第23回
九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト

実施報告書



2024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

経済産業省 九州経済産業局　福岡県 Fukuoka Prefecture　福岡市 FUKUOKA CITY　一般社団法人 九州経済連合会 Kyushu Economic Federation　Be a Great Small. 中小機構　日刊工業新聞社　KOIC KYUSHU OPEN INNOVATION CENTER　九州NBC THE KYUSHU NEW BUSINESS CONFERENCE

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　・・・・・　5
(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　・・・・・　7

5. 応募状況 及び 審査段階別進出状況等（結果）　・・・・・　9

6. コンテストの結果　・・・・・　12

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）　・・・・・　17

8. コンテストの模様　・・・・・　19

9. 基調講演　・・・・・　20

10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）　・・・・・　21

※以下発表順に掲載（敬称略）

宮崎公立大学　人文学部　国際文化学科	**代表：森山 陸**	・・・・・　22
大分大学　経済学部　経営システム学科	**西坂 優希**	・・・・・　28
佐世保工業高等専門学校　電気電子工学科	**代表：有浦 琉壱**	・・・・・　32
九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻	**代表：磯本 航世**	・・・・・　35
宮崎大学　農学部　応用生命科学科	**代表：山﨑 愛美華**	・・・・・　38
熊本大学大学院　医学教育部　医科専攻	**前田 龍成**	・・・・・　41
宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成学科	**代表：小村 理歩**	・・・・・　45
鹿児島大学　共同獣医学部	**代表：高橋 香**	・・・・・　48
宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成学科	**土佐 涼音**	・・・・・　51

11. 告知物 等　・・・・・　54

12. 実行委員会について　・・・・・　57

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 ）



皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました、実行委員会の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 19 校 42 組から、ここまで勝ち抜いてこられた 9 組の皆さん、そして、各チームを指導さ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、会場にお越しいただいた学校関係者の皆様、ご協賛いただいた企業や支援団体の皆様、審査委員の皆様、さらには YouTube でご覧いただいている皆様方にも心より御礼申し上げます。

さて、コロナ禍を乗り越えまして、インバウンドの復活や海外からの投資の活発化、DX や GX の進展など九州の活動にも明るい兆しが見える一方で、ロシアのウクライナ侵攻の長期化、イスラエルとハマスの戦闘の激化等によるエネルギーをはじめとする世界規模での物価高騰に加えまして、2050 年カーボンニュートラルへの対応など、日本のみならず世界の先行きが不透明な状況にあるのは皆さまご承知の通りです。

このような状況下において、政府は「新しい資本主義」の柱としてスタートアップを日本経済再興の牽引役と位置づけ、2023 年度は 1 兆円規模の予算で関連施策を提示し、5 ヶ年計画最終の 2027 年度には投資額を最大現状の 10 倍を超える 10 兆円規模にまで引き上げるなどスタートアップの創出・育成に強力に取り組む姿勢を明確にしております。

九州においても、「PARKS」や「九州・大学発ベンチャー振興会議」等の機関が大学発のスタートアップエコシステム形成を推進しており、この度 23 回目を迎えるこの九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストも、企業家の発掘と育成の場として、その役割は更に重要になるものと確信をいたしております。

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、9 組の発表者に競っていただきます。

そして、今年から「台日商務交流協進会 理事長賞」を新たに設けさせていただき、受賞者は来る 12 月 6 日に台湾で開催される「ベンチャープラザ in 台湾」において、馮寄台（ひょうきたい）理事長からの表彰状の授与、現地でのビジネスピッチならびに現地学生との交流の機会を得られます。

また、例年と同じく、グランプリ受賞者は来年開催予定の「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」への出場、ＮＩＣＴ賞受賞者は同じく来年開催予定の「起業家甲子園」全国大会への挑戦権を獲得し、九州から全国に羽ばたく大きなチャンスを得る事になります。

ちなみに、昨年度グランプリを受賞した崇城大学のチームは、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するなど優秀な成績を収められました。

結びとなりますが、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可能性を秘めております。本日ご来場の皆さま、また、YouTube でご視聴の皆さまにおかれましては、今後とも更なるご支援をいただきますようお願い申し上げまして、開会のあいさつとさせていただきます。

９組の皆さま、どうぞ頑張ってください！！

令和５年１１月１１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、経済の活性化が求められている中、大学等には多くの研究成果等が蓄積されている。これら九州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を生み出すことを目的に、大学生･高専生等が自ら考え解決していく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）」の九州予選会の役割も担っている。
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も兼ねる事となった。

(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㈱、㈱QTnet、㈱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インキュベート㈱、㈱FFGベンチャービジネスパートナーズ、学校法人君が淵学園 崇城大学、九州旅客鉄道㈱、㈱テノ.ホールディングス、有限責任監査法人トーマツ、三和酒類㈱
九電産業㈱、㈱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㈱、西部ガスホールディングス㈱
㈱ジオクラスター、㈱豊川設計事務所、西日本鉄道㈱、㈱博運社、㈱はせがわ、㈲坂本石灰工業所
廣田商事㈱、㈱Branches、レイナ㈱、㈱ワールドホールディングス、㈱フラウ、㈱十八親和銀行
㈱九州リースサービス、㈱宮崎銀行、㈱池田工業、㈱筑邦銀行、㈱シティアスコム、㈱やずや
㈱正興電気製作所、大阪中小企業投資育成㈱、㈱アウルズ、福岡工業大学、㈱電気ビル、㈱興電舎
税理士法人さくら優和パートナーズ、NPO法人九州プロレス、㈱肥後銀行、㈱熊本銀行、如水監査法人
㈱ふくや、米良電機産業㈱、GxPartners、台日商務交流協進会
QBキャピタル(同)、ジャフコグループ㈱、㈱日本政策金融公庫、日本弁理士会九州会、㈱T　　（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、二次審査会及び最終審査会をハイブリッド方式にて実施。

○ ビジネスプラン募集

募集期間：2023 年 6 月 1 日（木） ～ 8 月 24 日（木）

- チラシ、ポスター、HP、メルマガ等を活用し告知を実施。
- 参加常連校を中心に教授等へ訪問し意見交換を行う。訪問が叶わない学校等については Zoom 等によるリモートでの説明・意見交換を実施。

○ 一次審査会（書類審査）

開催日時：2023 年 9 月 7 日（木） 13:30 ～ 15:00
開催場所：福岡 SRP センタービル 1F SOIL スタジオにて実施

- 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）にて審査会を実施。
- 審査会に先立ち、事前に各実行委員が書類審査実施。審査会当日の審議により、応募総数 42 チームの中から二次審査進出 20 チームを選出。
  ※一次審査通過 22 チームを選定後、2 チームが自己都合により辞退）

○ 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：2023 年 10 月 7 日（土） 10:00 ～ 16:00

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

- 一次審査通過の 20 チームが参加。最終審査会へ進む 7 チームを選出。
  ※ 別途連携ビジコンより 2 名の推薦枠を加え最終審査会は 9 チームにより実施
- 古賀審査委員長以下、審査委員 6 名による審査会を開催。
  ① **リモート審査**：現地参加は審査委員・関係者のみ。発表者は Zoom にてリモートで審査及び質疑応答を実施。
  ② **3 分動画** ：昨年と同様、参加学生があらかじめ制作した動画を放映。その後審査委員による質疑応答を行う形式。
  ③ **ライブ配信**：審査会の模様を YouTube でライブ配信。

(4) 最終審査会

■ **開催日時 2023年11月11日（土）** 13:00 ～ 17:35

■ **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 ～ 15:40

・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㈱ 相談役)

・プレゼンテーション及び質疑応答 全9チーム×13分（発表5分・質疑応答8分）

【第 2 部】基調講演 「常識を、アップデートする」
～ 48 才おっちゃん起業家のアド・ベンチャー物語 ～ 15:50 ～ 16:40
〔講 師〕株式会社パララボ 代表取締役 大仁田 英貴氏

【第 3 部】表 彰 式 16:50 ～ 17:35

《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	柴谷 昌宏
	九州経済連合会長賞	(一社)九州経済連合会 産業振興部長	筑島 修三
	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
	ＮＩＣＴ 賞	株式会社Ｔ 代表取締役	保科 剛
	台日商務交流共進会理事長賞	台日商務交流協進会 顧問	川野 清
	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
	(古賀マネージメント総研㈱ 代表取締役社長)		

▶ 最終審査会 概要

- 現地観覧及び YouTube ライブ配信によるハイブリッド形式にて開催。
- 古賀審査委員長以下、7 名の審査委員により各賞を決定。
- NICT 賞は、NICT メンターの専門審査委員（㈱T 保科代表取締役）により決定。
- 台日商務交流協進会理事長賞は同会の代表者（川野顧問）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」を今年度も設定。
- 表彰結果（詳細 12～16 ページ）

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	6 件	
支援部門賞	1 件	
NICT 賞	1 件	
台日商務交流協進会理事長賞	1 件	
協賛企業等特別賞	1 件	※ 他賞と重複

- 会場参加者及び YouTube 視聴者を対象に応援投票を実施（89 票）、審査の参考とした。
- コンテスト終了後に現地の会場にて交流会を実施。

(5) 全国大会等

○ 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：2023 年 2 月 27 日（火）13:30 ～ 17:30
開催場所：霞山会館　※表彰式も同日、同会場にて実施

- 全国 8 地区から総計 600 件超のエントリー。地区大会（北海道、東北、東京、名古屋、大阪、中国、四国、九州）を勝ち抜いた 12 チームが出場。
- 審査形式は、登壇者によるプレゼン（5 分）と質疑応答（5 分）により構成。
- 「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」受賞の宮崎大学　山﨑 愛美華さん（代表）が出場。
- 非常にハイレベルな審査会の中、実質 3 位となる「日刊工業新聞社賞」を受賞。
  ※結果詳細は　17 ページを参照

○ 令和 5 年度　起業家甲子園

〔審査会〕開催日時：2023 年 3 月 13 日（水）13:00 ～ 18:00
開催場所：丸ビルホール　※表彰式も同日、同会場にて実施

- 全国の予選を勝ち抜いた系 10 チームによる大会。
- 審査形式は、メンターによるプレゼンター紹介（1 分）、登壇者によるプレゼン（7 分）、質疑応答（6 分）により構成。
- 「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」受賞の九州工業大学大学院　磯本 航世さん（代表）が出場。
- 準グランプリに相当する「NICT 理事長賞」他、4 つのパートナー企業賞を受賞。
  ※結果詳細は　18 ページを参照

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、いま一歩を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、起業には今一歩で、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、市場性の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　賞の選定

(1) 一次審査は書類審査を実施。二次審査進出者を選定する。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を実施。コンテストにおける最終審査会進出者を８組程度選定する。各審査員が上記審査基準に基づき採点を行った後、協議により決定する。

(3) 最終審査会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、応援投票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。

［2］ 応援投票

最終審査会において GoogleForm を使用したアンケート形式にて応援投票を実施。会場及び YouTube 配信内に投票用の URL を用意し、全員のプレゼンテーション終了後に投票時間を設けた。
(1) 全発表を聴講する参加者に限り、応援投票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 1 件選び投票する。
(3) 応援投票の結果は、専門審査員の協議の参考資料として取り扱う。

［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。
※ 今回新たに新設した**「台日商務交流協進会理事長賞」**についても、上記の審査基準によらず、台日商務交流協進会が選出する代表者により選考し表彰する。

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」
強力企業や団体との連携の強化を図ると共に、コンテスト後のフォローや学生の更なるモチベーションアップの一助として設定。昨年に続き、7 つの企業・団体の皆様にご協力いただいた。
〔本年度設定賞〕　九州電力グループ賞、ＪＲ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、ＦＦＧ賞　※提供企業・団体名称順

■「支援部門賞」
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

第 23 回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　審査委員一覧

■ 二次審査会［10 月 7 日（土）実施］

《審査委員長》

・ 古賀マネージメント総研㈱　代表取締役社長　古賀　光雄さま

《審査委員》

・ 九州電力㈱　コーポレート戦略部門　インキュベーションラボ長　豊田　仁さま

・ 九州旅客鉄道㈱　執行役員　事業開発本部　企画部長　古賀　大貴さま

・ 西日本鉄道㈱　新領域事業開発部　部長　林田　安弘さま

・ 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　長谷川　康利さま

・ ㈱FFG ベンチャービジネスパートナーズ　産学官連携事業部　部長　今泉　節さま

■ 最終審査会［11 月 11 日（土）実施］

《審査委員長》

・ 古賀マネージメント総研㈱　代表取締役社長　古賀　光雄さま

《審査委員》

・ 経済産業省　九州経済産業局　地域経済部長　柴谷　昌宏さま

・ ジャフコ グループ㈱　執行役員 ビジネスディベロップメント部担当　佐藤　直樹さま

・ 日本弁理士会九州会　副会長　古賀　真二さま

・ ㈱FFG ベンチャービジネスパートナーズ 取締役副社長　山口　泰久さま

・ QB キャピタル合同会社 シニアアソシエイト　具島　三佳さま

《NICT メンター》

・ 株式会社 T　代表取締役　保科　剛さま

《台日商務交流協進会 代表》

・ 台日商務交流協進会　顧問　川野　清さま

※　順不同にて掲載

5．応募状況及び審査段階別進出状況（結果）

九州 7 の 17 大学（大学院を含む）、2高専の合計 19校から 合計 42件 の応募があった。
また、別途３つの学生ビジコンと連携し、二次予選及び最終審査会からの推薦枠を新設した。

■ 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	***42***	*31*	**+11**
福　岡	**13**	6	+7
有明工業高等専門学校	0	0	0
北九州工業高等専門学校	**2**	0	+2
北九州市立大学	**1**	0	+1
九州工業大学	**1**	0	+1
九州産業大学	**2**	0	+2
九州大学	**3**	1	+2
西南学院大学	0	0	0
九州共立大学	0	0	0
近畿大学	**1**	0	+1
筑紫女学園大学	**3**	4	▲1
日本経済大学	0	0	0
福岡ECO動物海洋専門学校	0	1	▲1
福岡大学	0	0	0
佐　賀	0	2	▲2
佐賀大学	0	2	▲2
長　崎	**6**	3	+3
佐世保工業高等専門学校	**3**	1	+2
長崎県立大学	0	1	▲1
長崎国際大学	**1**	0	+1
長崎大学	**2**	1	+1
大　分	**7**	4	+3
大分大学	**4**	3	+1
日本文理大学	0	1	▲1
立命館アジア太平洋大学	**3**	0	+3
熊　本	**5**	7	▲2
熊本県立大学	**2**	2	0
熊本学園大学	**1**	0	+1
熊本大学	**2**	4	▲2
崇城大学	0	1	▲1
宮　崎	**10**	7	+3
宮崎産業経営大学	**1**	1	0
宮崎公立大学	**1**	0	+1
宮崎大学	**8**	6	+2
鹿児島	**1**	1	0
鹿児島大学	**1**	1	0
沖　縄	0	1	▲1
沖縄工業高等専門学校	0	1	▲1
沖縄国際大学	0	0	0

■ 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（2次進出）	第2次審査（最終進出）	最終審査結果
総　計	***41***	***20***	***9***	
福　岡	**12**	**8**	**1**	
北九州工業高等専門学校	**2**	**2**		
北九州市立大学	**1**	**1**		
九州産業大学	**2**	**1**		
九州大学	**3**	**1**		
筑紫女学園大学	**3**	**1**		
近畿大学	**1**	**1**		
九州工業大学【推薦】		**1**	**1**	【局】1、【N】1
長　崎	**6**	**1**	**1**	
佐世保工業高等専門学校	**3**	**1**		
長崎国際大学	**1**			
長崎大学	**2**			
長崎ビジコン【推薦】			**1**	【優】1
大　分	**7**	**3**	**2**	
大分大学	**4**	**2**	**2**	【優】1
立命館アジア太平洋大学	**3**	**1**		
熊　本	**5**	**2**	**2**	
熊本県立大学	**2**			
熊本学園大学	**1**	**1**	**1**	
熊本大学	**2**	**1**	**1**	【優】1
宮　崎	**10**	**5**	**3**	
宮崎産業経営大学	**1**			
宮崎公立大学	**1**	**1**		【優】1
宮崎大学	**8**	**4**	**2**	【G】1、【連】1
宮崎ビジコン【推薦】			**1**	【優】1
鹿児島	**1**	**1**	**0**	
鹿児島大学	**1**	**1**		【優】1

※【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、【優】優秀賞、【N】NICT賞

■ 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	1.3%	12
2	新エネルギー・省エネルギー（省力化含む）	2	2.6%	9
3	バイオテクノロジー	1	1.3%	12
4	環境・リサイクル・産業廃棄物処理	5	6.5%	5
5	住宅	0	0.0%	-
6	災害支援	0	0.0%	-
7	**生活文化･生活支援･新サービス･アミューズメント**	**19**	**24.7%**	**1**
8	医療・福祉	7	9.1%	4
9	物流・流通	2	2.6%	9
10	**人材活用**	**9**	**11.7%**	**3**
11	**情報・通信（インターネット関連含む）**	**17**	**22.1%**	**2**
12	ビジネス支援	4	5.2%	6
13	食品・農林水産品	4	5.2%	6
14	加工・製造技術	2	2.6%	9
15	観光資源	3	3.9%	8
16	その他	1	1.3%	12

● 応募状況について

・応募件数　　42件　（対前年　＋11 校）
・応募校数　　19校　（対前年　＋　3 校）

▶ 概　況

■総括

・応募総数は、42件と昨年と比較し11件増となった。
・その内訳として、昨年減少した福岡県と長崎の応募件数が増加。常連校からの復活応募が件数増を下支えした。
・また、宮崎県は宮崎大学からの応募増、大分県はAPUからの応募が復活。両県とも毎年多くの応募があり、アントレ教育の浸透を感じる。

■各地区の状況

・福岡地区：4校からの応募が復活。県別でも最多応募件数となり、PARKSを始めとするアントレ教育の成果が徐々に見え始める。
・長崎地区：長崎ビジコンとの連携強化に伴い、同ビジコンと重複して応募する学生が再度増加。今後も連携をより強固にしたい。
・大分地区：APUからの参加が復活。大分大学からも変わらず多くの応募があり、年ごとに起業家育成の機運が盛り上がりつつある。
・熊本地区：ほぼ例年並みの参加率。熊本学園大学から久々の応募があった一方で、崇城大学からの応募がなくなった。
・宮崎地区：宮崎ビジコンとの連携がより強固となり、推薦枠についても相乗効果をもたらしている。
・鹿児島地区：応募は1件だったが最終審査会進出者を輩出した。

● 分野別分類について

・傾向に昨年と大きな変化はないものの、「生活文化・支援サービス」のシェアが増加。情報・通信と組合せて提案するプランが多く見られた。

● ビジコン連携

・上記応募とは別に、「長崎学生ビジネスプランコンテスト」「宮崎・学生ビジネスプランコンテスト」「九工大起業家コンテスト」と連携し、長崎及び宮崎からは最終審査会に各1名ずつ、九工大からは二次審査会に1名の推薦制度を初めて実施した。

【 参考① 】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	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)	2022 (R4)	2023 (R5)
	総　計	49	47	48	54	43	51	56	65	63	55	43	53	31	42
福岡	有明高専	● 2	● 2	1		4			● 1			☆ 1			
	北九州高専	◎ 1	◆ 1	1	★◎ 4	★◎ 5	● 4	●● 5	◎ 3	● 3	●● 3	● 1	☆● 2		2
	北九州市立大			2	● 1		1	1		◎ 3	1	2	1		1
	九州共立大	2					1	1				1			
	九州工業大					1	2	1	1						◎☆ 1
	九州国際大			1		● 1	1						1		
	九州産業大		● 6	7	2								1		2
	九州情報大			2	1						1				
	九州大	★◆ 3	2	● 3	1			◆● 3	◇● 8	◆●● 11	● 1		● 2	1	3
	近畿大	1		1	1	1	1	1	1	3		3	2		1
	久留米工業大		1	◆ 1	1										
	久留米高専	2													
	久留米大			1	2		1								
	産業医科大		★ 1												
	西南学院大	3	6	3		2	3	1		1	1		1		
	筑紫女学園大学											● 3	● 3	4	3
	福岡ECO動物海洋専門学校													1	
	日本経済大											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	● 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	1	2	● 2			● 4	1		1	★ 2	● 1	◎ 1	◎ 2	
長崎	活水女子大										1				
	佐世保高専								4	2	7	3	6	● 1	● 3
	長崎県立大	1		7				4	3	6	4	6	★ 5	1	
	長崎国際大	1							1	★ 2					1
	長崎総合科学大										1				
	長崎大	● 4	◎ 5		2	4	4	8		1		● 1	◆ 4	1	2
大分	大分県立芸術文化短期大						★ 1								
	大分短期大			1											
	大分大	3	2	★◎ 4	● 4	3	5	1	● 2	4	◎● 5	◎● 5	4	● 3	● 4
	日本文理大	1	1	2	1	● 1								1	
	立命館アジア太平洋大	1	1	1	1			1				1	● 4		3
熊本	熊本学園大	1	1	3	1										1
	熊本県立大	6	● 6	●	3	1		3	4	3	2	2	3	2	2
	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	● 4	● 2
	崇城大	● 2				6	◆● 9	★● 16	5	7	◆ 5			★ 1	
	東海大	1		1	1										
宮崎	宮崎公立大											1	● 1		● 1
	宮崎産業経営大		1	1	1			1		1	2			1	1
	宮崎大							1	★◆ 8	4	☆● 13	★◆● 7	4	◆● 6	★◆● 8
鹿児島	鹿児島県立短期大														
	鹿児島国際大					4	3								
	鹿児島大		2	● 2	● 3	1	1	◎● 3	1	2	1		1	1	● 1
他	沖縄高専													1	
	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授賞実績**　☆☆☆

