

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 報 告 書



平成26年3月

大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

目 次

1. 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	(1)
2. 12月11日コンテストの概要	(2)
(1) 事業の目的、(2) 実施体制、(3) プログラム、(4) コンテスト結果発表	
3. コンテスト開催までの実施項目	(4)
(1) ビジネスプランの募集、(2) ビジネスプランの応募状況、(3) ビジネスプランの選考、 (4) 聴講者の募集、(5) 審査基準、(6) 会場審査投票用紙、(7) 表彰基準、(8) 審査員名簿	
4. コンテストの様式	(9)
5. コンテストに寄せられた声	(10)
(1) 受賞学生の感想（発表者）、(2) 審査員のコメント	
6. 来場者・学生（発表者）アンケート結果	(14)
7. コンテスト実施までの取り組みと今後の課題	(22)
8. キャンパスベンチャーグランプリ全国大会 結果報告	(25)
9. コンテスト発表者のビジネスプラン（発表順）	
(1) 大分大学 経済学部 地域システム学科 / 東村 省吾 泊 真弘	(26)
「インターネットを用いた学生向け情報発信事業」	
(2) 熊本高等専門学校 電子情報システム工学専攻 / 徳永 真二	(33)
「携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション」	
(3) 鹿児島大学 理学部 生命化学科 / 長重 佑 中野 裕太 新郷 萌子	(39)
「ビジネス向け動画投稿サイト『Goodonors』」	
(4) 北九州工業高等専門学校 制御工学専攻 / 花田 美佳 三上 叡洸	(47)
「学童保育支援システム C-Bridge」	
(5) 北九州市立大学 経済学部 経営情報学科 / 内村 友希 田中 宏幸 東郷 憲吾 上蘭 竜成	(54)
「3Dプリント技術のC2C事業」	
(6) 北九州工業高等専門学校 生産工学専攻 / 片山 将	(62)
「Sky Eye」	
10. 全応募プランの概要	(69)
11. 告知物・募集概要	(73)
12. 実行委員会について	(75)

1. 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



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 長谷川 裕一

この度は、第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストの開催にあたり、多くの方々にご協力を賜りまして、誠にありがとうございました。深く御礼申し上げます。

チャレンジ精神溢れる起業風土の醸成のため、本コンテストは平成13年にスタートし、官民が手を携えて『起業家の卵の育成』に取り組んでまいりました。そして今回で13回目を迎えました。本年度は21の大学院、大学、高専から、43のプランをご応募いただきました。

学生の方々がベンチャーを目指す取り組みは本コンテストのみならず、県、地域、グループあるいは学校単位でも開催され、これらの活動は以前より増して盛り上がりを見せております。その中でも、本コンテストは九州地域全体を対象とし、さらにキャンパスベンチャーグランプリ全国大会へのステップとして、学生の皆様に大きな目標を持っていただける大会であります。今後もこの事業を継続し大学発ベンチャーの創出拡大を図ってまいります。

学生の皆様へお伝えしたいことは、何よりも大切なことは「思い」であること。志と揺るぎない信条を持っていたきたいということです。私が会長を務めます(株)はせがわは、当初、筑豊直方の私の実家であり、間口3間奥行き5間の小さな仏壇店でした。それが今では関東・東海、九州山口に100店舗を超え、京都をはじめとする国宝文化財の修復を担い、宗教用具業界で唯一東証一部上場を果たし、まさに日本一になることができました。その原動力は学生時代に決意した「日本一の仏壇屋にする」という、強くそして深い「思い」でありました。そしてここまで事業を展開できたのは、ビジネスにおいて「人のお役に立つ」という心、「世の中を良くしたい」という思いを決して忘れなかったからではないかと思います。皆様には、強くそして深い「思い」と、起業家精神を持って何事にもチャレンジしていただきたいと思います。

当コンテストを通し、学生の皆様が起業家精神を学び、郷土を学び、郷土を愛し、郷土の為に活躍してくれることを願っております。そして、それを支援してくださっている皆様に深く感謝申し上げますとともに心から敬意を表し、私の挨拶とさせていただきます。

2. 12月11日 コンテストの概要

(1) 事業の目的

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

(2) 実施体制

【主催】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

〔九州経済産業局、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）九州地域産業活性化センター、（一社）九州ニュービジネス協議会〕

【後援】福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、北九州市、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

【協賛企業】池田工業、石村萬盛堂、井上喜、岩田屋三越、NTTドコモ、九州電力、九州旅客鉄道、九電工、九南、古賀マネージメント総研、西部瓦斯、三和酒類、白垣木材、筑邦銀行、ティティエム、テノ、コーポレーション、トーマツ・ベンチャーサポート、西日本シティ銀行、西日本鉄道、日本ゼオライト、はせがわ、廣田商事、福岡銀行、ふくや、フラウ、ポータル、やずや、レイナ、ワールドインテック（※50音順）

(3) プログラム

日時：平成25年12月11日（水）13:00～18:40

会場：福岡市役所 15F「講堂」（13:00～17:35 開会式・プレゼンテーション・講演会・表彰式）
15F「食堂」（17:40～18:40 交流会）

【第一部】開会式・プレゼンテーション 13:00～15:25

- ・主催者挨拶：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 長谷川 裕一
（一般社団法人九州ニュービジネス協議会 会長）（株）はせがわ 代表取締役会長）
- ・コンテスト概要、審査要領 説明
- ・プレゼンテーション（6プランの発表）及び審査：

【第二部】若手起業家による講演会 15:35～16:35

講師：株式会社ディカーナ／株式会社インカムレント 代表取締役 荒木 真吾 氏
演題：「熊本からニッチ市場の新たな商機を狙う！」～ネット専門の無線機全国宅配レンタル事業～

【第三部】表彰式 16:45～17:35

開会挨拶：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

（一般社団法人九州ニュービジネス協議会 ニュービジネス支援委員会 委員長）

矢頭 美世子

（株）やずや 代表取締役会長）

表彰：	グランプリ	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	長谷川 裕一
	九州経済産業局長賞	九州経済産業局 地域経済部長	生越 晴茂
	九州経済連合会長賞	九州経済連合会 産業第二部長	箴 島 修三
	優秀賞	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	長谷川 裕一

講評：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(株) 代表取締役社長）

【交流会】 17:40～18:40

開会挨拶：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 副委員長 長野 光博
（日刊工業新聞社 執行役員 西部支社長）

乾杯：九州経済産業局 地域経済部長 生越 晴茂

受賞者感想：各プラン代表者 全員

閉会挨拶：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 委員 児玉 孝雄
（一般財団法人九州地域産業活性化センター プロジェクト推進部長）

■グランプリ（1件）

大学名/氏名	北九州工業高等専門学校 / 花田 美佳 三上 観洸
事業名	学童保育支援システム C-Bridge
事業概要	近年は共働きの家庭が増え、児童保育を利用する家庭は多い。入所するには、多様な入所書類の作成を行わなければならない。また事業者自体も施設の状況などを自治体に報告しなければならない。そこで、私達は自治体・保護者・事業者の三者に必要な書類作成や管理を行うシステムを提供する。事業収益は、システムの販売とメンテナンス費用により得る。

■九州経済産業局長賞（1件）

大学名/氏名	北九州工業高等専門学校 / 片山 将
事業名	Sky Eye
事業概要	災害発生時、二次災害防止やライフライン確保のために、迅速な災害現場の状況把握が必要である。そこで、当事業では、全国の自治体向けに「安全」「短時間」かつ誰でも「容易」に使用できる投てき型空撮システム Sky Eye の提供を行う。このシステムは撮影装置をカプセルにつめ、これを投げ上げることで空撮を行うものである。

■九州経済連合会長賞（1件）

大学名/氏名	熊本高等専門学校 / 徳永 真二
事業名	携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション
事業概要	私が提案する事業は、テキスト・ネックを防止するアプリケーションの開発・販売である。このアプリケーションは、スマートフォンなどが流行している現代社会で、それらの使用によるテキスト・ネックという症状を防止することができる。収益はアプリケーションの有料販売、もしくは無料で販売しアフィリエイトや広告で得る。

■優秀賞（3件）

大学名/氏名	大分大学 / 東村 省吾 泊 真弘
事業名	インターネットを用いた学生向け情報発信事業
事業概要	インターネットを用いて大分の大学生(約2万人)にローカルなキャンパスライフに関わる情報や就職などキャリアに関する情報を提供するビジネスである。 無料で時間や場所を選ばず、大分ローカルでニーズに合った情報を入手可能なポータルサイトを構築し、大分の学生に提供する。 ウェブサイトに県内企業などの学生向け広告を掲載することで収益化を図る。

大学名/氏名	鹿児島大学 / 長重 佑 中野 裕太 新郷 萌子
事業名	ビジネス向け動画投稿サイト『Goodonors』
事業概要	学生と若手のビジネスパーソンを対象にした会員制 SNS サービスを提供する。そこでは、ユーザー一人ひとりが、自分のノウハウを文書または動画として投稿し、共有することができる。ユーザーはためになるコンテンツを評価でき、評価に応じて提供者にも収益を還元する。自社の収益は月額の有料会員から得るものとする。

大学名/氏名	北九州市立大学 / 内村 友希 田中 宏幸 東郷 憲吾 上蘭 竜成
事業名	3Dプリント技術のC2C事業
事業概要	この事業は、インターネットを介して、3Dプリンターを用いた作品の制作者を募集、または育成し、その作品の購入を希望する買い手との仲介業務を担い、両者に売買の場を提供するC2Cサイト事業である。収益はサイト利用者からの月額登録料と、出品者、購入者間での取引仲介手数料、商品の出品料等によって得る。このサイトの運営が国内の新たな技術発展のきっかけとなり、雇用創出に貢献することが我々の目指す大きな目的である。

3. コンテスト開催までの実施項目

(1) ビジネスプランの募集〔平成 25 年 6 月 14 日（金）～10 月 15 日（火）〕

- ① 九州内の全大学・短期大学、高専に資料送付
- ② 大学発 VBPC ホームページ掲載、メルマガ、ツイッター配信
- ③ 九州内主要大学の関係者へのダイレクトメール送信
- ④ 九州内主要大学を訪問し大学関係者にコンテストの目的などの説明及び資料配布
- ⑤ 各団体によるコンテストのPR
- ⑥ ビジネスプラン作成勉強会の実施による告知
- ⑦ 日刊工業新聞紙面上でのコンテスト（勉強会）の紹介
- ⑧ 九州各県の後援機関、後援依頼新聞社に資料送付
- ⑨ 有識者への依頼、各種講演時でのPR

(2) ビジネスプランの応募状況

①各県・学校種別 応募状況

九州内 6 県と、東京都、近畿 1 府の、19 大学（大学院含）と 2 高専の合計 21 校。

合計 43 件のビジネスプランの応募があった。

（ ）は応募数

県 名	学校名 大学・高専
福岡県	北九州市立大学(1)・北九州高専(4)・九州大学(1)・九州産業大学(2) 九州情報大学(1)・近畿大学(1)・久留米大学(1) 久留米大学+立命館大学+電気通信大学(1)・久留米工業大学(1)
長崎県	長崎大学(2)
熊本県	熊本大学(3)・熊本大学大学院(4)・熊本学園大学(1)・熊本県立大学(3) 熊本高専(6)・東海大学(1)
大分県	大分大学(4)・日本文理大学(1)・立命館アジア太平洋大学(1)
宮崎県	宮崎産業経営大学(1)
鹿児島県	鹿児島大学(1)、鹿児島大学大学院(2)
その他	

昨年度との比較

応募数 43 件（-12 件）

応募県 6 県（±0）

応募校数 21 校〔内訳：大学・院 19 校（-8 校）、高専 2 校（-1 校）〕短大は応募無し

②応募プランの分野別分類（複数回答あり）

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
分類	新製造 技術	新エネルギー 省エネルギー （省力化 含む）	バイオ テクノ ロジー	環境 リサイクル 産業廃棄 物処理	住宅	災害 支援	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 ・教育	情報 ・通信 （インターネット 関連 含む）	ビジネス 支援	食品 ・農林 ・水産品	加工 製造 技術	観光 資源	その他 （不明）
計プラン	1	1	0	2	0	2	25	4	3	7	18	14	6	1	5	1
構成比	1%	1%	0%	2%	0%	2%	28%	4%	3%	8%	20%	16%	7%	1%	6%	1%
順位	11	11	-	9	-	9	1	4	8	4	2	3	5	11	6	11

(3) ビジネスプランの選考

3段階の選考を経て各賞が決定いたしました。

① 第一次審査会（書類審査）

10月29日、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に所属する7団体のメンバーが、43プランについて書類審査を行いました。

各団体が事前に43プラン全てを3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）を5段階評価で採点を行い、それを元に審査会当日に審議を行いました。その結果、21プランが第二次審査会（プレゼンテーション審査）に進む結果となりました。

② 第二次審査会（プレゼンテーション審査）

11月12日、九州経済連合会6F会議室において、第二次審査会（プレゼンテーション審査）を行いました。

審査員は8名、プレゼン時間10分、質疑応答5分。

第一次審査会と同じ3項目5段階評価で採点。

全プレゼン終了後、事務局が集計を行い、審査会で順位発表。審査員による審議を行い、6プランがコンテストに進む結果となりました。

③ コンテスト（プレゼンテーション審査）

12月11日、福岡市役所15F「講堂」にて、一般公開によるコンテスト（プレゼンテーション審査）を行いました。

審査員は10名、プレゼン時間10分、質疑応答10分。

第二次審査会と同じ3項目5段階評価で採点。

全プレゼン終了後、事務局が集計を行い、審査会で順位発表。審査員による審議を行い、各賞を決定いたしました。

また、全6プランを聴講された参加者（68名）も「自分が応援したいプランを3つ選んで○を付ける」という方式で審査に参加。その集計結果も審議の参考資料として取り扱いました。

(4) 聴講者の募集

- ①コンテストの発表校の学長、校長に「コンテスト聴講」の御案内。
- ②実行委員会の団体のホームページ掲載やメルマガ会員等への案内、SNSによる案内（フェイスブック、ツイッター）等。
- ③福岡経済記者クラブへプレスリリース。日刊工業新聞掲載。
- ④今年度の協賛企業に「コンテスト聴講」の案内状送付。

(5) 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。
採点は、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

採点の目安としては、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。

審査項目	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	5	4	3	2	1	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	5	4	3	2	1	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、市場性が見極めが普通より甘い。
						1	単なるアイデアであり、市場性もない。
(3) 表現力	5	4	3	2	1	5	表現力、説得力が十分にあり、起業家としての意識も大変高い。
						4	表現力、説得力があり、起業家としての意識も高い。
						3	表現力、説得力、起業家としての意識は普通である。
						2	表現力、説得力、起業家としての意識は普通よりやや劣る。
						1	表現力、説得力、起業家としての意識は低い。

3 選定

- (1) 一次審査は書類審査により、二次審査(プレゼンテーション)を行うプランを選定する。
各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行ったのち、協議により決定する。
- (2) 二次審査はプレゼンテーション審査により、コンテストにおける最終発表プランを6~7プラン程度選定する。各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行ったのち、協議により決定する。
- (3) コンテストはプレゼンテーション審査により、各賞を選定する。
 - ・専門審査員が上記審査基準に基づき採点を行った後、会場審査の採点結果も参考にしながら、協議により各賞を決定する。
 - ・表彰はグランプリ1件、九州経済産業局長賞1件、九州経済連合会長賞1件、優秀賞数件程度とする。

4 コンテストにおける会場審査について

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

(6) 会場審査投票用紙

(聴講者用「投票用紙」記入方法)

- ・全発表プランを聴講した方に限り、投票が可能です。
- ・貴方が応援したいと思うビジネスプランを「3つ」選んで○を付けてください。
- ・○ひとつを各1点で計算し、専門審査委員会の参考資料として取り扱います。

所属団体名、御名前を記入してください。

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 参加者 投票用紙

所属団体名(学校・企業・団体名) : _____

御 名 前 : _____

★★★注意事項★★★

①採点の公平性を保つため、全発表プランを聴講した方に限り投票が可能です。
 ②所属団体名、氏名のない投票用紙は無効となります。
 ③○は必ず3つ付けて下さい。(○が、「2つ以下」または「4つ以上」ある場合は無効となります。)
 ④記載していただいた応援メッセージは、コンテスト終了後に(所属、御名前は伏せて)発表者へお伝えします。

No.	大学名	参 加 者 (◎は代表者)	事 業 名	★発表者の皆さんへの 応援メッセージをお願いします★	No.	ここに○を 付けて下さい。
1	大分大学	◎東村 省吾 治 真弘	インターネットを用いた学生向け情報発信事業	応援メッセージも お願いします。	1	○を3つ、 付けて下さい。
2	熊本高等専門学校	徳永 真二	携帯デバイス使用によるテキスト・ネットワークを防止するアプリケーション		2	
3	鹿児島大学	◎長重 佑 中野 裕太 新郷 萌子	ビジネス向け動画投稿サイト『Goodonors』		3	
4	北九州工業高等専門学校	◎花田 美佳 三上 颯汰	学童保育支援システム C-Bridge		4	
5	北九州市立大学	◎内村 友希 田中 宏幸 東郷 憲吾 上園 竜成	3Dプリント技術のC2C事業		5	
6	北九州工業高等専門学校	片山 将	Sky Eye		6	

※投票用紙はピンク色の紙です。

(7) 表彰基準

表彰区分	件数	表彰基準
グランプリ (表彰状・賞金 20 万)	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)	1 件	コンテストの審査においてグランプリに次いで評価の高いもの
九州経済連合会長賞 (表彰状・賞金 8 万)	1 件	グランプリの次に優秀なビジネスプランで、九州地域経済の活性化に資するもの
優秀賞 (表彰状・賞金 5 万)	数件	コンテストの審査において上記各賞に該当しないもの

(8) 審査員名簿

○ 第一次審査会（書類審査）…10月29日（火）

- ・大学発ベンチャー・ビジネス・コンテスト実行委員会 所属団体の担当者
《九州経済産業局、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支部、
日刊工業新聞社西部支社、（一財）九州地域産業活性化センター、（一社）九州ニュービジネス協議会》
- ・グローバルブレインズ(株) 代表取締役社長 森 英俊 氏

○ 第二次審査会（プレゼン審査）…11月12日（火）

※3 以下、50 音順

	委員会	氏 名	所 属	役 職
1	委員長	古賀 光雄	古賀マネージメント総研(株)	代表取締役社長
2	委 員	矢頭 美世子	(株)やずや	代表取締役会長
3	委 員	泉館 昭雄	公益社団法人 日本技術士会	会員
4	委 員	坂元 賢一	リクルーティング・パートナーズ(株)	代表取締役社長
5	委 員	中野 幹子	九州旅客鉄道(株)	経営企画部担当課長
6	委 員	羽立 幸司	知的財産総合事務所 NEXPAT	所長
7	委 員	濱平 努	特定非営利活動法人 NPO ふくおか	
8	委 員	森 俊英	グローバルブレインズ(株)	代表取締役社長

○ コンテスト（プレゼン審査）…12月11日（水）

※3 以下、50 音順

	委員会	氏 名	所 属	役 職
1	委員長	古賀 光雄	古賀マネージメント総研(株)	代表取締役社長
2	委 員	矢頭美世子	(株)やずや	代表取締役会長
3	委 員	綾戸 高志	(株)リクルートキャリア	マネージャー
4	委 員	有田 哲二	日本政策金融公庫国民生活事業	福岡創業支援センター所長
5	委 員	井上 良弘	井上喜(株)	顧問
6	委 員	生越 晴茂	九州経済産業局	地域経済部長
7	委 員	箴島 修三	（一社）九州経済連合会	産業第二部長
8	委 員	佐藤 隆	日本ゼオライト(株)	代表取締役社長
9	委 員	貫 正義	九州電力(株)	代表取締役会長
10	委 員	森 俊英	グローバルブレインズ(株)	代表取締役社長

※ コンテストにおける会場審査について

コンテストを全部聴講する一般参加者にも審査に参画していただきました。

一般参加者には自分が応援したいプランを3選んでいただきます。それを各1点で計算し、その採点結果は、専門審査委員会の参考資料として取り扱います。

4. コンテストの様様



プレゼンの様子（ケラップリの花田さん）



プレゼンの様子（ステージ 全景）



会場の様子（聴講者等）



ご講演 (株)ディカーナ/(株)イカムイト：荒木代表



表彰式で挨拶する(株)やずや：矢頭会長



審査会



表彰式



交流会

5. コンテストに寄せられた声

(1) 受賞学生の感想（発表者）

○ グランプリ

北九州工業高等専門学校 / 花田 美佳 三上 颯洸
「学童保育支援システム G-Bridge」

このたびは、グランプリを受賞することができ、大変光栄に思っております。自分たちが取り組んできたことが、社会ではどういう価値があるのか、ということを考える良い機会だったと思っています。研究の面からではなく、コスト計算などビジネスの側面から考える機会は、学校生活ではありません。またプレゼンでは、システムの説明だけにならないように、どのようなことが利用者にとって有益なのか、ビジネスとしての利益があるのかを伝えることが非常に難しいと感じました。ただ開発するだけでなく、その先のことも考えることができたと思っています。

またコンテストを通じて、様々な意見を頂くことができ、またビジネスを考える同じ志の学生たちのプレゼンは非常に良い刺激になりました。そして最後に、実行委員会や審査員の皆様、またこのコンテスト参加の際に指導・アドバイスをしてくださった先生や研究室のメンバーには非常に感謝しております。



○九州経済産業局長賞

北九州工業高等専門学校 / 片山 将
「Sky Eye」

この度、九州経済産業局長賞を頂きました。まず初めにこのような機会を与えて下さった皆様とサポートして下さいました先生・研究室メンバーに感謝したいと思います。ありがとうございました。

