第24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

2025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. 最終審査会の結果　・・・・・　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. 最終審査会の模様　・・・・・　19

9. 基調講演　・・・・・　21

10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）　・・・・・　22

※以下発表順に掲載（敬称略）

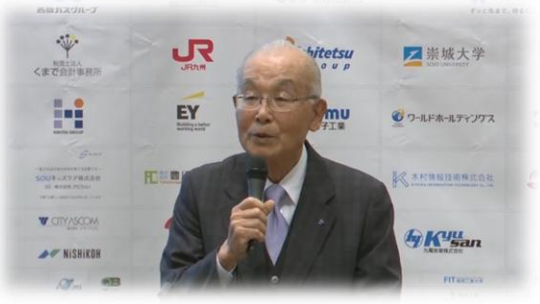
長崎大学　薬学部	**松尾 康佑**	・・・・・	23
崇城大学　生物生命学部 生物生命学科	**代表：岩村 みのり**	・・・・・	26
大分大学大学院　経済学部 経済学研究科	**藤原 泰樹**	・・・・・	28
九州工業大学　工学府 工学専攻	**代表：畠山 雄樹**	・・・・・	31
九州大学大学院　生物資源環境科学府	**代表：小川 竜矢**	・・・・・	37
宮崎大学　工学部 電気電子工学プログラム	**前田 瑞佳**	・・・・・	40
筑紫女学園大学　現代社会学部 現代社会学科	**代表：坂本 明日香**	・・・・・	43
九州工業大学　工学部 宇宙システム工学科	**代表：佐藤 凛**	・・・・・	45
宮崎大学　工学部 応用物質科学プログラム	**代表：星崎 圭亮**	・・・・・	47
九州工業大学　情報工学府 情報創成工学専攻	**代表：下前 仁志**	・・・・・	50

11. 告知物 等　・・・・・　52

12. 実行委員会について　・・・・・　55

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。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の貫でございます。
まずは、今回応募いただいた 17 校 36 組から勝ち抜いてこられた 10 組の皆さん、そして、各チームの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御礼申し上げます。

さて、政府が掲げた「スタートアップ 5 ヶ年計画」も折り返しの年となり、大学発スタートアップも 2021 年から 2023 年の 2 年間で約 1000 社が誕生し、過去最高の伸びを示すなど日本経済の牽引役としての期待がより一層高まっております。

九州においても、「PARKS」や「九州・大学発ベンチャー振興会議」等の機関により大学発スタートアップエコシステムが形成され、九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストも、起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。

本日はこれから各賞を目指して、10 組の発表者に競っていただきます。例年と同様、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」への挑戦権を獲得、台日商務交流協進会理事長賞の受賞者は 12 月 4 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、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。九州から全国・世界に羽ばたく大きなチャンスを得る事になります。

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大いに秘めております。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。
10 組の皆さま、どうぞ頑張ってください。

令和６年１１月９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」を設定。例年3月に東京で開催される同大会予選も兼ねる。

(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
㈱ニシコー、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㈱
ニシム電子工業㈱、SOUキッズケア㈱、㈱薩摩川内鰻、㈱ヒロタグループ、㈲坂本石灰工業所
㈱ジオクラスター、㈱豊川設計事務所、西日本鉄道㈱、大坪GSI㈱、㈱はせがわ、木村情報技術㈱
CX Value Lab㈱、レイナ㈱、㈱十八親和銀行、㈱ワールドホールディングス、㈱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、如水監査法人、㈱熊本銀行
㈱正興電機製作所、大阪中小企業投資育成㈱、福岡工業大学、㈱興電舎、税理士法人さくら優和パートナーズ、
㈱ネット・メディカルセンター、㈱肥後銀行、㈱ふくや、米良電機産業㈱、積水ハウス㈱マンション事業部
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㈱、ベータ・ベンチャーキャピタル㈱
Partners Fund、㈱日本政策金融公庫、日本弁理士会九州会 （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：2024 年 6 月 3 日（月） ～ 8 月 23 日（金）

- 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：2024 年 9 月 5 日（木） 10:30 ～ 12:00

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、一次応募総数 30 組の中から二次審査進出 12 組を選出。
  ※ 別途連携ビジコン（学校単体実施）より推薦の 4 組を上記に追加して二次審査会を実施

○ 二次審査会（プレゼンテーション／3 分動画審査）

開催日時：2024 年 10 月 12 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 16 組が参加。最終審査会へ進む 8 組を選出。
  ※ 別途連携ビジコン（地域実施）より 2 組の推薦枠を加え最終審査会は 10 組により実施
- 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　2024年11月9日（土）** 13:00 ～ 17:55

■ **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㈱ 相談役)

・プレゼンテーション及び質疑応答　全10チーム×13分（発表5分・質疑応答8分）

【第２部】基調講演　「あなたの知らない第２創業の世界」 16:00 ～ 17:00

〔講　師〕株式会社倉岡紙工　代表取締役 CEO　倉岡　和徳氏

【第３部】表 彰 式 17:10 ～ 17:45

《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	楠木 真次
	九州経済連合会長賞	(一社)九州経済連合会 産業振興部長	吉村 貴寛
	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	武田 則秋
	ＮＩＣＴ 賞	Partners Fund　代表パートナー	山田　優大
	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、10 名の審査委員により各賞を決定。
- NICT 賞は、NICT の専門審査委員（ICT メンター山田優大氏）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

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	7 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	7 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（42 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：2025 年 2 月 25 日（火）13:30 ～ 17:30
開催場所：大阪産業創造館　※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」受賞の九州工業大学／佐藤凛さん（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６年度　起業家甲子園

〔審査会〕開催日時：2025 年 3 月 13 日（木）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計 9 チームが出場。
- 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／佐藤凛さん（代表）が出場し見事グランプリとなる**「総務大臣賞」**を獲得。他にも、4 つのパートナー企業賞を受賞するなど素晴らしい成果を上げる。
- 九州代表による総務大臣賞獲得は史上初。
  ※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。
※ **「台日商務交流協進会理事長賞」**についても NICT 賞同様に、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」**
協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 24 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

■ **二次審査会［10 月 12 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
- ㈱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
- 西日本鉄道㈱　新領域事業開発部　部長　林田　安弘さま
- 九州旅客鉄道㈱　執行役員　事業開発本部　企画部長　畑井　慎司さま
- SG インキュベート㈱　投資部　次長　宮崎　大輔さま

※　順不同にて掲載

■ 最終審査会［11 月 9 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
- 経済産業省　九州経済産業局　地域経済部長　楠木　真次さま
- ㈱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
- 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
- ベータ・ベンチャーキャピタル㈱　代表取締役パートナー　林　龍平さま
- 日本弁理士会九州会　会長　下田　正寛さま
- QB キャピタル合同会社 アソシエイト　塩見　健太さま
- ㈱ストライク　九州・中国営業部　部長　久留　孝宜さま
- 日本政策金融公庫 国民生活事業 福岡創業支援センター 福岡スタートアップサポートプラザ　所長　長谷川　康利さま

《NICT　ICT メンター》

- Partners Fund　代表パートナー　山田　優大さま

《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）

九州の 15大学（大学院を含む）、2高専の合計 17校から 合計 36件 の応募があった。
また、別途4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		36	42	▲6
福　岡		17	13	+4
	有明工業高等専門学校	0	0	0
	北九州工業高等専門学校	1	2	▲1
	北九州市立大学	3	1	+2
	九州工業大学	3	1	+2
	九州産業大学	0	2	▲2
	九州大学	2	3	▲1
	西南学院大学	0	0	0
	九州情報大学	1	0	+1
	近畿大学	2	1	+1
	筑紫女学園大学	4	3	+1
	日本経済大学	0	0	0
	西日本工業大学	1	0	+1
	福岡大学	0	0	0
佐　賀		0	0	0
	佐賀大学	0	0	0
長　崎		2	6	▲4
	佐世保工業高等専門学校	0	3	▲3
	長崎総合科学大学	1	0	+1
	長崎国際大学	0	1	▲1
	長崎大学	1	2	▲1
大　分		5	7	▲2
	大分大学	4	4	0
	大分工業高等専門学校	1	0	+1
	立命館アジア太平洋大学	0	3	▲3
熊　本		3	5	▲2
	熊本県立大学	0	2	▲2
	熊本学園大学	0	1	▲1
	熊本大学	2	2	0
	崇城大学	1	0	+1
宮　崎		8	10	▲2
	宮崎産業経営大学	1	1	0
	宮崎公立大学	0	1	▲1
	宮崎大学	7	8	▲1
鹿児島		0	1	▲1
	鹿児島大学	0	1	▲1
その他		1	0	+1
	沖縄工業高等専門学校	0	0	0
	BBT大学	1	0	+1

■ 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		36	16	10	
福　岡		17	9	5	
	北九州工業高等専門学校	1	1		
	北九州市立大学	3			
	近畿大学	2			
	九州大学	2	2	1	【局】1
	筑紫女学園大学	4	1	1	【優】1
	九州情報大学	1	1		
	西日本工業大学	1	1		
	九州工業大学【推薦】	3	3	3	【G】1、【連】1、【N】1、【優】1
長　崎		2	1	1	
	佐世保工業高等専門学校				
	長崎総合科学大学	1	1		
	長崎ビジコン【推薦】	1		1	【優】1
大　分		5	3	1	
	大分大学	3	2	1	【優】1
	大分工業高等専門学校	1			
	大分ビジコン【推薦】	1	1		
熊　本		3	2	1	
	熊本県立大学				
	崇城大学	1	1	1	【優】1、【台】1
	熊本大学	2	1		
宮　崎		8	1	2	
	宮崎産業経営大学	1			
	宮崎公立大学				
	宮崎大学	6	1	1	【優】1
	宮崎ビジコン【推薦】	1		1	【優】1
その他		1	0	0	
	BBT大学	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
【台】台日商務交流協進会理事長賞

■ 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	5	7.7%	5
2	新エネルギー・省エネルギー（省力化含む）	2	3.1%	10
3	バイオテクノロジー	1	1.5%	13
4	環境・リサイクル・産業廃棄物処理	3	4.6%	9
5	住宅	1	1.5%	13
6	災害支援	1	1.5%	13
7	**生活文化･生活支援･新サービス･アミューズメント**	**12**	**18.5%**	**1**
8	**医療・福祉**	**8**	**12.3%**	**2**
9	物流・流通	2	3.1%	10
10	**人材活用**	**5**	**7.7%**	**5**
11	**情報・通信（インターネット関連含む）**	**7**	**10.8%**	**3**
12	**ビジネス支援**	**7**	**10.8%**	**3**
13	食品・農林水産品	4	6.2%	8
14	加工・製造技術	0	0.0%	-
15	観光資源	5	7.7%	5
16	その他	2	3.1%	10

● 応募状況について

・応募件数　　36件　（ 対前年　▲6件 ）
・応募校数　　17校　（ 対前年　▲2校 ）

▶ 概　況

■総括

・応募総数は、36件と昨年と比較し6件減となった。
・内訳として、福岡県からの応募は増加したが、佐賀からは昨年に引き続き0件、長崎も同様に連携ビジコンを除くと0件であった。
・宮崎県及び大分県は引き続き応募多数。地域としてのアントレ教育強化の姿勢を伺うことができる。

■各地区の状況

・福岡地区：2校より新規応募あり。県別でも最多応募件数となり、PARKS幹事大学であるを九州大学と九州工業大学の２校が地域を引っ張っている印象。筑紫女学園大学も積極的な応募を継続。
・長崎地区：長崎ビジコンと連携継続。一方で同ビジコンとの重複応募は0となった。今後も大きな増加は見込めないことから対策が必要。
・大分地区：大分大学ビジコンとの連携を開始。例年多くの重複応募をいただくビジコンとの連携により、更に地域の盛上げに繋げたい。
・熊本地区：ほぼ例年並みの参加率。崇城大学からの応募が復活。年によるバラつきはあるものの、引き続き応募拡大に努めたい地域。
・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。
・その他地区：BBT大学より初参加。今後も新規の大学等からの応募を期待。

● 分野別分類について

・昨年と比較して、「医療・福祉」のシェアが増加。高齢者や障がい者に向けたサービスなど、社会課題解決型のビジネスプランが多く見られた。

● ビジコン連携

・今年度も「長崎ビジコン」「宮崎ビジコン」の２つの地域ビジコン、「九工大」「大分大」の２つの学内ビジコンと連携。各ビジコンのグランプリ等を推薦いただくなど質の高いビジネスプランの確保に繋がった。

【 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（2019～2023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	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)	2024 (R6)
	総　計	**49**	**47**	**48**	**54**	**43**	**51**	**56**	**65**	**55**	**43**	**53**	**30**	**42**	**36**
福岡	有明高専	● 2	1		4			● 1			☆ 1				
	北九州高専	◆ 1	1	★◎ 4	★◎ 5	● 4	●● 5	◎ 3	● 3	●● 3	● 1	☆● 2		2	**1**
	北九州市立大		2	● 1		1	1		◎ 3	1	2	1		1	**3**
	九州共立大					1	1				1				
	九州工業大				1	2	1	1						◎☆ 1	**3**
	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					**1**
	九州大	2	● 3	1			◆● 3	◇● 8	◆●●● 11	● 1		● 2	1	3	**2**
	近畿大		1	1	1	1	1	1	3		3	2		1	**2**
	久留米工業大	1	◆ 1	1											
	久留米大		1	2		1									
	西日本工業大														**1**
	産業医科大	★ 1													
	西南学院大	6	3		2	3	1		1	1		1			
	筑紫女学園大										● 3	● 3	4	3	**4**
	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	3	1								2	1			
	早稲田大	3	1							1					
佐賀	佐賀女子短期大					1									
	佐賀大	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		7				4	3	6	4	6	★ 5	1		
	長崎国際大							1	★ 2					1	
	長崎総合科学大									1					**1**
	長崎大	◎ 5		2	4	4	8		1		● 1	◆ 4	1	2	**1**
大分	大分県立芸術文化短期大					★ 1									
	大分短期大		1												
	大分高専														**1**
	大分大	2	★◎ 4	● 4	3	5	1	● 2	4	◎● 5	◎● 5	4	● 3	● 4	**4**
	日本文理大	1	2	1	● 1								1		
	立命館アジア太平洋大	1	1	1			1				1	● 4		3	
熊本	熊本学園大	1	3	1										1	
	熊本県立大	● 6	●	3	1		3	4	3	2	2	3	2	2	
	熊本高専	● 1	4	◆ 6	◆ 8	5	11	6	8	3	1				
	熊本大			7	8	◎ 7	1	1		1		● 4	● 4	● 2	**2**
	崇城大				6	◆● 9	★● 16	5	7	◆ 5			★ 1		**1**
	東海大		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	**1**
	宮崎大						1	★◆ 8	4	☆● 13	★◆● 7	4	◆● 6	★◆● 8	**7**
鹿児島	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			
	BBT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　☆☆☆

- 2023(R5)　日刊工業新聞社賞／宮崎大
  ［起業家甲子園］NICT理事長賞(準ｸﾞﾗﾝﾌﾟﾘ)／九州工業大
  ＊ アイ･オー･データ賞、インフィニオン賞、NEDO賞、セブテーニグループ賞
- 2022(R4)　審査委員会特別賞／崇城大
- 2021(R3)　［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(R2)　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、セブテーニグループ賞、ソフトバンク賞、三菱電機賞
- 2019(R1)　**経済産業大臣賞（ビジネス大賞）／佐賀大**
- 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**

第24回（2024年度）九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 応募状況について

※九州 7 県の 15大学（大学院を含む）、2高専の合計 17校から 合計 36 件 の応募があった。

■ 都道府県・学校別　応募状況（代表者）

		応募件数		
		今 回	昨年度	前年比
総　計		36	42	▲6
福　岡		17	13	+4
	有明工業高等専門学校			0
	北九州工業高等専門学校	1	2	▲1
	北九州市立大学	3	1	+2
	九州工業大学	3	1	+2
	九州産業大学		2	▲2
	九州大学（大学院含む）	2	3	▲1
	西南学院大学			0
	九州情報大学	1		+1
	近畿大学	2	1	+1
	筑紫女学園大学	4	3	+1
	日本経済大学			0
	西日本工業大学	1		+1
	福岡大学			0
佐　賀		0	0	0
	佐賀大学（大学院含む）			0
長　崎		2	6	▲4
	佐世保工業高等専門学校		3	▲3
	長崎県立大学			0
	長崎総合科学大学	1		+1
	長崎国際大学		1	▲1
	長崎大学（大学院含む）	1	2	▲1
大　分		5	7	▲2
	大分大学（大学院含む）	4	4	0
	立命館アジア太平洋大学		3	▲3
	大分工業高等専門学校	1		+1
熊　本		3	5	▲2
	崇城大学（大学院含む）	1		+1
	熊本県立大学		2	▲2
	熊本学園大学		1	▲1
	熊本大学（大学院含む）	2	2	0
宮　崎		8	10	▲2
	宮崎産業経営大学	1	1	0
	宮崎公立大学		1	▲1
	宮崎大学（大学院含む）	7	8	▲1
鹿児島		0	1	▲1
	鹿児島大学（大学院含む）		1	▲1
他地域		1	0	+1
	沖縄国際大学			0
	BBT大学	1		+1

■ 応募プランの分野別分類

No.	分　野	件数	構成比	順位
1	新製造技術	5	7.7%	5
2	新エネルギー・省エネルギー（省力化含む）	2	3.1%	10
3	バイオテクノロジー	1	1.5%	13
4	環境・リサイクル・産業廃棄物処理	3	4.6%	9
5	住宅	1	1.5%	13
6	災害支援	1	1.5%	13
7	**生活文化･生活支援･新サービス･アミューズメント**	**12**	**18.5%**	**1**
8	**医療・福祉**	**8**	**12.3%**	**2**
9	物流・流通	2	3.1%	10
10	人材・活用	5	7.7%	5
11	**情報・通信（インターネット関連含む）**	**7**	**10.8%**	**3**
12	**ビジネス支援**	**7**	**10.8%**	**3**
13	食品・農林水産品	4	6.2%	8
14	加工・製造技術	0	0.0%	-
15	観光資源	5	7.7%	5
16	その他	2	3.1%	10

● 応募状況について

・応募件数　　36件　（ 対前年　▲6 件 ）

・応募校数　　17校　（ 対前年　▲2校 ）

〔増加〕 福岡県　＋4

〔減少〕 長崎県　▲4

大分県　▲2

熊本県　▲2

宮崎県　▲2

鹿児島県　▲1

● 分野別分類について

・昨年に引き続き生活支援やエンタメ関連の件数が最多。
・今年度は医療・福祉関係の分野が増加。
・情報・ビジネス支援系は例年に比べると若干低下。
・新技術や観光資源など例年と比べると増加傾向をみせ、
学生の関心の変化を伺うことができた。

① 概　況

・ 応募総数は17校36件。昨年と比較し▲6件と減少した。
・ 今年度から大分大、九工大の「学校単体実施」型ビジコンとの連携を開始。推薦者を一次審査会免除する試みを実施。
・ 県別に見た時に福岡県の応募が＋4件と増加。昨年は応募がなかった2校からの応募があった。
・ 地方大会で燃え尽き症候群となる学生が多く見受けられ、当大会との併願に繋がらない事は今後の懸念として残る。

② 各地区の状況

【福岡】九州大学、筑紫女学園大といった常連校からの応募は引き続き健在。昨年、今年と順調に増加しアントレ教育の充実が伺える。
【長崎】「長崎学生ビジネスプランコンテスト」との併願応募を受けた。
【大分】常連校である大分大学との連携を開始。来年以降、地域ビジコンの核となってくれることを期待したい。
【熊本】一昨年グランプリの崇城大からの応募が復活も、自学ビジコンとのスケジュールが噛み合わず複数応募は叶わなかった。
【宮崎】「宮崎・学生ビジネスプランコンテスト」との連携は今年も順調。県全体での起業家熱は相変わらず。
【その他】佐賀、鹿児島からアントレ熱の地域差が浮き彫りに。一方で通信大学からの応募等、新たな広がりも感じられた。

6-1. 最終審査会の結果

☆ グランプリ　（副賞：30万円）

「第21回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」出場

■ 九州工業大学　工学部　宇宙システム工学科　　代表：佐藤　凛　さん

「超小型人工衛星ミッションインテグレーター」

民間顧客向けの6U サイズの人工衛星の市場は需要が急増しているものの、日本国内では人工衛星を開発できるメーカーが圧倒的に足りていない。本事業では、超小型衛星開発プロジェクトのフィージビリティースタディーや、衛星に搭載する部品レベルでの設計や開発、試験等の伴走支援、また超小型衛星プロジェクトの設計段階から開発、打ち上げ後の運用までのトータルサービスの提供を行う。

★ 九州経済産業局長賞　（副賞：10万円）

■ 九州大学大学院　生物資源環境科学府　　代表：小川　竜矢　さん

「九大芸能事務所」

九大芸能事務所は、学生課外活動団体に、外部への営業活動によって獲得した案件を紹介し、外部での発表機会と資金獲得の機会を提供することで発表機会の充実と活動価値の向上の一助とする。加えて公演依頼の一括管理によって、大学に、学生の動向に関する情報を提供できる。このビジネスプランによって課外活動の価値の創出と学生の社会進出をすすめる役割を果たし、仲介手数料やコンサルティング料によって収益を得る。

★ 九州経済連合会長賞　（副賞： 8万円）

■ 九州工業大学　情報工学府　情報創成工学専攻　　代表：下前　仁志　さん

「次世代スライド発表プラットフォーム（DeckHub）」

DeckHubはこれまでのスライド発表に関わる課題や問題点を解決し、新たなユーザー体験を実現するスライド発表に特化した次世代プラットフォーム「スライド発表に関わるすべてのストレスをゼロに」という目標を掲げ、2023年の福岡未踏で開発を開始したプロダクトのサービス化を目指す。本プロダクトはスライド発表に必要な機能１つに統合し、課題や問題点を解決するとともに、これまでにない機能を実現し、新たなスライド発表体験を提供する。

6-2. 最終審査会の結果

優秀賞 7件　　（ 副賞： 5万円 ）　　※最終審査会 発表順に掲載

■ 長崎大学　薬学部　　松尾　康佑　さん

「Bamboo Nexus Project」

放置竹林を活用した竹製の皿に加え、竹炭や竹酢液を医薬品や農薬として応用する研究を行っている。特に、竹炭の抗酸化作用を利用したがん治療への研究や、竹酢液の成分を活用した環境に優しい農薬の開発を進める。収益は、製品の販売、研究成果を活用したライセンス供与、サブスクリプションモデルなどで得る。

