address significant societal issues. The phrase “grown-up KidZania” resonates by evoking an image of rethinking professional perspectives through experiential learning, which many found appealing in terms of personal growth and self-actualization. There is also considerable excitement about how college students, by deepening their self-understanding while interacting with companies and organizations, might discover motivations and insights that traditional job-hunting can’t provide.

Moreover, the grand vision of “eradicating poverty worldwide,” coupled with the notion that “as AI and robotics transform the meaning of work, people will place more importance on uniquely human significance and a true sense of purpose,” brings a fresh perspective to conventional frameworks of career-building and corporate hiring. Participants felt the initiative could scale by collaborating internationally or partnering with major enterprises or career agents. Indeed, there’s potential to offer learning opportunities that help young people in developing regions or impoverished communities discover their possibilities—a concept that might have an impact not only in Japan but globally. These considerations have led participants to view the pitch as more than just an awareness-raising campaign; instead, they see it as an endeavor capable of creating new markets and communities through actual societal implementation.

(4) Challenges and Points for Improvement, Based on the Pitch (800–1000 characters)

Despite the pitch's promise, participants frequently highlighted three main points that need improvement: (1) Clarification of the business model, (2) Differentiation from competitors, and (3) Enhancements in the presentation.

1. Clarification of the Business Model

Many participants questioned, "Which companies will be involved, and how?" or "How does the project monetize?" and "Who's in charge of operations?" For instance, clearly defining the benefits for participating companies, how users actually get their 'experience,' and the specific pathway to employment, career change, or new business creation would help build understanding and support.

2. Differentiation from Competitors

There are already companies offering "adult workplace experiences," as well as experience-based facilities like KidZania. Therefore, it's crucial to clarify how this concept is more than "just another workplace experience." Highlighting synergy with AI and robotics, providing a comprehensive service for diverse age groups, or featuring regional and global partnerships could help underscore unique value.

3. Enhancements in Presentation

Feedback regarding unclear color schemes and insufficient time to convey details points to the need for improvement in how the project is presented. Making a poor first impression—leading someone to think "this seems a bit shady"—could be fatal. It's essential to refine presentation materials, prioritize talking points, craft compelling messaging, and ensure that limited time is used efficiently to communicate key themes.

(5) Deeper Insights and the Fundamental Issues We Must Confront (800–1000 characters)

From the discussion so far, a core question emerges: "How should society as a whole deal with the concept of 'what I really want to do'?" For people to discover what they genuinely want, multiple factors come into play, including self-understanding, self-esteem, education, views on work, and the very structure of society. Historically in Japan, career and job-hunting have often emphasized stability, brand-name companies, and favorable conditions, with less cultural focus on asking "What do I really want to do?" at a fundamental level.

Companies, for their part, often rely on traditional hiring processes and emphasize educational background in order to "efficiently" secure skilled workers. Even if a

company earnestly wants to “find truly compatible talent” or “nurture highly motivated members through hands-on experiences,” they still require tangible incentives to change their processes. In other words, realizing this pitch’s vision of “helping people find what they really want to do while also enabling companies to discover fresh talent” calls for challenging existing systems and values.

If we assume that AI and robotics will continue to evolve, it becomes all the more urgent to re-examine the value of work that only humans can provide. Amid significant shifts in the structure of industry and employment, will companies be nimble enough to adapt? Will individuals be motivated to invest in their own development? These cultural and societal factors present the real challenge. While the pitch is highly compelling, without a strategy to overcome these deeper issues, it risks remaining a one-off event or workshop rather than driving lasting change.

(6) Key Elements to Reconsider for Moving Forward from the Fundamental Issues (800–1000 characters)

Given these fundamental challenges, the following elements must be reevaluated to ensure a “find what you really want to do” approach can take root in society:

- 1. Educational and Cultural Shift**

Society-wide nurturing of a culture that encourages “individuals to explore what they truly want to do” is needed, including early career support, education that fosters self-understanding and self-esteem, and broader learning opportunities involving companies.

- 2. Incentive Structures**

A well-designed framework is essential for companies to engage genuinely in workplace experiences and reducing mismatches. This might include subsidies for host companies, certification programs, or branding advantages, showing clear benefits for corporate participation.