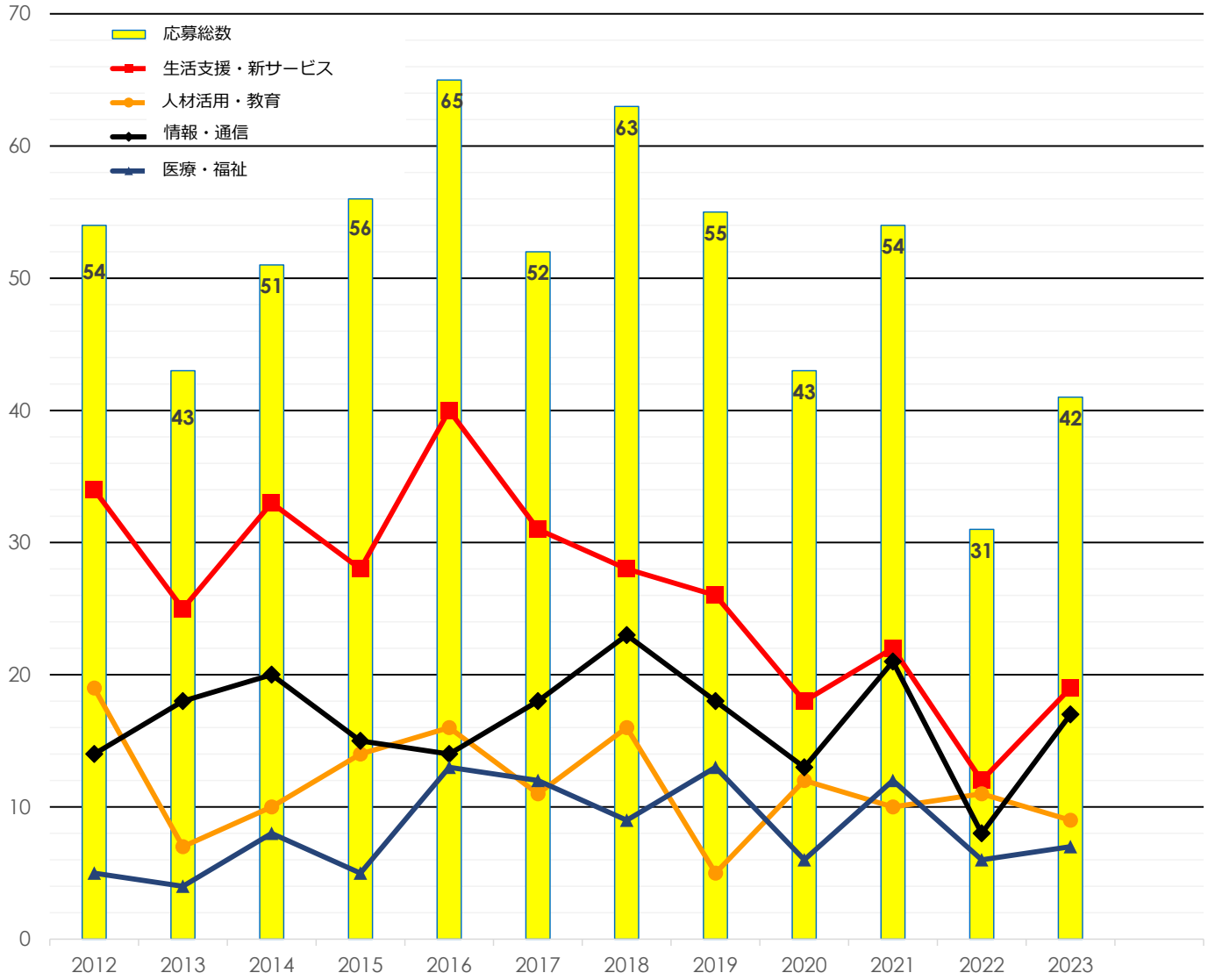
※ 学校名は各県50音順 各県50音順

- 2022(R 4)　審査委員会特別賞／崇城大
- 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、セプテーニグループ賞、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(準ｸﾞﾗﾝﾌﾟﾘ)／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、「崇城大学ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ」代表として出場･受賞

【参考②】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、「生活支援」のシェアが増加。
- 他の業種と「情報・通信」を重複させたプランが多く見られた。
- 「環境・リサイクル」もSDGｓの浸透と相成って昨年並みのシェアとなった。



（件）

年　度		2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31･R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	***2023 (R5)***
応募総数（九州島内）		54	43	51	56	65	52	63	55	43	54	31	***42***
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	34	25	33	28	40	31	28	26	18	22	12	***19***
	人材活用・教育	19	7	10	14	16	11	16	5	12	10	11	***9***
	情報･通信	14	18	20	15	14	18	23	18	13	21	8	***17***
	医療･福祉	5	4	8	5	13	12	9	13	6	12	6	***7***
	ビジネス支援	14	14	4	5	8	9	7	6	5	9	4	***4***
	食品・農林・水産品	11	6	4	7	8	2	6	6	6	5	2	***4***
	加工製造技術	2	1	1	11	8	3	7	1	0	0	0	***2***
	観光資源	8	5	4	10	6	8	4	7	4	6	4	***3***
	新製造技術	3	1	2	3	4	1	3	0	2	1	1	***1***
	環境リサイクル	5	2	4	5	4	4	4	1	3	9	5	***5***
	住宅	1	0	1	1	4	3	5	2	4	1	2	***0***
	災害支援	1	2	2	2	2	4	6	1	2	2	1	***0***
	新（省）エネルギー	5	1	2	1	1	1	2	1	0	1	1	***2***
	バイオテクノロジー	2	0	1	1	1	2	2	3	0	0	1	***1***
	物流･流通	4	3	3	4	1	2	4	4	3	4	1	***2***
	その他	1	1	0	0	3	0	4	2	0	2	2	***1***

6-1. 最終審査会の結果

☆ グランプリ　（副賞：30万円）

「第20回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」出場

■ 宮崎大学　農学部　応用生命科学科　　代表：山﨑　愛美華　さん

「ジオバクタープロジェクト」





家畜糞尿を燃料に発電を行う、微生物燃料電池を実用化させ、個人経営の畜産農家に普及、提供していくビジネスである。装置のレンタル料や処理後の堆肥の販売により収益を得る。運ばない電気でオフグリッドな農業を営み、資源を循環させるサステイナブルな社会を実現させる。

★ 九州経済産業局長賞　（副賞：10万円）

■ 九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本 航世　さん

「“SABO”介護施設における汎用型サービスロボット」





介護施設へ介護業務のサポートをおこなう協働サービスロボットを提供、保守・運用を行うビジネス。協働サービスロボット導入により、介護施設で働いている介護従事者の負担の軽減、要介護者に対する直接的なケアの時間の増加といった効果が期待できる。これにより、すべての高齢者に充実したケアサービスの提供を実現する。

★ 九州経済連合会長賞　（副賞： 8万円）

■ 宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成学科　　土佐 涼音　さん

「デジタル遺産自動消去アプリ「404号室」」





インターネットが普及し、今や、人々の携帯には多くの秘密が隠されている。自身の死後、携帯内にあるデジタル遺産に不安を感じる人に対し、持ち主の死後、生前選択していた情報を自動的に消去する、デジタル遺産管理アプリのビジネス。死後、自身の携帯を見られたらどうしようという不安感を安心に変える。収益は、初回料金、年額料金、司法書士等への仲介料から得る。

6-2. 最終審査会の結果

★ **優秀賞** 6件　　（ 副賞： 5万円 ）　　※最終審査会 発表順に掲載

■ **宮崎公立大学　人文学部　国際文化学科**　　**代表：森山 陸　さん**

「 AI Travel 」





個人手配で複数人の旅行計画を立てる日本人観光客や外国人観光客に、観光客が立てる旅行計画を提案するビジネスプラン。場所・人数・日数の3項目に加え、目的や好みを入力するだけでAIがパーソナライズな旅行計画をレコメンドするWebアプリケーション・ネイティブアプリケーションを提供する。

■ **大分大学　経済学部　経営システム学科**　　**西坂 優希　さん**

「 WANTO 」





オンライン塾や家庭教師、個別指導塾に対し、生徒データを活用したツールを提供。アプリでは、生徒が日頃の学習計画から実行までを登録し、それらをダッシュボード化する。また、AI で最適カリキュラムを生成。これで保護者との報告を円滑にし、解約率を抑制する。収益は学習塾からの月額料金で、モデルは B2B2C としている。

■ **佐世保工業高等専門学校　電気電子工学科**　　**代表：有浦 琉壱　さん**

「 入学前にこれ一本！正しく持てるOHINA鉛筆」





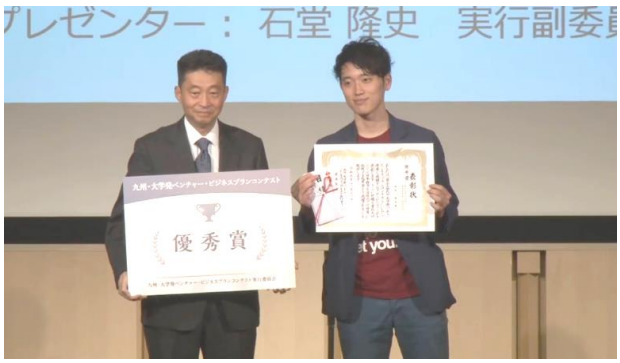
「鉛筆を正しく持ちたいけど小さい頃からの癖がついてなおせない」「姿勢が良くなるようになりたい」「ペンだこができて長時間の鉛筆使用が厳しい」などの悩みをもつ子どもやその親に対して提供するソリューション。商品の販売とその副次効果をPRすることで収益を得る。日本だけでなく、海外展開も視野にネット販売を中心とした戦略を計画している。

6-3. 最終審査会の結果

★ **優秀賞** 6件　　（ 副賞： 5万円 ）　　※最終審査会 発表順に掲載

■ **熊本大学大学院　医学教育部　医科専攻**　　**前田 龍成　さん**

「 遺伝子改変マウス研究委託プラットフォーム事業 」





遺伝子改変マウスを用いた実験を行う世界中の研究機関に、自身の実験室以外で専門実験ができる第２の拠点を、外部に実験委託できる仕組みで提供する。このビジネスの目的は、世界の遺伝子関連の創薬研究が加速する未来を創ること。主な収益は、依頼者による実験プロジェクトの委託料金。

■ **宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成学科**　　**代表：小村 理歩　さん**

「 unitalk～話すことを楽しむ世界～ 」





学生の学習及び企業の採用プロセスにおいて用いられるグループワーク、グループディスカッションの実践力向上と企業側の採用機会提供ビジネスである。このビジネスでは学生に対して機能提供と学習機会の提供を行い、話すことへの苦手意識を無くし、様々な価値観を持つ人と交流できる人材を育成していく。企業に対しては、エントリーシートだけでは分からない学生の能力をグループワークで発掘していく新たな採用をつくりだす。本ビジネスでは企業からの参加料とオファー料を徴収して収益を得る。

■ **鹿児島大学　共同獣医学部**　　**代表：高橋 香　さん**

「 Vet　MATCH 」





獣医療の地域格差という社会問題を解消することを目的とし、ICT技術を用いて一次診療動物病院の専科分野の指導ニーズと専科獣医師をマッチングさせ、一次動物病院からの依頼料を収益とし、専科獣医師を動物病院に派遣し、症例の治療をしながら技術指導することで、二次診療施設がない地域においても専門的で高度な獣医療を提供する、三方良しのビジネスプランである

6-4. 最終審査会の結果

NICT賞

「令和5年度起業家甲子園全国大会」出場

■ 九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本 航世　さん





台日商務交流協進会理事長賞

「ベンチャープラザin台湾」でのビジネスピッチ及び
現地企業・学生との交流の機会を提供

■ 九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本 航世　さん



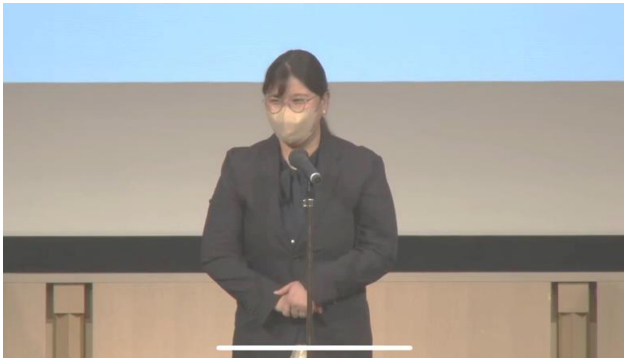


支援部門賞

グランプリ受賞者を輩出した学校・指導者等を表彰

■ 宮崎大学　　地域資源創生部　　土屋　有 准教授
　　産学・地域連携課　北原　春香さん（代理）





★ 協賛企業等特別賞

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」を設定。各賞は、各企業・団体の皆様に選考いただいた。

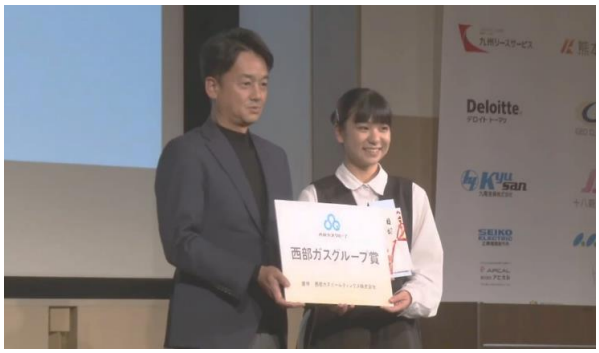
■ **九州電力グループ賞**	宮崎大学	農学部	山﨑 愛美華 さん（代表）
■ **ＪＲ九州グループ賞**	鹿児島大学	共同獣医学部	高橋 香 さん（代表）
■ **西部ガスグループ賞**	宮崎大学	農学部	山﨑 愛美華 さん（代表）
■ **ストライク賞**	宮崎公立大学	人文学部	森山 陸 さん（代表）
■ **西鉄グループ賞**	宮崎大学	農学部	山﨑 愛美華 さん（代表）
■ **日本弁理士会九州会会長賞**	佐世保工業高等専門学校	電気電子工学科	有浦 琉壱 さん（代表）
■ **ＦＦＧ賞**	宮崎大学	地域資源創成学部	土佐 涼音 さん



① 九州電力グループ賞　（提供：九州電力株式会社）



② ＪＲ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 ＦＦＧ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
② コワーキング＆コラーニングスペース「Q」ドロップイン1日回数券
③ 西部ガスグループ食品ギフト券
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 弁理士による知財メンタリング
⑦ JCBギフト券

※ 表記は、提供企業・団体名称順

7-1. 全国大会の結果

■ 第 20 回 キャンパスベンチャーグランプリ全国大会

結果報告

宮崎大学 農学部　山﨑愛美華さん ・ 平田大空 さん　出場

2024 年 2 月 27 日（火）、東京・霞山会館にて「第 20 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）審査会が開催されました。「第 23 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、グランプリを受賞された宮崎大学の山﨑愛美華さん・平田大空さんが九州代表として出場し、**日刊工業新聞社賞**を受賞されました。

全国 8 地区・総計 600 件超のビジネスプランの中から、それぞれ勝ち残ってきた粒揃いの 12 組の中にあっての受賞は非常に素晴らしい結果となりました。

山﨑さん・平田さん、宮崎大学の関係者の皆様、おめでとうございました。

■第20回（2023年度）キャンパスベンチャーグランプリ全国大会　表彰結果

賞	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	名古屋工業大学	ギル　マロ	SAZO	AI×越境EC ワンクリックで海外で買い物を！
文部科学大臣賞 テクノロジー大賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	血管内手術ナビゲーションAI開発事業
日刊工業新聞社賞	**宮崎大学**	**山﨑　愛美華**		**ジオバクタープロジェクト ～運ばない電気でoff GRID 農業～**
MIT賞	東京大学大学院	佐々木　佑介	(株)きゅうりトマトなすび	大規模言語AIによる農業指導員DX
審査委員会特別賞	立命館大学	太田　晶景	MOUantAI	めしパシャ 介護に関わる全ての人が幸せな世界へ
	帝京大学	加藤　優里		ポチャリ～天才発掘プロジェクト～
	名古屋大学大学院	伊藤　駿一郎	antegral	陸上競技における時間・モーションセンシング
	広島大学	明見　優成	学生団体シードット	学生情報ポータルサイト「ama」 若者イノベーションエコシステムを創る
	北海道大学大学院	野口　真司	A.L.P.S.	ホタテ貝を利用した方解石の製造と産業利用
	事業構想大学大学院	髙橋　りな	チームcrop	米粉を活用した新食品開発事業
	徳島大学	中井　洸我	あわヘビ	赤ちゃんのためのデジタルヒューマン工学
	岡山大学	﨑本　知椰		日本ミツバチによる資源回収と高付加価値化

※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）

7-2. 全国大会の結果

■ 令和５年度　起業家甲子園

結果報告

九州工業大学大学院 人間知能システム工学専攻　磯本 航世さん・山口 紘正さん・佐藤 光さん

2024 年 3 月 13 日（水）、東京・丸ビルホール＆コンファレンススクエアにて「令和 5 年度起業家甲子園」（主催：総務省・NICT）が開催されました。「第 23 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、NICT 賞を受賞された九州工業大学大学院の磯本航世さんチームが九州代表として出場し、準グランプリとなる「NICT 理事長賞」を獲得されました。

その他、パートナー企業賞も 4 つ獲得するなど、多くの協賛企業の方々からも高い評価を受け、九州大会の存在感を大いに示してくれました。磯本さんチームの皆さま、九州工業大学の関係者の皆さま、本当におめでとうございます。

■令和5年度　起業家甲子園 全国大会　表彰結果

賞	学校名	代表者氏名	チーム名	プラン
総務大臣賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	AIによる血管内手術ナビゲーションシステム開発事業
NICT理事長賞	**九州工業大学大学院**	**磯本　航世**	**Sabotics**	**介護施設における業務サポートロボット：佐保**
IOデータ賞	九州工業大学大学院	磯本　航世	Sabotics	介護施設における業務サポートロボット：佐保
AWS賞	熊本県立熊本北高等学校	本郷　星七		元素対戦
インフィニオン賞	九州工業大学大学院	磯本　航世	Sabotics	介護施設における業務サポートロボット：佐保
ABCドリームベンチャー賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	AIによる血管内手術ナビゲーションシステム開発事業
ドコモビジネス賞	石川工業高等専門学校	荒木　建貴		Vibra Symphony
NTTデータ賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	AIによる血管内手術ナビゲーションシステム開発事業
さくらインターネット賞	有明工業高等専門学校	古川　蒼太郎	Learn Mate	Learn Mate
NEDO賞	九州工業大学大学院	磯本　航世	Sabotics	介護施設における業務サポートロボット：佐保
jig.jp賞	熊本県立熊本北高等学校	本郷　星七		元素対戦
セプテーニグループ賞	九州工業大学大学院	磯本　航世	Sabotics	介護施設における業務サポートロボット：佐保
NEC賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	AIによる血管内手術ナビゲーションシステム開発事業
JETRO AWARD賞	神戸大学	福田　純礼	FairMed	AIによる血管内手術ナビゲーションシステム開発事業

※入賞者以外は、発表順。





8. コンテストの模様















コンテスト後の懇親会










9. 基調講演

「常識を、アップデートする ～48 才おっちゃん起業家のアド・ベンチャー物語～」と題し、株式会社パララボ代表取締役の大仁田さまの基調講演を実施。ご自身のバックグランド並びに、新事業領域をメタバースに見出しビジネスに昇華させた経緯等を語っていただいた。分かりやすく、親しみのあるプレゼンテーションは起業を目指す学生だけでなく、会場・WEB の観覧者も大いに惹き込んだ。







■演　題

常識を、アップデートする　～ 48 才おっちゃん起業家のアド・ベンチャー物語 ～

■ 講　師

株式会社パララボ 代表取締役　メタヴァースプロデューサー　　大仁田 英貴 氏

■ プロフィール

（2017 年）株式会社コーホー部設立、（2020）Paralreal 株式会社設立、（2022 年）株式会社コーホー部を株式会社パララボに社名変更。VR・AR などの XR 技術を用いた事業企画・システム開発、メタバースビジネスのコンサルティング、広告代理店業、動画制作及びウェブデザインと広い事業分野で活躍中。研修やワークショップ等の業務も数多く受託しており、分かりやすく聞き手を巻き込むプレゼンは、企業から小学生まで非常に幅広い世代で高い評価を得ている。

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）



■ グランプリ

宮崎大学　農学部　応用生命科学科　　代表：山﨑　愛美華さん

■ 九州経済産業局長賞

九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本　航世さん

■ 九州経済連合会長賞

宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成科　　土佐　涼音さん

■ 優秀賞

1．宮崎公立大学　人文学部　国際文化学科　　代表：森山　陸さん
2．大分大学　経済学部　経営システム学科　　西坂　優希さん
3．佐世保工業高等専門学校　電気電子工学科　　代表：有浦　琉壱さん
4．熊本大学大学院　医学教育部　医科専攻　　前田　龍成さん
5．宮崎大学　地域資源創成部　地域資源創成科　　代表：小村　理歩さん
6．鹿児島大学　共同獣医学部　　代表：高橋　香さん

□ NICT賞

九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本　航世さん

□ 台日商務交流協進会理事長賞

九州工業大学大学院　人間知能システム工学専攻　　代表：磯本　航世さん

第 23 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 図師 菜々子	
事　業　名 AI Travel	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　最短 3 タップであなたに合った旅行計画を AI がレコメンド	