■ 崇城大学　生物生命学部　生物生命学科　　代表：岩村　みのり　さん

「光合成細菌を利用したバイオプライミング資材の販売」

「光合成細菌」と「バイオプライミング」の技術を用いて作物の根の発達を促進し、収穫量増大と肥料吸収利用効率を上げて肥料削減を行う。現在問題となっている肥料価格の高騰と、将来的な有機農業拡大の課題解決に貢献する技術である。提供する商品はバイオプライミング資材で、農家、JA、栽培企業への販売を想定する。

■ 大分大学大学院　経済学部　経済学研究科　　藤原　泰樹　さん

「QUEST」

既存のクラウドファンディングのサービスに加えて、プロジェクト支援者（冒険者）に対して体験型プロジェクト（クエスト）を通じて有意義な時間を提供し、同時に地域や社会への貢献を果たすサービス。人手不足に悩む地域事業者（自治体、農家、旅館など）の日々の業務やボランティア活動にゲーム要素を取り入れ、魅力的な体験（クエスト）へと昇華させる。参加者は楽しみながら地域貢献を行うことができ、同時に地域の課題解決に貢献する。

6-3. 最終審査会の結果

優秀賞 7件　　（ 副賞： 5万円 ）　　※最終審査会 発表順に掲載

■ 九州工業大学　工学府　工学専攻　　代表：畠山　雄樹　さん

「月面移住に向けたインフラ構築」

本ビジネスプランは、CubeSatを活用した低コストかつ迅速な月面データ収集・提供を通じ、月面インフラ構築や資源探査を支援する事業。居住施設などの月面インフラの整備し安定して稼働させるためには月面の環境を広範囲で調査する必要があり、柔軟な拡張性を持つCubeSatネットワークにより月面全体のモニタリングを目指し、月面移住の基盤となるインフラ整備をサポートする。

■ 宮崎大学　工学部　電気電子工学プログラム　　前田　瑞佳　さん

「NailWellness～健やかな手元をすべての人に～」

NailWellnessは、爪をいじる癖の矯正とストレスレベル・睡眠の質を計測・管理するスマートリングデバイスを提供する。ターゲットは、爪や指の皮をむしる癖を持つ個人やその保護者、ストレス管理を重視するビジネスパーソン、そして治療を受ける患者とする。センサー技術と機械学習を活用し、ユーザーの動作とストレスレベルを検知、アプリを通じてフィードバックを提供。収益はデバイス販売とアプリのサブスクリプションモデルで得る。

■ 筑紫女学園大学　現代社会学部　現代社会学科　　代表：坂本　明日香　さん

「新しい歩行器開発」

私たちは車椅子と杖の間に位置するような新しいスタイルの歩行補助具（歩行器）を提案。このビジネスのターゲットとして第一段階では、軽度の身体障がい者を対象とし、第2段階では老化により歩行が困難となった高齢者を考えている。医療用ではなく日常使いできることに重点を置き、段階を踏んで利用者を広げフィードバックを貰いながら汎用性を高めていくことで福祉用具としての認知を確立し、収益を得る。

6-4. 最終審査会の結果

優秀賞 7件　　（ 副賞： 5万円 ）　　※最終審査会 発表順に掲載

■ **宮崎大学　工学部　応用物質科学プログラム**　　**代表：星崎　圭亮　さん**

「新廻魚」

『新廻魚』は生産者から未利用魚をいただき、それを加工し、消費者にSNSでPRしECサイトで販売し提供するビジネスである。認知不足や規格外のために販売されない食用の未利用魚を販売することで、生産者の収入を増やすことができる。さらに、未利用魚を普及することができれば、水産資源を分散することができ、水産資源の保全にもつながる。売上の30%を漁業者へお渡しし、残りの70%を事業収入として得る。

☆ NICT賞

「令和6年度起業家甲子園全国大会」出場

■ **九州工業大学　工学部　宇宙システム工学科**　　**代表：佐藤　凛　さん**

台日商務交流協進会理事長賞

■ **崇城大学**　　**代表：岩村　みのりさん**

支援部門賞

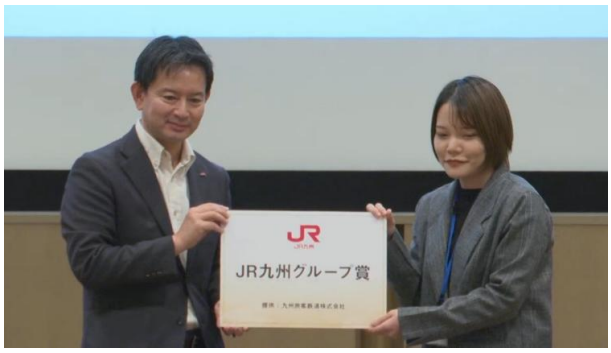
■ **九州工業大学**　　**代表：中牟田　晃さま**

★ 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**	長崎大学	薬学部	松尾 康佑 さん
■ **ＪＲ九州グループ賞**	筑紫女学園大学	現代社会学部	坂本 明日香 さん（代表）
■ **西部ガスグループ賞**	大分大学大学院	経済学部	藤原 泰樹 さん
■ **ストライク賞**	大分大学大学院	経済学部	藤原 泰樹 さん
■ **西鉄グループ賞**	筑紫女学園大学	現代社会学部	坂本 明日香 さん（代表）
■ **日本弁理士会九州会会長賞**	長崎大学	薬学部	松尾 康佑 さん
■ **ＦＦＧ賞**	九州工業大学	工学府	畠山 雄樹 さん（代表）

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 焼肉ヌルボンお食事券　22,000円分
③ 西部ガスグループギフト券
④ 事業成長支援サービス「S venture Lab.」1年間無料パス
⑤ 西鉄ホテルギフト券
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 21 回 キャンパスベンチャーグランプリ全国大会

結果報告

九州工業大学 工学部部　佐藤 凛さん　日刊工業新聞社賞獲得

2025 年 2 月 25 日（火）、大阪・大阪産業創造館にて「第 21 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。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九州工業大学の佐藤 凛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。

佐藤さん、九州工業大学の関係者の皆様、おめでとうございました。

■第21回（2024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	代表者名	チーム名	プラン名
経済産業大臣賞 ビジネス大賞	広島大学	片桐　萌絵	—	民俗芸能の運営・参加システムのリデザイン ～サステナブルな民族芸能を実現するために～
文部科学大臣賞 テクノロジー賞	名古屋大学大学院	角田　健輔	ぽじしょん	起立性調整障害の症状の測定装置の開発事業 ～起きられない“もどかしさ”を伝えたい～
日刊工業新聞社賞	九州工業大学	佐藤　凛	Kick Space	超小型人工衛星ミッションインテグレーション事業
MIT賞	筑波大学大学院	古澤　美典	やさしいロボット研究所	仮眠支援ロボット「ナップ」
審査委員会特別賞	弓削商船高等専門学校	石橋　治樹	弓削商船高専起業家工房マイコン部	IoTを融合した新しいビリヤードシステム
	立命館大学	金　亨運	関西商会	新しい地平を開く、5ドル顕微鏡キット
	効率はこだて未来大学	松下　文太	funovo	INCUVERSE ～AI×web3.0で学生起業が未来を創る～
	京都大学大学院	多和　実月	—	お口のテーマパーク ～すべての人に歯から健康を届けるエコシステム～
	信州大学	瀬戸　晴登	—	宇宙の地質をお手軽調査「Astro Pioneer」
	名古屋国際工科専門大学	野村　颯摩	—	LipsLog _読唇術でありのままの喜びと共鳴する
	岡山大学大学院	長尾　幸紀	—	Sceince-Branding 科学的根拠のあるブランディングで中小企業の課題を解決する
	秋田県立大学	長谷山　直飛	—	鳥獣被害対策ロボット「かみやぎ」の実践的運用によるクマ・イノシシ対策

7-2. 全国大会の結果

■ 令和６年度　起業家甲子園

結果報告

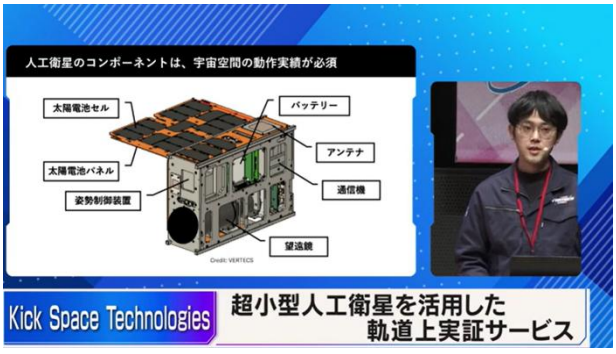
九州工業大学大学院 工学部　　佐藤 凛さん　　総務大臣賞獲得

2025 年 3 月 13 日（木）東京・丸ビルホール＆コンファレンススクエアにて「令和 6 年度起業家甲子園」（主催：総務省・NICT）が開催されました。「第 24 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の佐藤 凛さん（チーム名：Kick Space Technologies）が九州代表として出場し、見事グランプリとなる**「総務大臣賞」**を獲得されました。起業家甲子園における九州代表の総務大臣賞獲得は史上初となります。

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。佐藤さんならびに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。

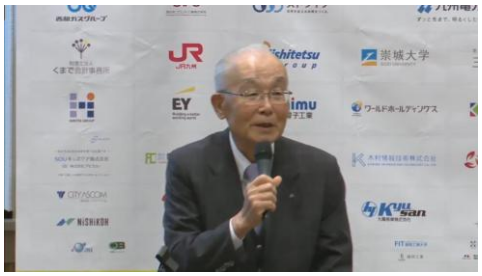
■令和6年度　起業家甲子園　表彰結果

賞	学校名	選抜地区	チーム名	プラン名
総務大臣賞	**九州工業大学**	**九州**	**Kick Space Technologies**	**超小型人工衛星を活用した軌道上実証サービス**
NICT理事長賞	北海道大学大学院	北海道	Real Touch	力触覚で誰でも簡単操作！汎用ロボットが変える水産業
IOデータ賞	豊田工業高等専門学校	全国高専	ふたりんごと	家族の新たなつながりを創出するペット型AI「ふたりん」
AWS賞	九州工業大学	九州	Kick Space Technologies	超小型人工衛星を活用した軌道上実証サービス
Wamazing賞	金沢大学	WEB	LiLuMu	LiLuMu～個別最適化された福祉の民主化による誰一人取り残さない社会の実現～
ABCドリームベンチャー賞	神戸大学	近畿	Plastruclub	中学生のためのスポーツ・文化活動マッチング事業
ドコモビジネス賞	北海道大学大学院	北海道	Real Touch	力触覚で誰でも簡単操作！汎用ロボットが変える水産業
NTTデータ賞	山形大学大学院	東北	株式会社Ciel	新卒高校生向け就職サービス「ciel」
さくらインターネット賞	九州工業大学	九州	Kick Space Technologies	超小型人工衛星を活用した軌道上実証サービス
NEDO賞	九州工業大学	九州	Kick Space Technologies	超小型人工衛星を活用した軌道上実証サービス
jig.jp賞	神戸大学	近畿	Plastruclub	中学生のためのスポーツ・文化活動マッチング事業
スカイライト賞	山形大学大学院	東北	株式会社Ciel	新卒高校生向け就職サービス「ciel」
NEC賞	北海道大学大学院	北海道	Real Touch	力触覚で誰でも簡単操作！汎用ロボットが変える水産業
JRTRO AWARD賞	九州工業大学	九州	Kick Space Technologies	超小型人工衛星を活用した軌道上実証サービス

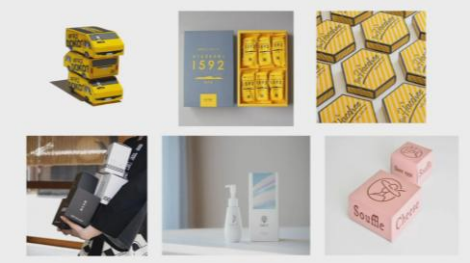


写真提供：NICT

8-1. 最終審査会の模様（質疑応答）



8-2. 最終審査会の模様（基調講演）



8-3.最終審査会後の懇親会

9. 基調講演

「あなたの知らない第２創業の世界」と題し、株式会社倉岡紙工、代表取締役社長 CEO 倉岡和徳さまの基調講演を実施。ご自身の経験豊かなバックグランドに関する話や、３代目として家業の変革に取り組み、ビジネススタイルをも刷新させた経緯等を語っていただいた。学生時代の体験を織り込んだり学生目線でのアドバイスもいただくなど、会場の参加者だけでなく WEB の観覧者も強く惹き込こみ、プレゼン後は時間一杯まで熱のある質疑応答で大いに盛り上がった。

■演　題

「あなたの知らない第２創業の世界」

■ 講　師

株式会社倉岡紙工 代表取締役社長 CEO　　倉岡 和徳 氏

■ プロフィール

・1983 年熊本県生まれ。早稲田大学政治経済学部経済学科卒業。IBP グローバル留学奨学金の特待生としてワシントン大学修了。
・帰国後、専門商社へ入社。香港駐在時にはアジア地域のサプライチェーンをマネジメントし、多様な人種、文化での実務を経験。
・2013 年に家業である紙パッケージ製造の㈱倉岡紙工に入社。2020 年には、「クリーン×スマートファクトリー」を立ち上げ、熊本からイノベーションを起こし続ける仕掛け人として注目されている。

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

九州工業大学　工学部　宇宙システム工学科　　代表：佐藤　凛さん

■ 九州経済産業局長賞

九州大学大学院　生物資源環境科学府　　代表：小川　竜矢さん

■ 九州経済連合会長賞

九州工業大学　情報工学府　情報創成工学専攻　　代表：下前　仁志さん

■ 優秀賞

1．長崎大学　薬学部　　松尾　康佑さん
2．崇城大学　生物生命学部　生物生命学科　　代表：岩村　みのりさん
3．大分大学大学院　経済学部　経済研究科　　藤原　泰樹さん
4．九州工業大学　工学府　工学専攻　　代表：畠山　雄樹さん
5．宮崎大学　工学部　電気電子工学プログラム　　前田　瑞佳さん
6．筑紫女学園大学　現代社会学部　現代社会学科　　代表：坂本　明日香さん
7．宮崎大学　工学部　応用物質科学プログラム　　代表：星崎　圭亮さん

□ NICT賞

九州工業大学　工学部　宇宙システム工学科　　代表：佐藤　凛さん

□ 台日商務交流協進会理事長賞

崇城大学　生物生命学部　生物生命学科　　代表：岩村　みのりさん

第回 24 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/Infinite THinKers	代表者名　松尾康佑
共同提案者名	
事　業　名 Bamboo Nexus Project	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ竹が繋ぐ、命と地球のサステナブルな未来	

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、どのようにし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（社会的意義）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。

私たちのビジネスは、放置竹林を活用した竹製のお皿に加え、竹炭や竹酢液を医薬品や農薬として応用する研究を行っています。ターゲットは、環境意識が高い家庭、企業、そして医療・農業分野です。特に、竹炭の抗酸化作用を利用したがん治療への研究や、竹酢液の成分を活用した環境に優しい農薬の開発を進めています。社会的意義は、放置竹林の竹の利用を通じて、環境保護と医療技術の進展を促すことです。収益は、製品の販売、研究成果を活用したライセンス供与、サブスクリプションモデルなどで得ます。

2．ビジネスプランの具体的内容

ビジネスプラン

1．製造・回収・リサイクルのプロセス

1．**製造拠点と竹の調達**
- **竹の調達**：竹林の管理や、放置竹林から竹を伐採し、原材料として利用します。放置竹林の伐採は、竹害を防ぎ、環境保護と地域再生に貢献します。竹は成長が早く、持続可能な資源であるため、エコフレンドリーな素材として優れています。
- **製造プロセス**：採取した竹を加工し、耐久性と抗菌性のある繰り返し使用できるお皿を製造します。竹製お皿は軽量で丈夫なため、日常使いからアウトドアやイベントまで幅広い場面で活用できます。製造過程では、無駄なく竹を活用し、端材や余剰竹もリサイクル素材として活用します。

2．**使用後の製品回収システム**
- **回収プロセス**：消費者が使用済みのお皿をリサイクルするための回収システムを導入。消費者は使い終わったお皿を指定のリサイクル拠点や回収ボックスに返却できる仕組みを提供します。この回収システムは、イベントやフェスティバルでの使い捨て文化を見直し、製品のライフサイクル全体での環境負荷を軽減します。
- **物流の効率化**：竹製お皿の回収は、配送と連携して行い、サブスクリプションモデルと組み合わせることで、使用済み製品の効率的な回収と新製品の配送を同時に実現します。このプロセスはコスト効率を高め、消費者にとっても便利なシステムとなります。

3．**リサイクルプロセス**
- **リサイクル施設**：回収された竹製お皿を加工するリサイクル施設を設置。ここでは、お皿が腐敗や破損している場合でも、竹炭や竹酢液として再利用できる技術を活用します。
- **竹炭への加工**：竹を高温で炭化し、竹炭を製造します。竹炭は多孔質で吸着力が高く、消臭剤や空気清浄グッズ、農業用の土壌改良剤として応用可能です。また、学部内の研究室で医療分野における抗酸化作用を利用したドラッグデリバリーシステム（DDS）としても研究を進めていきます。
- **竹酢液の生成**：竹を炭化する際に発生する竹酢液を回収し、抗菌性を持つ自然由来の農薬として使用します。竹酢液は化学農薬に頼らない有機農業の促進にも寄与し、環境に優しい製品としての価値を高めます。これらも、学部内の研究室で植物の発芽、成長促進、成長阻害活性があることが確認できており、農薬としての応用に向けて進めていっています。

2．販売チャネルとサービス形態

1．**オンライン販売**
- **主な販売プラットフォーム**：オンラインストアを通じて、竹製お皿の販売を行います。環境意識が高い消費者をターゲットに、繰り返し使えるお皿として、エコライフスタイルを推進。特に持続可能な製品を重視する層に向けたマーケティング戦略を展開します。
- **サブスクリプションモデル**：定期的に竹製お皿を消費者に届けるサブスクリプションサービスを提供。腐敗・破損したお皿は回収し、竹炭や竹酢液に再利用するため、消費者が循環型経済に参加できるモデルを構築します。消費者は環境に優しい選択をするだけでなく、定期的に新しいデザインや製品を楽しめます。

2．**店舗販売と企業提携**
- **リテールパートナーシップ**：エコショップやアウトドア用品店など、環境に配慮した商品を扱う店舗と提携して、竹製お皿を販売。さらに、レストランやカフェ、イベント会社と提携し、業務用として竹製食器の提供を拡大します。これにより、企業のサステナブルな取り組みを支援しながら、竹製品の使用を促進します。
- **カスタマイズサービス**：企業やイベント向けにカスタマイズされた竹製お皿を提供。企業のロゴやイベントテーマに合わせたデザインの食器を提供することで、販促ツールやギフトとしての利用が広がり、ビジネスの多様化を図ります。

3．竹炭・竹酢液の応用と収益モデル

1．**竹炭の応用**
- **医療分野への応用（DDS・がん治療）**：従来、竹炭は消臭剤などに利用されていましたが、竹炭の抗酸化作用や吸着力を活用し、がん治療におけるドラッグデリバリーシステム（DDS）としての研究開発を行います。竹炭は、薬物の放出速度をコントロールし、効率的な薬物運搬システムとして活用される可能性があります。医療機関や製薬企業との提携を通じて、ライセンス収益を得ることも視野に入れています。

2．**竹酢液の応用**
- **有機農業用の農薬**：竹酢液を環境に優しい農薬として販売します。化学薬品に依存しない安全な農業支援を行うことで、持続可能な農業の普及に貢献します。また、竹酢液は抗菌効果も持ち、家庭用の防虫剤やスキンケア製品としても応用が可能です。
- **スキンケアやヘルスケア分野**：竹酢液の抗菌作用や肌への優しさを活かし、スキンケア製品や入浴剤としての応用を検討。ナチュラル志向の消費者に訴求し、美容・健康分野での新たな収益源を開拓します。

3．放置竹林問題の解決と地域貢献

- **放置竹林の再生と管理**：放置竹林から伐採された竹を利用することで、環境破壊を防ぎ、地域資源の活用を促進します。放置竹林は土砂災害や害獣の発生原因となるため、この問題に取り組むことで、地域の環境保護にも貢献します。また、竹林管理を通じて、地域住民の雇用機会創出や経済活性化も

図ります。
- **地域連携**：地方自治体や環境団体との協力により、地域の竹資源を最大限に活用し、サステナブルな竹林管理を推進します。この取り組みは、地域経済の活性化と環境保護の両立を実現し、持続可能な社会の構築に寄与します。

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

マーケティング戦略

1．**エココンシャスな消費者層へのアプローチ**
   - **ターゲット層の特定**：環境意識が高く、エコロジカルなライフスタイルを追求する消費者層、アウトドア愛好家、サステナブルな製品を好む家庭を主なターゲットとします。また、持続可能なビジネスを展開する企業や飲食業界もターゲットとします。
   - **オンラインマーケティング**：主にソーシャルメディア（Instagram, Facebook, YouTube など）を活用したマーケティングキャンペーンを展開します。特に、エコフレンドリーな製品やサステナビリティに関連するコンテンツを発信し、エコ意識の高い消費者にリーチします。
   - **インフルエンサーマーケティング**：サステナブルなライフスタイルやエコ商品を支持するインフルエンサーや、環境活動家と提携して製品をプロモーションします。これにより、消費者の共感と信頼を獲得し、製品の知名度を向上させます。

2．**実店舗および企業との提携**
   - **エコショップやアウトドア用品店との連携**：実店舗での販売を通じて、消費者が実際に竹製お皿に触れる機会を提供します。特に、アウトドア向けの製品として販売することで、キャンプやイベントでの需要を掘り起こします。
   - **飲食店・イベント会社との B2B 提携**：サステナブルな製品を導入したい飲食店やイベント会社と提携し、業務用としての竹製食器を提供します。企業がエコを打ち出す機会をサポートし、その導入成功事例をプロモーションに利用します。
   - **サブスクリプションサービス**：定期的に竹製お皿を消費者に届けるサブスクリプションモデルを展開。消費者は、お皿が古くなった場合、返却してリサイクルするシステムを活用でき、製品の持続可能な利用を促進します。

3．**CSR・エシカルマーケティング**
   - **環境問題への取り組みを前面に押し出す**：竹製品を通じた「持続可能な未来」の実現というメッセージを発信。特に、放置竹林の伐採による地域再生や環境保護に取り組んでいる点を強調し、企業の社会的責任（CSR）活動の一環として位置づけます。
   - **リサイクルキャンペーン**：回収した竹製お皿をリサイクルする仕組みを強調し、消費者が環境保護活動に直接参加できるキャンペーンを展開します。これにより、環境保全活動をやりたいけどなにをしていいかわからない人も簡単に参画できます。