今回、初めてビジネスプランというものを1から考えましたが、やはり資金計画やマーケティングに関する箇所をどのように考えるのかが1番の課題でした。私のプランはデバイスを用いたものですが、その仕様等に関しては比較的うまく考えることができました。それは、これまでに機械や制御の学会に4回参加し、そこから学んだことが多かったためです。一方、マーケティング等について学んだことがなかったため、類似ビジネスやデバイス等を調べあげて比較したり、市場の検討をしたりと困難でした。しかし、この経験は私の中でとても重要だったと感じています。調査を行う能力というのは生きていく上で必要であり、そこを今のうちから鍛えて今後就職した際に企画やプロジェクトで活躍したいです。



○九州経済連合会長賞

熊本高等専門学校 / 徳永 真二
「携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション」

今回、「九州経済連合会長賞」を受賞することができて、大変嬉しく思います。しかし、全国大会のキャンパスベンチャーグランプリに出場できなかったことは、悔しくも思います。今回の大学発 VBPC に応募するうえで、実際にビジネスモデルを考え、そのプランを実行することが非常に難しいことに気づきました。また、学生では今回のような、マーケティング戦略などを考える機会は殆ど無いと思うので、新鮮でとても貴重な経験をすることができました。それと同時に、自分のプレゼンテーション能力や、コミュニケーション能力の低さを思い知る機会にもなったので、今回のビジネスプランを実行しながら、自身の能力向上も視野に入れ、今後の学生生活や就職活動に活かしていきたいと思っています。自分一人では今回のような賞は受賞できなかったと思うので、協力してくださった先生や友人に感謝したいと思います。本当にありがとうございました。



○優秀賞

大分大学 / 東村 省吾 泊 真弘
「インターネットを用いた学生向け情報発信事業」

この度は優秀賞という大変すばらしい賞をいただき誠にありがとうございました。これもひとえにご支援をいただいた多くの方々のおかげだと思っています。本コンテストを通し、大分の学生向けウェブマガジン『Phrase Oita(フレーズオオイタ)』(<http://phrase-oita.com/>)のビジネスプランやコンセプトを改めて根本から考える非常に良い機会となりました。『Phrase Oita』の原点は「キャンパスライフを送るうえで必要な情報が気軽に入手出来たらどんなに毎日が便利になるだろう」という素朴な想いにあります。しかしながら日々の運営に忙殺されてこの原点を見失いかけていたのではないかと反省しております。実際コンテストにおいて審査員の方からもご指摘がありました。今一度この原点となる想いを徹底的に突き詰め、今後の飛躍につなげていくべく精進してまいります。



○優秀賞

鹿児島大学 / 長重 佑 中野 裕太 新郷 萌子
「ビジネス向け動画投稿サイト『Goodonors』」

この度は大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストにて優秀賞を頂き、大変光栄に思います。

私達は、夏休み前から集まって事業計画を考案してきました。専攻している分野も違うため、色々な観点から意見が衝突し、議論が日付を跨ぐ事も多々ありました。そうして事業計画書が完成した時の感動は今でもよく覚えています。多くの不安を抱えながら応募させて頂きましたが、有難い事に一次審査・二次審査と通過させて頂きました。しかし、最終審査に残った参加者は、学校で専攻している分野を見事に反映させた事業計画を発表されており、私達の考察の甘さを痛感しました。ここでの経験を糧として、社会に貢献できる人材として尽力する所存です。

最後になりますが、最終審査会に参加された方々の事業家としてのご活躍をお祈りすると共に、このような貴重な場を設けて下さった関係者の皆様、そして私達を支援して下さいました方々に心から御礼申し上げます。



○優秀賞

北九州市立大学 / 内村 友希 田中 宏幸 東郷 憲吾 上園 竜成
「3Dプリント技術のC2C事業」

今回、最終審査に出させていただき感じたことは、ひとえに起業を目指すといっても多種多様の考えやモチベーションがあるということです。そこで、この場を借りて皆さんに伝えたいのは、「新規事業に着手するということは決して特別なことではない」ということです。多くの人が遊びやスポーツに熱中するように、私にとってビジネスプランを考え形にしていくことは、楽しく夢中になれるものでした。特に知識も能力も無い私が優秀賞をいただけたのは、四六時中ビジネスプランの事を考えていたからだと思います。なので、初めからハードルは高くせず、気楽に発案に取り組んでみてください。その過程で、楽しんでいる・好きなことをしているという実感を持つことが出来れば、必ず結果はついてきます！

最後に、このように自分を振り返ることが出来たのも、審査員や実行委員の方々、そして私達と関わった多くの方のおかげです。本当に、ありがとうございました。



(2) 審査員のコメント

審査会では白熱した議論の末、グランプリ以下、各賞を決定いたしました。表彰式終了後、審査員により全プランについて講評をしました。

○ 古賀マネージメント総研(株) 代表取締役社長 古賀 光雄 氏（審査委員長）



受賞された皆様、この度は誠におめでとうございます。

過去、このコンテストを勝ち抜いてから全国大会に出場された方は、全国大会でも賞を受賞された方が多くおられます。そういう意味でも、とても権威のあるコンテストであるといえます。

しかしながら、その後の事業化・起業については、受賞したからできるという訳ではないと思います。一番大事なことは、「ビジネスを実現させるための気持ち」を強く持てるかどうかだと思います。

この後の交流会には、審査員やその他ビジネスで活躍されている経験豊富な方が多数参加されますので、今日の審査の感想や、ビジネスに関するアイデアを吸収していただければと思います。

今回の審査につきましては、審査員と審査と会場の聴講者の採点結果が、全く一致しており、客観的な審査ができたのではないのでしょうか。

（大分大学 東村さんへ）

地元大分でも賞を受けられ、実現性という点も申し分ございません。しかしながら、他のものとの差別化・独自性という点で、それがもっとプレゼンで表現できていればよかったと思います。ローカルという特色をさらに活かしたものであったら、他の地域での展開もできるのではないのでしょうか。もっとユニークなものを作って学生を惹きつけていけるよう期待しております。

（熊本高等専門学校 徳永さんへ）

スマートフォンの発展は社会現象となっており、その中でテキストネックを防止するという着眼点が素晴らしいと思います。スマートフォンのアプリケーションに関するビジネスは市場が大きいので、ビジネスとしての仕組みづくりをもう一步すすめられたら良かったと思います。今後の展開に期待しています。

（鹿児島大学 長重さんへ）

固定観念に縛られないユニークなプレゼンがとても良かったです。会場の皆様も楽しませていただきました。ビジネスプランにおいては、いかにノウハウを蓄積し利用者を増やしていくかが今後の課題だと思います。具体的な仕組みづくりを進めて進化していけばビジネスとして期待できると思います。

（北九州工業高等専門学校 花田さんへ）

見事グランプリに輝かれました。既に糸島市役所と事業展開をされておられ、社会問題となっている学童保育を少しでも解消するため、行政が困っている点をサポートしていこうとしている事業です。これから、パッケージソフトなど出来上がったりしてくると、ビジネスが急展開していくのではないのでしょうか。実現性という点でも評価が高かったといえますし、今後の事業の広がり（その他の課題解決の為のシステム構築や学童保育の解消に向けた取り組み）に期待をされての受賞でもあったと思います。

(北九州市立大学 内村さんへ)

3D プリンタは今からのビジネスであることは間違いなく、多くの皆様にも期待をされている分野であります。しかしながら、ビジネスとしての実現性という点で、もう一步踏み込んだところの展開が一部でもあればよかったと思います。それがあれば、もう少し良い結果が得られたのではないかと思います。デザイナーと利用者のマッチングに工夫をもたせて、ここから先の、もう一步踏み込んだ展開を頑張ってほしいと思います。

(北九州工業高等専門学校 片山さんへ)

現場で生まれたアイデアで発想が素晴らしく、今後のビジネスに期待感を抱かせるものであります。投げ上げる高さや、落ちてくる時の対処(パラシュートを付ける、紐を付ける)等、この仕組みにさらに知恵を絞っていけば、さらにビジネスとしての展開が広がるのではないのでしょうか。そうすると、ビジネスとして広がりがあるか?という疑問を解消していけるのではないのでしょうか。

いずれにしましても、受賞された皆さんには自信を持って、さらに研鑽を積んでいただくことを願って、私の講評に代えさせていただきます。

○ 九州経済連合会 産業第二部長 箴島 修三 氏(審査員)



審査会への参加は、昨年に引き続き2回目でした。今回は、昨年と比べ非常に接戦でした。社会的意義があるものや、ユニークなもの、これからの時流に乗りそうなもの等、皆さんのプランは私自身とても勉強になるものでした。

現在、日本の経済はとても良い方向に動き出していると実感しています。これから、皆様には日本経済、そして世界をリードしていくという気持ちをもって頑張ってくださいと思います。

～交流会の冒頭でいただいた御挨拶より～

○ 九州経済産業局 地域経済部長 生越 晴茂 氏(審査員)

本日受賞されました皆様、ご受賞おめでとうございます。ビジネスの最前線で活躍されている方々から評価されて、とても良い機会だったと思います。今日の受賞がゴールではなく、ここをスタートとしてこれから活躍して頂くことを期待しております。

それから、「グランプリ」と「九州経済産業局長賞」を受賞された北九州高専のお二方には、3月の全国大会キャンパスベンチャーグランプリでのご健闘をお祈りいたします。

起業・創業は経済発展のバロメーターであります。本日の「意志」「信念」「夢」というキーワードを忘れず、社会に出ても若い感性と熱い情熱を持ち続け、是非、起業・創業を果たしていただきたいと思います。

九州経済産業局には起業・創業に関する様々な施策があり、それを目指す方への支援に取り組んでおります。また、本日御参加の皆様には、我々と同様に支援をする立場にいらっしゃる方々もいらっしゃいますので、さらなるご支援・ご協力をよろしくお願いいたします。



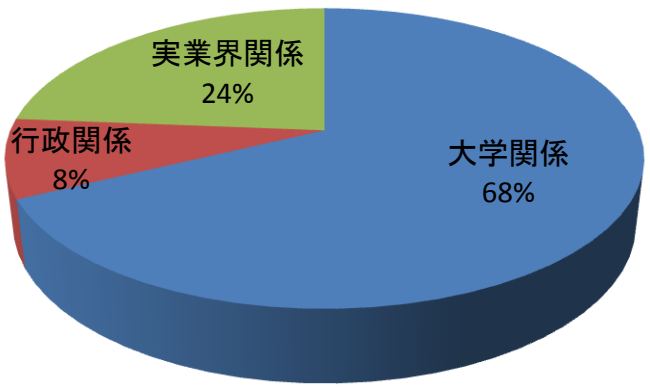
6. 来場者・学生（発表者）アンケート結果

(1) 来場者 アンケート集計結果（回収数：59、回収率：65.5%）

① あなたの所属をお伺いします。

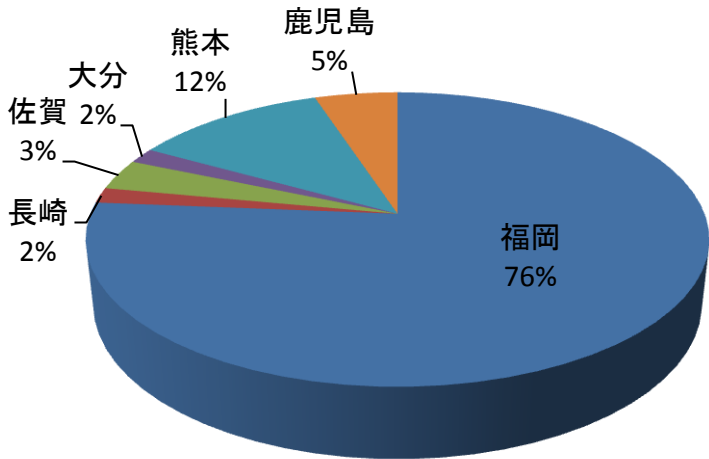
大学関係		40人
学生	29人	
教授等	11人	
詳細なし	0人	
行政関係		5人
特殊法人	1人	
行政機関	3人	
その他の支援機関	1人	
実業界関係		14人
メーカー	0人	
商社	0人	
ベンチャー企業	1人	
銀行	1人	
V C	0人	
証券会社	2人	
監査法人	0人	
その他	10人	
その他	無記入	0人
	その他	0人

● 来場者アンケート回答者内訳（所属）			
① 大学関係	40名	67.8 %	
② 行政関係	5名	8.5 %	
③ 実業界関係	14名	23.7 %	
④ その他	0名	0.0 %	
合計		59名	



② どちらからご来場されましたか？

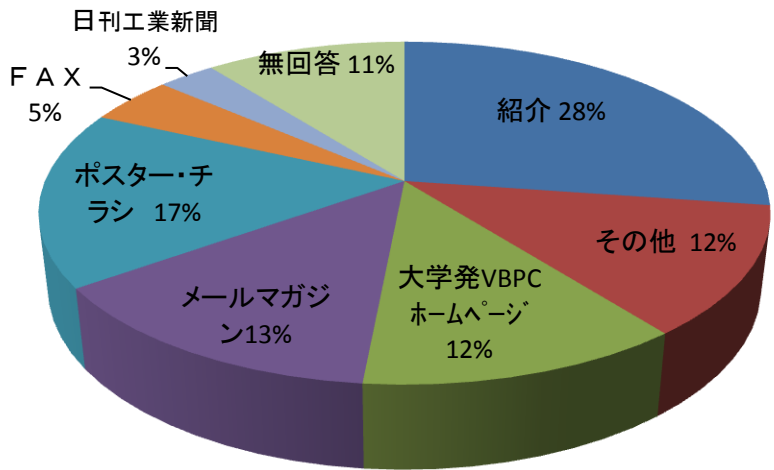
福岡	45人	76.3 %
長崎	1人	1.7 %
佐賀	2人	3.4 %
大分	1人	1.7 %
熊本	7人	11.9 %
鹿児島	3人	5.1 %
沖縄	0人	0.0 %
東京	0人	0.0 %
大阪	0人	0.0 %
その他	0人	0.0 %
無回答	0人	0.0 %
合計		59人



③ 今回のコンテストを何でお知りになりましたか？（複数回答可）

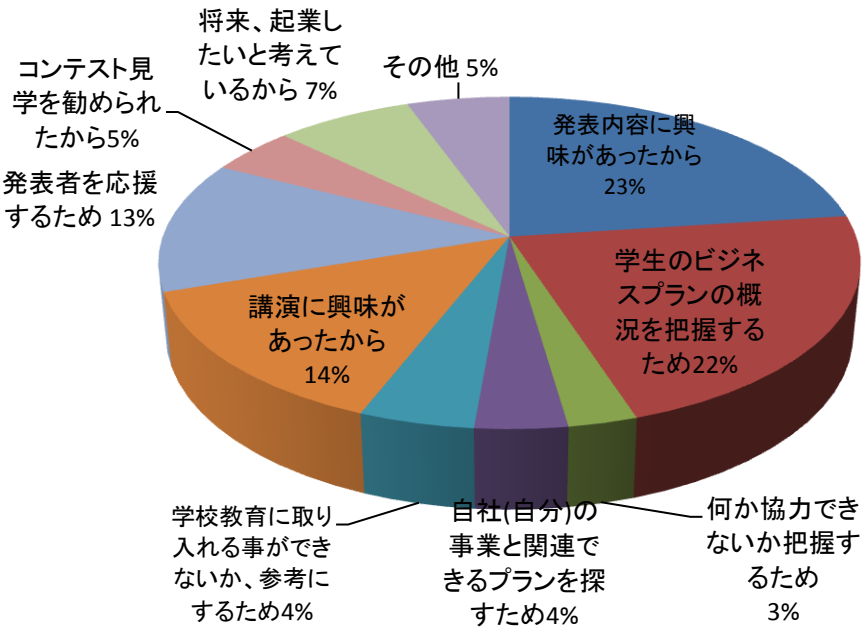
紹介	18人	27.3 %
その他	8人	12.1 %
大学発VBPCホームページ	8人	12.1 %
メールマガジン	9人	13.6 %
ポスター・チラシ	11人	16.7 %
F A X	3人	4.5 %
日刊工業新聞	2人	3.0 %
その他の新聞	0人	0.0 %
無回答	7人	10.6 %
合計		66人

- 【紹介】
- ・ 友人
 - ・ 大学の先生（他 8 名）
 - ・ 学生の出場を通じて
 - ・ （株）日本政策金融公庫
 - ・ 大学関係者
 - ・ 講演者（荒木氏）
- 【その他】
- ・ 大学の F U ポータル（他 2 名）
 - ・ 例年参加している
 - ・ 鹿児島大学長から
 - ・ 会社から（他 1 名）
 - ・ 九州 N B C 事務局（櫻木次長）



④ 今回の来場目的は何ですか？（複数回答可）。

発表内容に興味があったから	25	人	22.9 %
学生のビジネスプランの概況を把握するため	24	人	22.0 %
何か協力できないか把握するため	3	人	2.8 %
自社(自分)の事業と関連できるプランを探すため	4	人	3.7 %
学校教育に取り入れる事ができないか、参考にするため	5	人	4.6 %
講演に興味があったから	15	人	13.8 %
発表者を応援するため	14	人	12.8 %
コンテスト見学を勧められたから	5	人	4.6 %
将来、起業したいと考えているから	8	人	7.3 %
その他	6	人	5.5 %
無回答	0	人	0.0 %
109 人			



【誰に見学を勧められか】

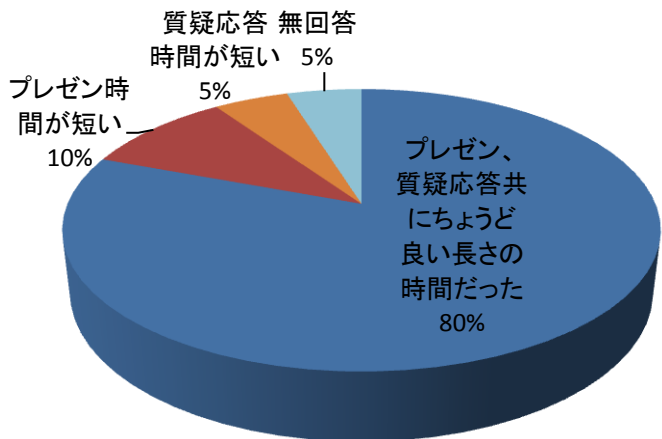
- ・ 友人
- ・ 先生
- ・ 大学関係者
- ・ 会社(他1名)

【その他】

- ・ 来年度の出場を考えているため(他1名)。
- ・ 熊本の出身なので、荒木さんのお話を聞きたかったため。
- ・ 学生が最終審査に残ったため。
- ・ 私自身が新たなサービスを提案する業務を担当しており参考のために。

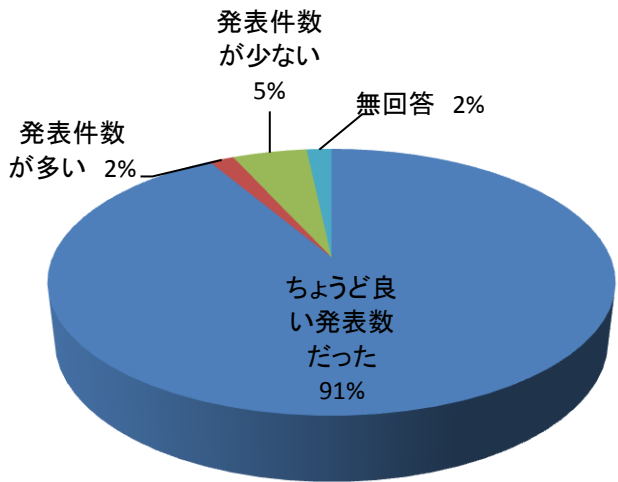
⑤ プレゼン時間（10分）、質疑応答時間（10分）について教えてください。（複数回答あり）

プレゼン、質疑応答共にちょうど良い長さの時間だった	50	人	80.6	%
プレゼン時間が短い	6	人	9.7	%
⇒適当だと思う時間は？	15分	6	人	
	20分	0	人	
	その他	0	人	
質疑応答時間が短い	3	人	4.8	%
⇒適当だと思う時間は？	15分	3	人	
	20分	0	人	
	その他	0	人	
その他	0	人	0.0	%
無回答	3	人	4.8	%
		62	人	



⑥ プレゼンの発表数について教えてください。

ちょうど良い発表数だった	54	人	91.5 %
発表件数が多い	1	人	1.7 %
発表件数が少ない	3	人	5.1 %
その他	0	人	0.0 %
無回答	1	人	1.7 %
59 人			