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。

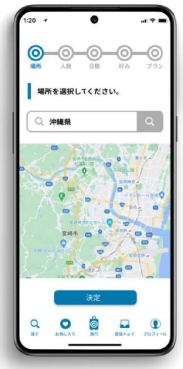
① **誰に**：個人手配で複数人の旅行計画を立てる日本人観光客や外国人観光客。
何を：観光客が立てる旅行計画。
（例：一人当たりにかかる金額の算出・目的地までのルート・所要時間・観光地・体験）
どうやって：場所・人数・日数の 3 項目に加え、目的や好みを入力するだけで AI がパーソナライズな旅行計画をレコメンドする Web アプリケーション・ネイティブアプリケーション。

② **あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？**
個人手配で生じる旅行計画作成や煩雑な予約の手間を大幅に省くことができる。従来、個別手配客は、ホテル・飛行機・体験をそれぞれ別のアプリを横断して予約をしていた。それにより情報が点在しており、観光客の予約や支払いが煩雑化していた。本サービスを利用することによりこれらの予約・支払いを一括で行うことができる。加えて日本の予約システムに慣れていない外国人観光客の個人手配の扶助を担う。また旅行会社がこれまで取り上げてこなかった地方の独自の伝統文化や伝統体験もレコメンドの対象とすることで地方の経済活性化にも繋げる。

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。**
サービスローンチ初期は 1 トランザクションごとに手数料が発生するビジネスモデルである。具体的には本サービスを通じて、ユーザーがホテルや航空会社などのチケット購入の手数料である。中長期的には、購買データをサブスクリクションで、マーケティングや人流データを活用したい広告代理店や旅行代理店向けに月額サブスクリプションモデルの SaaS として提供する。

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）
商品･サービスの内容
本サービスは旅行計画作成及び、それに付随するホテル・交通・体験の予約を簡単に効率化するための Web アプリケーションおよびネイティブアプリケーションである。ユーザーが旅行の目的地、人数、日数といった基本的な情報、さらに旅行の目的や個人の好みを入力すると、AI がその情報をもとにパーソナライズされた旅行計画を自動で提案する。また 1 人分ごとの支払いを URL で共有できるようにすることで、1 人の幹事が多額のお金を建て替える必要がなくなる。これにより、ユーザーは煩雑な旅行計画の作成や予約の手間を大幅に削減することができる。
個人手配で複数人の旅行計画を立てる際の手間を省きたい幹事、また日本の予約システムに慣れていない外国人観光客に特に便益をもたらす。外国人観光客の場合、日本の予約システムに慣れていないため、自力での個人手配が難しいことがある。私たちのサービスは、ユーザーの入力に基づいて適切なホテルやアクティビティをレコメンドすることで、これらの困難を解消していく。また、私たちのサービスは地方の独自の伝統文化や伝統体験もレコメンドの対象としている。地方の観光地が従来の旅行会社のプランではあまり取り上げられないことがあるため、私たちのサービスがこれらの地域を取り上げることで、地域の経済活性化にも寄与していく。これは近年の訪日外国人のニーズにも上手くマッチしている。ユーザーは、これまで知られていなかった地方の魅力を発見し、新しい体験を楽しむことができる。

サービス利用
STEP1 場所を選択



STEP2 人数を選択



STEP3 日数を選択



STEP4 好みや目的を選択



STEP5 旅行計画・詳細のレコメンド





着眼点

本サービスは、二つの実体験をベースに着想された。1 つ目は、本サービス提案者森山が自身の経験から抱えていたものである。森山は幹事として複数人での旅行を 2 か月に 1 回ペースで企画していたが、その際の旅行計画や予約の手間が非常に面倒であり、加えて、幹事として一度まとめて多額のお金を立て替える替える必要がありそれが負担となっていた経験がある。2 つ目は、大学で仲良くなった留学生が地域に根差した独自の伝統文化や伝統体験を経験したいと望んでいたにも関わらず、旅行会社を使おうとすると有名な観光地しか取り上げられないと嘆いていたからである。

事業化計画

本サービスは既に MVP となるプロトタイプは完成しており、2024 年 1 月（今年度）に Web 版・App Store・Google play 上でベータ版を公開していく予定である。2~3 ヶ月の検証後ユーザーからのフィードバックを基にサービスを改善していく。その後 2024 年 5 月~6 月を目途にサービスを日本語・英語版で正式リリースする。リリースのタイミングで合わせて採用・マーケティング費用を目的にエンジェル投資家を中心にエクイティでの資金調達を実施していく予定である。

事業形態

株式会社としてサービス運営を想定している（現在は個人事業主として活動中）。
理由としては VC やエンジェル投資家からのエクイティでの資金調達をするためである。中期的な目標として 5~7 年での IPO を考えている。

事業の将来ビジョン

本サービスは To C 向けの旅行サービスであるが、サービス運営上で顧客データ（過去の旅行記録・好み・予算など）に紐づく購買データを蓄積できる。従って、To C 向けに留まらず、購買データを活用して、観光客にプロモーションを打ち出したい広告代理店や広告主、旅行代理店向けに月額サブスクリプションモデルの SaaS としての展開も見込める。現段階では To C 向けのサービスの MVP のみが完成しており、TO B 向けの展開はサービスローンチから 2~3 年後を想定している。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

新規性・独創性

本サービスは、AI を活用してユーザーの入力に基づいたパーソナライズされた旅行計画をレコメンドする点で、他の旅行会社や IT サービスとは一線を画している。また、旅行会社がこれまで取り上げてこなかった地方の独自の伝統文化や伝統体験をレコメンド対象とすることで、地方の経済活性化を促進する新しい取り組みを実現している。

便利性

ユーザーは、場所・人数・日数の最低 3 項目に加えて目的や好みを入力するだけで、AI によって適切な旅行計画をレコメンドされる。これにより、ユーザーは煩雑な手間を省き、簡単かつ迅速に旅行計画を作成することができる。さらに、1 人分ごとの支払いを URL で共有できる機能によって、複数人での旅行を手配する際の金銭のやり取りを簡単にすることが可能である。

特徴

本サービスの最大の特徴は、AI を活用してパーソナライズされた旅行計画を提供することである。ユーザーが自身の好みや目的を入力することで、最適な旅行プランを提案する。また、旅行会社がこれまで取り上げてこなかった地方の伝統文化や体験をレコメンドすることで、地方の経済活性化にも貢献している。これらの特徴が、私たちのサービスを他の類似サービスとは一線を画している。

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(顧客)

個人手配で複数人の旅行計画を立てる日本人観光客及び、外国人観光客である。メインターゲットは旅行会社をあまり使わず個人手配で旅行を予約する 20~30 代前半（別紙添付資料 1）である。また訪日外国人の 20~30%は個人手配である（別紙添付資料 2）。加えて訪日外国人が日本を選ぶ最大理由は独自の文化体験を経験できるから（別紙添付資料 3）であり、本サービスのニーズはあると仮説付けができる。

予想される市場規模（添付資料のデータを活用してフェルミ推定）

TAM

21 兆 9600 億円と推定
（別紙添付資料 4 の 2023 年訪日外国人観光客需要予測と別紙添付資料 5 の 2022 年日本人国内旅行消費額から算出）

SAM
1 兆 7,995 億円と推定
（別紙添付資料４の 2023 年訪日外国人観光客需要予測×別紙添付資料２の訪日外国人観光局の個別手配率と別紙添付資料の 2022 年日本人国内旅行消費額×別紙添付資料 1 の日本人の個別手配率×別紙添付資料 6 の 20~30 代の人口から算出）

SOM（1%前後のマーケットシェア）
150 億円

予想される市場動向
日本の観光産業はコロナにより縮小したもののコロナ解禁後日本人の国内旅行・訪日外国人観光客の数は回復傾向にあり、今後この市場は拡大していく予定である。また日本人の旅行支出額は 15%増加（添付資料 7）しており、訪日外国人の旅行消費額は 2023 年 4~6 月期で 1 兆 2052 億円にも及び 1 人あたりの旅行支出は 20.5 万円である（添付資料 8）。

販売対象エリアの状況及びその裏付け
販売対象エリアは日本全域及び英語圏の国々（シリーズ A 以降に英語以外の多言語も実装していく予定）である。理由としては本サービスがソフトウェアサービスであるから。

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
基本的なマーケティング戦略としては、ユーザー数獲得やユーザーのトランザクションを優先し先行投資を行いユニットエコノミクスを確立する。また旅行サイト・宿泊サイトを運営する企業の資本業務提携を行い、伝統体験や独自文化を有している地方自治体と積極的に連携していく想定している。

価格戦略（販売価格、価格設定方針）
ユーザーの 1 トランザクションごとの手数料 8%を頂くビジネスモデルである（従来の旅行会社は 10~15%）。
（例：ユーザーが本サービスを通して約 3 万円分の旅行プランを予約した場合 2400 円を頂く）
従来旅行会社は人が旅行計画を提案していたが、AI による大体で人件費が削減できるため、旅行会社の従来の手数料より 2~7%程度低くすることが可能である。。
販売戦略・販促戦略
初期の販売戦略はデジタルマーケティングと SNS マーケティングの 2 軸を中心にしていく予定である。デジタルマーケティングは旅行と相性が良いとされている Instagram・TikTok 広告を中心に予算をかける予定である。SNS マーケティングでは観光系のインフルエンサーと連携し、インフルエンサーごとの SNS 媒体でも宣伝してもらう予定である。
他にも、以下に列挙したマーケティングチャネルを軸に広告を投下し媒体ごとのユニットエコノミクスを確立・許容 CPA を算出していく予定である。加えてサービスローンチ初期は提携している観光地や体験地が無いため、既存の旅行サービスとレベニューシェアを前提に資本業務提携を行う予定である。
--以下初期の想定マーケティング媒体--
- ユーザー数獲得のためのマーケティングチャネルと種類
  - デジタルマーケティング
    - Google 広告
      - 検索型広告
        - Google 検索面
      - ディスプレイ広告（リタゲを想定）
        - Google 提携の Web サイト・アプリ面
        - Gmail 面
    - Yahoo 広告
      - 検索型広告
        - Yahoo 検索面
      - ディスプレイ広告（リタゲを想定）
        - Yahoo 提携の Web サイト・アプリ面
    - Facebook 広告
      - Instagram
        - フィード面
        - ストーリー面
      - Facebook
        - フィード面
        - ストーリー面
    - TikTok 広告
      - インフィード面
    - メルマガ
      - 旅行サイトや旅行ブログを運営する方との連携
  - 自社の SNS アカウント
    - TikTok
    - Instagram
    - YouTube
  - インフルエンサーマーケティング
    - 日本人の旅行系のインフルエンサーとの連携
      - Instagram
      - YouTube
      - TikTok
    - 日本住みの外国人インフルエンサーとの連携
      - Instagram
      - YouTube
      - TikTok
    - インフルエンサー事務所との連携
      - UUUM
      - TORIHADA

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）
現在、旅行プランを提供している某旅行会社は「目的から選ぶ旅」という項目があるが、その目的は某旅行会社が指定したものであり、旅行者が目的を入力することが出来ない(別紙添付資料 9)。本サービスは、旅の目的を項目から選択することができ、また目的に加え好みも選択することで旅行者に合ったパーソナライズなプランを提案できる。また、地方を旅行先で選択した場合、伝統文化・伝統体験などの独自体験を提案プランの中に組み込んでいるため、普段体験することのできない文化にも触れることが出来る。
本サービスの弱みは狙うターゲットが個人手配のため、競合サービスより市場規模がやや小さいことが予想される。理由としては外国人旅行者の意識はコロナ前と後で変化である。その変化は手配方法にも影響して訪日旅行時の嗜好は個人手配が減っており旅行会社を利用する人が増えたことである(別紙添付資料 2)。

7．事業実施上の問題点・リスク
自然災害等による影響で、旅行が延期・中止になった場合の対応がリスクとして考えられる。本サービスの初期はホテルや航空チケットの購入手続料によって収益を得るため、旅行のキャンセル料や代わりの飛行機を手配する必要があり別途コストが掛かる可能性がある。

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

サービス提案者の森山はこれまで上場企業の CVC でのリサーチャー、モンスターストライクを運営する株式会社 MIXI で新規事業の UI・UX ディレクターや人材スタートアップでマーケティングのプロジェクトマネージャーの経験を有している。人材スタートアップではシードの資金調達前にジョインをしてボードメンバーに近い形でサービス運営に参画。PM として 0 からデジタルマーケティング部門の立ち上げを行いユーザー数 1.5 万人の獲得をリード。シード、シリーズ A の資金調達に大きく経験した。そのためこのサービスを To C 向けで拡大するためのマーケティング活動やそれに伴う VC・エンジェルからの資金調達や資本政策に大きく貢献できる。また東京大学のエンジニアリング研究会に入っており Python・SQL を用いた Web アプリケーション開発・データ分析の経験があり、このサービスの MVP 開発をリード。加えて大の旅行好きであり今年だけでも、台湾・大分（別府）・与論島・徳之島・鹿児島（霧島・指宿）・福岡（天神・博多・太宰府・糸島）・山梨・大阪・京都を訪れている。

共同提案者の図師は、今年から旅行が趣味になり今年は大分（別府・湯布院）・熊本・東京（外苑前・中目黒・新宿）・横浜（子安）・オーストラリア（パース）に行ったことがある。現在は、夏休み期間で時間が取れるためバイトがない休日には地元宮崎のカフェ巡りをしている。また、温泉にもいきサウナや岩盤浴を目的に市内だけでなく市外にドライブがてら行くようになった。資格としては、現在受講している宮崎県次世代地域 IT 人材育成・確保事業ひなたデジタルアカデミア 2023 においてネットワーク・サーバの基礎を学んでおり IT パスポート試験の合格を目指している。

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

事業の社会貢献度

多くの観光客が様々な地域を訪れることによって、地域活性化につながる。外国人が日本に行きたい理由として、独自の文化体験(22.6%)が挙がっている(別紙添付資料 3)。しかし、旅行会社が提案している旅行プランは、テーマパークや有名な観光地が多く日本の独自の伝統体験ができる場所ではない。本サービスで作成された旅行プランでは、日本独自の文化体験ができるプランを提案することで旅行者は体験を楽しみ、伝統を引き継いできた地域にとっては日本の伝統の魅力をより広めることが出来る。文化を楽しみたい外国人が増えれば、その地域に訪れる外国人も増え地域活性化につながり、外国人と伝統文化をマッチングさせることが出来る。日本の文化が世界に広まると、日本も自国の文化の価値を見直すことによって伝統文化により力を入れるようになることが予想される。また、日本の文化が広まることで、日本の製品やサービスの認知が広まり日本のアニメや雑貨が人気を集め海外市場進出につなげることができ、サービス規模が大きくなることが期待できる。

実現性

本サービスは既に MVP となるプロトタイプが出来ているため実現できていると言える。ただ実現できているとは言え PMF するとは限らないため、ユーザーのフィードバックを基にユーザーエクスペリエンスを最適化させユーザーニーズに応えたサービスにしていく予定である。

将来の事業家としての抱負

将来的には日本を代表する起業家として時価総額 1000 億円越えで会社を IPO させたいと考えおり、近年の日本の閉塞感をスタートアップで打破したいと本気で思っている。また今回の観光系の事業プランに関しても日本だからこそグローバルで勝てる領域だと考えている。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第 1 期 （令和 7 年 9 月期）	第 2 期 （令和 8 年 9 月期）	第 3 期 （令和 10 年 9 月期）
売上高計	15000	45000	13500
経常利益	▲10000	▲20000	4500

11.資金計画

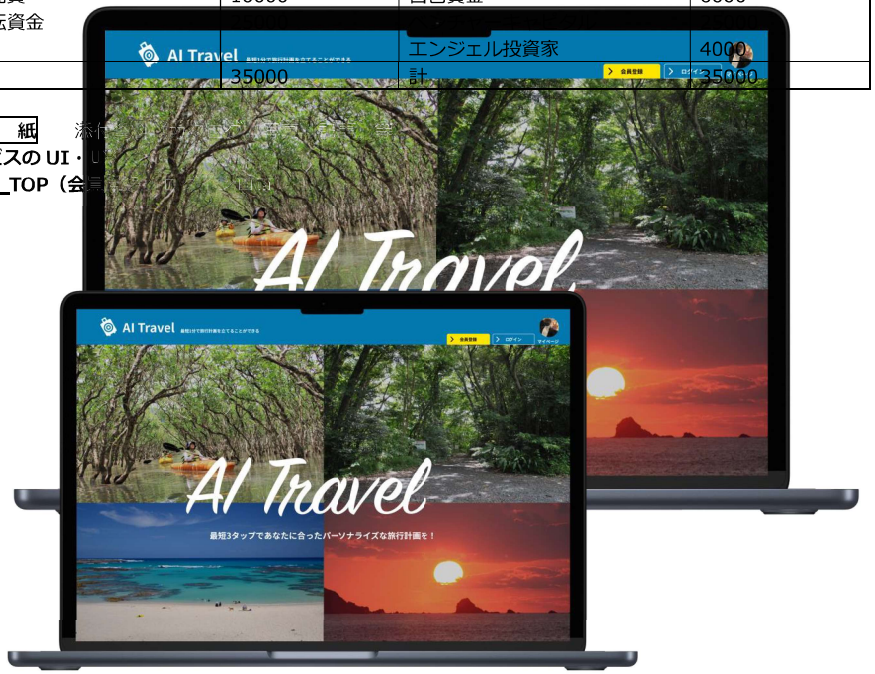
（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
開発費	10000	自己資金	6000
運転資金			
		エンジェル投資家	4000
計	35000	計	35000

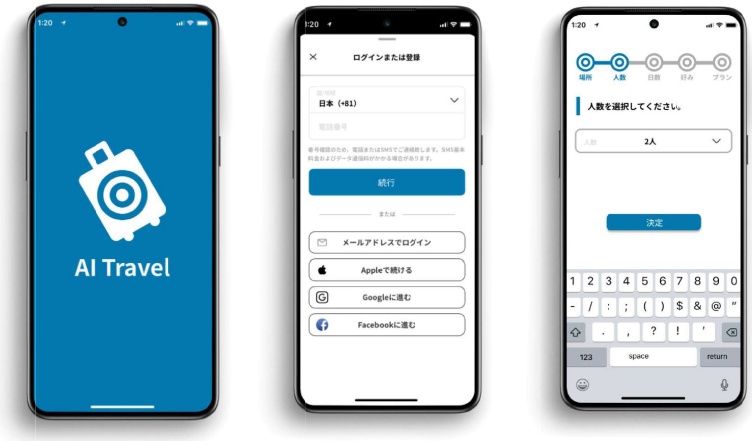
12.別　紙　添付

サービスの UI・

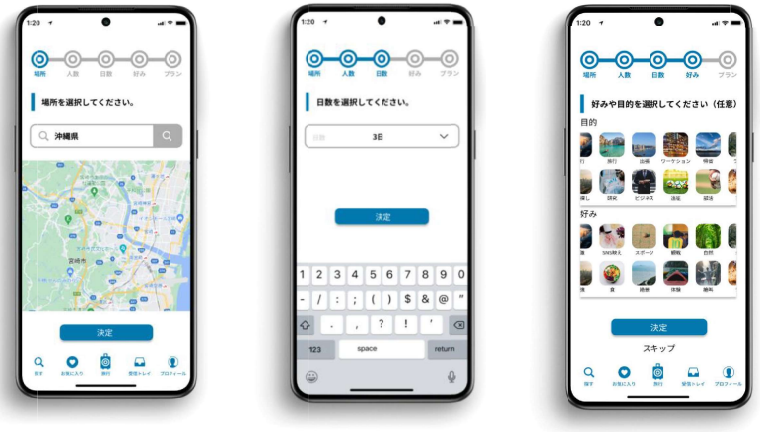
PC 版_TOP（会



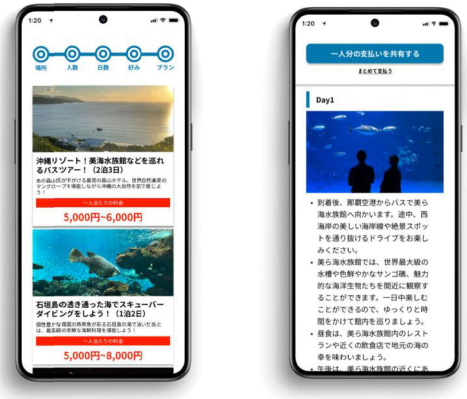
SP 版（TOP・ログイン画面・人数選択画面）



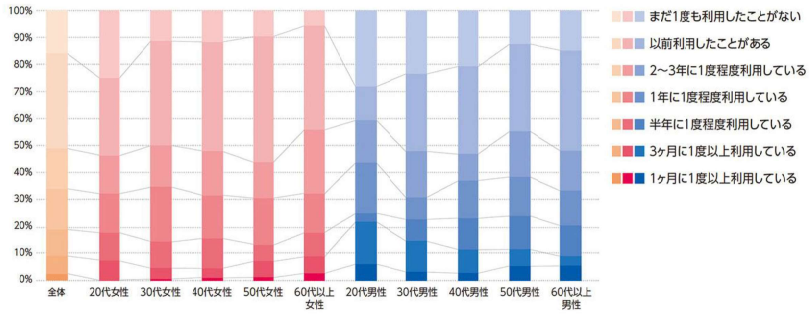
SP 版（場所選択画面・日数選択画面・好みや目的）



SP 版（旅プラン・旅プラン詳細）

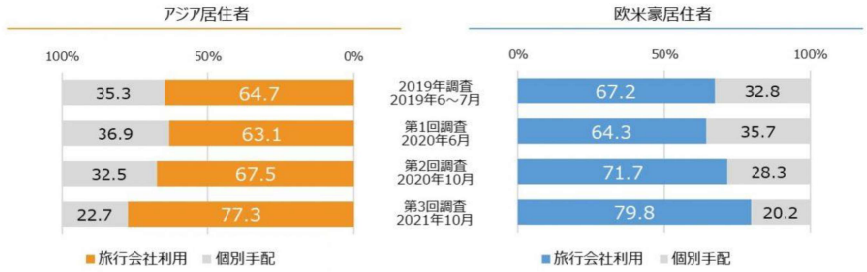


添付資料 1（性別・世代別の旅行会社利用状況（n=994※対象外の世代を除く））



J-Net21 2022 年 8 月 10 日 閲覧日 2023 年 8 月 18 日
https://j-net21.smrj.go.jp/startup/research/service/cons-travelagency.html

