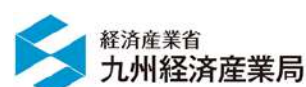


第21回 九州・大学発ベンチャー・ ビジネスプランコンテスト 報告書

九州のチカラここに集結!

2022年3月

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会



目 次

ページ

1. ごあいさつ ～ 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト開催によせて ～（実行委員長 貫 正義）	1
2. コンテストの概要	2
(1) 事業の目的 (2) 実施体制 (3) 最終審査会までの主なスケジュール及び実施概要(結果)	
(4) 最終審査会 (5) 全国大会等	
3. 審査基準及び表彰基準等	6
(1) 審査基準 (2) 会場審査投票 (3) 表彰基準	
4. 審査委員のご紹介	8
5. 応募状況 及び 審査段階別進出状況等（結果）	12
6. コンテストの結果	15
7. 全国大会の結果（キャンパスベンチャーグランプリ、起業家甲子園）	20
8. コンテストの模様	22
9. 基調講演	24
10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）※太字氏名は、代表者。「優秀賞」は、発表順・事業名省略。	25
《 グランプリ 》 3D モデルを用いた医療支援	
長崎県立大学 情報システム学部 情報セキュリティ学科 鬼塚 俊佑	26
《 九州経済産業局長賞 》 twelS	
佐賀大学大学院 理工学研究科 理工学専攻 小嶋 恒	29
《 九州経済連合会長賞 》 地域薬局同士の医薬品不動態在庫二次流通システム「ヤクカリ」	
長崎大学 薬学部 薬学科 李 明恩	32
《 N I C T 賞 》 AR 技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム	
北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 代表：笛 凌太郎	35
《 優 秀 賞 》 ※コンテスト時 発表順	
・九州大学大学院 経済学府 産業マネジメント専攻 代表：鬼崎 美緒	39
・北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 代表：岡部 唯人	43
・宮崎公立大学 人文学部国際文化学科 代表：森山 陸	47
・筑紫女学園大学 現代社会学部 現代社会学科 代表：帆足 有香	50
・立命館アジア太平洋大学 国際経営学部 代表：伊藤 愛留	54
・熊本大学 工学部 材料応用化学科 代表：五木 結愛	58
11. 全応募プラン概要	61
12. 告知物 等	67
13. 実行委員会について	72

1. ごあいさつ ～ 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト開催によせて ～

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト

実行委員長 貫 正義

(一般社団法人 九州ニュービジネス協議会 会長)

(九州電力株式会社 相談役)



みなさん、こんにちは。実行委員長を務めております九州ニュービジネス協議会会長の貫でございます。まずは、今回応募いただいた22校54チームから、ここまで勝ち抜いてこられた10チームのみなさん、そしてここまでチームを育てられた先生方をはじめ、関係者の皆様に心からの敬意を表させていただきます。加えて、年末の大変お忙しい中、会場にお越しいただいた先生や学生の皆様、協賛いただいた企業や支援団体の皆様、審査いただく委員の皆様、さらにはYouTubeでご覧いただいている皆様、誠にありがとうございます。

さて、去る12月6日、岸田首相は所信表明演説において、「新しい資本主義の下での成長」戦略として、官と民が共に役割を果たし、協働して成長のための大胆な投資を行うと宣言されました。その中では、科学技術によるイノベーションを推進し、地域の中小企業と連携した大学発ベンチャーの創出にも取り組むとしています。まさに本年21回目を迎えた九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストの意義は高まっており、新しい資本主義の一端を担うものとして、新しい第一歩を踏み出したと言っても過言ではないと思います。

さて、本日はこれからグランプリ、九州経済産業局長賞、九州経済連合会長賞、NICT賞等を目指して、戦っていただきます。グランプリ受賞チームは、2022年1月28日開催の「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」へ出場し、経済産業大臣賞や文部科学大臣賞等を受ける機会を得ることになります。また、NICT賞受賞のチームは、同3月8日開催の「起業家甲子園」全国大会への挑戦権を獲得し、その後、出場権を獲得した場合に、総務大臣賞をはじめ、資金調達や大企業との事業提携の機会等を得ることになります。いずれも九州から全国に羽ばたく大きなチャンスであります。ちなみに、昨年度グランプリの宮崎大学のチームが、全国大会で審査委員会特別賞を受賞し、NICT賞の有明高専チームが、起業家甲子園において協賛企業特別賞を受賞するなど、いずれも優秀な成績を収められました。また九州からは、これまで歴代の受賞者をはじめとして、多くの皆様が起業家として成功されているのは皆様ご承知の通りでございます。

ところで、昨年度は新たな試みとして、当コンテストに寄与頂いた先生方や支援者の皆様に表彰する支援部門賞を新設しました。本年度は、これに加えて新たに「協賛企業等特別賞」を用意致しました。

この賞は、その名称の通り、協賛企業や協力団体の皆様から提供いただいた賞で、勝ち抜いてこられたチームの皆様と企業・団体の皆様との連携強化を図るとともに、学生の皆様の更なるモチベーションアップの一助として設定させていただきました。

さて、昨年度はコロナ禍への対応のため、コンテストでのプレゼンテーションは「3分動画」で行っていただきました。本年度も2次審査会では「3分動画」による審査を行いました。本日の最終選考会につきましては、このステージ上での生のプレゼンテーションを復活いたします。やり直しはないプレゼンとなりますので、学生の皆様には是非とも全力を出し切り、悔いのない戦いをお願い致します。本日のコンテストでは、勝ち抜くことは大事ですが、それに加え、ライバルチームのプレゼンの中や審査委員の質問や助言の中から、これからの飛躍に向けてのヒントを掴むことも更に重要と思います。

私ども実行委員会、そして九州ニュービジネス協議会といたしましても、本日出場の各チームが今後どう成長していくかについては、しっかりと見守って参る所存でございます。

最後になりましたが、本日ご出場の皆様、また、YouTubeでご視聴の皆様におかれましては、本日この壇上で戦う若者たちがこれからの日本を担う起業家へと成長するよう、共に支援していただきますようお願い申し上げます。開会のあいさつとさせていただきます。10チームの皆さん、頑張ってください。

令和3年12月18日

2. コンテストの概要

(1) 事業の目的

新たなベンチャーの創出により、我が国経済を活性化させることが求められている情勢の中、『知の創造』拠点としての大学等には多くの研究成果等が蓄積されている。こうした九州地域の大学等に眠るシーズの発掘と育成を図り、多くのイノベーション(技術革新)を生み出すことを目的に、大学生・高専生を中心とした若者が創造能力とチャレンジ精神を養うための事業計画書(ビジネスプラン)を作成し、自ら考え解決して行く能力とプレゼンテーション能力を養成する場を提供する。

「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」は、例年2月に東京で開催される「**キャンパスベンチャーグランプリ全国大会**(主催：日刊工業新聞社)」の九州大会(予選)も担っています。

また、2019年度から国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)と連携、「**起業家甲子園(全国大会)**」挑戦権が獲得できる「NICT賞」を新設。例年3月に東京で開催される同大会予選の位置づけとなりました。

(2) 実施体制

【主催】九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

経済産業省 九州経済産業局、福岡県、福岡市、(一社)九州経済連合会、(独)中小企業基盤整備機構九州本部、日刊工業新聞社西部支社、(一財)九州オープンイノベーションセンター、(一社)九州ニュービジネス協議会

【共催】九州・大学発ベンチャー振興会議

【協賛・協力】九州電力(株)、(株)QTnet、(株)ストライク、(株)西日本シティ銀行、西日本プラント工業(株)、(株)福岡銀行、(株)アピカル、EY新日本有限責任監査法人、WASHハウス(株)、SGインキュバート(株)、(株)FFGベンチャービジネスパートナーズ、(株)延寿館、(株)大分銀行、学校法人君が淵学園 崇城大学、九州高圧コンクリート工業(株)、九州旅客鉄道(株)、九鉄工業(株)、九電産業(株)、(株)九南、税理士法人くまで会計事務所 古賀マネージメント総研(株)、西部ガスホールディングス(株)、(有)坂本石灰工業所、三和酒類(株)、(株)ジオクラスター、(株)テクノホールディングス、有限責任監査法人トーマツ、(株)豊川設計事務所、西日本鉄道(株)、日本ゼオライト(株)、(株)博運社、(株)はせがわ、PwCあらた有限責任監査法人、廣田商事(株)、(株)フラウ、(株)Branches、レイナ(株)、(株)ワールドホールディングス、(株)九電工、(株)シティアスコム、(株)隼斗、福岡ひびき信用金庫、(株)宮崎銀行、(株)やずや、(株)池田工業、九州自動車リース(株)、(株)筑邦銀行、大阪中小企業投資育成(株)、(株)コーホー部、(株)佐世保玉屋、(株)サニククリーン九州、如水監査法人、如水税理士法人 けやき通り会計事務所、白垣木材(株)、(株)ディアマインド、(株)七尾製菓、(株)日商保、(株)風月堂、(株)福岡商店、(株)ふくや、まごころM&Aパートナーズ(株)、米良電機産業(株)、QBキャピタル(同)、ジャフコグループ(株)、(株)電通九州、(株)ドーガン・ベータ、(株)日本政策金融公庫、藤岡国際特許事務所(順不同)

【後援】佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、西日本新聞社、佐賀新聞社、長崎新聞社、熊本日日新聞社、大分合同新聞社、宮崎日日新聞社、南日本新聞社、日本弁理士会九州会

(3) 最終審査会までの主なスケジュール及び実施概要(結果)

本年度も昨年度に引き続き、新型コロナ禍のため、さまざまな場面で例年と異なる形での実施を余儀なくされたものの、新たな取り組みにもチャレンジしました。

○ プラン募集

募集期間：2021年7月12日(月) ～ 9月24日(金)

- ・ チラシ、インターネット、日刊工業新聞紙上などで告知を実施。
- ・ 新型コロナ禍を受け、厳しい環境にありましたが、ご了承いただいた主な大学・高専については、訪問を実施。訪問できない箇所の一部については、Web 会議サービス(Zoom)によるリモートでの説明・意見交換を行いました。

○ ビジネスプラン作成講座

開催日時：2021年9月2日(木) 15:00 ～ 17:30

(募集期間：2021年8月2日(月) ～ 8月29日(日))

開催場所：福岡市スタートアップ支援施設「Fukuoka Growth Next」(福岡市中央区大名2-6-11)
より Web 会議システム(Zoom)によりリモート開催

受講者：10校・33名(うち指導者等5名)

概要：① 事業計画作成のポイント解説

〔講師〕 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 九州本部

中小企業アドバイザー 佐々木 茂 氏（株式会社ジャンクション 代表取締役）

- ・ 佐々木氏より、ビジネスプランのつくり方、マーケティングや売上、利益計画の立て方など、事業計画・起業をするための基礎知識を講義いただきました。
- ・ チームに分かれて、企業事例によるケーススタディや質疑応答も実施しました。
- ・ また、「3分動画」作成のポイントについても取り上げました。

② 経験者は語る ～ 2020 年度 コンテスト各賞受賞者による座談会 ～

〔登壇〕 宮崎大学 農学部 応用生物科学科 西迫 政人 氏〈2020 年度 グランプリ 受賞〉※

大分大学 理工学部 創生工学科 原 久乃 氏〈2020 年度 九州経済産業局長賞 受賞〉

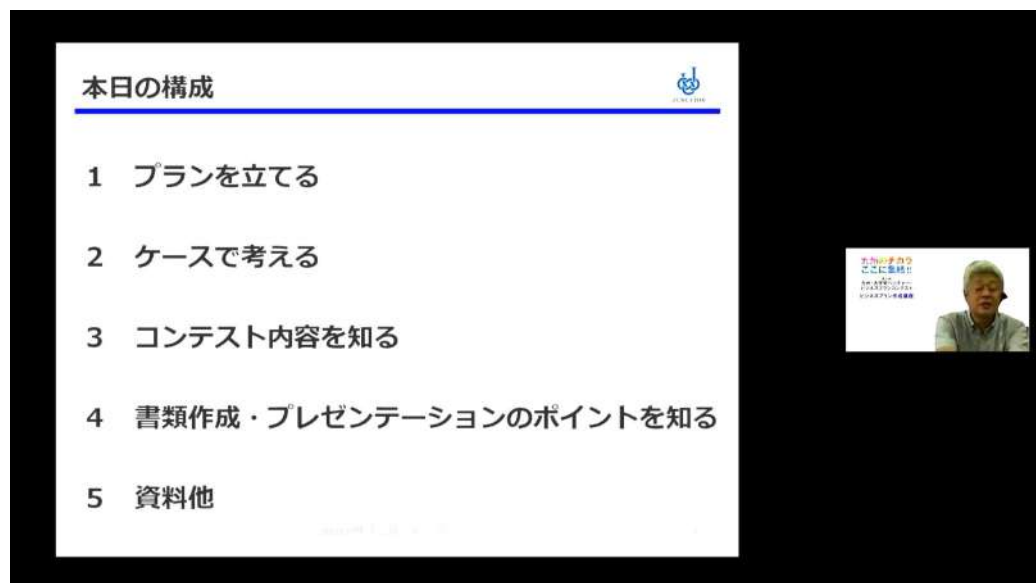
宮崎公立大学 人文学部 国際文化学科 今西 美澪 氏〈2020 年度 九州経済連合会長賞 受賞〉

有明高専 創造工学科 情報システムコース 磯村 直矢 氏〈2020 年度 NICT 賞 受賞〉※

※西迫氏は、2020 年度「第 17 回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」において、「審査委員会特別賞」を受賞、磯村氏は、2020 年度「起業家甲子園（全国大会）」において、6 つの「協賛企業特別賞」を受賞。

〔司会〕 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 九州本部 佐々木 茂 氏

- ・ 昨年度初めて実施、好評を得たコンテスト経験者による座談会を今年も開催しました。
- ・ 今回は、昨年度（2020 年度）のコンテスト受賞者 4 名の皆様にリモートにて参加いただき、コンテストの経験談や現在の状況などについてお話いただきました。
- ・ 経験者ならではの体験エピソードなど、いずれのお話也非常に興味深く、受講した学生のみならずからは、コンテストへの意欲が沸いた、もっとお話が聞きたかったといった声が寄せられました。



ビジネスプラン作成講座の様様

○ 第 1 次審査会（書類審査）

開催日時：2021 年 10 月 18 日（月） 14:00 ～ 15:30

開催場所：Web 会議（Zoom）により実施

- ・ 8 団体で組織する「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会」（運営部会）メンバーにて審査会を実施。
- ・ 応募総数 54 プランの中から、審査基準により事前に各メンバーが行った書類審査の結果をもとに、審査会当日に審議を行い、第 2 次審査進出プラン 26 チームを選出。
※第 1 次審査通過 26 チームを選定後、1 チームが都合により第 2 次審査辞退のため、次点チームを繰上げ）

○ 第2次審査会（プレゼンテーション／3分動画審査）

開催日時：2021年11月6日（土） 9:30 ～ 17:30

開催場所：九州経済連合会 会議室（電気ビル共創館 6階）より Zoom によるリモート審査

- ・ 第1次審査通過者のうち26プランが会場。
- ・ 新型コロナ禍を受け、会場での対策（手指消毒の徹底、マスク着用、パーティション設置など）を講じるとともに、下記の取り組みを行いました。
 - ① リモート審査：来場は、審査委員・関係者のみとし、発表者とは Web 会議サービス（Zoom）でつなぎ、リモートで審査。（例年は、参加者全員が会場参集）
 - ② 3分動画：「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」にあわせ、出場学生が予め制作した3分動画により発表。（例年：パワーポイントを使用し会場で発表）
 - ③ ライブ配信：審査会の模様を YouTube でライブ配信（限定公開）。
- ・ 古賀審査委員長以下、審査委員9名により審査を行いました。（審議部分には、NICT メンターの(株)jig.jp 取締役会長・福野泰介様もリモートでご参加）
- ・ 発表のあと、審査委員の審議により10プランを選出しました。



第2次審査会の模様

(4) 最終審査会

■ 開催日時 2021年12月18日（土）

13:00 ～ 17:50

■ 会場 ももち浜SRPホール（福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル2階）

【第1部】開会式・プレゼンテーション

13:00 ～ 15:53

- ・ 主催者挨拶：九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 実行委員長 貫 正義
（一般社団法人九州ニュービジネス協議会 会長・九州電力(株) 相談役）
- ・ プレゼンテーション（ファイナリスト10プランの発表（5分））及び質疑応答

【第2部】基調講演 「地方・地域・暮らしからアプローチする事業機会と成長機会」

～ 宮崎で取り組む学生起業支援 ～ 16:05 ～ 16:55

〔講師〕国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部 准教授

宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 統括

土屋 有 氏

【第3部】表彰式

17:05 ～ 17:50

《表彰》 グランプリ 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 実行委員長 貫 正義
九州経済産業局長賞 経済産業省 九州経済産業局 地域経済部長 佐藤 二三男
九州経済連合会長賞 (一社)九州経済連合会 産業振興部長 成島 修三※
※ 同・参事 嶋田 哲郎 が代理登壇
NICT 賞 株式会社 jig.jp 取締役会長(NICT メンター) 福野 泰介
優秀賞 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 実行副委員長 石堂 隆史
協賛企業等特別賞 各賞提供企業・団体の代表者

《講評》 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 審査委員長 古賀 光雄
(古賀マネジメント総研(株) 代表取締役社長)

▶ 最終審査会 概要

- ・ ファイナリスト 10 プランが会場。
- ・ 会場でのプレゼンテーション（5 分）を復活。質疑応答（8 分）実施。
（昨年度（2020 年度）は、新型コロナ禍を受け、発表は事前収録の「3 分動画」を採用）
- ・ 一般傍聴者の来場も復活。昨年度から始めた YouTube でのライブ配信も実施。
- ・ 古賀審査委員長以下、9 名※の審査委員により各賞を決定。 ※専門審査委員会
- ・ NICT 賞は、NICT メンターの専門審査委員（株jig.jp 福野会長）により決定。
- ・ 7 つの企業・団体のご協力により、「協賛企業等特別賞」を新設。
- ・ 表彰結果
（詳細 15～19 ページ）

グランプリ	1 プラン
九州経済産業局長賞	1 プラン
九州経済連合会長賞	1 プラン
NICT 賞	1 プラン
優秀賞	6 プラン
協賛企業等特別賞《新設》	7 賞設定 ※他賞と重複
→ 九州電力グループ賞、J R九州グループ賞、西部ガスグループ賞、	
ストライク賞、西鉄グループ賞、日本弁理士会九州会会長賞、F F G賞	
支援部門賞	2 名
- ・ 例年開催の会場投票、新型コロナ禍及びこれを受けた入場者数制限により中止。
- ・ コンテスト終了後の交流会を復活。新型コロナ感染防止の観点から、対策を講じつつ、別室には移動せず、会場である ももち浜 SRP ホール にて実施。

(5) 全国大会等 （結果詳細は、20～21ページ）

○ キャンパスベンチャーグランプリ全国大会

〔審査会〕開催日時：2022 年 1 月 28 日（金）13:30 ～ 17:30 ※非公開

開催場所：日刊工業新聞本社会議室より Web 会議システム（Teams）でリモート開催

〔表彰式〕開催日時：2022 年 2 月 14 日（月）13:30 ～ 15:30 ※非公開

開催場所：霞山会館（東京・霞が関コモンゲート西館 37 階）より Web 会議システム（Teams）によりリモート開催

- ・ 例年、同大会の審査会と表彰式は、同じ日に東京で行われているが、昨年度に続き、今回も新型コロナ感染拡大防止の観点から、別日に開催。
- ・ いずれも Web 会議システム（Teams）で会場と学生をつなぎ、リモートで実施。
- ・ 総計 792 のエントリーのあった全国 8 地区（北海道、東北、東京、名古屋、大阪、中国、四国、九州）の地区大会を勝ち抜いた 12 プランが会場。
- ・ 新型コロナ禍を受け、本年度も出場者が制作した「3 分動画」によるプレゼンテーションを採用。これを審査委員が予め視聴し、審査当日は、登壇者によるピッチ(1 分)と質疑応答(5 分)により審査。
- ・ 「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」で「グランプリ」受賞の長崎県立大学・鬼塚俊佑氏が出場。

○ 起業家甲子園（全国大会）

開催日時：2022 年 3 月 8 日（火） 13:00 ～ 16:30

開催場所：丸ビルホール&コンファレンススクエア（東京・丸の内 丸ビル 7・8 階）

- ・ 全国各地の予選（連携コンテスト等）から選ばれた 9 プランがプレゼンテーション（メンターによる紹介 1 分・発表 7 分・質疑 4 分）
- ・ 昨年度に引き続き、審査委員及び関係者のみの来場によるリモート開催。インターネット配信サービス（エムキャスト）での全国同時配信。
- ・ 「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」で「NICT 賞」を獲得した北九州高専・代表 笛凌太郎氏のチームが会場。パートナー企業特別賞「ソフトバンク賞」を受賞。

3. 審査基準及び表彰基準 等

(1) 審査基準

「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」審査基準

ビジネスプランコンテストにおいて、ビジネスプランの選考にあたっては、以下の要領で行うものとする。評点は、採点表に各審査委員がビジネスプランごとに採点記入する。評価項目は以下3項目とし、簡便化のため5段階評価をする（5点、4点、3点、2点、1点）。

1 評価項目

- (1) 新規性・革新性・優位性 : 事業アイデア・コンセプト自体の新規性・革新性・優位性。
- (2) 実現可能性・市場性 : ビジネスプランの事業化への可能性、市場性。
- (3) 表現力 : 書類、プレゼンでの表現力、説得力。事業化するにあたっての考え方。

2 評価基準

評点の目安としては、各項目3点を標準とし、非常に優れているものを5点、優れているものを4点、いま一步を2点、最も低い評価を1点とする。いずれも採点表のとおり評価基準を設けるが、あくまでも目安で、各審査委員の経験及び他の案件との相対的な評価から出た判断で差し支えないものとする。

評価項目	採点	評価基準（あくまでも目安を例示したもの）	
1. 新規性・革新性 ・優位性	点	5	事業アイデア等の新規性、優位性も大変高い。
		4	事業アイデア等の新規性、優位性も高い。
		3	事業アイデア等の新規性、優位性も普通である。
		2	事業アイデア等の新規性、優位性も普通よりやや劣る。
		1	事業アイデア等の新規性、優位性がなく劣る。
2. 実現可能性 ・市場性	点	5	近々（2年以内）、事業化が可能であり、市場性も大変大きい。
		4	5年後には事業化できる可能性があり、市場性も大きい。
		3	計画が具体的に煮詰まっているが、起業には今一步で、市場性も普通である。
		2	計画が具体的に策定できておらず、市場性が見極めが普通より甘い。
		1	単なるアイデアであり、市場性もない。
3. 表現力	点	5	表現力、説得力が十分にあり、起業家としての意識も大変高い。
		4	表現力、説得力があり、起業家としての意識も高い。
		3	表現力、説得力、起業家としての意識は普通である。
		2	表現力、説得力、起業家としての意識は普通よりやや劣る。
		1	表現力、説得力、起業家としての意識は低い。

3 選定

- (1) 一次審査は書類審査により、二次審査(プレゼンテーション)を行うプランを選定する。
各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行った後協議により決定する。
- (2) 二次審査はプレゼンテーション審査により、コンテストにおける最終発表プランを6プラン程度選定する。各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行ったのち、協議により決定する。
- (3) コンテストはプレゼンテーション審査により、各賞を選定する。
 - ・専門審査員が上記審査基準に基づき採点を行った後、会場審査の採点結果も参考にしながら、協議により各賞を決定する。
 - ・表彰は、グランプリ1件、九州経済産業局長賞1件、九州経済連合会長賞1件、優秀賞数件程度とする。

4 コンテストにおける会場審査について

- (1) 全発表プランを聴講する参加者に限り、会場審査を行うことができる。
- (2) 「自分が応援したいと思うプラン」を3件選び投票する。それを各1点で計算する。
- (3) 会場審査の結果は、専門審査員の協議の参考資料として取り扱う。

(2) 会場審査投票

例年、最終審査会を傍聴された参加者を対象に会場審査投票を実施していますが、本年度は昨年度から続く新型コロナ禍を受け、一般の方の入場者数を制限したため、実施しませんでした。

(3) 表彰基準

表彰区分	件数	表彰基準
グランプリ (表彰状・賞金30万円)	1件	コンテストの審査において、新規性、実現化など、最も評価の高いプラン
九州経済産業局長賞 (表彰状・賞金10万円)	1件	コンテストの審査において、グランプリに次いで、とくに優秀なプラン
九州経済連合会長賞 (表彰状・賞金8万円)	1件	コンテストの審査において、グランプリに次いで、優秀なプラン
優秀賞	数件	コンテストの審査において上記各賞に該当しないが、優秀と認めるプラン

※ 「NICT賞」(「起業家甲子園(全国大会)」挑戦権)については、上記審査基準によらず、国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)の基準により派遣された専門審査委員により選考し、表彰を行う。

その他の表彰について

上記以外に特別賞として、以下の表彰を設定

■「協賛企業等特別賞」【本年度新設】

企業や団体の皆様との連携の強化を図るとともに、コンテスト後のフォローや学生の皆様のさらなるモチベーションアップの一助として設定。今回は、7つの企業・団体の皆様にご協力いただきました。

〔本年度設定賞〕 九州電力グループ賞(九州電力株式会社)、J R九州グループ賞(九州旅客鉄道株式会社)、西部ガスグループ賞(西部ガスホールディングス株式会社)、
ストライク賞(株式会社ストライク)、西鉄グループ賞(西日本鉄道株式会社)、日本弁理士会九州会会長賞(日本弁理士会九州会)、
FFG賞(株式会社ふくおかフィナンシャルグループ) ※提供企業・団体名称順

■「支援部門賞」【2020年度新設】

エントリーする学生の支援を通して、コンテストにおいて顕著な実績を上げ、起業家育成の基盤づくりに貢献されている支援者・指導者を表彰。「グランプリ」受賞者の支援者、コンテストに功績のある支援者・指導者)

4. 審査委員のご紹介

＜敬称略、委員長以外 50 音順＞

※役職等情報は、2021.12.18 最終審査会時点

① 審査委員長【第 2 次審査、最終審査】

古賀マネージメント総研株式会社 代表取締役社長 古賀 光雄



1984 年(S59) 公認会計士登録
1977 年(S52) 等松・青木監査法人(現 監査法人トーマツ) 入所
1995 年(H 7) トーマツ コンサルティング株式会社代表取締役
1997 年(H 9) トーマツ・ベンチャーサポート株式会社設立、代表取締役
2012 年(H24) 古賀マネージメント総研株式会社設立、代表取締役
2015 年(H27) ニッポン新事業創出大賞経済産業大臣賞
(支援部門・最優秀賞) 受賞

トーマツ在職時から九州でのベンチャー支援に取り組む。
退職後も古賀マネージメント総研株式会社を創立し、トーマツで築き上げた
ネットワークを活用してベンチャー支援を行っている。

② 審査委員【第 2 次審査】

西部ガスホールディングス株式会社 事業開発部 部長
SG インキュベート株式会社 代表取締役社長 相川 洋



1966 年長崎県五島市生まれ。

1989 年太陽神戸銀行(現三井住友銀行)、2008 年十八銀行を経て、2019 年
西部ガス(株)GVC である SG インキュベート(株)設立に参画。2020 年 同社代表
取締役社長に就任。

銀行員時代は融資業務、事業承継、M&A、資産流動化などのほか、地域活性
化を目的としたファンドの設立・運営に取り組む。

現在、世の中・人のためになる優良投資先の発掘に日々邁進中。

③ 審査委員【最終審査】

株式会社 テノ.ホールディングス 代表取締役 池内 比呂子



1959 年 4 月 2 日生まれ 長崎県大村市出身

外資系企業に入社し結婚後に退職。

家庭総合サービス会社を設立。

2005 年に現在の社名にし、事業所内保育所や認可保育園、育児支援サービスを
展開する。2020 年 11 月に東証マザーズと福証 Q-Board から東証 1 部と福証に
市場変更。

④ 審査委員【第 2 次審査、最終審査】

株式会社 電通九州
インテグレートッド・ソリューション局 局長
兼 新規ビジネス開発室長 小野 和美

日本経済新聞社、外資系広告会社勤務を経て U ターンし、1997 年から
(株)電通九州に勤務。一貫してマーケティング、戦略プランニング、プラン
ディング等に携わる。2020 年より新規ビジネス開発室長を兼務。九州
のポテンシャルを見だし、つなぎ、ともに成長することを目指して、産
学官連携やスタートアップ支援、クライアントの新規事業サポートなど
ビジネスプロデュースを推進中。



⑤ 審査委員【最終審査】

株式会社 Branches 代表取締役 権藤 光枝

1973 年生まれ。1996 年届出保育施設キッズワールドを開園。2006 年に有限会社として法人化し、英語の保育園を含む届出保育施設を展開。2015 年より小規模保育事業などの認可事業に参入し、2016 年に株式会社へ組織変更。その後、訪問看護ステーションの開設や企業主導型保育事業所の受託を行い、“すべての人が優しさと強さに包まれ、愛情に満ちた世界へ。”というビジョンを掲げ、現在も各事業の展開を続けている。



⑥ 審査委員【最終審査】

QB キャピタル合同会社 代表パートナー 坂本 剛

大手・ベンチャー企業を経験し、2004 年から九大知的財産本部において大学発ベンチャー支援を行う。2010 年に産学連携機構九州代表取締役に就任。2015 年に QB キャピタルを設立し QB1 号ファンド(約 31 億円) 組成。2021 年には QB2 号ファンドを組成し、九州地域の大学発ベンチャーへの投資・支援活動を行なっている。現職のほか、福岡ベンチャークラブ理事、エディア(マザーズ上場)社外取締役、Kyulux (九州大学発ベンチャー) 社外取締役、ひむか AM ファーマ (宮崎大学発ベンチャー) 社外取締役、事業構想大学院大学 福岡キャンパス 特任教授等を務める。



⑦ 審査委員【最終審査】

ジャフコ グループ株式会社 パートナー

西日本担当 兼 ビジネスディベロップメント担当 佐藤 直樹

1992 年日本合同ファイナンス(株) (現ジャフコグループ(株)) 入社以来一貫して前線での投資 EXIT 活動に従事。スタートアップ投資からバイアウト型投資まで多種多様な案件に関わり、IPO のみならず、大企業との資本提携、M&A を数多く手掛け、ジャフコのベンチャーキャピタルとしての有り様をブラッシュアップしてきた。2018 年パートナー就任。現在西日本エリアの投資管掌と、投資先のバリューアップ専門部隊を統括



⑧ 審査委員【最終審査】

経済産業省 九州経済産業局 地域経済部長 佐藤 二三男

1981 年通商産業省 (現経済産業省) 入省。その後、中小企業庁経営支援課企画官 (人材担当)、同 財務課税制企画調整官、同 経営安定対策室長を経て 2020 年 8 月より現職。

⑨ 審査委員【第 2 次審査】

九州電力株式会社 コーポレート戦略部門
インキュベーションラボ長 永原 聖也

1990 年九州電力入社。経営企画本部、コーポレート戦略部門を経て、2020 年 7 月から現職。



⑩ 審査委員【第2次審査】

西日本鉄道株式会社

新領域事業開発部 部長 林田 安弘

西日本鉄道(株)自動車技術部門に入社。自動車全般のメンテナンスに関する実務経験の後、2004年西日本車体工業(株)品質保証部長、2009年西鉄エムテック(株)北九州工場長を歴任。2013年西鉄車体技術(株)取締役時にはEVバスの改造に携わる。2018年西日本鉄道(株)経営企画部を経て2020年4月より現職



⑪ 審査委員【最終審査】

株式会社ドーガン・ベータ 代表取締役パートナー 林 龍平

住友銀行、シティバンク、エヌ・エイを経て、ドーガン参画。主にベンチャー支援業務に取り組む。4本総額52億円のベンチャーファンド立ち上げを行い、これまでに約40件の投資を行ったほか、起業家支援のためのシリコンバレー型コワーキングスペース「OnRAMP」を開設、地元起業家のコミュニティ形成支援を行っている。

⑫ 審査委員【第2次審査】

九州旅客鉄道株式会社

執行役員事業開発本部企画部長 福澤 広行

1989年 九州旅客鉄道(株) 入社
2002年 同 事業開発本部開発部開発課副課長
2005年 同 企画課長
2009年 長崎ターミナルビル(株) 常務取締役
2011年 博多ターミナルビル(株) 常務取締役
2014年 JR九州ファーストフーズ(株) 代表取締役社長
2018年6月より現職。



⑬ 審査委員【第2次審査】

日本弁理士会九州会 藤岡 靖和

(藤岡国際特許事務所 所長・弁理士)

2002年～ 九州最大手の特許事務所に勤務
2004年 弁理士試験合格
2005年～ 株式会社ニコン 知的財産本部にて特許出願部門・企画部門・和解金数百億円獲得の特許訴訟プロジェクトメンバーなどを兼任
2017年～ 九州大学 准教授／知的財産部門長として特許ライセンス収入1億円超(前年度から倍増)に寄与
2019年～ 藤岡国際特許事務所を設立
大企業・中小企業・ベンチャー企業から請われ、上述の経験を活かした支援を行っている。

⑭ 審査委員【第2次審査】

日本政策金融公庫 国民生活事業 福岡創業支援センター
所長 宮本 大資

1998年(H10) 国民金融公庫 (現日本政策金融公庫) 入庫
以降 福岡西支店、久留米支店、本店に勤務
創業/第2創業、事業承継、ソーシャルビジネス、事業再生など 営業・融資審査担当
2015年(H27) 松江支店 融資課長
2018年(H30)4月より現職。





⑮ 審査委員【第2次審査、最終審査】
株式会社 F F Gベンチャービジネスパートナーズ
取締役副社長 山口 泰久

1986 年日本開発銀行（現日本政策投資銀行）入行、2006 年行内ベンチャーとして VC を設立し、本邦初の知財ファンドの運用開始。DBJ キャピタル(株)取締役等を歴任。2017 年 5 月、株式会社 FFG ベンチャービジネスパートナーズに移籍し、「九州・大学発ベンチャー振興会議」と連携する FFG ベンチャーファンド（総額 100 億円）の運用を担当し、大学発ベンチャーの育成を行っている（JST・START プログラム代表事業プロモーター）。2019 年 4 月に「九州オープンイノベーションファンド」を設立し投資委員を兼任。

■ 「NICT 賞」選考

○ NICT・ICT メンタープラットフォーム メンター 株式会社 jig.jp 取締役会長 福野 泰介

福井高専卒業後にフリープログラマー、2 社の創業を経て、株式会社 jig.jp を設立。当時モバイルサイトしか見られなかった携帯電話向けに、パソコン用サイトを閲覧可能とする世界初のダウンロード型のフルブラウザ「jig ブラウザ」を開発。本店がある福井県鯖江市で、こどもやシニア向けのプログラミング講座、自治体オープンデータの先駆け「データシティ鯖江」とそれを活用する団体「Code for Sabae」などを手がけている。こどもパソコン「IchigoJam」開発者。政府 CIO 任命、オープンデータ伝道師。「新型コロナウイルス対策ダッシュボード」を開発し、情報化促進貢献個人等表彰にて経済産業大臣賞を受賞。