【妥当な数】

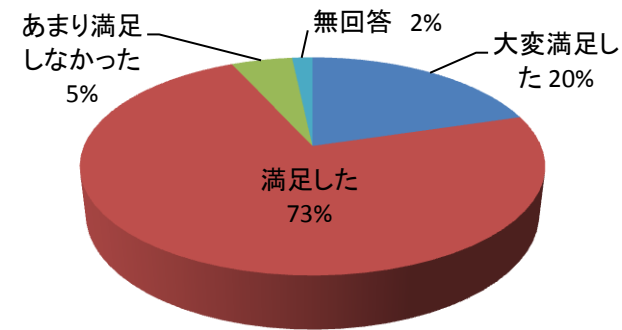
- ・ 8プラン（2名）
- ・ 4プラン（1名）

【その他】

- ・ 現代の先行技術をベースにした内容に偏りがちでは？本当の意味での新しいアイデアを掘り起こすために。

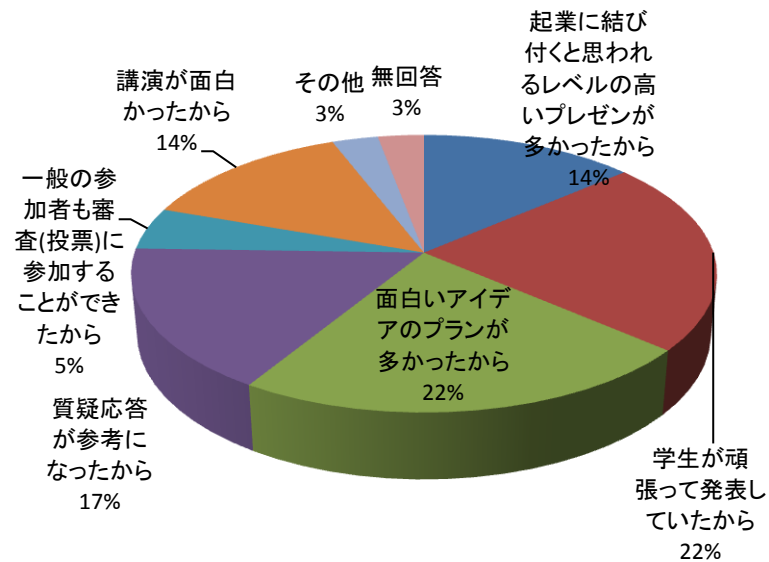
⑦ 今回のコンテストの感想をお聞かせ下さい。

大変満足した	12	人	20.3	%
満足した	43	人	72.9	%
あまり満足しなかった	3	人	5.1	%
全く満足しなかった	0	人	0.0	%
無回答	1	人	1.7	%
59 人				



●「大変満足した」「満足した」と回答された方、理由を教えてください。（複数回答可）

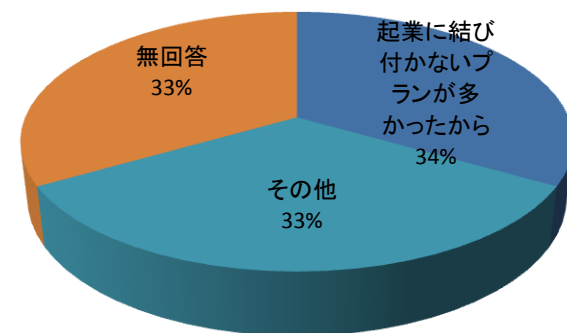
起業に結び付くと思われるレベルの高いプレゼンが多かったから	14	人	13.7	%
学生が頑張って発表していたから	23	人	22.5	%
面白いアイデアのプランが多かったから	23	人	22.5	%
質疑応答が参考になったから	17	人	16.7	%
一般の参加者も審査(投票)に参加することができたから	5	人	4.9	%
講演が面白かったから	14	人	13.7	%
その他	3	人	2.9	%
無回答	3	人	2.9	%
102 人				



- 【その他】
- ・ 学生の考えるプランに対する企業の方々の意見が私達学生とは違い、考えの浅さを実感した。
 - ・ やる気に満ちたその心意気を拝見できて、刺激になりました。
 - ・ 初心に戻ることができた気がしたから。

●「あまり満足しなかった」「全く満足しなかった」と回答された方、理由を教えてください。（複数回答可）

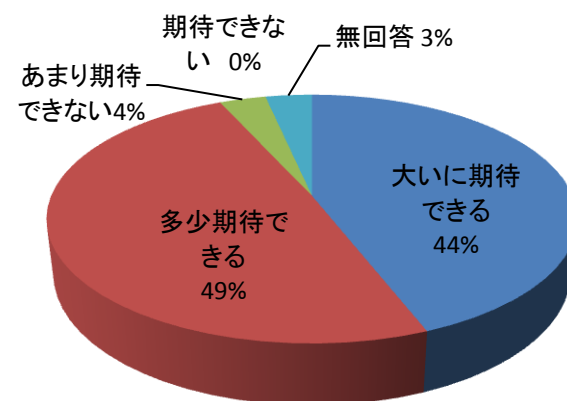
起業に結び付かないプランが多かったから	1	人	33.3	%
質疑応答もとるに足りないものがあった	0	人	0.0	%
学生にやる気が感じられないから	0	人	0.0	%
講演が面白くなかったから	0	人	0.0	%
その他	1	人	33.3	%
無回答	1	人	33.3	%
3 人				



- 【その他】
- ・ 学生の発想は、もっと斬新でもっともっと期待できる。

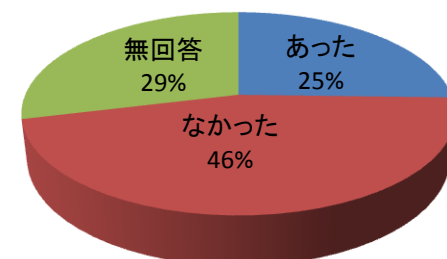
⑧ 起業家の卵として、学生は期待できると感じましたか。

大いに期待できる	26	人	44.1	%
多少期待できる	29	人	49.2	%
あまり期待できない	2	人	3.4	%
期待できない	0	人	0.0	%
無回答	2	人	3.4	%
59 人				



⑨ ビジネスプランの中に支援を検討したいと思うものがありましたか？（複数回答可）

あった	15	人	25.4	%
なかった	27	人	45.8	%
無回答	17	人	28.8	%
59 人				



- ・ インターネットを用いた学生向け情報発信事業 1 名
- ・ 携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション 3 名
- ・ ビジネス向け動画投稿サイト「Goodonors」 3 名
- ・ 学童保育支援システムC-Bridge 1 名
- ・ 3Dプリント技術のC2C事業 0 名
- ・ Sky Eye 2 名

- 【その他】
- ・ 特許出願等
 - ・ サイトへのアクセスや利用

⑩ 一般参加者の審査（投票）への参加はいかがでしたか？

一般参加者も審査できた方がよい	45	人	76.3	%
一般参加者は審査しなくてもよい	2	人	3.4	%
その他	1	人	1.7	%
無回答	11	人	18.6	%
		59	人	

【良い：理由】

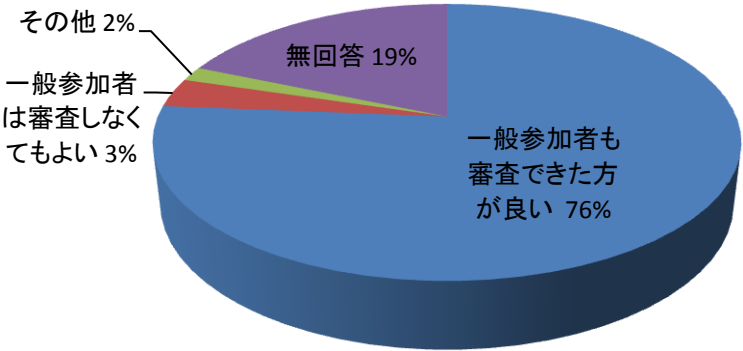
- ・ 審査をする観点で発表を聞いたから。
- ・ 真剣に聴く事となるため。
- ・ 聴講するモチベーションが上がるから。
- ・ 広い視点で応援・評価することも大切だと思います。
- ・ 学生さんの評価を知りたい。
- ・ 学生の意見も取り入れることができるから。
- ・ 一般市民の目線で審査ができる。
- ・ より一般消費者に近い視点でプレゼンを見ることができるため。
- ・ 買い手としての意見も反映されるから。
- ・ 公平性のため。
- ・ 素人の意見も重要。
- ・ 多様な考え方・観点から評価できる(他1名)
- ・ 多くの意見を結果に反映できると感じたから。
- ・ 多くの人の意見を受け入れるべきだと思います(他2名)
- ・ 今のままで良いと思うから。
- ・ その方が参加型でよい。
- ・ 自分たちも参加しているという気がするから。

【しなくても良い：理由】

- ・ 企業の方から審査していただけるからこそ、ベンチャービジネスの意味があるから。

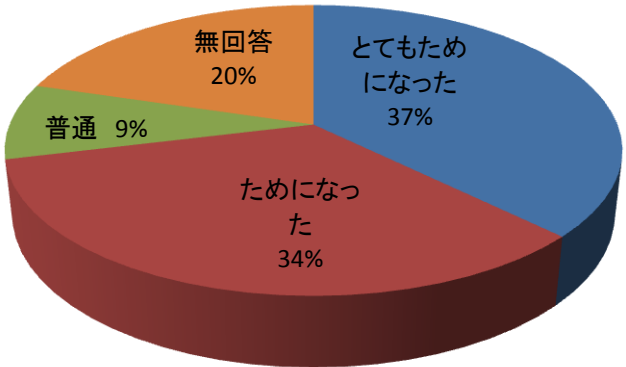
【その他】

- ・ 現行のシステムが妥当。



⑪ 講演（㈱ディカーナ/㈱インカムレント荒木代表）はいかがでしたか？

とてもためになった	22	人	37.3	%
ためになった	20	人	33.9	%
普通	5	人	8.5	%
よくわからなかった	0	人	0.0	%
よくない	0	人	0.0	%
無回答	12	人	20.3	%
		59	人	



【感想】

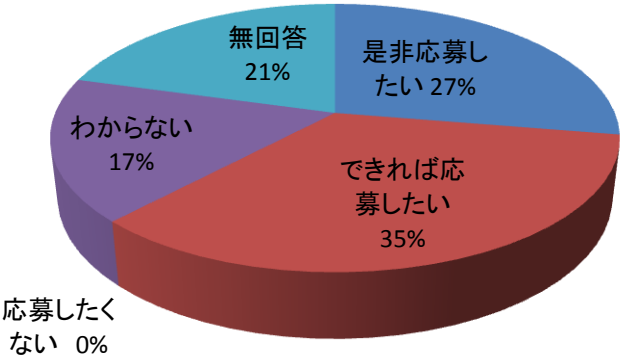
- ・ 地元の起業家の話は参考になるため。
- ・ 起業に至った経緯や苦労話は興味深かった。
- ・ 起業家のエネルギーを感じた。
- ・ 学生に参考になる内容だと思う。
- ・ 今日のお話(感動)を学生に伝えたいと思います。
- ・ 非常に熱意のこもった話で感銘を受けた。
- ・ 就職か起業かで迷っている今の自分にとって、とてもためになる話でした。
- ・ 若い経営者のエネルギーがすごく伝わってきました。大変参考になりました。
- ・ 地方でも充分都会相手にビジネスができてい、という話に九州のこれからの希望を持つことができました。
- ・ 講演時間が長すぎるのでは。1/2～2/3ぐらいでどうでしょうか。学生には良い講演内容であったと思います。
- ・ 若い時からやりたい事を考え、苦労しながらも成功している姿がみえました。地元貢献もされ、とてもすばらしかったです。
- ・ 学生の方は、身近な存在の若い起業家の方の成功例、熱意あふれるご講演にとっても刺激を受けられたのではないかと思います。
- ・ 今、自分が置かれている状況が就職・人生を考える時期であるため、これからの進路をどのようにしていくかを考えさせられた。
- ・ 学生にも夢を与えていただいた。
- ・ 非常に興味のある話で、今後の生活に活かしたいと思いました。
- ・ 起業することの大変さややりがいを知ることができた。事務系のスキルはやはり必要なんだと思った。
- ・ 昔から荒木君を知っていますが、今日の発表は秀逸だった。学生の皆さんの心にも響いたのでは？
- ・ 大学の論文大会で、みずあかりについて取り上げさせて頂きました。私もイルミネーションなど光モノが大好きなので、とても興味深いお話でした。今後の自分の人生にも繋げていきたいと思っています。
- ・ とても素晴らしい講演でした。勉強になりました。「もしも大学・会社がなくなったら、自分の名前(チカラ)で生きていけますか？」という問いには、考えさせられるものがありました。
- ・ 特に今の時代(従来の雇用と個人の人生設計のバランスが大きく変化している)の若い方たちに、“働く”という事、自分の役割と自分の夢の具現化のために必要な事を説得力のあるお話で教えてくださっていると思います。
- ・ 体験をもとに話していただいて、とても分かりやすく、企業に就職すること、起業することについて具体的に分かりました。ありがとうございます！
- ・ 一人で始めた時、スタート時の話が聴けてよかったです。やってみないとわからないという話も、今後のやる気につながれそうでした。

- ⑫ 講演で、こんな人のこんな内容の話が聞きたいという希望があれば教えてください。
- ・ 本日長谷川会長が紹介された、しくみデザイン：中村代表
 - ・ ジャパネットたかた：高田社長（チャレンジ）
 - ・ 学歴に関係なく管理職等の上級職になった人（どのような点を意識して仕事をしたか）
- ⑬ コンテストの企画、運営に関してご感想、ご意見又は改善すべき点について、自由に記入して下さい。
- ・ 本日は一般の者も参加させて頂いてありがとうございます。若い方々の視点・気概の素晴らしさに、明るい兆しを感じさせていただきました。今後も機会があれば参加させて頂きたいと思います。宜しくお願い申し上げます。
 - ・ 審査員の方々の質問やアドバイスも大変参考になりました。また、何より学生さんたちのやる気に刺激を受け、何はともあれ学生時代にこのような取り組みをされていることに感心しました。
 - ・ 面白いアイデアを聞くことができ、とても刺激になる一日でした。ありがとうございました。
 - ・ 大学発ベンチャーコンテストは、大学生の目線がわかり、非常に参考になりました。
 - ・ 素晴らしい企画だと思います。たいへん勉強になりました。
 - ・ 司会の進行がとてもいいと思いました。いただいたオレンジの冊子も分かりやすかったです。
 - ・ 学生の人材育成のために、このコンテストを活用しています。ぜひ継続してコンテストを続けてもらえればと思います。
 - ・ 大変よく運営されていると思います。ありがとうございました。
 - ・ ”新規性”も大切ですが、①”今ある物、事”を生かす発展させる、改善させる②”今はなくなってしまったが、今も通用する、今だからこそもう一度光を当てる事が必要”という視点でのビジネスも、”若い方々の視点で捉える”ことも、日本全体の起業や雇用創出、増大につながっていくのではないのでしょうか？
 - ・ 発表者のプレゼンテーション能力が非常に高いことに驚きました。しかし、発想・着想・アイデア等は年々貧弱になってきていると感じました。
 - ・ 一般の聴講者も質問に参加できるのか不明だった。
 - ・ 本当に必要な技術の市場調査が足りないのではないのでしょうか。技術とニーズにギャップを感じました。
 - ・ 発表者にはスポットライトをあてて下さい。プレゼンの質が上がったように見えます。
 - ・ スライドの関係で、前方の電気を消しているため、講演者の顔が暗くて見づらかったです。
 - ・ 5番目の発表の時、スライドがすぐに映らなかった。休憩時間中、マイクのノイズがうるさかった。

※※※学生の方にお尋ねします※※※

⑭ 次回、応募してみたいですか？

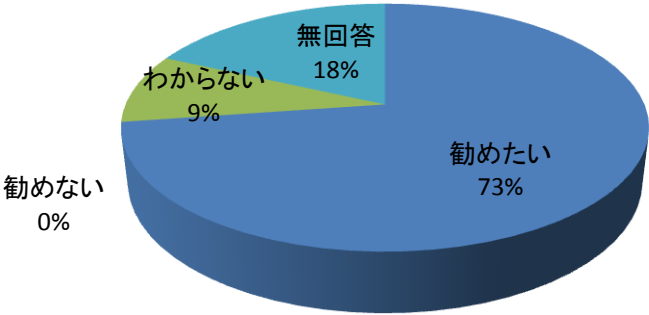
是非応募したい	8人	27.6 %
できれば応募したい	10人	34.5 %
応募したくない	0人	0.0 %
わからない	5人	17.2 %
無回答	6人	20.7 %
29人		



※※※先生にお尋ねします※※※

⑮ 次回は学生に「大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」を勧めたいですか？

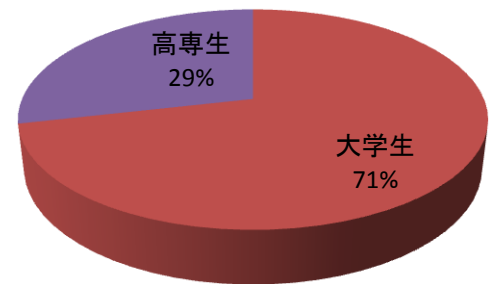
勧めたい	8人	72.7 %
勧めない	0人	0.0 %
わからない	1人	9.1 %
その他	0人	0.0 %
無回答	2人	18.2 %
11人		



(2) 学生(発表者)アンケート集計結果 (回収数：7 回収率：58.3%)

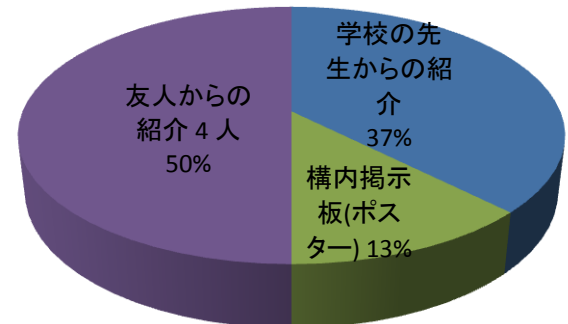
① あなたの所属をお伺いします。

大学院生	0人	0.0%
大学生	5人	71.4%
短大生	0人	0.0%
高専生	2人	28.6%
	7人	



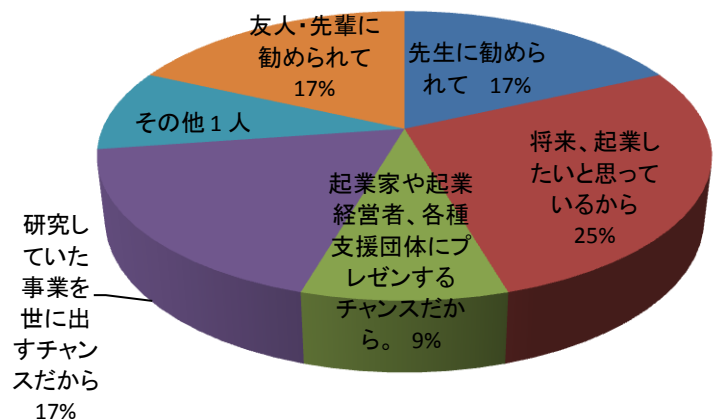
② 今回のコンテストを何でお知りになりましたか？(複数回答可)

学校の先生からの紹介	3人	37.5%
その他	0人	0.0%
構内掲示板(ポスター)	1人	12.5%
友人からの紹介	4人	50.0%
メールマガジン	0人	0.0%
大学発V B P Cホームページ	0人	0.0%
新聞	0人	0.0%
チラシ	0人	0.0%
無回答	0人	0.0%
	8人	



③ 今回の参加動機は何ですか(複数回答可)。

先生に勧められて	2人	18.2%
将来、起業したいと思っているから	3人	27.3%
起業家や起業経営者、各種支援団体にプレゼンするチャンスだから。	1人	9.1%
研究していた事業を世に出すチャンスだから	2人	18.2%
その他	1人	9.1%
友人・先輩に勧められて	2人	18.2%
授業単位取得の為	0人	0.0%
無回答	0人	0.0%
	11人	

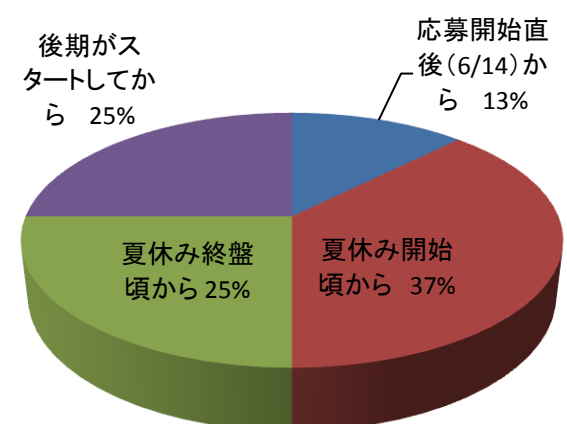


【その他】

- ・ 現在の実力が知りたかったから

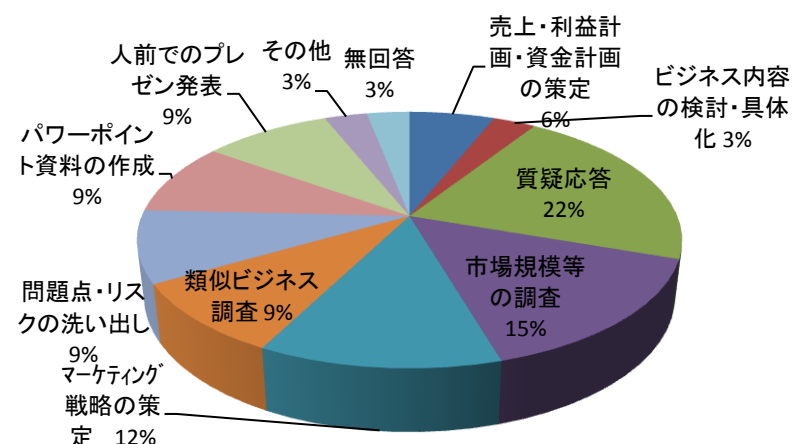
④ いつ頃からビジネスプランの作成に取り掛かりましたか？(複数回答可)

応募開始直後(6/14)から	1人	12.5%
夏休み開始頃から	3人	37.5%
夏休み終盤頃から	2人	25.0%
後期がスタートしてから	2人	25.0%
応募締切の直前(10月)から	0人	0.0%
前々からずっと考えていた	0人	0.0%
その他	0人	0.0%
無回答	0人	0.0%
	8人	



⑤ コンテストに至るまで、特に難しかった事があれば教えてください。(複数回答可)