- 3. Coexistence Strategies with AI and Robotics**

With many tasks likely to be replaced by AI or robotics, both individuals and companies need platforms to explore what is uniquely “human and exciting.” The pitch aligns well here, advocating the linkage of technological innovation with human learning and growth.

- 4. Diversity and a Global Perspective**

Collaborations with international companies, talent pools, and educational institutions open the door for broader backgrounds and experiences, fueling innovative business ideas. Such efforts could also aid socially disadvantaged

groups—like those in poverty or those from the “employment ice age”—thus contributing to social impact.

5. Sustainable Community Building

Rather than a one-time experience, participants need ongoing ways to stay connected in a supportive ecosystem—mentors, alumni networks, and corporate exchanges—that encourage lasting relationships and continued growth.

By focusing on these elements, the pitch’s concept can evolve into a social infrastructure that encourages both individual career exploration and a genuinely receptive corporate environment.

(7) Actions and a Roadmap for the Future, Based on the Overall Picture (800–1000 characters)

Here is a possible roadmap for concrete next steps:

1. Refine the Concept and Solidify the Core Message

First, clearly articulate the worldview and core message behind the pitch. For instance, a simple yet impactful tagline—e.g., “Rediscover the excitement of work in a grown-up KidZania”—can serve as a unifying theme across presentations, info sessions, and websites.

2. Conduct Pilot Projects

In the short term, partner with one or two companies to run a small-scale pilot. By testing actual workflows and observing participant feedback, it becomes easier to identify successes and areas for improvement—valuable leverage for approaching other firms and municipalities.

3. Expand Support Systems and Partnerships

Collaborate with government agencies, economic organizations, and career consultants to build partnerships that enable broader expansion. This may include obtaining local government subsidies under “regional revitalization” or “employment promotion” initiatives or teaming with career consulting firms for participant follow-up.

4. Community Building and Use of Social Media

Create online and offline spaces where participants can share and continue learning from each other. Social media, events, and study groups can facilitate active information exchange, while also attracting new participants.

5. Trial Overseas Expansion

Once a level of know-how is established, explore partnerships with businesses

and educational institutions in other regions or countries, beginning with Asia.

Incorporating diverse cultures could further enhance the value of the initiative. Throughout these steps, it is vital to continually gather and analyze feedback from both participants and companies, using that data to iteratively refine the service.

(8) Concrete First Steps Toward Future-Building Centered on “Fun” (600–800 characters)

Using “fun experiences” as the entry point can be highly effective for helping people discover what they want to do. Humans learn more actively and deepen self-understanding when they are in an engaging, exciting setting. As a first step, consider hosting casual experiential events.

For example, organize a one-day “workplace experience festival” over a weekend, in collaboration with partner companies or organizations. Participants could try simplified tasks from real jobs, talk with experienced employees, watch AI/robot demos, and network with fellow attendees—all in a fun atmosphere that sparks curiosity about one’s interests. Repeating such events on a regular basis expands personal connections and strengthens learning communities.

For those who feel unsure about their path or lack self-understanding, simply taking that first step—finding something that piques one’s curiosity—can open doors. Through fun experiences, participants may naturally feel a desire to “learn more” or “keep experimenting,” which can lead to deeper education and career choices.

(9) Overall Assessment and Supportive Message (600–800 characters)

Overall, this pitch is compelling because it attempts to tackle the universal yet challenging problem of “discovering what you really want to do” with a hands-on, experience-driven approach. While there is room for improvement—particularly in presentation design and time management—the potential for addressing the concerns of a wide demographic range, as well as creating new markets and communities, is significant.

Focusing on “what you really want to do” may initially sound vague, but in an era where AI increasingly performs routine tasks, the importance of “work that humans find meaningful or enjoyable” grows ever more evident. Building experiential and community-driven programs is key to making this a reality. If this pitch continues to be refined and brought to life with greater clarity and practical planning, it can have a positive impact on individuals’ lives and how companies operate.

Finally, as an encouragement: consider being honest about what excites or intrigues you. Even if your goals feel undefined right now, the act of doing something concrete opens

up new vistas. This pitch provides a catalyst for taking that first step. If society embraces individual passion and drive, it can lead to a richer, more diverse future. We look forward to seeing further development and successes in this initiative.