

ドリプラは、誰もがワクワクする感動と共感の体験型プレゼンテーションです。
事業の価値を説明するのではなく、「**その事業が社会に広まった時、どんなシーンが起こるのか**」を体験してもらうイベントです。
プレゼンターは10分間という限られた時間の中で、「**最高の価値の体験**」、「**あきらめない理由**」を伝え、見ている人たちに大きな感動と共感を与えます。



問題・課題に対して、ベストな言葉や表現で、

一般的なプレゼン

「自分の行動につなげる」
(当事者意識)

+

ビジョンを共有・提起

なぜ、あなたがやるのか？
誰が、どのように幸せになるのか？

ドリプラ

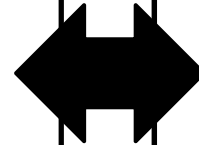
「自分の行動につなげる」
(当事者意識)

+

ビジョンを共有・提起

+

「あきらめない理由」
「最高の価値の体験」



なぜ、市場性ではなく、「あきらめない理由」が必要なのか

ドリプラノウハウ

売れそうな商品・サービスだから始めるのではなく、自分の使命として始めるからこそ成功するのです。夢は、どんなに市場性があると思って始めても、思い通りにならないことが続くものです。その時、多くの人があきらめてしまいます。ですから、どんな困難に出会っても、自分だけの「あきらめない理由」が必要なのです。

「あきらめない理由」

+

「最高の価値の体験」

- 事業は始める前に成功させる
- 事業が成功する証拠を見せるもの
- 本気で挑む姿を見せるもの
- いかなる問題も乗り越えるという決意を見せるもの
- プレゼンテーション＝仕事に取り組む姿、生き方そのもの
- 伝えるのではなく伝わる
- 出会いをつくる魔法の杖



● ドリームプラン・プレゼンテーションの歩み

【背景：なぜ、福島正伸がはじめたのか？】

一般のビジネスプラン大会や地域活性化支援、あるいは大企業の中での新規事業立ち上げなど、現場に多く関わってきた中で、夢(プロジェクト・企画・事業など)や目標を発表する人が、その過程でやる気がなくなっていく現実と疑問を感じ、「夢を語る人を応援する社会の在り方を創造すること」を人生のテーマにしました。ノウハウの準備、構築に15年以上の歳月をかけ、最近では、学校教育や行政でもドリプラが導入されています。

- 2007年:12月15日(土)、すみだリバーサイドホールにて、第1回大会開催(観客500名)
 - 2008年:12月20日(土)、東京ビックサイトにて、第2回大会開催(観客1,000名)
 - 2009年:12月12日(土)、JCBホールにて、第3回大会開催(観客1,500名)
 - 2010年:12月11日(土)、JCBホールにて、第4回大会開催(観客1,600名)
 - 2011年:12月10日(土)、TDCホールにて、第5回大会開催(観客1,600名)
 - 2012年:12月15日(土)、TDCホールにて、第6回大会開催(観客1,700名)
 - 2013年:12月14日(土)、TDCホールにて、第7回大会開催(観客1,800名)
 - 2014年:12月13日(土)、TDCホールにて、第8回大会開催(観客1,500名)
 - 2015年:12月12日(土)、TDCホールにて、第9回大会開催(観客2,000名)
- ……予選会は含まず、以上、過去9年間の累計13,200名

「2017年3月18日(土) 10周年記念大会を開催」



16000人の観客が注ぐ舞台をスポットライトが照らす。巨大スクリーンが、登壇した30代の男性を映し出す。「覚悟というスイッチが入った。今度こそ思い自分を愛するんだーッ！」

決意の絶叫が、会場全体にこだました。

所定の東京で開かれた「ドリムプラン・プレゼンテーション」の会場から

ドリプラ大会。壇上から「みんなー」と呼びかけると、観客は一斉に右手を上げ「大好きー！」と応じた。東京都文京区

夢熱く語り 一体感 感情揺さぶる演出

「シモン」。通称ドリプラ。数十組から予選を勝ち抜いた起業家や社団法人代表者8人が、事業への夢を語り、観客が投票で「共感大賞」「感動大賞」を選ぶ。壇上で披露するのは、ビジネスプラン。ただし、熱い思いを伝えるのが目的で、「売り上げ〇〇万円」「〇〇千人動員」と数字を挙げてはいけぬルールだ。つまり体験の時は悲しげな言葉を、未来を語る場面では人々の笑顔あふれる映像を流す。演出が感情を描き、休憩時間のトイレは泣き止んだ目を洗う男女であふれる。「泣いちゃったー」と涙でハグし合う。「みんな、大好きー」と全員で声を上げ、一体感のなかで幕を閉じる。

佐賀県から来た男性会社員(30)は「夢を語れないうち、部下はついてこない。ここに来てると元気をもらえる」。

東京都の経営コンサルタント山本光広さん(30)は前年のドリプラに感動、運営ボランティアを買って出た。ビジネスの世界は数字第一。数字でつながる人間関係にやり切れなさを感じていた。互いを思いやることのできる社会にならばいいのに。悩んでいた時、ドリプラに出会った。「愛、友情、信頼。お金より大事な全てがここにあります」

初開催は2007年で定員500人。08年は千人、09年以降は2千人規模の会場へ。起業家育成セミナーなどを開く「アントレプレナーセンター」(東京都中央区)が主催する。賛同する有志が各地で主催する「地域ドリプラ」が約30都道府県で開かれ、中国やベトナムへも広がる。

出場者だけでなく、イベントを支えるスタッフや観客にも、起業やNPOの立ち上げを目指す人たちが少なくない。ドリプラには、こうした人々をつなぐ目的もある。「どこまでも理想と憧れいことを貫くんです。未来を変え、みんなが応援しあう社会を実現するために」。アントレプレナーセンターの福島正伸社長(53)は語る。「足を踏み入れた瞬間、誰とでも友達になれる。そんな一体感が会場を、そして将来は社会を潤したい」

入場料はアリーナ席1万円、バルコニー席8千円。「人間が一番見たいものを見せている」と福島さんは言う。オリンピックと同様に、大勢が心を一つにして挑戦者を応援する。いつか自分も挑戦者になりたいと願いながら、感動が連鎖するエンターテインメント。「一度味わうと病みつきになっちゃうはず」