売上・利益計画・資金計画の策定	2人	6.1%
ビジネス内容の検討・具体化	1人	3.0%
質疑応答	7人	21.2%
市場規模等の調査	5人	15.2%
マーケティング戦略の策定	4人	12.1%
類似ビジネス調査	3人	9.1%
問題点・リスクの洗い出し	3人	9.1%
パワーポイント資料の作成	3人	9.1%
人前でのプレゼン発表	3人	9.1%
その他	1人	3.0%
無回答	1人	3.0%
	33人	

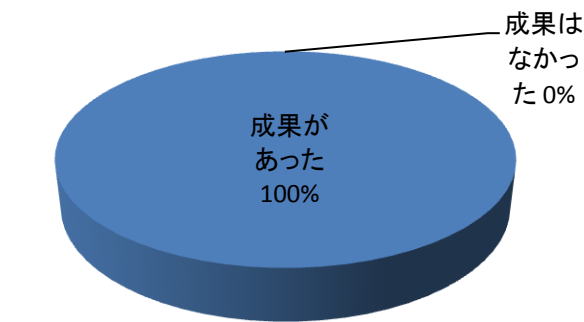


【その他】

- ・ チームのメンバーをまとめること

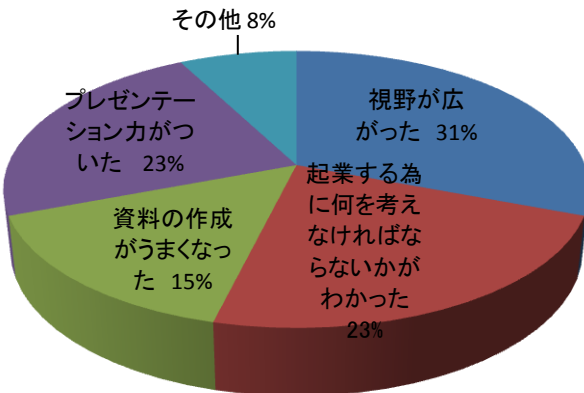
⑥ 今回コンテストに参加して、成果や得たものはありましたか？（複数回答可）

成果があった	7人	100.0 %
成果はなかった	0人	0.0 %
無回答	0人	0.0
7人		



【成果があった】（複数回答）

視野が広がった	4人	30.8 %
起業する為に何を考えなければなら ないかがわかった	3人	23.1 %
資料の作成がうまくなった	2人	15.4 %
プレゼンテーション力がついた	3人	23.1 %
その他	1人	7.7 %
数字に強くなった	0人	0.0 %
学外にネットワークが広がった	0人	0.0 %
13人		

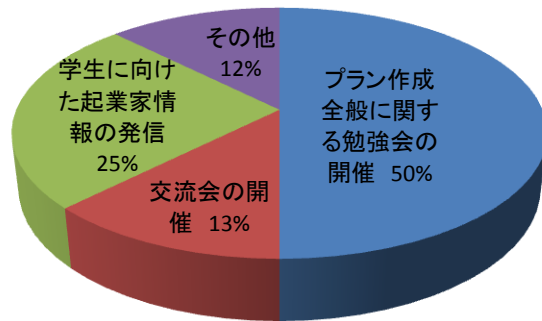


【その他】

- ・ 研究発表では違うプレゼンの経験が出来た

⑦ 今回コンテストに参加した経験から、望む事があれば教えて下さい。（複数回答可）

プラン作成全般に関する勉強会の開催	4人	50.0 %
交流会の開催	1人	12.5 %
学生に向けた起業家情報の発信	2人	25.0 %
その他	1人	12.5 %
無回答	0人	0.0 %
8人		

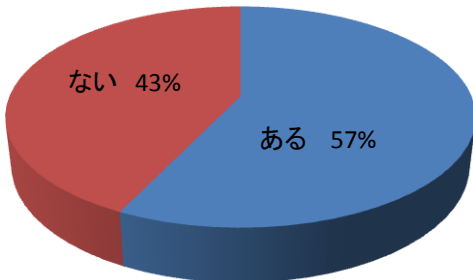


【その他】

- ・ 過去にグランプリとなったプレゼンについて、どのような点が良かったのかを知りたい

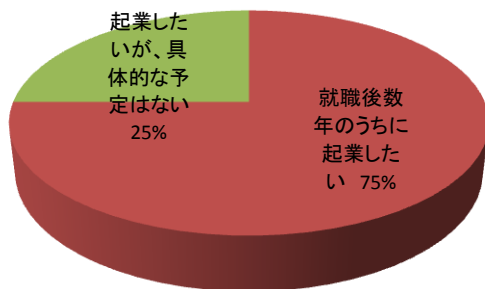
⑧ 今後自ら起業したいという意思はありますか？

ある	4人	57.1 %
ない	3人	42.9 %
無回答	0人	0.0 %
7人		



⇒ある場合それはいつ頃を考えていますか？（その理由も教えて下さい。）

卒業後すぐに、起業する予定がある	0人	0.0 %
就職後数年のうちに起業したい	3人	75.0 %
起業したいが、具体的な予定はない	1人	25.0 %
その他	0人	0.0 %
4人		

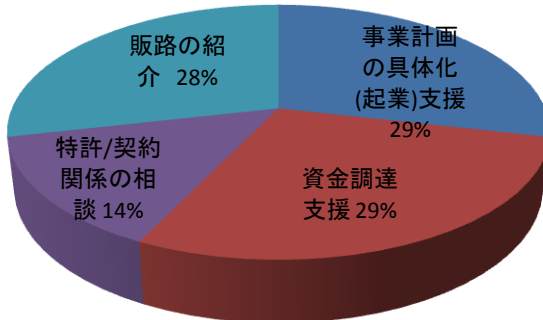


【理由】

- ・ 起業したいが具体的な予定はない⇒実力が伴い最善のタイミングと判断が出来てからしたい。

⇒起業の意思がある場合、大学発VBPC事務局に望む支援はありますか？（複数回答可）

事業計画の具体化(起業)支援	2人	28.6 %
資金調達支援	2人	28.6 %
発表場所の提供	0人	0.0 %
特許/契約関係の相談	1人	14.3 %
販路の紹介	2人	28.6 %
特にない	0人	0.0 %
その他	0人	0.0 %
無回答	0人	0.0 %
7人		

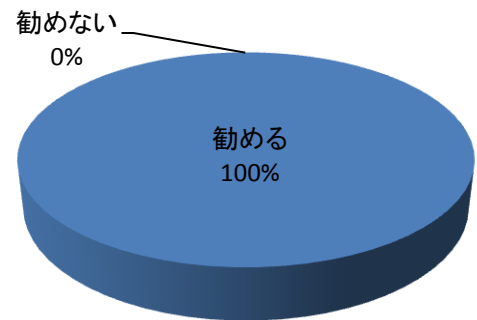


⑨ 当コンテストへの参加を友人や後輩などに勧めますか？その理由も教えてください。

勧める	7	人	100.0 %
勧めない	0	人	0.0 %
その他	0	人	0.0 %
無回答	0	人	0.0 %
7		人	

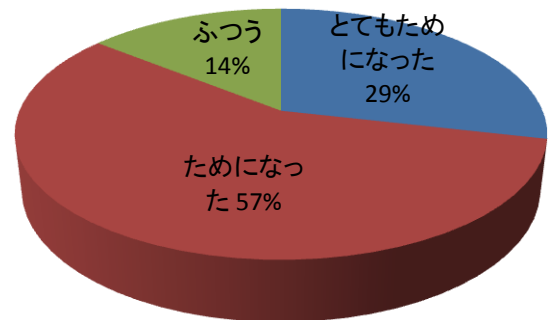
【勧める理由】

- ・ 研究とは違う考え方ができた、知れたから。
- ・ 起業の際はもちろん、社会人となっても役立つ経験となるから。
- ・ こんなに面白いことは勧めないわけにはいかないから！！
- ・ プレゼンテーション力を鍛えることができるから。
- ・ 大学の講義では得ることの出来ないものがあるから。
- ・ 起業を考えていなくても、全力で臨むことによって、考え方や視野が広がるから。
- ・ 理論だけでなく、実験に必要となる知識を学ぶことができたから。



⑩ 講演（㈱ディカーナ/㈱インカムレント荒木代表）はいかがでしたか？

とてもためになった	2	人	28.6 %
ためになった	4	人	57.1 %
ふつう	1	人	14.3 %
よくわからなかった	0	人	0.0 %
よくない	0	人	0.0 %
無回答	0	人	0.0 %
7		人	



【感想】

- ・ 学生～起業～現在の流れで話して頂けたのでわかりやすく、共感しやすかった。
- ・ 企業としてのビジョン・工夫など、大変勉強になりました。
- ・ 遊びから始まる事業という原点はとても夢があると感じました。そして、学生時代に行っていたイベントの経験がきっかけで起業した、という点は非常に現実的な視点であり、私も今一度ふりかえてみようと思いました。
- ・ 「明日、大学、会社がなくても自分の名前(チカラ)だけで生きていけますか」という言葉に対して人間としてこれまで育てられてきたこと、起業するにあたっての信念というような、人としての原点、起業としての原点というものを感じ、非常に感激致しました。
- ・ インバウトの話はとても参考になりました。
- ・ 私も、2・3年企業に就職した後、起業をしたいと考えているため、今回の講演とリンクしている部分もあり、参考になった。
- ・ 自分の愛を持って、実現化・具現化する大切さを荒木さんの体験を聞き感じた。将来、起業する際のモチベーションを今以上に高めることができた。

⑪ 講演会で、こんな人の話が聞きたいという希望があれば教えてください。

- ・ 堀江貴文さん（他1名）

⑫ 今後、当コンテストに望むこと（例：支援体制等）を何でもご記入下さい。

- ・ 文系は、大学や企業との連携という形が取りづらい体制なので、そこを促進させるような支援があれば良いなと思っています。

第13回 大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 若手起業家による講演会

「熊本からニッチ市場の新たな商機を狙う！」
～ネット専門の無線機全国宅配レンタル事業～

講演者紹介

㈱ディカーナ／㈱インカムレント 代表取締役 荒木 真吾 氏



1982年生まれ。熊本県南関町出身、31歳。

九州産業大学商学部卒業後、㈱荏原製作所に入社。東京本社、管理部門にて管理会計業務、人事総務部門で採用・社内教育などに従事。2009年7月に同社を退社後、熊本にUターンし、イベント企画、ウエディングプロデュース、無線機レンタル宅配事業等を展開する㈱ディカーナを設立。2013年には、無線機レンタル宅配事業を分社化し、㈱インカムレントを設立。現在、2社の代表を務める。

また、本業の他、熊本の市民大学「マチナカレッジ」(発起人)、熊本市「くまもと火の国まつり」運営委員、熊本暮らし人祭り「みずあかり」実行委員会事務局など、地域づくり活動にも参画。学生時代から現在起業に至った経緯や、起業後のビジネスの世界における成功・失敗事例等を元に、会社を成長させ続けるために大事な要素についてご講演いただきました。

7. コンテスト実施までの取り組みと今後の課題

最近の経済状況を概観すると、デフレ脱却と経済再生を図るため、政府は「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」の「三本の矢」を強力に推進し、日本経済は「マイナス」から「プラス」へと緩やかに回復しています。九州経済も緩やかに持ち直してきていますが、景気回復の実感、地方や中小企業・小規模事業者には十分浸透したとはいえません。経済の好循環に向けては、成長戦略の確実な推進を通じて中小企業者や若者・女性企業家への創業支援など中小企業施策を有効かつ迅速に実行することが求められています。

このような中、日本の産業競争力を高めていくにはイノベーションの創出が欠かせず、次代を担う若者に寄せられる期待は否応なしに高くなります。「起業家の輩出」「チャレンジ精神溢れる地域風土づくり」を目的とした「大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」(以下、大学発VBPC)の役割もさらに大きくなると思われます。

(1) 起業風土の醸成 及び 起業家精神醸成の契機

今年度は、19大学、院と、2高専から合計43のビジネスプランの応募がありました。例年に劣らず、社会の課題解決型プラン、技術シーズを活かしたプラン等、バラエティに富んだ内容でありました。

大学発 VBPC は、起業風土の醸成の一端を担うべく九州内のビジネスプランコンテストの走りとして、13年前に初めて開催されました。現在では、学生の起業家精神醸成の機会は当コンテストのみならず、県・市、グループや地域、学校単位でも開催されており、その実態は様々で趣向を凝らし、いずれも盛り上がりを見せております。大学発VBPCは、実際に事業化されたプランやこれからチャレンジする九州全域の学生へ幅広く門戸を広げており、学生の起業家精神の醸成の契機づくりを大きく担っております。

(2) ビジネスプラン作成勉強会の実施

今年度はビジネスプラン作成勉強会を(北部九州:福岡)と(南部九州:宮崎)にて、計2回企画いたしました(うち南部九州:宮崎は台風により中止)。昨年度は、勉強会開催希望のあった学校のみ出向いて開催いたしましたが、今回は公平性という点を重視し公募による勉強会となりました。実行委員会の所属団体である中小企業基盤整備機構九州本部からの派遣された遠藤講師、第10回大学発VBPCのグランプリ受賞者である DoubleDown(株)木村代表(当時 九州大学・院)にご講演いただきました。

勉強会で実施したアンケート(回答 16 名)のうち、100%の学生から「大いに参考になった」との回答をいただいた。主に、「起業が身近に感じた。」「普段聞けないことが聞けた。」「売上、利益計画、資金計画の立て方がわかった。」等のコメントをいただいた。参加者の中から最終選考まで残った学生がいることから、勉強会が有用な施策であるといえる。



DoubleDown(株)木村代表



九州情報大学 遠藤准教授(中小企業診断士)

(3) 審査基準と審査体制

昨年度より、審査の簡素化を行うことを目的に、過去5項目4段階評価であったものから、①新規性、革新性、優位性、②ビジネスプランの実現可能性、市場性、③表現力の3項目5段階評価に審査基準を変更している。今後も状況を見ながら基準を適正にしていきたい。

審査体制についても、昨年度とほぼ同様のメンバーとなった。各分野（行政・金融・大企業・製造業・IT等）の非常に優秀なメンバーが揃っております。今後は、さらにニュービジネスに長けた、柔軟性を持ったさらに若手の起業家等にも参画していただくことも検討してまいります。

(4) 留学生支援の為の仕組みづくり

昨年度から、留学生を対象にした日本語対応フォローの仕組みを設けています。日本語の語彙等が少ない為、応募書類での表現に若干難がある留学生を対象にするものです。通訳が留学生をフォローし、応募用紙の記述をわかりやすくブラッシュアップしていく。時代の趨勢として、ビジネスに国境は無くなってきており、留学生からの応募は今後も続くと思われます。

残念ながら、今年度は当支援を活用した学生はおられませんでした。大学発VBPCとしては継続した支援を行っていく必要があると考えています。

(5) 学生へフォローアップと審査のフィードバック

ビジネスプラン作成にあたり、学生からの希望があれば中小企業基盤整備機構九州本部による個別アドバイスの支援を行っている。教授等の指導が受けられない学生でもアドバイスを受けることができるため、今後も積極的に活用していただきたい。

一次審査や二次審査で惜しくも落選された学生の皆様へは、「審査項目ごとの点数」と「平均点」「審査員からのアドバイスをまとめたもの」のフィードバックを行った。今年度より、今後の参考としていただくため、「評価できる点」「注意点（アドバイス）」の内容を充実、それをできるだけ詳しくお伝えし、起業へのステップとしていただきたいと考えています。

(6) 昨年度からの継続実施項目

学生の潜在能力の発現のため、昨年度に引き続き、下記の項目を実施した。

- ①第二次審査で発表する学生とその付き添いの先生方に限り、第二次審査の公開
- ②第二次審査（プレゼンテーション審査）、コンテスト時の質疑応答を促進する為の進行の工夫
- ③コンテストにおける、全プラン聴講者の審査（投票）
- ④コンテストに出場した学生へ、聴講者から寄せられた「応援メッセージ」のフィードバック

今後の課題について

これからも、真の目的である起業家の輩出にむけて、短期的な改善はもとより、中長期的でしか解決できない課題も洗い出しながら運営していく必要があります。特にプランの募集（入口）とコンテストの結果発表以降の起業化支援（出口）について、実行委員会所属団体をはじめ関係者間の力を結集していくことが必要だといえます。学生の起業家精神の涵養、チャレンジ精神溢れる起業風土の醸成は、時代の変化をみながら様々な手法を駆使し、継続的に取り組むべき課題であります。大学発VBPCは、（一財）九州地域産業活性化センターからの助成金と九州NBC理事・監事企業からの協賛金で運営されています。毎年、企業の協賛金の確保に大きな労力を割きながら、コンテ

スト全般を運営しております。運営基盤を強化し、景気に左右されない財源の確保づくりを行い、中長期的な視野に立った取り組みも行っていく必要があります。

(御来賓の先生方)



大分大学 井上准教授



熊本高専 長谷川校長



鹿児島大学 有馬准教授



北九州高専 安信副校長



北九州市立大学 吉村教授

8. キャンパスベンチャーグランプリ全国大会 結果報告

第10回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会で、北九州工業高等専門学校 片山さんが特別賞（日本MIT賞）受賞

大学・大学院・高等専門学校・短期大学・専門学校の学生のための、国内最大の新事業のビジネスコンテストである「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」が3月6日東京の霞山会館で開催された。九州からは、北九州工業高等専門学校 花田さんの「学童保育支援システムC-Bridge」（共同提案者：三上さん）と、同校 片山さんの「Sky Eye」の2組が出場。地区大会を勝ち抜いてきた選りすぐりの14プランの中から、片山さんが見事「特別賞（日本MIT賞）」を受賞されました。

受賞名	部 門	氏 名	大学名	プラン
経済産業大臣賞 ビジネス部門大賞	ビジネス	今西 良光	早稲田大学大学院	従業員満足度と組織の生産性を上げる “ほめる”社内SNS pozica(ポジカ)
		飯尾 礼治		
		小林 怜司	早稲田大学	
		門田見 侑大		
		三浦 慶大	東京工業大学	
		沼尻 匠		
文部科学大臣賞 テクノロジー部門大賞	テクノロジー	富岡 大地	法政大学	育児に安心と安全を届ける ～Baby Anklet～
		八嶋 佐紀		
		武弓 耕太		
		Yang Huizong		
特別賞 日本MIT賞	テクノロジー	片山 将	北九州工業 高等専門学校	Sky Eye ～あなたの街を見守る“目”になります～
日刊工業新聞社賞	ビジネス	荒谷 沙織	小樽商科大学	わんコック ～ママは僕のコックさん～
		花田 俊貴		
		古屋 利昭		
審査委員特別賞	ビジネス	尾上 友一郎	会津大学	会津の四季を詰め込んだ 会津名物「さくらあげ」
審査委員特別賞	テクノロジー	山根 奈々	広島商船 高等専門学校	USAKAME -次世代娯楽型リハビリテーション支援システム-
		Hadinata Ignatius Steven		
		倉田 茉季		
		大野 信康		



審査員からの質問



プロトタイプの説明をする片山さん



プレゼンを行った花田さん



審査員の質問に答える花田さん



表彰式 片山さん



片山さんが見事「日本MIT賞」を受賞



発表者記念撮影(北九州高専の3名含)



【特別講演】
講 師:ロボットクリエイター 高橋 智隆 氏(㈱ロボ・カレッジ代表取締役社長)
タイトル:「ロボット時代の創造」
内 容: 7年前の第3回CVG全国大会で大賞を受賞。起業から現在までの経緯、そしてこれからのビジョン。最後に、学生の皆様へ高橋氏から熱いメッセージが伝えられました。

第 13 回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 大分大学	代表者名 東村省吾
事業名 インターネットを用いた学生向け情報発信事業	
キャッチフレーズ 大分の学生に密着したローカルでニッチなポータルサイト	

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

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

- ① インターネットを用いて大分の大学生(約 2 万人)にローカルなキャンパスライフに関わる情報や就職などキャリアに関する情報を提供するビジネスである。
- ② 無料で時間や場所を選ばず、大分ローカルでニーズに合った情報を入手可能なポータルサイトを構築し、大分の学生に提供する。
- ③ ウェブサイトに県内企業などの学生向け広告を掲載することで収益化を図る。

2. ビジネスプランの具体的内容

テーマ／商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど

(1) 商品・サービスの内容：大分の学生が気軽にローカルな情報を得られるウェブマガジン

・当ビジネスにおいて提供するサービスは、大分県内の学生に対してインターネットを通じ、キャンパスライフ(サークルや講義、学生向けイベントの情報など)やキャリア(就職活動やボランティア)に関する情報などを時間や場所を選ばず無料で提供するサービスである。

・現在、大分では学生向けのローカル情報を時間や場所を選ばず無料で取得できる媒体は皆無である。そこで当社は、大分の学生向けにローカルな情報を発信する Web マガジン「Phrase Oita」を運営し、キャンパスライフの利便性を向上させている。

・ボランティア、インターン、留学、資格、金融、IT や学生起業などに関する情報は都市圏の大学生と大分など地方の大学生を比較すると情報格差が著しい。そこでこのような情報格差を縮小させるために、当サイトを通じて大分の学生に冒頭で挙げたような情報も提供している。

・ポータルサイトの運営によって得られる大分の学生のマーケティングデータは地域の中小企業や自治体、非営利団体へ格安で提供し地域コミュニティの活性化にも貢献する予定である。

※下記の画像は当社が 2013 年 8 月 1 日リリースし、実際に運用している大分の学生向け Web マガジン「Phrase Oita」(<http://phrase-oita.com/>)である。