現職：株式会社 jig.jp 取締役会長

略歴：国立福井工業高等専門学校電子情報工学科 卒業

有限会社シャフト 取締役 CTO

有限会社ユーエヌアイ研究所 代表取締役社長



5. 応募状況及び審査段階別進出状況（結果）

九州7県及び沖縄県の20大学（大学院を含む）、2高専の合計22校から合計54件の応募があった。

■ 県・学校別 応募状況（代表者）

	応募件数		
	今回	昨年度	前年比
総計	54	43	+11
福岡	16	15	+1
有明工業高等専門学校		1	▲1
北九州工業高等専門学校	2	1	+1
北九州市立大学	1	2	▲1
九州国際大学	1		+1
九州産業大学	1		+1
九州大学（大学院含む）	2		+2
西南学院大学	1		+1
九州共立大学		1	▲1
近畿大学	2	3	▲1
筑紫女学園大学	3	3	0
日本経済大学	2	1	+1
福岡女学院大		1	▲1
福岡大学	1	2	▲1
佐賀	1	1	0
佐賀大学（大学院含む）	1	1	0
長崎	15	10	+5
佐世保工業高等専門学校	6	3	+3
活水女子大学			0
長崎県立大学	5	6	▲1
長崎総合科学大学			0
長崎国際大学			0
長崎大学（大学院含む）	4	1	+3
大分	8	6	+2
大分大学（大学院含む）	4	5	▲1
立命館アジア太平洋大学	4	1	+3
熊本	7	3	+4
熊本高等専門学校		1	▲1
熊本県立大学	3	2	+1
熊本大学（大学院含む）	4		+4
崇城大学（大学院含む）			0
宮崎	5	8	▲3
宮崎産業経営大学			0
宮崎公立大学	1	1	0
宮崎大学（大学院含む）	4	7	▲3
鹿児島	1	0	+1
鹿児島大学（大学院含む）	1		+1
沖縄	1	0	+1
沖縄国際大学	1		+1

● 応募状況について

- ・ 応募件数 54件（対前年 + 11 件）
- ・ 応募校数 22校（対前年 + 3 校）
- 〔増加〕 + 7 九州国際大、九州産業大、九州大、西南学院大、熊本大、鹿児島大、沖縄国際大
- 〔減少〕 ▲ 4 有明高専、九州共立大、福岡女学院大、熊本高専

● 共同提案者の所属大学（代表者がいない学校のみ抽出）

- ・ 桜美林大学 ・ 東北大学 ・ 立命館大学

▶ 概況

- ・ 応募総数は、新型コロナ禍で落ち込んだ昨年度の43件から54件（+11件）と例年並みに回復（2019年度実績55件）。応募校数は、歴代2位（過去最高は、2012年度の25校）。
- ・ 共同提案型プラン、複数大学で構成したチームの応募もさらに増加。
- ・ 福岡地区：全体としては+1件と微増だったが、応募復活校が複数あった。
- ・ 長崎地区：長崎ビジコンの取り組みが奏功。対前年+5件と大きく増加。
- ・ 大分地区：立命館アジア太平洋大が対前年+3件と大きく増加。
- ・ 熊本地区：熊本大学の応募復活、応募数4件と大きく増加。
- ・ 宮崎地区：宮崎ビジコンのカリキュラム充実。応募は減少。
- ・ 鹿児島地区：鹿児島大からの応募復活。
- ・ そのほか：4年ぶりに沖縄からの応募あり。

■ 県・学校別 応募件数及び審査段階別結果

	応募件数	第1次審査	第2次審査	最終審査結果
		(2次進出)	(最終進出)	
総計	54	27	10	
福岡	16	9	4	
北九州工業高等専門学校	2	2	2	【N】1・【優】1
北九州市立大学	1			
九州国際大学	1	1		
九州産業大学	1	1		
九州大学（大学院含む）	2	1	1	【優】1
西南学院大学	1			
近畿大学	2			
筑紫女学園大学	3	2	1	【優】1
日本経済大学	2	1		
福岡大学	1	1		
佐賀	1	1	1	
佐賀大学（大学院含む）	1	1	1	【局】1
長崎	15	4	2	
佐世保工業高等専門学校	6	1		
長崎県立大学	5	1	1	【G】1
長崎大学（大学院含む）	4	2	1	【連】1
大分	8	6	1	
大分大学（大学院含む）	4	3		
立命館アジア太平洋大学	4	3	1	【優】1
熊本	7	1	1	
熊本県立大学	3			
熊本大学（大学院含む）	4	1	1	【優】1
宮崎	5	5	1	
宮崎公立大学	1	1	1	【優】1
宮崎大学（大学院含む）	4	4		
鹿児島	1	1	0	
鹿児島大学（大学院含む）	1	1		
沖縄	1	0	0	
沖縄国際大学	1			

▶ 最終審査結果欄：【G】グランプリ 【局】九州経済産業局長賞
【連】九州経済連合会長賞 【N】NICT賞 【優】優秀賞

※2次審査進出1件辞退

■ 応募プランの分野別分類（複数回答あり）

No.	分野	応募数	構成比	順位
1	新製造技術	1	1.0%	12
2	新エネルギー・省エネルギー（省力化含む）	1	1.0%	12
3	バイオテクノロジー		0.0%	—
4	環境・リサイクル・産業廃棄物処理	9	8.6%	5
5	住宅	1	1.0%	12
6	災害支援	2	1.9%	10
7	生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント	22	21.0%	1
8	医療・福祉	12	11.4%	3
9	物流・流通	4	3.8%	9
10	人材活用	10	9.5%	4
11	情報・通信（インターネット関連含む）	21	20.0%	2
12	ビジネス支援	9	8.6%	5
13	食品・農林水産品	5	4.8%	8
14	加工・製造技術		0.0%	—
15	観光資源	6	5.7%	7
16	その他	2	1.9%	10

● 分野別分類について

- ・ 傾向としては、大きな変化はないものの、「医療・福祉」が伸びた一方で、「人材・活用」がシェア減少。
- ・ 複数項目該当プラン、特に「情報・通信」（アプリ等）との重複がさらに増加。
- ・ SDGsの注目を背景に、例年1〜3件程度の「環境・リサイクル」関連が9件8.6%と大きく伸びている。

【参考】近年の応募状況（県別・学校別応募数の推移）ならびに受賞歴

凡例：★グランプリ ○九州経済産業局長賞 ◆九州経済連合会長賞 ●優秀賞 ☆NICT賞（2019～2021年度）◇NEDO特別賞（2017年度）

■ 全国大会(キャンパスベンチャーグランプリ全国大会 等)での受賞

(単位：件)

年 度	2008 (H20)	2009 (H21)	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31・R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
総 計	49	49	47	48	54	43	51	56	65	52	63	55	43	54
福岡	有明高専	◎ 1	● 2	● 2	1		4			● 1			★ 1	
	北九州高専		◎ 1	◆ 1	1	★◎ 4	★◎ 5	● 4	●● 5	◎ 3	● 3	●● 3	● 1	★● 2
	北九州市立大	★ 1				2	● 1		1	1	◎ 3	1	2	1
	九州共立大		2	2				1	1	1			1	
	九州工業大	1					1	2	1	1				
	九州国際大					1	● 1	1						1
	九州産業大	● 6	12		● 6	7	2							1
	九州情報大					2	1					1		
	九州大		1	★◆ 3	2	● 3	1		◆● 3	◇●● 8	◆●●● 11	● 1		● 2
	近畿大			1		1	1	1	1	1	3		3	2
	久留米工業大				1	◆ 1	1							
	久留米高専	★ 1	2											
	久留米大					1	2	1						
	産業医科大			★ 1										
	西南学院大		1	3	6	3	2	3	1		1	1		1
	筑紫女学園大学												● 3	● 3
	中村学園大	● 1												
	日本経済大		1										1	2
	福岡工業大			● 1				1	1					
	福岡歯科大									1				
	福岡女学院大					1	● 1	● 1		● 2	● 1		● 1	
	福岡大	◎● 7	● 7	● 10	3	1							2	1
	早稲田大				3	1						1		
佐賀	佐賀女子短期大							1						
	佐賀大	5		1	2	● 2		● 4	1		1	★ 2	● 1	◎ 1
長崎	活水女子大											1		
	佐世保高専									4	2	7	3	6
	長崎県立大		1	1		7			4	3	6	4	6	★ 5
	長崎国際大			1						1	★ 2			
	長崎総合科学大											1		
	長崎大	● 6	3	● 4	◎ 5		2	4	4	8	1		● 1	◆ 4
大分	大分県立芸術文化短期大							★ 1						
	大分短期大					1								
	大分大	7	7	3	2	★◎ 4	● 4	3	5	1	● 2	4	◎● 5	◎● 5
	日本文理大	1		1	1	2	1	● 1						
	立命館アジア太平洋大	● 14	3	1	1	1	1		1				1	● 4
熊本	熊本学園大			1	1	3	1							
	熊本県立大		●●● 6	6	● 6	● 3	1		3	4	3	2	2	3
	熊本高専			1	● 1	4	◆ 6	◆ 8	5	11	6	8	3	1
	熊本大						7	8	◎ 7	1	1	1		● 4
	崇城大		● 2					6	◆● 9	★●● 16	5	7	◆ 5	
	東海大			1		1	1							
宮崎	宮崎公立大												1	● 1
	宮崎産業経営大				1	1	1		1		1	2		
	宮崎大		1						1	★◆ 8	4	★●● 13	★◆● 7	4
鹿児島	鹿児島県立短期大		1											
	鹿児島国際大							4	3					
	鹿児島大		1		2	● 2	● 3	1	1	◎● 3	1	2	1	1
他	沖縄国際大													1

☆☆☆ キャンパスベンチャーグランプリ全国大会等での受賞実績 ☆☆☆

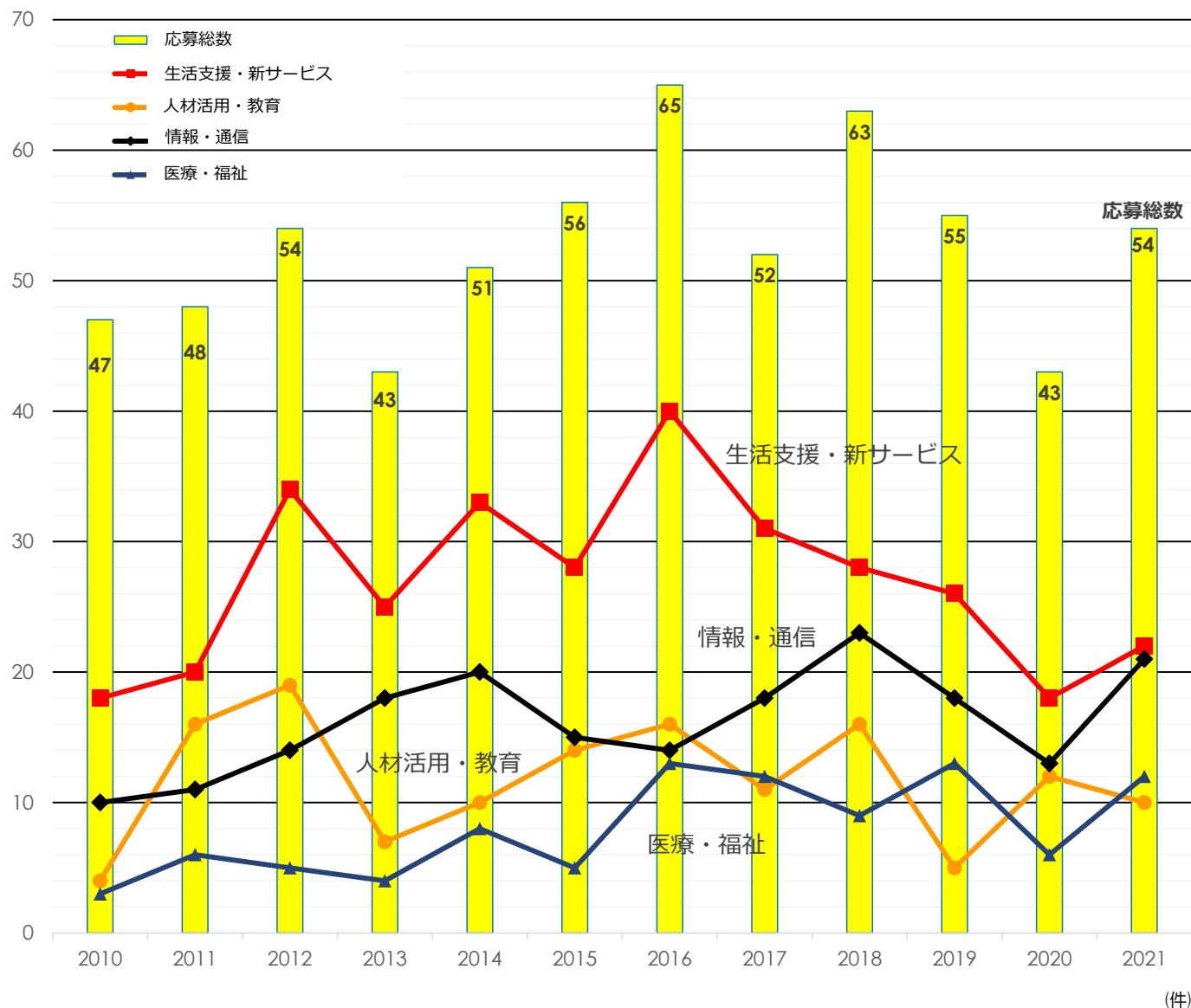
※ 学校名は各県50音順 各県50音順

- ・ 2021(R 3) [起業家甲子園] パートナー企業特別賞(ソフトバンク賞) / 北九州高専
- ・ 2020(R 2) 審査委員会特別賞 / 宮崎大 [起業家甲子園] 協賛企業特別賞6賞* / 有明高専
* アイ・オー・データ賞、インフィニオン賞、クラウドワークス賞、セブテニグループ賞、ソフトバンク賞、三菱電機賞
- ・ 2019(R 1) 経済産業大臣賞(ビジネス大賞) / 佐賀大
[起業家甲子園] 審査委員特別賞(準グランプリ) / 宮崎大、特別賞(EO Tokyo賞・NEC賞) / 崇城大*
- ・ 2018(H30) 審査委員特別賞 / 長崎国際大

- ・ 2017(H29) 文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞) / 宮崎大 [NEDO TCP2017] 認定VC賞 他 / 九州大
- ・ 2016(H28) 文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞) / 崇城大、日刊工業新聞社賞 / 鹿児島大
- ・ 2014(H26) 特別賞(MIT賞) / 北九州高専
- ・ 2012(H24) 文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞) / 大分大
- ・ 2010(H22) 特別賞(マイクロソフト賞) / 九州大
- ・ 2008(H20) 文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞) / 北九州市立大
- * 2019起業家甲子園における崇城大学は、「崇城大学ビジネスアカデミー」代表として出場・受賞

【参考】近年の応募状況（応募数と分野の推移）

- 本年度も傾向としては、例年と大きな変化はないものの、「医療・福祉」が伸びた一方で「人材活用・教育」のシェアが減少した。
- 今回の応募プランは、例年に比べ内容が多岐にわたり、昨年増加した新型コロナ禍を意識したプランは減少した。
- SDGsへの注目を背景に、例年1〜3件程度の「環境・リサイクル」関連が9件8.6%と大きく伸びた。
- 複数の項目に該当するプラン、特にアプリケーションを中心に「情報・通信」と他分野の重複プランがさらに増加。とくに「生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント」と「情報・通信」の重複が多く見受けられた。



年 度		2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31・R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
応募総数（九州島内）		47	48	54	43	51	56	65	52	63	55	43	54
応募 プラン の 分 野 別 分 類 （ 複 数 回 答 あり ）	生活支援・新サービス	18	20	34	25	33	28	40	31	28	26	18	22
	人材活用・教育	4	16	19	7	10	14	16	11	16	5	12	10
	情報・通信	10	11	14	18	20	15	14	18	23	18	13	21
	医療・福祉	3	6	5	4	8	5	13	12	9	13	6	12
	ビジネス支援	6	4	14	14	4	5	8	9	7	6	5	9
	食品・農林・水産品	5	1	11	6	4	7	8	2	6	6	6	5
	加工製造技術	1	2	2	1	1	11	8	3	7	1	0	0
	観光資源	3	6	8	5	4	10	6	8	4	7	4	6
	新製造技術	2	1	3	1	2	3	4	1	3	0	2	1
	環境リサイクル	4	5	5	2	4	5	4	4	4	1	3	9
	住宅	1	1	1	0	1	1	4	3	5	2	4	1
	災害支援	0	2	1	2	2	2	2	4	6	1	2	2
	新（省）エネルギー	0	1	5	1	2	1	1	1	2	1	0	1
	バイオテクノロジー	0	1	2	0	1	1	1	2	2	3	0	0
	物流・流通	4	0	4	3	3	4	1	2	4	4	3	4
	その他	2	3	1	1	0	0	3	0	4	2	0	2

6. コンテストの結果

☆ グランプリ

(副賞：30万円)

「第18回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」出場

■ 長崎県立大学 情報システム学部 情報セキュリティ学科 鬼塚 俊佑 さん

「3Dモデルを用いた医療支援」



医療関係者、特に整形外科医師向けに3DCT画像から3Dモデルを作成、3Dプリンターで印刷、配送するサービス。手術シミュレーションがよりやり易くなるだけでなく、患者にも術前説明がわかりやすく不安軽減に繋がる。医療従事者は、大きさに関わらず定額でモデルを入手可能。Web上から3Dモデルを操作できる月額性サービスも提供。

★ 九州経済産業局長賞

(副賞：10万円)

■ 佐賀大学大学院 理工学研究科 理工学専攻

小嶋 恒 さん

「twels」



学生や教育関係者、研究者をはじめ、数式を扱う全ての人にWebアプリやモバイルアプリとして数式検索エンジンを提供し、彼らが欲しい情報を容易に取得可能にする。自身が数学の課題で悩んだことをきっかけに開発した数式検索エンジンのプロトタイプを改良し、無料で提供。フリーミアムと広告モデルによって収益を得る。

★ 九州経済連合会長賞

(副賞：8万円)

■ 長崎大学 薬学部 薬学科

李 明恩 さん

「地域薬局同士の医薬品在庫二次流通システム『ヤクカリ』」



「ヤクカリ」は近くの(6-10km以内)薬局同士、要らなくなった医薬品在庫を販売するマーケットプレイスを、ウェブ・アプリで提供するビジネス。販売手数料が基本的な収益で、マーケットプレイスをフックビジネスとして、薬剤師プラットフォームを作り、メーカー、人材会社から情報共有、広告掲載を通して利益を取る。

6. コンテストの結果

★ NICT賞

(副賞:「起業家甲子園」挑戦権)

「起業家甲子園(全国大会)」
ソフトバンク賞 受賞

■ 北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 代表: 笛 凌太郎 さん

「AR技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム」



画像処理やAR技術を用いて研磨手順を表示する新人ダイバー育成システムを提案し、ダイバーの負担軽減や、人材育成時間の短縮を目的とする。現在、社会問題である労働人口の不足や熟練者の技を受け継ぐ役割としてシステムを提供する。傷を撮影するロボットとARグラスに搭載した研磨手順マニュアルを販売する収益モデルである。

★ 優秀賞 6件

(副賞: 5万円)

※最終審査会 発表順に掲載

■ 九州大学大学院 経済学府 産業マネジメント専攻

代表: 鬼崎 美緒 さん

「『Share Pick!』シェアリングエコノミーサービスの比較総合サイト&アプリ運営事業」



忙しいビジネスパーソンをメインターゲットに、月額360円の定額制で、スマートで使いやすいシェアエコサービスの比較総合サイト&アプリの運営を行う。また認知向上などに悩むサービス事業者のために、顧客情報分析を踏まえたコンサルタント事業を提供。メインビジョンは「シェアをもっと、スマートに」。

■ 北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 代表: 岡部 唯人 さん

「病院内での歩行案内支援ロボット」



新型コロナウイルスの流行により大きな問題となっている医療従事者の人材不足、休職や離職などの改善策として医療現場のロボット導入を考えた。ロボットが可能な作業の観点から「病院内での移動」に着目し、その案内、サポートを行うビジネス。ロボットの導入や開発、メンテナンスでこの事業での役割を担う。

■ 宮崎公立大学 人文学部国際文化学科

代表：森山 陸 さん

「ALL HOME」



児童養護施設職員の3年以内離職率は49%。この問題を一つのビジョン特化型の求人プラットフォームで複数の児童養護施設を比較可能にすることで解決。各施設のビジョンに共感する就職者の採用をサポート、結果的に施設で暮らす児童が過ごしやすい環境づくりにつなげる。各施設設法人からの求人掲載料と採用コンサルの2本柱で収益化。

■ 筑紫女学園大学 現代社会学部 現代社会学科

代表：帆足 有香 さん

「天使のお便り」



「必要最小限の量で自分に合った複数種類のナプキンを使い分けたい」「お店でナプキンを買うことに抵抗がある」「ナプキンの購入・持ち歩くのを忘れてしまう」等、生理用品の使用や購入に関する課題を解決のための生理用品の月額制販売ビジネス。生理用品を仕入れ、ユーザーへ定期便で届けるサービスで、月額利用料から収益を得る EC 事業。

■ 立命館アジア太平洋大学 国際経営学部

代表：伊藤 愛留 さん

「To the world」



日本の小学生から大学生を対象に、世界中の遊びを活用し、APUの学生による多言語の言語教育を提供するサービス。ステイホームの影響もあり、最初の遊びはオンラインゲームで英語を学べるサービスを展開する予定。言語を「勉強」ではなく自分が楽しむ為の「ツール」とする事で長期間の言語学習を実現。料金は9000円で月4回の月額制で提供予定。

■ 熊本大学 工学部 材料応用化学科

代表：五木 結愛 さん

「かまくら」



「手を洗う人類」に、「手洗いの新しい概念（固形石鹸を削る装置）」を「店頭およびネット」によって販売する。本事業においては、私は企画立案から販売までを総合的に統括する。収益は、商品のリース（ショッピングモールなどが対象）と販売（家庭が対象）の2形式によって得る。

企業や団体の皆様との連携の強化を図るとともに、コンテスト後のフォローや学生の皆様の更なるモチベーションアップの一助として、協賛企業・協力団体の皆様のご協力により「協賛企業等特別賞」を今回新設しました。各賞は、各企業・団体の皆様に選考いただきました。ご提供いただきました企業・団体の皆様ありがとうございました。

■ 九州電力グループ賞	北九州工業高等専門学校 生産デザイン工学専攻	代表：岡部 唯人 さん
■ J R九州グループ賞	立命館アジア太平洋大学 国際経営学部	代表：伊藤 愛留 さん
■ 西部ガスグループ賞	長崎県立大学 情報システム学部情報セキュリティ学科	鬼塚 俊佑 さん
■ ストライク賞	九州大学大学院 経済学府 産業マネジメント専攻	代表：鬼崎 美緒 さん
■ 西鉄グループ賞	熊本大学 工学部 材料応用化学科	代表：五木 結愛 さん
■ 日本弁理士会九州会会長賞	熊本大学 工学部 材料応用化学科	代表：五木 結愛 さん
■ F F G賞	長崎大学 薬学部 薬学科	李 明恩 さん



① 九州電力グループ賞 (提供：九州電力株式会社)



② J R九州グループ賞 (提供：九州旅客鉄道株式会社)



③ 西部ガスグループ賞 (提供：西部ガスホールディングス株式会社)



④ ストライク賞 (提供：株式会社ストライク)



⑤ 西鉄グループ賞 (提供：西日本鉄道株式会社)



⑥ 日本弁理士会九州会会長賞 (提供：日本弁理士会九州会)



⑦ F F G賞 (提供：株式会社ふくおかフィナンシャルグループ)

副 賞

- ① リンベル九州の七つ星ギフト ひざかり こだわり九州 いいものめぐり-2
- ② J R九州ファーム厳選ギフト
- ③ 西部ガスグループお取り寄せギフト券
- ④ 事業成長支援サービス「S venture Lab.」1年間無料パス
- ⑤ ホテルギフト券
- ⑥ 弁理士知財キャラバンによるコンサルティング・メンタリング
- ⑦ ECサイト「エンニチ」ギフト券

※ 表記は、提供企業・団体名称順

★ 支援部門賞

2001年(平成13年)に始まった当コンテスト。これまでエントリーいただいた数多くの学生や研究者のみなさんと数々の素晴らしい事業プランに支えられて、おかげさまで今回で第21回目を迎えることができました。さらに歴代受賞者のみなさんは、各地から錚々たるプランが競う全国大会においても優秀な成績を収めていただいております。

一方で、その素晴らしいプランが生み出され続け、当コンテストがここまで継続できましたのは、指導する先生方や協力いただく支援者の皆様あってこそのことです。また、これからも支援していただく皆様のご協力がなければ、継続していくことはできません。

そこで、エントリーする学生のみなさんの支援を通して、当コンテストにおいて顕著な実績をあげられ、起業家育成の基盤づくりに貢献されている方々を表彰することを目的として、当コンテストが 第20回を迎えたことを記念し、昨年度新設したのが「支援部門賞」です。

第2回となる今回は、下記のお二人を表彰させていただきました。

■ 長崎県立大学

情報システム学部情報セキュリティ学科 学長補佐・教授 加藤 雅彦 氏

(今回グランプリを受賞した 長崎県立大学 情報システム学部 情報セキュリティ学科 鬼塚 俊佑さんの支援者)



今回、当コンテストでグランプリを受賞した長崎県立大学・鬼塚俊佑さんの支援者として、受賞いただきました。加藤教授は、鬼塚さんが最初に事業計画を持ち込んだ先生であり、その意思を受け、このプランに協力。さらなる協力者を見つける手助けをされるなど、プラン構築に大きなご支援をいただきました。

■ 北九州工業高等専門学校

生産デザイン工学科 知能ロボットシステムコース 教授 久池井 茂 氏

(長年に渡る当コンテストへのエントリー学生支援並びにファイナリストを多数輩出いただいた功労者)



※右は、北九州高専・本江校長

久池井教授は、北九州高専における学生の指導者として、2010年度から本年度に至るまで、当コンテストに連続12年に渡りエントリーする学生の皆様のご支援をいただくとともに、2度のグランプリ受賞をはじめ、2010年度から本年度まで、計11回のファイナリストプランを輩出いただくなど、当コンテストに多大な貢献をいただきました。

7. 全国大会の結果

■ 第 18 回 キャンパスベンチャーグランプリ全国大会

結果報告

長崎県立大学 情報システム学部 情報セキュリティ学科 鬼塚 俊佑 さん 出場

2022 年 1 月 28 日（金）、東京・日刊工業新聞社本社にて「第 18 回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」（主催：日刊工業新聞社）審査会が、また同 2 月 14 日（月）、東京・霞が関の霞山会館にて同大会の表彰式が開催されました。「第 21 回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」からは、グランプリを受賞した長崎県立大学・鬼塚俊佑さんが、九州代表として審査会に出場しました。結果は、残念ながら本年度の入賞はなりませんでした。

長引く新型コロナ禍を受けて、例年は 2 月に同日開催の審査会と表彰式が、今年も日を別け、全てリモートでの開催となりました。また、プランの発表と審査には、登壇者が予め制作した「3 分動画」が採用されました。鬼塚さんのプランは、残念ながら入賞こそならなかったものの、全国 8 地区の大会に参加した総計 792 プランの中からそれぞれ勝ち残ってきた粒揃いの 12 組の 1 つとして、健闘されました。鬼塚さん、長崎県立大学の関係者の皆様、ありがとうございました。

■ 「第 18 回（2021 年度）キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」結果

賞	地区等	学校名	代表者氏名	チーム名	プラン
経済産業大臣賞 ビジネス大賞	大阪大会代表 1	同志社大学	小川 隼史	MENS-truation	MENS-truation ～PeriodタブーにPeriodを～
文部科学大臣賞 テクノロジー大賞	中国大会代表 1	岡山大学大学院	長島 慶樹	株式会社TechSword	ノーコードエッジAIプラットフォーム
教員審査委員賞	北海道大会代表	北海道大学大学院	山石 直也	*****	TiBr（臭化タリウム）半導体γ線センサーの 製造・販売
MIT賞	北海道大会代表	北海道大学大学院	山石 直也	*****	TiBr（臭化タリウム）半導体γ線センサーの 製造・販売
JVCA賞	中部大会代表 1	名古屋市立大学	山田 拓仁	ArtiStation	アート作品ライブコマースサービス 『ArtiStation』
日刊工業新聞社賞	東北大会代表	東北電子専門学校	佐々木 洋輔	*****	「満腹チェッカー」の研究・開発・販売事業
審査委員会特別賞	東京大会代表 2	青山学院大学大学院	藤井 将光	*****	がん等の長期療養者向け就業支援 ～治療と仕事を両立する社会へ～
	東京大会代表 1	創価大学	佐藤 俊一	轍	オンラインカットサービス Wigmeet
	中部大会代表 2	岐阜大学大学院	杉江 萌花	*****	教師のまなびば 教師がもっと輝く世界を
	大阪大会代表 2	京都大学大学院	平井 康介	COMORI	MAKITABA —薪売買マッチングプラットフォーム—
	九州・大学発 VBPC代表	長崎県立大学	鬼塚 俊佑	3 DBONE s	3Dモデルを用いた医療支援 全ての人により良い医療を
	四国大会代表	香川高等専門学校	大数賀 こはる	瀬戸内shells	貝が宝プロジェクト ～水質浄化が期待されるあさりで海洋をより豊かに～
	中国大会代表 2	松江工業高等専門学校	足立 健紀	松江高専 学生チーム	ディアログ 音声認識と写真で日誌を作成するシステム

※入賞者以外は、発表順。



審査会の模様（日刊工業新聞社提供）



表彰式（日刊工業新聞社提供）

■ 令和3年度 起業家甲子園（全国大会・第11回）

パートナー企業特別賞「ソフトバンク賞」を受賞！

北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 笛 凌太郎 さん

「アクリムラボ ～ AR 技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム ～」

2022年3月8日(火)に東京・丸ビルホール&コンファレンススクエアにて開催された「起業家甲子園（全国大会）」（主催：総務省、国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT））において、「第21回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」でNICT賞を受賞し、挑戦権を獲得した北九州工業高等専門学校・笛 凌太郎さんのチームが代表として出場しました。

昨年度に続き、今年も残念ながら全てリモートでの審査及び表彰式となりましたが、全国各地の連携大会から選ばれた、笛さんを含む9組のファイナリストが登壇。笛さんのプランは、ICT Mentor Platform メンター・株式会社 jig.jp 福野会長のメンタリングもいただき、昨年12月のコンテストよりさらにブラッシュアップされたプレゼンを行いました。上位入賞こそならなかったものの、パートナー企業特別賞の1つ「ソフトバンク賞」を受賞されました。笛さん、北九州高専の皆様、おめでとうございます。

■ 出場校

選抜地区等	出場学校等	事業名等
全国高専	大島商船高等専門学校	大島商船 農業支援研究会
全国高専	舞鶴工業高等専門学校	舞鶴工業高等専門学校 プログラマーズコミュニティ部
北海道	北海道岩見沢農業高等学校	開発土木専攻班
東北	東北大学大学院	東北大学 未来型医療創造卓越大学院チーム
信越	長野県松本工業高等学校	籠の中に囚われし電子工学部
近畿	関西大学	Finder
九州	北九州工業高等専門学校	アクリムラボ
九州	崇城大学	Eneclus Design
Webエントリー等	神奈川県立保健福祉大学大学院	CeTrax

■ 受賞結果

賞	提供企業	受賞校
総務大臣賞	大島商船高等専門学校	
審査委員特別賞	神奈川県立保健福祉大学大学院	
パートナー企業特別賞	アイ・オー・データ賞	(株)アイ・オー・データ機器 東北大学大学院
	AWS Japan賞	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(同) 北海道岩見沢農業高等学校
	インフィニオン賞	インフィニオン テクノロジーズ ジャパン(株) 長野県松本工業高等学校
	ABC賞	ABCドリームベンチャーズ(株) 関西大学
	ドコモビジネス賞	NTTコミュニケーションズ(株) 神奈川県立保健福祉大学大学院
	NTTデータ賞	(株)NTTデータ 神奈川県立保健福祉大学大学院
	クラウドワークス賞	(株)クラウドワークス 東北大学大学院
	さくらインターネット賞	さくらインターネット(株) 大島商船高等専門学校
	株式会社jig.jp賞	(株)jig.jp 大島商船高等専門学校
	Z Venture Capital賞	Z Venture Capital(株) 関西大学
	セブテニグループ賞	(株)セブテニグループ・ホールディングス 神奈川県立保健福祉大学大学院
	ソフトバンク賞	ソフトバンク(株) 北九州工業高等専門学校
	DBJ賞	(株)日本政策投資銀行 舞鶴工業高等専門学校
	NEC賞	日本電気(株) 神奈川県立保健福祉大学大学院
	IBM BlueHub賞	日本アイ・ビー・エム(株) 関西大学
	三菱電機賞	三菱電機(株) 神奈川県立保健福祉大学大学院

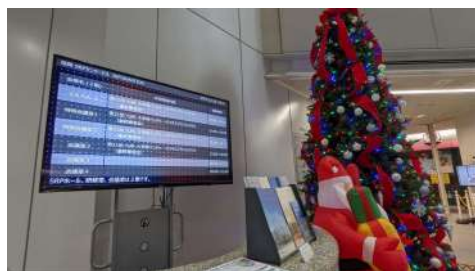


発表の模様（NICT 提供）



会場の模様（NICT 提供）

8. コンテストの様様





9. 基調講演

最終審査会・学生発表終了後に開催した基調講演では、起業を目指す学生などを前に「地方・地域・暮らしからアプローチする事業機会と成長機会 ～ 宮崎で取り組む学生起業支援～」と題して、ご自身も複数の企業を立ち上げ育てた起業家であり、みやざき学生ビジコンの立役者ともいえる宮崎大学・土屋 有先生（昨年度「支援部門賞」受賞）にご登壇いただきました。これまでの基調講演にない趣向を凝らした展開や興味深いお話に、会場・Web とともに一体となって盛り上がりしました。



■ 演 題

地方・地域・暮らしからアプローチする事業機会と成長機会
～ 宮崎で取り組む学生起業支援 ～

■ 講 師

国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部 准教授
宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 統括

つちや ゆう
土屋 有 氏

■ プロフィール

1980 年宮崎出身。大学在学中にベンチャー企業取締役となり上場。その後、医療・介護ベンチャー起業（売却）、面白法人カヤック事業部長、株式会社アラタナ（現 株式会社 ZOZO、株式会社 ZOZO テクノロジーズ）取締役を経て宮崎大学の教員に。宮崎大学では「宮崎・学生ビジネスプランコンテスト」及び関連するプログラムを企画・運営し現在統括として取り組む。

国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部 准教授（2021～）
多摩大学大学院経営情報学研究科 客員教授（2014～）
国立大学法人長崎大学
FFG アントレプレナーシップセンター 非常勤講師（2020～）
株式会社ミライラボ 取締役（2019～）
Community Nurse Company 株式会社 取締役（2020～）
株式会社油津応援団 取締役（2020～）
株式会社 Smolt 取締役（2020～）
MRT ラジオ パーソナリティ（2021～）



10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）

受賞者のビジネスプランをご紹介（次ページより）



※ 各プラン代表者氏名、敬称略

★ グランプリ (1件)

長崎県立大学 情報システム学部 情報セキュリティ学科 鬼塚 俊佑 ☆西部ガスグループ賞 同時受賞
「 3Dモデルを用いた医療支援 」

★ 九州経済産業局長賞 (1件)

佐賀大学大学院 理工学研究科 理工学専攻 小嶋 恒
「 twelS 」

★ 九州経済連合会長賞 (1件)

長崎大学 薬学部 薬学科 李 明恩 ☆FFG賞 同時受賞
「 地域薬局同士の医薬品在庫二次流通システム「ヤクカリ」 」

★ NICT賞 (1件)

北九州工業高等専門学校 専攻科 生産デザイン工学専攻 笛 凌太郎
「 AR技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム 」

★ 優秀賞 (6件)

※発表順

九州大学大学院 経済学府 産業マネジメント専攻	鬼崎 美緒	「Share Pick!」シェアリングエコノミーサービスの比較総合サイト&アプリ運営事業	☆ストライク賞 同時受賞
北九州高専 専攻科 生産デザイン工学専攻	岡部 唯人	病院内での歩行案内支援ロボット	☆九州電力グループ賞 同時受賞
宮崎公立大学 人文学部国際文化学科	森山 陸	ALL HOME	
筑紫女学園大学 現代社会学部 現代社会学科	帆足 有香	天使のお便り	
立命館アジア太平洋大学 国際経営学部	伊藤 愛留	To the world	☆JR九州グループ賞 同時受賞
熊本大学 工学部 材料応用化学科	五木 結愛	かまくら	☆西鉄グループ賞、日本弁理士会九州会会長賞 同時受賞