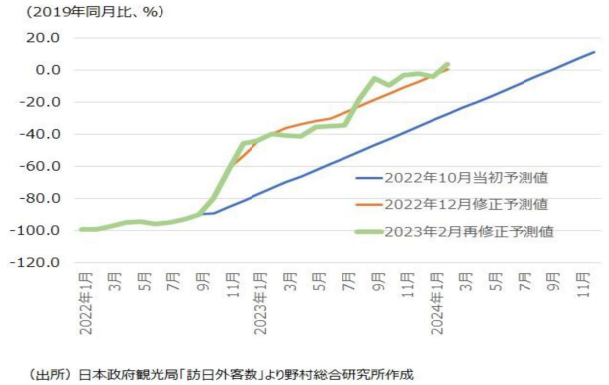
添付資料 2（訪日外国人観光客の個人手配率）



日本交通公社 2022 年 6 月 13 日 閲覧日 8 月 18 日
https://www.jtb.or.jp/researchers/column/after-covid-19-inbound-kakishima/

添付資料 3（訪日外国人が日本を選ぶ理由）
ITmedia 2023 年 1 月 30 日 閲覧日 8 月 18 日
外国人が訪日旅行したい理由　3 位「観光名所」、2 位「料理」、1 位は？ - ITmedia ビジネスオンライン

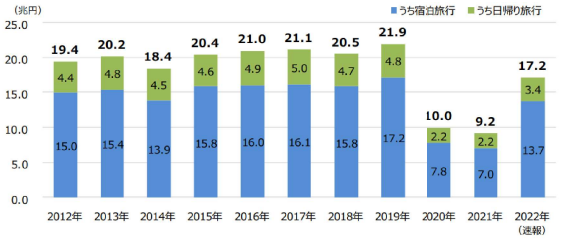
添付資料 4（2023 年訪日外国人需要予測）



（出所）日本政府観光局「訪日外客数」より野村総合研究所作成

https://www.nri.com/jp/knowledge/blog/lst/2023/fis/kiuchi/0221_2

添付資料 5（2022 年日本人の国内旅行消費額）



観光庁 2023 年 2 月 15 日 閲覧日 2023 年 8 月 18 日
https://www.mlit.go.jp/common/001587216.pdf

添付資料 6（日本人の 20~30 代の人口割合）
20~30 代の人口データ
https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/geppo/nengai08/sankou3.html
日本の総人口データ
https://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Mokuji/1_Japan/J_Detail.asp?fname=2_3tei/T2_3_3.htm&title1=%82Q%81%7C%82R%81D%90%84%8Cv%8C%8B%89%CA%95%5C%81%7C%92%E1%88%CA%90%84%8Cv&title2=%95%5C%82Q%81%7C%82R%81%7C%82R%81D%91%8D%90l%8C%FB%2C%8D%82%94N%97%EE%8B%E6%95%AA%81i60%8D%CE%88%C8%8F%E3%2C70%8D%CE%88%C8%8F%E3%2C80%8D%CE%88%C8%8F%E3%2C90%8D%CE%88%C8%8F%E3%81j%95%CA%90l%8C%FB%82%A8%82%E6%82%D1%94N%97%EE%8D%5C%91%A2%8CW%90%94%81F%92%E1%88%CA%90%84%8Cv

添付資料 7（日本人の旅行支出額）
トラベルボイス 2023 年 8 月 17 日 閲覧日 2023 年 8 月 18 日
https://www.travelvoice.jp/20230817-154050#:~:text=%E6%97%A5%E6%9C%AC%E4%BA%BA%E5%9B%BD%E5%86%85%E6%97%85%E8%A1%8C%E3%81%AE,%E5%90%8C%E6%9C%9F%E6%AF%948.0%25%E5%A2%97%EF%BC%89%E3%80%82

添付資料 8（訪日外国人の消費動向調査）
観光庁 2023 年 7 月 19 日 閲覧日 2023 年 8 月 18 日
https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000521.html#:~:text=%E8%A8%AA%E6%97%A5%E5%A4%96%E5%9B%BD%E4%BA%BA%E6%B6%88%E8%B2%BB%E5%8B%95%E5%90%91%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E7%B5%90%E6%9E%9C%E6%A6%82%E8%A6%81&text=%E2%97%8B2023%E5%B9%B44%2D6,20%E4%B8%875%E5%8D%83%E5%86%86%E3%80%82

添付資料 9（競合サービスのユーザーエクスペリエンス）
HIS のアプリの使い方。アプリの特長・航空券予約方法も紹介（xn--pck7b8bo5dn6czd.jp）

受付番号

第 23 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　大分大学	代表者名　西坂優希
共同提案者名	
事　業　名　WANTO	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　教室運営を 10 倍効率化するアプリ WANTO	

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。

オンライン塾や家庭教師、個別指導塾に対し、生徒データを活用したツールを提供します。アプリでは、生徒が日頃の学習計画から実行までを登録し、それらをダッシュボード化します。また、AI で最適カリキュラムを生成します。これで保護者との報告を円滑にし、解約率を抑制します。収益は学習塾からの月額料金で、モデルは B2B2C です。

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）

【サービスの内容】

アプリケーションは生徒主導で学習データを収集し、それらをダッシュボード化して進捗を視覚化します。さらに、性格診断から得られたデータをもとに AI 技術を活用して個々の生徒に最適なカリキュラムを自動生成します。これにより、一人一人の生徒に合わせた個別化された学習体験を提供し、教育事業者は効率的な指導が可能となります。

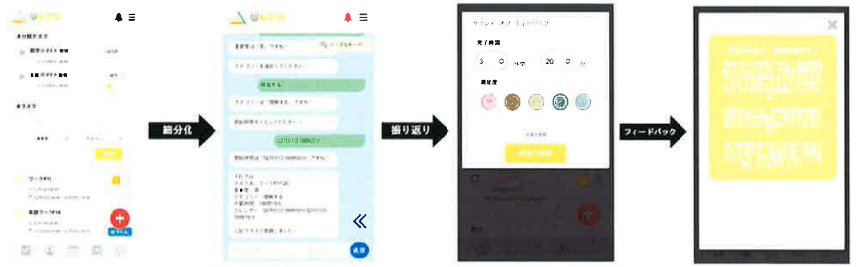


図 1 生徒画面（タスク管理（左）･タスク登録（左中）･タスクの振り返り（右中）･生成 AI によるフィードバック（右））



図 2 管理者画面（生徒の学習頻度や満足度から算出されるよう対応生徒一覧（左）･個人の計画から振り返りの情報をまとめたダッシュボード（右））



図 3 性格診断や学習計画および実行のログを元に事業者が登録している教材ベースにオーダーメイドカリキュラムを生成

【着眼点】
学習塾の解約率の原因が 2019 年以降、従来の「成績不振」から「報告頻度の減少」に変化しています（図 4）。保護者への報告頻度の低下の原因として、ヒアリングによると「面談 1 件あたりの準備時間の長期化」と「面談後の対応と共有のアナログ化」が挙げられます。



図 4 スクール専用業務管理＆コミュニケーションアプリ「Comiru」より(2019)

【事業化計画】
初期の展開として、事業者へのアウトバンドをメインとし、SNS 広告および HP の SEO からのインバウンドの動線を 6 ヶ月 50 万円の費用をかけて構築していきます。MVP はクローズドα版からオープンβ版までを 1 年間かけて検証を行います。なお、自社での開発のため、費用は不要です。

【事業のビジョン】
売り上げベースのビジョンとして、初期 1 年で 1,000 人のユーザー、790 万円を目指します。5 年以下に 500,000 人のユーザー、40 億円を目指します。その後は、教育業界だけでなく、人材研修業界や介護業界、さらにはマレーシアやインドネシアの教育市場に展開していきます。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

【新規性】
生徒主導型の学習データ収集と AI による最適化カリキュラム生成を通じ、学習塾の保護者報告頻度の課題を解決します。先行事例として、米国では「AI Tutor」という性格診断をベースに学習カリキュラムを生成するアプリケーションが存在しますが、日本ではまだ存在しない状況です。

【便利性】
生徒の学習進捗の詳細確認と、それに基づいた個別指導の自動生成を可能にします。これにより、教育事業者と保護者の効率と便利性が向上します。

【独創性】
AI を用いたカリキュラム自動生成機能を持つ点が挙げられます。これにより、学習塾は個々の生徒のニーズに合わせてパーソナライズされたカリキュラムを即座に提供が可能になります。

【特徴】
ビジネスモデルは B2B2C 型で、教育事業者からの月額料金で運営します（図 5）。学習塾としては日頃の学習管理ができるほか、生徒の学習計画やモチベーションが低下している生徒を感知してアラートを表示します。これにより、従来は気づくことが難しかった解約予備軍の生徒に対して迅速な対応が可能になります。

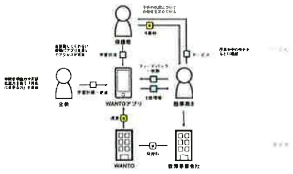


図 5 ビジネスモデル

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

【顧客ターゲット】
初期のターゲットは、個別指導塾、オンライン塾、家庭教師事業者など、保護者とのコミュニケーション回数が 3 ヶ月に 1 回未満のペースでしか実施できておらず、解約率が増加している事業者です。

【市場規模】
個別指導形態で運営している学習塾の中高生 70 万人を対象とし、市場規模は 60 億円と見積もられます。また、全国の中高生を対象とした場合の市場規模は 660 万人、500 億円となります。さらに、教育業界、人材研修業界、介護業界、海外の教育市場を含めた総市場規模は 7,800 億円と予測されています。

【販売対象エリアの状況及びその裏づけ】
学習塾運営システムを提供している comiru の調査によると、学習塾側が保護者に対して、月一回以上の頻度で保護者面談を実施できている割合は 13%に留まっている状況です。

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》

【基本戦略】
教育現場が抱える課題として、「情報の収集への難しさ」「情報の共有の難しさ」「収集した情報を活かす難しさ」が挙げられます。従来のサービスは情報の収集や共有を中心にしたものが多いですが、私たちのサービスは生徒の学習計画から実績までの情報収集に特化しています。さらに、その情報をもとに生徒一人一人に最適化された学習計画の作成支援を行う点で差別化を図っています。

【価格戦略】
私たちのビジネスモデルは B2B2C で、料金形態は月額課金制です。生徒一人当たり 500 円、管理者 3,980 円の月額利用料として頂戴します。類似サービスは 300 円から 1,000 円となっており、事業者としても導入ハードルは比較的低い価格設定となっております。なお、この価格設定はユーザーヒアリングを基に決定しました。

【販売戦略】
販路拡大の戦略として、以下の点を考えております。
・弊社 HP からのインバウンド流入
弊社は現在、SEO の向上を図るために外部事業者と協力して取り組みを進めています。この取り組みにより、HP からの認知獲得と興味層の拡大を目標としています（図 6）。



図 6 WANTO サービスページ（https://ed-wanto.com/wanto_app）

・生徒向けの性格診断ツールの提供
「WANTO アプリ」のウェブアプリが SEO で上位にランクされており、これを活用して性格診断ツールを無料で提供する計画を進めています。中高生向けの性格診断は、アプリの認知拡大につながると期待しています。

・学習塾ネットワークの活用
学習塾の運営経験者と連携し、テストマーケティングを行う準備を進めています。関係者の課題解決に繋がるアプリケーションの改善により、初期のクローズドβ版まではリファラルでの顧客獲得を目指します。

・SNS 広告及び Google 広告への出稿
SNS や Google 広告を用いて、弊社の LP への遷移を促進し、資料請求から商談に至るフローを構築していきます。顧

客獲得単価（CPA）においては、1.5 万円を目標として掲げております。

【販路戦略】
私たちのアプリケーションは、パーソナライズされた教育サポートと教室運営の効率化を実現します。具体的には、教育現場の情報収集・保護者との共有にかかるコミュニケーションコストの削減や、詳細な生徒情報の収集が可能になります（図 7）。それ以外にも教室運営に関する事務の効率化も図ります。保護者との面談 1 件あたりの準備のために要したコミュニケーションコストや面談組などの従来時間がかかった業務をおよそ 10 分の 1 に効率化することから「10 倍効率化することができるアプリ」としてのアピールが可能です。

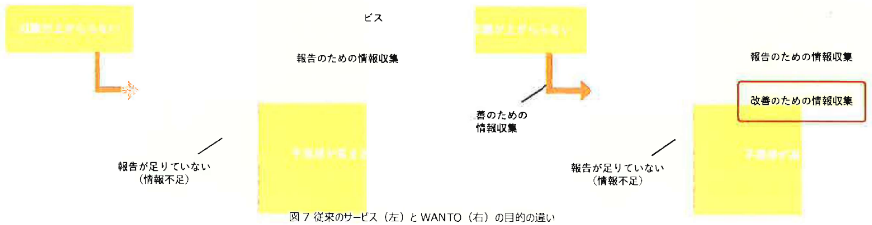


図 7 従来のサービス（左）と WANTO（右）の目的の違い

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)

【競合サービスの特徴】
競合サービスとして、3 つあり、それぞれの特徴は以下の通りです（図 8）。



図 8 競合他社を含めたポジショニングマップ

① comiru（株式会社 POPER）
このサービスは、保護者とのコミュニケーションを円滑にするための機能を中心に展開しています。WEB アプリとネイティブアプリの両方で提供がされています。アプリケーションのビューとして、保護者向けアカウントと学習塾の運営アカウントの 2 種類が存在します。多数の大手学習塾が導入している一方で、機能の充実度に関して満足していない事業者もいます。入退室通知、日程調整、お知らせ、請求書などの機能が特に評価されています。ヒアリングの結果、不要な機能が多いことや管理者用のスマホアプリでの挙動不安定の問題が指摘されています。料金は初期費用 3 万円、生徒一人当たり月額 300 円からの設定です。

② Studyplus for school（スタディプラス株式会社）
主に生徒の学習ログ収集に特化しており、それを基に生徒の状況を詳しく把握、コミュニケーションの質を高めるサービスです。元々は toC 向けの提供から始まり、ユーザー数 800 万人以上を超えております。学習時間を競う SNS 風の UI や、学習時間のグラフ表示が特徴です。現在、法人向けの「Studyplus for school」も展開中で、学習履歴を活用して勉強時間が少ない生徒へアプローチする機能も備えています。生徒の学習ログを収集することができるため、高く評価をしている事業者もいる一方で、生徒の入力率が 10%以下と導入したにも関わらず効果を感じられていない事業者もいるのが現状です。料金は生徒一人当たり月額 750 円からです。

③スタディサプリ（株式会社リクルート）
オンデマンドでの動画教材を中心とした学習プラットフォームです。各種動画教材が用意されており、生徒は自らのペースで学習を進められます。学習塾向けの機能としては、先生が宿題の指示を出すことも可能となっております。このシステムを使用することで、生徒は問題解決から解説までをスムーズに行えます。料金は生徒一人当たり月額 2,178 円から設定されています。

【優位性と弱点】
私たちのアプリは学習の記録のみならず、計画から実績までを収集することからその情報を元に多角的なフィードバックが可能となります。また、教室運営に関する機能数を限定して開発を進めており、ヒアリングを通して頂いた「多機能すぎることにより事業者側が使いこなすことができない」という UX が低い課題を改善します。
一方で、私たちのアプリケーション内にはデジタル教材が格納されていないため、初期段階は学力測定を外部サービスや紙媒体の教材に依存します。そのため、教材を自社で持っているまたは紙媒体の教材を使っている事業者に対しては導入ハードルが低い一方で、特にスタディサプリなどのオンデマンド型教材を用いてのタブレット学習などを推進している事業者には価値を感じていただきにくいことが懸念されます。将来的にはデジタル教材との連携を強めるために、私たちのアプリから外部サービス（API 接続）にログインできる仕組みを実装して解決していきたいと考えております。

7. 事業実施上の問題点・リスク

【問題点・リスク】
以下の 2 点が主な問題点として懸念されます。
1） 法律的な観点 学習ログの収集に際して、個人情報保護法などの法律を踏まえたサービス開発が求められます。外部サービスとの連携も考慮しているため、情報取り扱いには特別な注意が必要です。
2） 競合との差別化 性格や学習計画に基づくログを使用した生徒指導は、米国には先行事例がありますが、日本ではまだ少ない状況です。日本の教育文化は学習実績をベースに分析することが一般的なため、私たちのアプリケーションの受け入れには時間がかかる可能性があります。

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

【経験】
学習塾で 4 年のアルバイト経験があります。講師、チューター、そして 5 教室を管理するエリアマネージャーと実務経験があります。このアプリケーションについて、F Ventures 主催の TORYUMON FUKUOKA など、ビジネスプランコンテストで 3 度の受賞経験があります。

【技能】
ノーコードツールを使用してシステム開発事業を実施しています。既に法人向けに 3 件、個人向けに 2 件のアプリケーション開発の実績があります。

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

【社会貢献度】

私たちのアプリケーションが普及することで教育現場の業務最適化に留まらず、パーソナライズされた教育をより多くの学生に届けることが可能になります。特に学習塾に対しては、多くの生徒を低価格で受け入れるという従来の価格競争のアプローチから、各生徒に合わせたパーソナライズ教育へシフトするきっかけになることを期待しております。

【実現性】

現在、アプリケーションの開発自体は MVP が完成している状態です。既にクローズドα版のヒアリングを進めております（図 9）。現在、複数の企業および大学と連携した機能の開発の準備中です。加えて、大分県ビジネスアイデア実現支援プログラム GEAR に今期採択されており、本格的に市場検証を進める準備が既に整っております。

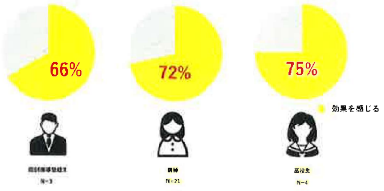


図 9 トラクションの結果（クローズドα版を用いたユーザーヒアリング）

【実業家としての抱負】

私が目指す世界観は「surrounded by what you WANTO.」という全ての学習者が自己実現を達成できる世界です。そのために、一人ひとりに合った学習体験ができる未来の教育をデザインしていきます。このマイビジョンの実現のために、誰もが「欲しい」「したい」という欲求に向き合い、将来の選択肢を少しでも多く持てるような、自己成長への意欲を引き出す事業に創り上げていきます。このビジネスがより多くの人々に「やりたいこと」に向き合い、成長できる機会を提供することで、社会全体の発展に寄与することに貢献していきます。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第 1 期 （令和 6 年 1 月期）	第 2 期 （令和 7 年 1 月期）	第 3 期 （令和年 1 月期）
WANTO アプリ	7,900（54%）	39,500（89%）	79,000（86%）
売上高計	7,900	39,500	79,000
経常利益	△5,650	20,825	48,225

（ ）内は粗利益率(%)　※システム利用料および人件費（CS のみ）を売上原価として計算。そのほかの人件費は販管費（人件費）に含める。

<1 年目>
生徒アカウント：1,000 名×500 円×12 ヶ月=6,000,000 円
管理者アカウント：1,000 名×2/50（管理者の比率）×3,980 円×12 ヶ月=1,910,400 円
合計：7,910,400 円

<2 年目>
生徒アカウント：5,000 名×500 円×12 ヶ月=30,000,000 円
管理者アカウント：5,000 名×2/50（管理者の比率）×3,980 円×12 ヶ月= 9,552,000 円
合計：39,552,000 円

<3 年目>
生徒アカウント：10,000 名×500 円×12 ヶ月=60,000,000 円
管理者アカウント：10,000 名×2/50（管理者の比率）×3,980 円×12 ヶ月= 19,104,000 円
合計：79,104,000 円

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
設備資金	2,540	自己資金	1,000
ソフトウェアの許諾費	300	金融機関・ベンチャーキャピタルからの借入	13,740
事務所の設備	2,000		
法的準拠と許認可	240		
運転資金	12,200		
人件費	10,200		
販売費及び一般管理費等	1,000		
その他	1,000		

12.別 紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

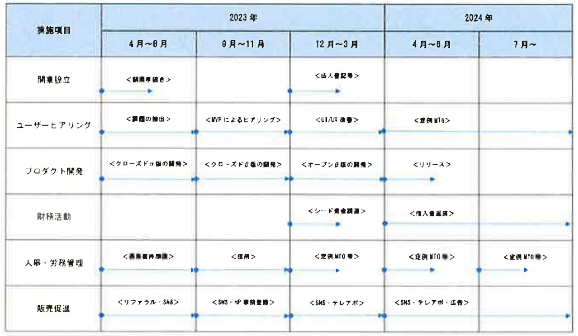


図 10 今後のスケジュール



Startup TV



TORYUMON FUKUOKA

GEAR

実証実験プログラムの採択

図 11 受賞・採択歴

第 23 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　佐世保工業高等専門学校	代表者名　有浦　琉壱
共同提案者名　小池　泰麒	
事　業　名　入学前にこれ１本！正しく持ってる OHINA 鉛筆	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ	

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。

「鉛筆を正しく持ちたいけど小さい頃からの癖がついてなおせない」「姿勢が良くなるようになりたい」「ペンだこができて長時間の鉛筆使用が厳しい」などの悩みをもつ子どもやその親に対して提供するソリューション。商品の販売とその副次効果を PR することで収益を得る。日本だけでなく、海外展開も視野にネット販売を中心とした戦略を計画している。