(2) 着眼点：進まない地方メディアのインターネット化とそれに対する学生の大きな不満

- ・大分の学生向け Web マガジン「Phrase Oita」の前身となる「大分大学の学生向けポータルサイト B-net」(<http://www.bnetinformation.jp/>)の大分大学の学生にターゲットを絞ったローカルな情報提供サービス(サークルや大学周辺の飲食店の情報)は、大学進学間もない私にとって非常に有益な情報ばかりだった。
- ・当時(2010 年)の大分では学生だけに特化したような”ローカル”で”ニッチ”な情報を発信しているメディアは皆無だったため、従来のメディア(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、フリーペーパー)と異なり、**無料で時間や場所を選ばず情報を入手出来る B-net** は非常に利便性の高いものだった。
- ・2010 年と現在を比較すると、スマートフォンを始めとする高性能モバイル端末の普及やインターネット通信速度の飛躍的な向上によって、学生のインターネット接続環境は急速に改善している。それに伴い、B-net のようなローカルでニッチな情報サイトのニーズが高まっているにもかかわらず、私の入学から約 4 年経った**現在でも地方メディアはそのニーズに全く応えていない**。ローカルでニッチな情報のほとんどは未だにフリーペーパーが主な発信源になっているため非常に不便である。さらにフリーペーパーは紙を大量に消費するため環境に大きな悪影響を与えている。
- ・フリーペーパーや雑誌など地方の紙媒体のメディアは印刷費やデザイン経費、配送費などの関係上、**広告料金が非常に高額**なため、広告費に大きな予算を計上出来ない中小企業は諦めざるを得ない状況になっている。
- ・これらの事情を踏まえた上で、**大分の学生と大分の中小企業のニーズを満たす**ことを目的に B-net の運営を引き継ぎ、またサイトを拡大発展させた大分の学生向け Web マガジンウェブマガジン Phrase Oita(フレーズ大分)をリリースし、創業を行った。

(3) 事業化計画：サービスはリリース済み、11 月に法人を設立し初年度黒字を目指す

- ・事業拠点として 2013 年 7 月 20 日、インキュベーション施設の大分市産業活性化プラザ創業支援ルーム内にオフィスを開設した。8 月 1 日には大分の学生向け情報 Web マガジン「Phrase Oita」をリリースし、その運営を行っている。
- ・個人事業主のままでは社会的信用性が低く大口の広告契約を取りにくいいため、2013 年 11 月に法人を設立予定。現在設立準備中。
- ・2013 年 12 月に第 1 次資金調達として 100 万円の融資を受ける予定。
- ・事業化の準備段階として大分大学内で情報サイト「B-net」を試験的に運用済みであり、ユーザー(サイト利用者)のニーズや顧客(広告主)のニーズについては把握済み。
- ・今後は、講義情報システム、当サイト独自のローカルネットフリーマーケット、大分県内の中小企業と学生のマッチングサイトなどのウェブサービスを順次リリースし、ユーザーの利便性を向上させる。

(3) 事業実施形態

- ・マネジメントスタッフ 1 名(役員待遇、代表の東村)は全体の統括および営業業務を行う。
- ・営業スタッフ(パート待遇)を 1 名雇用予定。
- ・ウェブマガジンのライターを約 3 名程度(アルバイト待遇)雇用予定。
- ・事務スタッフ 1 名(パート待遇)を雇用予定。
- ・ウェブサイトのデザインおよびプログラミングは、こちらで仕様書を作成し、作業のみ外注を行っている。

(3) 事業の将来像

- ・創業初年度は大分県内において事業基盤の確立を務め、初年度黒字を達成する。
- ・2 年目以降から熊本県、福岡県、鹿児島県など順次進出し、4 年目には九州全県へ進出する。
- ・5 年目には上場も視野に入れながら積極的な資金調達を行い、中国、四国地方への進出を目標とする。10 年以内には全都道府県への進出を果たし、成長著しい東南アジアなどへの海外展開も目指す。
- ・最終目標としてはローカルでニッチな地域密着型の情報サイトのグローバル展開とそれによって得られるマーケティングデータを地域社会へ安価な価格で提供することで地域経済の活性化も促す。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

(1) 大分初の”スマートフォン主体”の学生向け情報媒体としての新規性

- ・現在、大分の学生の多くは情報を得るための手段として主にスマートフォンを始めとしたモバイル端末を利用している。実際に当サイトのアクセスの約 60%はモバイル端末からであり、この傾向は今後さらに強くなると予測出来る。
- ・競合他社となる大分の他のメディア企業はモバイル端末への対応が非常に遅れているばかりかそもそも学生向けに情報を提供しているところがない。したがって本事業には大きな新規性がある。
- ・従来の情報サイトのいわゆるページ型と呼ばれるようなサイトはスマートフォンの画面の小ささから非常に見にくく敬遠されるようになってきている。そこでフェイスブックやツイッターなどと同様に**タイムライン型と呼ばれる時系列で一覧に記事が表示されるシステム**を採用。
- ・またスマートフォンは画面が小さいため、従来のバナー広告を表示させる場所が非常に限られる。そのためバナー広告中心のビジネスモデルはスマートフォンに向いていない。
- ・バナー広告自体もユーザーは非常に嫌うようになってきているため、広告の効率が非常に悪くなっている。
- ・先ほど説明した時系列で表示させる(タイムライン形式)記事と記事の間に広告であることを感じさせない記事風の広告(タイアップ広告)を表示させることによって、バナー広告を極力減らし、記事風広告を採用することによって広告効果を飛躍的に高める。
- ・この**タイムラインの間に広告を入れるという形式はフェイスブックを始めとする企業が採用し、現在の広告表示の1つのトレンド**になっている。
- ・タイムラインにいくつも広告を流し込むことが可能なため、従来のバナー広告の枠よりも数十倍の広告枠を確保可能である。

(2) 学生のニーズをくみ取った情報発信という独自性

- ・本事業の独自性は学生のニーズをくみ取った情報発信を行っている点にあり、学生のニーズは次の3つに大別される。
- ① 学生が欲しい情報について、既存メディアで発信していない情報を取材し提供して欲しい
 - ② 飲食店情報など氾濫しているものを学生向けに選別して欲しい
 - ③ 学生向けイベントなど各自がバラバラに発信している情報を一つにまとめるメディアを作って欲しい
- ・当事業ではこれらのニーズを全て満たすことによって他の地方メディアには真似の出来ない**ニッチでローカルな独自のメディア**作りを行っている。

(3) 顧客(広告主)にとって低価格で効果的な広告サービスを提供できるとした経済性

- ・学生に対してターゲットを絞った効率的な宣伝を安価に行いたいと考えている顧客(広告主)の広告を当サイトに掲載することによって、競合他社よりも効果的で半額以下の価格に抑えた広告サービスの提供が可能である。
- ・さらに学生に特化した情報をインターネット、特にスマートフォンを通して情報提供することによって他の媒体よりも若者に対する広告効果はさらに高くなると考えられる。
- ・インターネット広告は動画も対応可能なため、雑誌や看板などの広告媒体よりも訴求力の高い広告サービスを提供することが出来る。動画広告の制作費も安価である。
- ・さらにタイアップ型の広告を打ち出すことにより広告効果を飛躍的に高めることが可能である。
- ・従来型の紙媒体の広告では広告効果の測定が非常に困難であったが、インターネットの広告では何人が広告を表示させたのか具体的に数値データとして得られるため、広告効果の検証が非常に容易になる。これによって得られたデータを広告の制作に生かすことによってさらに効果的な広告を制作することが可能である。

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

(1)販売ターゲット：2万人の大部分の大学生と県内中小企業

- ・ユーザー(読者)は約2万人の大部分の大学生をメインターゲットに設定。
- ・顧客(広告主)は公務員学校や自動車学校、旅行代理店など大部分の大学生向けに広告を打ち出したい企業をメインターゲットに設定。

(2)予測される市場規模・市場動向：地方のインターネット広告市場はブルーオーシャン

- ・日本の広告費の年度別推移をマスコミ4媒体とインターネット広告捉えてみると、マスコミ4媒体は全体的に減少傾向である反面、インターネット広告については平成19年と比較して145%も増加している。今後もこの傾向は続き、平成25年度には1兆円を超えると予測されている。
- ・大分全体の広告市場規模は年間約187億円であり、そのほとんどがマスメディアやフリーペーパーの広告費に流れていると予測。大分ローカルのインターネット広告はある程度の市場を獲得できる可能性。

(3)販売対象エリアの状況及び裏付け：すでに販売実績を有している

- ・前サイトの経験から大分の学生向けに広告打ち出したい企業は学生に対して有効な広告のアプローチ方法を見いだせず困っている。
- ・前サイトの経験から県内企業はフリーペーパーやポスティングなどの広告手法のコストパフォーマンスの低さにも気付いている。しかしながら、有効なインターネットのローカル媒体がないためフリーペーパーやポスティングに頼っている。
- ・上記のような背景から実際に現在までに県内企業や行政団体など、約20社ほどと広告の取り引き実績を有する。

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

(1)基本戦略：PC及びスマートフォンを用いた低価格な広告による市場開拓

- ・地方広告市場における新規市場の開拓を目指す。例えば競合となる地方情報誌には1回当たり数十万円単位の広告費用が発生するが、インターネットメディアは印刷費など経費を大幅に圧縮できるため数万円単位からターゲットを絞った効果的な広告が可能になる。
- ・これにより今まで広告を諦めていた中小規模の事業者の広告ニーズを取り込むことが可能である。
- ・さらに地方ではスマートフォンを始めとするインターネットメディアへの対応が非常に遅れているため、早期に当事業に参入することで非常に高い成長性が見込める。

(2)広告サービス販売価格(単位：千円)

- ・下記の表が当ウェブサイトへの広告掲載費一覧である。数万円単位から広告を掲載することが可能である。
- ・広告主のニーズに合わせて様々な種類の広告を用意している。
- ・単価が高い広告は地場の有力企業向けに販売を行い、単価が低い広告は中小企業や大学周辺の飲食店や美容室に販売する。これによって、幅広いセグメントの広告主にも満足度の高い広告を提供する。
- ・オリジナルタイアップ広告の価格はこれまでの事例から考えると、制作費だけで数十万円。掲載費で年間数十万円と非常に大きな契約になるが、ニーズとしては年に数回程度存在する。タイアップ広告の潜在的な需要は多くあると考えられ今後、営業活動によって掘り起こしていく。

広告種類	月単価	最大表示数	月間最大売上	備 考
スーパーバナー広告	80	5	400	視認性が最大
ラージレクタングル広告	60	4	240	ローテーション表示
スモールレクタングル広告	50	4	200	固定表示
スマホバナー広告	50	4	200	スマートフォン対応広告
定型タイアップ広告	30	12	350	記事風に掲載
オリジナルタイアップ広告	—	—	—	独自のプロモーション

(3) 地元広告業界の広告料金相場

・本事業の料金は、上記紙媒体の最小サイズと同程度(新聞除く)又はそれ以下で設定しており、競合する広告媒体と十分に競争できる環境にある。

広告媒体名	最大サイズ	最小サイズ
シティ情報おいた (月刊誌) : カラー	1～2 回 : 378 千円	1～2 回 : 89 千円
モグモグ (月刊誌) : カラー	1 回～2 回 : 473 千円	1 回～2 回 : 74 千円
セーノ (月刊誌) : カラー	1 回 : 368 千円	1 回 : 53 千円
大分合同新聞 (新聞) : カラー	1 回 : 884 千円	1 回 : 226 千円

(4) 販売販促活動 : ランチェスター戦略を用いた営業活動

1) 顧客(広告主)に対する販促活動

① 訪問営業による販促活動

・顧客(広告主)に対する販促活動は、私を含めた 2 名という少ない営業スタッフを効率的に用いるために大分駅から半径 1 キロ以内を訪問営業地域に定め、地場大手の広告営業会社に訪問頻度の差で劣らないようにする。

・そのために以下の準備を行い活動する。

ア. 訪問見込み先リストの作成(ゼンリン地図、タウンページ、インターネットよりリストアップ)

イ. 自社サービスの概要と顧客メリットを謳った会社案内兼商品説明書のさらなるブラッシュアップ

② FAX 営業、電話営業による販促活動

・経営資源に限りがある中で上記①のような訪問営業によりカバーできない遠方地域の顧客(広告主)に対しては、主に FAX 営業並びに電話営業により販促活動を行う。

・そのため上記(1)の見込み先リストの作成に加え、以下の 2 点の準備を行う。

ア. 電話営業のセールストーク、テレアポのコツなど社員教育の徹底

イ. 自社サービスを FAX 文面によって顧客に十分訴求できる紙面のさらなるブラッシュアップ

・また限りある人材を効率的に用いるため、遠方の顧客はバナー広告のみの受注を行い、極力何度も打ち合わせが必要なタイアップ広告の受注は行わない。

④ インターネットを用いた販促活動

・広告の申し込みが可能な自社ホームページを制作する。

・SNS などを用いて特に若い事業主をターゲットとした販促活動を行う。

2) ユーザー(読者)に対する販促活動

① SEO 対策および PPC 広告により販促活動

大分の学生がグーグルなどの検索エンジンを用いて検索した際、当サイトが検索結果の上位に表示されるように、技術的な対策を行い学生の認知度を向上させる。またグーグルの PPC 広告(検索と連動したクリック課金の広告)を利用してさらに学生の認知度の向上も図る。

② SNS を用いた販促活動

フェイスブック、ツイッター、ラインなどの若者が頻繁に利用する SNS ツールを用いて、大分の学生に当サイトの紹介を行うことにより、学生の認知度向上を図る。

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

(1) 想定される競合(類似ビジネス)

インターネットを主体にして大分の学生向けに情報を発信している媒体は今のところ大分にはないことから、顧客(広告主)およびユーザー(読者)のどちらに対しても大分の若者向けの雑誌やフリーペーパーが当事業の競合となる。

(2) 競合優位性

① ユーザー(読者)

- ・当サイトは時間や場所を選ばず無料で情報の閲覧が可能である。さらに取材から記事の発信まで最短で当日中には可能なためリアルタイムな情報をユーザーに届けることが可能である。
- ・他の競合の媒体には掲載していない大分の学生にターゲットを絞った情報を掲載している。
- ・他の紙媒体の競合では不可能な動画や音声などもインターネットを用いて発信することが可能である。

④ 顧客(ユーザー)

- ・当事業の広告サービスの価格は競合の紙媒体が提供する広告枠の半額以下で設定しており、競合する広告媒体に対して十分な価格競争力を有している。さらにターゲットを大分の学生に絞っているため、ターゲットに合わせた効率的な広告展開が可能である。
- ・従来の紙媒体の広告では広告効果の数値化が非常に困難だったが、インターネット広告は例えば何人が広告を見たのかなど数値化して広告主に対して示すことが可能である。これによって広告効果の検証結果から、さらに効果的な広告の提案を行うことが出来る。

(3) 競合と比較した際の弱点

- ・従業員のほとんどが学生のため広告およびメディア業界における知識やビジネス経験の不足が懸念される。対応策として大分市の補助金等を利用して専門家の派遣を行ってもらい従業員の教育を徹底する。
- ・営業活動における知識や実務経験の不足も上記項目と同様の理由で懸念されます。こちらも大分市の補助金等を利用して専門家の派遣を行ってもらい従業員の教育を徹底する。
- ・インターネット広告がまだ大分ではそれほど一般的でないため、知名度の不足などからインターネット広告が大分の企業に受け入れられるまで一定の時間がかかると予測される。対応策として、今までの実績などをしっかりと説明できるような営業訓練をしっかりと行い、さらにパンフレットの内容もさらにブラッシュアップを行う。

7. 事業実施上の問題点・リスク

- ・経営者が学生のため経営面に関する知識や実地経験の不足が懸念される。対応策として創業支援施設へ入居し、随時、助言や指導を受けることで知識や経験の不足からくる問題の発生を最低限に抑える。
- ・新規参入リスクが大きいという問題点もある。インターネットメディアは雑誌やフリーペーパーなどと比較して新規参入が容易なため、同様のサイトを他の企業が立ち上げることも十分考えられる。対応策として先行者メリットも挙げられるが、ユーザーデータの蓄積と分析を行うことで、他の媒体よりも魅力的な記事を作成することで対応する。さらに広告中心の収益体制からサービス課金へ早期に転換することで、新規参入により考えられる広告単価の低下に備える。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

・ウェブサイトの運営およびフリーペーパーの編集長を務める

学部2年次より大分大生向け情報ウェブサイト B-net と大分大生向けフリーペーパー『phrase(フレーズ)』の運営をそれぞれチーフディレクター及び編集長として行ってきた。その際、営業、企画、取材、記事制作、デザイン、プログラミングなど一通りの業務を全て経験した。さらにウェブサイト、フリーペーパーの事業において30名ほどのメンバーのマネジメントを行った。したがって当事業に対しては豊富な知識を有している。またこの時の営業活動によって多くの顧客を開拓することが出来た。

・新規プロジェクトの立ち上げおよびマネジメントの経験有り

大学の研究活動において竹田市の中山間地域の活性化に関する研究に携わり、学部3年時には大分大学経済学部地域活性化プログラム「神原(こうばる)縁側カフェ」においてプロジェクトリーダーを務め、学生と地域住民との合同プロジェクトの新規立ち上げを経験し、同プロジェクトを成功に導いた。

・毎日新聞学生記者および大分大学広報誌学生スタッフを務め大分のメディア業界に多くの人脈を得る

上記2つの活動によって、大分のメディア関係者に多くの人脈を得ることに成功した。人脈を利用して積極的にプレスリリースなどを行うことにより、創業以来ほぼ毎月なんらかの形でメディアに取り上げられ当社の知名度向上に貢献している。

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

(1) 事業の社会性

私は若者特に地方の学生が非常に狭い視野の中で就職などのキャリアデザインを行っていることに大きな問題意識を持っている。このことが就職のミスマッチ、若年者の離職率の高さにもつながっている。学生生活は広い視野を得るためのチャンスであるが、現状では多くの学生がこのチャンスを生かしていない。この現状を打破する1つの手段が私の情報発信事業である。都会に行かなくても地方には魅力的な大人、もの、こと、仕組み、イベントがたくさんある。そのような情報を学生に提供することで、地方の学生が自らの視野を広げるキッカケを掴んで欲しいと考えている。それがひいては疲弊する地域コミュニティの活性化にもつながると私は信じている。この点が当事業最大の社会性である。

(2) 実現性と事業家としての抱負

・実現性に関しては、すでに私は当ビジネスで創業しており、すでに実現している。

・事業化としての抱負としては次のような抱負を抱いている。私は大学において大分県内の過疎高齢化に関する研究を行ってきた。研究を通じまさに集落のコミュニティが崩壊していく様を目の当たりにしてきた。過疎高齢化地域の集落は危機的に迫られている。この現状が今後50年で日本全体に広がっていくのである。今、まさに我々の世代が志を持って立ち上がらなければこの国は亡国になるということを痛感した。そこでこの問題の根本的な解決のためには地域に雇用をもたらし企業を作らなければならないという結論に至り、起業を決意した。業種をIT産業にしたのは日本の中でこれほど拡大している産業は他になかったからである。多くの雇用を生み出すために成長性のある産業を選ぶことが必要だった。衰退する日本を救うために「所期奉公」の精神で日本のため、また世界経済と人類の発展のために人生を捧げる覚悟である。

10. 売上・利益計画

(単位：千円)

事業・商品別計画 (事業名・商品名)	第1期 (平成26年12月期)	第2期 (平成27年12月期)	第3期 (平成28年12月期)
広告事業	(100%) 5000 (%) (%)	(100%) 10000 (%) (%)	(100%) 17000 (%) (%)
売上高計	5000	1000	17000
経常利益	200	500	500

() 内は粗利益率

11. 資金計画

(単位：千円)

必要資金	金額	調達方法	金額
運転資金	1000	地元金融機関より融資	1000

第 13 回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 熊本高専	代表者名 徳永真二
事業名 携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション	
キャッチフレーズ テキスト・ネック防止アプリ	

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。

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

私が提案する事業は、テキスト・ネックを防止するアプリケーションの開発・販売である。このアプリケーションは、スマートフォンなどが流行している現代社会で、それらの使用によるテキスト・ネックという症状を防止することができる。収益はアプリケーションの有料販売、もしくは無料で販売しアフィリエイトや広告で得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

テーマ／商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど

テキスト・ネック防止アプリは現代社会で流行しているテキスト・ネックという症状を防止するアプリである。まずテキスト・ネックとは、前かがみで携帯デバイス进行操作する時間が増えることで、首の張りや頭痛、肩の痛み、ときには手や腕の痛みなどの症状が出ることである。この症状を発症すると一生続く場合もある。また、深刻な事例だと、首が曲がった状態で筋肉が適応してしまい、首をまっすぐに伸ばすと痛みが発生する場合もある。

そこでテキスト・ネック防止アプリはスマートフォンに常駐するアプリで、機器に搭載されている 3 軸の加速度センサにより、スマートフォンを使用中の角度を検出し、もしスマートフォンが長時間水平に近づいていると頭を前かがみに使用していると認識し、スマートフォンの画面に通知する（図 1）。さらにその前かがみの状態が多発しているときは、通知ではなく首や背中の体操を促すようなポップアップを表示させる（図 2）。図 2 のポップアップ時に「はい」を選択すると、首や背中の体操の画面に移動する（図 3）。スマートフォンが垂直に近い場合は、前かがみになっている可能性は低いので通知はしないが、そのときスマートフォン自体を長時間使用していたら同じく通知する（図 4）。これらの通知する時間や角度などは自分で設定できるようにして、更に使いやすくする。



図 1 前かがみになっていると通知



図 2 ポップアップ画面



図 3 体操時の画面



図 4 長時間使用していると通知

着眼点:

電子機器の普及により情報化社会となり、それにより様々な問題が生じている現代でスマートフォンによる問題点に着目した。

事業化計画:

事業化の主な流れとしては、次の図 5 のような手順で事業を計画している。まず、アプリケーションの開発をする。次に効果検証では友人など 100 人程度に、実際に□1 ヶ月間テキスト・ネック防止アプリを使用してもらい、その効果を検証する。販売後の宣伝では、主に Twitter や Facebook などの SNS で宣伝を行いアプリの認知を高める予定である。その後は新しい機能を付加したり、アプリ利用者からのフィードバックなどをもとにより良いアプリにしていこう予定である。

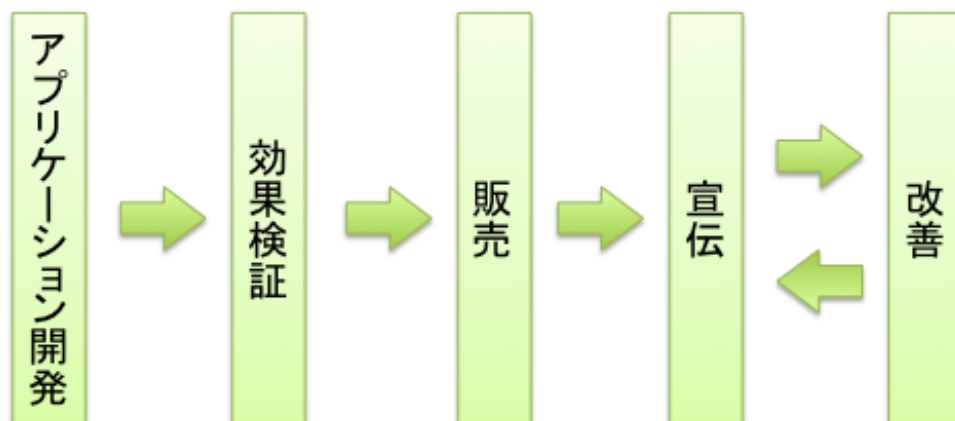


図 5 事業化計画

将来のビジョン:

テキスト・ネック防止アプリは将来的に、販売される全てのスマートフォンに初めから搭載されるような状態を目指す。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

新規性

テキスト・ネックを防止するアプリが今までにない。

容易にテキスト・ネックを防止することができる。

便利性

スマートフォン用のアプリなので、スマートフォンの所有者が誰でも利用できる。

常駐アプリのため、邪魔にならない。

特徴

スマートフォンの角度は通知する時間を設定することができるため、自分に合った設定でテキスト・ネックを防止することができる。また、テキスト・ネックを防止するだけでなく、スマートフォンの長時間の使用も同時に防止することができる。

テキスト・ネック防止アプリは常駐するアプリのため、画像などをほとんど使用しないので、アプリ自体の容量を小さくすることができ、スマートフォンにかかる負担を最小限に抑えることができる。

普段持ち歩いているスマートフォンだけを必要とし、特別な機器を必要としないため、持ち運びが便利である。

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

テキスト・ネック防止アプリが対象とするのは、スマートフォンを利用している人全てである。現在スマートフォンの出荷台数、契約台数は共に増加している。図2にそれぞれ、スマートフォンの出荷台数の推移・予測と契約台数の推移・予測を示す。2017年度のスマートフォン出荷台数は3,530万台で携帯出荷の84.4%を占めると予想されており、スマートフォンが普及すると共にテキスト・ネックの心配も懸念される。

また、アメリカのFOXニュースというニュース番組でも、テキスト・ネックの問題が取り上げられており、そのニュースではアメリカノースカロライナ州のマッシューズという都市にある、カイロプラクティックの病院のアンジェロ・テリグノ医師の患者の、40%以上がテキスト・ネックであると言われていた。つまり、日本だけでなく海外など世界中でニーズがあると思われる。

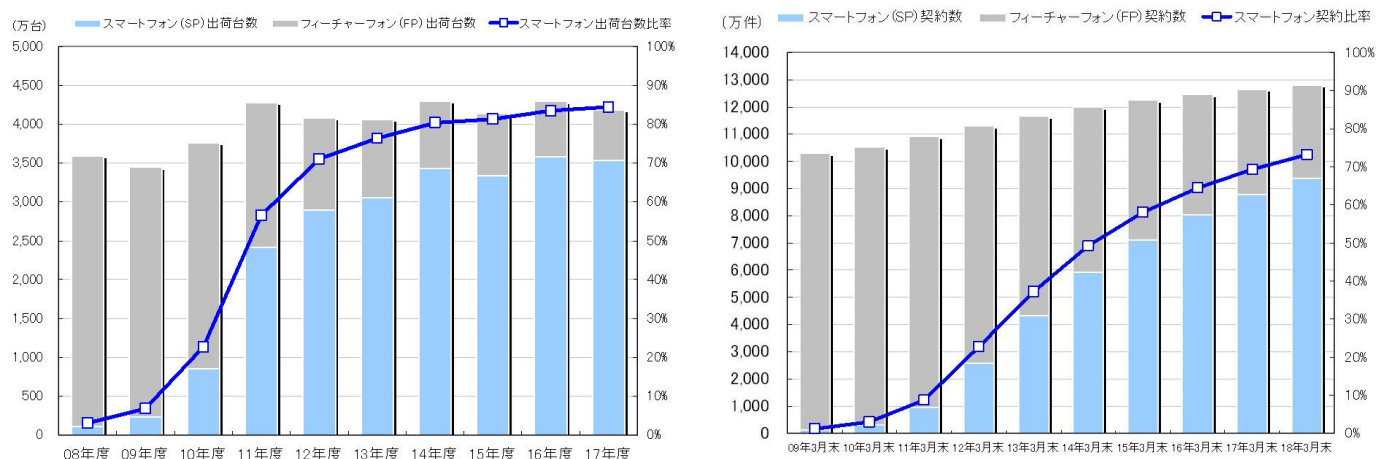


図6 スマートフォンの出荷台数と契約台数の推移・予測

参考 URL: <http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120130328500>

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

マーケティング戦略は、AndroidではGoogleのPlayストアを利用し、iPhoneではApp Storeを利用してアプリの販売を行う。基本戦略としては、自分自身の体を守るためのアプリという面を前面に出して宣伝し、販売を行う。

次に、価格設定は本アプリと他の様々なアプリと比較して設定を行う。現在のアプリは無料のものから数千円するアプリがあるが、ほとんどが無料か100円～500円前後のアプリである。そこで、本アプリを無料で販売する場合はアフィリエイトや広告で収入を得る。有料の場合は100円～500円程度の価格設定で、誰もが手軽に購入できるようにし、収入を得る。

販促戦略は、TwitterやFacebookなどのSNSを利用してアプリの認知を高める。

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

現在テキスト・ネックが流行しているにも関わらず、テキスト・ネック防止アプリのような、類似アプリは販売されていないと思われる。そこで競合製品としては、本アプリが販売された後に類似のアプリが作られ販売されることであると考え。そのような問題を解消するためには、本アプリ自体のデザインの向上や、時間や角度などを細かく設定でき、自分専用のテキスト・ネック防止アプリになる、カイロプラクターとの連携を取りより効果的な体操ができる、という他の類似アプリに負けないような戦略を考えている。

7. 事業実施上の問題点・リスク

事業実施上の考えられる問題点は、本アプリを公開した後に、似たような本アプリより良いアプリが出てくると予想される点である。この問題点を解消するために、特許を取る、本アプリに改良を加えてより良いモノにす

る、といったことを考えている。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は現在高専の専攻科に在学しており、本科の5年間では授業などでプログラミングを学び、専攻科でもプログラミングを学んでいるので、この経験を事業に生かせると考えている。

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

スマートフォンは日本だけでなく、世界でも流行している。そこでこのテキスト・ネック防止アプリが開発されれば、世界中のスマートフォン利用者の体を守ることができるようにと考えている。なので、このテキスト・ネック防止アプリの開発に真剣に取り組んでいきたい。

10. 売上・利益計画

まずテキスト・ネック防止アプリをPlayストアで有料で販売するとして、アプリ1つを手頃な価格の300円に設定した場合の売上計画を示す。初年度は100ダウンロードされ、それ以降は口コミなどで増えると予想し、下の表にその結果を示す。

次にApp Storeで有料で販売する場合は、アプリ1つの値段を同じく300円に設定し、Playストアの場合と同じように予想し、下の表にその結果を示す。

営業利益は売上高計からApp Storeの登録料の1万円を引いた金額になる。

(単位：千円)

事業・商品別計画 (事業名・商品名)	第1期 (平成26年3月期)	第2期 (平成27年3月期)	第3期 (平成28年3月期)
テキスト・ネック防止アプリ	(Playストア) 100ダウンロード (App Store) 50ダウンロード	(Playストア) 1500ダウンロード (App Store) 1000ダウンロード	(Playストア) 4500ダウンロード (App Store) 3000ダウンロード
売上高計	45	750	2250
営業利益	35	740	2240

11. 資金計画

資金調達方法については未定のため、必要資金の見積もりのみを記載する。

また、App Storeでアプリを販売する場合は、年会費として99ドル支払わなければ登録できないため、登録料を1万円とする。開発費については使用するソフトによっても変わるが、パソコンがあればフリーのソフトでアプリ開発が可能であるので、ここでは0円として記載していない。

(単位：千円)

必要資金	金額	調達方法	金額
登録料	10		

第 13 回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 鹿児島大学	代表者名 長重 佑
共同提案者 中野 裕太 新郷 萌子	
事業名 あなたの脳みそ(ノウハウ)買い取ります! 『Goodonors』	
キャッチフレーズ ビジネスに平成維新を起こします!	

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

学生と若手のビジネスパーソンを対象にした会員制 SNS サービスを提供する。そこでは、ユーザー一人ひとりが、自分のノウハウを文書または動画として投稿し、共有することができる。ユーザはためになるコンテンツを評価でき、評価に応じて提供者にも収益を還元する。Goodonors の収益は月額の有料会員から得るものとする。

2. ビジネスプランの具体的内容

2.1 概要

昨今では終身雇用制度の崩壊や能力主義の台頭という不確実性の時代において、企業が自社の社員を育成するという事は減り、即戦力となる人材を獲得するため、新卒採用や中途採用、インターンシップ制度など人材・教育に関する仕組みも変化している。個人が自らの責任で学ぶ際には、教育系の企業のセミナー・研修等を活用してノウハウを学ぶ事が多い。教え手の方も、ノウハウを売するために自ら Web を活用する人も出てきたが、ノウハウの質よりも集客力が売上を左右している現状がある。そこで、ノウハウを提供するためのプラットフォームを用意し、その中でコンテンツを共有させる。



「Goodonors」という SNS サービス上で教育コンテンツの取引の場を提供する。ユーザは先生・生徒のどちらにも成りうる。

- 1) Goodonors へコンテンツ (個人の持つビジネス関連のノウハウである動画・文書) を提供
- 2) スクリーニングしたコンテンツを掲載
- 3) コンテンツを視聴・評価、必要に応じて有料会員に登録
- 4) 評価数に応じて、報酬を支給

< 広告 > 広告を掲載する (Google AdSense の予定)

なお、現時点では決済システムに PayPal を用いる。また、ここでの「ビジネス」は商業活動や経済活動を指すものとする。

2.2 Goodonors サービス運営に関して

a) サイトの機能

- 会員登録には実名制で、「Facebook」アカウントを使用
- コンテンツの投稿・閲覧(投稿者がダウンロード・シェアの是非を設定)
- プロフィール編集(写真・キャリアサマリ・職歴・スキルなど)
- 掲示板作成機能(ディスカッションを通じた交流を目的とする)
- ダイレクトメッセージ機能

b) 開発工程

必要最小限の機能(動画投稿・プロフィール編集)が実装でき次第 α 版として公開する。グループ作成やダイレクトメッセージ機能は実装してから、期間限定の β 版としてユーザに無料で公開する。新機能のユーザの使用頻度を分析しながら、有料会員を導入するかを判断する。

c) コンテンツ配信

基本的に、テキスト文書やスライド・動画などを閲覧できるようにする。動画に関してはすでに録画したものをアップロードする形式を取るが、Goodonors が必要と認めたユーザには生中継で双方向のやりとりができる環境を提供するものとする。

d) 取り扱うノウハウのジャンル

創業当初に取り扱うジャンルは、ホワイトカラーが一般的に必要とされる分野を取り扱う。
(例：営業のコツ・マーケティング・リーダーシップ・マネジメント・コーチング・プレゼンテーション・ビジネスマナー・オフィスソフトの使い方・会計…)

e) 不適切な投稿への対処

サービスを運営するうえで不適切な投稿(著作権侵害・明らかに誤った情報・性的暴力的コンテンツ・誹謗中傷など)は必ず出てくる。それに対しては、運営が適宜巡回して所定の基準に乗っ取り対処する。しかし、ユーザ数の増加により対処しきれない場合もあるため、一般ユーザに対しても運営が適切と判断したユーザに限り、準運営として特別な権限を与えるものとする。

2.3 組織体制

役職	業務
経営	組織内のマネジメント
開発	Goodonors 内のサービス運営(デザイン・ネットワーク)
財務	資金調達や財務管理
プロモーション	サービスのプロモーション施策を立案・執行
カスタマーサポート	ユーザからのフィードバックをもれなく集め、サービス改善案を提案

2.4 10 年後までの事業化計画

年月	事業化計画
～H26/3	α 版の開発、資金調達、会社の方針のすり合わせ
H26/4	創業開始。投稿・閲覧のみの機能でユーザの確保。現時点では全て無料会員とする。また、随時ダイレクトメッセージ機能などを実装しβ 版としてユーザに提供する。
H27/4	有料会員制度の導入を開始する。今までのユーザは半年まで無料で有料会員として扱う。
H28/4	黒字化を目標に創業時に想定していた機能は全て実装する。企業からのセミナー動画の提供を試験的に開始する。
H36/4	Goodonors メディアを人材発掘・育成のプラットフォーム化する。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

3.1 新規性

法人や個人がノウハウを提供するビジネスは存在するが、既存のビジネスモデルではノウハウの提供者は一部の人に限られていた。その制限を取り除き、学んだことを公表するための場を提供することで、今まで世の中に出なかった新しい考え方を流通させる事ができる。

3.2 便利性

ビデオとインターネット環境があれば、誰もが先生としてノウハウを配信できる。その際に Web の知識がなくても簡単にコンテンツを作れるため、新しいビジネスチャンスを生み出す事ができる。また、集客や決済等の面倒な手続きもいらない。

3.3 独創性

「ビジネス＝真面目で堅い」というイメージを払拭するためにエンターテイメント要素を取り入れる。(例えば、月に 1 回程度面白いコンテンツを表彰する仕組み)

3.4 特徴

➤ ユーザ(先生)に対しての特徴

SEO などの Web の技術がなくても、自分のノウハウを良いコンテンツとして提供することで、収益を得ることができる。また、SNS の要素を含んでいるため、マイページなどのプロフィールに取り組んでいるプロジェクトやセミナーなどをレジュメのように紹介することで、新しいビジネスのきっかけを作ることができる。

➤ ユーザ(生徒)に対しての特徴

ビジネスに関するコンテンツを基本的に無料で利用できる。前述の通り、SNS の要素を取り入れて同じようなテーマを学習している人と交流を図る事ができる。また、提供者としてのユーザにもメッセージでやり取りができるため、疑問点の解消や人材交流の場とすることもできる。

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

4.1 市場ニーズ

20～40 代のビジネスパーソンは学びなおしへの欲求が高く中でも「業務上必要なスキル」「語学・資格」への関心が高い。しかし、1 日当たりの平均学習時間は 60 分程度と非常に少ない。したがって、限られた時間を使っていかに有効な学習ができるかが重要なポイントになる。

(参考資料：文部科学省平成 24 年度「第 3 回雇用政策研究会」資料より)

<http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/2r9852000002b9xq-att/2r9852000002ba21.pdf>

4.2 ユーザの規模

日本にいる 20～40 歳のビジネスパーソン

$12700 \text{ 万人} \times 0.3 \text{ (20-40 歳の人口割合)} \times 0.8 \text{ (労働者の割合)} \times 0.5 \text{ (ホワイトカラーの割合)}$
 $= 1524 \text{ 万人}$

日本の大学生：経済系の学部 $85 \text{ 万人} \times 0.1 = 8.5 \text{ 万人}$

その他の学部 $175 \text{ 万人} \times 0.05 = 8.7 \text{ 万人}$

よって予想されるユーザ規模は 1541 万人

そして、その市場規模は 930 億円と推察される。

なお、世界規模で考えるとユーザは約 2 億人で、市場規模は約 8 兆円となる。

4.3 今後の市場の成長性に関して

すでに学校教育において、SNS を活用した教育システムが導入されている。これは、ビジネス教育においても例外ではなく、アメリカの投資分野もセキュリティ関連から教育関連へと動き始めている。このことから、SNS×教育の分野はこれからも伸びてゆくものと考えられる。

(参考資料：『SNS の教育利用とソーシャルラーニング』)

http://www.nagoya-bunri.ac.jp/information/memoir/files/2013_07.pdf

大学教育における SNS (Social Networking Service) の有用性

http://www.ps.ritsumei.ac.jp/assoc/policy_science/194/194_04_nishide.pdf

4.4 将来の市場規模とシェア

ユーザ双方向参加型の Web スクールを作る。ユーザを高校生から高齢者まで広げ、大学入試対策から退職後の生涯学習まで、あらゆるノウハウを商材とする。既存のビジネスでは、Web-Campus の「school」がありこれは B2C で行っているのに対し、Goodonors は C2C で市場を確保する。これにより、企業側が不要だと考えていたノウハウが市場に流通し、新しいビジネスを生むことができる。

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

5.1 プロモーション

Goodonors メディア内で無料のセミナーを開催し、集客を図る。また、他の SNS (Twitter や Facebook) を利用して、ユーザを取り込む。CAMPFIRE などのクラウドファンディングによる資金調達とプロモーション。学生団体との提携して、セミナーなどのイベントを告知してもらう。Goodonors のブログや有名なブロガーによるプロモーション。

5.2 価格

プラン別に無料・有料と分ける。

プラン	Good	Great!
料金	無料	月額税抜 500 円
動画の視聴	一部制限	無制限
文書の閲覧	一部制限	無制限
評価	視聴したコンテンツは可能	視聴したコンテンツは可能
ダイレクトメッセージ	無制限	無制限
動画の配信	月 10 本まで	無制限
その他		学生は無料

ユーザ(先生)に対しては、ユーザ全体がそのコンテンツを評価できる仕組み「Good!」を作る (Facebook や YouTube における「いいね!」や「グッド」)。 「1Good!」につき 10 円分のポイントがユーザ(先生)に入る。そのポイントは一定数に達すると換金してユーザの収益になる。

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

既存のビジネスとしては、動画投稿サイト「ニコニコ動画」や「YouTube」と Web-Campus「schoo」に近い。しかし、それらのサービスと異なり、Goodonors のサービスが優位性を発揮できる点が、3つある。

- 1) 少量の動画・文書のため、細切れ時間を活用しやすい。
- 2) 幅広い分野を広く浅く扱っているため、本格的に学ぶ人(初級者～中級者)のきっかけとなる。
- 3) SNS を活用して、同じ分野を学ぶ人と繋がりを作る事ができる。

	Goodonors	ニコニコ動画	YouTube	schoo
課金(税抜)	月額 500 円	月額 500 円	無料	月額 500 円
ログイン	必要	必要	不要(※視聴)	必要
コメント	○	○	○(ログイン時)	○
ダイレクトメッセージ	○	×	○	×
プロフィール	○	△	△	×
動画の長さ(/min)	10	10	15	60

7. 事業実施上の問題点・リスク

スマートフォン・タブレット端末を利用して動画を配信する競合の参入。

→エンジニアが iOS や Android、Tizen などの OS 向けの音声系アプリに対してもノウハウがあり、競合に対しても十分対処できる。

既存の企業（語学・資格）の事業の多角化

→動画共有サービスはサーバー管理の面から、既存企業の新規参入には障壁が高く一定のシェアを確保するには時間とお金がかかる。ゆえに、既存企業の事業が Goodonors と競合する可能性は低く、仮に参入してきた際には、優遇措置を設けて提携できるようにする。

エンジニア不足・サーバーの不具合によるサービスの停滞

→Goodonors 内でもエンジニア教育に力を入れると同時に、必要に応じて学生団体等から優秀なエンジニアをインターンとして採用することで対処する。

投資家から融資を受けられるか

→融資先として、まずベンチャーキャピタル(以下、VC) を考えているが、VC からの融資が難しい場合、鹿児島県や鹿児島市の融資制度または日本政策金融公庫の新規創業融資制度を活用する。増資の際にも第三者割当増資等で対処する。

会計、法律等の知識の欠如

→会計・法律に関して、自分たちでカバーできない領域については必要に応じてアウトソーシングを行う。

ユーザ増加等による目的にそぐわないノウハウの提供

→運営側で不適切なコンテンツをチェックすると同時に、一部の優良ユーザにもある程度の権限を与える。

大手企業の買収・参入

→買収に対しては、買収先とのシナジーを考慮した上で、エグジット戦略の一つとして考えている。

この他にもまだ想定し得ないリスクがあり、私たちの経験不足により対処しきれない場合もある。そのため創業時には、VC や有識者を外部取締役として迎える事も検討している。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