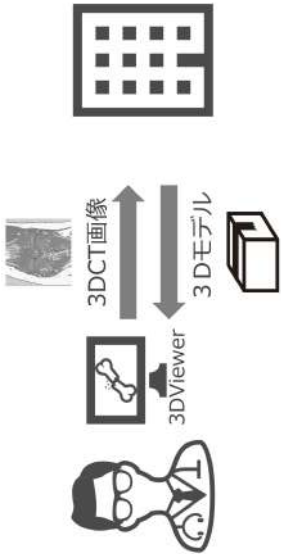
第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	長崎県立大学	代表者名	鬼塚俊佑
共同提案者名			
事 業 名	3D モデルを用いた医療支援		
キャッチフレーズ	全ての人のにより良い医療を		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。
- 医療関係者、特に整形外科の医師の方々向けに、3DCT の画像から 3D モデルを作成し、3D プリンターで印刷、配送する。また、その 3D モデルはサイトから確認することができる。
- このサービスで手術のシミュレーションがよりやり易くなるだけでなく、患者にとっても術前の説明が分かりやすくなり不安軽減に繋がる。
- 医療従事者は 1 つあたり大きさに関わらず定額でモデルを手に入れることができる。また、月額制で Web 上から 3D モデルを操作することのできるサービスも提供する。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)



<3D モデル>

このサービスは CT のデータを Web サイトから送信するとそれを基にして AI によって生成した右図のような 3D モデルが送られてくるサービスである。

1 つあたり 15,000 円で提供する。

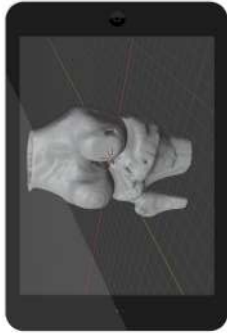


<3DViewer>

Web 画面上で 3D モデルを閲覧できるサービスを提供する。

Web 上で提供するため、タブレットやスマートフォンでも操作することができる。

月額 3,000 円で提供する。



<他の企業との連携状況>

手術件数全国有数の長崎大学病院と共同研究の関係にある。

3D モデルの品質向上に取り組んでいる。

<事業の将来ビジョン>

長崎大学病院から長崎県内の病院に広め、まずは長崎中の病院に使っていただく。その後、口コミや学会発表などで全国の病院に広まると予想している。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

<新規性>

現在、3DViewer と同様のサービスは存在しない。3D モデルにおいては同様のサービスが存在するが、毎回見積もりを取らなければならなかったり、価格面でも小さなモデルで 10 万円近くしたりと利便性が高いとはいえない。

既存のサービスとの差別化は、価格の統一や材質の変更を行うことで料金の安さ、利用の手軽さ、又、後述するモデルの正確さなどで図っていく。



例：

右図の 10cm ほどのモデルで約 8 万円である。

CT 画像から 3D モデルに起こす過程で多くの手作業が発生する。

CT 画像から骨の部分をソフトが判別する際に骨である部分を骨である認識しなかったり、その逆が起こったりするからである。

共同研究先である長崎大学病院からの CT データと加工後のデータとを機械学習にかけること CT 画像から正確な 3D モデルが生成できると考えている。

【便利性】

顧客は 3D モデルを受け取ることによって、手術のシミュレーションが容易になる。現在はイメージによる手術の確認がほとんどであり、複雑な手術になると模型なしにイメージすることは容易ではない。

現在複雑な手術を行う場合右図のように紙にレントゲン写真を印刷し、切り取り、くっつけるというとてもアナログな方法のシミュレーションが主流である。

実際に 3D プリントされた施術予定部位を触ることによって、スクリーンを入れる角度や、プレートを嵌める位置などをより正確に頭の中で形作ることができる。

これは若い医師の育成にも役立てることができる。現在、医師の

絶対数不足に重ねて少子高齢化が進んでいる、そのため、若い医師への迅速な教育が必要とされている。このモデルを用いることで実際の症例をベースに明確でわかりやすい指導をすることが可能である。これは手を動かしながら学ぶため、本などから吸収するよりも具体性があり、学習にかかる時間も大幅に短縮できると考えられる。現時点で生産している 3D モデルは実際に術前計画に十分有効であると評価を頂いている。

又、どのような手術をされるのかよく把握できずに不安を持っている患者も多くいる。3D モデルを使って説明されることで具体的に手術の内容がつかめ、術前の不安軽減にも役立てることができる。

このサービスでは、3D モデルを配送すると同時に、Web サイトで 3D モデルを操作することができる。その為、数多くの 3D モデルを持ち運ぶ必要もない。タブレット 1 枚で多数の患者に 3D モデルを用いて説明することができる。

弱点としては医療業界という比較的狭く、閉ざされた業界であるため、広告をすることが難しい。これは自身や協力者のネットワークを通じて継続的にアピールしていく予定である。

7. 事業実施上の問題点・リスク

3D モデルの生産には成功しているが、多くの注文にこたえる体制は現時点で整っていない。3D プリンターの増設等が必要である。
又、医療に関わる製品であるので商品売った後のアフターサービスも重要である。迅速な対応が取れるように LINE などのメッセージングアプリを用いる予定である。
医療機器ではないため、棄機法には該当しない。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

鬼塚俊佑（代表）と林元圭太郎は大学で CS を学んでおり、IT の技術に長けています。現在両者とも実務の現場でプログラミングを行っている。
チームリーダー 鬼塚の父は医者であり、長崎大学病院やその他の病院に広くネットワークがあるため、生の医療関係者の声を聴くことができます。既に 3D モデルのモックは複数の医療機関にお送りしており、評価や感想を頂いている。

私達は長崎大学病院と共同研究の関係であるため、大量の医療データが利用可能。

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業を立ち上げた理由は二つある。一つ目は、小学生のときに入院した際に、リハビリなどで苦勞して多くの患者さんを見て、いつか医療の役に立てないかと思っていたためである。
二つ目は、医者である父から、術前計画で困っているという話を聞き、どうにか解決できないかと思ったためである。

これからの少子高齢化に備えて日本の医療をバージョンアップしなければならない。現状維持の状態であるとい医療の質は低下するだろうと思っている。私たちのミッションは医療技術の全体的な底上げを図り、すべての人により良い医療を届けることである。この事業で日本の医療は 1 歩前進すると信じている。

10. 売上・利益計画

	第 1 期 (2022 年 4 月期)	第 2 期 (2023 年 4 月期)	第 3 期 (2024 年 4 月期)
(1) 売上高 計	3900	65,100	372,000
(2) 売上原価 (仕入金額等)	480	8400	48,000
(3) 売上総利益 (1)-(2)	3420	56,700	324,000
(4) 販売費及び一般管理費	2300	11,000	110,000
人件費	2000	10,000	100,000
販売費	300	1,000	10,000
一般管理費	0	0	0
(5) 営業利益 (3)-(4)	1120	45,700	214,000
(6) 営業外損益 (支払利息等)	0	0	0
(7) 経常利益 (5)+(6)	1120	45,700	214,000

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。

※ 必要に応じて、表の科目等は変更してかまいません。

〔各経費の内訳、算出方法〕各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

整形外科医の数を基にして算出した。

(例)20(人/月)×15,000×12 + 5,000×5×12=3,900,000
2000×20×12=480,000

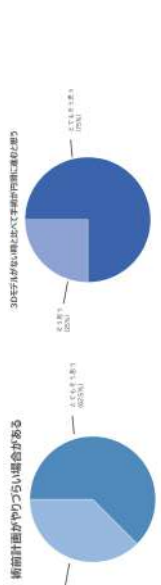
4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

<販売ターゲット>

実際に複数の医療機関にアンケートした結果、「術前計画がやりづらい場合がありますか?」

という質問にとてもそう思うと答えたお医者さんの割合は 6 割に達し、多くの方が今の術前計画に不満を持っていることが分かる。

また、実際に 3D モデルをお送りし、「3D モデルがない時と比べて手術が円滑に進むと思うか?」と聞いたところ 75%の方がとてもそう思うと答えた。

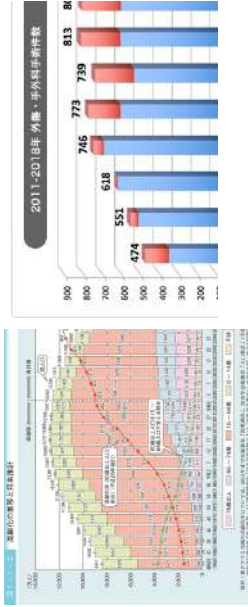


<予想される市場規模>

一般的に整形外科を受療する患者の割合は 65 歳以上が多い。

その 65 歳以上の人口がこれから増加していくと予想されている。[内閣府:令和 2 年版高齢社会白書]

実際に整形外科の手術件数は増加傾向にあり、ある病院では 7 年間で 70%以上増加している。[産業医科大学:手術症例]



5. マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》

<価格戦略>

3D モデルは PSM 分析などを行った結果、15,000 円が妥当であると判断した。将来的に厚生労働省に薬事承認をし、承認されれば手術によっては 20,000 円の診療報酬が適用される。

3Dviewer サービスも同様の PSM 分析を行い、月額 3,000 円程度が妥当であると判断した。

<販促戦略>

学会誌や学会会場への出店が効率的な良い広告戦略だと考える。
共同研究先の長崎大学病院等複数の協力病院を通じて口コミなどで拡散する。
研究などで 3D モデルを使っていたら、日本外傷学会などで発表する。
共同研究を行ってくださった長崎大学病院の先生は世界的な組織である AO Trauma Japan の理事を務めている為、全国的なネットワークがある。

6. 類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

Web サイトで 3D モデルを操作できるサービスは他に類を見ない
3D モデルを販売する業者は存在するが、複数回業者とやり取りする必要があるため、注文するまでに多くの時間を要する。このサービスはサイトを開いて数秒で注文できる。
他のサービスは、モデル一つ当たりの値段が 1 0 万近くし、又、大きさによって値段が左右されるのに対し、我々は低価格かつ値段を固定にする。

また、共同研究先の長崎大学病院の大量のデータのおかげでほかの業者よりもより正確な 3D モデルが生成可能である。

11.資金計画

(単位：千円)			
必要資金	金 額	使 途	資金調達方法
設備資金	200	3Dプリンター 原材料	自己資金
			150
運転資金	50	クラウド運用 費	金融機関借入
			親族等からの借入
			クラウドファンディング
			調達済み
計	250		計
			250

12.別 紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	佐賀大学	代表者名	小嶋 恒
共同提案者名			
事 業 名	twelS		
キャッチフレーズ	数式をもっと身近にする		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

学生や教育関係者、研究者をはじめとする数式を扱うすべての人に Web アプリやモバイルアプリとして数式検索エンジンを提供することで、彼らが欲しい情報を容易に取得できるようにする。私が数学の課題で悩んだことがきっかけとなって開発した数式検索エンジンのプロトタイプを改良し、無料で提供する。フリーミアムと広告モデルによって収益を得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

数式は、数学や物理学をはじめ、各分野で登場する重要なものである。現在盛んになっている人工知能の分野でも数式は登場する。Google や Microsoft Bing などの検索エンジンの登場により、わからないことがあれば気軽に調べられる社会になった。しかし、数式を検索することは難しい状況である。その一因に数式の特長性がある。"a<b"と">b"は移項しただけの同じ意味の式であるが、"会社"と"社会"は文字を入れ替えただけで意味が変わってしまう。そのような理由から、数式を検索するためには、数式に特化した検索エンジンが必要になる。

着眼点

大学院の人工知能に関する講義の課題の中で主成分分析に関してわからないことがあったので検索しようとしたが、Google や Microsoft Bing などの一般的な検索エンジンは数式的検索に対応しておらず、LaTeX の表記で検索しても、その検索精度は悪かった。数学や物理学など、数式を扱うものをもっと勉強しやすくするために以下のサービスを提供する。

サービスの内容

数式検索エンジンを提供することでインターネット上の数式を含む情報を容易に検索できるようにする。検索時、広告や検索した数式に関連する書籍、論文も表示する。広告を表示することで企業から広告料をいただく。本サービス経由で書籍や論文が購入されたとき、出版社から紹介料をいただく（アフィリエイト）。

事業の将来のビジョン

まずは日本で数式検索エンジンを提供し、フィードバックを得て改善した上で、英語、他の言語にも対応していく。検索対象については、算数といった基礎的な内容から各分野の研究といった発展的な内容まであらゆる情報にアクセスできるようにすることで、巨人の肩の上に立ちやすい社会を目指す。

3. ビジネスプランの新規性、新規性、独創性、特徴

一般的検索エンジンとして、Google、Microsoft Bing、Yahoo!などが挙げられる。しかし、これらの

検索エンジンは、数式の入力に対応しておらず、数式の検索精度も悪い。数式検索エンジンでは、SearchOnMath や Approach Zero、Microsoft Math Solver が登場している。これらは限られたページしか検索できなかったり、検索の精度が悪かったりと実用的とは言えない。似たサービスに Qanda という独自のデータベース内を検索するサービスもある。しかし、Qanda ではインターネット上の情報を検索できない。インターネット上の数式を含む情報を高い精度で検索できる点が本事業の新規性である。

便 利 性

数式の入力方法を、LaTeX、スクリーンキーボード（図 1）、カメラの 3 つにすることで、一般的な検索エンジンと比べて数式の検索がとても簡単になる。



図 1 スクリーンキーボードの例：SearchOnMath のスクリーンキーボード

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその真づけ

ターゲットの 1 つは研究者である。文部科学省によると、主要国等の研究者数は表 1 のようになる。

表 1 主要国等の研究者数

国名	研究者数 (人)	年
日本	881,000	2020 年
EU-28	2,097,000	2018 年
アメリカ	1,434,000	2017 年
中国	1,866,000	2018 年
韓国	408,000	2018 年
ロシア	406,000	2018 年
インド	342,000	2018 年
合計	7,434,000	

EU-28 は EU に加盟した 28 カ国のことである。表 1 では EU-28 は 2018 年のデータなので 2020 年に EU を離脱したイギリスを含んでいる。世界中の研究者の 7 割が本サービスを使うとき、その数は 500 万人を超える。

5. マーケティング戦略（基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など）

基本戦略

数式検索エンジンは、英語に対応でき次第、世界に向けて公開する。本事業の強みは数式検索の精度の高さである。フィードバックを基に数式検索を改善し続けることで他社には真似できないものにする。

価格戦略

基本的な機能は無料であるようにし、高度な機能についてはサブスクリプションに加入しているユーザーのみ使えるようにする。高度な機能とは、例えば「特定のドメインのみの検索」や「表示する広告の選択」などである。サブスクリプションの価格は現時点では800円/月の1つのみを考えているが、いずれは複数のプランを用意する。アフィリエイトの割合は3%としている。これは他社と同程度であると考えている。

販促戦略

ベータ版のテストとサービスの改善が終わったら、オンライン広告やSNS、バイラルマーケティングなど複数のマーケティング戦略をそれぞれ小さな規模で実行し、得られた結果を顧客獲得単価や顧客生涯価値などの指標を基に評価することで効果的な戦略を見つけ、その戦略に集中する。

6. 類似ビジネスとの相違点（総合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

表 2 検索エンジンの比較

	twelSiS（現在）	twelSiS（3年後）	Google	Approach Zero	SearchOnMath
検索精度	◎	◎	△	○	○
自然言語への対応	×	◎	◎	○	○
コンテンツ量	×	◎	◎	△	△
使いやすさ	△	◎	△	○	○

優位性

独自のアルゴリズムにより、他のサービスよりも高い精度の検索を提供する。Google で“A=A^T”を検索しても“A’や’T”という文字のみに注目して検索結果の精度が悪いのに対し（図 2）、本事業のプロトタイプで“A=A^T”を検索すると“A=A^T”を移項した“A^T=A’が検索結果の一番上に来ている（図 3）。つまり、Google にできないことが本事業プロトタイプできている。

本事業プロトタイプの検索結果の2つ目がA’ = QRとなつていている理由は、現在データベースに登録されているページの中央にA = A’を含むページが1つしかなく、次に似ている式としてA’ = QRが見つかったからである。

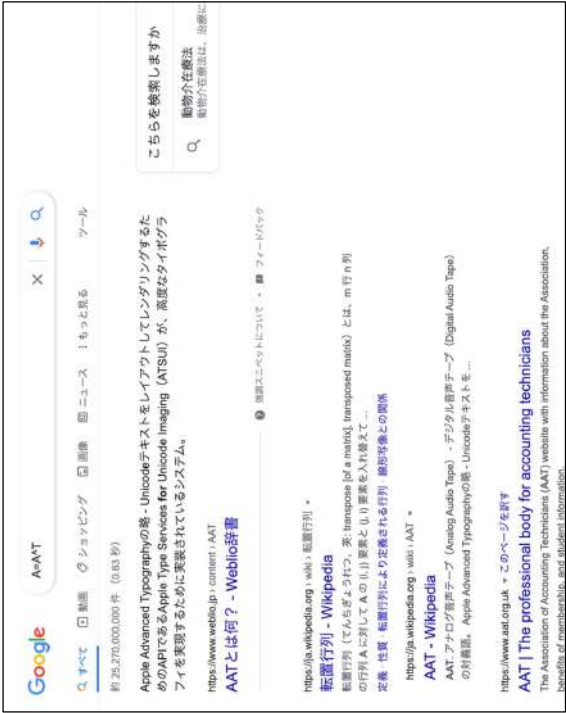


図 2 Google の検索結果

弱点

現在作成している数式検索エンジンのプロトタイプでは自然言語、つまり“三角関数”や“三平方の定理”といった私達が普段使っている言葉での検索には対応していない。自然言語での検索は Google などの一般的な検索エンジンで既のできるので優先していなかったが、できた方が使いやすいので、いずれ自然言語にも対応する。

本事業はまだプロトタイプの段階なので、限られたページしか検索できない。また、検索時、LaTeX による入力できない状態である。実装を進めることで、より多くのページを検索できるようにし、スクリーンボードやカメラによる入力もできるようにし、コンテンツ量と使いやすさで他のサービスを上回る。

7. 事業実施上の問題点・リスク

数式検索エンジンの基盤は既に私が作成したが、人手が足りず、使いやすくするためのインターフェース開発には手が回っていない。優秀なエンジニアを雇うために十分な額の資金調達をする必要がある。

Google や Microsoft といった大企業が全力で勝ちに来る可能性がある。この事業の核となる情報は社外に出ないように徹底するとともに、特許などを取った方が有利な場合には積極的に取る。また、ベンチャーだからこそ出せるスピードで一気に事業を拡大する。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は佐賀大学理工学研究科で数式検索に関する研究を行っている。5 年半ほどプログラミングを学んでおり、数式検索エンジンのプロトタイプを作成した。プロトタイプでは、限られたページではあるが実際に検索できる。

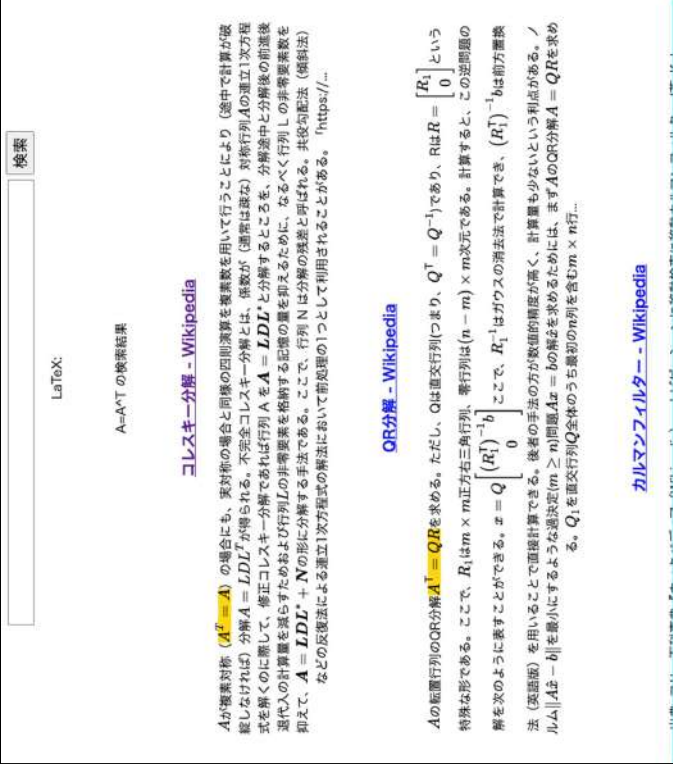


図 3 本事業プロトタイプの検索結果

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

そろばんや電卓の登場により、容易に計算できるようになった。Microsoft Excel が普及したことで、分散や相関係数といった値も容易に計算できるようになった。この事業は、より多くの数式をもっと身近にする。数式は、GPS（Global Positioning System）や天気予報、感染症の流行予測など、幅広い分野で使われる極めて重要なものである。数式検索を可能にすることは、各分野でこれまで行われた研究を参照しやすくし、他の分野の情報にもアクセスしやすくするため、各分野の発展を加速させることにつながる。

数式は定理を一つずつ積み上げていく学問であり、理解できない定理や問題をそのままにしておくことを前提とした定理や問題もわからなくなってしまう。この悪循環に陥ると抜け出すことは難しく、数学を諦めてしまふことに繋がる。本事業を実現し、多くの人が使えるようにすることで、数学や物理学をはじめとする数式が出てくる内容を学びやすくする。

10.売上・利益計画

	第 1 期 (2022 年 12 月期)	第 2 期 (2023 年 12 月期)	第 3 期 (2024 年 12 月期)
売上高 計	52	7,886	1,023,664
サブスクリプション	38	5,862	761,087
広告	12	1,760	228,328
アフィリエイト	2	264	34,249
販売費及び一般管理費	37,812	120,762	303,572
人件費	30,000	105,850	255,650
販売費	600	2,400	4,800
一般管理費	3,312	3,312	3,312
備品	1,500	4,400	5,500
弁護士顧問料	1,200	2,400	3,600
クラウド利用料	1,200	2,400	30,710
経常利益	-37,760	-112,876	720,092

2022 年 1 月から 6 月を開発期間、2022 年 7 月に数式検索エンジンのベータ版をリリースする。ベータ版リリース後、フィードバックを得て改善して日本向けに正式版をリリースする。英語に対応でき次第、世界に向けて公開する。

売上高

ユーザ数は、公開した 7 月に 100 人、そこから毎月 1.5 倍になると仮定している。ユーザ数が 1 億人を超えたら、ユーザ数は増えづらくなると仮定している。ユーザの 2.5%がサブスクリプションに加入すると仮定している。サブスクリプションの単価は 800 円/月である。PV（Page View）について、平均してユーザ 1 人あたり 1 ヶ月で 20PV になると仮定している。広告料は、0.3 円/PV で計算している。ユーザの 3%が研究者だと仮定し、研究者 1 人が本サービスを經由して 1 ヶ月で論文や書籍に使う平均金額を 1000 円とし、その 3%を紹介料（アフィリエイト）として出版社からいただく。

人件費

第 1 期、第 2 期、第 3 期それぞれにかかる人件費を表 3 に示す。一番左の列は、職種とその給料を示している。右の 3 列は、工数と 1 年間にかかる人件費を示している。

販売費

1 年目は 10 万円/月、2 年目は 20 万円/月、3 年目は 40 万円/月使うと想定している。ただし、1 年目の最初の半年間は開発期間なので、1 年目の販売費は合計 60 万円となる。

一般管理費

事務所家賃と水道光熱費を合わせて 10 万円/月とし、私の役員報酬 2,112 千円/年と合わせた 3,312 千円/年を一般管理費に計上している。

表 3 各期にかかる人件費

	第 1 期 30 人月	第 2 期 78 人月	第 3 期 153 人月
エンジニア（100 万円/人月）	0 人月	0 人月	21 人月
デザイナー（50 万円/人月）	0 人月	0 人月	19 人月
マーケター（50 万円/人月）	0 人月	6 人月	42 人月
多言語対応者（50 万円/人月）	0 人月	19 人月	36 人月
営業（40 万円/人月）	0 人月	12 人月	21 人月
人事（45 万円/人月）	0 人月	0 人月	18 人月
経理（35 万円/人月）	0 人月	0 人月	0 人月
総務（35 万円/人月）	3000 万円	1 億 585 万円	2 億 5565 万円
合計			

備品

パソコンなどの費用を備品としてエンジニア 1 人につき 50 万円、非エンジニア 1 人につき 20 万円計上している。

弁護士顧問料

各種契約書の作成等が必要となる弁護士の顧問料を第 1 期は 10 万円/月、第 2 期は 20 万円/月、第 3 期は 30 万円/月としている。

クラウド利用料

第 1 期は 10 万円/月、第 2 期は 20 万円/月、第 3 期は売上の 3%としている。

11.資金計画

必要資金	金 額	使 途	資金調達方法	金 額
設備資金	1,500	パソコン（開発用）	自己資金	1,000
運転資金	30,000 600 3,312 1,200 1,200	人件費（12 ヶ月） 広告費（12 ヶ月） 一般管理費（12 ヶ月） 弁護士顧問料（12 ヶ月） クラウド（12 ヶ月）	ベンチャーキャピタル	36,812
計	37,812		計	37,812

福岡のベンチャーキャピタル F Ventures が運営しているコミュニティに 9 月から参加している。そこで紹介されるイベント等に積極的に参加し、知り合った投資家にアプローチする。

12.別 紙

なし

添付資料（カタログ・写真・記事）等

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	長崎大学	代表者名	李明恩
共同提案者名			
事 業 名	地域薬局同士の医薬品不動産在庫二次流通システム「ヤクカリ」		
キャッチフレーズ	薬局の不動産在庫お悩みをご近所で簡単に迅速解決！		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するか(ビジネスですか?)
② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか?
③ どうやって収益を得ますか? 等の要素を盛り込んでまとめてください。
- 「ヤクカリ」は近くの(6-10km 以内)薬局同士、要らなくなった医薬品在庫を販売するマーケットプレイスを、ウェブ・アプリで提供するビジネスである。販売手数料が基本的な収益であり、マーケットプレイスをフックビジネスとして、薬剤師プラットフォームを作り、メーカー、人材会社から情報共有、広告掲載を通して利益を取る。

2. ビジネスプランの具体的な内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

薬局間 (主に個人事業主 CtoC) で取引できるマーケットプレイスである。スマートフォンを通して不動産在庫医薬品を既存フリマのように簡単に販売できる。

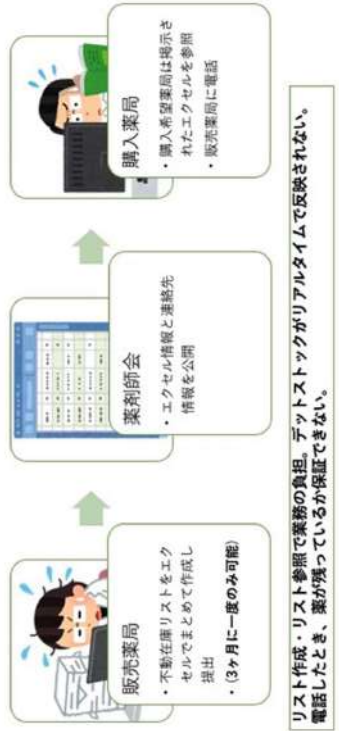
また、10km 以内の薬局同士のみ取引が可能であり、郵送せず、直接取引を原則とする。

直接取引で、送料と、虚医薬品などの流通を防ぐ。また、医薬品流通ビジネスで考えられるいろんなトラブルを最小化する。在庫活用と同時に地域医療ネットワークを活性化する。薬剤師会会議、電話などに限られていたコミュニケーションツールをチャット、掲示板へ拡張し、薬局同士の QnA など気軽にできるようにする。

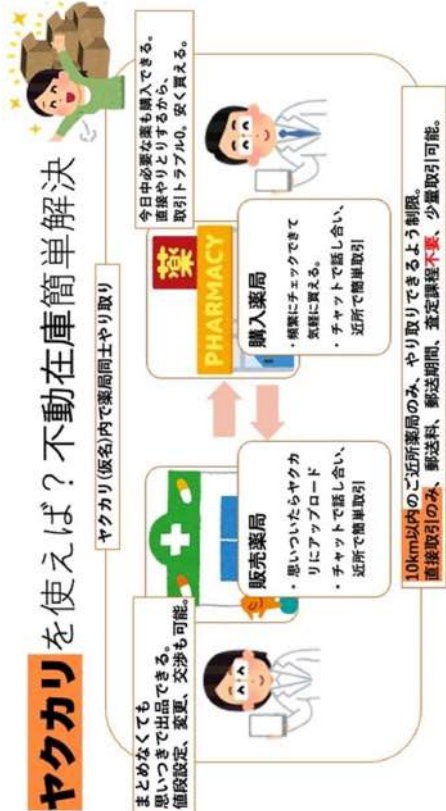
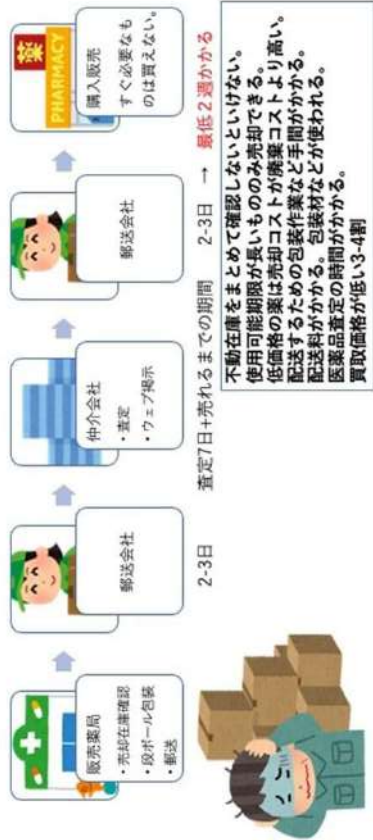
事業展開の伸び幅が広く、事業利益が社会に貢献できるサステイナブルな事業である。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

薬剤師会の仕組み



既存医薬品不動産買取会社の仕組み



4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

顧客
不効在庫で毎年廃棄することで困っている薬局
必要な薬の在庫を持っていない上すぐ必要な薬局
在庫を増やしたくないのに、決まった販売包装単位を購入しないといけない薬局

薬局で毎年廃棄される廃棄金額は1店舗あたり年間20万円を推計しています。また、20万円も在庫廃棄を減らすため工夫と努力をして抑えた金額だと言われています。

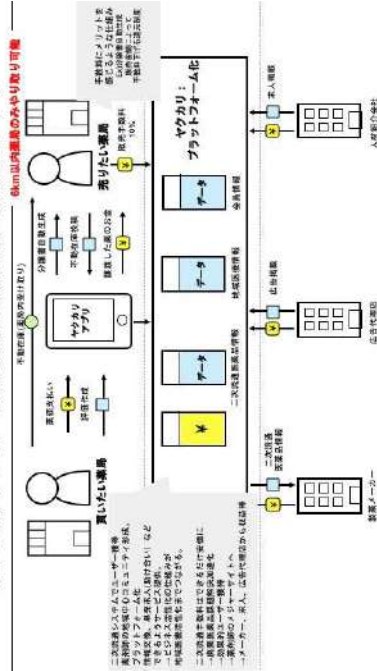
全国の薬局の年間廃棄の推計損失額規模は100億円を上回ります。薬局以外の医薬品卸業者、医療機関を含めるとその金額は数倍まで至ります。医薬品在庫廃棄は、そのものも損失ですが、廃棄費用も薬局の経営負担になります。また、環境汚染にも繋がります。

日本国内の薬局数は2021年3月6万店舗を超え、コンビニより多くなっています。高齢者が急増したことと、処方箋が増えています。処方箋が増えているので、10年以内に処方箋数の増加は止まり、減少が始まります。

少子高齢化によって人口減少の中で、必要な薬の数と、処方箋の数は限られます。薬局が増えることで、処方箋というパイを奪い合う状況になります。ところで、医薬品は販売包装単位での購入が原則であり、調剤拒否は禁じられています。同じ薬を使う人が2人から1人に減っても販売包装単位が100錠なら100錠買わないといけません。処方箋が分散することで、一人の患者様のため購入した薬が消費しきれないデッドストックが増える問題は不可避になります。デッドストックを増やさないため、薬局は極限に在庫を減らすです。人口が少くない都市では患者様が選択できる医薬品の数が極端に減る、医薬品の地域不均等分配にもつながります。

5. マーケティング戦略(基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など)

●ヤクカリ：ローカル薬品不効在庫二次流通アプリ



初期マーケティング詳細

初期期間は(1年～2年)は手数料を無料とする。薬剤師は県、市で管理されているので、広告戦略は基本的に県によって変えていく。提案者の在籍校である長崎大学薬学部ネットワークを最大活用できる長崎県内薬局、薬剤師会へ直接営業する。開発の際に薬局に不効在庫問題のヒアリングを行いネットワークを形成する。サービスリリース後は説明だけでなく、アカウント作成、投稿まで一通りすることを誘導する。積極的に取り組みたい薬局は代わりに写真を撮り、掲載するサービスを提供する。初期はマンツーマン営業と、代理掲載サービスを通して、実際利用するユーザー獲得と掲載数を上げる。(代理掲載をしても医薬品を法律上の問題で、当薬局で受け取るのトラブルを防止できる。)長崎県内薬局の50%をユーザー獲得した後、佐賀県、福岡県の薬剤師会へ連絡し宣伝問い合わせをする。ユーザー獲得と実際利用するユーザー、掲載数が大事になる上、薬剤師という30万人の専門職のみターゲットとしているので、地域密着

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

ファルマーケット
<https://www.pharmarket.co.jp/>
医療用医薬品の買取り＆販売
6ヶ月以上使用期限が残っている薬買取
分かりますデザイン。大量売買可能。

リバイバルドラッグ

<https://www.revivaldrug.co.jp/whats/>
医療用医薬品、医療機器の買取り＆販売
3ヶ月以上使用期限が残っている薬買取
薬局に必要な機器も扱っている。大量売買可能。
ファーストベンギンであるため、医薬品売買に対するビジネスの安定性、登録医療機関の数が多い。

ヤクメド

<https://yakumed.jp/lp>
薬剤師コミュニティ
薬剤師同士Q&Aコミュニティ提供、薬剤評価など情報共有、提供。

7. 事業実施上の問題点・リスク

ユーザー獲得、ユーザー使用率、
薬剤師という専門職ユーザー獲得が「ヤクカリ」以外の収益源になるため、ユーザー獲得のため長い期間赤字を覚悟しないといけない。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は将来薬剤師になるために長崎大学薬学部薬学科に在学しています。また、薬局の実務を学ぶため薬局でアルバイトをしています。薬局で仕事をしながら、処方をして、服薬指導をすること以外にも、医薬品在庫を管理することとが最も大事であることを知りました。四半期に1度棚卸作業をしながら、使用期限が近い医薬品や、中々売ることがないと思われる不効在庫に気づきました。実際薬局で毎年廃棄される廃棄金額は1店舗あたり年間20万円を推計しています。また、20万円も在庫廃棄を減らすため工夫と努力をして抑えた金額だと言われています。不効在庫をどうすれば減らせるのか考えている中、薬局のお仕事で解決策を探しました。薬局では、処方箋の薬が今すぐ必要だけど、薬局に在庫がない場合、近所の薬局から譲渡をしてもらいます。その処方箋に必要な分を小分けで販売してもらうのです。「この譲渡、譲受を不効在庫でも行えばいいのでは？」と思いました。薬剤師会でも同じような仕組みづくりをしています。仕様が分かりにくく、リアルタイムで動きが反映されないため、参加数が少ない現状です。

9. 事業の社会貢献度(ビジネスの必要性)、実現性や将来の事業家としての抱負

薬局の課題解決ができる。環境保護につながる(サステイナブルSDGs)。やりとりが増えることで地域医療活性化につながり、地域医療課題解決へ貢献できる。(サステイナブルSDGs)
使われず廃棄される医薬品を患者様に届けることで、国民医療費削減に貢献できる。民間のみではなく、行政にも利益になる。二次流通情報がメーカーの参考になるので企業にもウィンウィンになる。
薬局課題解決を事例として、医薬品卸業者、メーカーの医薬品在庫廃棄にアプローチする土台になる。医薬品卸業者も不効在庫の問題があり、昔に比べ企業数は極端に減っている。企業内での不効在庫を減らす努力はされているが、廃棄されている損失額は大きい。医療機関の医薬品不効在庫問題改善策を出せる。(薬局以外医療機関は法的に医薬品在庫取引禁止。)