類似ビジネスとの相違点

1．**竹製品の循環型システム（クローズド・ループ型サイクル）**
   - **繰り返し使用とリサイクルを統合したサイクル**：竹製お皿の販売後、使用済み製品を回収して竹炭や竹酢液に再利用するという、製品の「ライフサイクル全体を管理」するクローズド・ループ型サプライチェーンを実現しています。これにより、消費者は製品を使い捨てることなく、循環的に再利用できる点が他の類似ビジネスと異なる大きなポイントです。
   - **多機能な竹炭・竹酢液の応用**：回収後に製造される竹炭や竹酢液を単に副産物として販売するのではなく、医療（がん治療の DDS や抗酸化作用）や農業（有機農業用の農薬）といった多様な分野で応用する点が、一般的な竹製品やリサイクル事業とは異なる独自性です。

2．**環境と地域社会への貢献**
   - **放置竹林問題の解決**：多くの竹製品のビジネスでは、竹の持続可能性をアピールしますが、当ビジネスでは、放置竹林問題の解決を積極的に掲げています。放置竹林の伐採は、土砂災害や害獣の発生を防ぐとともに、地域の再生にも貢献し、単なるエコビジネスに留まらない社会的意義を持たせています。

3．**サブスクリプションモデルの導入**
   - **リサイクルを組み込んだ定期サービス**：繰り返し使える竹製お皿を定期的に提供するサブスクリプションモデルに加え、消費者が使用済みお皿を返却し、リサイクルプロセスに参加できる仕組みを提供しています。消費者が継続的にエコロジカルなライフスタイルを実践できるという点で、他の竹製品ビジネスと差別化しています。

事業上のリスク

1．**竹製品の耐久性・品質に関するリスク**
   - **耐久性に対する消費者の期待**：繰り返し使用できる竹製のお皿は、その耐久性と品質が消費者に受け入れられるかが重要です。竹は自然素材であるため、製品の個体差や、使用条件による劣化が考えられます。長期使用に耐える品質を維持するため、製造プロセスや素材の選定に厳しい基準を設ける必要があります。

2．**リサイクルプロセスの効率化リスク**
   - **回収システムの構築と維持**：使用済み製品を消費者から効率的に回収するためのシステムが機能しなければ、ビジネスモデルのサステナビリティに影響します。消費者の返却行動を促進するインセンティブや、回収拠点の設置、物流コストの抑制など、リサイクルシステムをスムーズに運営するための持続的な管理が必要です。

3．**市場競争と価格競争**
   - **価格競争への対応**：プラスチック製品や安価な食器との競争が続く中、竹製お皿の価格が消費者にとって魅力的であることが重要です。製造コストやリサイクルプロセスの効率を最適化し、競合製品と競争できる価格設定を維持することが課題となります。

4．**技術開発と研究に関するリスク**
   - **竹炭や竹酢液の医療・農業分野での応用リスク**：竹炭の DDS や竹酢液の農薬としての応用は、研究開発に時間と資金を要します。これらの技術が市場で実用化されるまでに必要な時間やコストの見積もりが不確実な要素となり得るため、管理しながらの持続的な研究開発が必要です。

4．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

（注 1）特許出願前のものは、応募により特許取得できなくなりますのでご注意しください。
（注 2）特許申請をしただけでは、許可されるとは限りませんし、特許があっても『採算性』があるとは限りません。

私たちは、NPO 法人「へんちくりん」と連携し、地域の放置竹林問題に直接取り組んできました。具体的には、実際に現地で竹林の伐採を行い、伐採した竹を竹炭や竹酢液として生成しています。この活動は単なる伐採にとどまらず、環境保護と竹資源の有効活用を目的とした、サステナブルな社会実現への実践的な取り組みです。竹炭や竹酢液の生成に関しては、製造工程から製品化までを一貫して行い、その知識と技術を習得しています。
さらに、私は薬学部生としての立場を活かし、大学の研究室で教授と共に、竹炭や竹酢液の医療・農業分野への応用について研究しています。この研究では、竹酢液が植物の発芽や成長促進、さらには成長阻害作用を持つことを確認しており、この知見を元に有機農業用の自然農薬や植物の生育調整剤としての可能性を模索しています。この研究成果は、竹酢液の新しい応用分野を開拓するもので、現在、論文制作にも取り組んでおり、

今後の製品開発に重要な役割を果たすと確信しています。
また、竹炭を活用したドラッグデリバリーシステム（DDS）の研究にも取り組んでおり、がん治療への応用の可能性を探求しています。竹炭の吸着特性や抗酸化作用を利用して、がん治療薬の効率的な運搬や放出制御を実現する技術は、まだ開発段階にあるものの、医療分野での新たなソリューションを提供できると考えています。これにより、竹炭が単なる環境素材としてだけでなく、高度な医療技術に貢献できる点が差別化要素となります。
私が得意としているのは、こうした**現場での実践**と**学術的な研究**を結びつけることです。地域の竹林管理から竹資源のリサイクル、さらには大学の研究室での学術的な探求まで、幅広い経験と知識を持っている点が他のプロジェクトと大きく異なります。私たちの事業は、単なる竹製品の販売に留まらず、**環境問題の解決**と**先進的な医療・農業技術の応用**を融合させた革新的な取り組みです。
また、これまでの活動の中で蓄積した技術やノウハウは、実際に製品化する際に強みとなります。特許取得を目指して、竹酢液や竹炭の特殊な応用技術に関するプロジェクトも進行中です。これにより、競合他社が簡単に模倣できない差別化要素を持つ技術基盤を確立しています

5．事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、地域の放置竹林問題という深刻な社会課題の解決に直接貢献することを目的としています。放置竹林は、土砂災害や害獣の発生の原因となるだけでなく、地域経済や環境にも悪影響を及ぼしています。この問題を解決するため、私たちは NPO 法人「へんちくりん」と協力し、竹の伐採と資源の有効活用に取り組んできました。
竹の伐採を通じて地域環境の再生に寄与すると同時に、その伐採された竹を竹炭や竹酢液として再利用し、さらにはこれらを**農業や医療分野**での応用へと発展させています。竹炭は、環境浄化や消臭剤としての利用にとどまらず、がん治療におけるドラッグデリバリーシステム（DDS）としての応用も研究中です。また、竹酢液は、植物の発芽や成長を促進または抑制する特性を持つため、化学薬品に頼らない自然農薬や植物成長調整剤としての開発が進んでいます。これにより、農業分野での環境負荷の軽減に大きく貢献できると考えています。
私たちの取り組みは、単なる環境保護だけでなく、地域経済の活性化や新たな産業の創出にも繋がります。放置竹林の伐採作業を通じて、地域住民の雇用創出や竹資源の持続的な利用を推進し、地域社会の再生を目指しています。特に、地域の資源を活かし、地元の NPO や大学と連携することで、竹を循環的に利用するモデルを構築し、サステナブルな事業運営を実現しています。
この事業の実現性は、すでに**実績がある現地での竹伐採と竹炭・竹酢液の生成**、および**大学との共同研究による学術的な裏付け**に基づいています。さらに、竹炭や竹酢液の応用は、農業・医療分野での需要の拡大を見込んでおり、成長性の高い市場に進出する可能性を持っています。竹は成長が早く、持続可能な資源であるため、供給が安定している点も、この事業の強みです。
将来の展望として、私はこの事業を単に「竹の製品化」や「環境問題の解決」にとどめず、**環境保護と先端技術の融合**というテーマでさらなる展開を目指しています。特に、竹炭を利用した医療技術の発展や、竹酢液の環境に優しい農業技術への応用は、次世代の社会にとって重要な課題解決策となり得ると確信しています。また、今後は国内外のパートナーシップを強化し、竹の価値を国際的に広めていくことを目指しています。
事業家としての抱負は、**持続可能な未来を支えるビジネスリーダー**として、環境保護や社会的課題の解決に積極的に取り組み、新たな価値を創出することです。持続可能な資源である竹を活用し、地域と連携しながら、環境、農業、医療の分野で革新的なソリューションを提供する企業を築き上げていきます。これにより、地球と人々の健康に貢献し、社会全体の豊かさを実現する事業家を目指します。

6．売上・利益計画

	第　1　期 （ 2024 年残り）	第　2　期 （ 2025 年）	第　3　期 （ 2026 年）
① 売上高	3,050	18,000	30,000
② 売上原価　※	1,680	9,600	16,000
③ 粗利（①-②）	1,370	8,400	14,000
④ 販売費　※	500	3,000	5,000
⑤ 営業利益（③-④）	870	5,400	9,000
⑥ 営業外損益　※	-50	-200	-300
⑦ 経常利益（⑤-⑥）	820	5,200	8,700

（単位：千円）

- 記入単位は千円ですので、間違えないように記載してください。
- 売上高と事業ごとに必要な経費をしっかり予測し、記載してください。

【上記※の解説】
売上原価…その商品を作るのに必要な費用。主に仕入れにかかる費用、原材料費等
販売費…営業活動に必要な費用。人件費・販促費・旅費交通費・雑費等
営業外損益…本業以外の利益と損失の合計。特にないなら 0 で計上

7．資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
1. 初期設備投資費用	5,000	自己資金（賞金など）	2,000
		銀行融資	3,000
2. 材料費（竹の調達など）	4,500	事業収益、銀行融資	4,500
3. 製造コスト	2,500	事業収益、銀行融資	2,500
4. 運送費	3,000	事業収益、銀行融資	3,000
5. マーケティング費用	1,500	自己資金（賞金など）	1,500
6. 人件費	5,000	事業収益、銀行融資	5,000
7. その他運転資金	3,500	事業収益、政府補助金、銀行融資	3,500
合計	**25,000**	**総調達金額**	**25,000**

8．別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

ホームページ URL（新聞などの記事掲載あり）
https://infinite-thinkers.com

第回 24 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　崇城大学	代表者名　岩村　みのり
共同提案者名　菅　真琴、松野　栄里佳	
事　業　名　光合成細菌を利用したバイオプライミング資材の販売	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　光合成細菌バイオプライミングで肥料削減を実現	

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、どのようにし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（社会的意義）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。

「光合成細菌」と「バイオプライミング」の技術を用いて作物の根の発達を促進し、収穫量増大と肥料吸収利用効率を上げて肥料削減を行う。現在問題となっている肥料価格の高騰と、将来的な有機農業拡大の課題解決に貢献する技術である。提供する商品はバイオプライミング資材で、農家、JA、栽培企業への販売を想定する。

2．ビジネスプランの具体的内容

令和 3 年以降、肥料価格が最大約 70%高騰して農業者を経済的に圧迫している。また国は「化学肥料の削減と有機農業拡大」の施作を進めており、2050 年までに全耕地の 25%を有機農業にすることを目指している。これらの短期的および長期的な課題から、化学肥料を削減できる農業技術の必要性が高まっている。この課題に着目し、微生物を利用し肥料の吸収利用効率を高め、肥料削減を行うビジネスプランを提案する。「光合成細菌」と「バイオプライミング」の二つの技術シーズ（「８．別紙」の「資料１：技術シーズの説明」を参照）を用い、光合成細菌を希釈した菌液でバイオプライミングを行う。バイオプライミングとは、植物の種子や苗を植え付け前に微生物で処理することにより、植え付け後の成長促進やストレス耐性向上を行う技術である。光合成細菌は「赤菌」と呼ばれ、様々な農作物の成長促進効果や作物の根の発達をよくし、肥料の吸収効率を向上させる特徴を持つ。技術の実証実験は、メンバーが所属する崇城大学生物生命学部の研究室でイネ、サツマイモで行っている（「８．別紙」の「資料２：バイオプライミングの効果」を参照）。イネは粗玄米の収穫量が対照区に比べ約 20%増加し、サツマイモでも、苗植え付け後の根の発達が対照区に比べ有意に高まることが分かった。
提供する商品・サービスは、この光合成細菌を使用したバイオプライミング資材であり、将来的にはバイオプライムド苗販売、バイオプライミング受託サービス、技術コンサルタントなども考えている。農家、JA、栽培企業を顧客とし、現場実証試験を行っている農業者を対象として販売を開始する。

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

化学肥料低減を目指す類似技術としては、土壌・生育診断の精密化、耕畜連携、スマート施肥技術など多くの取り組みがなされているが、微生物を利用したものは少ない。
光合成細菌バイオプライミングは播種・定植前の前処理技術であり、圃場で微生物資材を利用する方法に比べて、簡便かつ低コストで行える。また光合成細菌バイオプライミングは従来の微生物バイオプライミング技術と比較して、1/100 から 1/1000 の菌濃度で効果があり、生きた菌だけでなく死んだ菌（死菌）でも効果があることが特徴である。以上のことから、製造原価が低く、顧客にも従来の農業用微生物資材に比べてより安価に提供できる。
販売は、初めに効果のエビデンスが十分にあり、かつ市場も大きい稲作に特化して行い、地元の熊本から販売を開始して、九州から全国へと展開する。価格は 100mL あたり 800 円で販売する。稲作の次にはサツマイモにも展開し、効果のエビデンスを蓄積しながらさまざまな作物に広げていく計画である。
また死菌でも効果があることから海外持出しに関する障壁も低く、海外展開もできるだけ早く検討する。

4．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、崇城大学生物生命学部の宮坂均教授の研究成果を活用してビジネス化を行うものである。私は、昨年まで熊本農業高校に在学しており、高校の独自ブランド豚肉「シンデレラネオポーク」の開発や養豚業のゼロエミッション構築に携わり、これまで農業の課題と向き合い、食品廃棄物を削減する取り組みを行ってきた。その取り組みが評価され農林水産大臣賞、文部科学大臣賞、環境大臣賞、内閣総理大臣賞など多くの賞をいただくことができた。私は、宮坂教授と熊本農業高校在学時から、養豚現場から出る廃棄プラセンタの有効活用の検討で連携しており、今年崇城大学に入学して崇城大学起業部に入部し、宮坂教授に引き続き相談している中で、今回のビジネスプランを考えた。メンバーの４年生の菅真琴さんと松野栄里佳さんは、実際に今回の提案の技術的ベースとなる「光合成細菌バイオプライミング」を卒業研究テーマとして研究していることから、技術的ノウハウを持っている。
本ビジネスを裏付ける特許は、「特許第 7349086 号、発明の名称: 植物の成長促進方法、出願人: 学校法人君が淵学園・崇城大学、株式会社松本微生物研究所、株式会社 Ciamo 」であり、本事業のビジネス化は基本的に崇城大学のグループ会社の SOJO スタートアップラボ株式会社（https://www.sojo-v.com/support-for-startup）の出資・支援を受け、当該特許については崇城大学とライセンス契約を結んで実施する計画である。

5．事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

今回発案した光合成細菌バイオプライミング技術は今後、肥料価格高騰で悩まされている農家さんの手助けとなり、多くの肥料を削減できると考える。また、肥料利用を最小限に抑えることで国が掲げる「有機農業の拡大」という目標に貢献することができる。私は農業高校出身で、これまでに多くの農家さんの悩みや農業の課題を身近に感じており、このような課題解決に貢献したいと強く思う。肥料価格高騰に悩まされる農家さんや病害で多くの作物が廃棄となり悩まされている方、農業を始めたい気持ちはあるがお金の面が心配で農業を始めるのにためらう方など、たくさんの悩みや課題がある。この新しい農業技術をさらに普及させ、農業における課題を少しでも解決し農業社会に貢献したい。

6．売上・利益計画

（単位：千円）

	第　1　期（　2025　年）	第　2　期（　2026　年）	第　3　期（　2027　年）
①　売上高	5,000	10,000	30,000
②　売上原価　※	250	500	1,500 千
③　粗利（①-②）	4,750	9,500	28,500
④　販売費　※	8,000	9,000	18,000
⑤　営業利益（③-④）	▲3,250	500	10,500
⑥　営業外損益　※	0	0	0
⑦　経常利益（⑤-⑥）	▲3,250	500	10,500

7．資金計画

必要資金	金　額	調達方法	金額
人件費 営業の交通費宿泊費	10,000	SOJO スタートアップラボ株式会社	10,000

家賃			

（単位：千円）

8. 別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

資料1：技術シーズの説明

技術シーズ

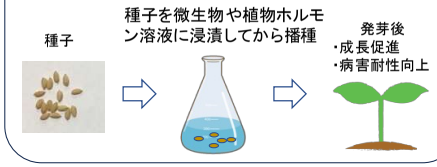
光合成細菌とは

- 色が赤く、農家からは赤菌（あかきん）とも呼ばれます
- さまざまな農作物の成長促進効果があります
- 窒素固定を行います
- 作物の根の発達を良くし、肥料の吸収効率を向上させます。
- 光合成細菌利用により肥料を減らすことができます。

農家の庭先での光合成細菌の培養
（熊本県八代市）

技術シーズ

バイオプライミング（Biopriming）とは



バイオプライミングの利点

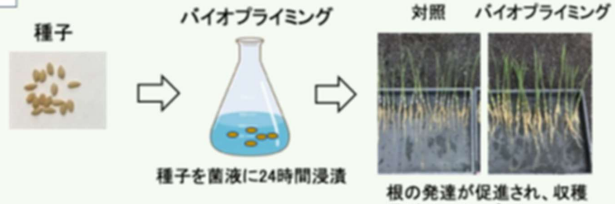
圃場で作物に微生物を散布する方法に比べて、

・簡便かつ低コスト

・圃場散布した微生物が、雑草の成長を促進する問題がない。

資料2：バイオプライミングの効果

イネ



サツマイモ

第 24 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　国立大学法人　大分大学	代表者名　藤原　泰樹
共同提案者名	
事　業　名　　QUEST	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　　～あなたの冒険が、地域を変える～	

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。

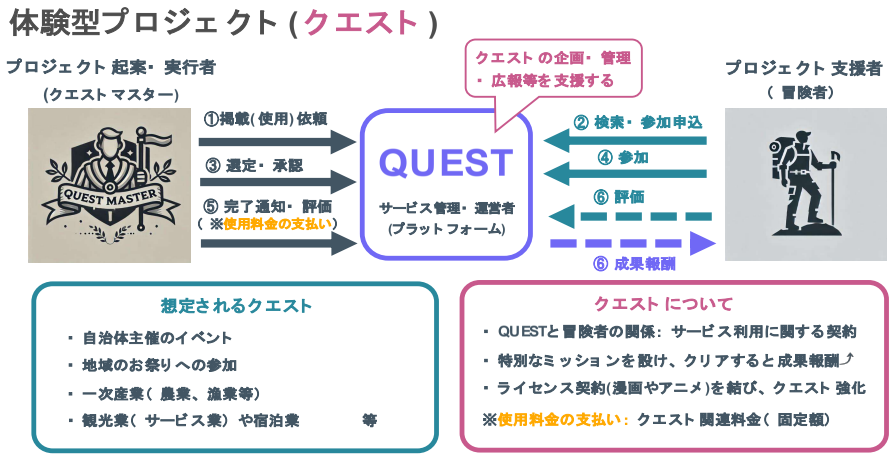
① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
② あなたがこのビジネスで果たす役割（社会的意義）は何ですか？
③ どうやって収益を得ますか？
等の要素を盛り込んでまとめてください。

「QUEST」は、既存のクラウドファンディングのサービスに加えて、プロジェクト支援者（冒険者）に対して体験型プロジェクト（クエスト）を通じて有意義な時間を提供し、同時に地域や社会への貢献を果たすサービスです。具体的には、人手不足に悩む地域事業者（自治体、農家、旅館など）の日々の業務やボランティア活動にゲーム要素を取り入れ、魅力的な体験（クエスト）へと昇華させます。クエストを通じて、参加者は楽しみながら地域貢献を行うことができ、同時に地域の課題解決に貢献します。

収益は、プラットフォーム使用料金とサブスクリプション料金から得ます。

将来的には、「QUEST」１つで「ヒト・モノ・カネ」を集めることができる、守りたいものがある人、夢を叶えたい人のインフラとして機能することを目標としています。

2．ビジネスプランの具体的内容



「QUEST」は、地域事業者や個人に特別な体験を提供するサービスです。プロジェクト支援者は、農作物の収穫や観光地での接客体験、地元のお祭りへの参加等の「クエスト」を通じて、地域貢献を楽しみながら実現できます。

従来のクラウドファンディングでは、支援への道筋が分かりにくく、多くの参加機会を逃していました。この課題を解決するため、QUEST では３つの重要な機能を実装します。１つ目は NEWS タブの実装であり、地域のニュースやプロジェクト起案・実行者の生の声を直接届けます。２ つ目は SNS との連携強化です。SNS との連携を強化することで支援の輪を自然に広げる仕組みを構築します。３ つ目は検索機能への工夫です。プロジェクトだけでなく「クエストマスター」も検索可能とし、プロジェクト起案・実行者と支援者の継続的なつながりを促進します。

サービスの核となるクエストは、地域特性の分析から始まり、ゲーム要素の選択、ミッションの作成、難易度と報酬の設計という流れで生み出されます。これにより、地域の特色を活かした魅力的な体験を提供します。

このような仕組みにより、地域の人手不足や経営困難といった課題解決を目指します。スマートフォンアプリを中心としたプラットフォームでは、プロジェクト情報の掲載から企画・管理、地域事業者との提携まで一体的にサポートします。

収益は、プラットフォーム使用料金（応援手数料、クエスト関連料金を含む）とサブスクリプション料金（一部機能の有料会員限定）から得ます。ゲーム感覚で楽しめる仕組みを通じて、国内外の観光客を中心とした地域経済の活性化と社会貢献の実現を目指します。

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

【マーケティング戦略】

・基本戦略

プロジェクト支援者向け：体験型プロジェクトと地域貢献を融合させたユニークなサービスとして、３つの重要な機能を実装します。１ つ目は NEWS タブの設置で、地域のニュースやプロジェクト関係者の生の声を直接届けます。２ つ目は SNS との連携強化で、支援の輪を自然に広げる仕組みを構築します。３ つ目は革新的な検索機能で、プロジェクトだけでなく「クエストマスター」も検索可能とし、継続的なつながりを促進します。

これらの機能に加え、他社と比較して馴染みやすい「RPG」要素を取り入れた UI・UX の実現に取り組みます。ターゲットは、応援・支援したい個人や企業はもちろん、特別な体験（クエスト）を求める個人（観光客等）、社員研修やチームビルディングの一環としてクエストを活用したい企業を想定しています。

プロジェクト起案・実行者向け：既存のクラウドファンディングサービス同様、地域事業者や個人の課題解決に貢献するプラットフォームとして機能します。

他社に優る機能として、クエストの企画・管理や、それに付随したマーケティング・PR 支援など管理運営のサポートも提供できる点が挙げられます。

・価格戦略

プロジェクト支援者向け：基本的な操作は無料とし、特別なクエストや特典を提供する場合に限り、サブスクリプションモデルを一部導入します。サブスクリプション料金は、月額 500 円～1,000 円の範囲で、特典（特別なプロジェクト、クエストの紹介等）や付加価値（上位ステータスからスタートやポイント制等）を実感できる価格設定を行います。