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）

・プラスチック製の本体と、取り換えが簡単な芯により構成されたシンプルな鉛筆。
・本体に正しい握り方に矯正するための窪みを付け、使用するだけで正しい握り方を習慣付けれるような仕組みにする。
・鉛筆を削ることなく芯を取り換えるだけで使用できるため毎日の手間が省略できる。
・左利きにも簡単に対応可能。
・将来的な海外戦略（台湾をターゲット）を念頭に販売はネットを中心に展開。
・企業と提携して、３Ｄプリンタでの製作を可能としたい。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

・既存の矯正商品は多数あるが、「見た目が気になる」「付け外しが面倒」「鉛筆を削る時に邪魔」「汚れてしまう」などのデメリットが多くある。OHINA 鉛筆はこれを全て解決できる。
・シンプルなデザインで使いやすく、面倒だと感じる要素を極力排除した。

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

・ターゲットは「子供に正しく持てるようになって欲しい」と考えている親。
・鉛筆の使用や市場自体は、タブレットを中心とした授業の拡大等により縮小となることが予想されるが教育の観点からもゼロになるわけではない。その中でのシェア獲得を目指していく。
・販売エリアは全国。
・鉛筆を教育の段階で使用することが少ない欧米はターゲット外とする。日本製の鉛筆を多く使用している台湾をメインターゲットとしたい。
・将来的には OHINA 鉛筆をボールペン等にも応用できるようにし、他のエリアもターゲットにできるようにしたい。

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》

・SNS を使用した商品紹介や、口コミを利用した体験談の拡大を通じて、リアルな情報を提供し続ける。
・ネット広告を活用し、幅広い年代に告知する。
・オンライン販売をメインとし、販売コスト、在庫管理コスト等を極力削減する。

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)

・既存の商品、サービスとの相違点については前述のとおり。

7. 事業実施上の問題点・リスク

・タブレットを使用した学習の拡大による、「物を書く」という文化の衰退
・日本国外の広がりが限定的。
・商品製作に関するパートナー探し。

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

・自身が鉛筆の握り方を矯正することで字の書き方が劇的に改善された。この経験を伝えたい。
・試作品を既に作成しており、それを改良していく段階まで来ている。

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

・「文字を書く」ことは勉強の基本である。
・幼少からこの基本となる習慣を多くの子供たちが無理なく身に付ける、その手助けをしたい。
・スモールビジネスではあるが、人間形成のベースとなるこの事業を力強く推進したい。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （平成　年　月期）	第　2　期 （平成　年　月期）	第　3　期 （平成　年　月期）
	（　%） （　%） （　%）	（　%） （　%） （　%）	（　%） （　%） （　%）
売上高計	7,500	15,000	30,000
経常利益	▲5,000	▲1,000	10,000

（　　）内は粗利益率

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
土地、建物、機械代	5,000	商品販売	7,500
広告	1,000	広告・クラウドファンディング	3,500
人件費	6,000		
商品製造費	4,000（2 万本）		

※　一年目の予想

受付番号

第 23 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　九州工業大学	代表者名　磯本航世
共同提案者名　佐藤光、山口紘正	
事　業　名　“SABO”介護施設における汎用型サービスロボット	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　日本の介護業界における常識の変革	

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。

介護施設へ介護業務のサポートをおこなう協働サービスロボットを提供、保守・運用を行うビジネス。協働サービスロボット導入により、介護施設で働いている介護従事者の負担の軽減、要介護者に対する直接的なケアの時間の増加といった効果が期待できる。これにより、すべての高齢者に充実したケアサービスの提供を実現する。

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）

<背景>

私たちのビジネスプランの背景には、超高齢社会（65 歳以上の人口が全人口の 21%を占めている状態）が関係している。超高齢社会の深刻化により、介護施設に大きな影響が考えられる。現在、介護従事者 211 万人に対して、要介護者が 667 万人となっており、1 人の介護従事者が 3 から 4 人の要介護者のケアを行っている状況である [1]。介護従事者をターゲットとした人材不足を尋ねるアンケートによると、6 割以上の介護従事者が人手不足を感じている [2]。そのため、介護従事者の人数確保が急務となっているが、採用が困難といった理由により、十分な確保は困難だと考えられる。

そのため、国を中心として、介護現場における DX 化を進める動きが活発になっている。その一例として、ロボットへの業務の移行があり、厚生労働省が開発重点分野として、移動支援、移乗支援、入浴支援、排泄支援などが挙げられている [3]。しかし、現在開発されているロボットは、一つの業務に特化したロボットであるため介護従事者の研修やメンテナンス、運搬といった新たなタスクを発生させており、人手不足解消にうまく結びつかず、運用の中止や導入の見送りになるケースが多い。

<サービス内容>

私たちは、介護施設へ、介護業務のサポートをおこなう協働サービスロボットの提供、保守・運用を行う（図 1）。協働サービスロボットは、自律走行が可能であり、アームや運搬用をリフトが搭載されており、ペットボトルの把持や棚の運搬作業を行うことができる。また、前面にある大きなディスプレイとマイク・スピーカーを用いて、会話によるコミュニケーションをとることが可能である。このロボットは、“見えない介護”と呼ばれる分野の業務を行う。“見えない介護”とは、直接的に要介護者のケアを行う排泄介助や入浴介助といった“見える介護”とは異なり、以下の 2 種類の業務範囲を指す。

- 間接的な介護業務：清掃、食事準備
- 周辺業務：荷物の運搬、見回り作業、要介護者のケアコミュニケーション

ロボットが“見えない介護”を遂行することにより、介護施設における“見えない介護”の省人化、介護従事者の“見える介護”への集中につながり、要介護者への質の高いケアにつながる。

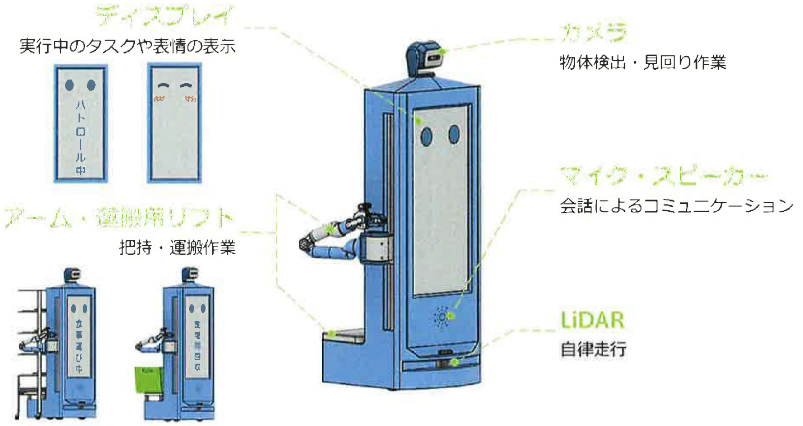


図 1 協働サービスロボット

<事業形態>

事業形態を図 2 に示す。メーカーからロボットの部品を仕入れ、自社で組み立てを行い、介護施設にロボットをサブスクライブサービスとして提供する。毎月、担当者を介護施設に派遣し、提供したロボットの問題がないか検査など保守・メンテナンスを行い、サービスを運用する。

発注先へのロボットの部品代、組み立てにかかる人件費、他社のサービス利用料金が支出として発生し、介護施設から初期設定や保守部品代を含んだ初期導入費用、毎月の保守・運用のサブスクリプション代金を収益とする。

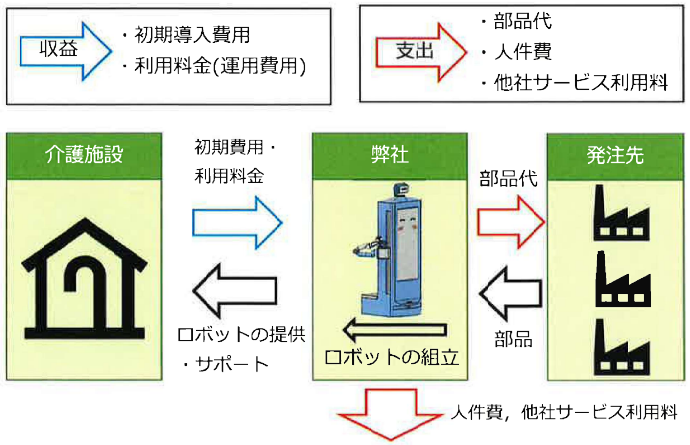


図 2 事業形態

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

<新規性>

このビジネスの新規性は大きく分けて 2 つある。

1 つ目は、これまで介護ロボット業界が注目しなかった領域でのサービスを提供することである。提案するロボットは、荷物や食事の運搬・提供、掃除、洗濯物の回収・運搬、深夜の見回り業務、食事残電や要介護者の状態の記録など、直接的に要介護者に関与しない業務を主要な領域としている。これにより、介護従事者の雑務が減少し、業務の最適化が実現され、要介護者への直接的なケアに十分な時間が確保される。過去には、介護ロボットにおいて見回り業務や記録の自動化など、個別のタスクの自動化が行われてきたが、これらを包括的に実現する介護ロボットは存在していない。

2 つ目は、従来のロボットと異なる操作方法である。従来のロボットはタブレットやパソコンを使った操作方法が主流であった。その結果、普段からデバイスを使っていない人によって抵抗感がある場合が多かったと考える。また、ロボット導入にあたり、操作方法は誰にでも分かるような直感的ものが求められる。私たちのロボットは、音声指示を通じて操作される特徴がある。例えば、“○○号室までこれを運んで。”や、“△△さんの状態を確認してきて”といった音声による指示でロボットを操作する [4]。ロボットへの音声指示は、タブレットやパソコンを使用する操作方法に比べて、新たな操作方法を覚える際の労力やストレスを軽減する助けとなると考えている。

<便利性・独創性>

このロボットは会話する機能が備わっており、要介護者とのコミュニケーションによるケアサービスも業務の一つとして検討している。ロボットと人間の円滑なコミュニケーションを行うためには、ロボットが音声だけでなく視覚的な表現が必要である。提案するロボットは、前面に大きなディスプレイを搭載しており、ロボットと接するユーザーがディスプレイに映る文字や図や顔画像を見て、ロボットの状態や感情を視覚と聴覚の両方で感じることができるデザインとなっている。また、高齢者に適した文字サイズや表現を用いることで、高齢者にも受け入れてもらいやすいようなデザインを目指している。

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

<顧客>

多くの介護人材が必要となる要介護者のキャパシティが大きい介護施設とする。具体的には、介護従事者に 1 人で要介護者 3 人以上のケアを行っている介護付きの有料老人ホーム・介護老人保健施設や一般にケアハウスと呼ばれている自宅での生活が困難な 60 歳以上の高齢者向けの福祉施設（経費老人ホーム C 型）をターゲットとして、サービスの提供を行う。

<市場規模>

2022 年度でサービスロボット全体の市場規模は 239.1 億円で [5]、介護ロボット市場は 26.5 億円見込みである [6]。現状では介護ロボットの市場規模の成長率はサービスロボット全体と比較すると高くない。しかし、今後 2035 年問題のような介護人材が不足するような状況になると、介護ロボット市場は現在より高い成長率が見込める。

<事業展開>

初期段階は地元の福岡を中心に展開する。3 年目後半から 4 年目にかけて、ベネッセや SOMPO ホールディングスといった東京を中心に関東圏に多く介護施設を多く持つ大手企業に営業を行い、系列店へのスムーズな事業拡大を狙う。

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>

実証実験込みで最初の 3 年半は福岡を中心として展開する。その後は、大手介護施設がある東京を中心とした関東圏に進出する。また販促戦略としては、厚生労働省委任事業である介護ニーズとのマッチングを行うプラットフォームや介護施設へのつながりがある大学の教授と連携し製品の提供を行っていくことを想定している。その他にも、展示会への出展や福岡の介護業界が集まる会議に出席し、ロボットの紹介などを通して施設とのつながりや認知度を高めていく。

<価格戦略>

販売価格は、初期導入費の 280 万円と月額 16 万円と設定している。月額料金は介護職員の人件費 29 万よりかなり安い価格帯で設定している。この価格設定は、以下の 2 つの理由をもとに決定している。

1. 労働基準法により労働時間が 1 日 8 時間と決まっているのに対し、ロボットだとバッテリーを交換することで 24 時間 365 日のフル稼働が実現可能である。
2. 1 日の介護業務の作業内訳の内、間接・周辺業務が約 3 割以上を占めている [7]。

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

私たちのロボットは、汎用型サービスロボットと自律走行搬送ロボット（AMR）の要素を持っている。汎用型サービスロボットの分野では、ugo 株式会社が提供している ugo[※1] が市場に存在する。(図 3(1))
ugo は、2 本のアームと移動機構を備えており、遠隔作業によって様々な業務を行うことが可能である。
タブレットやパソコンなどの端末を用いて、作業に適したプログラム作成を利用者が行うことができ、多くの分野の DX 化を進めている。また、AMR の分野では、KEENON Robotics が出している BellaBot[※2] や Preferred Robotics が提供しているカチャカ[※3] が存在する（図 3(2、 3)）。 BellaBot は、猫の顔を持っており、飲食チェーン店での配膳作業を担っている。COVID-19 の流行により、多くの店舗での導入が進められている。
カチャカは、2023 年から発売されており、家庭内で家具の運搬を行うロボットである。”ねぇカチャカ”と呼びかけることにより、ロボットに付属されている棚を持ってきてもらうことが可能である。
これらのロボットと提案するロボット（佐保）の特徴を比較した表 1 に示す。
私たちのロボットは、複合的な要素を持つことにより、一つのロボットで対応可能な作業分野を広くとることができるため、汎用性に富んでいることがアドバンテージとなっている。



(a) ugo



(b) BellaBot



(c) カチャカ

図 3 既存サービスロボット

表 1 サービスロボットの特徴比較

特徴	ugo	BellaBot	カチャカ	佐保
運搬性能	△（~0.3kg）	○（~40kg）	○（~20kg）	○（~500kg）
マニピュレーション	△	×	×	○
発話機能	○	○	○	○
聞き取り機能	×	×	○	○
対応可能な作業分野	○	△	△	○
操作性	○	○	○	○
価格	15 万円/月~	本体 360 万円	本体 20 万円 1000 円/月	初期導入 280 万円 16 万円/月

※1 ugo: https://ugo.plus/
※2 BellaBot: https://www.pudurobotics.com/products
※3 カチャカ: https://kachaka.life/

事業実施上の問題点・リスク

- ロボット使用時の安全確保
  - 開発段階での実証実験でリスクヘッジを行い、安全性を確保する
- ニーズのミスマッチングによる導入取りやめ
  - 導入の前に介護現場へ専門家が行き、その現場の職員と人手・環境などについて問題点を洗い出し、本当にその介護施設にとって導入メリットがあるのかを検討する。検討後、1 週間~1 カ月程度のお試し期間を設けることで施設に合うのか検証して契約することで解約率を減らす。

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

私達は、Hibikino-Musashi@Home と呼ばれる北九州学研都市のホームサービスロボットを研究・開発する学生プロジェクトに所属している。ホームサービスロボットとは、家庭や店舗など人間の生活空間で働き、日常生活の支援を行うロボットのことを指す。Hibikino-Musashi@Home は 2017 年からホームサービスロボットの研究・開発を行っており、ホームサービスロボットの機能を競う世界大会で何度も優勝するなど、人工知能、ロボット制御技術などの知識の積み重ねがあるプロジェクトである。今年のフランスで行われた世界大会では準優勝しており（図 4）、ChatGPT で知られる大規模言語モデル（LLM）の技術を用いて、この事業に必要な音声によるロボットの操作のベースとなる技術が実現できている [4]。また、磯本は高専ロボコンといった大会でのロボット制作の経験があり、佐藤は廃炉創造ロボコンといったロボットの大会に出場した経験があり、これらの大会で培ったハードウェア設計技術やロボット制御技術も活かし、ロボットの開発を行うことが可能である。



(a) 人と会話しているロボット　　(b) ものをつかもうとしているロボット

図 4 フランスで行われたホームサービスロボットの世界大会の様子

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

現在、日本は超高齢社会を迎えており、団塊の世代が一気に 65 歳を超える 2035 年問題が目の前に迫ってきている。これによる経済・医療への影響は、日本が一体となり立ち向かわなければいけない大きな課題である。このうちの一つとして介護従事者不足がある。これは、直接的に介護体制の崩壊につながり、十分なケアを受けることができない要介護者や、就労世代が親のケアにつくために職を離れる状況の発生などシチュエーションが容易に考えられる。このような状況を未然に防ぐためにも、介護従事者不足は解決し、十分な介護体制を用意することが求められる。そこで、厚生労働省を中心として介護ロボットの開発が行われているが、現状の介護現場の体制に対して、アプローチがフィットしておらず、まだ介護従事者をサポートできる余地があると感じている。私たちのロボットは、飲食店の配膳ロボットや病院の運搬ロボットといった実際に運用されているサービスからインスピレーションを受け、介護施設でも同じようなタスクがあると予想し、私たちが研究しているホームサービスロボットと組み合わせることにより、介護従事者によい効果をもたらしてくれると確信している。私たちが提供するロボットは、介護従事者をサポートしたい"Support"と手助け（佐）を行い、みんなが幸せに生きているこの今を保ちたいという意味を込めて、"佐保（SABO）"と名付けている。このロボットを提供することにより、すべての高齢者に充実したケアサービスを提供していく。

9. 売上・利益計画

（単位：千円）

	第 1 期（2025 年 3 月期）	第 2 期（2026 年 3 月期）	第 3 期（2027 年 3 月期）	第 4 期（2028 年 3 月期）	第 5 期（2029 年 3 月期）	第 6 期（2030 年 3 月期）
(1) 売上高 計	0	21,120	99,840	190,080	303,360	439,680
(2) 売上原価（仕入金額等）	4,500	27,000	108,000	162,000	216,000	270,000
(3) 売上総利益（(1)−(2)）	▲4,500	▲5,880	▲8,160	28,080	87,360	169,680
(4) 販売費及び一般管理費	16,820	18,692	25,844	34,388	45,236	58,388
人件費	15,820	17,692	24,844	33,388	44,236	57,388
販売費	0	0	0	0	0	0
一般管理費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
(5) 経常利益（(3) - (4)）	▲21,320	▲24,572	▲34,004	▲6,308	42,124	111,292

10.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
シード期（第 1 期）	25,000	スタートアップ基金	100,000
シリーズ A（第 2、3 期）	82,800	モノづくり基金	80,000
シリーズ B（第 4、5 期）	261,000	大手との事業提携	200,000
計	368,800		380,000

11.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

[1] 厚生労働省, "第 8 期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について," 2021.
[2] 公益財団法人 介護労働安定センター, "令和元年度「介護労働実態調査」の結果," 2020.
[3] 厚生労働省, "ロボット技術の介護利用における重点分野," 2017.
[4] 音声命令によるロボットの動作生成技術紹介動画



[5] 株式会社矢野経済研究所，介護ロボット市場に関する調査を実施(2022 年)，https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3096，Accessed，2023/09/17.
[6] Deloitte，サービスロボットソリューション市場展望 2022 年度版，https://mic-r.co.jp/mr/02360/，Accessed，2023/09/17.
[7] 北九州市,厚生労働省委託事業 介護ロボットを活用した介護技術開発支援モデル辞表実施業務, 2019 年.