「ヤクカリ」のビジネスアイデアは薬学部の学生である私が、薬局で働きながら、薬剤師さんと話し合いながら生まれました。このビジネスモデルを初めて考えたのは今年の8月です。数字の具体性がかけっていますが、本当に現場で必要とするものであり、課題が明確なため短期間で説得力ある形が作れたと思います。今後実現できるような形を作っていくので楽しみにしてください。

薬局医薬品廃棄金額が100億円規模であるため、10%を減らすことを目標としています。
また、薬局以外にも医薬品廃棄問題を抱えている機関が多いため、短期的売り上げより、実際に使用する地域・ユーザーを確実に獲得することを目標としています。(ex)病院の抗がん剤廃棄推定金額年間800億円)

10.売上・利益計画

	第 期 (2022 年 9 月期)	第 期 (2024 年 9 月期)	第 期 (2026 年 9 月期)	(単位：千円)
(1) 売上高 計	20,000	1,000,000	4,000,000	
(2) 売上原価 (仕入金額等)	17,000	900,000	3,600,000	
(3) 売上総利益 ((1)-(2))	3,000	100,000	400,000	
(4) 販売費及び一般管理費	18,100	18,000	25,000	
人件費	11,600	12,000	17,000	
販売費	7,800	5,000	7,000	
一般管理費	1,700	1,000	1,000	
(5) 営業利益 ((3)-(4))	-18,100	82,000	375,000	
(6) 営業外増益 (支払利息等)	0	0	0	
(7) 経常利益 ((5)+(6))	-18,100	82,000	375,000	

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。
※ 必要に応じて、表の科目等に変更してかまいません。
〔 各経費の内訳、算出方法 〕 各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

2022 年 長崎・福岡中心 薬局 200~400 店舗から各店舗 5~10 万円程度の医薬品をヤクカリで出品->
売上高:200x100,000=20,000,000 円
ヤクカリ手数料 10%=3,000,000 円=(3)売上総利益
人件費：アプリ開発 月給 70 万円 SE 2 名 50 万円 デザイナー1 名 6 ケ月雇用(アプリ開発予算 600 万円 +付加費用)=11,600,000 円
販売費：
ユーザー獲得のため手数料無料、またはポイント付与、紹介制度など((3)3,000,000 円+マーケティング費用 1,000,000 円) 4,000,000 円 広告費など 3,800,000 円
一般管理費：開発に必要なデータベース、営業交通費など 1,700,000 円

2024 年 九州全体、広島、東京 薬局 5,000~10,000 店舗から各店舗 10 万円程度の医薬品ヤクカリで出品->
売上高：10,000x100,000=1,000,000,000 円
人件費：メンデナンス SE 2 名 (月給 50 万円~70 万円) 営業 1 名(月給 25 万円~30 万円) (カスタマーサービス兼ねる)
販売費：手数料、紹介キャンペーンなど
一般管理費：営業交通費 (月給を高くし、会社所有の設備は最低限にする。)

2026 年 九州、中国、四国、首都圏 (ビジネスモデル上同地域利用者が多くくいけないため、実際に域参入の際に精密な戦略が必要) 薬局 40,000 店舗から各店舗 10 万円程度の医薬品ヤクカリで出品
チエーン薬局以外の薬局 80%シア率(47,866 店舗)目標
人件費：SE 3 名 営業 2 名
販売費：手数料、紹介キャンペーンなど
一般管理費：営業交通費 (月給を高くし、会社所有の設備は最低限にする。)

11.資金計画

必要資金	金 額	使 途	(単位：千円)
設備資金	0	事務所なし 在宅勤務または外注	金 額
運転資金	12,000	アプリ開発 人件費 SE 3 名 デザイナー1 名 広告費 交通費	2,000
計	12,000		10,000
		親族等からの借入	0
		クラウドファウンディング	0
		その他	0
	計		12,000

12.別 紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	北九州高専	代表者名	笛 凌太郎
共同提案者名	石川風人 岩本憲吾		
事 業 名	AR 技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム		
キャッチフレーズ	魚も驚愕、なんてきれいな水槽だ！		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

本事業では、画像処理や AR 技術を用いて研磨手順を表示する新人ダイバー育成システムを提案し、ダイバーの負担軽減や人材育成時間の短縮を目的とする。現在、社会問題である労働人口の不足や熟練者の技を受け継ぐ役割としてシステムを提供する。AR グラスに搭載した研磨手順マニュアルを販売する収益モデルである。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

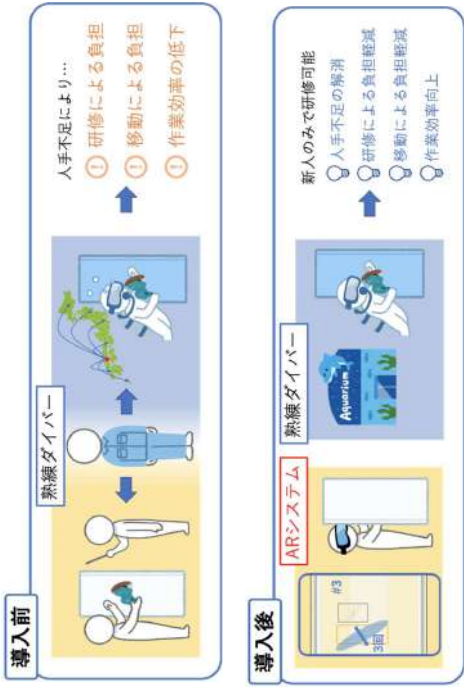
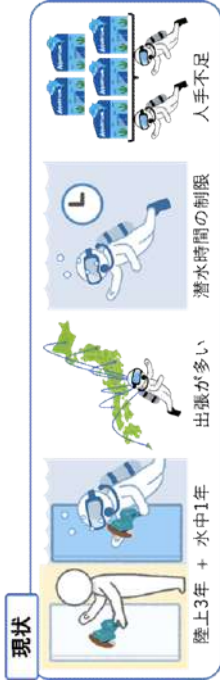
(1)着眼点

水族館に行くとき綺麗な水槽の中で魚たちが泳いでおり、幻想的な空間が演出されている。しかし、魚たちが水槽にぶつかるとで傷が付く、汚れも付着する。これらの傷や汚れはダイバーが自ら磨り研磨することで傷が消え、魚たちを鮮明に見ることが出来る。しかし、ダイバーは以下の問題を抱えている。

- ・ダイバーが全国各地を飛び回ることにより負担が多い
- ・研修期間として陸上で 3 年、水中で 1 年の計 4 年間が必要
- ・ダイバーが 1 日に潜ることができる時間が決まっている
- ・作業を全て行うことができるダイバーが少ない

このような問題からダイバーの負担軽減や、ダイバーの育成が求められている。AR を用いて工場内の機械を扱うためのマニュアルを表示するシステムが開発されつつあるが、陸上での作業を想定している。ダイバーが行う研磨作業は、陸上で作業を行うためのシステムが必要である。

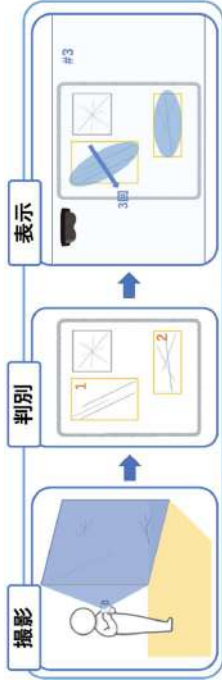
AR グラスを用いた AR 技術を用いて研磨作業手順を表示する。円滑に作業が進むことで熟練ダイバーの作業時間短縮が見込められると考えられる。



(2)サービス内容

今回私たちが提案する Acher (AR x teacher) は、ダイバーの負担軽減や、新人ダイバーの育成を目的とする。陸上でのシステムは、傷のついたアクリル板を画像処理を用いて削る傷のみを判別する。傷のついたアクリル板を AR グラスで認識すると、傷に対しての最適な削る向き、回数、範囲、使用する番手(やすり)を視覚的に表示する。

以上により、新人ダイバーが一人で作業を行うことができるため、熟練者の指導時間の短縮や、負担軽減が見込まれ、作業効率が向上すると考えられる。ダイバーは水中でも作業を行う。しかし、陸上と水中では浮力調整に慣れる事、ゴーグルを用いる事により見方が変わるといった点のみの違いであり削る技術は変わらないため、陸上でのみのシステムを開発する。



(3)事業化計画

基本料金として、AR はソフトで月 19 万円での販売を考えている。AR 機能の追加オプションは一件につき 2 万円から設定し、顧客の求めているニーズに合わせて変更や更新する。また、最初の 1 か月間は無料トライアル期間として販売予定である。

(4)事業形態

AR 技術については PTC の Vuforia を用いて、自社で実証実験を行い開発する。また、画像処理を用いた傷の有無判別は自社で作成する。

※AR の不具合、交換は自社で行う。ダイバーの作業手順表示システムだけでなく、要素技術を用いて事業拡大を目指す。

(5)事業の将来のビジョン

- ・第一段階として、世界の水族館数 25%を占める日本で、水槽研磨会社である日本サカス株式会社に口ボットと作業手順マニュアルが搭載された AR グラス使っていたき機能向上を目指す。
- ・第二段階として、水族館の数が多い中国といった世界各地の水族館や水槽研磨会社の本システムを導入し、ダイバーの育成を目指す。
- ・最終段階として、作業員不足問題を抱える工場などに AR グラスを用いた新人育成システムを導入する。研磨手順表示システムの要素技術を生かし、様々な機械に対応したマニュアルを作成する。

(6)他企業との連携

水槽研磨メーカーである日本サカス株式会社と協力し、ダイバーの現状やニーズに合わせた機能を考案する。PTC と協力し、AR グラス上に表示される作業手順の機能向上を目指す。第二目標である世界各地の水族館への導入の際に、海外の水槽研磨会社と連携をとることで、中国などの世界各地への導入を行う予定である。

3. ビジネスプランの新規性、新規性、新規性、特徴

(1)新規性・独創性

水族館に関するビジネスには水質改善のためのシステムなど様々なものがあるが、本事業では水族館のパフォーマンス向上のための、水槽の水研磨作業に着目した。従来は削る必要のある傷、削らない傷の判別等、訓練を受けた熟練ダイバーでなければ判断できない点が多いため、従来のマニュアル化された作業手順を表示するトレーニング用 AR システムを用いることができず、熟練ダイバーが直接新人ダイバーの研修を行う必要があった。そこで本システムは、熟練ダイバーが感覚として判断していたものを画像処理を用いてマニュアル化し、カメラで撮影した傷を、削る必要のある傷・削らない傷に判別、傷に対して最適な削り方(削る向き、削る範囲、使用する研磨剤の番号)を、AR を使って指示するシステムとして提供する。本システムを用いることによって、熟練ダイバーの新人研修による負担を削減することができ、作業効率の向上や、新人研修の効率化にもつながる。

(2)新規性

本事業におけるメリットを以下に示す。

全体	・新人講習に割く時間や人員の削減 ・職人の"コツ"を感覚ではなく分かりやすく、形式知として伝える ・AR グラスによる指示を視覚的に確認できる →研磨の際のミスを軽減できる
----	--

(3)特徴

ダイバーの育成には、陸上で3年と水中で1年の計4年間が研修期間として必要である。AR グラスを用いて、削る向き、削る範囲、傷に対応した番号といった情報を空間上に表示することで、育成期間の短縮や技術継承の懸念点が無くなると考えられる。

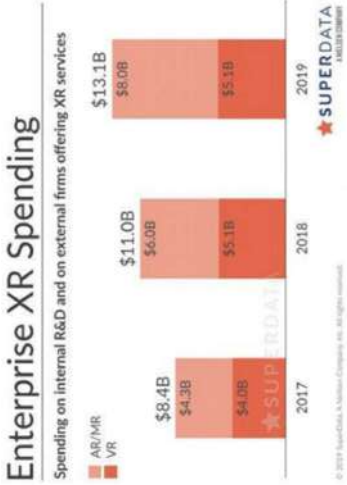
4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

(1)販売ターゲット

日本サカス株式会社に協力してもらい、販売ターゲットを選定する。現在、日本サカス株式会社は水族館のアクリル研磨作業の委託事業を数多く請け負っている。これは、日本サカス株式会社が保有する特許第 6191750 号による水中でのアクリル研磨の技術によるものである。そのため、日本サカス株式会社は全国各地の水族館へアクリル研磨をするためダイバーを派遣している。しかし、近年の人員不足に伴うダイバー不足とダイバー育成のための時間や費用が懸念点となっている。そこで、本事業で提供する AR グラスを用いることにより、ダイバー育成のための時間を短縮し、また現地での作業の高効率化に貢献する。

(2)市場規模・市場動向

アメリカの調査会社「SuperData」は「企業における XR の利用状況の調査」を行い、XR を用いたトレーニングの活用で、約年間 135 億ドル (約 1.5 兆円) が削減可能と発表している。

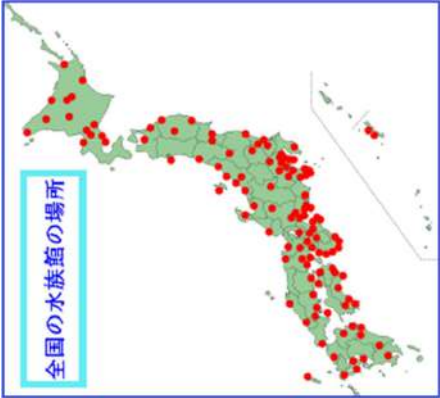


Aggreko は実証実験や検証を進めた結果、AR 技術の導入によるトレーニングコストの削減効果は年間約 50 万ドルにもなった。

このように、トレーニングに AR を用いることでコストを削減している事例も多い。

(3)販売対象エリアの状況及びその裏づけ

日本サカス株式会社は、主に水族館をメインに事業を展開している。そのため市場を全国の水族館とした場合、151ヶ所ほどある。日本サカス株式会社によると、アクリル研磨の為に同じ水族館に年2回、もしくは3回行くことが多いという。そのため、ダイバーの人数が少ない現状では、この広く分布した多数の場所をカバーすることは難しい。そこで、本事業で提供する AR グラスを用いてダイバーの人数を増やし、作業効率を向上させることにより問題の解決が期待できる。また、世界中に水族館は最低でも400ヶ所はあると言われており、その25%以上が日本にあるため、国内の水族館で実績を上げれば将来的に国外への水族館へ事業を展開することも可能である。その場合は単純計算で市場規模が4倍になると考えられる。



マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》

(1) 基本戦略

日本サカス株式会社に対して、熟練ダイバーが新人の育成にリソースを割くことなく、水中研磨作業に従事することができ、作業効率の向上や現在課題となっている人手不足を解消することができる。事業の収入としては、ARシステムのリース契約・サービス契約料金から得る。

(2) 価格戦略

製品のメンテナンスや追加機能実装などにかかる経費獲得のため、最低 1 年以上のリース契約として、ARシステムを 1 台月 19 万円に設定する。

- ・AR システムを月 19 万円とした場合

熟練ダイバーの給与を月 30 万円、3 年間の陸上研修期間で発生する給与は、合計で 1080 万円となる。
新人ダイバー1 人につき、AR システム 1 台を割り当てると、1 人につき契約によって発生する金額は、684 万円となる。

(3) 販売戦略・販促戦略

第一に、導入を検討してもらうため、1 ヶ月間試験的に導入してもらう。これを通して、企業のニーズによりマッチするようにシステムの改良を行う。また、AR による水中研磨作業の PR 映像を作成し、SNS や Youtube での配信を行うとともに、全国の水族館に赴き、積極的にアクリル板の水中研磨の PR を行うことで事業の発信を行う。ビジネスモデルとして 1 年目は助成金や融資で援助していただき、リース契約を結んで本事業を体験してもらい、2 年目から経常利益の増加を目指す。最終的には開発スタッフの増員を行い、日本国内だけではなく海外の水族館もターゲットとし、更なる経常利益の増加を目指す。

5. 類似ビジネスとの相違点(総合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

本事業は同様の機能の製品が他に無い為、他の AR 製品との相違点を考える。例として「スマートフォン」、「Snapdragon XR1 AR Smart Viewer Reference Design」、「Google Glass」を挙げる。

- ・本事業の優位性

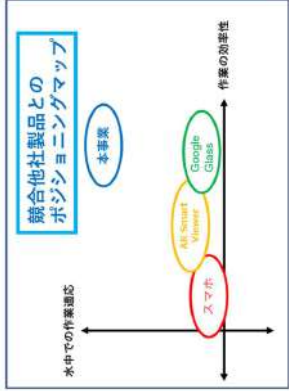
まずは「スマートフォン」について考える。スマートフォンでの AR 利用は致命的な点がある。それは手で持たないといけないという点である。何か作業を行う際に手が塞がるというのは、例えば片手であっても不都合である。仮に、手で持たずスマートフォンの固定具のようなものを、装着しているスーツから伸ばすとしても、その物体は装着者の体より前方に出っ張ることになり、これも作業を行いにくくなる原因になる。それに比べ、本事業の AR グラスは顔に装着するだけで完結するため、作業の妨げにならない。本事業はスマートフォンにある懸念点を克服できる。

次に「Snapdragon XR1 AR Smart Viewer Reference Design」について考える。これはあくまでデバイスと接続する製品であり、スタンドアローンではない。そのためかさばり、作業性が下がると考えられる。本事業は他のデバイスと接続する必要がない点で優位性がある。

最後に「Google Glass」について考える。今回使うのは空間認識機能と情報の表示だけでなくであり、余分な機能はコストが増える原因になる。それに比べ、本事業は機能を絞ることでコストを抑えている。

- ・本事業の弱点

スマートフォンと比べると、本事業は汎用性という面では劣る。しかし、そもそも限られた場面での利用を想定しており、汎用性はむしろ必要が無いと考える。



6. 事業実施上の問題点・リスク

本事業は水中で AR グラスを装着するため、水や圧力に適応する必要がある。そのため、水や圧力に耐性のある AR グラスを用いなければならない。視力の悪い作業員はメガネの上から AR グラスを装着することができないため、コンタクトなどを使用してもらい必要がある。また、水中での作業においてダイバーの潜水技術をサポートする機能ではないため、あらかじめ潜水技術があるダイバーを対象としている。

7. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

本事業代表者である笛は卒業研究にて、AR 技術の活用を行うといったソフトウェアに関する知識と経験がある。現在は AR を用いて社会問題である労働者の負担軽減を目的とした研究を行っているため、このノウハウや経験を活かしてビジネスプランを提案する。また、共同提案者も卒業研究にて知識や技能を持っている。石川はロボコン経験者であり、プログラミングに関する知識や技能を持っている。例を挙げると、カメラで取得した情報を用いて画像認識を行う等がある。岩本は AI や画像処理といったソフトウェアに関する知識と経験がある。また、本研究室では識別装置および識別方法において特許 5105381 号を保有しており、透明の瓶を画像処理で判別できている。本事業での透明な被研磨物への応用も可能である。

8. 事業の社会貢献度(ビジネスの必要性)、実現性や将来の事業家としての抱負

本事業のテーマである AR 技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システムは、少子高齢化問題による労働問題を軽減し、新人の作業生産性を高めることが期待できる。将来はこの AR 機能を用いて熟練者の技をマニュアル化し、次世代に受け継ぎたいと考えている。また、熟練者の指導時間を短縮することで新人の教育の負担軽減が見込まれるとともに、社会に IOT を普及させることでロボットと人間が共存しながら働く社会を構築し労働人口不足問題を解消できると考えている。本事業により、得た資金を基に、AR を用いて作業者の負担軽減に繋がるように便利な機能の開発を行いたいと思う。

9. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 (令和 5 年 4 月期 ～)	第 2 期 (令和 6 年 4 月期 ～)	第 3 期 (令和 7 年 4 月期 ～)
(1) 売上高 計	16,720	22,800	27,360
(2) 売上原価 (仕入金額等)	3,360	840	840
(3) 売上総利益 ((1)-(2))	13,360	21,960	26,520
(4) 販売費及び一般管理費	13,212	13,212	13,212
人件費	11,520	11,520	11,520
販売費	60	60	60
一般管理費	1,632	1,632	1,632
(5) 営業利益 ((3)-(4))	148	8,748	13,308
(6) 営業外損益 (支払利息等)	0	0	1,620
(7) 経常利益 ((5) + (6))	148	8,748	11,688



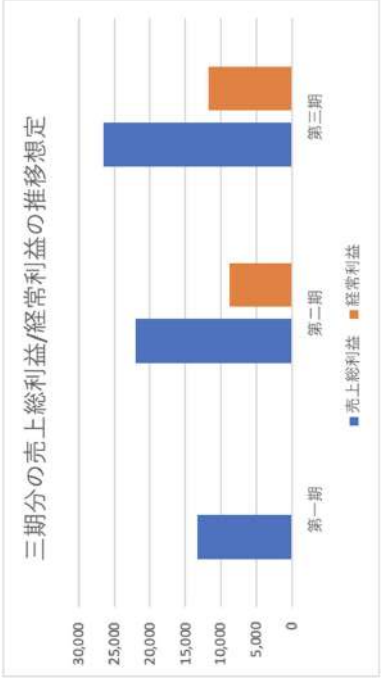
研磨後のアクリル板

研磨前の傷ついたアクリル板



陸上での研磨作業の様子

*1：売上高 計(単位：千円)=売上高/月×12=(190×AR 累計販売台数) × 12。AR は第一期に累計 8 台の売上、第二期に累計 10 台の売上、第三期に累計 12 台の売上を想定。
*2：売上原価(単位：千円)=420×AR の年間販売台数。
*3：人件費=人件費/月(単位：千円)×12=(300×作業員人数+60(福利厚生))×12。作業員人数は、3 人を想定。
*4：販売費は年間の PR 費用を想定。
*5：一般管理費(単位：千円)=720(設備投資)+600(地代家賃)+312(管理費)。管理費=60(水道光熱費)+60(車両経費)+72(通信費)+60(交際費)+60(雑費)。
*6：営業外損益=1,500(融資原価) × (年利 2%) × 3。



10.資金計画

(単位：千円)

必要資金	金額	用途	資金調達方法	金額
設備資金	月 60 月 100	設備投資	自己資金	300
運転資金	月 2,400 月 60 月 5 月 76	給料手当 福利厚生 PR 費 一般管理費*1	金融機関借入*2	1,500
			親族等からの借入	0
			クラウドファンディング	0
			その他(助成金)*3	5,000
計	月 2,701		計	6,800

*1：地代家賃、水道光熱費、車両経費、通信費、交際費、雑費
*2：本事業で想定している融資金には以下のようなものが挙げられる
・新創業融資制度
https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_shinsogyo_m.html
*3：本事業で想定している助成金には以下のようなものが挙げられる。
・三菱 UFJ 技術育成財団：研究開発助成金
<http://www.mutech.or.jp/subsidy/index.html>

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	代表者名
九州大学大学院経済学部産業マネジメント専攻 1 年	鬼崎 美緒
共同提案者名	青谷 風紗 河野 高宏 前原 可林 吉田 旭
事 業 名	「Share Pick!」シェアリングエコノミーサービスの総合プラットフォーム事業
キャッチフレーズ	忙しいビジネスパーソンを、シェアエコサービスの達人に！

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

「Share Pick!」は、メインターゲットを忙しいビジネスパーソンとし、無料版と月額 360 円の有料版の二段階設定で、スマートフォンで使いやすいシェアエコサービスの総合サイト&アプリを提供します。また認知向上などに悩む事業者のために、顧客情報分析を踏まえたコンサルタント事業も展開します。ビジネスは「シェアをもっと、スマートに」

2. ビジネスプランの具体的内容

【テーマ】

日本国内のシェアリングエコノミー（以下、シェアエコとする）ビジネスの成長を今まで以上に加速させることを目的に、忙しいビジネスパーソン（特に共働き世帯）をメインターゲットとした、シェアエコサービスの総合サイト・アプリを開発し、ユーザーとサービス事業者の両方を支援する。

【着眼点・構想のきっかけ】

モノや場所、スキルや時間を、人とシェアすることは、私たちの生活にとってあたりまえになってきた。時代や人々の意識は「所有から共有」へと急速に移行し、シェアエコ産業は、2030 年までに現在の約 2 兆円から約 14 兆円規模まで、成長が見込まれている。Uber やメルカリをはじめとするサービス事業者は、それぞれの問題意識やアイデアから多彩なサービスを提供しており、これからも増えていくことが予想される。しかし私たちは、「現在約 400 以上存在し、今もなお増え続けている、国内のシェアエコサービスがどれだけのユーザーに認知され、活用されているのか？」と疑問に感じた。その疑問から、無数にあるサービスが、もっとユーザーにとって使いやすく一覧化された総合サイト・アプリを立ち上げたいと思い、「Share Pick!」の構想に至った。

【サービスの内容】

以下の 2 つを「Share Pick!」事業の軸とする。

① シェアエコサービスの総合サイト&アプリの企画・運営

→現状乱立している個々のシェアエコサービスを容易に検索・比較・利用を促進するためのプラットフォームを創生する。無料版および月額 360 円の有料版の二段階設定のフリーミアムサービスとして運営する。節約・時短・効率化を、日々意識しているビジネスパーソン（特に共働き世帯）をターゲットに、この世代からシェアエコサービスの一層の有効活用を促す。収益の柱は、有料会員からの月額利用料金収入および登録事業者からの登録料収入、広告表示による広告料収入とする。

② 利用者の傾向分析・サービス利用促進・認知度向上を主に担うコンサルティング事業

→①を通して蓄積したプラットフォーム上での利用者傾向・属性などの蓄積・分析を通し、プラットフォーム登録事業者へ向けたサービス認知向上のための最適手法の提案・デジタルマーケティング運用代行を行う。自治体との連携も進め、災害時のサービスの共有・交通空白地でのライドシェア活用など、各自治体が抱える問題の解決（シェアエコサービスを利用した地域創生コンサルティング）も実施予定。

解決したいペイン、提供する価値、サービス内容は以下の通りである。

提供する価値	自分のニーズやライフスタイルにフィットしたシェアエコサービスを能動的に選びとれる仕組み
サービス内容	①最新のシェアエコサービスの内容・価格を 見やすい形で一覧化し、検索できるようにする ②ユーザーの口コミ機能を実装して、 生の声を拾えるようにする ③現状利用しているシェアエコサービスをアプリ上で まとめて管理できるようにする (例) タクシー配車：GO フードデリバリー：Uber Eats 家事代行：タスカジ ④『Share Pick!』有料会員限定で決済代行 をできるようにする

ユーザー
サービスの内容や
価格を比較し辛い！



提供する価値	使ったことがないシェアエコサービスとの 新しい出会いと言ひ
サービス内容	①『Share Pick!』有料会員限定で、 シェアエコサービスの1ヶ月間トライアル体験を提供 ※対象：サブスクリプション型シェアエコサービス ※対象：初回のみ利用可能。4ヶ月目以降は解約の申し出がない限り 自動継続とする。対象ユーザーの毎月解約リスク回避のために、 対象ユーザーは年間契約書のみにもすることも検討する。 ②『Share Pick!』有料会員限定で、 毎月発行型の割引クーポンを提供 ※対象：ワンショット利用型シェアエコサービス ※対象：割引金額は、「Share Pick!」の利用期間に応じて変動。 基本方針 『Share Pick!』の独自基準で本当に使い勝手の良い サービスをリCOMMENDする（フィルタリング機能）

ユーザー
新しいサービスが
把握できない！



&

事業者
サービスを知って
もらおうが大変！



【事業の将来ビジョン】

「シェアをもっと、スマートに」をメインビジョンとして掲げ、シェアエコビジネスの発展を目的に、以下の将来ビジョンを掲げスピード感を持って創業する。

＜フェーズ① 2022 年度（創業初年度） 新規登録者数をまず伸ばす！＞

創業初年度である 2022 年度の第 1 四半期までに Web 版・アプリ版をリリースする。この際、現在提供されているシェアエコサービスの中でも、比較的用户が多く、忙しいビジネスパーソンにとって需要の見込まれるカテゴリーの 3 つからまずは複数アプリの横断システムを構築する。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ
- メインターゲット：忙しい共働き世帯（30～40代の夫婦）
- ※約1,240万世帯（出典：総務省統計局「労働力調査特別調査」、総務省統計局「労働力調査（詳細集計）2020年」）の潜在顧客がいとと考えられる。これから一層共働きがスタンダードになっていくと予想される。選定理由：節約思考が強い、時短や効率化の需要が高い、新サービスへのトライアル意識が強い
- 提供する商品、サービスの内容はターゲットのニーズにマッチしているのか？

潜在ニーズ：より豊かで自分にあった暮らしをしたい！
→パーソナル情報から最適なサービスをリコメンド、ライフスタイル提案を行う。

潜在ニーズ：費用を抑えながら製品やサービス利用・体験したい！
→最安値検索、いくら得したか・どのくらいSDGsに貢献したかが分かる。

●予想される市場規模・動向：類似サイトはあるが、有力な総合サイトは存在しない
モノ・移動・スペース分野においては個別の比較サイト・メタサーチサイトが登場してきているが、総合サイトは登場していないため、当社が事業開発すれば、シェア100%を見込むことが可能である。なお本事業の成長性はシェアエコビジネス自体の成長性に比例すると考えられる。サービス事業者としてもプラットフォーム上で、少ない広告費で利用者にリーチすることが可能となる。

5. マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》
- 【基本戦略】
(ゴール)新規登録者を増やし、全体の95%程度を無料会員、残り5%程度を有料会員にする。
(ターゲット)忙しい共働き世帯（30～40代の夫婦）
(戦略)まずは無料会員で利便性を感じて貰い、そこから有料会員化することを目指す。

【無料会員】機能を制限するものの、サービス内容や料金比較・アプリの一括管理など利便性を高める。
【有料会員】新規サービスを試したい「アーリーアダプター」に対して、特にサブスクリプションサービスを中心とした1ヶ月間の「トライアル体験」を提供。また節約思考が強いユーザーが多いと見越し、利用期間の長さに応じた月単位発行の割引クーポンを付与するなど、付加価値を提供し解約リスクを軽減する。

【価格戦略】
サービス提供については、無料会員と、月額360円の有料会員の二段階設計とする。
それぞれの利用可能なサービスについては以下図の通り。

提供内容	無料会員	有料会員（360円想定）
検索機能	○	○
ガイド（使い方ナビ）機能	○	○
お気に入り機能	○	○
口コミ投稿	○	○
口コミ閲覧	△（途中まで）	○
いいね！数閲覧	△（途中まで）	○
集約可能なシェアエコアプリ登録数	4個まで	上限なし
決済代行機能	×	○
ポップアップ通知表示のコントロール	×	○
リコメンド機能	×	○
ポイント&クーポン（割引特典）	×	○
キャンペーン提供	×	○
家計簿（使用頻度・金額把握）	×	○

1. タクシー配車サービス(ビジネスパーソンの足)
→タクシーの主要守備範囲がエリアで分かれているため、複数アプリ横断の需要がある。
2. フードデリバリーサービス（ビジネスパーソンの食）
→アプリに応じて登録店舗が異なるため、選択肢を増やす上で、複数アプリ横断の需要がある。
3. ワークスペースシェアサービス（ビジネスパーソンの仕事場）
→アプリに応じてカバリエリアや登録しているスペースが異なるため、複数アプリ横断の需要がある。

「Share Pick!」への事業者登録を見込むのは、利用促進に悩む業界2位以下の事業者を想定。
登録事業者に対しては月間または年間の登録料収入を得る。詳細の提供イメージは、[12.別紙](#)を参照。

「Share Pick!」自体のWeb&アプリの認知度向上がキーになるが、シェアリングエコノミー協会および、親和性の高い自治体との連携を図ることで、登録促進を目指す。検索・比較などの最低限の機能を提供する無料会員と、決済代行や広告表示なし、複数台のデバイス登録可、特定のシェアエコサービスの無料体験などのメリットをさらに持たせた月額360円の有料会員の二段階設定で運営予定。創業初年度中に新規ユーザー登録者50万人以上を達成する。（無料会員47.5万人、有料会員2.5万人を目標とする*）

* 基本のサービスを無料でユーザーに提供し、一方で有料プランを設け課金ユーザーがいればビジネスが成り立つことから、この内訳とする。

＜フエーズ② 2023～2026年度 サービスの拡充を目指す！＞

段階的にカテゴリーを増やし、シェアエコサービスの「総合デパート化」を目指す。また事業のもう一つの軸であるコンサルタント事業の基盤を作ることを目指す。コンサルタント事業については、顧客ニーズの分析をもとに、登録促進を目的としたプロモーション案の提案（期間限定キャンペーンの設計など）を積極的に、「Share Pick!」経由でのサービス利用者増が見込まれた場合に、成果報酬型のマージンを得る。2026年度までに「Share Pick!」ユーザー登録者数250万人以上（無料会員237.5万人、有料会員12.5万人を目標とする*）、サービス提供事業者登録数200社以上を達成する。

＜フエーズ③ 2027～2029年度 シェアエコといえは「Share Pick!」を確立する！＞

社員のシェアエコサービス積極活用によるSDGsへの貢献などをフックに、法人一括契約サービスの提供を開始する。法人一括契約の登録者数目標は、100社とする。なお2030年までに「Share Pick!」ユーザー登録者数400万人以上（無料会員380万人、有料会員20万人を目標とする*）、サービス提供事業者登録数300社以上を達成する。

3. ビジネスプランの新規性、利便性、独創性、特徴
【新規性・利便性・独創性】

- ＜シェアエコビジネスの問題点＞
- ① ユーザーがサービス間の違いや料金体系の比較をづらい。
 - ② ユーザーが新規サービスを認知しにくい。
 - ③ 事業者がサービスを認知してもらいにくい。
 - ④ 需要によってジャンル別の売上規模に大きな差が生まれてしまっている。

このように、シェアエコビジネスの急速な伸びにより、ユーザー・事業者側両者にとって不都合が生じている。本事業はプラットフォーム事業・コンサルティング事業の両事業を通して、これら両者の抱える課題を解決し、ユーザー視点・事業者視点で改善していくことができる点に、新規性・利便性・独創性があると考ええる。

なお、「サブスクリプションサービスにかかる 1 ヶ月あたりの合計費用」は、平均すると 2,328 円。「1,000 円以上～3,000 円未満」が最も多く 46.5%である。利便性の高い総合サイトを提供することによって、結果的に共働き世帯の家計負担を助けることになるため、十分成約が見込めると考える。

【販促戦略】

「Share Pick!」の成功のキーとなるのは、まずはこのサービス自体の認知度を上げることにあると考える。サービス立ち上げ期には、ある程度有効性のある主要メディアへの広告投下は必要だと思われるので、資金調達が懸念事項。また以下のような販促戦略も視野に入りたい。

- ・家計簿アプリなど、節約や家計管理などに親和性の高いアプリにバナー広告を出す。
- ・イオンなどの大型スーパーなどで登録誘引をする小型イベントを開催する。
- ・自治体・金融機関などの会報・広報誌へ広告を掲載する。

6. 類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

- シェアエコサービスのサイト

市場の成熟度が高い移動分野（カーシェアなど）やスペース分野（民泊など）は、分野ごとの比較サイトが登場している。カーシェアは、マップ上にカーシェアスポットが表示される形式で、現在地や利用したい日時を決め、最安値を表示することが可能である。また民泊サービスについては OTA などと併せて既存・新興のメタサーチサイトに掲載される。一方で、シェアエコサービス全体については、ブログやポータル形式のサイトは存在するが、あくまでサービス自体の紹介や比較に終始しており、購買可能な単位での比較が可能なサイトは存在しない。

- サービス競合状況、
 比較サイト事業>
 - ・ブログ「シェアエコ主義」（加藤こういち氏）<https://www.sharing-economy-pro.com/?p=1937>
→個人のまとめや Wiki に近い立ち位置である
 - ・「シェアリングナビ」<https://sharingnavi.com/sharing/0000000006103/>
→基本的には、オフィシャルサイトに飛ばすだけである
 - ・「earth car」カーシェア専門のメタサーチサイト <https://carshare.earth-car.com/>
→特定カテゴリに特化したサーチエンジン