既存のクラウドファンディングサービスにはない、サブスクリプションモデルを導入することで、ユーザーに特別感や「意味の創造」（例：承認欲求）を提供します。併せて、サブスクリプションモデルの導入により、安定した収益を見込むことができます。

プロジェクト起案・実行者向け：プロジェクト掲載並びに初期(登録)費用は無料です。又、成功報酬型の料金体系を導入し、プロジェクトが成功するまで支援を行い、成功時に手数料（設定額の２０％を想定）を徴収します。（例：購入型プロジェクト）

※体験型プロジェクト(クエスト)は、クエスト関連料金の２割を「QUEST」の収益として、残額はクエスト完了に向けた費用として使用する。

・販売戦略

プロジェクト支援者向け：サービスの核となるクエストは、地域特性や業務内容の分析から始まり、最適なゲーム要素の選択、魅力的なミッションの作成、難易度設定と報酬設計という体系的なプロセスで生み出します。これにより、各地域の特性を活かした独自の体験を提供します。

プロジェクト起案・実行者向け：プロジェクトの掲載・管理やクエストの企画・管理を支援し、マーケティング支援も含めたパッケージを提供します。

地域密着型のプロジェクトや企業研修向けのサービスなど、ニーズに応じたカスタマイズサービスを提供し、起案・実行者の継続的な参加を確保します。

・販促戦略

プロジェクト支援者向け：SNS やオンライン広告を活用して、プロジェクト並びにクエストの成功を共有し、新しい参加者を引き込む仕組みを取り入れます。支援者が、SNS 等で評価を広められるような仕組みを強化します。

また、販促サポートとして、ログインボーナスやクエスト完了時に成果報酬を支払い、参加者が継続的にサービスを利用するインセンティブを提供します。

プロジェクト起案・実行者向け：地域イベントへの参加やサービスを利用したい企業や個人へのプロモーションを強化し、地域企業や団体・個人が「QUEST」に参加するきっかけを作ります。

また、成功事例を積極的に共有することで、信頼を築き、さらなる参加を促進します。

【類似ビジネスとの相違点】

①クラウドファンディングサービス：「マクアケ（Makuake）」との比較

・類似点

両者は、プロジェクト起案・実行者が支援者から資金を調達するための場を提供している点で共通しています。また、支援者がプロジェクトを応援する仕組みも似ており、「QUEST」では、寄付・購入型等既存のクラウドファンディングで掲載されているプロジェクトに加えて、体験型プロジェクトを採用しています。

「マクアケ」では、新商品やサービスの応援購入が行われます。更に、どちらも新しい価値や体験を支援者に提供するという点で、支援の過程において参加者に新たな満足感を与えています。

・相違点

「QUEST」は、NEWS タブによる情報発信、SNS 連携、革新的な検索機能という 3 つの重要機能を備え、支援者と地域をよりスムーズにつなぎます。また、地域貢献型の参加体験を取り入れたプロジェクト（クエスト）を通じて、支援者が実際に地域に貢献する体験型プロジェクトに重点を置いています。

一方、「マクアケ」は主に新商品やサービスの先行販売を通じたプロジェクト支援に焦点を当てており、地域課題の解決や直接的な地域貢献の機会は限定的です。

②地域活性化を目指すプラットフォーム：「おてつたび」との比較

・類似点

両者は、地域の人手不足や課題を解決するために、参加者が地域での活動に参加する仕組みを提供しています。また、単なる観光とは異なり、参加者が地域に貢献しながら深い関わりを持つことができる点で共通しており、地域とのつながりを強化する「関係人口」の創出を目指しています。

・相違点

「QUEST」は、地域の課題を解決するために参加者が「冒険者」として体験型プロジェクト（クエスト）に参加し、楽しみながら報酬や特典を得ることが特徴です。クエストには地域のイベントや農作業などが含まれ、参加型の楽しさを強調しています。

一方、「おてつたび」は、地域の事業者が短期的・季節的に人手を必要としている際に、参加者がその仕事を手伝い、報酬を受け取る形で貢献します。労働と旅を組み合わせた実務的な体験が中心となっています。

【事業上のリスク等】

・外的リスク：競合他社が類似サービスを展開した場合、ユーザーの獲得が難しくなる可能性があります。特に、既存のクラウドファンディングや観光関連サービスとの競争が激化するため、差別化が重要です。

また、外部からの資金調達が難航することや、予想以上の運営費がかかると、事業継続に影響が出るリスクもあります。

・内的リスク：技術的な問題が挙げられます。プラットフォームとなるアプリの開発が遅れる、不具合が生じる場合、サービス開始の遅延やユーザー満足度の低下が懸念されます。また、新しいサービスであるため、支援者や起案・実行者を迅速に集めることが難しく、特に初期段階での知名度向上と効果的なマーケティングが課題となります。

・市場リスク：体験型プロジェクト（クエスト）による地域貢献に関心を持つ層が限られている場合、市場の需要が不安定となり、ユーザーの集まりが鈍化するリスクがあります。

・短期的・長期的な経営リスク：初期投資（アプリ開発等）が大きいため、早期に収益を上げられない場合は、キャッシュフローが厳しくなり、運営資金の確保が難しくなる可能性があります。更に、長期的に収益モデルが安定しない場合、プロジェクト・クエストの供給やユーザーの成長が鈍化し、事業の持続が危ぶまれるリスクも考えられます。加えて、法的規制や地域の反発が生じた場合、運営が困難になる可能性もあります。

4．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

（注 1）特許出願前のものは、応募により特許取得できなくなりますのでご注意しください。

（注 2）特許申請をしただけでは、許可されるとは限りませんし、特許があっても『採算性』があるとは限りません。

経験：ビジネスプランを考えるに至った背景には、誰しもが平等にチャンスを与えられる社会を実現したいという思いと、生まれ育った五島列島（久賀島）へ貢献したいという思いがありました。久賀島は人口約 300 人という小さな島で、特に高齢化や若者の流出が進み、地域社会の存続に深刻な課題を抱えています。

この問題を解決するために、具体的な手段として「QUEST」というビジネスプランを通じて、地域の課題を内・外部からの支援者が、特別な体験を通して解決し、地域社会の活性化を目指したいと考えています。

技能・ノウハウ：エンジニアとして、Web アプリやモバイルアプリの開発に携わった経験があります。特に JavaScript（TypeScript）、React Native(React、Next.js)、等の技術を活用したウェブやモバイルアプリを開発した経験があり、「QUEST」のオンラインプラットフォームの設計・開発にあたり少なからず、技術的な知識があります。

これまでの知識を活かしたプラットフォームは、ユーザーが簡単にアクセスでき、アプリ全体のイメージを RPG 風のデザインに仕上げ、楽しみながら社会貢献を果たせるという新しいユーザー体験を提供したいと考えています。

新技術：「QUEST」では、既存のクラウドファンディングとは異なり、体験型プロジェクト（クエスト）を提供します。支援者が「クエスト」を通じて地域課題を解決するという新しい概念は、体験を重視し、より深い満足感を提供します。

技術的には、プロジェクト・クエストのレコメンド機能（例：AI 機能）を導入し、ユーザーに最適な体験をリコメンドする仕組みを開発する予定です。

また、将来的には、ブロックチェーン技術を用いた報酬システムも検討しており、NFT（例：NFT アート等）を利用した報酬の提供や取引を検討しています。（※ 0 ～ 2 次流通に精通したサービスへ成長させたい）

特許・実用新案・意匠：今後「QUEST」に関連する商標登録を進め、プラットフォームの独自性を保護したいと考えています。また、UI/UX デザイン（RPG 風）に関する意匠登録を進め、独自性を保つことを目指しています。これにより、競合他社との差別化を図り、技術やアイデアの盗用を防ぎつつ、独自の市場優位性を確保したいと考えています。

採算性と経営資源の強み：「QUEST」の強みは、プラットフォーム利用料金（例：手数料金・クエスト関連料金等）の他にプロジェクト支援者に提供するサブスクリプション料金を導入している点です。

プロジェクト支援者に提供するサブスクリプションサービスは、月額 500 円～1,000 円の範囲で、特典（特別なプロジェクト、クエストの紹介等）や付加価値（ポイント制等）を準備する予定です。

新たなノウハウ：「QUEST」は、既存のクラウドファンディングに新しい価値を付与する形で、地域活性化と社会貢献を結びつけた点が特徴です。

これまでにないユーザーエンゲージメントを生み出し、企業の CSR 活動や観光産業との連携によって、幅広い市場への展開を可能にしています。また、リアルとデジタルを融合した新しい地域貢献の形を構築することで、競合他社との差別化を図りながら、持続可能な成長を目指しています。

5．事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

「QUEST」は、地域社会の課題解決と持続可能な成長を支援することを経営理念とした、既存のクラウドファンディングに体験型プロジェクトを取り入れたサービスです。このサービスでは、支援者である「冒険者」が地域での体験を通じて社会貢献しながら、報酬を得る仕組みを提供し、農作物の収穫や地域イベントへの参加を通じて地域活性化を促進します。

「QUEST」の将来ビジョンは、プラットフォームが「ヒト・モノ・カネ」を集めるインフラとして機能し、国内外の市場で展開されることを目指しています。技術的には、RPG 風の UI を採用し、ユーザーが楽しみながら社会貢献できる独自のサービスを提供します。また、収益モデルとしてサブスクリプションとプラットフォーム使用料を採用し、安定したビジネスを実現します。

「QUEST」は、地域課題を解決することを通じて持続可能な社会の実現を目指し、エコツーリズムや環境保護活動を組み込んだプログラムも計画しています。また、地域貢献を楽しみながら実現する新しいビジネスモデルとして、社会的意義と経済的利益を両立させる持続可能な未来を目指しています。

6. 売上・利益計画

（単位：千円）

	第１期 （令和７年４月期）	第２期 （令和８年４月期）	第３期 （令和９年４月期）
① 売上高	15,000	45,000	90,000
② 売上原価 ※	0	0	0
③ 粗利（①-②）	15,000	45,000	90,000
④ 販売費 ※	26,500	44,000	84,500
⑤ 営業利益（③-④）	▲11,500	1,000	5,500
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益（⑤-⑥）	▲11,500	1,000	5,500

- 記入単位は千円ですので、間違えないように記載してください。
- 売上高と事業ごとに必要な経費をしっかり予測し、記載してください。

【上記※の解説】

売上原価…その商品を作るのに必要な費用。主に仕入れにかかる費用、原材料費等

販売費…営業活動に必要な費用。人件費・販促費・旅費交通費・雑費等

営業外損益…本業以外の利益と損失の合計。特にないなら０で計上

(詳細　※４～５期目に初年度の赤字を回収することが目標　)

【売上】

・プラットフォーム使用料（1 件あたり 50～100 万円のプロジェクトを想定し、手数料 20%で計上）

※１期目プロジェクト完了数:100 件、２期目:300 件、３期目:600 件

サービス支援者（冒険者）：約１万人を想定（３期目想定）

サービス起案・実行者（クエストマスター）：自治体・企業数合わせて約 3,800 を想定

・サブスクリプション収入（月額：500 円、３期目までに有料会員 4,000 人目標）

※１期目 有料会員数：500 人、２期目 有料会員数：1,500 人、３期目 有料会員数：4,000 人

【経費】

・アプリ開発費（500～1,000 万円程度を想定）

※１期目：全額計上（1,000 万円想定）

・ランニングコスト（内訳：サーバー費用・ドメイン費用・メンテナンス費用・SSL 費用等）

※１期目：200～300 万円程度、２期目以降：300～350 万円程度

・広告宣伝費（想定する売上高の 40%で計上）

・クエスト企画・管理費、マネジメント料金など（想定する売上高の 25%で計上）

・人件費、業務委託料金など（想定する売上高の 25%で計上）

7. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
【設備資金】			
・アプリ開発費	10,000	・自己資金	1,000
・サーバー・ドメイン・SSL 設定費等	1,000	・借入金など	2,000
・備品・機材購入	500	・補助金・支援金など	24,750
【運転資金】			
・広告宣伝費	6,000		
・ランニングコスト	2,750		
・クエスト企画・管理費、マネジメント料金等	3,750		
・人件費、業務委託料金等	3,750		

8. 別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

・クラウドファンディングの仕組みとは
https://aoni.jp/note/what-is-cf/

・プロジェクト件数の推移（競合他社比較：マクアケ・CAMPFIRE 等）
https://note.com/poco_c/n/n198b4709a907#jVpeC

・シェアリングエコノミー市場調査
https://sharing-economy.jp/ja/20230124

・シェアリングエコノミー経済波及効果
https://www.icr.co.jp/publicity/4737.html

・マクアケ（Makuake）
https://www.genesiaventures.com/road-to-startup-11-ryotaro-nakayama/

・おてつたび
https://otetsutabi.com/about

・【ゲーム要素一覧】※オリジナル Web サイト
https://quest-menu-app.vercel.app/

図 1:アプリイメージ画像

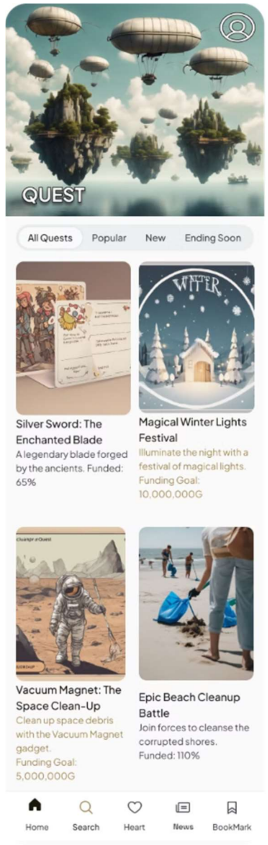


図 2:市場規模

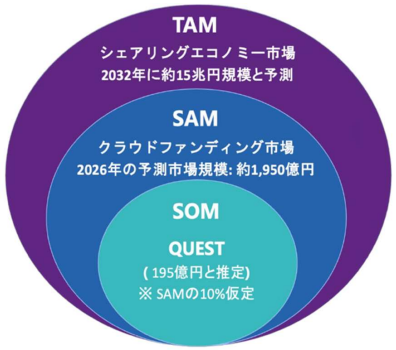


図 3:ユーザー登録者数の目標推移

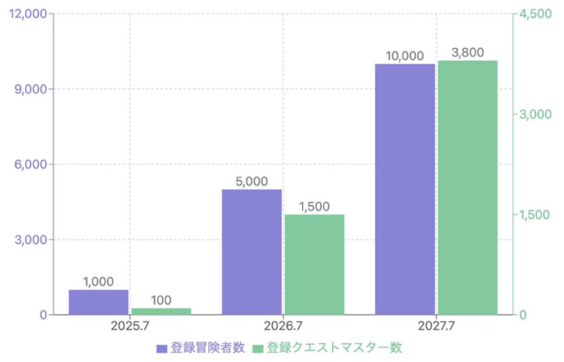


図 5:ゲーム要素

図 4:キャラクター(仮)
※アプリ内

【様式1】

第5回九工大起業家コンテスト
【提案書】

※ 本提案書は、様式1と様式2です。
※ 記載いただいた内容は本コンテスト以外には使用しません。
※【様式1】は1ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

作成日： 2024 年 9 月 5 日

ビジネスプラン名	月面移住に向けたインフラ構築		
ビジネスプラン概要 （300字程度）	本ビジネスプランは、CubeSatを活用した低コストかつ迅速な月面データ収集・提供を通じ、月面インフラ構築や資源探査を支援する事業です。居住施設などの月面インフラの整備し、安定して稼働させるためには、月面の環境を広範囲で調査する必要があります。 そこで、月面データや通信インフラを構築する手段として、CubeSatを月面に落下させ、センサーを埋め込むことで地形、温度、放射線、資源分布などの詳細データを長期間にわたって収集します。相乗り打ち上げや月面着陸機を利用し、コスト効率を最大化。クラウドベースのデータ提供プラットフォームを通じて、リアルタイムでカスタマイズされたデータをエネルギー企業や宇宙機関に提供します。柔軟な拡張性を持つCubeSatネットワークにより、月面全体のモニタリングを目指し、月面移住の基盤となるインフラ整備をサポートします。		
リーダー （九工大学生）	氏名（フリガナ）	畠山雄樹	
	学部・学科/専攻・コース	工学府・工学専攻	
	学生番号	243H0017-1	
	E-mail	hatakeyama.yuuki747@mail.kyutech.jp	
	携帯電話番号	07041711260	
グループメンバー ※全てのメンバーの記入をお願いします。	氏名（フリガナ）	E-mail	所属
	宮嶋壮太	miyajima.souta594@mail.kyutech.jp	工学府・工学専攻
将来の起業家 としての抱負	世界と戦える宇宙企業を創出したい。		

【様式2】
※【様式2】は2ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

1. 発案の動機について

どのような課題を解決するのか、発案のきっかけや動機、想いを踏まえて説明してください。

発案の動機は、月面移住を実現するための持続可能なインフラ構築が必要とされるという認識からです。現在、月面移住に向けた国際的な関心が高まっており、効率的かつ低コストで信頼性の高いインフラを整備することが求められています。特に、私は九州工業大学の超小型衛星試験センターでCubeSatを開発するエンジニアとして活動しており、超小型衛星技術を用いて、月面環境に適応したインフラを構築する新たな可能性を見出しました。月面データを収集することで、移住に不可欠な通信、エネルギー供給、資源探索の効率化を図り、月面居住地の安全性を確保することが発案の動機です

2.ビジネスプランの内容について

提供する製品やサービスの具体的内容およびそれらの特徴について説明してください。

1.1 月面へのCubeSat衝突によるデータ収集

CubeSatに搭載されたセンサーを利用して、月軌道上から月面に向けてCubeSatを落下させ、**衝撃吸収技術**を活用して月面に着地・挿入します。着地後、CubeSat内のセンサーが月面環境データを長期的に収集・送信します。

- **月面地形データ**: CubeSatのセンサーが月面の地形データを収集し、基地建設に適した平坦で安定したエリアを特定します。
- **温度・放射線測定**: CubeSatの埋め込み型センサーは、月面の温度変動や放射線レベルを長期間モニタリングします。これにより、安全な居住地選定や、機器の耐久性に関するデータを提供します。
- **資源探査**: 月面に埋め込まれたセンサーが、月面内部の水氷やヘリウム-3などの資源分布を測定し、資源開発計画に貢献します。

1.2 通信インフラ整備

CubeSatは、データ収集だけでなく、月面探査機や基地との通信中継機能も持ちます。これにより、探査機や基地が遠隔でデータを送信できる環境を整えます。

- **CubeSatネットワーク**: 月面に配置された複数のCubeSatを使って、広範囲にわたるデータ収集と通信を行います。これにより、月面のどのエリアからでもデータ通信が可能になります。

1.3 リアルタイムのデータ提供

顧客(宇宙関連機関や民間企業)は、リアルタイムで取得される月面データを利用できます。このデータは、インフラ構築、資源開発、基地建設の意思決定に役立てられます。

- **クラウドベースのデータ提供プラットフォーム**: 月面から送信されたデータを地球上でリアルタイムに受信し、クラウドを通じて顧客に提供します。各顧客は自分たちの目的に応じたカスタマイズされたデータにアクセス可能です。

CubeSatの妥当な数

- **月面全体をカバー**するには、観測範囲や高度に応じて、**300〜400機程度**のCubeSatが必要です。ただし、これは広範囲の低解像度モニタリングを想定しています。
- **特定のエリア(資源探索や基地建設予定地)をモニタリング**する場合、**5〜10機**程度のCubeSatで十分です。
- **連続的なモニタリングやリアルタイム観測**を行うには、特定エリアに対して**20〜30機**のCubeSatを使用することで、定期的にデータを更新できます。

3. ビジネスプランを実現するための革新的方法について

プランを実現するために培った革新的技術、特許、技能、ノウハウ、資格について説明してください。

特許出願前のものは、応募により特許出願できなくなりますので、記載する必要ありません。

このプランは、九州工業大学の超小型衛星試験センターで培ったCubeSat技術と試験センターリソースを基盤としています。CubeSatは、低コストで迅速に展開できるため、従来の大型衛星に比べて小規模なプロジェクトでも柔軟に運用できるという強みがあります。また、OMOTENASHIのような小型衛星技術を参考に、衝撃吸収システムを開発し、月面への着陸を成功させるためのノウハウを活かしています。この技術は、月面でのインフラ整備に必要なデータを効率的に収集するために重要です。

4. 顧客層／マーケティング戦略について

(1)製品やサービスを利用すると想定される顧客層を説明してください。顧客層にどのようにアプローチして、どのような価値(メリット)を提供するのかを説明してください。

1. 宇宙関連機関(政府機関や国際機関)

例: NASA、JAXA、ESA(欧州宇宙機関)

これらの政府主導の宇宙機関は、月面探査や移住に向けたインフラ開発に積極的です。彼らは、特定の目的に向けたデータ収集や探査活動を委託することが多く、CubeSat技術は低コストでのデータ収集が可能なため、魅力的な選択肢となります。

- **アプローチステップ**:
    1. **共同研究プロジェクトへの参加**: 宇宙機関の研究プログラムや技術実証ミッションに参画し、CubeSatを使用したデータ収集の有効性を示す。
    2. **技術提案とデモンストレーション**: 小規模なデータ収集ミッションで信頼性を証明し、次の段階の大規模ミッションへの採用を目指す。
    3. **契約の締結**: 月面探査プロジェクトにおけるデータ提供契約を締結し、継続的な技術サポートを行う。

2. 民間の宇宙開発企業

例: SpaceX、Blue Origin、Astrobotic

これらの企業は、商業ベースでの宇宙探査やインフラ構築に取り組んでおり、特に月面基地や資源採掘に興味を持っています。低コストで効率的な探査技術は、事業リスクの低減に役立ちます。

- **アプローチステップ**:
    1. **コラボレーション提案**: 企業の既存の月面探査プロジェクトにCubeSat技術を提案し、データ収集プロセスを効率化する。
    2. **データ共有の契約**: 月面資源探索や通信インフラの構築に必要なデータ提供の契約を締結。
    3. **カスタムサービスの提供**: 特定企業のニーズに応じたカスタマイズされたデータ収集や通信システムの設計・提供を行う。

3. エネルギー企業

例: 三菱重工、ロッキード・マーティン、ボーイング

これらの企業は、月面での資源採掘やエネルギー供給に大きな関心を持っており、特にヘリウム-3や水氷の探索に関連する技術を必要としています。

- **アプローチステップ**:
    1. **資源探索データの提供**: CubeSatを使った資源探索データを提供し、どのエリアにエネルギー投資が適しているかを示す。
    2. **エネルギー供給インフラの提案**: 太陽光発電や熱電発電を利用した月面エネルギー供給システムの設計を提案。
    3. **資源採掘サポート契約**: 採掘地点の選定に必要なデータ提供の契約を行い、長期的なデータ共有プランを構築。