代表の長重は現在、音声系のアプリ会社でエンジニアとして就業中でありそこで培ったサーバー管理やアプリケーション実装のノウハウをサービス開発に応用できる。また、共同提案者の中野は証券会社でのインターンシップの経験から、ビジネス理論の重要性を痛感し、MBA 進学に向けて会計やマーケティングなど基礎的な知識を吸収している。同じく新郷も、インターンシップでの営業経験や個人事業の経験をサービスのプロモーションに活かせるものと考えている。

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

9.1 Goodonors の経営理念

＜ミッション：Goodonors の使命＞

助け合いにより人の可能性を高める社会をつくる

＜ビジョン：Goodonors の想い＞

一人ひとりの価値を提供し合うことにより教育の総合プラットフォームを形成する

＜バリュー：Goodonors の行動規範＞

スピード感をもって行動する
 日常のあらゆる事象から学ぶ
 正しい事をする

9.2 CSR：社会的責任

- 「Goodonors」での優れた人材育成・輩出
- インターンシップ制度による人材育成
- 積極的な情報開示

9.3 事業の展望

現在のビジネス向け SNS として「LinkedIn」がある。このサービスは人材採用の面では世界中で有名であるが、人材教育に関しては未だ弱い部分がある。そこで、Goodonors を世界共通の人材育成のプラットフォームとして、有望な人材を育てそのまま人材採用に繋がるサービスを提供する。

10. 売上・利益計画

(単位：千円)

事業・商品別計画	第1期 (平成26年4月期)	第2期 (平成27年4月期)	第3期 (平成28年4月期)
ユーザ売上	0	9720	16200
広告収入	20	180	500
経常利益	-3940	-758.1	723.2

11. 資金計画

資金調達は VC をメインに考えている。理由は2つあり、第一に役員派遣による経営支援が期待されるからである。第二に鹿児島での創業を前提としており情報量で不利にならないために、VC の紹介などで都会との繋がりを形成し、ビジネスチャンスを逃さないようにするためである。

(単位：千円)

必要資金	金額	調達方法	金額
【設備資金】		VC からの融資	5000
備品	200		
オフィス代	600		
【運転資金】			
サーバ費	2800		
光熱費	240		
通信費	120		
翌年度への繰越金	1040		

補足：ニコニコ動画・LinkedInなどのデータをもとに算出

	第 1 期	第 2 期	第 3 期
ユーザ数(千人)	10	30	50
アクティブユーザ数(千人)	2.0	6.0	10.0
プレミアムユーザ(千人)	0	1.5	2.5
年間投稿数(千回)	200	1,800	5,000
広告収入	20	180	500
ユーザ売上	0	9,720	16,200
入金合計	20	9,900	16,700
融資	5000	0	0
社員	3	3	5
アルバイト	0	3	5
デザイン発注	0	1	1
サーバ台数	1	2	3
人件費	0	2,880	4,800
外注費	0	1,200	1,200
還元金	0	15	25
サーバ費	2,800	5,200	7,600
決済手数料	0	1.07	1.78
広告費	0	2	990
備品	200	400	400
家賃	600	600	600
水道光熱費	240	240	240
通信費	120	120	120
出金合計	3,960	10,658	15,976
年次収支	-3,940	-758	723
年末残高	1060	302	1025

以上

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 北九州工業高等専門学校	代表者名 花田 美佳
事業名 学童保育支援システム C-Bridge	
キャッチフレーズ ～ITで変える、働く権利と子供の安全～	

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。

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

近年は共働きの家庭が増え、児童保育を利用する家庭は多い。入所するには、多様な入所書類の作成を行わなければならない。また事業者自体も施設の状況などを自治体に報告しなければならない。そこで、私達は自治体・保護者・事業者の三者に必要な書類作成や管理を行うシステムを提供する。事業収益は、システムの販売とメンテナンス費用により得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

テーマ／商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど

(1) 着眼点

現在、共働き世帯が増加の一途をたどっている。そのため、児童の帰宅時に両親がいないという家庭も増えることになる。そのような家庭を支援するために、学童保育制度がある。学童保育では、遊びを中心とした育成指導を行っている。児童を保護者が迎えにくる夕方まで預かることができ、学校に併設している施設が多いため安全性も高い。学童保育は、保護者の働く権利と、家族の安全を守るという役割を担っている。

2013年10月6日付けの毎日新聞では、毎年学童保育に通う児童数は、昨年度を約4万人上回る88万8753人となり、過去最高を更新し、保育所と同様に学童保育のニーズが高まっていることを伝えている。

学童保育に入所する場合、保護者は多様な書類を作成しなければならない。また、学童保育を行う事業者も同様に、現在の施設の状況を自治体に報告する必要がある。これらの多岐にわたる書類を受け、自治体は書類を受理し、管理しなければならない。入所者が増えるにつれ、このような業務をこなすことが難しくなっているのが現状である。

(2) 事業概要

私達が提供するのは、学童保育の申請・管理・通知作業の効率化を目的とした、作業の支援システムである。利用するのは、自治体・保護者・事業者の三者である。まず自治体は、保護者からの入所申請を受理し登録を行い、また事業者から送られた施設の状況を管理できる。保護者は、入所申請や入所後の変更・施設退所の申請を行う。最後に、事業者は、施設の面積や住所など基本的な情報だけでなく、現在の受け入れている児童の人数や、あと何人受け入れ可能なのか、などの登録が行える。これらにより、各々の作業が効率化される。



図1：事業概要

(3) 具体的な機能

i) 自治体システム

自治体で必要となるのは、新規受付やそれに関する通知書の作成、そして事業者の管理である。従来、新規入所受付を行う場合、まず自治体は申請書類と住基データとの照合を行う。この際、住基データは、別のシステムが使用され管理が行われている。そのシステムに検索をかけて、書類に不備がないかどうかを確認している。ここには、人が介するためにミスが起こりうる。そこで、**新規受付機能**では、申請者の名前で本サービスに検索をかけると、住基データを取得し、そのデータで新規受付ができる。また、その後、入所が決定したことを保護者へと書類通知しなければならない。そこで**通知書作成機能**が必要となる。ここでは、通知する保護者が検索によって表示されるため、一度に必要な通知書枚数が作成可能となる。

また、現在の事業者の施設状況について把握しなければならない。そこで、**施設の入所者や利用料金の表示機能**が必要となる。管轄やクラブ名で検索をかけると、月別に対象入居者や料金が表示される。また、**事業者の詳細情報の閲覧**も可能である。



Web受付
用紙受付
新規受付

受付-用紙受付-新規受付

住基検索 (カタカナ氏名)

住基検索 (住所)

住基検索 (誕生日)

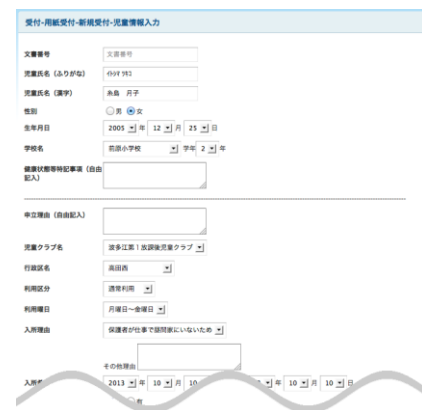
過去データ番号

結果反映

1件ヒットしました。申請者を選択してください。

氏名	住所	生年月日	世帯主氏名
糸島 太郎	高田五丁目2番20号	1980-12-12	糸島 太郎

(a) 住基データの検索結果



受付-用紙受付-新規受付-児童情報入力

児童番号

児童氏名 (ふりがな)

児童氏名 (漢字)

性別 ☐ 男 ☒ 女

生年月日

学年

健康状態等特記事項 (自由記入)

申込理由 (自由記入)

児童クラブ名

行旅区分

利用区分

利用曜日

入所理由

その他理由

入所日

(b) 児童の住基データ反映

図2：自治体システム(新規受付)

ii) 保護者システム

保護者は、児童の新規入居申請を主に行う。従来は、書類を作成し自治体へ提出を行う。しかし、インターネットを通じてパソコンで行えるほうが、自治体へ出向く必要もなくなり、便利である。そこで、**入所申請機能**が必要となる。それにより、保護者が自宅から入所申請を行えるようになる。

また、入所中に、住所変更や電話番号の変更などは起こりうる。そこで、**変更届が行える機能**を作成した。また、同様に退所を行う場合の届出も自宅から行えたほうが便利である。そこで、同様に機能を作成した。



糸島市放課後児童クラブ

新規申請
変更届
退所届

新規申請

申請者 (保護者) 郵便番号

申請者 (保護者) 住所

申請者 (保護者) 氏名

申請者 (保護者) 電話番号

児童連絡先

氏名(漢字) 性別 電話番号

氏名(漢字) 性別 電話番号

関係家族状況1

氏名(漢字) 年齢 性別

勤務先・学校名など 電話番号

関係家族状況2

氏名(漢字) 年齢 性別

勤務先・学校名など 電話番号

(a) 新規申請



変更届-対象児童・変更情報

児童氏名 (ふりがな)

児童氏名 (漢字)

学年

利用区分変更 ☒ 変更なし ☐ 通常利用 ☐ 臨時利用 ☐ 緊急の入所

利用曜日変更 ☒ 変更なし ☐ 月曜日～金曜日 ☐ 月曜日～土曜日

その他の変更事項

変更後/その他の変更事項

戻る 確定画面へ

(b) 変更届

図3：保護者システム

iii) 事業者システム

事業者として認められた場合、施設の基本的な情報を自治体に提出しなければならない。そこで、**基本情報登録機能**を用いれば、インターネットを通じて、簡単に施設情報の登録が行える。

また、自治体に現在何人受け入れており、あと何人受け入れられるのかを報告しなければならない。そこで、**空き状況報告機能**を作成した。空き状況が変わった段階ですぐに自治体の報告をすることが可能となり、迅速に新たな入居者を迎え入れることが可能となる。

(a) 基本情報登録

(b) 空き状況報告

図 4：事業者システム

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

(1) 新規性

本サービスでは、自治体の業務軽減を目的としている。しかし、自治体だけで終わらせるのではなく、保護者及び事業者のシステムを作成することで、各システムでの連携が行われ、より作業効率の向上や作業軽減が見込める。自治体・保護者・事業者の3者システムを連携させることは新規性があると言える。

(2) 便利性

自治体は申請が紙媒体でなくなるため管理がしやすくなる。また、**統計機能**などにより、一目で現在の状況把握が可能となる。保護者は自宅から申請ができるため、直接自治体などを訪れる必要がなくなる。事業者も同様に、報告が逐一行えるため無駄がなくなる。

また各機能には、**印刷機能**も付加しているため、保護者や事業者が予備として書類を保持することも可能である。

(3) 独創性・特徴

本サービスでは、新規性でも述べたように自治体・保護者・事業者の3者モデルを用いている。自治体のみを扱うシステムは多いが、保護者・事業者を含めたシステムはない。

また、本サービスでは、実際に使用する市役所職員にヒアリングを行い、現場に即した実用性のあるシステムの開発が行われている。

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

(1) 販売ターゲット

販売ターゲットは、児童保育制度を取り入れている地方自治体である。2013年全国学童保育連絡協議会の調べによると、全国で学童保育のある市町村数は1612、福岡県に限ると59である。全国的に比較を行うと福岡県は、

北海道 163・長野県 67・埼玉県 63 に次ぐ自治体の多さである。また、学童保育数で言えば、東京都・大阪府・埼玉県に次いで施設数が多く、1026 施設が設置されている。

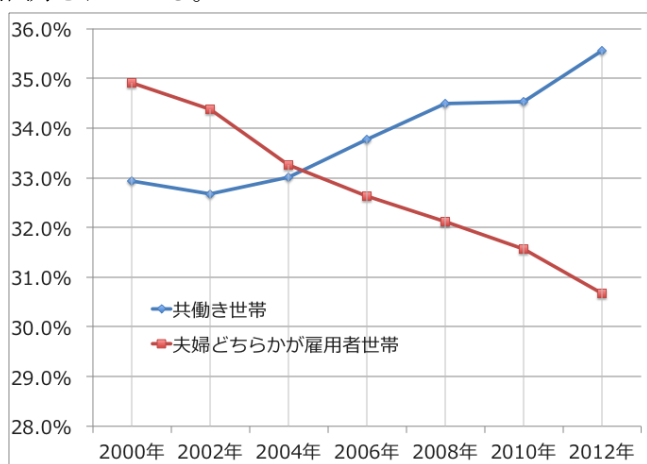
(2) 市場規模・動向

女性の社会復帰などにつれ共働き世帯は増え続けている。そのような家庭を支えるのが学童保育である。学童保育施設の数も年々増え続けている。しかし、これでもまた待機児童は多く存在する。つまり、今よりいっそう施設の増加や事業者の参入が窺える。これらによって、自治体はより早く処理をする必要になることが予想される。

(3) 販売対象エリアの状況及び裏づけ

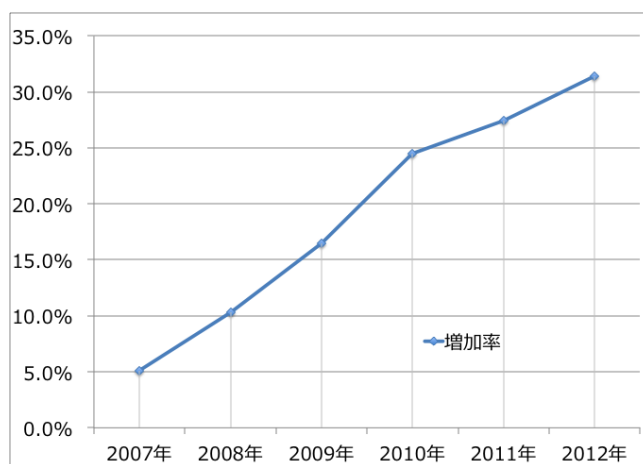
近年、共働き世帯数は増加の一途をたどっている。総務省「労働力調査」より、図 5(a)に夫婦がいる世帯を基準とし、共働き世帯及び夫もしくは妻のどちらかが雇用者になる世帯の増減率を示す。図をみると明らかであるが、共働き世帯は年々増加を続けており、一方で夫婦どちらかだけが雇用者の世帯は減少しているのがわかる。このような世帯に児童がいる場合は、児童保育制度を利用せざるを得ない。

また、2013 年 5 月全国学童保育連絡協議会の報道発表より、図 5(b)には学童保育施設の増加率を示す。これは、2006 年度を基準とした増加率である。年々増加しており、2012 年では 2006 年に約 31.4%以上も増加している。また、同協議会の調べによると、保育所を卒園した子どもの 6 割弱しか学童保育に入所できておらず、加えて母親が働いている低学年児童のうち 35%しか入所できていない。つまり**潜在的な待機児童は 40 万人を超える**と推測されている。



(出所：総務省「労働力調査」2000 年～2012 年)

(a) 共働き世帯の増加率



(出所：全国学童保育連絡協議会 報道発表 2013 年 5 月 1 日)

(b) 学童保育施設の増加率

図 5：共働き世帯と施設数の増加率

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

(1) 基本戦略

基本的には、システムを販売し、その後定期的にメンテナンスを行うことで収益を得る。まずは、いくつかの自治体に試用導入を行う。そこで、自治体からの信頼をうけ、その他の事業者システムの販売を行う。

(2) 価格戦略

図 6 に価格内訳を示す。価格は、必要なデータベースやサーバの規模によって変動するが、160 万円程度とする。また、市場調査の結果、類似システムの価格で 180 万円以上が多いことがわかった。これらを受け、私達がベンチャー企業であり認知度が低いことを考慮し価格を設定している。

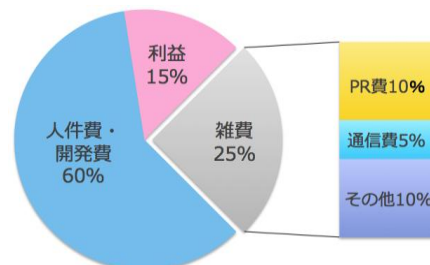


図 6：価格内訳

(3) 販売戦略

システムは地区の傾向に合わせ、4 パターンに分けて販売を行う。価格の内訳は、160 万円中自治体 6 割・事業者 2 割・保護者 2 割としている。

1) 自治体システムのみ 100 万円程度

自治体の全体的な仕事を効率化し、業務軽減が可能。

2) 自治体システムと保護者システム 130 万円程度

事業者よりも保護者が多い地区向け。新規申請など保護者からの連絡が多い場合は、自治体システムと連携を取ることで業務軽減及び作業効率が上がる。

3) 自治体システムと事業者システム 130 万円程度

保護者よりも事業者が多い地区向け。事業者からのやり取りなどの情報が多い場合は、自治体システムと連携を取ることで作業効率が上がる。また、受け入れ状況が把握できるため、迅速に新規入所者を受け入れることが可能になる。

4) 3 者システム全て 160 万程度

3 者システム全てを導入することで、業務軽減及び作業効率が単体でシステムを購入するよりも上がる。また、保護者・事業者とも密接な連携を取ることが可能となる。



図 7：販売戦略

(4) 販促戦略

販売戦略で述べたように、システムは 4 パターンで販売を行う。これにより、自治体が受け持つ地区に合わせたシステムを作成することができ、また安く抑えられるために購入し易くなる。

また、本サービスは福岡県糸島市役所において試験導入が行われる。そして、自治体との信頼関係を築き、次のターゲットとして糸島市役所近くの自治体を定め、自治体へ実際に出向きアプローチを行う。また現在、糸島市は総務省の ICT 街づくり推進事業を行っている。そこで、糸島市のように、ICT を取り入れようとしている自治体に売り込みを行う。

また、本サービスを使用する事で、自治体は事業者との連携が密に行える。これにより、自治体は事業者の管理が容易になり、新規事業者誘致に繋がると考えている。そこで、学童保育における待機児童問題を抱えている自治体にも売り込みを行う。

(5) 事業化計画

第1期では、構築したシステムとサービスの実証実験を開始する。ここで、実際に使用してもらうことで新たな改良や機能の追加を行う。

第2期では、実証実験で得た実績をもとに、広い範囲での販売やPRを行う。

第3期以降は、販売をメインとして活動を行う。

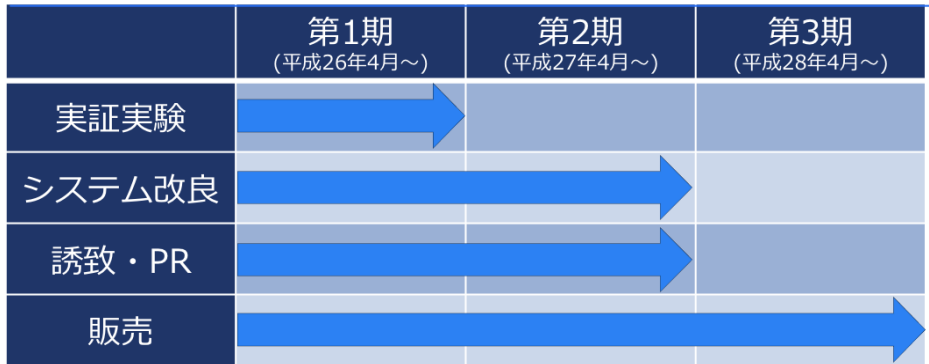


図 8：事業化計画

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

類似のシステムとしては、「さくらケーシーエス 学童保育システム」や「日本システムブレーンズ 学童保育システム こあらのランドセル」・「BSN アイネット 学童保育支援システム」が挙げられる。これらのシステムの使用者は自治体だけであり、自治体の業務軽減だけが目的である。また、メニューなどボタンが多く操作性が高いとはいえない。

本サービスでは、保護者・事業者との連携が行える。これにより、保護者や事業者が使用することによって、自治体の更なる業務軽減が望める。また住基データとの連携を行ない、入居受付などの補助を行うことができるため、入力ミスなどを避けることが可能である。その他にも、使用者が入力をする際、操作性を考えプルダウンにするなど操作性を高くしている。そして、ソフトウェア形式ではなく、オンラインからの使用が可能であるため、どのパソコンからでも必要時にすぐに使用することができる。

表 1：類似ビジネスとの相違点

	使用者	操作性	オンライン
さくらケーシーエス	自治体のみ	○	×
日本システムブレーンズ	自治体のみ	×	○
BSN アイネット	自治体のみ	×	○
C-Bridge	自治体 保護者・事業者	○	○

7. 事業実施上の問題点・リスク

このサービスには、自治体との連携が必要となる。そこで、信頼関係を築いたうえで、他の自治体へアプローチをしなければならない。また、多くの個人情報を持つためセキュリティの強化が重要である。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私たちは現在、北九州高専で今回のプランと同様のシステムに関する研究開発を行なっている。その他にも、地域に根付いた社会情報基盤を利用したプラットフォームの開発^[1]や、IC カードを活用した出欠管理システム開発^[2]などの実践的なシステム開発^[3]^[4]を九州大学や株式会社スマートサービステクノロジーズと共同で行ってきた。

また本サービスは、福岡県糸島市役所で運用中である。実際に市役所職員に使用してもらうことで、現場のニーズを反映したより良いシステムへ改良が行える。

また私達は高専本科5年時に、日本機械学会九州学生会が主催する卒業研究発表講演会で発表を行い、ベストプレゼンテーション賞を受賞している^[5]。本サービスのように、新しく事業を行う際、プレゼン能力は非常に重要となる。

[1] 中田恵里佳ほか：情報連携を可能とする地域情報プラットフォームシステムの研究開発，第8回日本感性工学会春季大会予稿集(CD-ROM)，NO.P-15（2013）

[2] 三上叡洗ほか：Node.jsを用いた出欠管理システムの研究開発，ロボティクス・メカトロニクス講演会2013講演論文集，2A2-Q14（2013）

[3] ゲート（意匠登録第1394287号）

[4] ゲート構造体（特願2010-014879）

[5] 花田美佳ほか：遠隔育成管理機能を有する農業用ハウスシステムの研究開発，日本機械学会九州学生会第43回卒業研究発表講演会論文集 No.128-2，375-376（2012）