＜コンサルディング事業＞

- ・「シェアリングエコノミー協会」<https://sharing-economy.jp/ja/guide/share/>

● 自社サービスの優位性

サービス内だけでなくサービス間、サービスの中で提供されている商品間の情報比較がしやすい。どのサービスについてもポータルサイト内で利用までスムーズに進める。

7. 事業実施上の問題点・リスク

- マーケティング上のリスク

参入障壁が低く他社や大手資本による追従リスクがありスピード感が求められる。また、本サービスは SEO 対策が必要であるが、検索エンジン側のロジック変更により競争優位性が削がれる可能性がある。これについてはユーザーが本サービスをポータル（窓口）として利用することを常態化することにより Web 検索に寄らない仕組みを構築する。

- 法的リスク

本サービスはサービス事業者の情報収集において、API の提供がない場合はスクレイピング（クローラー）による情報収集を行う。その際過度なアクセスが、偽計業務妨害等の違法行為に該当してしまう可能性がある。

事業者側のサーバー処理能力に応じたアクセスを計画することにより、本リスクの回避を図る。また、シェアエコビジネスは、対人トラブルに発展するリスクが伴う。これに対して保険やスコアリングの仕組みを構築、スタートアップに対しても、シェアリングエコノミー協会と協同して保険等の仕組みを提供する。

- その他のリスク

シェアエコサービスの中には単純な物売りではないものも存在する上に、SLA（Service Level Agreement）やサービス提供条件などが異なる。これらの比較検討方式についてはユーザーの比較ポイントなどを整理し、ユーザーリティを担保する仕組みが必要となる。またシェアエコサービス自体が地域間格差のあるサービスであるため、需要の濃淡があることが予想される。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

シェアエコサービスについては、主にサービス提供者ではなく、受け手側の利用経験がある。また企業のプロモーション担当者として、広告宣伝費の費用対効果への悩みを理解でき、戦略上の知見がある。

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負
【社会貢献度】

- かゆいところに手が届くサービスである
「Share Pick!」は現在のシェアエコ市場が抱える「わかりづらさ」「比較検討のしづらさ」といったような問題を解決し市場全体を包括して活性化する事業である。
- 地域への貢献度が高いサービスである
地域コンサルディング事業を通して、自治体等と密接に連携し、地域が抱える諸問題を解決していく方法を考案することで、過疎化が進む地域の活性化にも貢献できる。また事業者が手軽に登録できるプラットフォームを提供することで、シェアエコサービス自体の提供が少ない地方都市でのサービスの拡充を支援できる。

【実現可能性】

- シェアエコ業界自体に将来性がある
シェアエコ市場自体が成長産業であり、本事業は提携する事業者から月額または年額で手数料収入を得るシステムになっているため、事業収入の増大の余地がある。
- 本サイトが提供する価値と同じものを提供している事業者がいない
【将来の事業家としての抱負】

シェアエコビジネスを利用するユーザーとして、もっと様々なサービスを活用したいと思いつながら賢く活用できていないというジレンマを感じてきた。「Share Pick!」事業を通し、これからの消費やサービス利用が日常生活の中であたりまえになる社会を確立するために貢献したい。

10. 売上・利益計画（単位：千円）

	第 1 期	第 2 期	第 3 期
	(2023年4月期)	(2024年4月期)	(2025年4月期)
(1) 売上高 計	30,250	111,348	151,778
(2) 売上原価（仕入金額等）			
(3) 売上総利益（(1)－(2)）	30,250	111,348	151,778
(4) 販売費及び一般管理費	55,052	55,052	55,052
	15,000	15,000	15,000
	15,600	15,600	15,600
	24,452	24,452	24,452
(5) 営業利益（(3)－(4)）	-24,802	56,296	96,726
(6) 営業外損益（支払利息等）			
(7) 経常利益（(5)＋(6)）	-24,802	56,296	96,726

(4) 販売費及び一般管理費内訳 (単位: 千円)

内訳	科目詳細	数	単価	月額	年額
人件費	給料手当	5	250	1,250	15,000
販売費	SEO 対策	2	150	300	3,600
販売費	会費	1	100	100	1,200
販売費	YouTube	2	100	200	2,400
販売費	LINE	1	400	400	4,800
販売費	Facebook	1	300	300	3,600
一般管理費	開発費	3	6,000	18,000	18,000
一般管理費	アプリ維持費	1	150	150	1,800
一般管理費	会議費	1	50	50	600
一般管理費	通信費	1	10	10	120
一般管理費	消耗品費	1	8	8	96
一般管理費	支払手数料	1	3	3	36
一般管理費	家賃	1	150	150	1,800
一般管理費	有形固定資産 (PC)	5	300	1,500	1,500
一般管理費	ソフトウェア	5	100	500	500

11. 資金計画 (単位: 千円)

必要資金	金額	使 途	資金調達方法	金 額
設備資金	19,800	・ アプリ開発等	自己資金	8,252
			金融機関借入	30,000
運転資金	35,252	・ 広告宣伝費 ・ 事務所費等	親族等からの借入	0
			クラウドファンディング	15,000
			その他	0
計	53,252		計	53,252

12. 別 紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

< [Share Pick!] サイトツップイメージ>

The screenshot displays the Share Pick! app interface. At the top, there's a search bar and a 'MY PAGE' button. Below, there are several promotional banners and sections:

- シェアエコがめくくる**: A banner for a sharing economy platform.
- 人気のカテゴリ**: A section for popular categories like 'Share Pick! ニュース'.
- Recommended for you!**: A section recommending 'LOCOTABI KITCHEN WAVE' and 'Makuake'.
- 有料会員限定キャンペーン!**: A banner for a paid member campaign.
- シェアエコがめくくる**: Another banner for the sharing economy platform.

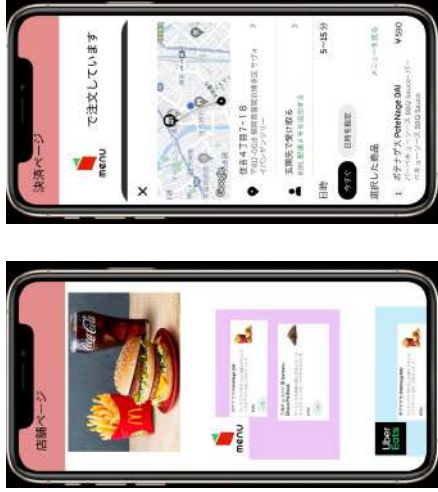
<ワークスペースシェアアプリイメージ>



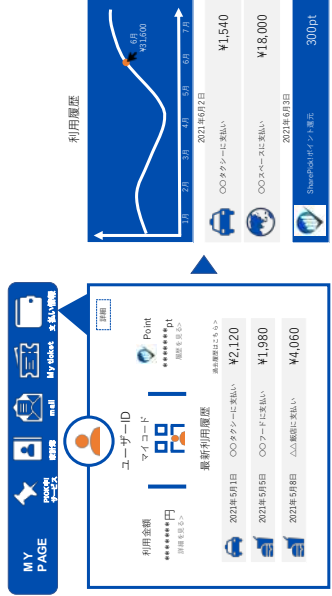
<タクシー配車アプリイメージ>



<フードデリバリーアプリイメージ>



<利用履歴確認ページイメージ>



第21回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学 校 名	北九州工業高等専門学校	代表者名	岡部唯人
共同提案者名	渡邊陽向		
事 業 名	病院内での歩行案内支援ロボット		
キャッチフレーズ	あなたの歩行をステップアップ		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。
 - ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
 - ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
 - ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

2020年の新型コロナウイルスの流行による医療従事者の人材不足、休職や離職は大きな問題となっている。その改善策として医療現場のロボットの導入を考えた。ロボットが可能な作業といった観点から「**病院内での移動**」に着目し、案内、サポートを行うビジネスである。私達は、ロボットの導入や開発、メンテナンスでこの事業での役割を担う。利益は、ロボット代＋メンテナンス費を月単位で頂き、追加機能をおプション代として頂く。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

(1) 商品・サービスの内容、着眼点

医療の現場では、医師不足・看護師不足・病床不足・物品不足など多くの解決すべき問題がたびたび話題となる。特に看護職員については、厚生労働省の看護職員需給分科会によると2025年には最小で6、1万人、最大で27、3万人不足すると推計されている。更に2020年の新型コロナウイルスの流行により感染した患者との接触もある医療従事者にとって過酷な状態が続いている。

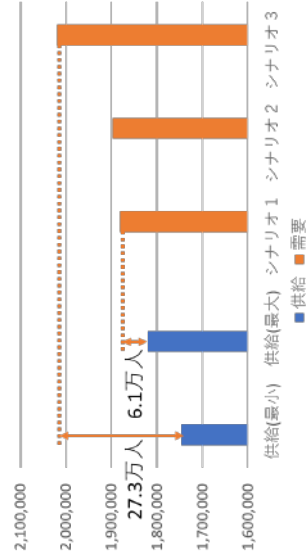


図1 2025年における医療従事者の需給推計

ところで、令和元年度体力・運動能力調査によると、週1日以上運動・スポーツを実施している群は、週1日未満の群に比べ、毎日の生活が「充実している」と回答している者の割合が男女ともにすべての年代において、5ポイント以上上回っており、日常の運動習慣と生活の充実度が密接に関連していることがうかがわれる。

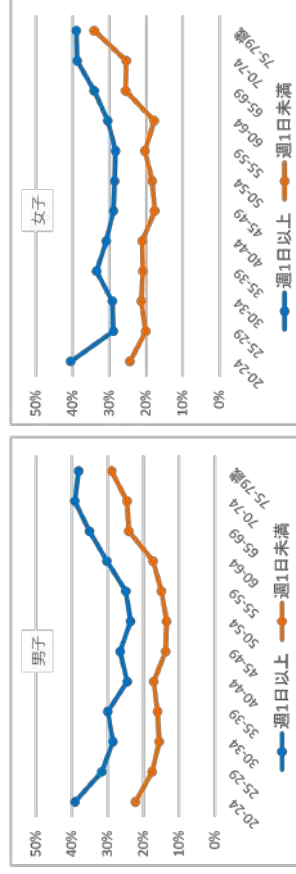


図2 運動・スポーツ実施状況別 毎日の生活が「充実している」と答えた人の割合

また、特に高齢者について、日常生活の基本となる歩行について着目すると、男女とも生活の充実度に関して「充実している」、「まあ充実している」と答えた人は、6分間歩行の距離が長くなるという結果が得られている。高齢者の運動習慣、歩行能力及び生活の充実度には関連性があるといえるだろう。

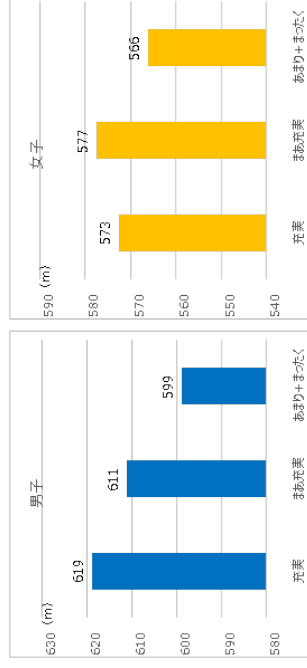


図3「生活の充実度」別 6 分間歩行距離

そこで、これらの状況を考慮し、患者の「**病院内での歩行を補助**」するロボットを提案する。ロボットが患者の歩行を補助することにより、看護師の案内業務の削減につながる。さらに患者の状態をモニタリングすることで、患者の経過観察やリハビリ活用することができると思われる。

(2) 事業概要

本事業では、開発したロボットにより医療施設内での患者の移動を補助するサービスを提供する。



図4 □ボットの外觀

ロボットは次の二つの機能を有する。

- ・指定した地点まで案内する機能
地点の指定を事前に設定された地点群の中から選択することで行い、目的地まで先導する。
- ・患者と並走する機能
高齢者や足に怪我を負った人に「動く手すり」として利用してもらうことで歩行を支援する。



図 5 指定した地点まで先導する様子



図 6 患者と並走する様子

(3) 事業化計画

まず医療従事者が新型コロナウイルスの感染への危機意識を持つ間に医療施設へ試験導入し、本製品の特徴である看護師の案内業務を削減と密接を防ぐことによる感染の防止の効果を体験してもらう。同時に、試験の様子を Youtube や SNS を使い、広報することで製品に関心を集める。次に、試験導入で得られたフィードバックをもとに製品の改良を行う。これを第 1 期中に繰り返す。そして、販売を開始し、試験導入を行った医療施設から順次拡大する。3 年目以降は、予算を考えながら新聞やテレビを用いて、幅広い世代の関心を集める。

	第 1 期 ～2021 年度	第 2 期 2022 年度～2024 年度	第 3 期 2025 年度～
試験導入	↑		
改良	↑	↑	↑
広報	↑	↑	↑
販売		↑	↑

図 7 事業化計画

(4) 事業の将来ビジョン

まずは国内の医療施設への導入・普及を目指す。将来的には、施設内だけではなく外での案内ロボットや支援ロボットとしての活躍、本製品の並走の機能が必要とする高齢者が比較的多い先進諸国の医療施設への納品を目指す。※詳しい図などは 5 の(3)に掲載

(5) 他企業と連携状況など

現在、Reif 株式会社と共同で開発を行っており、ハードウェアを Reif 株式会社、ソフトウェアを北九州高専といった役割で開発を行っている。ロボットの改造に関しては、Reif 株式会社に依頼し、追加の機能や検証は北九州高専が行うといった連携をとっている。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

(1) 新規性・特徴

今までは、人の後ろに追尾する追尾走行を行っているロボットや先導し案内するロボットを見かけますが、本製品は先導して案内するだけでなく、人の**傍を並走**することにより歩行を補助する点に新規性がある。また、患者の歩行状態をモニタリングすることで患者の経過観察やリハビリへの活用も期待でき

(2) 便利性

看護師の案内業務を削減し、また、密接や非接触を防ぐことにより新型コロナウイルス感染の防止を図ることができる。患者はグリップを握るだけで身体を支えることができ、器具を装着する必要がない。消毒箇所もグリップ部分のみでよくなるので負担軽減につながる。

(3) 独創性

歩行補助ロボットとして装着型のものがあるが、装着する手間があった。本商品では握るだけで使用することができ、手すりと同様に使える直感的な操作感を持つ。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

(1) 販売ターゲット(顧客)

主に病院や介護施設といった医療現場を想定している。現在、医療現場において、労働、人材不足が進んでおり、2020 年の新型コロナウイルスの流行により更に深刻な問題となった。また、新しい日常として非接触な生活が定着しつつある。施設で毎日行われる検温や今まであまり普及していなかった QR コードも現在普及が加速している。そこで医療現場において非接触で使われるロボットの導入を行おうと考えた。

(2) 予想される市場規模や市場動向

本事業の最初のターゲットである「医療」「介護・福祉」に関して NEDO のロボット産業関連のレポートにある分類項目を以下に示す。この分類の中で本事業は、介護福祉分野に着目し事業を進めていく。

大分類	中分類	小分類	概要
サービス分野	医療	手術支援	内視鏡手術、放射線治療等の手術を支援するロボット
		調剤支援	注射剤払出、調剤等の薬剤関連業務を支援するロボット
	介護福祉	自立支援	歩行支援、リハビリ支援等の自立支援ロボット
		介護・介助支援	要介護者への介護サービスを提供、自動化、軽労化するロボット

図 8 分類項目(出所:NEDO のロボット産業関連のレポート)

また、同じく NEDO の市場予測では、日本国の抱えている少子高齢化社会の進行により、医療、介護分野におけるニーズは年々増加傾向にあり 2035 年には、約 5000 億円になるとされている。2018 年の市場規模は、300 億円から 17 倍という急成長をとげ、市場規模は今後も拡大の余地がある。その中で、本事業がターゲットにしている介護福祉分野は、より市場規模の拡大が期待される。

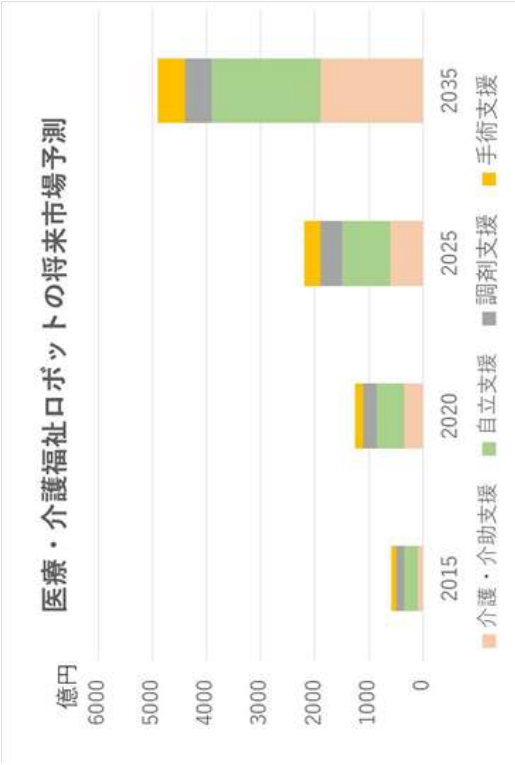


図9 医療・介護福祉ロボットの将来市場予測(出所:NEDOの市場予測)

5. マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》

(1)基本戦略

販売ターゲットである病院や介護施設といった医療現場に対しては、人員不足を軽減でき、医療従事者が他の作業に時間を割くことができ、作業効率の向上が図れる。最低1年のリース契約を基本方針とする。事業の収益は、ロボットの導入費や販売料金+メンテナンス費(月2回)、オプションの追加から得る。

(2)価格戦略(販売価格、価格設定方針)

1年以上のリース契約として、ロボットをメンテナンス代も加え1台月60万円に設定する。また、作業内容に応じた追加のオプションに関しては、一件につき30万円からと設定し、内容に応じてその都度変更するものとする。

- ・ロボットを月60万にした場合

ロボットは、365日稼働可能(1日4時間を充電に用いても1日20時間稼働できる)
1か月で20時間×30日=600時間稼働できる
時給換算すると60万÷600時間=1000円
ロボット1台を時給換算すると1000円であり、人件費といったコストを大幅に削減できる。

(3)販売戦略・販促戦略

第1に、導入を検討してらえるような医療現場に試験的な導入をしてもらう。(今年度実証実験を行う予定)また、これらのデモ等を活用したPR映像の作成を行いSNSやYouTubeなどでの配信を行う。また、事業の初期段階としてはロボット管理、メンテナンスなどを自社で行い、事業の拡大とともに代理店を設け積極的にビジネスマッチングなどに参加することで事業の発信を図る。ビジネスモデルとして1年目は助成金やクラウドファンディングで援助していただき、各医療施設とリース契約を結んで本事業を体験してもらい、2年目から経常利益の増加を目指す。また、将来的な最終目標として施設内だけではなく、高齢者や外国人を主なターゲットとした外での案内ロボットや支援ロボットとしての活躍を目指す。

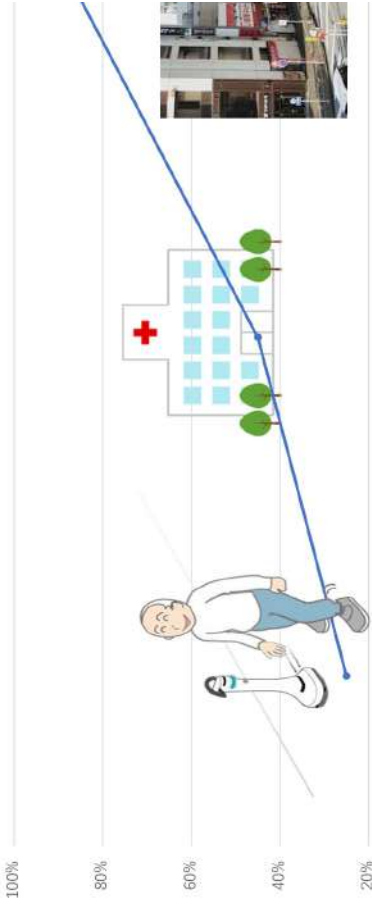


図10 将来図

6. 類似ビジネスとの相違点(総合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

ロボットの歩行支援における総合製品としては株式会社FUJIのHug T1等が挙げられるが、ロボットが患者の横に立ち、**並走**しながら杖替わりとして支援するロボットは存在しない。また、一つの機能(起床支援、移動支援)に特化している競合他社は多くあるが、案内、サポート支援といった多様性での差別化を図る。

弱点として、現在は右利き専用の機能である点が挙げられる。そこで、センサの追加や持ち手のグリップを増やす、人物認識するカメラの追加をすることで左利きの方にも対応する。

アシスト機能



図11 ポジショニングマップ

7. 事業実施上の問題点・リスク

問題点として3点挙げられる。

- ・「使い勝手」：医療現場において職員が使いこなせるか不安という点である。ロボットは、新しい機械のため、使い方を学ばないと故障、危険性が伴うので誰でも簡単につかえるようにマニュアルを使うかトレーニングを行う必要がある。
- ・「社会的イメーজ」：やはり医療現場において医療従事者がロボットに代わってほしくないという考えが多いことである。実際に、今年の7月にロボット産業マッチングフェア北九州でのロボットの展示の際、医療従事者にロボットと人の共存は危険ではないかと指摘を受けた。この問題には、「ロボット新戦略」にも「介護をする際に介護ロボットを利用したいとの意向(59.8%を80%に引き上

げ)」「介護を受ける際に介護ロボットを利用してほしいとの意向(65.1%)を80%に引き上げ」と、克服すべき目標として掲げられている。

・リスクとしては、やはり**ロボットと人の共存**に危険性が伴う事である。人がいる空間内で自動走行したり、人のすぐそばを並走したりすることから、常にと人の衝突の危険性を持つ。特に対象が病院内であることから、とっさに動ける人は少なく、人による回避行動は期待できない。そのため、ロボットが回避する距離は大きくとらなければならない。また、ロボットの動作は知識のない人から見ると予測不可能であり、自動車のウインカーのように進行方向を示すなどの工夫が必要である。そこで、緊急時に停止する緊急停止ボタンを搭載している。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

本事業代表者である岡部は卒業研究にて、AGVの自律走行やZED2カメラによるオブジェクト検出を行うといったソフトウェアとハードウェアに関しての知識と経験がある。
共同提案者の渡邊は、以前所属していた高専ロボコンでプログラムと回路に関する多くの知識、経験を有しており、本事業におけるプログラム開発の担当をしている。
また、本研究室では、リーフ株式会社と共同研究を行っており、球体駆動モジュールを使用した自走台車、特許第5908189号を活用している。

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

本事業のテーマである「病院内での歩行案内支援ロボット」は医師不足・看護師不足・病床不足・物品不足、新型コロナウイルス流行といった様々な問題から実際に感染症患者との接触もある医療従事者にとつて精神的・肉体的どちらにも過酷な状態が続いた問題を軽減し、医療従事者の作業生産性を高めることが期待できる。将来的には、より現実化が困難で外での困った高齢者や外国人への案内や歩行支援、子供、高齢者、障害者といった多くの人が利用するスーパードといった様々な現場での活躍を目指す。本事業により、寄付や利益を用いて、更なるシステムも開発も考えていく。そして、現在苦しんでいる多くの医療従事者の負担を軽減させたい。

10. 売上・利益計画（単位：千円）

	第1期 (2024年3月期) (600×12か月×5台) (2,000×5台)	第2期 (2025年3月期) (600×12か月×20台) (2,000×15台)	第3期 (2026年3月期) (600×12か月×50台) (2,000×30台)
(1) 売上高 計	36,000	144,000	360,000
(2) 売上原価 (仕入金額等)	10,000	30,000	60,000
(3) 売上総利益 (1)-(2)	26,000	114,000	300,000
(4) 販売費及び一般管理費	25,000	98,000	184,000
人件費	24,000	96,000	180,000
一般管理費	1,000	2,000	4,000
(5) 営業利益 (3)-(4)	1,000	18,000	116,000
(6) 営業外損益 (支払利息等)	1,500 (300×5台)	6,000 (300×20台)	15,000 (300×50台)
(7) 経常利益 (5)+(6)	2,500	24,000	131,000

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。

11. 資金計画（単位：千円）

必要資金	金額	使 途	資金調達方法	金額
設備資金	3,000	・施設 ・パソコン ・事務用品 ・機械	自己資金	500
運転資金	2,000	・人件費 ・部品 ・広告	金融機関借入	300
計	5,000		親族等からの借入	100
			クラウドファンディング	2,000
			その他	
計				2,900

添付資料（カタログ・写真・記事）等

12.別 紙

独立行政法人 国立高等専門学校機構 北九州工業高等専門学校

病院内での歩行案内支援ロボット

AGV技術を応用した歩行案内支援ロボット

目的

2020年、新型コロナウイルスの流行により、世界中の医療現場の人材不足が加速した。その改善策として医療現場へロボットを導入し、ロボットが医療現場の作業を支援することによって業務時間削減に繋がるのではないかと考えた。そこで、ロボットが代替可能な作業といった観点から「病院内での移動」に着目した。AGV技術と画像処理技術が確立できている今、この技術を活用することで、人からロボットへの代替が可能だと考えている。そこで本研究では、画像処理を用いて対象者を認識し、認識した対象者に応じた並行走行の研究開発を目的とする。

概要

ソフトウェア
・画像認識：ZED2カメラ
ハードウェア
・ロボット制御



要業技術を医療現場へ展開
・患者の歩行支援
・ルート案内
・医療従事者の負担軽減



機能

・ZED2カメラとROSを用いた人の認識
・認識した人と、一定の距離を保ちながら走行

展望

・介護施設や病院への実証実験
・利用者に合わせた目的地までのルート案内

リーフ株式会社
〒807-0805 北九州小倉区三軒2丁目8番1号
TEL: 093-922-1138 FAX: 093-922-1141
https://leaf-corp.com/

国立高等専門学校機構
北九州工業高等専門学校
〒808-0805 北九州小倉南区土井本下1丁目8番1号
TEL FAX: 093-206-7250
https://www.kitaiku.ac.jp/~kitaiku/

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	宮崎公立大学	代表者名	森山 陸
共同提案者名	渡部 竜弘		
事 業 名	ALLHOME		
キャッチフレーズ	全ての子どもに、優しいホームを		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

児童養護施設の職員の 3 年以内の離職率が 49%という問題を、ALL HOME という一つのビジョン特化型の求人プラットフォームで複数の児童養護施設を比較できるようにすることで解決する。それぞれの児童養護施設のビジョンに共感できる就職者を採用するサポートをし、結果的に施設で暮らす児童が過ごしやすい環境を作ることにつなげる。各児童養護施設法人からの求人掲載料と採用コンサルの 2 本柱で収益化をしていく。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

- ・テーマ/商品・サービスの内容：児童養護施設への就職者に、その施設の求める思いや共感を伝えることができ、求人サイトの運営。
- ・着眼点：児童養護施設に過ごす中で、好きだった職員がやめるというのの多く見てきた。また、求人を見つけることで、自分に合った就職先を選べる。
- ・事業化計画：現在すでに法人登記と HP は登記・作成済みである。。また、クラウドファンディングで計 351 人より、2423927 円の資金調達に成功。
- ・事業形態：合同会社 トンボ
- ・将来ビジョン：社会的養護施設ということで、ビジネスモデル的に関連性のある介護や保育園、幼稚園へと事業を横展開していく。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

- ・新規性：既存の求人サイトより児童養護施設に特化しより詳しい情報を提供できること。また施設のビジョンを伝えることを第一に考え、「想い」や「共感」を伝えることが価値提供の一番重要な項目であること。
- ・便利性：「想い」や「共感」が就職の軸となる児童養護施設への就職を考えている人に、施設のビジョンをしかり伝えることができ、採用に関して求職者が一掃求めている情報を提供できる。
- ・独創性：これまででない、児童養護施設に特化している求人サイトということに加え、提供できる価値が料金の安さなどではなく、児童養護施設で働くためにもっとも重要な「想い」や「共感」を提供できること。
- ・特徴：お互いに「想い」を共有できることで、施設側にとっては望まない離職を減らすことができる。また、求職者側にとっては就職後のミスマッチを減らすことができ、働くことを通した自己実現が可能。それらによって、子供にとっても過ごしやすい環境を作ることができる。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

ターゲット：求職者へビジョンや魅力を十分に伝えられていない児童養護施設

市場規模・動向：市場規模としては、児童養護施設が全国に約 600 施設あり、始めはここをターゲットにユーザー獲得をしていく。今後このサービスを介護施設・幼稚園などにも横展開していきたいと思っている。介護施設・幼稚園は、合わせて 17 万施設がある。また、今後、少子高齢化で介護施設は増加傾向にあり、市場としてはかなり伸びていくと思われる。

販売エリアの状況（裏付け）：クラウドファンディングを実施した際、多くの共感の声をいただき、実際に実装してほしいという声を多くいただいている。

5. マーケティング戦略（基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など）

基本戦略：求職者へ

- ↳・専門学校へ営業し、学生へ紹介
- ・SNS でターゲット広告を打つ
- ・採用関連イベントへの参加施設へ
- ↳・実績を精んだ段階でテレアポを開始
- ・合同説明会などを開き、関係性を構築後提案
- ・SNS で、実際に働いている人にコンタクトし、紹介していただく。

価格戦略：月 4500 円の月額料金を契約を取っていく。

販売戦略：実際に働いている人や SNS で発信している人、またイベント参加者などにご提案し、感度が高い方々に届ける。

販促戦略：このサービスの事業提案者が児童養護施設出身ということもあり、児童養護施設に多くのチャネルが存在する。そのチャネルを生かして、紹介で契約を取っていくのを軸とする。

6. 類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

類似ビジネスと異なる点としては、ミスマッチが少ないことが挙げられる。児童養護施設に特化することで、より求職者と施設の両方のニーズにマッチした人材を紹介できる。

7. 事業実施上の問題点・リスク

デメリット

- ・児童養護施設単体だと市場が小さい
- ・施設によって予算感が異なる
- ・施設自体が閉鎖的（新しいものに対して受け入れずらい）

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

事業提案者が高校を卒業するまでの間、家庭環境に恵まれず児童養護施設で過ごした経験がある。様々な事情で行き場を失った子どもを守る児童養護施設であるが、仲の良かった先生や職員と言われる人が次々と辞めていく現状を見てきた経験がある。

また、事業提案者は、インターネット広告の会社で有償インターンの経験や就活イベントの企画をした経験があり、その際の蓄積されたノウハウをユーザー獲得のマーケティング戦略に展開することができる。

また、共同提案者は、重度の知的障がいを抱える弟に対する扱いに不満や憤り、理不尽を感じることが多く、ビジネスプランコンテストにてそういった現状を解決するビジネスプランを提案したく、今回の案を今後展開したいと考える。

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

このサービスを通して、虐待、育児放棄、貧困といった問題で児童養護施設に入所する子ども達がより幸せに過ごせる社会を作り、そこで働く人と児童養護施設の教育方針のミスマッチを下げます。これによって、仲の良かった、大好きだったあの先生が辞めるという状況をなくし、養護施設の働く環境をより良いものにします。

実現性としては、すでにクラウドファンディングで 351 人の方から約 241 万円支援を頂いています。また、このプロジェクトを実行するために東京のチームメンバーが法人登記をしています。チーム内にエンジニアがいて、このサービスを実際に行っている段階にきています。

将来の事業家の抱負としては、社会的流動性の旗手になることによって児童養護施設の子ども達の希望にいたりたいと思います。現在の日本では、富裕層の子どもは富裕層となり、貧困層はそこからなかなか抜けられないという大きな課題があります。この大きな問題を、将来的に私が有名な事業家になることにより、次世代の児童養護施設出身の子ども達に社会的流動性の影響を与え、解決しようと思っています。

10. 売上・利益計画

	第 1 期 (4 年 9 月期)	第 2 期 (5 年 9 月期)	第 3 期 (6 年 9 月期)
(1) 売上高 計	5,400 (100 施設)	5,940 (110 施設)	7,560 (120 施設 + 事業展開で新たに 20 施設)
(2) 売上原価 (仕入金額等)	8,000	0	0
(3) 売上総利益 ((1)-(2))	4,600	5,940	7,560
(4) 販売費及び一般管理費	3,150	3,180	3,240
人件費	3,000	3,000	3,000
販売費	120	150	180
一般管理費	30 (サーバー運用)	30	60 (別サイト運営費も追加)
(5) 営業利益 ((3)-(4))	1,450	2,760	4,320
(6) 営業外損益 (支払利息等)	0	0	0
(7) 経常利益 ((5)+(6))	1,450	2,760	4,320

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。

※ 必要に応じて、表の科目等とは変更してかまいません。

(各経費の内訳、算出方法) 各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

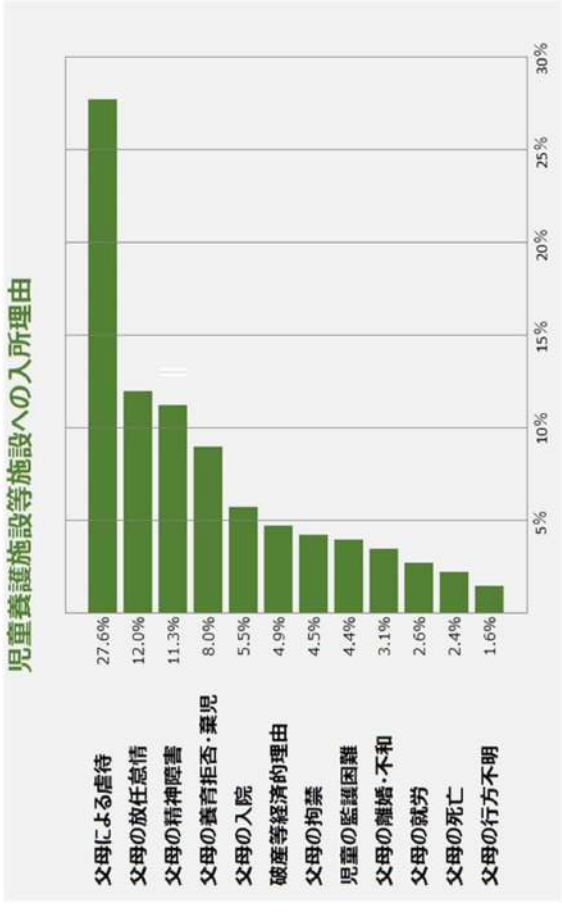
11. 資金計画

必要資金	金 額	使 途	資金調達方法	金 額
設備資金	1420	・法人設立費 ・クラウドファンディング手数料 ・求人サイト開発費 ・オフィス費用	自己資金	200
運転資金	1220		金融機関借入	0
			親族等からの借入	0
			クラウドファンディング	2420
			その他	0
計	2640		計	2640

12. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

下記の URL（クラウドファンディング 約 242 万円の資金調達）
<https://camp-fire.jp/projects/431095/activities/283632>

児童養護施設の入所理由の参考文献の URL
<http://compass-navi.or.jp/greeting/>



<https://www.shiseido-zaidan.or.jp/activity/carriers/publication/pdf/research201604.pdf>

離職率 50%の根拠の参考文献 URL

<https://www.seibi-home.jp/recruit/characteristic/#:~:text=%E5%85%A5%E8%81%B73%E5%B9%B4%E4%BB%A5%E5%86%85%E3%81%AE%E9%9B%A2%E8%81%B7%E7%8E%87&text=%E5%85%90%E7%AB%A5%E9%A4%8A%E8%AD%B7%E6%96%BD%E8%A8%AD%E3%81%AE%E9%9B%A2%E8%81%B7,%E3%81%AB%E9%9B%A2%E8%81%B7%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	筑紫女学園大学	代表者名	帆足有香
共同提案者名	保田萌生、有吉桃花、栗山晃理、峰田楓		
事 業 名	天使のお便り		
キャッチフレーズ	生理用品の月額制販売プロジェクト		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

本プランは、「気になる生理用品を気軽に少数から試してみたい」「複数種類の生理用品を自分に必要な枚数だけ購入したい」という女性へ、より自分に合う生理用品を追求するためのきっかけを提供する『生理用品の月額制販売ビジネス』である。生理用品を仕入れ、私たちを通してユーザーへ定期便で届けるサービスであり、月額利用料から収益を得る EC 事業となっている。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