第 23 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	宮崎大学	代表者名	山﨑　愛美華
共同提案者名	平田　大空		
事　業　名	ジオバクタープロジェクト		
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ	運ばない電気で off GRID 農業		

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。

家畜糞尿を燃料に発電を行う、微生物燃料電池を実用化させ、個人経営の畜産農家に普及、提供していくビジネスである。装置のレンタル料や処理後の堆肥の販売により収益を得る。運ばない電気でオフグリッドな農業を営み、資源を循環させるサステイナブルな社会を実現させる。

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）

オフグリッドという言葉がある。オフグリッドとは、電力会社の送電網（グリッド）に頼らない、つまり電力を自給自足して生活することを意味する。自然エネルギーを利用して、電力会社から電気を購入せずに暮らすため、環境に負荷をかけない画期的なシステムとして近年、世界中が注目している生活である。私が提案するのは、“宮崎発オフグリッド農業”である。宮崎牛を始めとした商品を販売し、利益を得ている畜産県宮崎であるが、その良さに影を潜めるように家畜糞尿の廃棄問題がある。産業廃棄物に占める家畜糞尿の割合はおよそ 6 割。この家畜糞尿を燃料に発電を行う微生物燃料電池を実用化させる。微生物燃料電池とはジオバクターなどの微生物が有機物（家畜糞尿）を代謝する過程で生じる電子を直接電極に供給して発電を行う装置である。微生物が家畜糞尿をどんどん分解してくれるため、堆肥処理の時間を短縮することが可能である。そのうえ温室効果ガス排出が最小限に抑えられた、クリーンエネルギーによる発電を行うことができる。この装置を大規模に作って堆肥処理センターとして機能させるのではなく、中小規模（30～200 頭）の個人経営の畜産農家に小規模な装置を設置してもらう。これにより、膨大な量の家畜糞尿の運搬に関わるコストを削減し、必要なものを必要な場所で必要な分だけ作る仕組みを構築する。これが運ばない電気である。また、微生物燃料電池の処理によってできた堆肥は P(リン)が豊富に含まれる良質な肥料となることが近年の研究で明らかになっている。これを一括で農家から適切な価格で買い取り、収入の保障とする。買い取った堆肥はブランディングし販売する。

しかし、肝心の装置は研究室レベルであり現場での実証実験もままなっていない。そこで、実証実験やフィールドテストを 1 年以内に実施し、2 年目で収益や顧客セグメント、パートナーシップ、販売チャネルを考慮した持続可能なビジネスモデルを構築させる。そして 3 年目に市場のニーズに合わせて製品化し、顧客や事業パートナーとの関係を築いて、マーケティング戦略のもとに販売を促進させる。この年までの資金はクラウドファンディングや助成金から得る予定である。最終的に 4 年目にてこれらの CSV[1)]化を図る。

1) 本業が社会貢献そのものである企業やその動き

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

家畜糞尿を堆肥にする段階で発電をしようとする試みはこれまでも実在しており、現在、広く実行されているものとして、バイオマス発電がある。ここでバイオマス発電と微生物燃料電池の比較をする。バイオマス発電はメタン生成菌などの微生物が生成したメタンガスを燃料にタービンを回して発電を行う。微生物燃料電池はジオバクターなどの微生物の代謝（呼吸）生じた電子を直接電極に供給することで発電を行う。バイオマス発電は最終的にメタンガスを燃焼するため二酸化炭素の排出がある。しかし、ここで生じた二酸化炭素は**カーボンニュートラル**[2)]の考えのもと、目をつぶってもいいことになっている。そして微生物燃料電池は微生物の呼吸による二酸化炭素の排出のみで前者に比べて大幅に二酸化炭素の排出が抑えられる。カーボンニュートラルを超えた**カーボンネガティブ**[3)]な世界へと一歩前進することが可能である。

また、バイオマス発電を行うには、メタン発酵施設やメタンガス貯蔵庫、発電室など多くの施設が必要となる。これに伴い、広大な敷地面積が必要となる。(3,500 m^2 ＝テニスコート 13 コート分）そのため、バイオマス発電の施設を個人で運営するにはハードルが高い。一方で微生物燃料電池は発電装置さえあれば、既存の堆肥小屋で発電を行うことができる。

2) 温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること
3) 温室効果ガスの排出量が吸収量よりも少ない状態

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

まずは県内の家畜頭数が 200 頭未満で、下は 30 頭~上は 60 頭ほどからなる中小規模の畜産農家に試験場になってもらうとともに、本事業が実現した後の顧客となっていただく。試験場としての働きを担ってもらうことで、装置の「実用性、効率性、安定性」を評価してもらい、情報として正確性の得られる評価が得られたのちに宮崎県を全国に先駆けて微生物燃料電池の開発・研究を推進する地区にする。そして県内での実現後、同じ畜産大圏である鹿児島県や北海道などで評価を積み、最終的には宮崎県をモデルとして全国そして世界に普及させる。

市場規模としては、宮崎県内で普及したとして約 15 億 4 千万円、鹿児島および北海道で約 29 億 5 千万円、全国では約 121 億 6 千万円が見込まれる。しかし、これは家畜の中でも肉用牛の飼育頭数 30～200 頭からなる戸数での概算である。これに乳用牛、豚、鶏が加わればさらなる市場規模の拡大が予想される。

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》

本装置は月 10 万円のレンタル方式とする。価格設定の経緯としては、畜産農家へのアンケートにより糞尿 1 トンあたり 1000 円から 2000 円なら払ってもよいという結果を得た。間の 1500 円をとり、肉用牛の一日の糞尿発生量をもとに計算し、月 10 万とした。また 3 年契約とし、契約更新料を 30 万とする。本装置は耐久性に優れているためメンテナンスは 3 年に 1 回とし、契約期間中の故障等に関しては全額保証とする。

さらに、事業が軌道に乗った段階で処理後の堆肥の販売を始める。微生物燃料電池の処理によってできた堆肥は P(リン)が豊富に含まれる良質な肥料となることが近年の研究で明らかになっている。現在、全国において家畜排せつ物の約 8 割にあたる、6400 万トンが堆肥化されているが、商用販売しているのは約 600 万トン。そして、一般価格としては 40 L（20 kg）につき 500~600 円が相場である。これとブランディング化したものということを鑑みて、600~650 円ほどの価格で販売を促す。

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)

類似ビジネスとしては、やはりバイオマス発電があげられる。微生物燃料電池は現状、バイオマス発電に比べると発電量が劣る。しかし、個人でこの装置を所有することを考えると、大量の電気を生産する必要はなく、使う分の電力が生産できれば良い。現在開発されている微生物燃料電池の最大発電量が 4.8kW/日であり、一般的な畜産農家の消費電力が 25kW/日である。今後の研究開発の目標ラインを 25kW/日に設定し、電気の地産地消を目指す。また、この事業は、エネルギー問題や廃棄物問題、地球温暖化など多くの社会課題に向き合うものとして、企業版ふるさと納税や、**ソーシャルインパクトボンド**[5)]を利用してファウンドレイジングが可能であると考えている。

5) 従来行政が担ってきた公共性の高い事業の運営を民間組織に委ね、その運営資金を民間投資家から募る、社会的課題の解決のためのしくみ

7．事業実施上の問題点・リスク

現状、バイオマス発電が広く推進されているため、微生物燃料電池の普及はおろか認知がなされていないのが問題である。それゆえ、試験場として考えている畜産農家に認知させ理解度を上げることが大きな課題である。また、微生物燃料電池の装置の製造を委託する企業を募集する必要があるが、製造業も人手不足が常であるため、難航すると考えられる。

また、装置のレンタル費を月 10 万円としたうえで利益を出すには、装置の開発費を 300 万円にまで抑える必要がある。現在、都市鉱山といわれる廃材を利用したり、竹材を用いて製造費を抑えたりする研究が盛んにおこなわれている。今後もコストダウンのための研究開発が必要となってくる。

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

私は宮崎大学で環境微生物学研究室に所属しており、私自身がこの微生物燃料電池の実用化にむけた研究を日々行っている。そのため、研究機関との連携は十分にとることができる。そして、自分の研究成果を生かして装置の販売を始めるにあったって、独自の材料、装置で特許を取得したいと考えている。

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

実現可能性に関しては、正直高いとは言い切れない。微生物燃料電池は発展途上の技術であるため、ビジネスとして商品化するためには、研究開発、実証実験の時間を要する。また、理論上実現可能なプランであっても、やってみないとわからないという箇所が存在する。しかし、世界がこの技術を見つけ出す前に研究者の立場からベンチャー企業として一歩踏み出すことには大きな意味があると考えている。世界的に見てみても、家畜糞尿を燃料にした微生物燃料電池の実用化に成功している企業はない。ファーストペンギンになるためにスピード勝負の研究開発を進めていきたい。

私はこの事業に運ばない電気の極致、大きな可能性を見据えている。私はこの装置をインフラの整っていない、発展途上国に持っていきたい。夜に明かりを灯し、子どもたちがいつでも勉強できる環境をつくる。そして世界中の子どもたちに教育の機会を与えたい。

10.売上・利益計画

※ 自分たちの分かりやすいように変更させていただきました。

（単位: 千円）

	第 1~3 期 (2024~2026年)	第 4 期 (2027年)	第 5 期 (2028年)	第 6 期 (2029年)	第 7 期 (2030年)	第 8 期 (2031年)
(1) 売上高 計	0	1,440,000	4,320,000	7,200,000	7,200,000	7,200,000
(2) 売上原価（仕入金額等）	0					
(3) 売上総利益 ((1)-(2))	0	1,440,000	4,320,000	7,200,000	7,200,000	7,200,000
(4) 販売費及び一般管理費	30000	3,601,000	7,201,000	7,561,000	721,000	721,000
委託費＋人件費	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
販売費	0					
一般管理費	30000	3,600,000	7,200,000	7,560,000	720,000	720,000
(5) 営業利益 ((3)-(4))	-30000	-2,161,000	-2,881,000	-361,000	6,479,000	6,479,000
(6) 営業外損益（支払利息等）						
(7) 経営利益 ((5)+(6))	-30000	-2,161,000	-2,881,000	-361,000	6,479,000	6,479,000

（　　）内は粗利益率

※ 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 〕

・第 1~3 期は、本事業で用いる装置の研究/開発経費を記載
中小規模（家畜数 200 頭以下）の畜産農家を対象とする。

・第 4 期以降の売上/利益は CSV 化が達成してからのものを記載
また、この期間における一般管理費は装置のメンテナンス費である。

売上高

レンタル費を 10 万円/月（100 [千円/月]、1,200 [千円/年]）とした場合、

→ 第 4 期には総戸数の 20%（1,200 戸）に普及させるので、1,440,000 千円

→ 第 5 期には総戸数の 60%（3,600 戸）に普及させるので、4,320,000 千円

→ 第 6 期には 100%（6,000 戸）に普及させるので、7,200,000 千円

→ 第 7-8 期は県内普及を持続させた場合と見立てて、それぞれ 7,200,000 千円

一般管理費：

一戸につき 300 万（3,000 千円）の装置製造費、3 年に 1 回のメンテナンス費が 30 万（300 千円）

第 4 期に装置を設置する畜産農家（一戸）の場合

→ 第 4 期　300 万（3,000 千円）

第 5 期　0

第 6 期　30 万（300 千円）

→ 第 4 期は 1,200 戸分の装置製造費であるため、「3,000（千円）×1,200 戸」で、3,600,000 千円

→ 第 5 期は 2,400 戸分の装置製造費であるため「3,000（千円）×2,400 戸」で、7,200,000 千円

→ 第 6 期は 2,400 戸分の装置製造費と第 4 期に普及させた装置のメンテ費を合わせて、
「3,000（千円）×2,400 戸＋300（千円）×1,200 戸」で、7,560,000 千円

→ 第 7-8 期は 2,400 戸分の装置のメンテ費であるため「300（千円）×2,400 戸」で、720,000 千円

11.資金計画

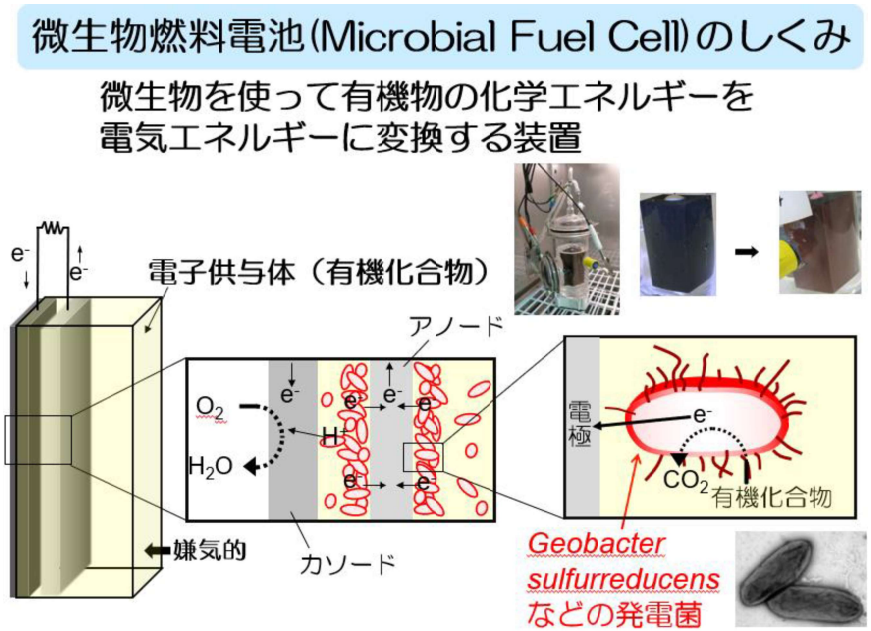
※ 自分たちの分かりやすいように変更させていただきました。

（単位: 千円）

必要資金	金額	使途
設備資金	30000	第1~3期の研究費および開発費
運転資金	0	
計	30000	

資金調達方法	金額
自己資金	
金融機関借入	
親族等からの借入	
クラウドファウンディング	10000
助成金	20000
計	30000

12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等



第 23 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　前田龍成
共同提案者名	
事　業　名　遺伝子改変マウス実験委託プラットフォーム事業	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　セカンドラボラトリー　Libera	

22VBPCReportcomp.pdf (qshu-nbc.or.jp)

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。

遺伝子改変マウスを用いた実験を行う世界中の研究機関に、自身の実験室以外で専門実験ができる第２の拠点を、外部に実験委託できる仕組みで提供します。 このビジネスの目的は、世界の遺伝子関連の創薬研究が加速する未来を創ることです。主な収益は、依頼者による実験プロジェクトの委託料金になります。

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>
遺伝子改変マウスを用いた様々な創薬研究の第２の拠点を創ること
<背景>
遺伝子改変マウスは、創薬における基礎研究や非臨床試験の実験では、不可欠な資源であり、実験動物の95%以上を。創薬の上市までには、多くの遺伝子改変疾患モデルマウスが使用されている
<現在>
Crisper-Cas9 などの遺伝子改変ツールが登場した 2012 年以降から、複雑な遺伝子組み換えが容易になりはじめ、アルツハイマー、免疫不全、老化個体などといった、様々な病態モデル動物が遺伝子改変から作製されるようになっている。
<課題>
マウスを用いた研究には、一度のデータを得るために多くの数の同系統のマウスを必要とする場合が多い。現在の多くの研究機関では、研究機関ごとに、マウス個体を作製し、必要なマウス数を繁殖し、実験を行ってきた。また、マウスの繁殖までは他施設へ依頼できるが、実際の実験は自分たちの研究室で行うケースが多い。しかしながら、各研究機関において、遺伝子を導入し、実験に必要な数を揃えて、実験を開始するまでに、「費用」・「時間」・「雑務」の点において大きなコストがかかる課題がある。その理由は、病態モデルの実現には１つの個体あたり、複数の遺伝子を組み替える必要があり、複雑な作業を有すること。そして、１個体に導入した遺伝子数の数だけ、目的の遺伝子を引き継ぐ産子を得られる確率が小さくなる（ex.メンデルの法則）。また、イレギュラーな異常が個体に起きる確率が増えること。そして、実験の実行に必要な人材不足が、各研究機関で起きていること。
<解決方法>
①専門の実験に必要な遺伝子改変マウスの「個体作製」、②必要マウス匹数を揃える「個体繁殖」、③個体を用いた「実験データの取得と共有」、の①～③の３つを、すべて外部の研究機関に完全アウトソーシングできるようにするプロダクトで解決します。
<事業モデル>
１．ユーザー（研究機関）から弊社が実験依頼を受け、依頼内容に関する実験プランを作成し、受託実験

契約を終結する
２．弊社から熊本大学マウスバンクに、①「個体作製」と、②「個体繁殖」の業務を依頼する
＊マウスバンクでは、20 年以上の「個体作製」と「個体繁殖」の実績を持つ。
（熊本大学：http://irda.kuma-u.jp/　）
３．②までが終了後、弊社がマウスバンクの動物施設の部屋一部を賃貸し、実験場所を借りる。
４．その場所で、弊社の管理により、実験プランに則り、③「実験データの取得と共有」を実施していく。

＜現在の事業進捗＞

現在、１号案件の、記憶研究に関連するプロダクト検証を行っている。１つ目のプロセスである遺伝子改変マウスの「個体作製」のフェーズを３か月、２つ目の目的マウス匹数の「繁殖」のフェーズを６か月かけて実施した。現在は、６か月を予定する「実験」のフェーズを開始している。

＜事業計画＞

予定通りいけば、１号案件の実証実験が 2024 年２～３月に終了する。終了時におけるプロダクト改善や成果状況次第で、２号案件の実証実験もしくは、正規案件としての受注を選択することを考えている。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

＜独創性＞

個体作製から、専門性の高い実験・試験までを提供する点。

日本国内の実験受託企業は、「個体作製」や「個体繁殖」、表現型解析や抗体確認など、需要が高く、実行のメソッドが確立された基本的な試験内容の委託をメイン事業としている。また、一部のバイオリソースセンターでは、私たちと類似した「実験データの取得と共有」を受託しているケースもあるが、個体作製から実験試験までを同一施設で実施するケースはほとんどなく、その実施可能な実験範囲もかなり限られている。その点、私たちのプロダクトは、１つ１つの依頼プロジェクトに合った実験試験プランや、研究機関との情報共有プロセスを、事前の話し合いでカスタマイズ作成し、同一施設で「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」を一気に依頼できる状態にしており、他の動物施設で行われているケースはほとんどない。

＜便利性＞

同一施設で、「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」の３つのプロセスを完遂できる点。

「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」を別の委託事業者依頼する場合は、遺伝子改変マウスを依頼施設ごとに輸送移動させる必要がある。現在行われているマウスの個体輸送は、高い費用コスト、遺伝子改変動物の逸走リスク、２重の複雑な手続きを行う必要、実験実行までの長期化など、様々な課題がある。３つのプロセスを同一施設に委託できることは、これらの課題をクリアし、委託依頼者の負担を大きく減らすことができる便利性を含んでいる。

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

＜顧客ターゲット範囲＞

世界中の遺伝子改変マウスを扱う実験、非臨床試験を行う研究機関、民間企業。

＜モデルマウスの市場規模と動向＞

市場規模：2022 年時点で＄9.5B（約 1.3 兆円）**。2032 年までの年次成長率は 6%以上で、市場規模予測は＄18B（約 2.5 兆円）**。
現在のエリア市場規模：①北米＞ ②欧州＞ ③**東南アジア諸国**＞ ④他地域
向こう 10 年の最高年次成長率予測エリア：**東南アジア諸国**
事業内容別の市場規模：**研究開発（40%以上）**＞プロダクト開発＞品質試験
実験動物全体におけるモデルマウスの占有率：**95%以上**
市場動向のまとめ：予測される主な市場成長要因としては、遺伝子改変ツールの新規開発や、質の高いヒト化モデル（ヒトの動態に近い遺伝子改変マウス）の作製が実施されていく点が考えられている。市場における懸念点としては、新規に開発されていく動物試験手法（ex.幹細胞や遺伝子治療など）に対するガイドラインでの規則レベルや、倫理的問題による一部地域での動物試験に対する縮小の流れがある。
（参考資料：https://www.gminsights.com/industry-analysis/mice-model-market　）

＜予定する私たちのビジネスエリア対象＞

主に、２つのエリア地域を対象と考えている。

１．日本：

主なターゲットは、創薬関連の民間企業。現在、多くの国内創薬関連企業は、自社の実験施設を持つことが少なくなく、非臨床試験や製剤の実験試験段階を、CDMO（医薬品製剤開発・製造支援事業）と CMO（医薬品製造受託機関）といった外部の委託事業者に委託する傾向が増加している。

２．東南アジアや南米地域：

東南アジアの一部諸国では、国家プロジェクトとして予算が組まれ、遺伝子改変動物を用いた創薬事業が推進されている。これらの国の現状は、大型予算があるが、施設規模や研究者が不足している課題を持つ。東南アジアの一部諸国では、国家プロジェクトとして予算が組まれ、遺伝子改変動物を用いた創薬事業が推進されている。これらの国の現状は、大型予算があるが、施設規模や研究者が不足している課題を持つ。さらに、連携する熊本大学の動物実験施設は、東南アジアの大規模研究所と既に連携関係を持っている。また、東南アジアでは、マーケットが小さいことから製薬企業が参入しておらず、実験に必要な試薬が手に入らないことから、“施設はあるが、実験ができない”現状がある。そのため、外部委託研究の必要性が高い地域であり、同地域への参入障壁が小さいと考えている。

＊他地域について：
大規模マーケットである中国とアメリカは、同国内において既に外部委託できるシステムが形成されている。欧州地域では、一部の地域は実験動物マーケットは縮小傾向にあり、欧州内で一部の研究所に絞って行う流れがある。そのため、これらの対象エリアの優先度は低く設定している。

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＞

国内で実施事例を積み重ねながら、国外研究機関との検証をはじめ、国内外で委託受け入れ可能な状態に整えていく。
１．既にニーズを確認している国内の大学研究機関、民間研究機関との実証事例を、各１事例ずつ検証する。
２．実証事例で得た知見から、委託内容への対応マニュアルや取引ガイドラインを作成していく
３．国内の依頼を追加検証、新規依頼を獲得しつつ、既に連携が取れている海外の研究機関との委託の実証検証を１～２案件実施。
４．国外研究機関との契約や取引ガイドラインを作成していく。
＊国ごとに遺伝子改変マウスの取り扱いなどの規則が異なり、国内とは異なる箇所での検証が必要である
５．国外研究機関との、委託内容への対応マニュアルや取引ガイドラインを作成していく

＜価格戦略＞

設定価格：依頼されるプロジェクトの内容に応じて、価格が異なる。
（ex.遺伝子導入の手法、実験の必要匹数、実験試験の内容、プロジェクトの期間）

■契約方法
契約方式:100%の受託試験契約。
委託料金：プロジェクトに準じる。①の「個体作製」の難易度　②の「個体繁殖」の数と期間　③「実験データの取得と共有」の内容や期間、によって変動する。
契約更新：①～③の間に話合いの場を設けた、段階的な報告の際に委託中のプロジェクトを中断することができる条件を契約書に設定する

■価格の設定見込み：
＊類似の遺伝子改変動物を扱う委託企業の価格を参考に設定している。
▼現在の想定事例▼　100×〇匹×30 日×〇カ月
【個体作製から依頼され、20 匹のマウスを繁殖し、そのまま委託実験を実施する場合】

合計：約 300 万円（プロジェクト期間：約１年）
１．ノックインによる２遺伝子導入からの個体作製（３か月）｜100 万円
２．個体作製から 20 匹までの繁殖（３～４か月）｜40 万
３．実験用の特殊ゲージを導入し、実験試験を実施後、必要サンプルや取得データを共有（６か月）｜160 万円

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）

<競合製品・企業>

１．「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」の３プロセスを扱う企業
２．「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」のいずれかのプロセスを扱う企業
▼類似国内企業参考例▼
（フナコシ：
https://www.funakoshi.co.jp/contents/custom_service_special_order/drug_descovery_pharmacokinetics/safety_test　）