4. 学術機関および研究機関

例: 大学の宇宙工学部門、研究機関(MIT、東大、NASA Ames Research Center)

宇宙探査技術やインフラ構築に関連する学術研究に携わるこれらの機関は、データの活用を通じて、新たな技術の開発やシミュレーションを行います。

- **アプローチステップ**:
    1. **研究パートナーシップの構築**: 学術機関と共同でデータ収集ミッションを行い、技術の研究開発を推進する。
    2. **研究データの提供**: 月面環境や資源に関するデータを提供し、研究をサポート。
    3. **成果発表と広報**: 研究機関との連携を通じて、技術の有効性を学会や国際会議で発表し、さらなる需要を喚起する。

5. 政府および公共機関

例: 宇宙開発戦略本部、経済産業省、エネルギー政策を担当する政府機関

政府は、月面探査や宇宙資源の利用を促進する政策を策定しています。これらの機関に対し、インフラ整備のためのデータ提供や技術サポートを行います。

- **アプローチステップ**:
    1. **助成金や資金提供の申請**: 政府機関が提供する助成金や研究開発資金を活用し、プロジェクトを推進。
    2. **政策提言**: 月面インフラ整備に関する技術提案や政策提言を行い、プロジェクトへの支援を求める。
    3. **公共事業契約の獲得**: 政府主導の月面プロジェクトにおいて、技術提供のパートナーとして契約を結ぶ。

(2)競争相手との差別化、ビジネスプランの有利な点やリスク(弱み)について説明してください。

1. 競争相手との差別化

1.1. 低コストかつ迅速なデータ提供

- **差別化ポイント**: CubeSat技術を活用することで、従来の大型衛星や探査機と比較して、**低コストで素早く**月面データを収集・提供できます。他の競合は大型探査機に依存しているため、開発・打ち上げにかかる時間やコストが膨大になることがあります。
    - **競争相手との差異**: 大型探査機ではなく、小型・低コストのCubeSatを利用することで、より柔軟かつ迅速に月面データを収集可能。

1.2. 柔軟なデータ提供とカスタマイズ

- **差別化ポイント**: 顧客(宇宙機関、エネルギー企業、学術機関など)のニーズに応じて、資源探査データや地形データをリアルタイムで提供できる**クラウドベースのデータ提供プラットフォーム**を構築します。競合他社が定期的なデータ提供に限られる一方で、当社はリアルタイムかつカスタマイズされたデータの提供を行う点で差別化します。
    - **競争相手との差異**: 高度なデータ収集技術とカスタマイズされたソリューションを提供し、顧客が必要とするデータにすばやくアクセス可能。

1.3. 月面センサーの埋め込み技術

- **差別化ポイント**: CubeSatを月面に落下させて、衝撃吸収技術を利用し、センサーを月面に直接埋め込む技術を持っています。これにより、他の競合よりも**持続的で詳細なデータ収集**が可能です。特に月面資源探査において、精度の高い情報を長期間にわたって取得できます。

- **競争相手との差異**: 通常のオービターミッションではなく、月面に直接センサーを埋め込むことにより、詳細な地表データの取得が可能。

1.4. 通信インフラの整備

- **差別化ポイント**: 月面に設置されたCubeSatは、通信リレー衛星としても機能し、探査ロボットや基地との**リアルタイム通信**を実現します。これにより、探査活動の効率性が高まり、探査機やロボットの操作がスムーズになります。
  - **競争相手との差異**: 通信中継機能を持つCubeSatを活用し、月面探査プロジェクトの効率性を向上させる点が強み。

---

2. ビジネスプランの有利な点（強み）

2.1. 柔軟性とスケーラビリティ

- **強み**: CubeSatは、小規模かつ低コストで開発できるため、必要に応じて**迅速に展開可能**です。ミッションに合わせたセンサーや機器をカスタマイズすることで、多様なデータを取得できます。また、段階的にCubeSatを追加投入することで、拡張性を持つスケーラブルなシステムを構築できます。
  - **利点**: 初期投資が少なく、ニーズに応じて容易にシステムを拡張できるため、事業の成長に柔軟に対応できます。

2.2. リアルタイムのデータ提供

- **強み**: CubeSatを月面に展開し、リアルタイムでデータを収集・提供する仕組みは、競合他社に対して大きな優位性を持っています。顧客が即座にデータを活用できるため、資源探査や基地建設の迅速な意思決定に貢献できます。
  - **利点**: 他の探査方法に比べてスピードが速く、特にリアルタイムでのデータ収集が強みです。

2.3. 多様な顧客層へのアプローチ

- **強み**: NASAやJAXAといった宇宙機関、エネルギー企業、大学や研究機関といった多様な顧客層をターゲットとしています。資源探査や通信インフラ構築、学術研究まで幅広い用途に対応可能なため、市場のポテンシャルは非常に大きいです。
  - **利点**: 顧客層が多岐にわたり、一つの分野に依存せずに多角的な事業展開が可能です。

2.4. 低コストな投入方法

- **強み**: 相乗り打ち上げや小型ロケットの活用により、打ち上げコストを抑えつつ、月面へCubeSatを迅速に投入できます。これにより、コストパフォーマンスに優れた探査ミッションを実現可能です。
  - **利点**: 低コストで打ち上げを行い、事業初期段階でのリスクを最小限に抑えながら月面探査を実行できます。

---

3. ビジネスプランのリスク（弱み）

3.1. 初期の高額な設備投資

- **弱み**: 初期段階では、CubeSatの開発や打ち上げ、通信インフラの構築に対する**高額な設備投資**が必要です。特に初期のパイロットミッションでは、顧客の確保が不確実なため、最初の数年間は赤字になる可能性が高いです。
  - **リスク**: 初期段階の資金繰りが重要となり、投資回収までの期間が長くなる可能性があります。

3.2. 技術的なリスク

- **弱み**: CubeSatが月面の過酷な環境に耐えられるかどうか、特に温度変化や放射線、衝撃に対する**技術的なリスク**があります。技術が十分に完成しない場合、探査機が正常に機能しない可能性があります。
  - **リスク**: 開発段階での技術的な課題や失敗が、ミッションの成功に大きな影響を与える可能性があります。

3.3. 打ち上げやミッション遅延のリスク

- **弱み**: 相乗り打ち上げのタイミングや着陸機の利用に依存するため、打ち上げやミッションの**遅延リスク**が存在します。他のミッションと連携している場合、スケジュール通りに進行しない可能性があり、それに伴って収益化が遅れるリスクがあります。
  - **リスク**: 打ち上げの遅れやミッションの延期が、事業計画に影響を与える可能性があります。

3.4. 市場競争の激化

- **弱み**: 近年、宇宙関連産業への参入が増加しており、新興企業や他の宇宙開発企業との**競争が激化**しています。特に大型企業が類似した技術を導入した場合、価格競争や技術革新が求められるため、競争力を維持するための努力が必要です。
  - **リスク**: 大企業や他の競争相手による技術革新や価格競争に巻き込まれる可能性があります。

5. 事業の実現性と社会的意義について

月面移住は、地球の資源枯渇や人口増加に対処するための次世代技術であり、将来的な重要性は非常に高いです。このプランにより、移住に必要なインフラ構築を低コストで効率的に進めることができれば、月面移住の実現性が大幅に向上します。また、CubeSat技術を利用した新たな探査手法は、今後の他の惑星や小惑星への探査活動にも応用可能であり、宇宙開発全体に大きな社会的意義を持っています。

6. 資金計画について

必要な資金とその調達方法、事業開始後3年間の収益の見通しについて説明してください。

1. 初期資金と調達方法

このプロジェクトの初期資金は、主にCubeSatの設計・開発、打ち上げ、月面データ収集のインフラ構築に必要です。以下に、初期段階の資金計画を詳細に示します。

- **設計・製造コスト（CubeSat開発）**: 約2～3億円
  CubeSatの設計、センサー搭載、耐久性テスト、量産コストを含みます。製造には、超小型衛星技術に精通した企業との提携が必要です。
- **打ち上げコスト**: 約1億～1.5億円
  CubeSatは、他の大型ミッションに搭載される「相乗り」方式を利用して打ち上げることで、コストを削減します。SpaceXの**SmallSat Rideshare Program**や、日本のロケット会社との提携を検討します。
- **運用費（地上設備・通信システム）**: 約5000万円
  CubeSatのデータを受信するための地上局の設置や通信システムの構築にかかる費用です。これには、既存の通信ネットワーク（例: 地上局ネットワークを使用した遠隔通信）が利用されます。
- **研究開発費**: 約5000万円
  技術開発や研究活動にかかるコストです。JAXAやNASAなどの宇宙関連機関との共同研究、大学との提携により技術をさらに向上させます。
- **合計初期資金**: **4～5億円**

資金調達方法

- **政府助成金**: 日本の宇宙開発関連の助成金や、経済産業省の産業イノベーション資金を活用。
  例: JAXAの宇宙ベンチャー企業支援制度、政府の科学技術振興費
- **民間投資**: ベンチャーキャピタルからの投資を獲得し、宇宙技術分野での投資を促進。
- **企業提携**: SpaceXやBlue Originなどの宇宙開発企業、通信インフラに関心を持つ民間企業と共同で開発資金を確保。

2. 3年間の収益見通し

1年目: パイロットミッション開始

主な活動内容

- **CubeSatの設計・開発**: 月面環境に対応したCubeSatを5～10機開発。耐熱性、耐放射線性、衝撃吸収技術を組み込みます。
- **パイロットミッションの実施**: 5～10機のCubeSatを月面に投入し、特定エリアの資源探査を実施。
- **通信インフラの整備**: 地上局と通信システムの構築を開始し、初期のデータ取得と送信を行います。

収入

- **売上**: 初年度はパイロットミッションとして、データ提供を少数の顧客（宇宙関連機関や民間企業）に提供。初期の月面資源データや地形データを販売します。
  - **見込み売上**: **2～3億円**（契約数：3～4件、契約単価5000万円～1億円）

支出

- **CubeSat開発費**: 5～10機のCubeSatを設計・開発。
  - **コスト**: **5～10億円**
- **打ち上げ費用**: SpaceXや他の相乗りミッションを利用。
  - **コスト**: **1.5～2億円**
- **通信インフラの整備**: 初期の地上局設置と通信インフラの整備。
  - **コスト**: **5000万円～1億円**
- **センサー開発・搭載費用**: CubeSatに資源探査用センサーを搭載。
  - **コスト**: **1～2億円**
- **データ解析システムの構築**: クラウドベースのデータ提供プラットフォームを構築。
  - **コスト**: **5000万円～1億円**

合計支出: 9～16億円

損益（Profit/Loss）

- **損益**: **-6～14億円の赤字**（初年度は大規模な設備投資のため赤字）

2年目: データ提供の本格化と拡張

主な活動内容

- **データ提供の拡大**: パイロットミッションで得たデータの商業化を進め、エネルギー企業や宇宙関連企業との契約を増やします。
- **追加CubeSatの投入**: 新規に3機のCubeSatを投入し、データ提供エリアを拡大します。
- **通信インフラの整備拡張**: 地上局やデータ解析システムの拡張。

収入

- **売上**: パイロットプロジェクト成功後、顧客数を拡大し、月面資源データの提供を本格化。エネルギー企業や政府機関との契約を拡大。
  - **見込み売上**: **5～8億円**（契約数：5～6件、契約単価5000万円～1億円）

支出

- **追加CubeSat開発費**: 新たに3機のCubeSatを投入。
  - **コスト**: **1～1.5億円**
- **追加打ち上げ費用**: CubeSat3機を打ち上げ。
  - **コスト**: **1～1.5億円**
- **通信インフラの運用・拡張**: 初年度に設置したシステムの運用および通信インフラ拡張。
  - **コスト**: **2000万円～3000万円**
- **センサーの追加開発**: 資源探査や新たなデータ取得のための追加センサー。
  - **コスト**: **3000万円～5000万円**
- **データ解析システムの維持・拡張**: 収集データが増加するため、システムの拡張や運用を行います。
  - **コスト**: **2000万円～3000万円**

合計支出: 3.5～5.8億円

損益（Profit/Loss）

- **損益**: **+0.4〜2.5億円の黒字**（顧客数拡大により黒字化）

3年目: 大規模データ提供の確立

主な活動内容

- **広範囲のデータ提供**: 月面の広範囲を対象とし、資源探索や月面基地建設のためのデータ提供を拡大。エネルギー企業や宇宙関連機関との長期契約を推進。
- **CubeSatネットワークの拡大**: CubeSatをさらに追加し、月面探査エリアを大幅に拡大。
- **データ提供プラットフォームの拡張**: 増加する顧客に対応するため、クラウドベースのデータ提供プラットフォームを強化。

収入

- **売上**: エネルギー企業や宇宙関連企業からの契約が増加。特に、資源探査データや地形データの長期提供契約が拡大。
    - **見込み売上**: **7〜10億円**（契約数：7〜10件、契約単価1億円前後）

支出

- **追加CubeSat開発費**: さらに3機のCubeSatを開発・投入。
    - **コスト**: **1〜1.5億円**
- **追加打ち上げ費用**: 3機のCubeSatを打ち上げ。
    - **コスト**: **1〜1.5億円**
- **通信インフラの維持・拡張**: 通信システムと地上局の運用および維持費用。
    - **コスト**: **2000万円〜3000万円**
- **データ解析システムの拡張**: 顧客数増加に対応するためのデータ解析システムの拡張。
    - **コスト**: **5000万円〜1億円**

合計支出: 3〜4.8億円

損益（Profit/Loss）

- **損益**: **+3.2〜6.8億円の黒字**
-

---

3. 長期的な収支計画

5年目

- **売上**: 約10〜15億円
  月面探査データ、通信インフラの使用権、資源データの提供が拡大。これにより、売上がさらに増加。
- **コスト**: 約5億円
  新たなCubeSatミッションの展開や、通信インフラの拡張に必要なコスト。

10年目

- **売上**: 50億円以上
  月面インフラの整備が進み、長期的な契約や月面資源探査のサポート業務が確立されることで、売上が大幅に拡大。
- **コスト**: 15〜20億円
  高度な通信インフラやエネルギー供給システムを構築・維持するためのコスト。

4. TAM（Total Addressable Market）、SAM（Serviceable Available Market）、SOM（Serviceable Obtainable Market）

- **TAM（総市場規模）**: 宇宙探査・インフラ市場は2023年において**約500億ドル**と推定されており、今後10年間で急成長が予想されています。特に、月面探査やインフラ関連の市場規模は急速に拡大する見込みです。
- **SAM（ターゲット市場規模）**: 月面探査およびインフラ構築に関する市場は、TAMのうち**約100億ドル**と推定されています。これには、政府の宇宙探査機関やエネルギー企業が含まれます。
- **SOM（実際に獲得可能な市場）**: 初期段階での獲得市場は**1〜5億ドル**を目指します。日本国内の宇宙関連機関やアジア市場を中心に、月面データや資源探査データの提供を行い、実績を築きます。

第回 24 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　九州大学	代表者名　小川 竜矢
共同提案者名　藤原 涼、小原 航晴、潮 絢羽、山口 雄平	
事　業　名　九大芸能事務所	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　「九大生ってすごい！」	

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、どのようにし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（社会的意義）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。

九大芸能事務所は、学生課外活動団体に、外部への営業活動によって獲得した案件を紹介し、外部での発表機会と資金獲得の機会を提供することで発表機会の充実と活動価値の向上の一助とする。加えて公演依頼の一括管理によって、大学に、学生の動向に関する情報を提供できる。このビジネスプランによって課外活動の価値の創出と学生の社会進出をすすめる役割を果たし、仲介手数料やコンサルティング料によって収益を得る。

2．ビジネスプランの具体的内容

(1) 事業内容

外部から公演依頼を獲得し、学生課外活動団体(サークルや部活)に対して案件を紹介する。また、学生団体の外部公演の情報を管理することにより、学生の課外活動中に事故やトラブルが生じた場合に大学に情報を迅速に提供する。

(2) 着想のきっかけ

本事業は九州大学内のマジックサークルとして参加した外部公演の際に、依頼者から「ほかの九州大学の団体とも関わってみたい」などの声を頂いたものの、当時他の学生団体との繋がりを持つことが難しい状況であった。また、学生課外活動団体側としても外部団体との繋がりを持つことができない状態で、「公演を行いたい」との声を多く頂いた。実際に学生団体と外部団体のマッチングを行う業界が存在していなかったため、一元的なプラットフォームを作ることにより、すべての人にとってメリットを生むことができると考えた。

(3) サービスの特徴

九大芸能事務所に公演依頼を行うことによって、同時に複数の様々な学生課外活動団体への出演依頼が可能であり、現状６団体への一括出演依頼を頂き、「非常に簡便で助かる」という評価を頂いている。九州大学のブランド力や、外国の方向けのイベントであっても最低限の語学力の担保などにより安心感を与えられるだけでなく、九大芸能事務所がイベントの企画を行う依頼者の要望に合わせて、学生視点で課外活動団体のパフォーマンスのコンサルティングを行うことにより、イベントにおけるパフォーマンスの価値を向上させることができる。

(4) 新規性

現状大学内の学生課外活動団体を統括し、芸能活動の派遣を行う事業は調べた限り確認できなかった。芸能活動の派遣を行うことで課外活動の価値創出のきっかけになる。また、既存の芸能プロダクション事業のビジネスモデルと大きく異なる点として大学という新たなステークホルダーが存在し、依頼者、演者と合わせた三方に需要とメリットが存在するビジネスモデルを構築した点。

(5) 提案できるメリット

学生課外活動団体視点

①外部公演による発表機会の増加
②外部とのつながりを持つ機会の増加
③活動による資金獲得
④活動の持つ潜在的価値の向上
⑤学外活動中に事故やトラブルが生じた場合に大学側の保護を今まで以上に迅速に受けられる

依頼者視点

①学生との接点を持つ機会の増加
②大学の学生課外活動団体だからこそ存在する稀有な活動などへの幅広い選択肢へのアクセス

大学視点

①学生課外活動団体を統率する組織として利用できる
②学生課外活動団体の学外での動向を把握できる
③学生課外活動中の学生に事故やトラブルが生じた際に今まで以上に迅速に対応することができる

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

(1) 基本戦略

九州大学というブランドを使用できることが信頼の保障という観点で最大の強みと考えている。利益面に関して、現在は仲介手数料やコンサルティング料を考えている。将来的には、公演依頼による仲介手数料やコンサルティング料だけでなく、自社イベントの興行を企画し、収入源を増やしたいと考えている。また旧帝大をはじめとする九州大学以外の全国の大学に展開しようと考えている。

(2) 販売戦略

現在外部への直接営業で依頼を獲得しているが、X や Facebook、Instagram などの SNS による宣伝活動を行い、WEB から依頼を獲得する

(3) 事業上のリスク

九州大学のイメージ低下や不祥事によるブランド力の低下が考えられる。また、学生のパフォーマンスのクオリティの担保が挙げられる。加えて、依頼者の多くは学生への支援を意図して支払われるものであるため、支払金の流れの透明性が高くなければ、依頼者からの信頼を欠く可能性がある

4．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

（注１）特許出願前のものは、応募により特許取得できなくなりますのでご注意しください。
（注２）特許申請をしただけでは、許可されるとは限りませんし、特許があっても『採算性』があるとは限りません。

課外活動において実際に報酬を頂いた経験が豊富な学生メンバーが多く参画しているため、我々の事業に必要なノウハウが学生からの視点を伴って整っている。

5．事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

(1) 事業の社会貢献度

本事業により、学生課外活動による闇営業(学生が独自に獲得している案件)を未然に防ぐことにつながる。また、大学側に情報提供することにより、学生の課外活動中に様々な事故やトラブルが生じた場合に責任の所在が明確になるという点で貢献できる。加えて、課外活動を軸とした新たな産学官連携の形を創出する点や、主催イベントの開催による地域交流の活性化を促す点、さらに、大学、学生、地域住民、依頼や協賛をいただく企業や自治体の交流を通した新たな地方創生の形の創出という面で大いに貢献できると考えている。

(2) 実現性

コロナ明けのため様々なイベント開催によるインバウンド需要の増加の後押しにより、企業の西日本シティ銀行やニュージーランドのラグビーチーム、さらには高校生模擬国連、インターナショナルスクール、老人ホームといった様々な団体から外部公演依頼を獲得している。また、学内のビジコンに複数回採択され大学側からの信頼を強固なものにできたことにより、2024 年度の博多どんたく港まつりの際の一般学生と学生課外活動団体の引率の依頼を大学側から頂けた。実際に九州大学の支援のもと複数回のテストマーケティングを行い、学生課外活動団体と公演依頼者の双方から高い評価を得るだけでなく、大学からの需要や社会全体へ与えるインパクトを確認できた。

6. 売上・利益計画

（単位：千円）

	第 1 期（2024 年）	第 2 期（2025 年）	第 3 期（2026 年）
① 売上高	1500	6800	18500
② 売上原価 ※	0	0	0
③ 粗利（①-②）	1500	6800	18500
④ 販売費 ※	1400	6050	16050
⑤ 営業利益（③-④）	100	750	2450
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益（⑤-⑥）	100	750	2450

- 記入単位は千円ですので、間違えないように記載してください。
- 売上高と事業ごとに必要な経費をしっかり予測し、記載してください。

【上記※の解説】

売上原価…その商品を作るのに必要な費用。主に仕入れにかかる費用、原材料費等

販売費…営業活動に必要な費用。人件費・販促費・旅費交通費・雑費等

営業外損益…本業以外の利益と損失の合計。特にないなら 0 で計上

7. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金 額	調達方法	金額
九州各地への視察や人件費	200	九州大学からの支援	600
機材費	400		

8. 別 紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

九大芸能事務所

― 大学課外活動における新たな価値創出の取り組み ―

小川 竜矢[1]・小原 航晴[2]・潮 絢羽[3]・山口雄平[4]・藤原 涼[3]
（1.九大院生資環, 2.九大理, 3.九大法, 4.九大経）

概要

九州大学には数百にも及ぶ課外活動団体が存在する。しかし、日頃の努力の成果を発表する機会に乏しかったり、活動資金の獲得に苦心していたりといった課題を抱える団体は少なくない。そこで我々は、このような課題を解決し得る、大学課外活動における新たな価値創出の取り組みとして、九大芸能事務所を提案する。