【着眼点】

- ・生理の重さや期間には個人差がある。
- ・生理用品と相性には個人差がある。
- ・排血の量は日によって違うため、1 周期の生理でも量によってサブキンや生理用品の種類を使い分け

ている

- ・生理用品には様々な種類があり (昼用・夜用・タンポン・月経カップなど)、その中から自分に合うものを選ぶのが困難

・1 周期のサブキン平均使用枚数内訳は、昼用約 13 枚・夜用約 3 枚 (学内アンケート結果) であるのに対して、販売されている生理用品のパッケージングは殆どが各種類 20～30 枚単位である。そのため、利用したい種類を揃えるには、一度に大量の生理用品を購入しなければならない。

- ・生理日管理アプリ等での確認を忘れていて、生理用品の準備が間に合わないことがある。

- ・気になる生理用品を試したいが、合わなかったときの処理を考えないと挑戦できない。

- ・生理や生理用品の知識が不足し、適切なケアにアクセスできないといった広義の意味での生理の貧困に繋がっている。

【サービス内容】

「天使のお便り」は、ウェブサイト上で自分の生理周期の管理を行うと、予定日に合わせて自分が選択した種類・枚数の生理用品と、生理期間を快適に過ごすためのアイテムがタイミングよく自宅に届く、女性のための生理用品の月額制販売サービスである。

このサービスを利用することで、ユーザーは、複数種類の生理用品を自分に必要な枚数だけ購入したり、気になる生理用品を気軽に少数から試したりすることができ、生理期間をより快適に過ごすことができるようになる。

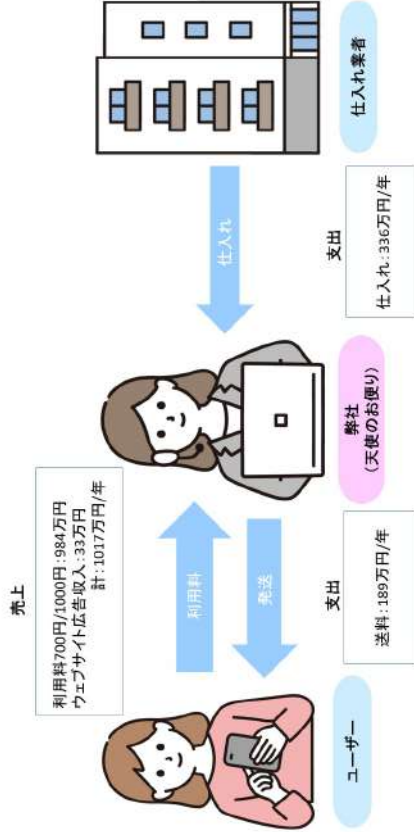
使用方法



上図は、「天使のお便り」の基本的なサービスの流れである。

- ①ユーザーがウェブサイト上に自分の生理周期情報を入力する。
- ②生理予定日の約 2 週間前に、弊社から「生理用品の申込のお便り」通知が届く。
- ③ユーザーがウェブサイトから利用したい生理用品の種類・枚数を選択し、注文する。
- ④弊社が生理予定日に合わせて商品を発送し、ユーザーの自宅へ商品が届く。

利用方法については、ウェブサイト上での簡単な会員登録でサービスを受けられる仕組みとする。アプリのダウンロードとウェブサイトのログインでは、ウェブサイトのユーザーの方が利用者側も登録へのハードルが低く、より多くの利用者が見込めると考えたためである。



「天使のお便り」は、弊社が業者から生理用品を仕入れて、月額定期便でユーザーへ届け、ユーザーの利用料から収益を得る EC 事業である。主な収益は、ユーザーの利用料とウェブサイト上の広告収入で、主な支出は、商品の仕入れ費と送料である。



上図は、「天使のお便り」の具体的なプラン内容である。
本サービスで取り扱う主な商品は、昼用ナプキン・夜用ナプキン・おりものシート・タンポン・その他の便利な生理用品である。新商品が入れれば随時取り扱い内容も更新して、常に最新の商品を試せる環境を提供する。ユーザーは、最小限の生理用品が届く 700 円プラン、多くの生理用品や気になるアイテムを試すことができる 1000 円プランの二種類の料金プランから選択し、利用することができる。

【訴求点】

- ・自分が使用したい種類と枚数の生理用品が、自分の生理周期に合わせてベストタイミングで自宅に届くことや、気になる生理用品を少数で購入可能なことは、既存サービスにはない「天使のお便り」独自の強みである。このサービスによって、新しい生理用品を試したいが試すきっかけがない女性へ自分に合った生理用品を追求する場を提供でき、月 1 回の憂鬱な生理期間を、より自分らしく快適に過ごせる 1 週間へと変えることができる。
- ・気になる生理用品・サプリ・食品などを試し、自分に合うものを追求することで、より快適な生理期間の実現が可能になる。
- ・700 円/1000 円プランの選択に加えて、各プラン内の生理用品毎の種類と枚数も選べたり、気になる商品の単品購入も可能にしたりすることで、一人ひとりが抱える生理期間中の悩みにも寄り添い、解決に導きやすくなる。(下図参照)



【将来ビジョン】

多くのユーザーを獲得したのちに、本サービスをによって得たデータを企業向けマーケティングリサーチのデータとして販売する toB 事業へ転換し、弊社の収益の安定化を図る。
そうして得た収益を活用することで、経済的な生理の貧困に悩む女性の快適な生理期間の実現も目指す。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

【新規性】

ウェブサイト上で生理周期情報を管理できることに加えて、自身に合った種類と必要枚数の生理用品を自身の生理周期に合わせて自宅までお届けする点。

【便利性】

・わざわざお店に足を運び、商品を選ぶ手間が省け、携帯ひとつでいつでもどこでも生理用品を購入することができる。

・使っていた生理用品が複数種類ある人にとって、様々な種類のナプキンを少数ずつ試すことができるため、万が一自分に合わなかった場合の処理に困ることがなく便利。

【独創性】

一人一人に合うナプキンやそれ以外の気になる商品（タンポン、食品等）を気軽に追求することができる。

【特徴】

- ・ユーザーが生理用品の感想を発信し、レビューを共有できる場を設けることで、自分に合うものを見つけやすい。
- ・新商品を購入できるようになった際に、ユーザーへ新商品に関する情報の通知が届く。
- ・最新の生理用品に関する知識、情報をリアルタイムで知り、試すことができる。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

【販売ターゲット】

「気になる生理用品を試したいが、合わなかったときの処理を考えると挑戦できない」「複数種類の生理用品を自分に必要な枚数だけ購入したいが、1枚ずつの購入ができない」といった悩みを持ち、金銭的に余裕がある働いている女性（20代～30代女性）を初期ユーザーとする。

【市場規模】

総務省統計局の調査によると、ネットショッピング利用世帯の割合は年々増加傾向にある。さらに、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言が発出された 2020 年 4 月以降は、高水準を維持しており、今後さらなる増加が見込まれる。また、これまでのネットショッピングは旅行関係費とチケットの支出が多かったものの、次第に衣服や日用品など、購入する品目は幅広いものとなっている。よって、生理用品のネットショッピングの増加も期待できる。

また、10～34歳の女性が約 1,100 万人、そのうち 3 割(330 万人)が経済的な理由により生理用品の購入に悩んだことがある（「生理の貧困」ってなんだろうー言えない、買えない 問題の背景は - Yahoo! ニュース）ことがわかった。そのため、toB 事業によって得た収益を活用して、経済的な生理の貧困の解決に取り組むことができる本事業の市場規模は大きいと考えられる。

【市場動向】

出産数の低下、出産年齢の上昇、晩婚化などのライフサイクルの変化によって、現代の女性は昔の女性に比べて、一生に経験する生理の回数が増加傾向にあると言われている。それに伴い、ナプキンをはじめとする生理用品の需要が高まると予想される。

5. マーケティング戦略（基本戦略、価格戦略、価格設定方針）、販売戦略、販促戦略、販促戦略など）
【基本戦略】
気になった商品を少量から気軽に購入できる点、ウェブサイト上での生理周期情報と連動し、生理予定日が近づくと自分が選択した生理用品や生理期間をより過しやすいと予測するためのアイテムがタイミン
グよく自宅に届く点。これら2つの特徴を最大の売りとし、ターゲットにアプローチする。
日本では、医薬品を製造販売する事業者は医薬品医療機器法（薬機法）に基づいて、都道府県や厚労省の承認を得る必要がある。生理用ナプキンは薬機法上では、「医薬部外品」とされる。生理用ナプキンを仕入れて開封したのに、ユーザーの選んだ種類や枚数に合わせて梱包するという本サービスの工程は、製造の扱いとなり、薬剤師が必要である。そのため、薬剤師を雇うことによって、生理用ナプキンの開封・梱包を可能にする。

【価格戦略】
女性が毎月ナプキンにかかる費用は1000～1500 円の範囲が最も多い（TBS ラジオ 2021 年 6 月「Z 世代の生理に関するアンケート調査」（https://news.allabout.co.jp/articles/o/29389//））とされている。よって、生理用品の枚数や種類に応じた 700 円と 1000 円の 2 種類の月額制料金プランをメインとする。

【販促戦略】
Instagram や Twitter 等の SNS で、ターゲットへ向けたサービスの宣伝（概要、情報発信）を行う。また、ユーザーにサービスを使用した感想等を SNS で発信してもらう。そうしてユーザー同士のコミュニティを形成することによって、サービスの認知度向上を図る。

【事業目標】
サービス開始から 1 年間で 1000 人の利用者、2 年目には 2000 人、3 年目には 4000 人を目指し、10 年後には生理用品の購入に悩む 330 万人の 1 割である 33 万人のユーザー獲得を目指す。
将来的には、生理の悩みをより一層解決できるような事業に成長すべく、toB 事業によって、経済的な生理の貧困の解決にも注力したサービスを展開する予定である。
6. 類似ビジネスとの相違点（総合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）
【優位性】
・ブランド問わず複数種類のナプキンを自分に必要な枚数だけ購入できる。（Amazon・楽天市場などの通販サイトは、生理用品の 1 袋ずつの購入はできるが、1 枚ずつの購入はできない。）
・ウェブサイト上での生理周期情報と連動して、生理予定日が近づくとタイミングよく生理用品や生理期間を快適に過ごすための便利なアイテムがユーザーの自宅に届く。
・売り場では分からない様々な種類の生理用品のレビューを、ユーザー同士で共有できる。
・「イルミネート」は、生理管理情報に基づいて生理用品を購入することができる LINE 上のサービスであるが、1 袋ずつの購入のみで 1 枚ずつ購入することはできない。

【弱点】
・「イルミネート」は、生理管理情報に基づいて生理用品を販売するサービスを行っており、計 2 万人ほどの利用者が存在し実績があるため、顧客の獲得や、生理日予測と予測に基づいたタイミングでの商品購入の提案のノウハウにおいて、参考にするべき点が多い。
・宅配のため、「今すぐ欲しい」という場合の対応が出来ない。
7. 事業実施上の問題点・リスク
・宅配という形をとり、配送業者や配送時のトラブルが考えられるため、保証を付ける。
・梱包時のミスが発生する可能性があるため、返品保証を付ける。
・住所や氏名など個人情報漏洩のリスクがあるため、専門の協力会社に委託する形で検討中。
8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど
この事業は、「気になる生理用品を試したいが、合わなかったときの処理を考えると挑戦できない」「複数種類の生理用品を自分に必要な枚数だけ購入したいが、1 枚ずつの購入ができない」という私たち自身が感じている悩みを解決したいという思いから企画・立案したビジネスプランである。生理は、女性が平均約 35 年付き合わなければならないという強い思いがある。
私たちは現在大学で、「マーケティング論」や「会計と簿記」を積極的に学習中である。これらの講義を通して学んだ、マーケティング戦略の技法や市場へのアプローチ方法、企業業績の理解と把握の方法を活かしながら、サービスの拡大流通や業績の管理に務めていきたいと考えている。
これらの経験と学びを存分に活かし、この事業が、女性が生理によるストレスを感じないより快適な暮らしを実現するきっかけとなることを願う。
9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負
インタビュー・学内アンケート調査を行った 20～30 代の働く女性・女子大学生からは、このサービスについて、「実際に大量購入して合わずに処理に困ったことがあるから、気になったタイミングで少量から試せるのは良い」「実際にこのサービスがあれば利用してみたい」と前向きな意見を頂いた。多くの女性顧客からも好評価を頂くことができ、この事業のユーザー数への見込みは非常に高いと考える。よって、多くの女性の生理の悩みを解決することが期待できる点でも、必要性の高いサービスであると言える。
経済的な「生理の貧困」という社会的課題に関して、実際に私たちの大学では、経済的な理由により生理用品の購入が難しい人を支援するため、生理用品の無償配布が行われ、1 週間で計 151 人もの学生が利用した。
生理の課題は、今後女性だけではなく、社会全体で取り組むべき課題となっている。NPO をはじめ教育機関や自治体が主にこれらの課題に取り組んできたが、今後は私たちも参入する形で、少しでも経済的な生理の貧困に関する課題を解決し、女性や社会全体に貢献できる存在になりたい。生理期間を少しでも快適に過ごしたいという多くの女性の思いがある以上、私たちはこの事業を成功させて、生理と上手に付き合うことのできる仕組みや社会を作りたいと強く思う。
そして将来的には、本サービスによって得られた個人情報報を、企業向けマーケティングリサーチやフェムテック系企業へ販売することで、単にナプキンの無料配布では解決できない、生理の貧困の本質（生理の苦痛を和らげるにお金や時間を費やす社会的・心理的ハードル）の解決に繋げることを目指していきたい。
10. 売上・利益計画
(単位：千円)

	第 1 期 (令和 4 年 4 月期)	第 2 期 (令和 5 年 4 月期)	第 3 期 (令和 6 年 4 月期)
(1) 売上高 計	10168	20337	40474
(2) 売上原価 (仕入金額等)	3360	6720	13440
(3) 売上総利益 ((1)-(2))	6808	13617	27234
(4) 販売費及び一般管理費 人件費	14731	16446	20160
販売費	12660	12600	12600
一般管理費	1890	3780	7560
	841	666	606
(5) 営業利益 ((3)-(4))	-8522.5	-3429	6468
(6) 営業外損益 (支払利息等)	0	0	0
(7) 経常利益 ((5)+(6))	-8522.5	-3429	6468

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。

※ 必要に応じて、表の科目等は変更してかまいません。

〔 各経費の内訳、算出方法 〕 各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

(1)売上高

- 第 1 期：ユーザー目標 1,000 人
- 第 2 期：ユーザー目標 2,000 人
- 第 3 期：ユーザー目標 4,000 人
- ※ユーザー比率は 700 円プラン：1,000 円プラン=6：4

ユーザー利用料

- 第 1 期：(700 円×12 か月×600 人)+(1,000 円×12 か月×400 人)=9,840,000 円
 - 第 2 期：(700 円×12 か月×1,200 人)+(1,000 円×12 か月×800 人)=1,968,000 円
 - 第 3 期：(700 円×12 か月×2,400 人)+(1,000 円×12 か月×1,600 人)=39,360,000 円
- ウェブサイト広告収益
- 1 回の閲覧につき 0.2 円～0.4 円
- ユーザーが 1 日 1 回閲覧、3 社と広告契約した場合
- 第 1 期：(0.2 円+0.3 円+0.4 円)×12 か月×1,000 人=328,500 円
 - 第 2 期：(0.2 円+0.3 円+0.4 円)×12 か月×2,000 人=657,000 円
 - 第 3 期：(0.2 円+0.3 円+0.4 円)×12 か月×4,000 人=1,314,000 円

(2)売上原価
仕入原価

- 700 円プラン：200 円、1,000 円プラン：400 円
- 第 1 期：(200 円×12 か月×600 人)+(400 円×12 か月×400 人)=3,360,000 円
- 第 2 期：(200 円×12 か月×1,200 人)+(400 円×12 か月×800 人)=6,720,000 円
- 第 3 期：(200 円×12 か月×2,400 人)+(400 円×12 か月×1,600 人)=1,3440,000 円

(4)販売費及び一般管理費
人件費

- 一般：180,000×12 か月×4 人=8,640,000 円
- 薬剤師：330,000 円×12 か月×1 人=3,960,000 円

販売費 (送料)

- 第 1 期：210 円×1,000 人=1,890,000 円
- 第 2 期：210 円×2,000 人=3,780,000 円
- 第 3 期：210 円×4,000 人=7,560,000 円

一般管理費

医薬部外品製造販売業登録・申請費

- 第 1 期 (登録申請)：308,600 円
- 第 2 期以降 (更新)：175,800 円

設備費

- シュレッダー：5,000 円
- パソコンデスク：25,000 円
- オフィスチェア：2,000 円×5 =10,000 円
- ウェブサイト作成：55,000 円

運転費

- オフィス家賃：45,000 円×12 か月 = 540,000 円
- 複合機リース料：5,000 円×12 か月=60,000 円
- ウェブサイト維持：5,500 円×12 か月=66,000 円
- ※複合機は黒字見込みの第 3 期以降にリースから購入に切り替え

11.資金計画

(単位：千円)		
必要資金	金 額	資金調達方法
設備資金	40	自己資金
運転資金	18879.6	金融機関借入
計	18919.6	親族等からの借入
		クラウドファンディング
		その他
		計

12.別 紙

添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

なし

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	立命館アジア太平洋大学（APU）	代表者名	伊藤愛留
共同提案者名	湯川雄斗		
事 業 名	To the world		
キャッチフレーズ	"Play to learn"		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度) に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

日本の小～大学生に世界中の遊びを活用して APU の生徒から多言語を学べるサービス。ステイホームの影響もあり最初の遊びはオンラインゲームで英語を学べるサービスを展開予定。私たちは言語を“勉強”ではなく自分が楽しむ為の“ツール”とする事で長期間の言語学習を実現させる。料金は 9000 円で月 4 回の月額制で提供予定。

2. ビジネスプランの具体的内容

(テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など)

【サービス内容】

私たちは、『Play to learn』をテーマに、日本の小学生～大学生までの若い世代に世界の遊びを通して世界の言語を学んでもらえるようなサービスを考えている。その最初の試みとして、APU にいる国際生を講師として雇い、子供たちと一緒にオンラインゲームを楽しみながら英語を教えるビジネスを計画している。

【着眼点】

近年グローバル化が急速に進んでいる中で様々な国籍の人とつながる機会が増えつつある。それに伴い多様な言語を話せる能力が求められきている。しかしある調査によると、日本はアジアの中でも英語が出来ない国であることが分かっている。また、教育面から見ても日本の英語教育に不満があると答えた中高生は 85%を占めているというデータもある。このように、日本は世界の流れに乗れず、英語が話せない国となっているのが現状である。一方で世界的には英語が話せる人が求められていて、日本の英語教育を問題視し改善を求めている人が大勢居るのに未だに改善される兆しがない。この需要に応えるため私たちはこのビジネスを提供していく。

また私たちは、多国籍なメンバーが揃っていて全員が英語でコミュニケーションを取ることができるため英語でコミュニケーションを取れるメリットも十分に理解している。しかし、英語などの言語はしばし座学としてけん制されることが多く、言語学習に抵抗を持つ若者も多い。言語学習において継続的に言語と触れておくことの重要性というのは世間的にも言われていて、実際に母国語以外の言語を学習してきた私たちもその重要を身に染みて感じている。にも関わらず、現在の子供たちは言語学習に抵抗的で授業外では言語に触れようととも思わず、触れる機会もあまりない。そこに着目した私たちは、**語学を受験のためではなく自分が楽しむためのツール**として若い世代の人たちに認識してもらえようようなビジネスを展開して行きたい。

さらに、私たちはコロナ過の状況での留学生の生活困窮についても着目した。生活費を稼ぐために留学生の多くは別府市内の飲食店でアルバイトをしていた。しかし新型コロナウィルスの影響で飲食店が打撃を受けたり、時短営業の影響でシフトが激減している。また海外からの親の仕送りが減少して生活が困窮している学生は非常に多い。そこに注目した私たちは、彼らの言語能力を上手く利用して彼らの生活を少しでも楽に出来れば良いと考えている。

【事業化企画】

『ゲーム×英会話』の基本情報については以下の通りである。

ターゲット	小学生～大学生（又はその親）
講師	立命館アジア太平洋大学の学生
講義形式	月 5 回のレッスンで 1 講座 90 分制
料金	月額 9000 円の定額制
ゲームの種類	マイクラフト・フォートナイト・あつまれどうぶつの森
講義概要	事前に教材を配布し、ゲームを行いつつ実際に教材内容を学んでいく

詳しく説明していくと、まずメインのターゲットは小～大学生までの若者世代である。学生の 85%以上が日本の英語教育を批判的に捉えていて、また学生の 70%は話す力を伸ばしたいと解答している。このことから若い学生たちをターゲットにビジネスを行う。

次に講師についてだが、講師は APU の 95 の国と地域の留学生をアルバイトとして雇う。利点としては APU には毎年 3000 人ほどの留学生が在籍しているため、講師の供給に困ることは考えにくい。また、APU にはレベルの高い英語力を持つ留学生が大勢在籍しているが、彼らの多くは自分の言語能力を上手く使えず、別府市内で時給 800 円など低い賃金で飲食店等で働いている。それに比べてこのビジネスは英語力も十分に発揮でき時給も 1000 円以上で働くことが出来る為、学生にとっても非常に有意義な雇用機会の創出につながる。

次に講義についてである。Discord と言われる音声チャットアプリを使用し講師 1 人と生徒 3 人でレッスンを行っていく。講義時間の 90 分のうち始めの 15 分間で教材内容の確認と説明を生徒と会話を交えながら行う。次に実際に 60 分間ゲームを行いつつ講師は教材の中にあった単語を生徒に使わせるような質問を投げかけたりしてその日習う単語やフレーズを勉強してもらおう。この時生徒のレベルにもよるが、講師は基本英語で対応するようにする。そして、最後の 15 分でその日の復習・クイズを行い講師から一言アドバイスをしてレッスン終了である。

また、レッスンは初級・中級・上級の 3 つのレベルを設ける予定で各レベルに合った教材の作成・講師の配属などを行っていく予定である。また、定期的に講師と生徒の組み合わせを変えていきたいと考えている。理由としては、将来様々な国の人と関わっていくうえで、一つの国のアクセントや言い回しに慣れるだけでなく多様な国のものに小さい時から慣れてほしいという私たちの願いがある。

今後の第一歩として、まず無料体験イベントを 10 月上旬を目途に数回行っていく予定である。そこで頂いたレッスンに対するフィードバックなどを参考に今後のレッスン内容や運営方法の改善をしていきたいと考えている。

【事業の将来ビジョン】

将来的なビジョンとして私たちは以下の 3 つを考えている。

①私たちの最終的な目標としては、若い世代の人たちが遊びを通して言語を楽しく学び、グローバル社会で通用する力を身に着けることの出来るサービスを提供できればと考えている。

なので現在は、『英会話×ゲーム』という限られた言語でのサービス提供となっているが、始めの事業が軌道に乗り始めてきたら『中国語会話×ゲーム』など言語と遊びの多様化を考えている。

また、『英会話×スポーツ』などの海外のボードゲームや様々な国のゲームを通したオフラインでの英会話イベントも状況が整い次第行っていき、世界の遊びと世界の言語を織り交ぜた『Play to learn』をサービスとして行きたい。

②仮に VR 等の新規ゲーム市場が拡大していけば他の競合他社よりいち早く新規事業としてその市場を開拓していきたいと考えている。

③現段階では日本人に対する英語会話教育に焦点をあてているが、APU の国際性を活かせば海外の市場に對して他の言語を教えることも可能だと考えている。通常のビジネスに比べて初期投資のコストもかからずサービス自体もオンラインで行うことが出来る為マーケティング戦略をしっかりと行えば海外進出も実現可能である。これにより自分の国以外の生徒と一緒に英語でコミュニケーションをとる必要があるクラスなども実現可能になる。

3. ビジネスプランの新規性、便索性、独創性、特徴

本サービスの『Play to learn』は世界の遊び（今回はオンラインゲーム）を通して、言語を楽しむ為のツールとし、言語学習に重要な持続性を持たながら APU の 95 の国と地域の言語を学べるサービスです。このようなサービスは他に類を見ないものであるので、新規性と独自性があると言える。また従来の言語学習スクールと違い To the world では多種多様な言語を学べるコースを作れる事、一つのアクセントではなく多様なアクセントを学べる事、言語だけではなく、コーチから多様な文化も学べる事なども特徴である。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

販売ターゲット

日本全国の小学生から大学生の学生とその親。文化省の調査によると小学生は 1 6 0 0 万人ほどが在学している。楽天リサーチや学生向け調査によると、約 9 割近い日本の学生は学校の英語教育に不満を抱えていて、7 割近い学生は文法や英単語ではなく”喋る力”を身に付けたいと思っている事がわかっている。この”喋る力”を求めている学生をターゲットに売りに売込みつつ、その親にも喋る力の魅力を伝える事が必要になる。

市場動向

リサーチ教育業界ニュースによると日本国内における語学ビジネス総市場規模は、事業者売上高ベースで 8,762 億円。英語学習のニーズはコロナウィルによる影響で少し減少しているが、楽天インサイトによるとコロナウィルスの影響で 70%の 1 0 代～ 2 0 代がオンラインゲームの時間が増えた事が判明している。

5. マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略 (販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》

【基本戦略】

主なターゲットとして、英語を勉強している小へ大学生の 10 代・ 20 代と設定する。

顧客に対しては、APU に在籍する様々な国・地域の学生と英語を楽しむ学ぶことの出来るサービス。このように『英語＝楽しい』と認識してもらえるようにサービスを行っていく。

また、講師は全員が APU の学生であり、彼らは入学するにあたって一定基準の英語力が必要である、よって講師の英語の質というのも保証されている。その点も宣伝していく上でブッシュしていきたい。

【価格戦略】

学生の楽しさだけの持続性だけでなく価格面でも持続性をサポート。

競合他社との価格比較

	1時間あたりの価格	月額
自社	¥1,500	¥9,000
A社	¥4,400	¥8,800
B社	¥3,300	¥13,750

【販売戦略】

今世界において子供が一番遊んでいるゲームがフォートナイトであり、その次がマイクラフトである。そのため、現時点でこの二つをサービスの軸として行っていく。フォートナイトは、銃を使い、敵を倒してくバトルロワイヤルゲームである。一見英会話と関係ないように思えるが、ゲーム内で使う単語が実際に日常会話で使われていることでもあるので英会話のツールとしても効果的である。勝利するにはコミュニケーションが鍵となっているため、コーチを含むチームでの連携が重要視されるゲームである。

次にマイクラフトは、デジタル版ブロック遊びとも言われており、ゲーム内の世界が全てブロックで作られていてそのブロックを集め、それを使い建物を立てたして遊ぶゲームである。このゲームは近年教育的にも効果的であると言われていて海外ではマイクラフトを使い教育を行うという事例もある。ゲーム自体が実生活に近い作りになっているため、日常生活で使う単語やフレーズを比較的容易に学べるというメリットもある。

【促進戦略】

初年度のターゲットである日本では、APU にある社会人向けのグローバルバーン育成トレーニングである、Nareru や Gcep などすでにグローバル化を意識している親世代の方々に対してこのビジネスをプロモーションしていく。また、無料体験イベントなどを開催することで To The World の認知を行い、そこに参加した顧客に対して定期的に To The World の情報を発信し購買に繋げていく。

2 年目に進出する中国と韓国では、チームにいる現地のメンバーを含む APU に在学する中国人や韓国人から情報を集めて、適切なプラットフォームで宣伝やトライアルを実施を行い、ターゲットにしっかり届くマーケティングを行い、3 年目のインドネシアとマレーシアでも同じ方法で拡大を目指す。

6. 類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

優位性

95 の国と地域から集まるコーチ

大学の言語教授によるサポート

楽しさと求めやすい価格により生まれる持続性

英語以外の多言語での展開、これによる海外の学生へのサービスも可能

上記の理由でコーチ以外にも他の国の学生と一緒に英語を使って遊ぶクラスも実現可能

多様な文化を学べる。

弱点

一から教えるのが難しい（ある程度喋れる必要がある）

客観的な指標がない

大学生がコーチ

高校生には遊びの時間を作りにくいかもしれない

7. 事業実施上の問題点・リスク

本事業は話す力にフォーカスしているが、話す力は日本の学校では評価されにくく子供の受験やテストの結果などに直接反映されにくい。学校の成績を気にする親が多いことを考慮すると、親からけん制される可能性がある。そのため子供の成長を可視化するのが難しい事も一つのリスクとして考えられる。

もう一つの問題は“遊び”特に“オンラインゲーム”から学べる事が一定の親世代の方には理解されずらいかもしれない事である。一般的には遊びは娯楽であり、実体験の無い方からすると遊びで学ぶサービスは信用されずらい可能性がある。そのため受け入れられるには十分な時間と実績が必要になる。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

代表 伊藤 愛留

海外留学経験

私は中学からニュージーランドへ留学して約10年現地で過ごしていた。当初は最低レベルの英語しか理解できなかったがオークランド大学に入学するレベルの英語を習得。現在は APU へ編入し英語基準学生として在学。私は多額の英会話スクールと小学校で英語を学んだにもかかわらず、留学当初は全く現地の人の英語が理解できず身を持って外国人とのコミュニケーションの難しさを経験。国によって違うアクセントや言い回しなどが日本で教わった英語の先生とは全く違う事を知る。本当の意味での英会話学習は各国の人と実際に喋り、各国のアクセントや言い回しなどを実際に聞く事で初めて学べる事だと考えた。特に英語は国際的な言語なので、様々な種類の英語が存在する。私は英語を“スポーツ”や“遊び”を通して留学した先の友人達から学んだ実体験を活かし“楽しい事”をしながら持続的に現地の人から言語を学べる環境が、一番効果的かつ効果的な言語習得方法である事に気付きました。私は英語を日本でも可能にする為に本事業を立ち上げる助けになる。

NFT ゲームコミュニティ運営

NFT ゲーム Play to earn Axie infinity にて130人以上を超えるプレイヤーを雇い、管理運営を行う。本事業で使用している Discord で管理を行っているため、コーチのマネージメントやサーバー作成に役に立つ知識を持つ。

海外起業経験

高校時代にニュージーランドビジネス大会に出場し国際的なチームで代表として一度起業を経験。現地のチヨコレート工場と協力し高校のオリジナル商品を作り出す。国際的なチームのリーダーとして様々な壁を乗り越えてきた経験が、本事業で重要な多文化チームのマネージメントにも活かされている。

グローバル人材育成トレーニングの実施

APU の出口塾にてグローバル人材トレーニングワークショップを日本の社会人に提供するサービスを運営。ミサワホーム、J-powers、日軽パネルなどの方々を対象にトライアルを実施済み。APU 留学生とディスカッションをするワークショップをオンラインで企画運営を行った。

APU Miyage プロジェクト

コロナウイルスによる影響で観光を収入源としている別府を APU 生がサポートする為始まった企画。APU の大学にて世界が選ぶ別府のお土産を選出、選ばれたお土産を新しい APU x Beppu のお土産として販売する計画を運営。パッケージやポップに x x カ国の人が選ぶ別府土産という今までに無い形で販売予定。ターゲットも日本人だけでなく、外国人観光客にも興味を引くように工夫。別府を温泉だけの魅力ではなく国際的だからこそ生まれる別府の魅力を PR する目的がある。

	To the world (自社)	kidea	グンビ	ゲームx英会話x プログラミング
コーチの多様性	◎	◎	×	×
言語の多様性	◎	×	×	×
言語教授による監修	◎	×	データ無し	
楽しさ	◎	◎	◎	◎
値段	◎	×	◎	×
多文化学習	○	◎	×	×

9. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

ビジネスの必要性

アジアで日本が一番英語ができない現状

受験の為に覚えるだけの英語勉強

必要性

現状日本はアジアの中でも英語ができない国として知られている。実際に日本では英語学習に不満を持っている学生は9割近くおり、文法や単語を中心に覚えるだけの勉強になってしまっている。この影響で英語を話すことに対して苦手意識をもつ生徒が増えたり、単語や文法は理解できるのに英語を”喋れない”状況になってしまっている。この日本の学習方法によって言語習得において最も大切な持続性が保たれず、結果日本は英語教育を戦後から取り入れているにもかかわらず、英語が喋れない国として評価されている。

英語は難しい言語として日本人に思われがちだが、実際は誰でも話せるようになる。英語を話せる人は特別な才能ではなく、ただ英語にたくさん触れ合った人であり、その環境を作ることが大事である。この事実を私たちはこのビジネスを通して広め、ゲームを通して継続的に英語に触れる環境を作っていきたい。

実現性・抱負

私は留学で経験した”楽しく言語を学ぶ事”を日本にいる子供達に経験して欲しいと強く思っている。特に日本では英語は受験の為に勉強として、苦手意識を持たれた事が多い、しかし海外に留学へ行くにも多額のお金と時間がかかるので、日本にいるAPU生に協力してもらい、日本の子供達に楽しく言語を学べる環境を提供したいと考えている。私はこの事業を海外にも展開し楽しい言語学習を世界中の人と一緒にできるクラスを作りたいと考えており、楽しいで持続できるだけでなく、僕が海外で経験したように、いろいろな文化や人と”遊び・Play”で出会い刺激を多額の留学費を払わずに得る事で、子供達の可能性を広げることができると考えています。

10.売上・利益計画

	第 1 期 (令和 4 年 3 月期)	第 2 期 (令和 5 年 3 月期)	第 3 期 (令和 6 年 3 月期)
(1) 売上高 計	6,480	38,880	90,720
(2) 売上原価（仕入金額等）			
(3) 売上総利益（(1)-(2)）	6,480	38,880	90,720
(4) 販売費及び一般管理費			
人件費	1,440	8,640	20,160
販売費			
一般管理費	12	24	36
(5) 営業利益（(3)-(4)）			
(6) 営業外損益（支払利息等）	5,028	30,240	70,560
(7) 経常利益（(5)+(6)）	5,028	30,240	70,560

※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。

※ 必要に応じて、表の科目等は変更してかまいません。

〔 各経費の内訳、算出方法 〕 各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

第一期

売上高=9000 円(月額授業料)×60(生徒数)×12(ヶ月)=6,480,000 円

人件費=80(1 カ月のクラス数)×1500 円(クラス一回における給料)×12(ヶ月)=1,440,000 円

一般管理費=ホームペーサーバー費(1000 円×12 ヶ月)=12,000 円

第二期

中国と韓国に進出

売上高（日本・中国・韓国）=9000 円(月額授業料)×360(生徒数)×12(ヶ月)=38,880,000 円

人件費=480(1 カ月のクラス数)×1500 円(クラス一回における給料)×12(ヶ月)=8,640,000 円

一般管理費=ホームペーサーバー費(3000 円×12 ヶ月)=12,000 円

第三期

中国 韓国 日本 インドネシア マレーシア

売上高=9000 円(月額授業料)×840(生徒数)×12(ヶ月)=90,720,000 円

人件費=1,120(1 カ月のクラス数)×1500 円(クラス一回における給料)×12(ヶ月)=20,160,000 円

一般管理費=ホームペーサーバー費(5000 円×12 ヶ月)=12,000 円

11.資金計画

必要資金	金 額	使 途	(単位：千円)	
			資金調達方法	金 額
設備資金	250		自己資金	280
			金融機関借入	
			親族等からの借入	
運転資金	10	Discord 運用費用	クラウドファンディング	
	20	サーバー費用	その他	
計	280		計	280

12.別 紙

添付資料（カタログ・写真・記事）等

第 21 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学 校 名	熊本大学	代表者名	五木 結愛
共同提案者名	勝田 陽介（熊本大学先端科学研究部 助教）		
事 業 名			
キャッチフレーズ 手肌のうるおい、守り洗い			

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、何を、どうやって提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？ 等の要素を盛り込んでまとめてください。

「手を洗う人類」に、「手洗いの新しい概念（固形石鹸を削る装置）」を「店頭およびネット」によって販売する。本事業においては、私は企画立案から販売までを総合的に統括する。収益は、商品のリース（シヨッピングモールなどが対象）と販売（家庭が対象）の二形式によって得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