<優位点>

①参入障壁の高さ
本事業を実施するためには、遺伝子導入が可能な技術者、効率よく繁殖ができる技術者と施設の実験環境、専門性の高い実験と情報共有が可能な研究人材と情報共有システムが必要である。特に、技術者や専門人材の育成や施設環境の整備には、時間と費用の初期コストが大きくかかり、新規参入が高い。その点、私たちは既に技術者と実験環境が整えられてた施設と提携利用していくため、これらの初期コストをスキップできる。そして、専門性の高い実験試験に特化したシステム開発に注力できる。

②同一施設で、「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」の３つのプロセスを完遂できる点。
便利性の箇所で先述したが、「個体作製」「個体繁殖」「実験データの取得と共有」を別の委託事業者依頼する場合は、遺伝子改変マウスを依頼施設ごとに輸送移動させる必要がある。現在行われているマウスの個体輸送は、高い費用コスト、遺伝子改変動物の逸走リスク、２重の複雑な手続きを行う必要、実験実行までの長期化など、様々な課題がある。３つのプロセスを同一施設に委託できることは、これらの課題をクリアし、委託依頼者の負担を軽減できる

<弱点>

新規実験のケースでは、予定のプラン通りに進まない可能性が大きくあること。
私たちが受注する実験内容の一部分に、新規実験が含まれるケースが予想される。新規実験では、実験手法や抽出されるデータの知見が少なく、メソッドも確立されていない場合が多い。そのため、受注した際に決めた依頼に応じた試験プランと情報共有プロセスを、依頼試験中に変更対応、または一度中止する必要を求められる可能性が十分に考えられる。そのため、事前に複数のケースを予想した対応について決定し、事前の契約書の段階で定めておく必要がある。

7．事業実施上の問題点・リスク

<問題点・リスク>

遺伝子動物実験におけるガイドライン・法律の変更
近年の様々なモデル動物の誕生や、試験方法が誕生している中、遺伝子実験動物を用いた規則設定が追い付いていない現状がある。そのため、新規ガイドラインの設定により、実験試験が中止になる可能性がある。これらに関しては、事前のガイドラインの設定や契約の取り決めが必要となる。

動物実験における不確定分子の大さ
生物であるモデル動物は、原因が特定できない突然死が一定数起きる。特に、新規に樹立した遺伝子系統は、事前に死因が特定されていないケースがある。そのため、委託事業実施中における実施内容の変更を行わなければいけない可能性を含んでいる。これらに関しては、事前のガイドラインの設定や契約の取り決めが必要となる。

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

<個人の経験と技能>

所属研究室に４年間在籍し、本プロジェクトに必要な生殖技術などを基本的手技はすべて経験済である。また、今までに類似のケースを共同研究で実施した経験がある。そのため、プロジェクトで行われる実施内容への理解は十分に深い状況にある

<提携する動物実験施設について>

先述しているが、20 年間の遺伝子改変マウスの「個体作製」と「個体繁殖」の実績を持つ大規模の動物実験施設と提携して行う。そのため、実行する３つの内、２つのノウハウがあり、現段階で委託業務可能な状況にある。

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>

近年、あらゆる治療法の確立が加速的に行われ、過去に治療できない疾患が治療できるようになっている。しかしながら、完全な治療でなく、進行の一時的な抑制など、完全な治療とは言えないケースも多い。また、これから人口が増え続ける世界の中で、疾患数は増加していくことが予測されている。そのため、あらゆるケースを想定した実験試験が実施できる環境を整えていくことは、現在の治療法確立だけでなく、未来の治療法確立においても必要なことだと考えている。

<抱負>

数十年後に誰かが言う「あってよかった」という声を実現する
私たちが行う事業は、基礎や非臨床試験を対象にしているため、長期的な社会変化の礎を創ることを目的としている。また、創薬事業は、検証の数に対する結果まで結びつく確率がかなり低く、その検証には時間もかなり要する。しかし、数十年後の、少数の誰かにとってなくてはならないモノが生まれる可能性がある。だからこそ、今の研究する人が持つ「したいけど、できない」の状態を、「したいし、できる」に変え続け、数十年後に必要とする人に、必要なモノが届く環境を創りだす。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （2023　年　3 月期）	第　2　期 （2024　年　3 月期）	第　3　期 （2025　年　3 月期）
売上高計	0	800	1200
経常利益	0	80	120

（　　）内は粗利益率

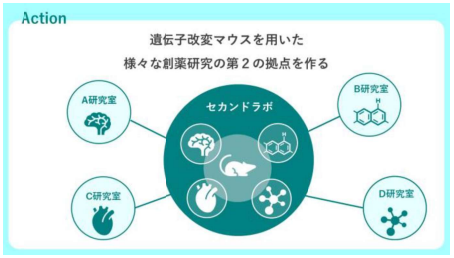
11.資金計画

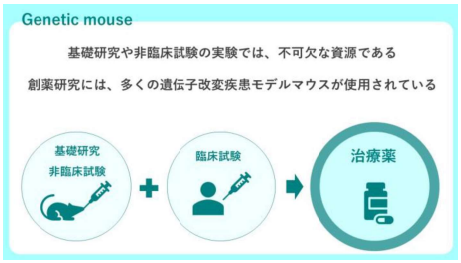
（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
飼育ゲージ借用費用 （80 円／１ゲージ） ×借用日数	2400 円・匹／月	自己資本 ＊１号案件のみ	500
人件費	2000 円／時	自己資本 ＊１号案件のみ	500

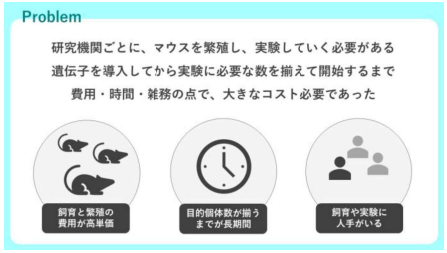
12.別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

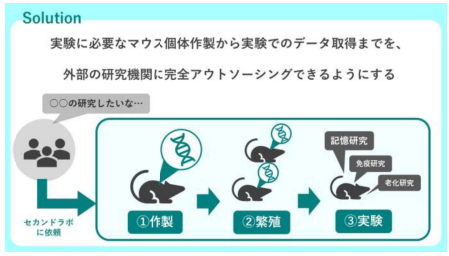
＊事業試料を添付

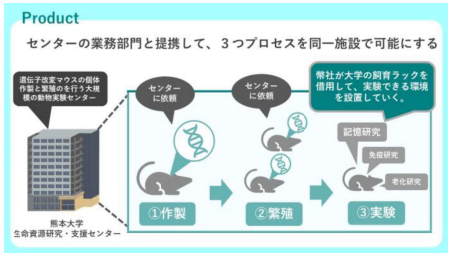


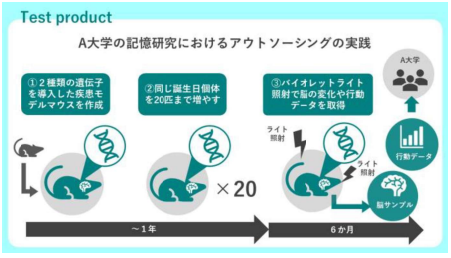


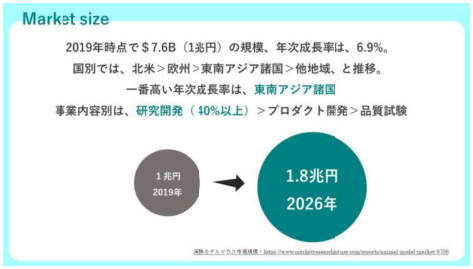




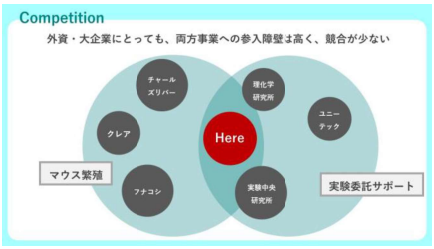




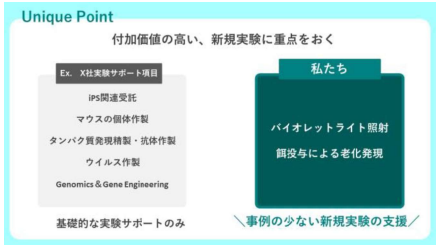












第 23 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　宮崎大学	代表者名　小村理歩
共同提案者名　齋藤美羽	
事　業　名　unitalk	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ ～話すことを楽しむ世界～	

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。

学生の学習及び企業の採用プロセスにおいて用いられるグループワーク、グループディスカッションの実践力向上と企業側の採用機会提供ビジネスである。このビジネスでは学生に対して機能提供と学習機会の提供を行い、話すことへの苦手意識を無くし、様々な価値観を持つ人と交流できる人材を育成していく。企業に対しては、エントリーシートだけでは分からない学生の能力をグループワークで発掘していく新たな採用をつくりだす。本ビジネスでは企業からの参加料とオファー料を徴収して収益を得る。

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）

◎テーマ/商品・サービス内容
【学生 side】
特定のテーマについてのグループワークやグループディスカッションへの参加希望学生を募り、ランダムでグループ編成し、実際にテーマに沿ってグループワークを実施してもらう。グループワーク終了後、学生にはフィードバックを提供し、次のグループワークの参考にしてもらう。
【企業 side】
企業は学生のグループワークの様子を視聴し、参加学生の評価を行う。もし採用したい学生やコンタクトを取りたい学生がいる場合はオファーをかける。

◎着眼点
大学入学後、講義でグループワークを行う機会や外部の人と関わる機会が増加した。しかし、グループワークでは意見が衝突する、そもそも意見が出ない、ダラダラと長引くなど様々な問題があった。また、グループワークや話すことに苦手意識をもつ学生が周りに一定数いた。今後、就職活動や仕事でもグループワークが必要にも関わらず、苦手意識があることは学生ならではの課題であると言える。

◎事業化計画
1. 資金調達
2. アプリ開発
3. 参加大学生と参加企業を集める

◎事業形態
株式会社

◎事業の将来ビジョン
学生だからこそ共感できるグループワーク・話すことへの課題を克服していく。
企業と学生にとってメリットのあるビジネスを展開していく。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

◎新規性

他大学生と実際にグループワークを行い、フィードバックまで提供することに新規性がある。また、企業の採用ツールとして、グループワークを用いることで、ES 等の文章による表現以外で、学生を見ることができる。

◎便利性

学生は遠隔によるグループワークを経験できる。また、企業が視聴する際も当日参加するだけでなく、動画視聴も可能とする。

◎独創性

これまで当たり前に行ってきたグループワークだが、様々な課題があるにも関わらず、その課題は注視されなかった。また、社会人になるにつれ話す事へのハードルは下がるものの、学生にとっては話す事のハードルは未だ高いままであるため、この課題に取り組むことに独創性がある。

◎特徴

グループワークの課題を解決するとともに、新たな採用ツールとして学生、企業にメリットがある。

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（顧客）

・大学生（主に 1~3 年生）→ 就職活動を控えている
・企業→ 採用に力を入れている

◎予想される市場規模・市場動向

全国の学部学生数約 260 万人であることから、就活を控える 1～3 年生は約 195 万人いる。その内、10%を利用者と仮定しても約 19 万人は獲得できる。また、大学生だけではなく、大学の AO 入試を希望する生徒や実践教育に力を入れている高校に所属する生徒、新社会人なども市場としていく。

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

・サービスのターゲットを大学 1～3 年生とし、就活対策としてアプローチする。
・学生側にもオファーが来ることを宣伝し、採用ツールの一つとして利用してもらう。
・企業には学生が集うことから、採用広告として活用してもらう。
・学生とのつながり（オファー）がもてる。

◎価格戦略

企業が支払う料金は以下の 2 つとしているが、今後検討する可能性がある。
・参加料…グループワークの学生数×1,000 円
・オファー料…5,000 円/1 通

◎販促戦略

Web サイト及び就職活動をテーマにした SNS を活用したコンテンツ投稿により学生の登録促進を行う。目標としては、1 人あたり登録コスト 50 円とする。企業側へは、同様のプロモーションと同時に直接のダイレクトセールスを行う。

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)

◎逆求人・スカウト型の就活アプリ

・オファーボックス
・キャリアチケットスカウト
・キミスカ
・doda キャンパス
・iroots（アイルーツ）

◎優位性

競合製品・商品サービスでは ES によって企業は学生をスカウトしている。本サービスではグループワークに特化したサービスであり、低単価による参入障壁を構築し、スカウトを実施するため、コミュニケーション能力や学生の思考を見ての判断となる。

◎弱点

事前の ES の提出はないので、学歴やガクチカを見たい企業は利用しない可能性がある。

7. 事業実施上の問題点・リスク

・企業・学生の情報を取り扱うため、情報漏洩に注意しなければならない。
・グループワーク上でのモラル喚起に加え、グループワーク後の参加者同士の通報機能などを活用するして登録削除対応などを行う。

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

・大学生からヒアリングを行い現場の生の声を聴く
・実際にテストサービスを開始し、満足度向上に取り組んでいる
・実際に企業への営業を開始している
・講義で得たマーケティングや経営の知識の活用
・SNS の活用

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

多様性が求められ、様々な価値観が飛び交う現代において、グループワークを取り入れる傾向にある。これまでグループワークの方法について学ぶ機会がなかったにも関わらず、グループワークは“できるもの”として実施されてきた。しかし、グループワーク中はトラブルが発生しやすいため上手く参加することができず、苦手意志を持つ大学生・社会人は一定数いる。

この問題を解消するために、グループワークを実践する機会とフィードバックを提供することで、自分がグループワークにおいてどのような点が良い･悪いのかを客観的に学ぶことができ､改善することができる。その結果、グループワークに対しての苦手意識を無くし、誰もが誰とでも話せる社会の創造に繋がる。多様性が求められる社会だからこそ対話は必要不可欠であり､これからを担う大学生に提供するべきサービスであると言える。

また、現在、就職活動において、学生の方が売り手市場であり、企業側も採用が困難となっている。そこで、このサービスを利用することで、学生と接触する機会が増加すると同時に、学生自身をみることができるため、採用のミスマッチを防止できる可能性がある。採用には多くの時間と資金がかけられる。少しでも学生を確保し、時間と資金を無駄にしないためにも、効率の良い採用ツールを提供していく。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （ 2024 年 3 月期）	第　2　期 （2025 年 3 月期）	第　3　期 （2026 年 3 月期）
(1) 売上高 計	16,412	166,033	918,990
(2) 売上原価（仕入金額等）	3,540	1,000	1,500
(3) 売上総利益（ (1)－(2) ）	12,872	165,033	917,490
(4) 販売費及び一般管理費	14,715	23,043	54,770
人件費	8,400	11,400	15,000
販売費	5,955	10,803	38,450
一般管理費	360	840	1,320
(5) 営業利益（ (3)－(4) ）	-1,843	141,990	862,720
(6) 営業外損益（支払利息等）	-60	-60	-60
(7) 経常利益（ (5)+(6) ）	-1,903	141,930	862,660

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	使　途
設備資金	3,000	アプリ開発費
運転資金	400	人件費 その他経費
計	3,400	

資金調達方法	金　額
自己資金	300
金融機関借入	0
親族等からの借入	300
クラウドファウンディング	0
個人投資家 エンジェル投資家	2,800
計	3,400

12.別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

（参考資料）

・e-Stat 政府統計の総合窓口　https://www.e-stat.go.jp/
　学校基本調査 / 令和５年度(速報) 高等教育機関 学校調査 大学・大学院

第 23 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　鹿児島大学	代表者名　高橋　香
共同提案者名　小野智司、中武貞文	
事　業　名　ICT システムを用いた動物病院専科診療支援サービスの開発	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　獣医師間の強固な連携を創出し、より多くの動物に適切な獣医療を届ける！	

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。

獣医療の地域格差という社会問題を解消することを目的とし、ICT 技術を用いて一次診療動物病院の専科分野の指導ニーズと専科獣医師をマッチングさせ、一次動物病院からの依頼料を収益とし、専科獣医師を動物病院に派遣し、症例の治療をしながら技術指導することで、二次診療施設がない地域においても専門的で高度な獣医療を提供する、三方良しのビジネスプランである

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）

街の獣医師は万能ではない。

ヒトの場合、医師は内科、外科、皮膚科、循環器と専科に分かれており、それぞれの専門の疾患を診ることに特化している。最寄りのかかりつけ医は患者の病態を判断し、総合病院の専門医に紹介する。紹介状を持って大きい病院に罹った方も多いのではないだろうか。
一方、ペットのかかりつけとなる獣医師は、専科に分かれておらず、内科も外科も犬も猫も、時には鳥やハムスター、イグアナまで様々な動物種、疾患の診察を求められる。かかりつけの動物病院では、その病状を観察し治療を行うが、全ての分野を詳しく診られるわけではないため、診断治療に苦慮することもある。このようにかかりつけ動物病院（一次診療病院の獣医師）で診断や治療が困難な病気の場合、ヒトと同じく、二次診療病院や専科獣医師への紹介診療を選択する。しかし、二次診療病院がある地域は限られており（大学病院としては全国 17 施設、民間の二次診療施設も首都圏に集中している）、に地震両施設のないいわゆる獣医療過疎地域では専門的な治療を諦めたり、診断・治療のために、県をまたいだ長距離の移動を、病気の動物が余儀なくされることも多い。

私は獣医師として、犬の口腔・歯科疾患を専門とし二次診療病院である大学病院で勤務している。動物の歯科に関しては、大学の専門課程では教育の機会が少なく、歯科の知識がないまま獣医師として勤務しはじめるため、一次診療病院の獣医師からの指導・診察・治療の要請が全国からある。多くの獣医師は全ての動物種、全ての疾患に対応したいと考えているが、働きながら全ての知識技術を補っていくことは困難であり、特に専門的な分野や高度な技術が必要な分野の教育、技術指導を望んで一次診療動物病院の獣医師は潜在的に多いと感じている。

私が提案するこのサービスは、このような臨床の現場で日々感じるニーズや悩みの解消を目的とするものであり、ICT システムを用いてより多くのニーズを解決することを目的とする。具体的には「専科診療獣医師と一次診療動物病院の専科診療指導ニーズのマッチングを行い、その結果に基づいて一次診療動物病院に専科診療獣医師を派遣し、派遣先病院で検査や手術などの技術指導を行うこと」で、動物に必要だが、通常では知識技術の習得が困難な適切な獣医療を届けることを大きな目的としている。
これにより別の側面として、全国の多くの一次診療動物病院の強化したい分野の専科診療のスタートアップに貢献することにも繋がる。またこのシステムを拡大することにより、日本全国に地域格差のない高度な獣医療を提供することが可能になると考える。

事業化計画

本提案は、ICT システムの開発・実装することで事業化につなげられるため、鹿児島大学情報工学科　小野智司教授と提携し、システムの内容検討、PoC (Proof of Concept)の設計までを大学内で実施する。

その後、外部企業に実際のシステム構築を依頼する。(外部企業・もしくはプログラマーについてはシステムの PoC が決定し次第選定する)

また一方で派遣講師である専科診療獣医師の選択・依頼・データベース化を同時進行で実施する。これは研究協力者と相談し、面談、依頼までを進める予定である。

それに伴って専科獣医師に指導に必要な機器の聞き取りを行い、レンタル、講師持参、サービスの方で購入などが必要かどうかを検討する。必要な機器で高価なもの（歯科 X 線装置や歯科治療ユニット、外科器具など）に関しては、各メーカーと交渉しレンタルもしくは購入を検討する。本ビジネスにとっては、専科診療に必要だが購入するには高価な器具機材が使用でき、メーカーにとっては自社の器具機材の営業の場となる。

さらに追加で検討することとして、専科獣医療の指導、教育という本ビジネスの性質から、派遣先動物病院周辺の見学希望の個人獣医師も受け付ける。具体的には、見学希望分野と地域を登録してもらい、希望地域で希望分野の専科獣医師の訪問がある場合にそれを通知し、見学者を募る。

将来のビジョン

発案者が獣医歯科専門であるため、まず歯科分野から始め、軌道に乗れば、外科、内科、腫瘍、麻酔、画像診断、動物行動、眼科などの他分野に広げていきたいと思っている。また犬猫だけでなく、エキゾチックアニマル、馬牛などの大動物の分野への拡大も考えている。これにより、獣医療の地域格差をなくし、全ての動物に適切な獣医療を提供し、日本の獣医療の底上げに貢献できればと考えている。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

本プランは、マッチング＋講師派遣の２つの要素を兼ね備えたビジネスプランである。
またその対象が動物病院向けに、専科獣医師を派遣するという特殊な派遣業であるため、独創性は高い。

そもそも獣医療サービス、特に対面での技術指導を提供するビジネスモデル自体が少ない。あっても飼い主に対して、一般的な獣医療情報を提供するものであったり、カルテのクラウドサービスなど、サービスの対象は動物の飼い主でることが多い。また、獣医師対象の技術や知識の指導ビジネスとしてはオンラインの講義など、非対面で一方的なものは存在するが、対面での双方向でやり取りしながらの指導は少なく、訪問診療をしている専科獣医師は存在するが、本サービスのように様々な分野の専科獣医師とのマッチングを行うサービスは存在しない。

本ビジネスプランのメインのサービスは専科獣医師から一次診療獣医師への対面での技術指導、知識提供であり、さらに多分野の専科獣医師を登録し、幅広い一次診療動物病院からの指導ニーズに応えられるよう ICT システムを用いて最適なマッチングシステムを確立する。

このような ICT システムによるマッチングを利用した専科獣医師派遣、指導サービスは、獣医業界においても新規性、独創性がある。ビジネスモデルの着想・立案を獣医臨床に携わる獣医師でもある代表者が担うことで、より現場のニーズに即したシステムを立案し、その立案したモデルを情報工学の専門家と連携し、膨大なデータをマッチング、スケジューリングできる機能を搭載した ICT システムを設計する。