本アイデアでは、芸能プロダクション事業を通して演者としての課外活動団体の学生、依頼者としての民間、これらに加えて大学運営側にも価値を提供する。一般的な芸能プロダクション事業とは異なる、三者のステークホルダーに価値を提供する独自のビジネスモデルを構築し、九州大学をモデルとして全国への普及を目指す。

背景

学生視点
・コロナ禍において、学生の課外活動における努力の成果を披露する機会が減少し、人に観てもらう、披露することをモチベーションの源泉とするような活動をする学生のモチベーション低下につながっている。
・プロ顔負けのスキルを身に付けた学生も多数存在する一方で、学生であることを理由に無償でのイベント出演を求められたり、逆に出演料を請求されたりといったいわゆる"やりがい搾取"が横行している。
・有償の案件を獲得したとしても、ショーマンシップや、その教育が足りないために、依頼料に見合ったパフォーマンスができなかったり、パフォーマンスの価値の最大化ができていなかったりする。

依頼者視点
・そもそも、学生の課外活動団体に依頼をするという考えが無かったり、学生との接点の持ち方や依頼のやり方が分からなかったりした。
・現状、課外活動団体が獲得している案件のほとんどは、繰り返し同じ依頼者が同じ団体に依頼していた。

大学視点
・大学は、学生課外活動団体が独自に獲得してきた案件において、学生の動向を把握できておらず、事故や不祥事への迅速な対応が難しい。
・体育会系課外活動には体育館務という統率機関があるのに対し、文化系課外活動を統率する機関はない。

観客視点
・「九大生ってすごいね！」「このパフォーマンスならお金取ったほうがいいよ！」といった観客の声があった。

このアイデアで実現したいこと

九大芸能事務所という機関が主体となり、大学の課外活動団体(特に人に観てもらう、披露することをモチベーションの源泉とするような活動の団体)の有償による外部公演案件の獲得を促進し、以下を実現したい。

学生視点
・九州大学ひいては日本全国の大学にある課外活動団体、またそこで活動する学生を機会獲得と資金獲得の観点から盛り上げること。

依頼者視点
・パフォーマンスの依頼先として課外活動団体を一般的にし、それに加えて、依頼者により多くの選択肢を提供すること。

大学視点
・大学運営側の視点からも外部活動を行う学生の動向を把握できるシステムを構築すること。

観客視点
・大学生の日々の努力の成果をよりたくさんの人に届けること。

アイデアの概要

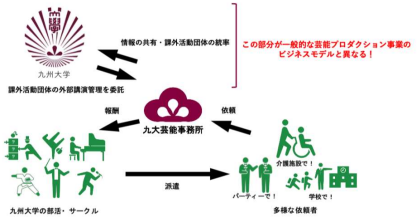


図1. 九大芸能事務所とステークホルダーとの関係

対学生
・九大芸能事務所が有償での外部公演依頼獲得のために営業活動を行い、獲得した案件を紹介する。
・九大芸能事務所が多くの課外活動団体と連携する過程で、課外活動団体間の連携を促進する。
・九大芸能事務所が依頼者の要望に合わせて、学生のパフォーマンス内容のコンサルティングを行う。

対依頼者
・九大芸能事務所が外部公演の案件を一括して仲介する。
・九大芸能事務所が九州大学内の可能な限り多くの課外活動団体と連携し、多様な選択肢を提示する。
・九大芸能事務所が依頼者の要望に合わせて、学生のパフォーマンス内容を監修する。

対大学
・九大芸能事務所が学生の外部公演の案件を一括で管理する。
・九大芸能事務所が大学に関連するイベントにおいて学生課外活動団体を統率する。

アイデアの特徴、強み

大学課外活動という特性から
・依頼者のニーズに多様な選択肢を提示できる
　大学の課外活動だからこそのメジャーからマイナーまで
　大学の庇護下だからこそ存続しているような活動も

学生という特性から
・学生への依頼をCSRとしてアピールできる
・学生との接点を持つことで採用活動に利用できる
・プロへの依頼よりも手軽に依頼できる
・学生の若さに由来する価値

九州大学という特性から
・一定レベルの英語対応がデフォルトでできる
・大学のネームブランドに由来する安心感
・税金がいかに学生に活かされるかをアピールする機会になり得る

九大芸能事務所という特性から
・複数団体への依頼を一括で受託できる
・学生視点からのショーマンシップ教育・コンサルティング
・大学からの公認を受けていることによる安心感

他にもまだまだ気づけていない強みも、、、

図2. インターナショナルスクールにおける出張公演の様子

その他、実際の依頼事例

1. ニュージーランドの子供に向けた歓迎イベント（春日リトルラガーズクラブ様より）

図3. 複数団体への依頼を一括で受託できるという強みを活かした大規模出張公演の様子

依頼者の声
一度に5つもの団体に依頼ができて非常に便利だった！英語の対応もしてもらえる点が素晴らしい！
ニュージーランドの子供と日本の子供が一緒になって楽しめる企画を提供してもらえた！

参加者の声
日本のさまざまな文化体験を一度に楽しむことができ、思い出になった！
大学生のお兄さんやお姉さんが優しく、いろいろなことを教えてくれた！

演者の声
これまでの活動で海外の方向けに何かするということは無く、非常に良い経験になった！
これまで無償でやってきたことが、有償でこんなにも喜んでもらえると思わなかった！
お金をいただいていることで、より普段の練習を頑張らなければと思う良い機会になった！

2. 博多どんたく港まつり（九州大学総務課より）

図4. 学生の引率を受託した博多どんたく港まつりの様子

依頼者の声
例年よりもかなり参加者数が増えた！（大学総務課課長より）
参加者数が増えたにも関わらず、円滑に行進を行うことができていた！（大学総長より）

参加者の声
ずっと参加してみたかった日本のお祭りに、楽しく参加することができた！（留学生より）
九大芸能事務所の誘導で、見栄えの良い隊列を維持したまま行進できた！（参加課外活動団体より）

今後の展望

今後も、我々の積極的な営業活動と事業拡大により、より多くの課外活動団体に発表と資金獲得の機会を提供していく。

また、我々のアイデアやビジネスモデルは他大学においてもそのまま転用することが可能であるため、同様のスキームでの全国展開を狙い、九州大学をモデルとして他大学への普及を行なっていく。

受賞歴

QREC アイデアバトル 2023 2nd 採択
QREC チャレンジ&クリエイション 2024 採択

謝辞

本アイデアを基盤としたプロジェクトは九大基金のご支援のもと実施しています。
ご支援賜りました皆様に心よりお礼申し上げます。

九大生って実はすごい！！！

『九大生ってすごいね！』

そんな声から、このプロジェクトは始まりました。

部活やサークルでの努力の成果をより沢山の人に届けたい！

そんな思いを胸に九大芸能事務所では学生とのマッチングをお手伝いしています。

九州大学の部活・サークル

九大芸能事務所

介護施設で！

パーティーで！

学校で！

目的や予算に合った公演内容をご提案させていただきます。

9unitalentagency@gmail.com までお気軽にご相談ください！

受付番号

第５回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事　業　名　NailWellness	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ 健やかな手元をすべての人に	
代表者名　前田瑞佳	
学　校　名　宮崎大学	所属名　工学部
共同提案者名	

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、どのようにし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（社会的意義）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。
NailWellness は、爪をいじる癖の矯正とストレスレベル・睡眠の質を計測・管理するスマートリングデバイスを提供します。ターゲットは、爪や指の皮をむしる癖を持つ個人やその保護者、ストレス管理を重視するビジネスパーソン、そして治療を受ける患者です。センサー技術と機械学習を活用し、ユーザーの動作とストレスレベルを検知、アプリを通じてフィードバックを提供します。収益はデバイス販売とアプリのサブスクリプションモデルで得ます。

2. ビジネスプランの具体的内容
製品詳細:
- **スマートリング**: 指に装着するリング型デバイス。タッチセンサー、加速度センサー、ジャイロセンサー、心拍センサーを搭載し、指の動作とストレスレベルを高精度で検知します。
- **動作検知**: ユーザーが爪をいじる動作を行った際、スマホに通知が届き、スマホの振動で知らせます。特定の動作パターン（例えば、指が顔や口元に近づく動きや爪同士が接触する動作）を検出します。
- **ストレスレベルの計測**: 心拍センサーを用いて心拍変動（HRV）を測定し、ストレスレベルをリアルタイムで監視します。
- **睡眠の質の測定**：心拍センサーを用いて心拍変動（HRV）を測定、搭載されている加速度センサーで睡眠中の動きを検知し、睡眠の質を測定します
- **スマホアプリ**: デバイスからのデータを分析し、パーソナライズされたフィードバックを提供します。ユーザーの動作データとストレスレベルを記録・分析し、癖の改善とストレス管理に役立てます。
- **オン・オフ機能**：常に計測するのではなくオン・オフを切り替える機能を付けることで、バッテリーの節約、誤作動の防止につながることが考えられます。
  ＊癖の測定だけでなくストレスレベルの計測と睡眠の質の測定を行うことで購入するハードルを下げる

図１：製品詳細

3. ターゲット市場
- 爪・指の皮をいじってしまう個人
- 健康志向の個人
- 子供の爪を噛む癖を矯正したい親
- 治療を受けている患者

＊スマートリングが欲しい人ではなく癖の矯正をしたい人がターゲットである

市場規模:
- **健康管理市場**: 世界的な健康管理市場は急速に成長しており 2022 年に 876 億米ドルと評価され、CAGR 15.94％で成長し、2029 年には市場規模 2,467 億 3,600 万米ドルに達します https://www.gii.co.jp/report/ksi1457130-wearable-devices-market-forecasts-from.html
- **スマートリング市場**：スマートリングの世界市場は 2024 年に 2,005 万米ドルを占め、予測期間中の CAGR は 30.9％で成長し、2030 年には 1 億 9,065 万米ドルに達する見込みです。https://www.gii.co.jp/report/smrc1503384-smart-rings-market-forecasts-global-analysis-by.html
- **ストレス管理市場**: ストレス管理市場も拡大しており、ストレス関連商品やサービスの需要が増加しています。https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000004120.000067400.html
- **需要人数**：世界中で約 5%が 爪を噛む癖や皮膚をむしる癖を持っています。また、看護師・公認心理士　認知行動療法専門家吉永　尚紀教授によると身体集中反復行動症の人は全人口の２４%程度（抜毛症など含む）このうち爪や指の皮膚人口の 3~5%程度いるとみて良いとコメントを頂きました。
  日本の人口の内 4%がこの癖があるとします。すると国内だけで 4,800,000 人の患者がいることになります。また、リング 1 個 5,000 円で販売するとします。癖のある人の 10%が使用すると 4,800,000 人×0.1×5,000 円となりデバイスの販売だけで 2,400,000,000 円の収益が見込めます。また、価格戦略に記載しているように、より詳細なデータを分析し通知してくれるプレミアム機能の更なる収益が見込めます。
  https://www.researchgate.net/publication/24021131_Skin_picking_behaviors_An_examination_of_the_prevalence_and_severity_in_a_community_sample

製品の特徴と利便性:
- **差別化**:他のウェアラブルデバイスと異なり、皮膚をむしるなどの癖の矯正が目的です。この癖の矯正を目指している世界初のデバイスです。
- **効果**：癖の増減によって適切なアドバイスも提供するため、自分の行動を見直し、癖を効果的に改善することが出来ます。
- **多機能化**:ただの癖の矯正で使用するだけでなく、ストレスレベルや睡眠の質を測定できるようにし、普段の健康管理に使用できるデバイスを目指します。
- **ユーザーフレンドリー**: シンプルなデザインと直感的な操作で、日常生活に自然に溶け込むデバイスです。

3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

マーケティング戦略:
1. **デジタルマーケティング**:SNS、オンライン広告を活用し、ターゲット市場にアプローチします。
   Instagram や、X （Twitter）・youtube ・Facebook などのプラットフォームでのプロモーションを行

います。
2. **提携**: 健康グッズやガジェットショップとの提携で販路を拡大します。例えば、大手家電量販店やオンラインマーケットプレイスでの販売を目指します。大手企業とかに売り込みをすることも視野に入れています。

価格戦略:
- **顧客への価格**: スマートリング 1 個あたり¥5, 000 程度の価格帯を設定します。この価格帯は、一般的なフィットネストラッカーやウェアラブルデバイスと同程度です。
- **サブスクリプションモデル**スマホアプリのプレミアム機能を月額¥500 で提供します。プレミアム機能では、詳細なデータ分析やパーソナライズされたアドバイスが含まれます。アドバイスとは具体的には行動が改善された・改善されていないだけではなく、専門家協力のもと患者に適当なアドバイスを送ります。

価格戦略:
- **顧客への価格**: スマートリング 1 個あたり¥5,000 の価格帯を設定します。この価格帯は、一般的なフィットネストラッカーやウェアラブルデバイスと同程度です。
- **サブスクリプションモデル**: スマホアプリのプレミアム機能を月額¥500 で提供します。プレミアム機能には、詳細なデータ分析やパーソナライズされたアドバイスが含まれます。

競合分析:
- **競合商品**: 現在市場には、爪をいじる癖を特定し、ストレス管理機能を持つリング型デバイスが存在しないため、先行者利益が見込めます。既存のフィジェットトイやストレス管理アプリとは異なり、高精度な動作検知とパーソナライズされたフィードバックを提供します。
- **優位性**: 高精度な動作検知とストレス管理機能を組み合わせたスタイリッシュなデザインで差別化を図ります。特に、指に直接装着することで検知精度を向上させます。

実際に効果を見込めるのか

・宮崎大学教授　看護師・公認心理士　認知行動療法専門家　吉永　尚紀教授

・東京家政大学教授　人文学部 心理カウンセリング学科　岡島　義教授

・九州大学大学院人間環境学部　学術協力研究員　臨床心理士。公認心理師。専門は認知行動療法。
中島 美鈴先生

・大阪公立大学大学院医学研究科神経性審医学教室　病院講師　専門分野　精神科全般、児童精神医学　医学博士　平井　香先生

全員から指の皮膚や爪をむしってしまう癖の改善に効果を見込めるとコメントを頂いた。

類似ビジネスとの相違点

ターゲット層の違い

- **NailWellness**: 爪をいじる癖の矯正とストレス管理を目的としたスマートリング。癖を無くしたいの個人や親子市場、ビジネスパーソンをターゲットとしています。
- **類似ビジネス**: 一般的なストレス管理デバイスやフィジェットトイは、ストレス解消や集中力向上を目的としており、特定の動作（爪をいじる癖）の矯正には特化していません。

製品形状と装着部位

- **NailWellness**: 指に装着するリング型デバイスで、直接指の動きを検知。リング型であることから、装着が自然で日常生活に溶け込みやすい。
- **類似ビジネス**: スマートウォッチやフィットネストラッカーなど、手首に装着するデバイスが主流。指の動きを直接検知するものは少ない。

機能とセンサー技術

- **NailWellness**: タッチセンサー、加速度センサー、ジャイロセンサー、心拍センサーを搭載し、爪をいじる動作とストレスレベルを高精度で検知。動作検知とストレスレベル、睡眠質の三重管理が可能。
- **類似ビジネス**: ストレス管理デバイスは主に心拍センサーや皮膚電位センサーを用いてストレスレベルを計測しますが、特定の動作（爪をいじる動作）の検知には対応していない。

事業上のリスク:
- **技術的リスク**: センサーの精度や機械学習アルゴリズムの調整が必要です。技術的な課題を克服するために、継続的な研究開発とユーザーテストを行います。
- **市場受容性**: 新製品として市場に受け入れられるか不確定です。初期ユーザーのフィードバックを基に、製品の改良を続けます。
- **競合**: 類似製品が登場する可能性があります。市場調査と競合分析を通じて、常に競争力を維持します。

4. 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

私は小さなころから暇であったりストレスがかかったりすると、爪や周辺の皮膚をいじって傷つけてしまう癖がありました。この癖は自分自身で無意識に行ってしまう時もあり、やめることが出来ないものでした。同じように苦しんでいる人々がいることを知り、その苦しみを少しでも和らげたいと思い、私はこの製品を考案しました。
私は工業高校で 3 年間、大学に入って 2 年と少しの間ものづくりについて学んできたのでそのノウハウを活かせると考えました。また、大学には相談できる教授や先輩などが多くいるので様々な技術的なアドバイスを受けることが出来ます。

5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

社会貢献度:

- **ストレス管理:**ストレスの測定・睡眠の測定を行うことでストレスの管理に貢献します。
- **癖の矯正:**NailWellness は、爪をいじる癖を軽減し、健康維持に寄与します。
- **親子関係の改善**: 子供の爪を噛む癖を矯正することで、親子関係の改善に貢献します。親が子供の健康を守る手助けをします。

実現性:

- **技術的実現性**: 既存のセンサー技術と機械学習アルゴリズムを応用することで、爪をいじる動作とストレスレベルを高精度で検知可能です。プロトタイプの開発とテストを通じて、技術的な課題を解決します。
- **市場の受容性**: 健康管理とストレス管理のニーズが高まっており、適切なマーケティング戦略で成功の見込みがあります。初期ユーザーのフィードバックを基に、製品の改良を続けます。

試作機を実際に作成した：

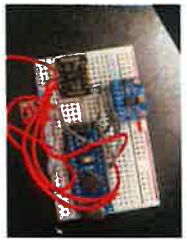


図 2：試作機

市販のセンサーを使用し実際にデモ機を作成した。タッチスイッチを押したらスイッチ ON となり、もう一度押したら OFF になるようにしました。実際に爪をいじった動きに合わせるために 3 回細かく振動したら反応するようにプログラムを組みました。また、HRV を測定することにより、ストレスレベルの測定も可能です。

将来の抱負：

- **製品ラインの拡充**: NailWellness の成功を基盤に、さらなる健康管理デバイスの開発を目指します。
- **国際展開**: 国内市場での成功を基に、海外市場への展開を計画しています。特に、北米や欧州市場における健康管理デバイスの需要に応えます。
- **治療範囲；**爪いじり、皮膚むしりだけではなく、抜毛症などを含めた身体集中反復行動症全般を解決できるような器具を目指します。
- **精度**：より精度を上げて実際に病院で使用されるような治療補助器具を目指します。
- **社会課題の解決に貢献**: 健康管理とストレス管理をサポートすることで、社会全体の健康向上に寄与します。持続可能な成長を実現し、社会に貢献する企業を目指します。

このビジネスプランは、NailWellness が爪をいじる癖を効果的に矯正し、ストレスレベル・睡眠の質を管理することで、購買意欲を高め、健康維持とストレス管理に貢献する革新的なデバイスとして、市場に受け入れられる可能性が高いと考えています。

6. 売上・利益計画

	第 1 期 (2025 年)	第 2 期 (2026 年)	第 3 期 (2027 年)	第 4 期 (2028 年)	第 5 期 (2029 年)
① 売上高	0	0	10,000	30,000	50,000
② 売上原価 ※	0	0	5,000	15,000	25,000
③ 粗利（①-②）	0	0	5,000	15,000	25,000
④ 開発費	5,000	4,000	3,000	2,000	1,000
⑤ 販売費 ※	12,000	15,000	15,000	20,000	18,000
⑥ 営業利（③-④-⑤）	-17,000	-19,000	-13,000	-7,000	6,000
⑦ 営業外損益	200	200	200	200	200
⑧ 経常利益（⑥-⑦）	-17,200	-19,200	-13,200	-7,200	5800

（単位：千円）

7. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
設備資金			
プロトタイプ開発費	4,000		
製造設備費	2,000	自己資金	500
IT インフラ費用	1,000	個人投資家	2,000
		クラウドファンディング	7,000
運転資金			
広告宣伝費	1,000	合計	
人件費	1,000		9,500
材料費	500		
運営費用	1,000		
総合計	9,500		

8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

リングの装着イメージ

第回 24 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　坂本　明日香
共同提案者名　戦　晶茁	
事　業　名　新しい歩行器開発	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　ラクアル　～楽に歩く為のパートナーに～	

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。
①　誰に、何を、どのようにし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（社会的意義）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。

私たちは車椅子と杖の間に位置するような新しいスタイルの歩行補助具(歩行器)を提案します。このビジネスのターゲットとして第一段階では、軽度の身体障がい者を対象とし、第２段階では老化により歩行が困難となった高齢者を考えています。医療用ではなく日常使いできることに重点を置き、段階を踏んで利用者を広げフィードバックを貰いながら汎用性を高めていくことで福祉用具としての認知を確立し、収益を得る予定です。

2．ビジネスプランの具体的内容
【着眼点・きっかけ】
共同提案者の戦さんは、四肢に麻痺があり１人で行動することに不安を抱えています。幼い頃からのリハビリを経て自力で歩いていましたが、広い大学では、体力の消耗を軽減するために車椅子を利用しています。
一般的に使われている手押し車タイプの歩行器(別紙参照ⅰ)は、操作が難しく、両手が塞がる、安定性に欠けるなどの課題があります。戦さんは、これらの理由から手押し車タイプの歩行器では十分な歩行補助が得られないと感じています。そのため、肢体不自由者である本人は重い荷物を手で持つことが難しいので物をかけることができ、安定性が高く、日常的に使用できるような機能が付いた歩行器が欲しいと考えました。私は「もっと楽に歩きたい！そんな道具が欲しい！」という思いを汲んで素直に一緒に実現させたいと思い、私たちは、新しい歩行器を作ることを決意しました。

【事業内容】
その中で『PCW』という医療で使われている歩行器に着目しました。(別紙参照ⅱ)この『PCW』は利用者を囲む形なので安定感があることや利用者の身体にぴったりついてくるのでコントロールに気を遣う必要がないことが特徴であり、この機能性を参考にしながら他にも機能を付けられないか、もっと形にオリジナル性を出せないかを考えていくことにしました。

【新規性・魅力的なものにするための案】
このラクアルは医療用ではなく、日常使いが出来る所が特徴です。現段階では、医療・リハビリ目的の歩行器は存在していますが、普段使いできる歩行器は普及していないのでそこを新規性と考えます。また、車椅子を実際利用している本人の意見の元、雨の日の外出が可能、安定性の高さ、荷物をかけることが可能、夜間に歩く時のライトが付いているというような多機能な要素を付けることを考えており、実現できれば強みになると考えました。
将来的に汎用品として販売する際には、使う人が楽しめるようなオプションとしてそれらを追加できるようなシステムにし、使う人よってカスタマイズ可能なものにしていきたいと思っています。

車椅子	現在、大学で利用しているもの
手押し歩行器	歩きたい時に使うものとして最もポピュラー(操作性×、両手塞がる、安定性がない)
PCW	リハビリを目的とした機能性が高い医療用歩行支持型歩行器
ラクアル	普段遣いできる、多機能歩行器(カスタマイズ可能な歩行補助具)