（テーマ/商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョン、他の企業との連携状況 など）

[商品・サービスの内容]

私が開発した商品は、手をかざすことでセットした市販の固形石鹸が削られ粉末になって落ちてくる単純な装置「かき石鹸機」である（Fig. 1）。

[着眼点]

2020 年に行われた女性 8,492 人が対象のアンケートによると、76%は手洗いの回数がコロナ禍以前より増加し、結果肌トラブルに悩む人は例年の 150～180%まで増加した（参考文献 1,2）。コロナの収束時期を正確に予測することはできないが、今後のアフターコロナにおいて手洗いの必要性が低下することはないと思われる。私はこの手洗い需要と手荒れ問題を解決する概念に着目した。

現在の手洗いの主流は液体石鹸を使って手を洗いもしくはアルコール噴霧器による消毒だろう。液体石鹸の主成分である合成界面活性剤やアルコール成分は手の皮脂を必要以上に洗い流して手の乾燥や荒れを引き起す。つまりこれら非天然成分を使用していない「固形石鹸」が手洗い需要と手荒れ問題の鍵となると考えた。

しかし、手のうるおいを保ったまま汚れや菌を落とすことができる固形石鹸の販売推移は低下する一方である（参考文献 3）。その原因は、固形石鹸の使用法が不特定多数の使用量との接触を前提としており、近年における衛生概念と相容れないことにある。つまり固形石鹸の使用法を本能的に改革し、不衛生感を払拭する使い方を実現できれば手の洗浄と手荒れ問題を同時に解決することが可能となる。この目的を達成するために私は、固形石鹸を削るという使い方を提案する。

[参考文献]

- 1. 花王 くらしの研究 「新型コロナウイルスが暮らしに与えた影響～8,492 人の調査からみえた生活者の現在～（<https://www.kao.co.jp/lifeif/feature/567/>）」
- 2. PR TIMES プレスリリース「エースキン製菓が緊急調査。春夏の手荒れ昨年比 1.5 倍に。秋の乾燥シーズンで重症化も。エースキン製菓が通年ケアを啓発し販売を強化。（<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000005.000062511.html>）
- 3. 日本洗剤石鹸工業会 統計「https://jsda.org/w/00_jsda/5_toukei/suii-shintai-2019hosei.pdf」

[事業化計画]

本企画事業においては家庭への流通が見込める安価での販売が可能になった段階で利益を得ることが可能になると想定している。以下に家庭への流通に至るまでの計画を記す。

第一段階（現段階）

大学および民間が募集する研究開発費に応募し、プロトタイプおよびその改良を行う。プロトタイプの品質評価に関しては、所属大学の生協などに設置することで使用感などのフィードバックを得る。すでに 80 万円程度の予算を獲得しており、現在はプロトタイプ 2 号機への改良を目指した知見の収取を行なっている。

第二段階（熊本県内での小規模周知活動）

いきなり全国レベルでの周知活動を目指すのではなく、熊本県内での活動にあえて限定することで認知度の向上に努める。現在、熊本県においては地域創生や学生発のアイデアに対する多くの企画募集があり、これらの企画を効率的に利用していく。

プロトタイプ二号機を用いて熊本県下において学生発の企画に賛同する企業に協力を仰ぎ、プロトタイプの設置を行う。同時に県内限定におけるクラウドファンディングに挑戦し、プロトタイプ機の増産を行う。本装置の周知活動を行う。

現在は県内でのクラウドファンディングに強みをもつ地銀関連のクラウドファンディング会社との協議を開始しており、プロトタイプ 2 号機の完成と同時に本計画を実行に移す予定である。また、プロトタイプの増産に関しては下記に示す熊本県内の企業に依頼し作製する。

第三段階（九州内での周知活動）

プロトタイプ 2 号機に対する知見のフィードバックおよびクラウドファンディングから得られた資金を元に、実機 1 号機の作製を目指す。この段階においてクラウドファンディングの反響やプロトタイプ 2 号機の使用感を反映させ、大型シヨッピングモールなどにおける設置を目指す。大型シヨッピングモールの設置に関しては地方銀行の協力を仰ぎながら計画を進行したいと考えている。

大型シヨッピングモールには多数のトイレが設置されており、これらの手洗い場に設置することができれば多くの人に本装置の周知が可能となる。

第四段階（全国での周知活動および家庭における販売）

九州内での実績をもとに大幅な事業拡大を目指す。マクアケなどの企画を利用した装置の宣伝販売活動を行う。状況をしっかりと分析しデータ化することで、金融機関からの融資獲得を目指し更なる増産販売を目指す。

[事業形態]

上記第一段階から第三段階においては基本的に自己獲得資金をもとに運営する予定である。第四段階にステップアップした段階で株式会社を設立するか、他社との M&A を検討する。

[事業の将来ビジョン]

本事業計画の第四段階以降を将来ビジョンと定義して以下にその詳細を記す。

第四段階以降は更なる商品の発展を目指す。具体的には固形石鹸を削る能力に加えて液体タンクを付加し、固形石鹸と液体成分を同時に噴霧するシステムの確立を目指す。液体成分に固形石鹸を再度固める工夫を施すことで、水が不要な手洗い概念を創出したい。このシステムを確立し、さらに装置の小型化に成功すれば野外イベント会場や工事現場といった現在想像できない場所においても「かき石鹸機」が活躍できるだろう。

また、単にビジネスの観点にはとどまらず教育的なビジョンも兼ね備えたいと考えている。

熊本県は全国有数の農業生産地域であり、手に優しいと考えられる商品を多数生産していることが想像できる。この地的優位性を活かせば熊本県産の「手に優しい石鹸」の開発も可能になると考えている。この開発をスーパーサイエンスハイスクール（SSH）に認定されている高校と共同で進めることで、単なる研究プロジェクトにとどまらず、研究に基づく起業概念や市場の重要性を高校生と考えることも可能になる。

すでに石鹸の開発は SSH 認定校である熊本県立第二高校と開始しており、かき石鹸機（ハード）と固形石鹸（ソフト）の両面の開発を進めている。

【他の企業との連携状況など】

現在、熊本県内の栄光デザイン＆クリエーション株式会社と協力し、商品の試作と改良を重ねている。今後の試作展開においては熊本銀行、株式会社グローバルファンディングと協議を進めており、改良資金獲得や市場規模の参考データ収集のためのクラウドファンディングはこの株式会社グローバルファンディングの協力のもと進めるつもりである。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

手をかざすと手をきれいにするためのものが噴射されるという機構の商品はアルコールディスプレイセンサーや液体石鹸のディスプレイセンサーなど存在しているが、固形石鹸を削り、噴霧する商品は日本では流通しておらず新規性がある。

将来的に液体タンクを付加する装置の開発に成功すれば「手洗い場」を不要とする手洗いが可能になり、野外イベントや工事現場等における便利性は飛躍的に向上するだろう。

本商品は、今まで不衛生であることから使いにくいと考えられてきた固形石鹸を削るだけで問題解決できる点に着目したという点が独創的であると考えている。固形石鹸そのものは肌に対する刺激が小さく「肌の優しさ」を追求しやすい。

本商品最大の特徴は、その機構の単純さにあると言える。固形石鹸、自動噴霧器、削って粉末状にする機械、というあらゆる要素が今まで日常生活に存在したものであり、本商品はその組み合わせに過ぎない。そのため、「最新機器」「最先端技術」などのような導入に際する心理的ハードルが非常に低い。知名度の不足という課題さえクリアできれば、多くの人の日常生活のワンシーンにじむアイテムになると考える。

4. 販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

本商品販売ターゲットは手を洗うすべての人だ。この目標達成のために、第一段階として“家族”という枠組みで最も手荒れに苦む主婦層をターゲットとして開発を進める。特に子育て中の主婦層は、一日に数十回の手洗いを行うと言われるっており、6割以上が手の乾燥と荒れに苦しんでいる。また、同集団において手洗い洗浄剤を選ぶうえで重視するポイントは低刺激・肌に優しいが 20%で最も多く、次いで価格が 17.6%となっており、手に優しい手洗いの開発が望まれていることは明らかである(参考文献4)。したがって、手荒れ防止が可能な本商品は子育て中の主婦層において確実なニーズが存在するものだと考えている。石鹸の市場規模としては 2020 年においては **2318 億円**と大きく、さらに注目すべきはその成長率である。新型コロナウイルスの流行を受け、手洗い用石鹸は**前年比 169%の販売実績**となっており、この成長率の大きさを人々の手洗いの関心の大ききいと言える。

もちろん販売対象エリアが限定される商品ではないため、知名度の向上に伴うマーケットの拡大も可能であると考えている。

[参考文献]

4. ARUHI マガジン「主婦の汚れ原因トップ 3 は掃除・化粧・料理・化粧、荒れない手洗い方法とは？」(<https://magazine.aruhi-corp.co.jp/0000-3110/>)

5. マーケティング戦略《基本戦略、価格戦略(販売価格、価格設定方針)、販売戦略、販促戦略など》

●基本戦略

認知度向上のためのリリース形式と、手荒れ減少に貢献する常用のための家庭への販売の二形態の棲み分けによる効率的な普及を目指す。

●価格戦略

使用感や目的としてアルコール・液体石鹸ディスプレイセンサーの様な類似商品の価格が 2～3000 円に集中していることから、本商品も 3000 円以内での販売が望ましいと言える。同価格以下であれば、他にない優位性である手肌への優しさという要素から競争優位性があると考えている。

●販売戦略

効率的な販売のための戦略としてディスプレイセンサーなどの複合施設、学校、公共施設などへのリリース契約しに認知度向上に努める。その後、大きさなどを最適化した商品の家庭販売を目指す。

リリース契約のターゲットは不特定多数の利用が想定されるディスプレイセンサーなどの大型施設で、ユーザーが対して本商品の良さを認知してもらおう。認知度向上努力とその効果を定量的に分析し、利益が見込める段階になった時点でネットなどを通じた家庭販売を行う予定である。

●販促戦略

前述の**リリース形式やクラウドファンディングを広告に代え**るとともに、**ネットを利用した場所を取らない宣伝**を行う。本商品は、機械の販売という特性上、商品自体が置いておくだけでスペースを必要とする。販売ターゲットが全国の主婦層と広い範囲に分布していることから、流通チャネルの十分な確保は困難である。そこで、場所を必要としないインターネットによる受注をメインに設定することで流通に必要なコストを抑えながら多くの人への販売を目指す。

類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

本商品の使用目的は、「手荒れを防ぎ、手を清潔にすること」である。手を清潔にすることが使用目的である商品は自動ディスプレイセンサー(アルコール・液体石鹸)など存在しているが、固形石鹸を削り噴霧する機械は日本国内において流通していない。下記にそれぞれの商品と本商品の優位性や弱点を示す。

●自動アルコール・液体石鹸ディスプレイセンサー

・かき石鹸機の優位性：かき石鹸機は**体質年代問わず手への刺激が減るという点に優位性がある**。加えて、殺菌だけでなく汚れも落とすことができ、食前などのタイミングでは、本商品がより通している。

自動アルコール・液体石鹸ディスプレイセンサーのデメリットとして噴霧量の調整が困難であることが挙げられるが、本商品は手をかざす時間に応じて噴霧する石鹸の量を調整することが可能であることから、必要量の調整も容易である。

・かき石鹸機の弱点：自動アルコールディスプレイセンサーのみと比較すると、**かき石鹸機は場所が限られる**。現時点においては最後に水で洗い流す必要があるため、設置場所が限られる。揮発性の高いアルコールの使用に比べ、手が濡れるなど手乾きに欠ける。この点に関しては自動液体石鹸ディスプレイセンサーも同様であるが、改善に努めるポイントとも言える。

●ウェットティッシュ

・かき石鹸機の優位性：かき石鹸機の利用により**ごみ**の量が減る。ウェットティッシュは使用後廃棄する必要がある。またウェットティッシュは水分を含んでいることから、その使用後即座に廃棄したい要望が強いものであるが、状況次第では持ち帰る必要性も出てくる。

・かき石鹸機の弱点：**本商品は手乾さが少ない**。ウェットティッシュは持ち運ぶことができる、水で洗い流さなくていいという圧倒的な手乾さあり、場所が水道に限定される本商品はその点で劣る。

6. 事業実施上の問題点・リスク

外的要因によるリスクとして、新型コロナウイルスの流行が落ち着くことによる手洗いの意識低下が挙げられる。今後、数年のうちに手洗いの重要性に対する認識が低下する事態は想定しにくい、少なくともコロナ禍以前の水準まで手洗いの回数が低下した場合、需要はわずかに低下する可能性がある。

内的要因によるリスクとしては、機械の販売という事業の特性上、かかるコストは物品の製造及び材料費

の占める割合が大きく、在庫を抱えることが赤字に直結する。したがって製造量は売れ行き等を正確に分析し予測する必要がある。

顧客のある事業として、新しいものを利用しようとする際のユーザーの心理的ハードルが売れ上げ低迷のリスクにつながる。こうしたリスクを鑑みて、リース形式など良さをまづ知ってもらいための活動を積極的に行う必要がある。

7. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

固形石鹸を削る際、固形石鹸に含まれる油分が非常に目詰まりを起こしやすく、他の固形物を削ることに比べ（発想のもととなった米など）おろし金状の削り方で削ることは困難であった。そこで、様々な試作・試行の中で、商品として想定されるレベルの連続使用に最適な機構を常に模索し続けている。

こうした機構やデザイン、名称について現在実用新案や意匠登録出願などは行っていない。自身の化学系の学部学生であるというバックグラウンドを生かし、高分子化学を専門とする教員と連携することで粉末化した固形石鹸の再集積技術法を開発し、水場が不要な手洗い概念およびその装置の小型化を目指した開発を進めたいと考えている。

8. 事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

本商品は「コロナ禍における手荒れ人口の増加」という社会課題に端を発するものであることから、本商品の社会実装によりこうした課題解決が期待でき、手荒れに悩む人の数が減らせると考えている。

現在、手荒れには処方薬や乾燥を防ぐハンドクリームを利用した対処療法が一般的である。しかし、一度荒れた手肌が元に戻るのには時間がかかる。皮膚のターンオーバーは一般的に 28 日前後といわれており、乾燥や紫外線などの要因で長引くこともある。乾燥がひどくなり手湿疹の状態となっていれば更に日数を要する。手先は人間が最も頻繁に使用し、目にする。だからこそ清潔に保たなければならず手洗いは必要であり、そうした良く目につく場所が荒れていて傷だらけであることは、多くの女性の気分を暗くすることだろう。こうしたペインの大きさから、それを解決する今までにない商品の実装は急務である。

9. 売上・利益計画

(単位：千円)				
	第 1 段階 (現段階)	第 2 段階 (熊本県内での小規模周知活動)	第 3 段階 (九州内での周知活動)	第 4 段階 (全国での周知活動および家庭に おける販売)
(1) 獲得資金計	800	2,000	5,000	10,000
(2) 売上原価 (仕入金額等)	0	0	3,000	6,000
(3) 売上総利益 ((1) - (2))	0	0	2,000	4,000
(4) 販売費及び一般管理費				
人件費	0	0	0	
販売費	0	0	0	
一般管理費	800	2,000	1,000	1,500
(5) 営業利益 ((3) - (4))	0	0	1,000	2,500
(6) 営業外損益 (支払利息等)	0	0	0	0
(7) 経常利益 ((5) + (6))	0	0	1,000	2,500

- ※ 研究・開発にかかる経費は、一般管理費に計上してください。
- ※ 必要に応じて、表の科目等は変更してかまいません。
- 〔各経費の内訳、算出方法〕各経費に計上した内訳、その算出方法などを記入してください。

●獲得資金：クラウドファンディングや借入金に見込み売上額を加算

●売上原価：「かき石鹸機」一台当たりの機械製作費

●一般管理費：「かき石鹸機」試作外注費。研究開発費。

10. 資金計画

(単位：千円)			
必要資金	金額	使 途	資金調達方法
設備資金	0	-	自己資金
			金融機関借入
			親族等からの借入
運転資金	12,760	・「かき石鹸機」 試作外注費 ・材料費	クラウドファンディング
			その他
計	12,760		計
			12,760

11.別 紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

11. 全応募プラン概要

11. 全応募プラン概要（受付順）

- 分野： 1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイオテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理 5. 住宅 6. 災害支援
7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通
10. 人材・活用 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品 14. 加工・製造技術 15. 観光資源 17. その他
- 状況： 1. 机上で考えた段階 2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階 3. 既に起業済み 4. その他

受付 No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	学年	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査 進 出	最終審査 進 出
1	沖縄	16	4	沖縄国際大学	産業情報学部 産業情報学科	神谷 有	3年	—	SHOPPER	小規模経営の店舗の宣伝を目的とした動画投稿アプリを作成し、投稿したユーザーにも報酬が発生します。 報酬発生に一定のラインを設け、一つの広告募集から何人も広告動画を作成できる1対多の状態にすることで、ユーザー同士で競い合い、より質の良い広告動画を生み出すことができます。そして、アプリ内での広告募集の権利を小規模経営の企業さんに販売します。		
2	福岡	10	1	北九州工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	笛 凌太郎	専攻科2年	石川 風人 若本 憲吾	AR技術を活用したダイバー育成のための研磨手順表示システム	本事業では、画像処理やAR技術を用いて研磨手順を表示する新人ダイバー育成システムを提案し、ダイバーの負担軽減や人材育成時間の短縮を目的とする。現在、社会問題である労働人口の不足や熟練者のための研修手順表示システムとARグラスに搭載した研磨手順マニュアルを販売する収益モデルである。	○	NICT賞
3	福岡	8	2	北九州工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	岡部 唯人	専攻科2年	渡邉 陽向	病院内での歩行案内支援ロボット	2020年の新型コロナウイルスの流行による医療従事者の人材不足、休職や離職は大きな問題となっている。その改善策として医療現場のロボットの導入を考え、ロボットが可能な作業といった観点から「病院内での移動」に着目し、案内、サポートを行うビジネスである。私達は、ロボットの導入や開発、メンテナンスでこの事業での役割を担う。利益は、ロボット代+メンテナンス代を月単位で頂き、追加機能をオプション代として頂く。	○	優秀賞・九州電力グループ賞
4	熊本	7	1	熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	坂本 健太郎	3年	田中 雄大 古田 伶旺 黒川 紀香 三浦 純平	シュミゲット	新たな趣味を発見、体験したい人と、自分の趣味のノウハウを他人に提供したい人がマッチングできるプラットフォームを提供するサービス。新しい趣味を始めたい、適正把握のために体験だけしたい、子供にアクティビティを体験させたい、人に教えることで生きがいを得たい、そういった人々の需要を満たすことが目的。基本収益は、体験料からの手数料で、企業の広告での収益を見込む。		
5	宮崎	8,10,12	3	宮崎公立大学	人文学部 国際文化学科	森山 陸	2年	渡部 電弘 (宮崎大学地域資源創生学部2年)	ALLHOME	児童養護施設の職員の3年以内の離職率が49%という問題を、ALLHOMEという一つのビジョン特化型の求人プラットフォームで複数の児童養護施設を比較できるようにすることで解決する。それぞれの児童養護施設のビジョンに共感できる就職者を採用するサポートをし、結果的に施設で暮らす児童が過ごしやすい環境を作ることにつなげる。各児童養護施設法人からの求人掲載料と採用コンサルの2本柱で収益化をしていく。	○	優秀賞
6	長崎	10	1	佐世保工業高等専門学校	電子制御工学科	山口 紘正	5年	中村 麟太郎 樋口 開斗	これな〜んだ？	小学生以下の児童を持つ保護者に、子供が積極的に英語を学べるようなものを提供する。画像認識技術を活かして、身近な「もの」の写真を撮ると、英単語を知れるアプリ。加えて、塾等にかかる費用や送迎の手間を軽減する。広告収入、有料会員費、小学校などの団体が教育に用いる場合の使用料などで収益を得る。		
7	佐賀	11	2	佐賀大学大学院	理工学研究科 理工学専攻	小嶋 恒	修士2年	—	twelS	学生や教育関係者、研究者をはじめとする数式を扱うすべての人にWebアプリやモバイルアプリとして数式検索エンジンを提供することで、彼らが欲しい情報を容易に取得できるようにする。私が数学の課題で悩んだことがきっかけとなって開発した数式検索エンジンのプロトタイプを改良し、無料で提供する。広告収入によって収益を得る。	○	九州経済産業局長賞
8	宮崎	11,15	2	宮崎大学	地域資源創成学部 地域資源創成学科	山田 莉子	3年	家城 真志 松原 光弥	Oto Lavo.	旅をする全ての人を対象に、位置情報と音声情報を掛け合わせた観光をする上で役立つ情報を、このOto Lavo.を通して提供し、地域のこれまで潜在化していた土地や情報に価値を見出す。収益構造としては、音声広告収入に加えて、ある程度のユーザー数を確保することが出来た段階で、観光向けの飲食店を出店したい人に、観光客の行動情報を提供することで収入を得る。	○	
9	大分	10	2	立命館アジア太平洋大学	国際経営学部	伊藤 愛留	3年	湯川 雄斗	To the world	本サービスは、日本の小学生から大学生を対象に、世界中の遊びを活用し、APUの学生による多言語の言語教育を提供するサービスである。ステイホームの影響もあり、最初の遊びはオンラインゲームで英語を学べるサービスを展開する予定である。私たちは、言語を“勉強”ではなく自分が楽しむための“ツール”とする事で長期間の言語学習を実現させる。料金は9000円で月4回の月額制で提供予定。	○	優秀賞・J R九州グループ賞
10	福岡	7	2	筑紫女学園大学	現代社会学部	神田 陽風	3年	伊藤 悠 平田 莉乃 牧本 みなも 金原 早紀	Belle & Zen	女子大生から20代の女性都市部で、化粧直しやヘアセットなど気軽に休憩できるスペースを提供するビジネスである。商店街や空きビルに店舗を展開し、若者で商店街や空きビルを活性化すると同時に、女性限定にすることで女性特有の悩みを解消できる場にする。入場料やオプションで収益を得ていく。	○	
11	長崎	8,11	2	長崎県立大学	情報システム学部 情報セキュリティ学科	鬼塚 俊佑	2年	林元 圭太郎	3Dモデルを用いた医療支援	医療関係者、特に整形外科の医師の方々向けに、3DCTの画像から3Dモデルを作成し、3Dプリンターで印刷、配送する。また、その3Dモデルはサイトから確認することができる。このサービスで手術のシミュレーションがよりやり易くなるだけでなく、患者にとっても術前の説明が分かりやすくなり不安軽減に繋がる。医療従事者は1つあたり大ききに関わらず定額でモデルを手に入れることができる。また、月額制でWeb上から3Dモデルを操作することのできるサービスも提供する。	○	グランプリ・西部ガスグループ賞

- 分野： 1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイオテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理 5. 住宅 6. 災害支援
7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通
10. 人材・活用 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品 14. 加工・製造技術 15. 観光資源 17. その他
- 状況： 1. 机上で考えた段階 2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階 3. 既に起業済み 4. その他

受付 No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	学年	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査 進 出	最終審査 進 出
12	長崎	7	1	長崎県立大学	地域創造学部 実践経済学科	高井 崇章	3年	岩村 崇弘 下田 才人 田浦 拓真 陈 毅杰 堀 祐也	寺子nect	学生が中心となって、子ども向けに、お寺で子ども食堂を運営し、食事・食品・学習支援、食育支援、遊びなどのサービスを提供する。核家族の共働き世帯やひとり親世帯の子どもへの想いの場を増やすため、お寺をお借りし、食事を提供することで、社会問題となっている、孤食を減らす。そして、フードバンクや農家さんなどから、品質には問題なく捨ててしまう食材・食品をいただき、ご参加いただいた方々にお食事をご提供することで、近年増加する食品ロスを食い止めることにもつながる。収益は、ご参加いただく方から参加費をいただく。		
13	福岡	11,12	1	九州大学大学院	経済学府 産業マネジメント 専攻	鬼崎 美緒	1年	青谷 品紗 河野 高宏 前原 可林 吉田 旭	「Share Pick!」 シェアリングエコ ノミーサービスの 総合プラット フォーム事業	私たち「Share Pick!」は、メインターゲットを忙しいビジネスパーソンとし、月額360円の定額制で、スマートで使いやすいシェアエコサービスの比較総合サイト&アプリの運営を行う。また認知向上などに悩むサービス事業者のために、顧客情報分析を踏まえたコンサルティング事業を提供。 メインビジョンは「シェアをもっと、スマートに」	○	優秀賞 ・ ストライク 賞
14	長崎	2,4	1	佐世保 工業高等専門学校	電子制御工学科	井口 凌太郎	4年	清水 桓希 北島 祥平	IEEEプロジェクト ☞（アイク ワッドイープロ ジェクト）	・ 諫早湾の広大な貯水池に太陽光発電設備を設置し発電を行う。 ・ 電気を電力会社へ販売。 ・ 再生可能エネルギーを用いた電気を直接欲しがする企業への販売。 ・ 発電した余剰分の電気を利用した環境に優しい街づくりの実現。		
15	福岡	7,11	4	北九州市立大学	国際環境工学部 機械システム 工学科	山下 聖斗	4年	篠原 はな 小原 友誠 牛嶋 敦水 岩下 悠人	Kitakyu Pocket	なんらかの悩みを持っている人（依頼者）と、その悩みを解決できる人（解決者）をマッチングさせ、依頼者は悩みの解消、解決者は報酬を得られるシステムを持ったアプリ・サービスを展開します。どのような利用でも使いやすく、持続的な利用をしてもらえるような開発・運営を目指します。依頼者が解決者に報酬のうちの10%が本アプリ運営者の手数料収入になります。		
16	長崎	7	1	長崎大学	工学部工学科	新 智裕	1年	[長崎大] 古巣友豊 汐崎 翔 [長崎県立大] 寺田 拓真 [九州大] 松山 昌弘 [大分大] 出口 頌之	Surefire	心から信頼できる友達になりたいと思ってる方、会話が苦手な友達を作るのが難しいと感じている方に、友達を作る上で重要な要素である「自己表現」（ここでいう自己表現は自己紹介やその日にあった出来事を共有することを言いますよう）をすることのサポートをアプリを通して提供します。		
17	熊本	8,11	1	熊本大学大学院	自然科学教育部 土木建築学専攻	谷口 加奈子	修士 2 年	國吉 朝喜	ウェアラブルデバイスを用いた教育現場の可視化	学校や保護者に、子どもたちの精神状態を、ウェアラブルデバイスと日記アプリから把握し提供する。デバイスやアプリ、データの解析を民間企業や研究機関と共同で行い子どもたちの精神状態やその要因を把握する。これらのデバイスやアプリを学校に導入してもらい、データを提供することで、学校、保護者から収益を得る。		
18	長崎	8,11	2	長崎大学	医学部 医学科	松崎 雄也	4年	濃野 光 （医学部4年） 松島 良典 （歯学部4年）	歯学部生と研修病院のマッチングサービス	本事業は、歯学部生からなるコミュニティを構築し、本コミュニティを通じて、歯学部生に歯科初期研修病院と交流できるイベントやマッチング情報取得の機会を提供し、歯学部生および研修病院にとつて研修期間が有意義となるよう支援するビジネスである。収益は、研修病院に対する交流イベントへの参加費用、研修病院に対する歯学部生の紹介費用、コミュニティに対する広告等を想定している。	○	
19	福岡	4	2	筑紫女学園大学	現代社会学部	中尾 未来	3年	東谷 柚香子 小川 みのり 松尾 歩美 白谷 怜奈	Re paint （リペイント）	絵の具を使用する学生に、廃棄コスメを作り変えた絵の具を提供するビジネス。飽きて使わなくなってしまった化粧品や、消費期限を過ぎってしまった化粧品を捨てるのではなく、絵の具として作り変えることで“もったいない”を無くしたいと考える。 こういった絵の具をただユーザーへ届けるだけでなく、中学校や高校などの教育機関へ届けることで、環境教育の意識づくりの一環になる。		
20	熊本	7	2	熊本大学	工学部 材料応用化学科	五木 結愛	4年	勝田 陽介	かまくら	「手を洗う人類」に、「手洗いの新しい概念（固形石鹸を削る装置）」を「店頭およびネット」によって販売する。本事業においては、私は企画立案から販売までを総合的に統括する。収益は、商品のリース（ショッピングモールなどが対象）と販売（家庭が対象）の二形式によって得る。	○	優秀賞 ・ 西鉄 グループ賞 ・ 日本弁理士会 九州会会長 賞
21	大分	11,12	2	大分大学大学院	工学部 材料応用化学科	船越 雅	1年	—	公共インフラ持続化サービス	公共施設を対象に、各インフラ設備の管理に必要なデータの取得・蓄積・解析により、その設備の適切な寿命管理を提供し、信頼性向上と保守費用の削減を両立し、少子高齢化・コロナ後の時代の各インフラ設備の維持に貢献する。 本事業は、データ管理システムの開発とその運用・保守および解析サービスを受注して収益を得る。	○	
22	福岡	7	1	近畿大学	工学専攻 工学研究科 博士前期課程	今泉 智貴	3年	植本 陵介	温度調整アダプターとアプリ	寝る時と寝ている時（夜中）の温度差が気になる人に自動温度調節できる敷布団と調整できるアダプターとアプリを開発し販売する。それらの企画、販売、アプリ管理、広告を打つことを行う。 アプリ管理より、サブスク アダプター販売の利益		

- 分野： 1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイオテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理 5. 住宅 6. 災害支援
7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通
10. 人材・活用 11. 情報・通信(ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品 14. 加工・製造技術 15. 観光資源 17. その他
- 状況： 1. 机上で考えた段階 2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階 3. 既に起業済み 4. その他

受付 No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	学年	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査 進 出	最終審査 進 出
23	長崎	4,7	2	長崎大学	水産学部	山羽 香穂	3年	—	Kigae	Z世代をターゲットに定め月額500円、最大50点まで貸出可能で何度でも交換できる波佐見焼のシェアリングサービスを行う。波佐見には大量の余剰在庫やB級品などの欠陥品が眠っており、廃棄処分される器も少なくない。その余剰在庫などを利用してサービスを提供することでSNSなどによる批判を防ぎ、波佐見の企業を守る役割をもつ。		
24	熊本	7,11	1	熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	藤井 瑠	3年	原田 宏人 東濱 健太 好村 太一	携帯寺小屋	皆さんは「自分に最適な（出来るだけ安い）携帯料金のプランは何だろうか？」「月々の携帯料金を出来るだけ安くしたい」と考えたことはないだろうか。日本に存在する様々なキャリアの中から最も顧客に最適なプランを提案・提供するサービス。この携帯料金プラン見直し相談サービスは、携帯料金を抑えたいけれど情報収集をすることが難しいシニア層を始めとして、家計の出費を抑えたい主婦層や金銭的に余裕のない大学生など幅広い年代に向けて打ち出すことができるサービス。収益は、我々が起業する新規ベンチャー企業として法人での収益化を検討。		
25	熊本	7,10, 11, 12, 15	1	熊本大学大学院	自然科学教育部 機械数理工学専攻 博士前期課程	酒井 友里江	2年	小川 宇宙 森山 大生	Jack-box	移住を考えている人や新鮮な体験をしたい人たちを対象として、アプリを用いることで過疎化地域での体験を提供するビジネスである。本事業によって移住や旅行をする人の手助けとなり、さらに過疎化地域を盛り上げることにつながる。収入はSNSによる情報発信(Youtube活動)による広告収入、地域と連携したオンライン上による物販販売、顧客からの地域復興支援金(サービスはこちらで提供)を元に地域と細かく連携をとりながら行っていく。		
26	長崎	7,11, 15	1	長崎県立大学	経営学部 国際経営学科	古川 友稀	1年	—	名本格日帰りVR旅行	・現地へ旅行にいかずともその場（自宅等）で本格的な旅行体験や本場の料理を楽しむことができる ・移動時間を有効活用できる ・好きな時に始めて好きな時に終わることができる ・人と合わずに、旅行体験をすることができる ・連休休みが取れなくても、1日で、旅行体験できる。 ・サイトでプランを設け（2～3個）旅行バックなどを作成10000円～（旅行体験+本場の料理キット+お土産2～3個選択） ・VRゴーグル貸出2000円 ・旅行体験5000円 ・本場の料理キット2000-2500円 ・お土産600円～ ・料理キットやお土産などの売上は、その飲食店やお土産屋の売上とし、手数料の35%～40%を収益とする		
27	長崎	4,13	2	佐世保工業高等専門学校	物質工学科	古瀬 礼華	5年	平瀬 ともみ 石橋 すみれ 岩崎 愛友花 川嶋 日菜子	長崎つなぐっと。	「長崎を応援したい人」たちが帰省しなくても長崎を感じることができるよう長崎の魅力やギョギョッと集めた商品を長崎県内の企業の方と私たちが共同開発して販売していくビジネス。購入した人たちのお金が長崎県の自治体に回るようにふるさと納税に登録することで、よりこのビジネスを利用したいと考えてくれると思います。また、この商品開発は県内企業それぞれの悩みを解決し、かつ今までの作業工程で制作できるようにしていきます。こうすることで企業側の負担をできるだけ減らしたいと考えています。		
28	長崎	7,10, 11	1	佐世保工業高等専門学校	機械工学科	中島 明	3年	川島 彩花 泉 千優	あ。いであ	アプリ名「WANNABE」。ターゲットにアンケートに答えてもらいエニアグラム診断を行って、ジャンル分けしターゲット自身の興味のありそうな事項や、職業を提示し知ってもらうことでターゲットをサポートする。アプリ内で同じ夢を持つ学生同士と交流することでターゲットの不安を減らす。ターゲットと企業をアプリ内で結びつけ、就職活動にも繋げる。		
29	福岡	7,9, 13	1	近畿大学	産業理工学部 経営ビジネス学科	道辻 洋平	3年	杉村 俊哉 新田 湧平	自炊応援アプリ	大学生を主とした一人暮らしをする人に、料理を楽しみながら自炊スキルを身に付けられるよう、自炊の不便さを解消することを、スーパーマーケットを活用した「冷蔵庫の共有化」によって果たす。ひとり用に調整した食品を共有し、商圏をローカルにすることでコストを軽減、食材購入時の収益に加え、その窓口であるアプリの広告収入などから収入を得る。		
30	宮崎	10	2	宮崎大学	地域資源創成学部 地域資源創成学科	長友 萌花	3年	—	地域人材マッチングOKUReach	OKUReachは、個人や企業に対して、地域の「スキル持て余しおじさん・おばさん」をマッチングするビジネスである。低価格で、気軽に仕事を依頼でき、受注者の存在が近い、新しいクラウドソーシングだ。マッチングの際の手数料を収益とする。この事業で、社会が見違えていた資源がどんどん掘り起こされることが狙いであり、社会に伝えたいメッセージだ。	○	
31	大分	7,11	1	立命館アジア太平洋大学	国際経営学部 国際経営学科	木下 晴貴	1年	土橋 元 （桜美林大） 久米 翼	Cure	いじめなどの悩みを抱えている人たち（Injurer = インジューラー）に、悩みを解決するサービスを同じ境遇を持った人たちや、かつて同じ境遇にあった人たち（Curer = キュアラール）とマッチングさせることによって、提供していきたい。		
32	熊本	11	2	熊本大学	工学部 情報電気工学科	松野 仁志	3年	桐田 龍之介	CariC (キャラック)	美術アーティストが展覧会を開催する際に壁となる集客の面において、「作品制作しながら同時に広報活動に時間を割かねばならないことが苦痛」という課題を解決するビジネスである。それに対し私たちは、展覧会の広報、具体的にはDM（ダイレクトメッセージ）配布をより短時間かつ効果的にする代行サービスによって、アーティストの広報負担を軽くし作品制作により集中できる環境をつくりだす。収益はアーティストのサービス利用料で得る。		
33	宮崎	7,10, 11,12	1	宮崎大学	工学部 情報システム工学科	根本原 澁	2年	—	Programily	小中学校教育でプログラミングが必修となり、不安な親の方々に、プログラミング言語とともに子供との共感を、講師を一对一で双方向型遠隔授業を用いて提供する。私は受講する方への講師斡旋とパソコン紹介や緊急時の講師、講師への指導、日程調整を担当する。講師への給料と月謝の差額やパソコンの紹介料で収入を得る。	○ ※	