本サービスは、ICT システムを搭載したビジネスモデル特許として特許出願中であり、現在事業化を目指して、資金調達、システム構築、派遣獣医師選定、依頼を行っているところである。

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

顧客ターゲットは一次診療の動物病院の獣医師（主に院長など経営者とその従業員）である。
：自病院の技術力の向上や集客力向上、周囲病院との差別化のために、得意とする専科診療分野を持ちたい一次診療動物病院は多い。そのような一次診療動物病院の院長や勤務獣医師を対象とする。

日本の小動物診療施設は徐々に増加し、令和５年３月の時点で 12,616 件であり、この全てが顧客対象となる。

また犬猫の飼育頭数は子供の数を超え、家族の一員としてペットが扱われるようになり、１頭１頭のペットにかける金額も増加している。そのため ICT 技術を活用してペットケアを行うサービスであるペットテック市場は、2023 年には５０億円を超えると予想され、国内の年平均成長率 CAGR は 46.7%と急拡大している。このようにペットに費用をかけ、よりよいペットライフを送りたいと考える飼い主は潜在的に増加している。本プランの「獣医療技術を向上させるサービス」は、顧客が飼い主ではないため間接的ではあるが、ニーズがあり、成長する分野だと考えている。

対象となるエリアは、全国の講師派遣を希望する病院に各専門の専科獣医師を派遣する。特に大学病院などの二次診療施設のない地域では、専門性の高い疾患の治療が困難なことが多く、その地域に対しての派遣は、社会貢献という面からも有意義だと思われる。

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》

本プランの立案者は、臨床獣医師であり、大学教員でもある。
そのため、獣医系学会での講演やオンラインセミナー、地方獣医師会の勉強会などでセミナーを実施する機会も多く、その際に本事業の紹介や希望分野の聞き取り、講師依頼などを行い、顧客の獲得や派遣分野の拡大を行う予定である。

さらにサービスの運用・周知・広告については現在獣医療オンライン配信サービスや獣医系学会のオンライン運営を担っている企業（VetPeer・ベットピア）に協力をお願いする予定である。これにより、多くのオンライン会員獣医師に本事業の内容を周知することができ、またそこから顧客（一次診療動物病院院長・勤務医）を集客することが可能になると考える。

また他の方法として、獣医師向け専門雑誌への広告や SNS などを用いた広告を考えている。

価格設定計画

価格については講師への謝金をもとに検討する。
講師謝金は、
外科系講師で１泊２日で１５万
内科系講師で１日１０万と設定し
そこに間接経費を計上する。

顧客への提示価格（交通費は別途）

＞ スタートアップ 外科系 30 万/１泊２日
セミナー＋術式指導＋実際の症例で検査/執刀/治療しつつ直接指導+術後管理指導
うち 15 万 income

＞ スタートアップ内科系・麻酔・検査系 20 万/1 日
セミナー＋実際の症例で検査/治療しつつ直接指導
うち 10 万 income

＞ その後継続での support
外科系　20 万/回・１日　（１０万 income）
内科系　15 万/回・１日　（　７万 income）

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）

獣医師対象の技術や知識の指導ビジネスとしてはオンラインの講義など、非対面で一方的なものは存在するが、対面での双方向でやり取りしながらの指導は少ない。
また訪問診療を請け負う専科獣医師は存在するが、それぞれ麻酔医派遣や皮膚科医派遣など、１つの分野の講師を派遣するサービスは存在するが、本サービスのように様々な分野の専科獣医師とのマッチングを行い幅広く派遣するサービスは存在しない。
また大学発ベンチャーという点で、信頼度が高い点が優位な点である。

弱点は、講師登録が最初は少ないことである。これについては事業規模の拡大に伴って講師の選定・依頼を拡大する予定である。

7. 事業実施上の問題点・リスク

登録獣医師の不足により、派遣希望に応えられないリスク
派遣依頼が増えた時に、登録獣医師が不足しているため、その希望に対応できない事態が懸念される。
本サービスが滞りなく提供されるためには、派遣される専科獣医師の登録数を増やすことが重要である。

初回派遣後に派遣獣医師と一次診療動物病院が直接契約を結んでしまうリスク
マッチングが成立し、実際に初回の派遣が行われたのちに、動物病院側が継続での派遣を希望し、派遣獣医師と直接派遣の交渉をしてしまうリスクが考えられる。派遣獣医師の契約の際に、直接の交渉には応じないことを契約書に盛り込む、また動物病院側にもそのような交渉をしないことを提示する必要がある。

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

本ビジネスプランについては、ビジネスモデル特許として特許出願中（出願番号 2023-135501）である。

また申請者は獣医師であり、大学教員である。
獣医歯科を専門とし、現在大学病院で症例の紹介を受けながら二次診療と学生教育に携わっているが、一次診療現場における歯科治療のレベルは、病院によって様々である。現在依頼を受け、一次診療動物病院での歯科治療を請け負うこともあり、本ビジネスを着想した。
このようなサービスは今までに存在せず、ビジネスモデルの着想・立案を獣医臨床に携わる獣医師でもある研究代表者が担うことで、より現場のニーズに即したシステムを立案することができる。
また立案したモデルを情報工学の専門家と連携することで、膨大なデータをマッチング、スケジューリングできる機能を搭載した ICT システムを設計することができる。

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

日本における獣医療は、病院によっても、また地域によってもそのレベルが様々で、必要であるのに適切な治療が受けられない動物が存在する。二次診療施設のない、いわゆる獣医療過疎地域では、高度な治療が必要な場合、また専門的な治療が必要な場合、治療をあきらめるか、治療をあきらめるか、もしくは飛行機などで長距離移動し専門病院を受診するなど、飼い主にも動物にも負担がかかる方法を選択せざるをえない。

このシステムが実現することにより、その地域では今までは提供不可能であった獣医療が、実際にその診断や治療を必要とする動物に届くことになる。ターゲットユーザーは動物病院であるが、それによりその地域の動物、飼い主というエンドユーザーに適切な獣医療を届けることができる。これが本提案の大きな強みであり、さらにその解決は、具体的かつ速やかである。

このシステムが稼動すると各動物病院は得意分野を持ち顧客の獲得につながる。するとその地域の動物は、高度な治療が受けられるようになり、飼い主の満足度も上昇する。これは、適切な獣医療を提供し、自らのレベルアップを図りたいと考える地域の獣医師にとっても、最大限の治療を望む飼い主にとっても、適切な治療を受けられるようになる動物にとっても、三者ともに大きなメリットになる。
さらに本提案を基としたビジネスモデルが軌道に乗ると、必要とされる獣医療を地域格差なく提供でき、日本全体の獣医療レベルの向上につながる。

本ビジネスモデルは、臨床の現場にいる獣医師でもある発案者が、そのニーズを肌で感じ必要とされるシステムを提案したものである。このシステムが実現することにより、自分の手の届く範囲の動物だけでなく、日本全国のより多くの動物を救うことができると考える。また、各地の動物病院の獣医師が技術を獲得できるよう教育・指導を行うことで、専科獣医師が派遣される時だけでなく、継続的に高度な治療を提供できることにつながる、理想的なビジネスモデルであると考える。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （令和　7　年３月期）	第　2　期 （令和　8　年３月期）	第　3　期 （令和　9　年３月期）
講師派遣料	6,000（１００　%）	12,000（　%）	24,000（　%）
売上高計	6,000	12,000	24,000
経常利益	3,000	6,000	12,000

（　　）内は粗利益率

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
・PoC システム開発用ワークステーション購入費・通信費・クラウド利用料	1000	自己資金	1860
・起業準備の診療用機器・器具機材購入費	1500	起業関連研究費・補助金	3000
・専科獣医師・企業への依頼のための旅費	200		
・PoC システム開発時のアルバイト謝金	100		
・競合調査費	30		
・一次診療動物病院ニーズ調査費	30		
・ICT システム開発・実装費（外部委託予定）	2000		
	4860		4860

12.別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

事業概要 pdf を別途添付いたします。

第 23 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：宮崎大学	代表者名：土佐涼音
共同提案者名	
事　業　名：デジタル遺産自動消去アプリ「404 号室」	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ：～あなたのプライバシーを守ります～	

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。

インターネットが普及し、今や、人々の携帯には多くの秘密が隠されている。自身の死後、携帯内にあるデジタル遺産に不安を感じる人に対し、持ち主の死後、生前選択していた情報を自動的に消去する、デジタル遺産管理アプリのビジネス。死後、自身の携帯を見られたらどうしようという不安感を安心に変える。収益は、初回料金、年額料金、司法書士等への仲介料から得る。

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）

【テーマ】デジタル遺産の不安を、安心に。

【商品・サービスの内容】
伝えたくない情報を消去することが、このアプリのメインサービスとなる。あらかじめ、消して欲しいアプリ、写真、SNS アカウント等を登録しておく。数日間携帯が使用されないと、携帯のロック解除後にアプリが起動し、認証画面が表示される。本人のみが知っているパスワードを入力できないと、あらかじめ設定しておいた状態に移行する。携帯の保険のような役割を担う。オプション機能も検討中。

【着眼点】
私は、もう 5 年ほど携帯のアプリで日記を書いている。辛苦の想いを抱えたときも包み欠かさず綴ったそれは、私にとっては大切なものだが、決して誰にもみられたくない。しかし、死んでしまったらどうだろう。遺族は、故人のパーソナルな面を懐かしむだろうが、私にとってそれは苦しいことだ。もしも、死後に天井から、私の日記が家族の前で朗読されているのを見てしまったら･･･。そんな不安からこのアプリを作ろうと思った。人は死ぬと、個人情報保護法が適用されなくなる。ならば、生前に、自身で気軽に情報管理ができるといいなと思い、このビジネスを考えた。私自身と、彼氏とのイチャイチャ、裏アカでの呟き、二次創作など･･･墓場に持って行きたい秘密を持つ同士に向けたサービスである。

【事業化計画】
1. アプリ作成
2. 広告作成
3. 事業開始
4. プレミアムプランも加え、本格的な事業開始

※今後詳しく掘り下げる予定

【事業形態】株式会社

【事業の将来ビジョン】
現在は携帯に限定しているが、ゆくゆくはパソコン、タブレット等にも適用可能にしたい。また、デジタル遺産やネットリテラシーの重要性を人々に伝えられるような活動も行いたい。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

【新規性】
Apple のレガシーコンタクト機能や、Facebook のデジタル遺産管理人指定機能は既に存在するが、死後、伝えたくない情報を誰かに引き継ぐことなく、消してくれる機能を持つアプリは見つからなかった。死後の不安というのは、頭の中にあっても、言語化しないとなかなか気づかないものではないだろうか。

【特徴】
主軸となる機能はとてもシンプルだが、ターゲット層を絞ることで、より輪郭がはっきりとするビジネスである。そして、人生何があるか分からない中で、感じる不安を一つは減らせるはずだ。デジタル遺産管理のため、携帯の中で完結することが強みである。使いやすさに焦点を置く UI・UX デザインにすることで更なる手軽さを実現する。また、日頃使用していても、このアプリを入れていること自体をばれにくくすることで、生前に消す意志があることさえも隠す。

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】
人には言えない、家族には見せられない趣味を、携帯を媒体として楽しんでいる人、SNS での書き込みや投稿、フォルダー内の写真を見られたくない人、死後に、履歴や SNS アカウントを消してもらいたい人

【予想される市場規模】
男女 39 人に「デジタル遺産自動消去を使用したいと思うか」についてアンケート調査を行ったところ、10%が確実に使用したいと答えた。15～79 歳の男女の 94%（およそ 7900 万人）がスマホを所持し、その内の 10%がアプリを使用すると仮定すると、規模は 790 万人以上になるのではないかと予想する。

【販売対象エリア】
スマホを持っていれば、全国どこでも対応可能である。

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》

【活動戦略】
初期：スタンダードプランのみの実装→機能を限定し、広告を付ける。利用者を増やす。
中期：プレミアムプランの実装→広告が煩わしい人や、機能の拡充を求める人に年額料金は掛かるが、快適なアプリ使用を可能に。
以降：随時オプション機能の追加、セキュリティの強化を行う。

【料金プラン】
スタンダードプラン：初回料金 300 円 or 死後司法書士等への仲介を許可する場合無料（広告あり、一部機能制限）
プレミアムプラン：年額 2000 円

【宣伝・広告戦略】
SNS や Web 上に広告を掲示する。特に、X（Twitter）や pixiv などのターゲット層が多いサイトやアプリ内での広告を増やす。また、口コミの投稿でサービス追加キャンペーンを行うことにより、認知度の向上に繋げる。

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)

・Twitter、Instagram、Facebook、ＬＩＮＥ
→故人のアカウント削除は、親族・代理人が申請後、各種証明書を提出しなければならない。また、LINE は問い合わせのみでアカウント消去可能。

・iPhone のショートカット
→あらかじめ動作を保存しておくことで、複数の動作を自動的に行ってくれる。日々の作業の効率化に使用される。

・マレリーク
→遺族が故人のデジタル遺産を確認できるようにする業者。

・死後の世界
→パソコン用フリーソフト。死後に見られたくないファイルを自動削除できる。

・Timed Cleaner
→一定時間後に消える写真やメモをとることが出来るアプリ

【優位性】
スマホで私の考えたような機能を持つアプリは見つけられなかったので、新規性が強みになる。また、各種 SNS は死後の手続きの際に、親族・代理人にアカウントがばれるため、今回の趣向に合致しない。

【アプリの弱点】
管理する情報が増えるほど、セキュリティの面が重要になる。アカウント情報の漏洩などの危険性がある。

7. 事業実施上の問題点・リスク

【問題点・リスク】
機能が増えるにつれて、セキュリティの面が重要になる。資金の調達をどうするか。

【解決策】
機能の対応件数を限定する。セキュリティ強化を行いながら、徐々に対応ユーザー数を増やしていく。

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

使いやすさと見やすさを意識したデザインに興味があり、学んでいる途中である。また、大学生という身分から、相談するとアドバイスをくれる教授、先輩、友達がたくさんいる。

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

このビジネスは、自身の小さな痛みから生まれたものである。自身の人生に 100%隠し事は存在せず、やましいことがないという人は、わずかなのではないだろうか。1000 人に一人でも利用者が入れば、このビジネスは続けていけるだろう。仕組みとしては、既にあるものを組み合わせたものである。自身でプログラミングを学び、作成に関わりたい。SDG s に当てはまるような大きな課題解決ではないのかもしれないが、誰かの不安を解消することは、社会を少しずつ良くすることに繋がると思う。私は、それを社会貢献とした。
加えて、そもそも個人の趣味趣向を含めた情報の管理は大切である。スマホを持ち始める年齢が早くなっている現代において、自身が学んだ知識を活かし、デジタル遺産やネットリテラシーについての知識を広めていきたい。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

	第１期（１年目）	第２期（２年目）	第３期（３年目）	第４期（４年目）	第５期（５年目）
(1) 売上高 計	1000	4400	9200	20500	51000
(2) 売上原価(仕入金額等)	0	0	0	0	0
(3) 売上総利益（(1)－(2)）	1000	4400	9200	20500	51000
(4) 販売費及び一般管理費	19500	16500	16500	16500	16500
人件費	11000	11000	11000	11000	11000
広告費	2200	2200	2200	2200	2200
運営費	300	300	300	300	300
一般管理費	6000	0	0	0	0
(5) 営業利益（(3)－(4)）	-18500	-11100	-7300	+4000	+34500
(6) 営業外損益(支払利息等)	0	0	0	0	0
(7) 経常利益（(5)＋(6)）	-18500	-11100	-7300	+4000	+34500

※ 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。

【利用者】1 年目：1 万人/2 年目：2 万人/3 年目：5 万人/4 年目：10 万人/5 年目：30 万人　と予測
【人件費】エンジニア 1 人につき、550 万円支払う。2 人雇用する。
【広告費】月 10 万円：X（Twitter）のプロモーション広告/年 100 万円：春夏計 2 回コミケに企業出展
【運営費】セキュリティサーバー代
【一般管理費】開発費 600 万円
【売上高】利用者の 3 割から初回料金 300 円を得る。利用者の 1.5 割のプレミアムプラン利用者から年 2000 円を得る。司法書士等への情報提供 1 件につき、1 万円仲介料を得る。

→4 年目以降黒字。5 年目で 5 年間トータルでの黒字達成予定。

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	使　途
設備資金	6000	アプリ開発費
運転資金	16500/年	販売費及び一般管理費
計	6000＋16500n	n は年数

資金調達方法	金　額
自己資金	500
金融機関借入	
親族等からの借入	1000
クラウドファウンディング	21000
その他	
計	22500

12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

モックアップ作成中。

11．告知物 等

（プラン募集ビジュアル［表面］）



第23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、日常生活で発見されたアイデアをヒントにした事業、食や農業・観光等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 新製造技術、環境・リサイクル・産廃処理、新エネルギー･省エネルギー、バイオテクノロジー、住宅、災害支援などの技術分野等
② 生活文化･生活支援・新サービス･アミューズメント、医療・福祉、物流･流通、人材活用、情報・通信、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等

■募集期間　**2023年6月1日(木) ～ 8月24日(木)**

■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次審査で使用する予定です。
動画の内容は自由（法律の範囲内）です。2次審査進出の方には、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（ 9月上旬 予定 ）

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（10未予定）。
審査会（10月7日(土)予定）で、最終選考プランを決定。※ リモート審査予定。

コンテスト（最終審査）

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。

- **日　時**　**2023年11月11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］
- **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	☆

その他新設の賞を検討中

※ 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。

■ 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。

■ 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
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が当該機構の基準により選出します。

全国大会への２つの道

「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！

【 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、(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
■後　援　［第22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

大学発VBPC　検索

九州最大級の学生ビジコン

第23回 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
入場無料
※入場者数限定

■ファイナリスト（出場者）



宮崎公立大学
代表　森山 陸さん



大分大学
代表　西坂 優希さん



佐世保工業高等専門学校
代表　有浦 琉壱さん



九州工業大学
代表　磯本 航世さん



熊本大学大学院
代表　前田 龍成さん



宮崎大学
代表　土佐 涼音さん



宮崎大学
代表　山崎 愛美華さん



宮崎大学
代表　小村 理歩さん



鹿児島大学
代表　高橋 香さん

九州のチカラここに集結!!

全国への切符をかけて激戦を勝ち抜いた9チームが競います！

開催日時　2023年 11月11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

応募総数 九州・沖縄 16校・41件
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／11月9日（木）17時］

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

YouTubeでもライブ配信（12:55頃）

基調講演　常識を、アップデートする
～48才おっちゃん起業家のアド・ベンチャー物語～



大仁田（おおにた） 英貴（ひでき） 氏
株式会社 パララボ
代表取締役 メタヴァースプロデューサー
熊本県苓北町イノベーションマネージャー

《経　歴》
2017年　株式会社コーホー部設立
2020年　Paralreal株式会社設立
2022年　株式会社コーホー部を株式会社パララボに社名変更

VR・ARなどのXR技術を用いた事業企画・システム開発、メタバースビジネスのコンサルティング、広告代理店業、動画制作及びウェブデザインと広い事業分野で活躍中。
研修やワークショップ等の業務も数多く受託しており、最先端技術の活用を分かりやすく聞き手を巻き込むプレゼンは、企業から小学生まで非常に幅広い世代で高い評価を得ている。

共催　九州・大学発ベンチャー振興会議
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

12. 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	山口　　寛	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	平野　祥司	福岡県 商工部	新事業支援課長
委　　員	紫垣　和宏	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	友枝　芳久	（独）中小企業基盤整備機構九州本部	企業支援部支援推進課長
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	筑島　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 部長
村山　保之	九州経済産業局 地域経済部	新規事業推進室 室長
川北　龍之助	〃	〃　　係長
木下　憲司	福岡県 商工部	新事業支援課 事務主査
瀬戸山　大空	〃	〃　　主事
岩崎　慎太郎	福岡市 経済観光文化局 創業･立地推進部	創業支援課 係長
宮下　綾乃	〃	〃
梅田　博昭	(独)中小企業基盤整備機構 九州本部 企業支援部	支援推進課 課長代理
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
古谷　三奈	〃	〃
筑島　修三	（一社）九州経済連合会	産業振興部 部長
青松　果歩	〃	〃
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
松田　正智	〃	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

共催

九州・大学発ベンチャー振興会議

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 Fukuoka Prefecture
福岡市 FUKUOKA CITY
一般社団法人 九州経済連合会 Kyushu Economic Federation
Be a Great Small. 中小機構
日刊工業新聞社
KOIC
九州NBC

協賛・協力

ストライク
九州電力 ずっと先まで、明るくしたい。
西日本シティ銀行
福岡銀行
JR九州
Nishitetsu Group
FFG FFGベンチャービジネスパートナーズ
西部ガスグループ
QTnet
Koga Management Institute
EY Building a better working world
電気ビル
崇城大学 SOJO UNIVERSITY
世界を、"Wa"でいっぱいに。三和酒類
teno. GROUP
WASH ハウス
税理士法人 くまで会計事務所
ibb
九州リースサービス
熊本銀行
坂本石灰工業所
西部ガスグループ SGインキュベート株式会社
ワールドホールディングス
株式会社九南
株式会社豊川設計事務所 TOYOKAWA ARCHITECTS & ASSOCIATES
CHIE CHIE IMAI
Deloitte. デロイトトーマツ
GEO CLUSTER
宮崎銀行
CITYASCOM
はせがわ
Kyu-san 九電産業株式会社
十八親和銀行
SEIKO ELECTRIC 正興電機製作所
筑邦銀行
APICAL 株式会社アピカル
博運社
やずや
SBIC
FIT 福岡工業大学
Partners
IKEDA
JAFCO
日本政策金融公庫
(株)T

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



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/