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

【マーケティング戦略】
当面は身体障がい者をターゲットにするが、将来的には皆が高齢者になり「歩行」についての壁にぶつかる問題だからそこをターゲットにしたマーケティング戦略を今後作っていく予定です。
まず、制作技術段階では戦さんのニーズに合ったオーダーメイドのプロトタイプを造ります。それを元に支援学校や病院などでフィードバックを貰い、第２段階の汎用品のプロトタイプを造ります。
次に販売戦略としては、当面成人の軽度の障害者を対象として販売を行い、オプションを増やすことによって、手押し車や杖と同じように将来は誰もが使える日常の歩行補助具にしていきます。

【類以ビジネスとの相違点】
・手押し車は単なる杖の代わりにすぎないが、ラクアルは安定性が高い歩行補助具
・PCW は医療器具であるため普段使いできないが、ラクアルは雨の日の外出も可能にするもの

【事業上のリスク】

１．　カスタマイズ可能であるが、コストがかかり過ぎる可能性があること
２．　一人一人に合うかが保証できないこと
３．　高齢者に提供した場合、新しいものに抵抗感を感じる恐れがあること

4．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
（注１）特許出願前のものは、応募により特許取得できなくなりますのでご注意しください。
（注２）特許申請をしただけでは、許可されるとは限りませんし、特許があっても『採算性』があるとは限りません。

・従来なかった歩行器を作る予定なので特許を取得できる可能性がある
・メンバーの一人が当事者なのでフィードバックが十分できること

5．事業の社会貢献度（社会課題解決)、実現性や将来の事業家としての抱負

１ 人のメンバーの想いを実現することによって他の身体障がい者の方や高齢者の行きたいところに歩いていきたいという願いを実現することにより生活を豊かにすることが自分達の達成したいことです。

6．売上・利益計画

	第１期 （2025 年）	第２期 （2026 年）	第３期 （2027 年）
① 売上高	0	1,750	17,500
② 売上原価　※	1,200	6,000	12,000

③ 粗利（①-②）	－1,200	－4,250	5 ,500
④ 販売費　※	4,500	1,500	1,500
⑤ 営業利益（③-④）	－5,700	－5,750	4,000
⑥ 営業外損益　※	0	0	0
⑦ 経常利益（⑤-⑥）	－5,700	－5,750	4,000

（単位：千円）

- 記入単位は千円ですので、間違えないように記載してください。
- 売上高と事業ごとに必要な経費をしっかり予測し、記載してください。

【上記※の解説】

売上原価…その商品を作るのに必要な費用。主に仕入れにかかる費用、原材料費等

販売費…営業活動に必要な費用。人件費・販促費・旅費交通費・雑費等

営業外損益…本業以外の利益と損失の合計。特にないなら 0 で計上

2　売上高

第 2 期　350,000×5(台)＝1,750,000 円

第 3 期　350,000×50(台)＝17,500,000 円

7. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
【開業費】		クラウドファンディング	1,500
製造開発費・資材費	6,000	ベンチャーキャピタル	5,000
(試作品の仕入れ、原材料等)		融資（日本政策金融公庫）	3,000
ウェブサイト開発費	200	自己資金	1,500
【運営費】			
宣伝広告費	3 ,800		
(出展料、ウェブサイト利用料)			
ラクアルの点検・整備費	800		
在庫管理費	200		

8. 別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

参照 i　手押し車タイプの歩行器

引用

→ https://shop.kenko-tokina.co.jp/view/item/000000006165?category_page_id=ct1790

参照 ii　PCW（ポスチャーコントロールウォーカー）

引用

→ https://www.p-supply.co.jp/products/index.php?act=detail&pid=106

【様式 1】

第5回九工大起業家コンテスト
【提案書】

※ 本提案書は、様式1と様式 2 です。
※ 記載いただいた内容は本コンテスト以外には使用しません。
※ 【様式 1】は 1 ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

作成日： 2024 年 8 月 21 日

ビジネスプラン名	超小型人工衛星ミッションインテグレーター		
ビジネスプラン概要（300 字程度）	民間顧客向けの 6U サイズの人工衛星の市場は需要が急増しているものの、日本国内では人工衛星を開発できるメーカーが圧倒的に足りていない。本事業では、超小型衛星開発プロジェクトのフィージビリティースタディーや、衛星に搭載する部品レベルでの設計や開発、試験等の伴走支援、また超小型衛星プロジェクトの設計段階から開発、打ち上げ後の運用までのトータルサービスの提供を行う。		
リーダー（九工大学生）	氏名（フリガナ）	佐藤 凜（サトウ リン）	
	学部・学科/専攻・コース	工学部宇宙システム工学科	
	学生番号	191A2074	
	E-mail	sato.rin266@mail.kyutech.jp	
	携帯電話番号	080-7987-6045	
グループメンバー ※全てのメンバーの記入をお願いします。	氏名（フリガナ）	E-mail	所属
	中山 大輔（ナカヤマ ダイスケ）	nakayama@ele.kyutech.ac.jp	IoT ネットワークイノベーション実証研究センター
	佐野 圭（サノ ケイ）	sano.kei288@mail.kyutech.jp	宇宙システム工学研究系
	岩木 優介（イワキ ユウスケ）	iwaki.yusuke997@mail.kyutech.jp	工学部
	加藤 勇（カトウ イサミ）	kato.isami972@mail.kyutech.jp	工学部
将来の起業家としての抱負	リーダーの佐藤はこれまで宇宙スタートアップの立ち上げに関わっただけでなく、スタートアップへの投資を行うベンチャーキャピタルでの勤務経験もあり、事業の立ち上げや資金調達の方法に関する知識を豊富に有している。また研究室では超小型天文衛星「VERTECS」の開発にも関わっているため、技術とビジネスの両方に精通している。これらの実績をもとに、超小型衛星を用いて地球規模の課題解決を目指していく。2024 年度中に宇宙分野で豊富な実績を持つ九州工業大学から衛星開発メーカーを先生方と創業し、日本国内だけでなく、海外市場への展開も行い、2030 年までに株式市場への上場を目指す。EXIT 後は起業を志す九州工業大学の学生への支援に積極的に関わり、九州工業大学がスタートアップのハブになることへ貢献していきたい。		

【様式 2】
※ 【様式 2】は2ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

1. 発案の動機について

どのような課題を解決するのか、発案のきっかけや動機、想いを踏まえて説明してください。

現在日本国内では民生品の宇宙実証や科学観測など、多様な用途で超小型衛星の開発が進められている。しかし、新たに宇宙産業に参入する企業はこれまで超小型衛星の開発を経験したことがなく、一から設計と製造を行うのは難易度が大変高いため、従来開発ノウハウを持つ九州工業大学などの研究機関やメーカーがその役割を担っている。顧客が通信機やカメラ、望遠鏡などのミッション機器を開発し、メーカー側が人工衛星の基本機能(電力や通信、姿勢制御)を担うバスシステムの開発からインテグレーション、打ち上げ後の運用業務を担っている。しかし国内においては事業者が 2 社しかいない。新規に超小型衛星を開発しようとしても、日本国内に衛星メーカーが少ないことから依頼することが難しく、NanoAvionics や Endurosat などの海外企業へ流れている傾向がある。また超小型衛星の開発ノウハウを持つ大学などの研究機関は、開発主体が経験の少ない学生であるため長納期となり、かつリソースが限られているため、依頼することが大変難しい状況となっている。

リーダーの佐藤が超小型衛星は途上国向けの衛星インターネットサービスや被災地の観測など様々な分野で地球規模の課題解決に貢献しているにも関わらず、まだまだ普及が進んでいないことを研究室での衛星開発を通して実感し、本アイディアの発案に至った。

2. ビジネスプランの内容について

提供する製品やサービスの具体的内容およびそれらの特徴について説明してください。

民間企業や研究機関向けに、ハードウェア製品として 3U サイズ(10×10×30cm)と 6U サイズ(10×20×30cm)超小型衛星のバスシステム(通信や電源など人工衛星の基本的な機能を担う機器)の提供を行う。民間企業や研究期間はカメラや望遠鏡などのミッション機器の開発ノウハウやシーズは持っているが、超小型衛星の開発ノウハウを持っていない。そのためただバスシステムを提供するだけでなく、プロジェクトマネジメントやミッション機器の開発コンサルティング，ミッション機器とバスシステムの統合を行い、顧客の状況に応じてオプションサービスとして打ち上げにかかる手続きや打ち上げ後の運用業務などもサービスとして提供する。

3. ビジネスプランを実現するための革新的方法について

プランを実現するために培った革新的技術、特許、技能、ノウハウ、資格について説明してください。
特許出願前のものは、応募により特許出願できなくなりますので、記載する必要ありません。

九州工業大学では 2012 年に超小型衛星の開発を開始し、これまで 29 機の超小型衛星を開発・運用してきた実績を有しており、米国の宇宙産業の調査会社 BryceTech[1]によると，学術機関の中で 2014 年以降の超小型衛星の打ち上げ数は 7 年連続 1 位を獲得している。また日本で初めて 6U サイズの超小型衛星を打ち上げた実績を持つ．

これまでの実績を元に、可視光波長で宇宙背景放射の観測を行い、宇宙創成から現在に至る天体形成史の解明を目指す、6U サイズの超小型天文衛星「VERTECS」を開発している。本プロジェクトは「JAXA-SMASH プログラム」に採択されており、研究成果の創出だけでなく産学官が連携することにより、開発成果の産業や他事業の直結等により、産業振興と宇宙利用拡大を目指している。VERTECS にはミッション機器として 2U サイズの望遠鏡を、バスシステムには姿勢制御装置や通信機などの機器が搭載されている。現在エンジニアリングモデル(プロトタイプ)の開発フェーズで、2025 年度中の打ち上げを目指し、開発が進められている。本衛星は天文観測というハイレベルのミッションを行うことから、地球観測や通信など様々な用途で活用することが可能である。

[1] https://brycetech.com/

4. 顧客層／マーケティング戦略について

(1)製品やサービスを利用すると想定される顧客層を説明してください。顧客層にどのようにアプローチして、どのような価値（メリット）を提供するのかを説明してください。

超小型衛星の販売先を探索するために、現在顧客候補となる企業や機関にヒアリングを進めている。以下の表に、これまでヒアリングを行った機関名とミッション内容を示す。

機関名	ミッション内容
N 社	電波関係
地方自治体	市民衛星の開発を検討
K 社	セラミック材料の宇宙実証

ヒアリングを行った結果、特に「民生品の宇宙実証を行う超小型衛星」の開発にニーズがあることが判明した。顧客候補は、衛星メーカー向けに通信機や望遠鏡などの機器の販売を検討しており、宇宙空間での動作実績を得ることを目標としている。サービス開始後に民生品の宇宙実証を行う超小型衛星の開発実績を積み、その実績を元に様々な用途の衛星を開発を計画する顧客候補への営業を進めていく。

また将来的な顧客として、衛星コンステレーション(数千・数万機の人工衛星を連携させて一体的に運用するシステム)を構築する事業者が想定される。衛星コンステレーションを構築するには数十機から数万機の人工衛星が必要となるため、高頻度で人工衛星を量産する体制を構築することが求められる。

(2)競争相手との差別化、ビジネスプランの有利な点やリスク(弱み)について説明してください。

顧客は超小型衛星の開発を経験したことがない企業がほとんどになると想定しており、初期検討から伴走支援を行う必要がある。初期検討にはミッション機器の開発も含められており、そもそもミッションが宇宙空間で成立するか、環境試験と開発を繰り返し行うことで検証を行う必要がある。九州工業大学は衛星製造施設だけでなく、宇宙環境試験に特化した世界初の衛星試験施設を有しており、超小型衛星を「作ってすぐに試せる場」を提供している。そのためミッション機器だけでなく、超小型衛星を製造して、すぐに試験できるため、カスタマイズ性の高い人工衛星を開発することが可能である。

ただし既に日本国内においては、アークエッジスペースやテラスペースをはじめとした先行企業が存在する。部品製造から人工衛星の製造、組み立て、試験まで、自社内でサプライチェーンの内製化を進めることで、短納期かつ安価で顧客に提供することで、競合企業との差別化を目指す。

5. 事業の実現性と社会的意義について

事業化に向け、北九州市が主導する FAIS 研究開発プロジェクト支援事業(500 万円)と、PARKS スタートアップ創出プログラム(2,000 万円)に既に採択されており、超小型衛星ミッションインテグレーターの創業に向けた準備だけでなく、人工衛星用小型アンテナの研究開発を進めている。またこれまで九州工業大学の人工衛星の開発に関わった先生方に技術を活用する許可をいただき、URA の方々に技術シーズの活用方法や知財などについてサポートいただきながら、2024 年度中の創業に向けた準備をチームメンバーと進めている。

本事業プランは、通信サービスや地球観測サービスなど地上インフラになり地球規模の課題を解決することに貢献するだけでなく、月や深宇宙探査などを行うことで、人類の科学発展に貢献することを目指している。衛星開発において豊富な実績を持つ九州工業大学から創業することで、世界ナンバーワンの衛星メーカーを目指す。

6. 資金計画について

必要な資金とその調達方法、事業開始後3年間の収益の見通しについて説明してください。

会社創業後プレシードラウンドで、PARKS スタートアップ創出プログラムの共同参画者でもある HERO Impact Capital をはじめ、ベンチャーキャピタル数社から約 1 億円弱の資金調達を予定している。リーダーの佐藤はシード期のスタートアップへ投資を行うベンチャーキャピタルで約 3 年間勤務しているため、投資家からの資金調達方法について熟知しており、国内のベンチャーキャピタルとのネットワークを有している。次回ラウンド以降はそのネットワークを活用して、上場までに数十億円規模の資金調達を実施し、生産能力の拡大を進めていく。

また既に大手の顧客候補企業とともに契約締結に向けた検討を進めており、事業開始後の初年度で 2～3 億円規模の案件の受注を行う予定である。この受注実績を元に衛星コンステレーション案件の受注を行い、事業開始から 3 年間で 10 数億円規模の売り上げを目指す。

受付番号

第回 24 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　星崎　圭亮
共同提案者名　林田　幸大	
事　業　名　新廻魚	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　未利用魚が地球を救う！？	

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、どのようにし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（社会的意義）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。

『新廻魚』は生産者から未利用魚をいただき、それを加工し、消費者に SNS で PR し EC サイトで販売し提供するビジネスである。今まで消費者に認知されていないことや規格外のために販売できずにいる食用の未利用魚を販売することで、生産者は今まで売ることのできなかった魚で、収入を増やすことができ、消費者も今まで知らなかった新しい魚を食べることができる。さらに、未利用魚を普及することができれば、水産資源を分散することができ、水産資源の保全にもつながる。売上の 30%を漁業者へお渡しし、残りの 70%を販売売上として得る。

2．ビジネスプランの具体的内容

<テーマ>
宮崎の未利用魚のネット販売ビジネス

<商品･サービスの内容>
世の中には数多くの魚がいるが、市場で出回っている魚はほんの一部であり、将来の水産資源の問題を考慮すると、今まで消費者に認知されていないことや規格外のために販売できないがために、食べられるのにもかかわらず売れない未利用魚を活用するべきだと考えた。そこで、漁業者に未利用魚をいただき、保存が効くように加工し、Instagram や TikTok などの SNS で未利用魚に関する PR 動画を作成および発信をし、EC サイトに集客し、販売するのが『新廻魚』である。そして売上金額の 30%を漁業者に、残りの 70%を私たちが販売売上として得るビジネスモデルにする。そうすることで、生産者は今まで売ることのできなかった魚で、収入を増やすことができ、消費者も今まで知らなかった新しい魚を食べることができる。さらに、未利用魚を普及することができれば､食用魚の水産資源をより分散することができ､水産資源の保全にもつながる｡結果として、『新廻魚』は「生産者－消費者－環境－私たち」の 4 方よしのビジネスである。

<着眼点>
共同提案者の林田は釣り好きで､よく友達と海や川で釣りを楽しんでいる｡ある日､未利用魚を釣った際に、これらの魚を使ったビジネスがないかと考え、「新しい未利用魚という食文化を提案し、地域の漁業振興に貢献したい」という想いから『新廻魚』というビジネスプランを考えた。

<差別化>
宮崎県の未利用魚に特化すること、および未利用魚の PR 動画の作成及び SNS での発信による EC サイトへの集客力が、未利用魚ビジネスにおける『新廻魚』の差別化である。

<優位性>
『新廻魚』の優位性として、今後必ず問題になるであろう海洋資源に関する環境問題および、世界の人口増加に伴う魚の消費量の増加といった食料問題の解決の糸口のひとつになる。海洋資源については、地球温暖化による海面上昇や海水温の上昇によって、漁獲量が減ったり、完全に獲れなくなると、今食べられている魚の価格が現在よりも高騰したり、場合によっては絶滅の恐れにもなりかねない。だからこそ、食用魚の種類をより多く分散させるためにも未利用魚の活用は、環境問題のみならず、私たちの生活にも大きく関わるといえる。さらに、未利用魚の認知度が上がり販売することができれば、未利用魚が未利用魚でなくなり、それによって、生産者である漁業者の収入が上がり、ひいては地域漁業の活性化につながる。消費者も今まで知らなかった未利用魚を食べることで、日本の伝統魚文化の活性にもつながる点が『新廻魚』の優位性である。

＜利便性＞
現代は高度な情報社会であり、大企業でない個人でも、Instagram や TikTok などの SNS でフォロワーを集め、EC サイトで物販をするという SNS マーケティングができる時代である。特に『新廻魚』のような消費者の認知が低い未利用魚を販売するためには、未利用魚についての情報発信が必要不可欠である。だからこそ、魚の特徴や調理方法および味といった未利用魚に関する PR 動画を自分たちで作成し、SNS で発信する。また、利便性を高めるために、情報発信だけでなく、分かりやすい EC サイトの構築も心がける。

<ビジネスプランの『ウリ』>
『新廻魚』のウリは、これまで注目されていなかった未利用魚の PR と販売をする点にある。図 1（8：別紙に記載）によると日本の漁獲廃棄量、すなわち未利用魚の量は年間 30 万トンであり、これは日本人だとおおよそ 670 万人の 1 年間分の魚の消費量に匹敵する。『新廻魚』はこの未利用魚にフォーカスして EC サイトで販売するビジネスである。また、未利用魚をより多くの人に知ってもらい、消費してもらえるように未利用魚の PR をしていく点も『新廻魚』のウリのひとつである。

<これまでの事業（他社の商品）にない新しさ>
『新廻魚』の新しさは、未利用魚をマーケティングする点や、未利用魚を高付加価値戦略によるブランド化して販売するために､SNS での PR 動画によるブランディングおよび EC サイトへの集客を行うところにある。

<社会とお客さまへのメリット>
『新廻魚』の社会へのメリットは、優位性のところでも述べたが、未利用魚の活用による水産資源の分散、および食料問題の解決であり､地域漁業の活性化にもつながる点にある｡また､お客さまへのメリットとして、食の選択肢を広げることや、SNS での情報発信を行うので、未利用魚への知識（特徴や調理方法）が増える点にある。

3．マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

〈基本戦略〉
『新廻魚』の強みは、未利用魚の種類の多様性による差別化、サブスクリプションの導入、SNS での PR 活動があり、他社に真似できないものは、宮崎という限定地域で獲れる未利用魚の販売をすることと、未利用魚の認知度を上げるための PR 活動である。主なターゲットは食に関心を持っている主婦や料理愛好家であり、オリジナルの EC サイトでサブスクリプション販売をすることで利益を上げ、拡大することができれば、宮崎県の他の漁場（串間・日南・油津・日向など）や他県での未利用魚の販売を行うことができる。

サブスクリプション販売にしたのは、未利用魚も時期によって、同じ場所でも獲れる種類の魚が変わることから、サブスクリプション販売にすれば、多種類の魚を消費者に提供できると考えたからである。

〈価格戦略〉

未利用魚のサブスクリプション販売価格について、まだどのような未利用魚をどのような加工方法で、どのくらいの経費が掛かるのか未定なので、『新廻魚』と同じようなビジネスモデルをすでに実施している「フィシュル」を参考にして、販売価格設定を行うと、ひとり 1 か月で 5000 円（フィシュルは 5〜6 品）となる。いずれにしても、未利用魚が消費者に知られていないことを逆手に活用して、ブランディングを行い、高付加価値戦略で販売する方針である。

〈販売戦略〉

生産者である漁業者に実際にインタビューするとともに、ビジネスプランの営業をする（『新廻魚』のサービスを取り入れるかどうか…すなわち未利用魚をいただけるかの交渉をする）。また、加工についても加工方法が決まり次第、加工業者にアポイントをとり、未利用魚の今後の展望およびビジネスプランの説明をする。販売チャネルについては、Instagram や TikTok などの SNS で集客および未利用魚への認知を行い、EC サイトに流入させる。

〈競合情報〉

実際に宮崎県では、JF 宮崎漁連の EC サイト「エコフィッシュ宮崎」がある。ここでは、県内で獲れた未利用魚や低利用魚のプライベートブランド販売を行っている（3 品）。また、先ほど上記で述べた「フィシュル」は、福岡県で獲れる未利用魚を加工してサブスクリプション販売をしている福岡県の企業であり、これらが市場での競合相手である。自社の優位性としては、宮崎県の地元で獲れる未利用魚を販売する点と SNS での未利用魚の PR をする点があり、弱みとしては日本人の魚離れの深刻化や宮崎で獲れる未利用魚の加工方法がまだ確立していない点にある。

〈販促戦略〉

『新廻魚』はサブスクリプション販売をするので、最初の購入の壁を低くするためにも、初月は 3 割引で提供するようにする。また、SNS だけではなく口コミで広げるためにも EC サイト内で口コミやコメント機能をつける。また、SNS でのプレゼント企画やキャンペーンクーポンなどの施策も実施する。

〈事業上のリスク〉

『新廻魚』のリスクとして、未利用魚を定量的に毎月確保できるかという問題がある。どうしても漁業は獲れる獲れないの波があるので、未利用魚も安定的に供給することは難しいといえる。また、国内では魚の消費量が減っているのも問題であるが、一方で世界での魚の消費量は増えているので、国内だけでなく、世界にも目を向けて宮崎の未利用魚を販売するのも一つの方法だといえる。

4．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

（注 1）特許出願前のものは、応募により特許取得できなくなりますのでご注意しください。
（注 2）特許申請をしただけでは、許可されるとは限りませんし、特許があっても『採算性』があるとは限りません。

『新廻魚』に関する既存と違いを生む技術や知識として、代表者である星崎の営業力および EC サイト制作、共同提案者である林田の魚に関する豊富な知識が私たちの強みである。また二人とも動画制作のスキルがあり、PR 動画の企画及び制作ができるため、SNS マーケティングと EC サイトを同時に運営することができ、結果として未利用魚を売ることに注力を注ぐことができる。