- 分野： 1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイオテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理 5. 住宅 6. 災害支援
7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通
10. 人材・活用 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品 14. 加工・製造技術 15. 観光資源 17. その他
- 状況： 1. 机上で考えた段階 2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階 3. 既に起業済み 4. その他

受付 No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	学年	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査 進 出	最終審査 進 出
34	福岡	11, 13, 16	1	九州大学	工学部 電気情報工学科	吉田 隼人	2年	吉田 哲哉	forza (フォルツァ、イ タリア語で「頑張 れ」)	Instagramを利用する一般の方と飲食店をマッチングするプラット フォームを開発・運営することで、コロナ禍で利用者が激減した飲食 店に対し、従来と比べ効率的かつ効果的な広告を出せるという価 値を提供するビジネス。飲食店から集めた広告費から、Instagramに 投稿した方への報酬または店への寄付金を差し引いた手数料が主な収 益となる。		
35	福岡	9	2	福岡大学	経済学部 産業経済学科	寺井 優樹乃	3年	鶴田 定士 若藤 さくら	物流事業	現在の中小物流倉庫の現状として、倉庫の現場社員でないとできず、 その社員が休んだら代わりの社員がいないという問題が挙げられる。 そこで本事業では、そんな凝り固まった考えから脱却できていないア ナログ企業に対して、“誰でも管理できる倉庫現場”に改善すること で、社員の雇用時間や空きスペースの有効活用ができるようになり企 業内利益に繋がると考える。	○	
36	宮崎	7,8	2	宮崎大学大学院	工学研究科	武元 佑樹	1年	清水 優成	COCONO SAUNA	20代から30代の男性をメインターゲットとした、月額課金で利用で きるサウナを創り、サウナを通じたコミュニケーションやヘルスケア の場を提供する。このビジネスは直営店舗またはフランチャイズ店舗 で運営し、顧客のサービス利用料とフランチャイザーからのロイヤリ ティで収益を得る。	○	
37	福岡	7,8, 10,12	1	西南学院大学	人間科学部 社会福祉学科	小野山 哲子	3年	渡辺 知音 松藤 蓮 (九州大学経 済学部経済工 学科)	ポケマネ	予定管理に困難を抱える人に、予定管理のサポートサービス(予定を スケジュールに入力する段階のサポート)を、既存のSNSやスケ ジュールアプリ、電話などを使用して、事前面談でお客様の抱えてい る困りごとに応じて内容をカスタマイズし、提供する。 スケジュ ール管理能力が原因となって生きづらさを抱える人の課題を軽減し、よ りその人の価値を発見・発揮できるようにする役割を果たす。月々課 金によって収益を獲得する。		
38	長崎	6	1	佐世保 工業高等専門学校	機械工学科	森田 羽南	3年	大久保 美咲	家庭用防災無線受 信機	私達が提案するプランは、各自治体が購入した「CLIP」を主に高齢者 だけで暮らされている世帯に配布して使っていただくことで、自然災 害発生時のスムーズな救助・避難に役立てよう、というものです。収 益としては、CLIPの売上と連携アプリの広告収入を考えております。 このシステムが広まることで災害による被害者数を減らすことができ ると考えます。		
39	福岡	6	4	日本経済大学	福岡キャンパス 経営学部経営学科	桜井 杏莉	2年	—	ドッグカフェ1店 舗目の開業予定 (糸島市内) — 全国47店舗展開 に向けて！—	コロナ禍で飼育数が伸びている犬の飼い主や、大好きの方々（福岡市&糸島市 近辺）に、犬の管理栄養士の資格を持つ当社代表の考案した、高品質&インス タ映えメニューの「ドッグカフェ」と、至れり尽くせりの「ドッグラン」を提 供します。生み出した利益の10~20%を毎年、NPO等の「保護犬」活動への 寄付に充てることで、持続可能な殺処分防止活動につなげます。1店舗目の オープンに向けた事業計画をすでに進めており、11月には糸島市内にオー プン予定です。ここから第一歩を踏み出し、「全国47店舗」を目指します！	○	
40	福岡	4,11	2	立命館アジア 太平洋大学	国際経営学部 国際経営学科	田畑 春樹	3年	FARUK Abdullah Al	MyEarth	我々はアプリ内でポイントを貯め、それを使って環境保護アクション (植林やサンゴ礁再生等)を行えるモバイルアプリをバングラデシュ のエンジニアと共に開発します。企業からの広告費や各種データ売却 でマネタイズを行います。上記の仕組みを通じてサステナビリティに 関心のある全ての人に地球を再生する力を提供します。	○	
41	福岡	13	1	日本経済大学	福岡キャンパス 経営学部経営学科	関 健成	4年	—	未利用魚・未利用 野菜を飲食店に 「リスク0」で提 供	漁業や農業では「未利用魚」や「未利用野菜」の廃棄が問題になって います。そこで、これらの未利用品を飲食店で有効活用できるよう、 商工会等のネットワークを通じてマッチングを行い、居酒屋などに提 供していきます。		
42	長崎	7,15	2	長崎県立大学	経営学部 国際経営学科	高橋 百子	4年	大城 美乃 宮崎 彩歌 吉澤 和佳奈	長崎よかシャツ	長崎県民に「よかシャツ」を販売する。このビジネスは夏のクールビ ズを促進するだけでなく、県内生産、長崎らしさを出したデザインに こだわりの地方創生も行うものだ。地方の縫製業は少子高齢化による学 生服需要、海外生産委託による生産減少で衰退している。このビジネ スを通じて地方縫製業に売り上げを促す。そして、雇用の維持・拡大 を目指す。		
43	大分	11,15	1	大分大学	経済学部	臼井 拓朗	1年	—	trip network	旅行に意欲はあるが、手配や準備などの問題から行けていない人達が 一定層いることが分かりました。そういった方々の旅行の事前段階で の問題をネットを駆使して解決することで、新規観光客を迎え入れた いです。収益は、「交通企業等からの広告費」、「旅行道具を宣伝す るアフィリエイト」「内課金」「企業に対して旅行の傾向を提供」で す。		
44	長崎	4,8, 9,12	1	長崎大学	薬学部薬学科	李 明恩	4年	—	地域薬局同士の医 薬品不動産在庫二 次流通システム「ヤ クカリ」	「ヤクカリ」は近くの(6-10km以内)薬局同士、要らなくなった医薬 品在庫を販売するマーケットプレイスを、ウェブ・アプリで提供する ビジネスである。販売手数料が基本的な収益であり、マーケットプレ イスをフックビジネスとして、薬剤師プラットフォームを作り、メー カー、人材会社から情報共有、広告掲載を通して利益を取る。	○	九州経済 連合会長 賞・ F F G賞

- 分野： 1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイオテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理 5. 住宅 6. 災害支援
7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通
10. 人材・活用 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品 14. 加工・製造技術 15. 観光資源 17. その他
- 状況： 1. 机上で考えた段階 2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階 3. 既に起業済み 4. その他

受付 No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	学年	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査 進 出	最終審査 進 出
45	熊本	10,15	1	熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	松本 泰祐	3年	岡崎 圭汰 小田 廉乃典 中原 智葉 中原 瑞紀	Free Guide!	外国人観光客向けに、日本を案内するガイド（学生）を紹介するビジネスです。我々がこのビジネスで果たす役割は「ガイドを必要とする外国人観光客と言語を学びたいガイドをマッチングし、観光をより楽しんでもらう」というものです。また、我々は広告収入によって収益を得ようと考えています。		
46	鹿児島	4	4	鹿児島大学大学院	理工学研究科 情報システム工学 専攻	村上 将太郎	1年	水口 竜一 (東北大)	ライブビジネスにおける使い捨てプラスチックグッズのリユース事業	事務所・運営（企業）に対して環境に優しいグッズ販売やその手段を通じてサーキュラーエコノミーを実現するビジネス。初期はペンライトを中心とし不要グッズの回収・リユースをし企業へグッズを売り戻しを行う。中長期では、自社開発した再生可能なグッズの制作・販売を行い、従来のものと置き換えていく。主にグッズの販売とこれらのESG取り組みのサポートで各企業のCSV(CSR)予算から収益を得る。	○	
47	大分	13	2	立命館アジア太平洋大学	アジア太平洋学部	若林 快卓	2年	東 麻起 吉丸新之助 (立命館大理工学部)	モリノエビ	若い世代に食べやすい昆虫食を提供し、昆虫食にふれるきっかけを提供するとともに食事を必要とする世界の人々に広める。	○	
48	大分	12	3	大分大学	経済学部 経営システム学科	寺本 聖	4年	—	コンセプト型シェアハウス	起業を志すZ世代（若者）を支援するコミュニティを作るべく、シェアハウスとコワーキングスペースを提供する。利用者は施設の利用に限らず、起業支援やセミナーを受けられる。施設は廃旅館を活用する。運営者は施設オーナーに使用料を支払い、付加価値を加えた起業コミュニティを利用者に提供し、マージンが売上となる。このプロジェクトを通じて、若者の起業が促進され大分やその他地方が盛り上がる社会を目指す。	○	
49	長崎	4,7,9	1	長崎県立大学	地域創造学部 実践経済学科	峯 啓太	3年	前 美咲 丸山 玲志 宮古 莉寧 宮崎 紗良 森 遼加	県大！なんでも鑑定団	県立大学生の家にある使わないものを買い取り、それらの販売を代行するサービスである。今回のビジネスでは、不要物を再利用することでの環境保全、県立大学生の生活の質の向上を図ることができる。買い取り依頼者から買い取った値段と売値の差額、販売イベントでのサービスで利益を得る。		
50	福岡	7	2	筑紫女学園大学	現代社会学部 現代社会学科	帆足 有香	3年	保田 萌生 有吉 桃花 栗山 児瑠 峰田 楓	天使のお便り	本プランは、「必要最小限の量で自分に合った複数種類のナプキンを使い分けたい」「お店でナプキンを買うことに抵抗がある」「ナプキンの購入・持ち歩くのを忘れてしまう」等の、生理用品の使用や購入に関する課題を解決するための生理用品の月額制販売ビジネスである。生理用品を仕入れ、私たちを通してユーザーへ定期便で届けるサービスであり、月額利用料から収益を得る EC 事業となっている。	○	優秀賞
51	大分	7,8,11	1	大分大学	理工学部 創成工学科	松下 涼音	1年	—	被介護者を見守り気持ちを伝えるぬいぐるみ ココロ	高齢者と周囲の人に意思表示ツール ココロと連動した情報共有アプリ ココロログを提供する。これにより、施設職員や家族との感情も含めた情報の共有を円滑にする。介護者の負担・ストレスを軽減すると共に、被介護者が心も体もより豊かな生活を送れるようにサポートする。ぬいぐるみ購入費用、アプリ利用料、オプション利用料により収益を得る。	○	
52	福岡	8	4	九州国際大学	現代ビジネス学部 地域経済学科	金氏 祐貴	4年	—	スポーツイノベーションIL-6	大学研究者や大手企業と連携し、タンパク質抗体検査キットによって、スポーツ傷害因子の多くを占めるタンパク質IL-6の体内の量を調べ、適正運動量、トレーニング・ストレッチ方法、食事・腸内細菌管理による「ケガをしないうオーダーメイド型肉体管理プログラム」を、プロ選手を諦めた私が中高大・プロスポーツ選手へ販売していく。	○	
53	福岡	1,8,11	2	九州産業大学	商学部 経営管理学科	犬丸 秀斗	3年	江副 雅文	Nekonote	全盲の方がネット注文サービスをストレスなく使えるようになるデバイスとシステムを開発し、それらをデリバリーサービスやEC サイトなどを運営する会社に販売し、日本の30 万人以上の全盲の視覚障がい者の方がネット注文サービスを快適に使える世界を作り、その農法を防災に転用し、全盲の方が安心して過ごせる社会を作りたい。	○	
54	長崎	4,5,7,8,12,16	1	佐世保工業高等専門学校	電気電子工学科	田中 陽樹	2年	西 皓成	Beyond Nagasaki	常にネズミ被害に対する安全が必要な飲食店や食品工場、病院にネズミ被害に対する安全保証をネズミの行動をリアルタイムで観察できる機器を使って提供する。常にネズミ被害に対する安全が必要な工場、飲食店、医療施設(病院を想定)にネズミをリアルタイムで監視するモニタリングサービスを提供して収益を得る。ビジネスの全国展開時には、駆除業者に対してシステムのフランチャイズを行う。	○	

※No.33は、都合により2次審査出場辞退

第21回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト募集要項

エ ン ト リ ー	■募集対象者	起業を目指す、または既に起業している九州内の専門学校、高専、短大、大学の学生・大学院生・研究者等（留学生を含みます）
	■募集テーマ	大学・高専等の技術シーズを活用した事業、社会課題の解決や日常生活の周りにおけるアイデアをヒントにした事業、食や農業、観光など九州の特色を活かした事業など。事業実施エリアは、国内・海外を問いません。 アイデアに留まらず、事業性や具体性のあるビジネスプランを募集します。 [例] ① 新技術、環境保全（リサイクル、リユース等）、新エネルギー・省エネルギー、バイオテクノロジー、産業廃棄物処理、住宅、災害支援などの技術分野 ② 生活文化・生活支援、新サービス・アミューズメント、福祉、物流・流通、人材・教育、ビジネス支援、ソーシャルビジネスを含むニュービジネス分野（高齢化社会に対応した介護システム、生活便利サービス、シルバー人材の活用、流通の効率化等に関するプラン等） ③ 食品・農林水産品、加工・製造技術、観光資源など九州が持つ強みや特徴を活用し、組み合わせて展開するビジネス分野（機能性食品の開発・製造、外国人観光客の誘致、地域資源・農商工連携に関するプラン等）
	■募集期間	2021年7月12日(月) ～ 9月24日(金)
	■応募用紙	コンテストのホームページ (https://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/) からダウンロード。または、事務局までお問い合わせください。
	■提出先	九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会事務局<(一社)九州ニュービジネス協議会内> (daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp)へ電子メールで送信してください。
	■応募の留意点	① 特許権などの知的所有権に関しては、応募者に帰属しますので、各自で法的保護をしてください。他人の知的所有権を侵害しないでください。著作権等に関して問題が生じた場合は、応募者の責任となります。 ② 応募書類、データ等は、返却しません。 ③ 応募提案に関して媒体（新聞、雑誌、情報誌など）への掲載は、主催者の責任で行います。 ④ 審査内容については、公表しません。 ⑤ プランの応募及び発表は、日本語で行ってください。
	「3分動画」 審査について	▶ 昨年度に引き続き、提案事業プランを説明・PRする「3分動画」を2次審査から使用する予定です。動画の内容は自由（法律の範囲内）です。2次審査進出の皆様には、事前に「3分動画」を作成・提出いただきますので、お早めにご準備ください。

1次審査	書類選考（10月下旬 予定）	■ 審査委員 審査委員は、ベンチャーサポート企業や、第一線で活躍中の企業経営者等に委嘱。																												
2次審査	1次審査で選ばれた応募者は、2次審査前に「3分動画」を作成・提出（11月初）。審査会（11月6日(土)予定）で、最終選考プランを決定。※ リモート審査を予定。	■ 審査項目 ①新規性、革新性、優位性 ②実現可能性・市場性 ③表現力 ▶ NICT賞について 総務省・国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）から派遣された審査委員（メンター）が当該機構の基準により選出します。																												
コンテスト (最終審査)	2次審査からブラッシュアップした「3分動画」を作成・提出（12月上旬締切予定）。当日は、一般公開でのプレゼンテーションを行い、審査委員会により各賞を決定。 <table border="1"> <tr> <td>● 日 時</td> <td colspan="3">2021年12月18日（土）</td> </tr> <tr> <td>● 会 場</td> <td colspan="3">ももち浜SRPホール（福岡市早良区）※ 予定 【全国大会 進出賞】</td> </tr> <tr> <td>● 各 賞</td> <td>グランプリ</td> <td>【副賞30万円】</td> <td>1点 ☆</td> </tr> <tr> <td></td> <td>九州経済産業局長賞</td> <td>【副賞10万円】</td> <td>1点</td> </tr> <tr> <td></td> <td>九州経済連合会長賞</td> <td>【副賞 8万円】</td> <td>1点</td> </tr> <tr> <td></td> <td>優秀賞</td> <td>【副賞 5万円】</td> <td>数点</td> </tr> <tr> <td></td> <td>NICT賞</td> <td>【起業家甲子園挑戦権】</td> <td>1点 ☆</td> </tr> </table> ※ 例年と異なる開催方法になる場合があります。 発表者については、コンテスト参加に交通費が発生する場合は、その一部を支給します。	● 日 時	2021年12月18日（土）			● 会 場	ももち浜SRPホール（福岡市早良区）※ 予定 【全国大会 進出賞】			● 各 賞	グランプリ	【副賞30万円】	1点 ☆		九州経済産業局長賞	【副賞10万円】	1点		九州経済連合会長賞	【副賞 8万円】	1点		優秀賞	【副賞 5万円】	数点		NICT賞	【起業家甲子園挑戦権】	1点 ☆	
● 日 時	2021年12月18日（土）																													
● 会 場	ももち浜SRPホール（福岡市早良区）※ 予定 【全国大会 進出賞】																													
● 各 賞	グランプリ	【副賞30万円】	1点 ☆																											
	九州経済産業局長賞	【副賞10万円】	1点																											
	九州経済連合会長賞	【副賞 8万円】	1点																											
	優秀賞	【副賞 5万円】	数点																											
	NICT賞	【起業家甲子園挑戦権】	1点 ☆																											

全国大会への2つの道	2019年度から、全国大会への道が拡大しました！ 「グランプリ」受賞プランは「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」へ出場！ 「NICT賞」受賞プランは「起業家甲子園（全国大会）」挑戦権獲得！
--------------------------	--

📌 今年も開催！「ビジネスプラン作成講座」 昨年好評いただいた「ビジネスプラン作成講座」を今年もWebで開催します。ビジネスプランの作り方やアドバイス、コンテスト経験者による座談会・質疑応答などを予定しています。応募方法など詳しくは、ホームページで発表します。	開催日 2021年9月2日(木)	大学発VBPC	検索
---	--------------------------------	-----------------------	------------------

【お問い合わせ・ご応募先】 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 実行委員会事務局（九州ニュービジネス協議会内） 〒814-0001 福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル 5F TEL 092-833-3097 FAX 092-833-3088 E-mail ▶ daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp URL ▶ https://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/
--

■主 催 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会 (経済産業省 九州経済産業局、福岡県、福岡市、九州経済連合会、中小企業基盤整備機構九州本部、日刊工業新聞社西部支社、九州オープンイノベーションセンター、九州ニュービジネス協議会) ■共 催 九州・大学発ベンチャー振興会議 ■後 援 [第20回(前回)実績] 佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、西日本新聞社、佐賀新聞社、長崎新聞社、熊本日日新聞社、大分合同新聞社、宮崎日日新聞社、南日本新聞社、日本弁理士会九州会 ■事務局 (一社)九州ニュービジネス協議会	リサイクル選性(A) この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。
--	---

第21回 九州・大学発ベンチャー・ ビジネスプランコンテスト ビジネスプラン作成講座

受講者
募集!!

今年も「第21回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」に向けたビジネスプラン作成講座を開催します。昨年度に続き、今回もZoomによるリモートセミナー形式です。昨年度から採用の「3分動画」作成のポイントなども、新たに解説予定です。コンテスト応募予定の方だけでなく、まずは講座だけでも受講してみようという方など、お気軽にお申込みください。数多くのみなさんのエントリーをお待ちしています。

1. 事業計画作成のポイント解説

【講師】独立行政法人 中小企業基盤整備機構 九州本部
中小企業アドバイザー 佐々木 茂 氏
(株式会社ジャンクション 代表取締役)

ビジネスプランのつくり方、マーケティングや売上、利益計画の立て方など、事業計画・起業をするための基礎知識を学びます。起業に関する学生の皆さんの疑問にお答えします。ビジネスプランを自ら考え、形にしていくなかで楽しさに気づくチャンスです。



2. 経験者は語る ～ 2020年度 コンテスト各賞受賞者による座談会 ～



【お話しいただく受賞者】

- ・西迫 政人 さん (宮崎大)
- ・原 久乃 さん (大分大)
- ・藤島 旺志 さん・今西 美希 さん (宮崎大・宮崎公立大)
- ・磯村 直矢 さん (有明高専)

昨年度(2020年度)のコンテストにおいて、グランプリ、九州経済産業局長賞、九州経済連合会長賞、NICT賞を受賞された皆様の経験談をお話しいただきます。質疑・応答の時間も設ける予定です。実際に取り組んだ苦労話等、コンテスト経験者のナマの声を聴けるチャンスです。

開催日時

2021年 9月 2日(木) 15:00 ~ 17:30 ※予定

開催方法

Zoomによるリモート開催 ※パソコンからご参加ください

▶ 福岡市スタートアップ支援施設「Fukuoka Growth Next」より配信

応募方法

コンテスト専用E-mailに応募フォームを送信

▶ 応募フォーム : コンテスト専用ホームページ「新着情報」からダウンロード

<https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>

▶ 応募先E-mail : daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

応募締切

2021年 8月 29 日(日) 到着分まで (応募者には、開催前日までに招待メールをお送りします)

■ お問い合わせ・お申込み

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会事務局
((一社)九州ニュービジネス協議会 内)

TEL092-833-3097 FAX092-833-3088 E-mail : daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

《 コンテストホームページ 》 <https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>

大学発VBPC

検索



経済産業省
九州経済産業局



福岡県



福岡市



一般社団法人
九州経済連合会



Be a Great Small!
中小機構



日刊工業新聞社



KOIC



九州NBC

九州最大級の学生ビジコン

第21回

入場無料

大学発VBPC 検索

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト

観覧者募集

※ 入場者数限定

ファイナリスト(出場者)



九州大学大学院

代表 鬼崎 美緒さん



筑紫女学国大学

代表 帆足 有香さん



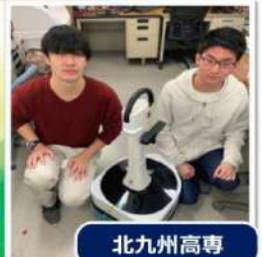
北九州高専

代表 笛 凌太郎さん



立命館アジア太平洋大学

代表 伊藤 愛留さん



北九州高専

代表 岡部 唯人さん



熊本大学

代表 五木 結愛さん



佐賀大学大学院

代表 小嶋 恒さん



長崎大学

代表 李明恩さん



長崎県立大学

代表 鬼塚 俊佑さん



宮崎公立大学

代表 森山 陸さん

九州のチカラ ここに集結!!

日本一奪還をめざして!!

全国への切符《グランプリ》をかけて激戦を勝ち抜いた10チームが競います!

開催日時

2021年12月18日(土) 13:00~18:50 (交流会含む)

会場

ももち浜SRPホール
福岡市早良区百道浜2丁目1-22 福岡SRPセンタービル2F

基調講演 地方・地域・暮らしからアプローチする事業機会と成長機会

つちや ゆう
土屋 有氏



国立大学法人 宮崎大学 地域資源創成学部 准教授
宮崎・学生ビジネスプランコンテスト統括

1980年宮崎出身。大学在学中にベンチャー企業取締役となり上場。その後、医療・介護ベンチャー起業(売却)、面白法人カヤック事業部長、株式会社アラタナ(現 株式会社ZOZO、株式会社ZOZOテクノロジー)取締役を経て、宮崎大学の教員に。宮崎大学では「宮崎・学生ビジネスプランコンテスト」及び関連するプログラムを企画・運営し、現在統括として取り組む。

国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部 准教授 (2021~)
多摩大学大学院経営情報学研究所 客員教授 (2014~)
国立大学法人長崎大学
FFGアントレプレナーシップセンター 非常勤講師 (2020~)
株式会社ミライラボ 取締役 (2019~)
Community Nurse Company株式会社 取締役 (2020~)
株式会社油津応援団 取締役 (2020~)
株式会社Smolt 取締役 (2020~)
MRTラジオ パーソナリティ (2021~)

応募総数 九州・沖縄 22校・54チーム

激戦を勝ち抜いた学生たちが、熱きビジネスプランをプレゼン。グランプリを目指します。ぜひご来場ください!

観覧応募方法 など、詳しくは裏面 もしくはホームページをご覧ください。(応募締切/12月16日(木)17時)

コンテストホームページ 大学発VBPC で検索
<https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>



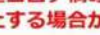
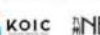
▶ YouTube でもライブ配信
(12:55頃~)

配信用QRコード



主催

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会



新型コロナウイルスの状況により、入場制限や観覧受付を中止する場合があります。予めご了承ください。

「第21回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」(最終審査会)観覧者募集

応募総数22校・54チーム、今年21回目を迎える九州最大級の学生ビジネスプランコンテストです。第1次審査[書類審査]、第2次審査[3分動画審査]の激戦を勝ち抜いた9校・10チームの学生のみなさんがプレゼンテーションを行い、全国への切符をかけ競います。グランプリ受賞者は、年明け開催の全国大会「キャンパスベンチャーグランプリ」(主催:日刊工業新聞社)に九州代表として出場。これまでこの大会の最優秀賞(大賞/大臣賞)を九州から多数輩出しています。また「NICT賞」受賞者は「起業家甲子園(全国大会)」(主催:総務省・国立研究開発法人情報通信研究機構/NICT)挑戦権を獲得します。こちらでも2019年度の連携開始以来、優秀な成績を収めています。今年度は、コンテスト初の「協賛企業特別賞」も新設します。ぜひ皆様の応援をお待ちしています。

■開催日時 2021年12月18日(土) 13:00~18:50 (交流を含む)

■会場 ももち浜SRPホール(福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル2階)

■コンテスト (1)【第1部】 開会式・プレゼンテーション 13:00 ~ 16:05

・主催者挨拶 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 実行委員長 貴 正義

(一般社団法人九州ニュービジネス協議会 会長・九州電力㈱ 相談役)

・プレゼンテーション(発表順)



大学発VBPC

検索

発表時間	学校名	学部・学科	代表者名	事業名
13:15 ~ 13:28	北九州高専	生産デザイン工学専攻	笛 凌太郎	AR技術を活用したダイバー育成のための 研修手順表示システム
13:30 ~ 13:43	長崎大学	薬学部薬学科	李 明恩	地域薬局同士の医薬品不動態二次流通システム 「ヤクカリ」
13:45 ~ 13:58	九州大学大学院	経済学府 産業マネジメント専攻	鬼崎 美緒	「Share Pick!」シェアリングエコノミーサービスの 比較総合サイト&アプリ運営事業
14:00 ~ 14:13	北九州高専	生産デザイン工学専攻	岡部 唯人	病院内での歩行案内支援ロボット
14:15 ~ 14:28	宮崎公立大学	人文学部国際文化学科	森山 陸	ALLHOME
14:28 ~ 14:40	休 憩			
14:40 ~ 14:53	筑紫女学国大学	現代社会学部 現代社会学科	帆足 有香	天使のお便り
14:55 ~ 15:08	立命館アジア 太平洋大学	国際経営学部	伊藤 愛留	To the world
15:10 ~ 15:23	熊本大学	工学部 材料応用化学科	五木 結愛	かまくら
15:25 ~ 15:38	佐賀大学大学院	理工学研究科 理工学専攻	小崎 恒	twelS
15:40 ~ 15:53	長崎県立大学	情報システム学部 情報セキュリティ学科	鬼塚 俊佑	3Dモデルを用いた医療支援

(2)【第2部】 基調講演 地方・地域・暮らしからアプローチする事業機会と成長機会 16:05 ~ 16:55

～ 宮崎で取り組む学生起業支援 ～

《講師》 国立大学法人 宮崎大学 准教授・宮崎・学生ビジネスプランコンテスト統括

つちや ゆう
土屋 有氏

(3)【第3部】 表彰式

17:05 ~ 17:50

《表彰》 グランプリ(1件・副賞30万円)、九州経済産業局長賞(1件・副賞10万円)、九州経済連合会長賞(1件・副賞8万円)、
優秀賞(副賞5万円)、NICT賞(「起業家甲子園」挑戦権)、協賛企業特別賞【新設】

■交流会 18:00 ~ 18:50 参加学生、審査委員、企業関係者などとの交流会 ※新型コロナウイルスの状況により中止の場合あり

【主催】九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

経済産業省 九州経済産業局、福岡県、福岡市、(一社)九州経済連合会、(独)中小企業基盤整備機構九州本部、
日刊工業新聞社西部支社、(一財)九州オープンイノベーションセンター、(一社)九州ニュービジネス協議会

【共催】九州・大学発ベンチャー振興会議

【協賛】九州電力㈱、㈱QNet、㈱ストライク、㈱西日本シティ銀行、西日本プラント工業㈱、㈱福岡銀行、㈱アピカル、EY新日本有限責任監査法人、WASHハウス㈱、
SGインキュベーター㈱、㈱FFGベンチャービジネスパートナーズ、㈱延寿館、㈱大分銀行、学校法人龍谷大学 崇城大学、九州高圧コンクリート工業㈱、九州旅客鉄道㈱、
九鉄工業㈱、九電産業㈱、㈱九南、税理士法人くまど会計事務所、古賀マネージメント総研㈱、西部ガスホールディングス㈱、㈱坂本石灰工業所、三和酒類㈱、
㈱シオクラスター、㈱テクノホールディングス、有限責任監査法人トーマツ、㈱豊川設計事務所、西日本鉄道㈱、日本ゼオライト㈱、㈱博運社、㈱はせがわ、
PwCあらた有限責任監査法人、廣田商事㈱、㈱フラウ、㈱Branches、レイナ㈱、㈱ワールドホールディングス、㈱九電工、㈱シティアスコム、㈱華斗、
福岡ひびき信用金庫、㈱宮崎銀行、㈱やずや、㈱池田工業、九州自動車リース㈱、㈱筑邦銀行、大阪中小企業投資育成㈱、㈱コーホー部、㈱佐世保玉屋、
㈱サニクリーン九州、如水監査法人、如水税理士法人 けやき通り会計事務所、白垣木材㈱、㈱ディアマインド、㈱七尾製菓、㈱日商保、㈱風月堂、㈱福岡商店、
㈱ふくや、まごころM&Aパートナーズ㈱、米良電機産業㈱(順不同)

【協力】㈱FFGベンチャーパートナーズ、QBキャピタルLLC、ジャフコグループ㈱、㈱電通九州、㈱ドーガン・ベータ、㈱日本政策金融公庫、㈱岡田国際特許事務所

【後援】佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、

西日本新聞社、佐賀新聞社、長崎新聞社、熊本日日新聞社、大分合同新聞社、宮崎日日新聞社、南日本新聞社、日本弁護士九州会

▶ YouTube ライブ配信

コンテストの模様を配信します。会場にお越しになれない皆様ぜひご覧ください。QRコード ▶
<https://youtu.be/D1oBDC7UKW>



「第21回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」(最終審査会)観覧申込書

本申込書を実行委員会事務局へFAX または E-mailで送付いただくか、ホームページ・申込フォームよりお申込みください。

▶ 実行委員会事務局((一社)九州ニュービジネス協議会内) TEL(092)833-3097 FAX(092)833-3088 E-mail: daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

▶ ホームページ: <https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/> ▶ 申込フォーム: <https://qshu-nbc.or.jp/event/> → 申込QR



締切 12月 16日 17時	企業・団体名					〔ご案内〕 新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ご応募が多い場合 などに、応募締切の前倒しや入場制限を行うことが あります。予めご了承ください。		
	ご住所							
	傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
					E-mail			
	傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
					E-mail			
	傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
					E-mail			

13. 実行委員会について

国や地方自治体、行政団体、民間団体、マスコミと広範な機関で構成し、コンテストを円滑かつ効果的に実施するために組織しています。プランの募集活動やビジネスプラン作成講座、審査会の実施などの支援、コンテストの企画・運営を行いました。

1. 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会 名簿（敬称略・順不同）

委員会役職	氏 名	所属企業・団体名	各団体役職
実行委員長	貫 正義	（一社）九州ニュービジネス協議会	会長（九州電力㈱相談役）
副委員長	石堂 隆史	日刊工業新聞社西部支社	支社長
委 員	平田 実	経済産業省 九州経済産業局 地域経済部	産業技術革新課長
委 員	苗井 章紀	福岡県 商工部	新事業支援課長
委 員	田中 顕治	福岡市 経済観光文化局 創業・立地推進部	創業支援課長
委 員	辻 佳博	（独）中小企業基盤整備機構九州本部	企業支援部企業支援課長
委 員	山田 真治	（一財）九州オープンイノベーションセンター	常務理事
委 員	箴島 修三	（一社）九州経済連合会	産業振興部長
委員・事務局長	平本 俊一	（一社）九州ニュービジネス協議会	専務理事・事務局長

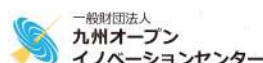
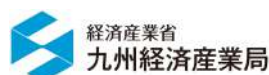
2. 運営部会（敬称略・順不同）

お名前	所属企業・団体名	役 職
石堂 隆史	日刊工業新聞社西部支社	支社長
廣木 竜彦	〃	企画営業部 副部長
原口 敦子	経済産業省 九州経済産業局 地域経済部	産業技術革新課 課長補佐
齊田 光史	〃	産業技術革新課 係長
山岸 勇太	福岡県 商工部	新事業支援課 事務主査
佐藤 由梨	〃	〃 主事
松尾 彩佳	福岡市 経済観光文化局 創業・立地推進部	創業支援課 係長
池谷 雅史	〃	創業支援課
三棹 浅黄	（独）中小企業基盤整備機構九州本部	企業支援課 課長代理
藤村 夏槻	〃	企業支援課 主任
石川 裕喜	（一財）九州オープンイノベーションセンター	イノベーション推進部 部長
木原 秀美	〃	イノベーション推進部 部長
箴島 修三	（一社）九州経済連合会	産業振興部長
嶋田 哲郎	〃	参事
柴田 和明	（一社）九州ニュービジネス協議会	事務局次長

3. 実行委員会事務局

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会 事務局

所在地：福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル5F （一社）九州ニュービジネス協議会内
TEL：092-833-3097 FAX：092-833-3088 E-mail：daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

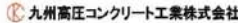
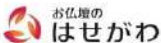
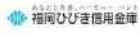


助成団体



一般財団法人 **九州オープン
イノベーションセンター**

協賛・協力

 九州電力 ずっと先まで、明るくしたい。		 福岡銀行	 西日本シティ銀行			
		 FFGベンチャービジネスパートナーズ	 JR九州	Koga Management Institute		
			 株式会社ブランチェス	 Building a better working world		
			 SGインキュベート株式会社	 SAN THERM		
 大分銀行	 崇城大学 SOJO UNIVERSITY	 九州高圧コンクリート工業株式会社	 九鉄工業株式会社	 九電産業株式会社		
 株式会社 九南	 税理士法人 くまで会計事務所	 坂本石灰工業所	三和酒類株式会社	 GEO CLUSTER		
 デロイトトーマツ	 豊川設計事務所 Toshihiko Imai Architects & Planners	 日本ゼオライト	 博運社	 お仏壇の はせがわ		
	 CHIE CHIE IMAI	 ワールドホールディングス	 pwc	 日本政策金融公庫		
 QB Capital	JAFECO	 jig.jp	 dentsu DENTSU KYUSHU, INC.	 DOGAN		
 九電工	 CITY ASCOM REAL ESTATE FIRM	 株式会社 集	 福岡ひびき信用金庫	 宮崎銀行	 やすや	 JPAA
 伊奈田工業	 九州電力	 筑邦銀行	藤岡国際特許事務所	三菱UFJリサーチ&コンサルティング		
 SBIC	 NISSHO VAHO	 全通	 Shikoku Bank	 Shikoku Bank	 白垣木材	 Shikoku Bank

(順不同)



九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

実行委員会 事務局：一般社団法人 九州ニュービジネス協議会

福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル5F

TEL：092-833-3097 FAX：092-833-3088

E-mail：daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

大会公式サイト：https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/