また、経験や未利用魚についての知識を深めるためにも、実際に生産者である漁業関係者にインタビューする。

5．事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

<事業の社会貢献度>

『新廻魚』の社会課題の解決は、海洋資源に関する環境問題の解決のひとつになると考える。未利用魚を活用せずに、現在の食べられている魚だけを今後も獲り続けると、いずれ水産資源が枯渇する恐れがある。これは食料問題にも関係するが、日本の魚の消費量は年々減少する一方で、世界の魚の消費量は年々増加している。世界での視点で見れば、水産業の市場は拡大していることが分かる。限られた水産資源を保全するためにも、食用の魚の種類を増やし、魚の消費する種類をもっと分散するべきである。そうすれば、海洋資源も保全されるし、食料問題にも対応できるだけではなく、食の多様性を広めることや、生産者の収入をも増やすことができる。そのためにも『新廻魚』は未利用魚の認知度を上げるための広報活動と販売活動を行っていく。

<実現性>

『新廻魚』の実現性は大いにある。わたしたちが今後すべきことは、まず漁業者にインタビューを行い、未利用魚の現状を伺い、営業プレゼン（『新廻魚』のサービスを取り入れるかどうか…すなわち未利用魚をいただけるかの交渉をする）を行う。また、未利用魚の保存方法について考え、加工業者についてもアポイントを取り、未利用魚の活用について営業プレゼンを行う。EC サイトについては、代表者である星崎が作成する。また、差別化する点においても重要な SNS での未利用魚の PR 動画の作成及び発信は、実際に『新廻魚』のアカウントを作成し、企画や撮影、編集は星崎と林田の二人で行う。二人とも動画編集の経験（Cap Cut および Premiere Pro）があるので、SNS マーケティングについて勉強すれば、PR 動画の作成及び発信は可能である。

<将来の実業家としての抱負>

将来ビジョンとしては、まず宮崎県の未利用魚を地元宮崎や日本だけではなく、EC サイトでのネット販売という点から世界をも視野に入れる。未利用魚はもちろんながら、宮崎だけではなく、日本全国で種類も異なりそれぞれ差別化ができるので、将来は全国展開していく。

6．売上・利益計画

（単位：千円）

	第　1　期 （　令和７　年）	第　2　期 （　令和８　年）	第　3　期 （　令和９　年）
①　売上高	100,000 千円	200,000 千円	400,000 千円
②　売上原価　※	50,000 千円	100,000 千円	200,000 千円
③　粗利（①-②）	50,000 千円	100,000 千円	200,000 千円
④　販売費　※	20,000 千円	30,000 千円	40,000 千円
⑤　営業利益（③-④）	30,000 千円	70,000 千円	160,000 千円
⑥　営業外損益　※	0 千円	0 千円	0 千円
⑦　経常利益（⑤-⑥）	30,000 千円	70,000 千円	160,000 千円

- 記入単位は千円ですので、間違えないように記載してください。
- 売上高と事業ごとに必要な経費をしっかり予測し、記載してください。

【上記※の解説】
売上原価…その商品を作るのに必要な費用。主に仕入れにかかる費用、原材料費等
販売費…営業活動に必要な費用。人件費・販促費・旅費交通費・雑費等
営業外損益…本業以外の利益と損失の合計。特にないなら０で計上

・売上高

宮崎県の未利用魚を年間合計 20,000 パック販売し、1 パックの販売価格を 5,000 円と設定した場合

年間売上高　20,000 パック　×　5,000 円　= 100,000 千円

・売上原価

未利用魚は生産者である漁業者からタダで仕入れる（その代わり売上の 30%が漁業者に入るしくみにする）、またその他にも経費として加工費用や保管費用がかかる

漁業者に入る金額　100,000 千円×30%　= 30,000 千円

加工費用および保管費用　20,000 パック　×　1,000 円（1 パックあたりの加工と保管コスト）= 20,000 千円

合計売上原価費　30,000 千円　+ 20,000 千円　= 50,000 千円

・粗利（売上総利益）

粗利　100,000 千円　－ 50,000 千円　= 50,000 千円

・販売費

人件費は基本、EC サイト販売なので不必要である（星崎と林田の SNS 広報広告活動による人件費は除く）。また、SNS 広告費や EC サイト運営費、包装費用および配送費用、販促費がかかる。

SNS 広告費用と EC サイト運営費　500 千円　×12 = 6,000 千円

包装費用および配送費用　20,000 パック　×　500 円（1 パックあたりの包装コスト）= 10,000 千円
販促費　4,000 千円

合計販売費　6,000 千円　+ 10,000 千円　+ 4,000 千円　= 20,000 千円

・営業利益

営業利益　50,000 千円　－ 20,000 千円　= 30,000 千円

・営業外損益

営業外損益　0 千円

・経常利益

経常利益　30,000 千円　－ 0 千円　= 30,000 千円

7. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
・設備資金		・自己資金	1,000 千円
EC サイト開発費用	1,000 千円	・金融機関の借入金	20,000 千円
・運転資金		・クラウドファンディング	5,000 千円
加工費用、保管費用	20,000 千円	・投資会社からの投資	15,000 千円
包装費用および配送費用	10,000 千円		
SNS 広告費と EC サイト運営費	6,000 千円		
販促費	4,000 千円		
・合計	41,000 千円	・合計	41,000 千円

8. 別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

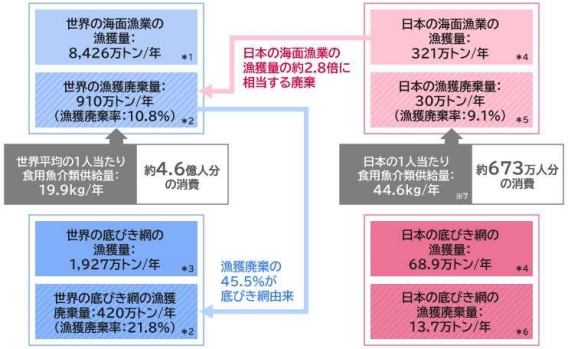


図１：日本と世界の漁獲量に関するデータ

【様式 1】

第5回九工大起業家コンテスト
【提案書】

※ 本提案書は、様式1と様式 2 です。
※ 記載いただいた内容は本コンテスト以外には使用しません。
※ 【様式 1】は 1 ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

作成日：2024 年　9 月 6 日

ビジネスプラン名	次世代スライド発表プラットフォーム（DeckHub）		
ビジネスプラン概要 （300 字程度）	DeckHub はこれまでのスライド発表に関わる課題や問題点を解決し，新たなユーザー体験を実現するスライド発表に特化した次世代プラットフォームです。「スライド発表に関わるすべてのストレスをゼロに」という目標を掲げ，2023 年の福岡未踏で開発を開始したプロダクトのサービス化を目指しています。本プロダクトはスライド発表に必要な機能1つに統合し，課題や問題点を解決するとともに，これまでにない機能を実現し，新たなスライド発表体験を提供します。		
リーダー （九工大学生）	氏名（フリガナ）	下前仁志	
	学部・学科/専攻・コース	情報工学府　情報創成工学専攻	
	学生番号	246E0028	
	E-mail	Shimomae.hitoshi210@mail.kyutech.jp	
	携帯電話番号	08047039652	
グループメンバー ※全てのメンバーの記入をお願いします。	氏名（フリガナ）	E-mail	所属
	栗原佑弥	kurihara.yuya803@mail.kyutech.jp	情報工学府
将来の起業家としての抱負	身近な課題や問題に対して，新たな着眼点から解決方法を模索し，課題や問題の解決を行うだけでなく，そこにプラスアルファとして，これまでにない新しい体験や価値を見出し，提供していきたいと思っています！ めんどくさいを原動力にソフトウェアで身近なストレスを無くしていきます！		

【様式 2】
※ 【様式 2】は2ページです。各々の欄の幅や行数は適宜変更して構いません。

1. 発案の動機について
どのような課題を解決するのか、発案のきっかけや動機、想いを踏まえて説明してください。

近年，スライド発表は対面だけでなくオンラインやハイブリッドといった形式も主流となっている。形式の多様化により複数のツールを組み合わせる必要が出てきた．現状，勉強会のようなスライドを用いた発表を伴うイベントを行うためには，イベントページ作成・参加者募集等を行うツール，スライドを共有するツール，スライド作成・発表を行うツール，表示するツールが必要となる．また，Q&A を行うために専用ツールを用いる場合もある．このように使用する機材やツールが増えることで，画面共有が出来ない，映したい画面とは別の画面が映るなどのトラブルや操作ミスが発生しやすくなり，イベントの進行の遅れや想定していた発表が出来ないといった問題が起きる．また，私たちが実施したアンケートの結果より，画面共有やケーブルの繋ぎ換えでトラブルが発生する，聴講者の反応がわからない，スライドを巻き戻って見られない，質問やコメントの心理的ハードルが高い，スライド内のリンクがクリックできない，などの不満点があるということが分かった．

これらの課題を解決するために私たちは福岡未踏的人材発掘・育成コンソーシアムでスライド発表に特化したプラットフォーム「DeckHub」のプロトタイプを開発し，高評価をいただきました。さらに実用化を期待する声も多数もらい，現在サービス化に向け開発を行っている。本コンテストに応募した理由はビジネスプランのブラッシュアップを行い，発表でフィードバックを貰い，サービス化に向けた準備を行うためである．また，もし賞金を頂くことが出来れば開発費用に使いたいと考えている。

2. ビジネスプランの内容について
提供する製品やサービスの具体的内容およびそれらの特徴について説明してください。

本サービスはスライド発表に必要な機能を1つに統合することで，スライド発表に最適化された機能とパフォーマンスを実現し，スライド発表に関わる従来の課題を解決しつつ，これまでにないユーザー体験を提供する．これによりイベントページの作成から参加者募集・管理，スライド発表，スライド共有，アーカイブ共有などをオンラインやオフライン，ハイブリッドに関係なく，本サービスで完結させることが可能になる．そして，各機能の密な連携により，従来サービスの組み合わせで感じていた煩わしさなどを解消し，ストレスのないユーザー体験を実現する。また，スライド発表機能ではスムーズな発表者と資料切り替えや前のスライドを見返せる機能，スライドとコメントの紐付け，インタラクティブなスライド機能，スライドの翻訳機能，字幕・音声書き起こし機能など，の機能を実現し，これまでにない発表体験を提供する．さらに，発表者や聴講者の操作ログデータや発話情報などを活用し，統計データの可視化や発表者へのフィードバック機能なども実現し，更なる価値を提供していく。

また，スライド発表は様々な分野で行われているため，各分野に特化した機能や価値の実現も行う．現在考えている分野はイベント，教育の分野である．イベントは講演会や就活イベント，カンファレンスなどがあり，ユーチューブでのライブ配信や広告・宣伝動画の差し込み，複数セッションの管理機能などを提供したいと考えている．教育では学校や企業の研修などがあり，学認 SP や OpenID Connect での学校のシステム基盤との連携や行動ログ，アンケートなどによる理解度の可視化などの機能を提供したいと考えている。

3. ビジネスプランを実現するための革新的方法について
プランを実現するために培った革新的技術、特許、技能、ノウハウ、資格について説明してください。
特許出願前のものは、応募により特許出願できなくなりますので、記載する必要ありません。

従来の方法では，発表者の PC でスライドショーを開始し，その画面をプロジェクターや画面共有で配信していた．本サービスでは，スライドデータを事前アップロードし，入室したすべての利用者の Web クライアントにスライドデータを配信して表示する手法を用いる。また，発表者のスライド操作や各参加者の操作イベントなどをリアルタイムに共有することで，ページの切り替えといったスライド発表の基本的な機能を実現するだけでなく，発表者と資料のスムーズな切り替えなどの今までにない機能を実現している。また，画面共有などの動画共有に比べ，データの送受信量が大幅に抑えられるため，ネットワークの帯域や速度の影響を受けにくくなる。これにより，遅延や画質の低下などの問題を解決できる。

4. 顧客層／マーケティング戦略について

(1)製品やサービスを利用すると想定される顧客層を説明してください。顧客層にどのようにアプローチして、どのような価値(メリット)を提供するのかを説明してください。

本サービスの顧客層はスライドを用いた発表を企画運営する人，発表する人，聞く人である．また，スライド共有機能ではスライドを共有する人，ウェブ検索で情報を探している人も対象となる。
共通して提供する価値として直感で分かりやすいモダンなデザインと操作性とこれまでにない新しい機能とユーザー体験を提供する．これにより企画運営する人，発表する人，聞く人にストレスのない発表を提供する。また，発表を企画運営する人に対してはイベントページの作成，募集・招待，参加者の管理，スライドデータの管理，様々な開催形式・方法に対応した発表機能，スムーズな発表者交代・イベント進行，アーカイブやスライド共有，様々なログデータの分析機能，など企画運営に必要な機能を提供する．発表する人に対しては，画面共有や発表者交代，コメントや質問対応，発表終了後の資料共有の煩わしさ排除し，ストレスのない発表体験とインタラクティブな発表を提供する．聞く人に対しては，前のスライドを見返す機能やスライドに紐付いたコメントや質問，リアクション機能，インタラクティブなスライドなど今までにない聴講体験を提供する。
toC と toB の両軸で収益化を行う．収益化手法としてフリーミアムモデルを採用し，サブスクリプションで収益化を行う．エンタープライズでの収益をメインに考えている．
マーケティングとしてデジタルマーケティング，コンテンツマーケティング，リファラルマーケティング，などを実施する．また，本サービスの特性上，コンテンツマーケティングでの集客が大いに期待できる。

(2)競争相手との差別化、ビジネスプランの有利な点やリスク(弱み)について説明してください。

本サービスはスライド発表に特化しているため，既存のミーティングツールとの差別化が出来ている．ミーティングツールでもスライド発表は可能であるが，あくまで副次的な活用方法であり，様々な課題や問題がある．本サービスは発表に特化することにより，発表に最適化された機能，UI/UX を実現している。
本サービスの弱みとしては対応できるスライド形式が限られることやアニメーションへの対応に限界がある点である。また，スライド作成機能では競合ツールが非常に優れているため，共存を目指す必要がある。そのため，本サービスの大きな課題としてはスライド作成の競合サービス独自のスライド形式にどれだけ対応できるかがポイントとなる。

5. 事業の実現性と社会的意義について

スライドを用いた発表は様々な分野で行われており，近年ではオフラインだけでなく，オンラインやハイブリッド形式で行われるようになっている．その流れでミーティングツールの需要が大きく高まっているため，大きな市場であることは明白である．そのため，本サービスの需要はとても大きいと言える。福岡未踏や技育博でのフィードバックから期待感が大きいことも実感できている。

現在プロトタイプとしてある程度使える形になっており，プロダクトの実現可能性としては非常に高いと言える。収益化などのビジネス面では試行錯誤は必要であるが，ランニングコストは比較的低いため実現可能性は十分高いと言える。

本サービスが広まることで，スライドを用いた発表の更なる促進と普及に貢献するとともに，新たな可能性を提起し，発展を促すことができると考えている。

6. 資金計画について

必要な資金とその調達方法、事業開始後3年間の収益の見通しについて説明してください。

法人立ち上げ費用と初年度のランニングコスト(サーバー代)で最低約 300 万と見積もっている．資金調達方法は自己資金，大学や国の起業支援プログラム，補助金や助成金，ベンチャーキャピタル/エンジェル投資家/銀行からの資金調達の順で考えている。

収益見通しとして 1 年目にランニングコスト(サーバー代など)を賄えるぐらいの収益を目指す．2 年目に赤字脱却を目指す．1年目は 300 万程度，2 年目は 1000 万程度，3 年後に 2000 万から 4000 万程度の収益を想定している．本サービスはフリーミアムを採用するため収益が増えるまでに時間がかかるので，案件受注やイベント運営などでの収益化も行おうと考えている。

（プラン募集ビジュアル［表面］）

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

共催 九州・大学発ベンチャー振興会議

2023年度(前回)協賛・協力企業 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)アビカル、EY新日本有限責任監査法人、WASHハウス(株)、SGインキュベート(株)、(株)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(株)、(株)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(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)、(株)ジオクラスター、(株)豊川設計事務所、西日本鉄道(株)、(株)博運社、(株)はせがわ、(有)坂本石灰工業所、廣田商事(株)、(株)Branches、レイナ(株)、(株)ワールドホールディングス、(株)フラウ、(株)十八親和銀行、(株)九州リースサービス、(株)宮崎銀行、(株)池田工業、(株)筑邦銀行、(株)シティアスコム、(株)やずや、(株)正興電気製作所、大阪中小企業投資育成(株)、(株)アウルズ、福岡工業大学、(株)電気ビル、(株)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、(株)肥後銀行、(株)熊本銀行、如水監査法人、(株)ふくや、米良電機産業(株)、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(株)、(株)日本政策金融公庫、日本弁理士会九州会、(株)T (順不同)

2023年度(前回)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

【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((一社)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/

大学発VBPC 検索

第24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･高専等の研究シーズを活用した事業、社会課題解決に資する事業、日常生活で発見したアイデアをヒントにした事業、食・観光など九州の特色を活かした事業等。事業実施箇所は国内外を問いません。
アイデアに留まらず、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　**2024年6月3日(月) ～ 8月23日(金)**

■応募用紙　当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（daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp）宛にeメールで提出してください。

■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 ビジネス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

二次審査会は「3分動画」を使用いたします。
動画の内容は自由（法律の範囲内）です。二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、早めにご準備ください。

一次審査

書類選考（9月上旬 予定）

二次審査

一次審査で選ばれた応募者は二次審査前に「３分動画」を作成･提出。
審査会（10月12日(土)予定）で、最終審査会進出者を決定。※ リモート審査。

最終審査会

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**　**2024年11月9日（土）**
- **会　場**　**ももち浜SRPホール（福岡市早良区）※予定**
- **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**	☆
台日商務交流協進会理事長賞		**1点**	

※ 右側に「☆マーク」の記載がある賞の受賞者は全国大会に参加していただきます。
※ 最終審査会の発表者には、会場までの交通費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。

▶ 台日商務交流協進会理事長賞
台日商務交流協進会より派遣された審査委員が独自の基準により選出。

全国大会への２つの道

「グランプリ」受賞者は「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」へ出場！
「ＮＩＣＴ賞」受賞者は「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23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24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）

九州工業大学
代表　畠山 雄樹さん

九州工業大学
代表　佐藤 凛さん

九州工業大学
代表　下前 仁志さん

筑紫女学園大学
代表　坂本 明日香さん

九州大学大学院
代表　小川 竜矢さん

長崎大学
代表　松尾 康佑さん

大分大学大学院
代表　藤原 泰樹さん

宮崎大学
代表　前田 瑞佳さん

宮崎大学
代表　星崎 圭亮さん

崇城大学
代表　岩村 みのりさん

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10チームが競います！

開催日時　2024年 11月9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 17校・36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6日（水）18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
「あなたの知らない第2創業の世界」

くらおか　かずのり
倉岡 和徳 氏
株式会社倉岡紙工 代表取締役社長 CEO

《経　歴》
1983年熊本県生まれ。早稲田大学政治経済学部経済学科卒業、IBPグローバル留学奨学金の特待生として、ワシントン大学修了。
帰国後、専門商社へ入社。香港駐在時には、アジア地域のサプライチェーンをマネジメントし、多様な人種、文化での実務を経験。
2013年に家業である紙パッケージ製造の（株）倉岡紙工に入社。2020年には、「クリーン×スマートファクトリー」を立ち上げ、熊本からイノベーションを起こし続ける仕掛け人として注目されている。3代目アトツギベンチャー。

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	武田　則秋	日刊工業新聞社西部支社	支社長
委　　員	真木　　農	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	帆足　恵美子	福岡市 経済観光文化局 創業推進部	創業支援課長
委　　員	中野 千亜希	（独）中小企業基盤整備機構九州本部	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	吉村　貴寛	（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）

氏名	所属企業・団体名	役　職
武田　則秋	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
東久保 隼人	〃	係員
佐藤　和輝	福岡県 商工部 新事業支援課	主任主事
瀬戸山　大空	〃	主事
野下　由樹	福岡市 経済観光文化局 創業推進部 創業支援課	係長
田中　佑奈	〃	
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
渦古　三和	〃	
徳島　大典	(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
才田　美穂	〃	
御﨑　正二	（一社）九州経済連合会　産業振興部	参事
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

協賛・協力 （順不動）

九州電力 ずっと先まで、明るくしたい。
QTnet
福岡銀行
西日本シティ銀行
ストライク 世界を変える仲間をつくる。
西日本プラント工業株式会社 Nishinippon Plant Engineering and Construction Co.,Ltd.
FFG FFGベンチャービジネスパートナーズ
JR九州
Koga Management Institute
西部ガスグループ
teno. GROUP
Nishitetsu Group
50th 九州リースサービス
CHIE CHIE IMAI
熊本銀行
Deloitte. トーマツ デロイト トーマツ
西部ガスグループ SGインキュベート株式会社
世界を、“Wa”でいっぱいに。 三和酒類
税理士法人くまで会計事務所
HIROTA GROUP
坂本石灰工業所
株式会社九南
nishimu ニシム電子工業
ワールドホールディングス
崇城大学 SOJO UNIVERSITY
WASH ハウス コインランドリー
GEO CLUSTER
株式会社豊川設計事務所 TOYOKAWA ARCHITECTS & ASSOCIATES
EY Building a better working world
はせがわ
Kyu san 九電産業株式会社
十八親和銀行
SOU キッズケア
ー私たちは日本の未来を育てる企業です ー
SOUキッズケア株式会社
（旧：株式会社 アピカル）
子育てが楽しい社会作りのお手伝いをしています
木村情報技術株式会社 KIMURA INFORMATION TECHNOLOGY Co., Ltd
株式会社薩摩川内鰻
SEIKO ELECTRIC 正興電機製作所
筑邦銀行
CITY ASCOM 株式会社 シティアスコム
本物だけをまっすぐあなたへ やずや
如水監査法人
CX Value Lab
明日の夢 人から人へ 宮崎銀行
NiSHiKOH
博多中洲 味の明太子 ふくや
興電舎
税理士法人 さくら優和パートナーズ Licensed tax accountant corporation. YOU ARE PARTNERS.
SBIC WEST JAPAN
肥後銀行 HigoBank
Mera Group Corporation 米良企業グループ
Net Medical Center
FIT Fukuoka Institute of Technology 福岡工業大学
GXPartners
デザインしよう、資源の今と未来。 OTSUBO GSI.
SEKISUI HOUSE 積水ハウス株式会社 福岡マンション事業部
池田工業 IKEDA
日本政策金融公庫
JAFCO
QB Capital
JPAA
PARTNERS FUND

共催

九州・大学発ベンチャー振興会議

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

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

写真提供：NICT

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内

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/