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

このシステムは福岡県糸島市役所で運用が行われる点において、実現性は十分にあると考える。また、近年は待機児童などの問題が多く存在している。未就学者を預かる保育所の数が足りないと言われているが、学童保育の数も足りていないといえない。このサービスを導入することで、より効率的に入所申請作業などが行われたり、新規事業者が参入したりすれば、待機児童は減らすことができる。これにより、女性の社会復帰もより高まっていくと考える。このシステムによって、働く女性や子供の安全を守ることができると期待している。

また、本サービスの事業名は「C-Bridge」である。CはCare of Children with Computers、Bridgeは学童保育と女性の社会復帰との架け橋になるように、という意を込めている。

10. 売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第1期 （平成27年3月期）	第2期 （平成28年3月期）	第3期 （平成29年3月期）
C-Bridge	(15%) 4,800	(15%) 11,600	(15%) 16,100
保守・サポート	(%) 169	(%) 1,079	(%) 2,847
カスタマイズ	(%) 700	(%) 500	(%) 300
売上高計	5,669	13,179	19,247
経常利益	-391	5,289	12,197

（ ）内は粗利益率

11. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
人件費	2,400	補助金	1,000
設備投資	400	自己資金	1,000
その他経費	200	共同研究費	1,000

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 北九州市立大学	代表者名 内村 友希
共同提案者 田中宏幸 東郷憲吾 上園竜成	
事業名 3D プリント技術の C2C サイト事業	
キャッチフレーズ アイデアを形に、感動をプリントする。	

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

この事業は、インターネットを介して、3D プリンターを用いた作品の制作者を募集、または育成し、その作品の購入を希望する買い手との仲介業務を担い、両者に売買の場を提供する C2C サイト事業である。収益はサイト利用者からの月額登録料と、出品者、購入者間での取引仲介手数料、商品の出品料等によって得る。

このサイトの発展が「個人でのモノ作りの確立」に繋がり、新たな技術発展・雇用創出に貢献すると考える。

2. ビジネスプランの具体的内容

テーマ／商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど

事業の着眼点

3D プリンターとは、パソコンで製品の設計図(CAD データ)を作れば、様々な素材を用いて立体的に製品を作れるものである。現在では、B2B での試作品作成の使い方が主流だが、私たちは、3D プリンターがこれまで企業が組織として行ってきた「研究開発・生産部門」を、個人で容易に行うことができると考えた。そこで、個人では賄いきれない「マーケティング・販売・流通」といった機能を補完できる事業、つまり 3D プリンターによる個人同士の売買(=C2C サイト事業)を考案した。

サービス内容

3D プリンターを使ったモノ作りを行う個人が、作成した 3D データや実際にプリントした作品を披露、売買するための「場」を提供することがサービスのメインとなる。

当サイトでは、買い手がサイト内にて、作り手に対し希望商品の作成を依頼し、両者のやりとりによって商品作成を行う買い募集の機能や、買い手が作り手に対して商品価格の値下げ要求をするための機能を備えている。従来の C2C サイトにはない、買い手と作り手の成長促進を目的としたこれら二機能によって、市場の活発化も図る。

事業化計画・今後の展開

当面の目標はサイトの開発であり、セキュリティ面に詳しい EC サイト専門の WEB 製作会社に委託し β 版のサイトを作成する。サイト作成後の事業計画の見通しは、国内の 3D プリンターの普及時期に合わせ、サイトのコンテンツ解放を 3 期に渡り行っていく。これらを含めた目標段階への到達期間は、正式サービス開始までが β 版期間を加えた約 3 年、その後第 1 期から第 3 期までの 2 年の計 5 年間の見込みとなっている。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

サービスの新規性

スレッドを取得しました

Thread Title

【実物】アクリル素材のネックレス作成依頼

1. ハヤオ

TIME:20XX:XX:XX XX:XX:XX:XX

ID:XXXXXXXX



③

【商品】ネックレス

【形式】実物

【素材】アクリル

【予算】2000円前後

【納期】1か月ほど

【商品イメージ】添付画像参照

どなたかこの条件で作れる人はいませんか？よろしくお願ひします！

2. サツキ

TIME:20XX:XX:XX XX:XX:XX:XX

ID:XXXXXXXX

実物はちょっと厳しいですね~；
データ形式ならつくれます。

3. 千尋

TIME:20XX:XX:XX XX:XX:XX:XX

ID:XXXXXXXX

3000円でよければその条件でお作りしますよ。

4. ハヤオ

TIME:20XX:XX:XX XX:XX:XX:XX

ID:XXXXXXXX

>>2
実物でほしいので、すいませんが今回は見送らせていただきます。

>>3
ほんとですか！？よろしくお願ひします。
詳細はメールさせていただきますね。

②

【実物】アクリル素材のネックレス作成依頼 に書き込む

名 前:

メー ル:

本 文:

①

画像添付

(150KB以内のみ)

書き込む

買い募集とは、オリジナルの商品が欲しい買い手の方が、掲示板を使って作り手に商品作成を依頼する仕組みである。①まず買い手が必要事項や参考資料を書き込んで作り手の反応を待つ。②作り手の方は、(①)の内容を見て、作ってみたいと判断すれば、返信用のフォームに価格などの条件を書き込んで提示する。③そして買い手が、作り手の方々が提示した条件の中で最も好条件と思うのを選び、メール機能で交渉し商品作成に入っていく。

値下げ機能

ワード検索:

検索

カートを見る

お気に入りリスト

アクセサリ

ファッション

小物

生活雑貨

家具

DIY

スポーツ・アウトドア

ゲーム

フィギュア・模型

購入形式:

☐ データ
☒ 実物

価格: 4,500円

カートに入れる

または

ほしい物リストに入れる

サインインはこちら

商品名:

1/100スケール 駆逐艦「島風」

①

製作者名:

nano

即決価格:

4500円

形式:

データのみ (拡張子 .dx)

ジャンル:

模型

説明:

しまかぜ (ローマ字: JS Shimakaze, DDG-172) は、海上自衛隊の護衛艦。はたかぜ型護衛艦の2番艦。旧海軍峯風型駆逐艦「島風」、島風型駆逐艦「島風」に続き日本の艦艇としては3代目。

価格交渉

希望形式: ☐ データ ☒ 実物

即決価格: 4,500円

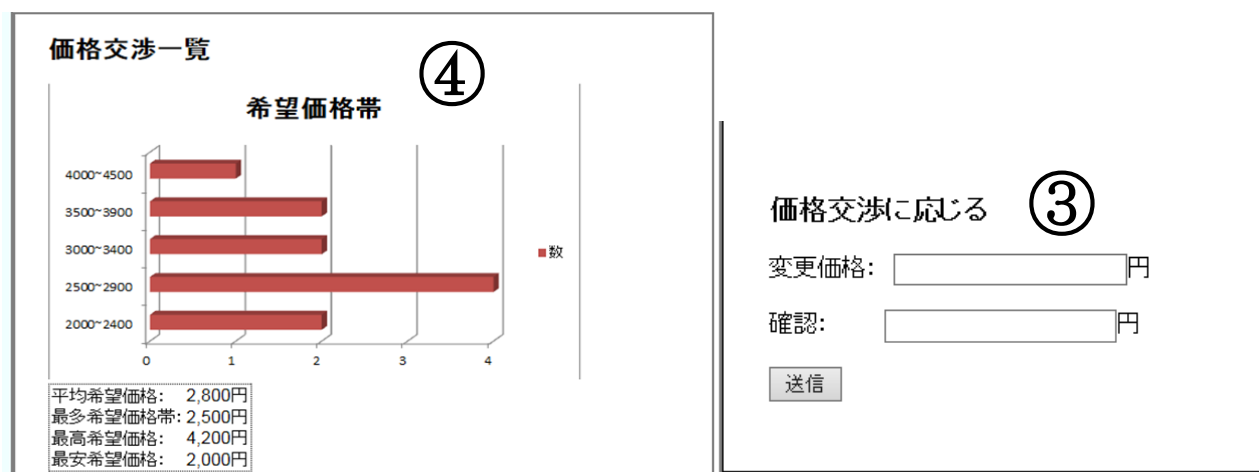
希望価格:

円

②

その他:

送信



値下げ機能とは、①作り手が即決価格で商品を販売しているのに対し、②買い手が価格交渉のフォームに希望価格を入力し送信することで、商品を安く購入できる可能性が得られる仕組みである。③送信された希望価格は作り手にのみ、棒グラフとして視覚的に表示されている。④作り手は、商品の売れ行きが悪い場合はグラフを参考に価格を変更して販売することができる。

事業形態の新規性

3D プリント技術関連事業の国内の市場シェアは、現段階ではまだ低い水準にある。また、C2C サイトとなると国内で明確にシェアを獲得している企業は無い。つまりビジネスモデルとしての新規性がある。

便利性

販売、購入をネットで行えるため、ネット環境のあるところならばどこでも製作、販売、購入ができるという面に利便性がある。また、3D データのやりとりもネットのほうが即座にできるため大変便利である。

買い募集のメリット

作り手が買い手の要望に沿った商品を作ることで、これまでのモノを作って売するというシステムから、先に売れるモノを作って売するという完全受注生産の形を取ることが出来る。

よって、作り手に対しては売れ残るリスクを抑えられるメリットを、買い手には自分の本当に欲しいオリジナル商品を購入できるメリットを与える。

また、買い手の要求に応じ作り手のデータ作成やプリントが行われる為、製作者の技術力向上に期待ができる。

値下げ機能のメリット

商品の値下げによる購買意欲の増加で、サイト内での売買成立が増えることになる。よって作り手に対しては売上増加のメリットを、買い手には商品を即決価格より安く購入できる可能性を与える。

また、買い募集も同様だが、価格交渉に時間を割く必要がある(買い募集ではメール機能によるやり取り)ため、サイトへのアクセス数の増加が期待され、当サイトの発展にも貢献している。

独創性・特徴

プリンターでの作成自体にデータを用いるため、作り手はプリンターでの現物の作成前に完成予想を買い手に提示できる。また、現物はデータに忠実であるから、オーダー品であっても、作り手、買い手双方のイメージ通りの商品を提供できる。データ作成自体が低コストで行えるため、修正も容易である。当事業はサイト運営による場の提供がメインなので、私達はデータ作成等の詳しい知識は必要ないところも特徴。

社会的背景

現在、3D データを作る指標となる 3 次元 CAD 技術の保持者は、平成 25 年度現在で 10 万人以上になる。また、家庭用プリンターは 10~20 万円で購入できる。さらに、Fabcafe という 3D プリンターを店頭で低価格で貸し出すサービスが始まるなど、買い手の敷居が金銭的に低くなっていることが分かる。このことから、近い将来両者を繋ぐサイトの存在が必要とされると結論付けることができる。

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

市場規模・成長性

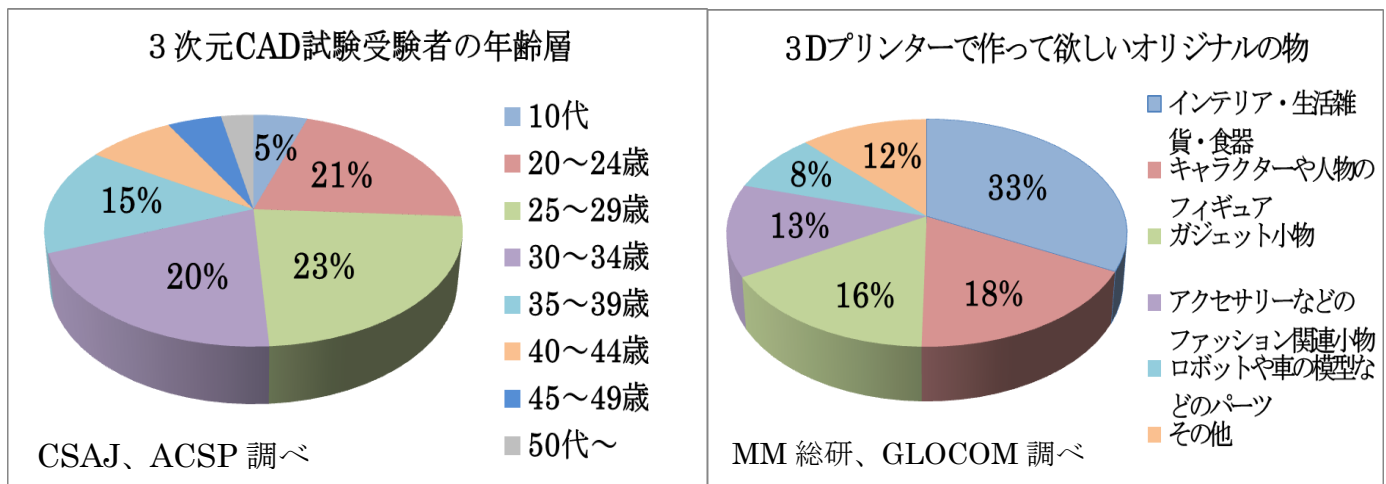
国内の 3D プリンターの市場規模は、2012 年で 93 億円、2016 年で 155 億円と予測されており急速な成長が見込まれている。また、現在の 20 万円前後の安価な 3D プリンターは、2009 年に 3D プリント開発に関する積層技術特許が終了したことで現れた。さらに、2014 年にはプリント技術の 1 つであるレーザー焼結特許の期限が切れることから、世界的にも飛躍的な技術の向上につながり、国内にもさらに安価な 3D プリンターが流通されるようになると考えられる。また政府援助では、経済産業省が 2014 年度の支援事業として 45 億円を計上すると発表している。

そして、工業高校では 2013 年度から 3 次元 CAD が必修科目になることから、高校生の時から 3D プリンターに興味を持ち、触れ合う機会が増加していくと予想できる。つまり、ターゲットとなる潜在的な作り手が安定して見込まれるということである。

ターゲット

②

①



作り手

①のグラフから、CAD 資格受験者の内、7 割が 10 代から 30 代前半と比較的若いことが分かる。

それらの層の中で、ターゲット及びニーズを満たす方法は、以下の通りである。

▼CAD 技術を持っており、その技術を活かしたい人・自己表現や承認を求めている人

→販売・展示の場を提供する、マイページの機能で自分のファン(買い手)を作れるようにする。

▼3D プリンターによる作品の製造に興味を持った人。

→3D 動画作成に関するハウツー動画の配信を行う。

買い手

②のグラフから、インテリアやアクセサリー等の小物のニーズが高いことが分かる。

それらの層の中で、ターゲット及びニーズを満たす方法は、以下の通りである。

▼オリジナリティある商品が欲しい人

→『買い募集』や価格低下機能を使い、理想の商品を理想の価格で購入してもらう。

▼独自性やステータスとして商品が欲しい人

→作り手と交渉し、商品に名前を入れるなどの付加価値を付けてもらう。

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

基本戦略

▼無料会員とプレミアム会員(月額 330 円)の 2 種類用意し、プレミアムには出店を許可する機能や値下げ機能などを付ける。つまり必然的に作り手は皆プレミアム会員となる必要がある。

▼出品から商品売買に関する総手数料を 25%と設定する。

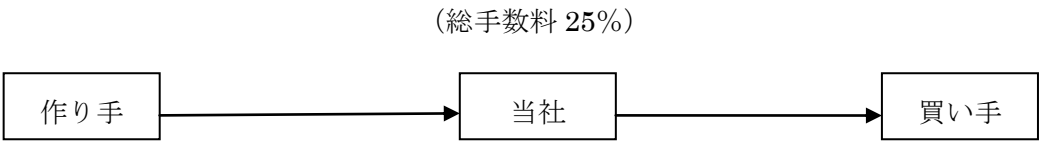
→競合他社(rinkak)は手数料 30%に設定

▼第 2 期からプレミアム会員(作り手)に対して、オプションで必要に応じてマイページの容量を拡張できるサービスを、月額 1,100 円で開始する。

【生産方法】

運営するサイト内の登録者(作り手)自身にデータ作成、プリンターでの商品製作を行ってもらう。

【販売方法】



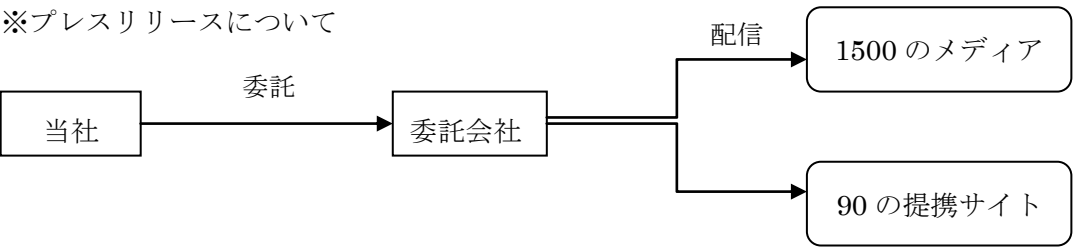
【販売比率】(第3期を考慮)

手数料及び出品料等	・・・ 75%
容量拡大のオプション代	・・・ 5%
プレミアム月額料金	・・・ 20%

【PR方法】

- ▼動画サイトや SNS を使って、3D プリンターによるモノ作りと当サイトを同時にアピールし、関連付けて PR することで相乗的な広告効果を狙う。
- ▼プレスリリースと呼ばれる PR 方法を専門の委託会社(ValuePress!など)に委託する。委託会社が当社の記事を 3D プリントに関する 1500 のメディアに配信、90 の提携サイトに、スピーディーにサイト普及を展開する。その際、Youtube 動画の添付やプレスリリースの効果測定もできるので、顧客となりやすい人に対しピンポイントに PR できる。

※プレスリリースについて



6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

サイト名	サービスの強み(相手の弱み)	サービスの弱み(相手の強み)
rinkak (現時点)	rinkakはCtoBtoCサイトであり、事業形態として明確な競合企業ではない。その上で、当サイトは買い募集や値下げ機能、掲示板を使った交流など作り手と買い手のパートナーシップ形成を促す。よって、作り手が活用しやすい状況と買い手のリピーター増加を期待することができる。	先行企業としての、サイトの規格化やうまみのある顧客の獲得という点が懸念される。しかしその実、コンテンツ数は少なく、作り手側の顧客獲得に苦戦しており、事業開始のタイミングが時期尚早だったと捉えられる。
フォロワー(追随企業)	顧客とのパートナーシップを通じて蓄積されたマーケティング情報(商品のカテゴリー・ジャンル別の売上比率など)を定期的に公開し、作り手にはモノが売りやすくなるメリットを、買い手にはトレンド情報を与えることができる。	サイトを模倣されて顧客が離れる恐れがある。独自性を維持するのが難しい。 ↓ スピーディなサイト普及による顧客の囲い込みで対応する。

※現在、国内市場で明確にシェアを獲得している企業は無く、真に競合企業と呼べるものが現れるのは、数年は先だと言える。

7. 事業実施上の問題点・リスク

問題点

事業を開始してすぐに作り手の確保が出来るわけではないため、初期はPR活動や育成がメインになる。よって、コストが予想よりかかり事業継続が難しくなる可能性がある。

リスク

現在競合の可能性のある国内企業はないが、将来的に現行の海外企業が国内に参入してくる可能性や、3Dプリンターの製造元による類似事業が起こる可能性がある。しかし、顧客に対してリスク軽減のサービスを提供することで「安心したサイト利用」をうたい、安定した長期的顧客を囲い込むことでフォロワーに対応できる。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

3Dデータの取り扱いの技術は顧客によって行われるため特に必要なし。代表者は経営学検定初級を2年次に取得し、現在は中級取得に向け勉強中と、起業後を見据えた取り組みを行っている。また、簿記やファイナンスに通じている者、プログラミング関連に通じている者も揃っている。なので、事業出発に向けて資金・知識・経験・技術向上の準備を行っており、事業計画書を詰めている段階である。

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

日本は高い技術力を武器にしてきた。3Dプリンターは高いクオリティに加え、低コスト、商品のベースはデータ化して作成することから、資源の無駄を抑えられる。資源の少ない国内で、クリーンなモノづくりである3Dプリント技術が身近になれば、今後、新たな雇用創出にもつながると考えた。さらに、形態としてサイト運営であるため、初期投資は抑えることができる。資金の調達も比較的安価で済むため、資金調達が整い次第実現可能である。

また、初めは3Dプリンター商品も物珍しさで購入されるが、いずれは当たり前のモノになるだろう。そこで私たちは、時期を見計らい、ターゲット&サイトの方針を贈り物・プレゼント・記念品用で購入する人を対象に展開していく考えである。具体的には、作り手には商品に名前を入れる・メッセージカードを付けるなどのサービスを行うことを促す。買い手には、作り手の心遣いに対し、笑顔のスタンプや一言メッセージで感謝を表現してもらう。つまり、単なる売買の場で終わるのではなく、お客様を温かい気持ちに出来るよう努めて行きたいと考える。

当事業のミッションを『B2Cの業務的なものでは成し得ない、ネット上で繋がる販売者と購入者が、顔が見えない個人を想い交流を通して理想の商品を作成する。』とし、日々精進して行く心構えである。

10. 売上・利益計画

売上計算

(単位:千円)

事業・商品別計画 (事業名・商品名)	第1期 (平成28年 4月期)	第2期 (平成29年 4月期)	第3期 (平成30年 4月期)
手数料・出品料	1800 (91%)	6000 (92%)	12000 (96%)
プレミアム会員料金	540 (91%)	1800 (92%)	3240 (96%)
拡張オプション代		360 (93%)	1200 (96%)
売上高計	2340	8160	16440
経常利益	▲4198	▲498	4282

()内は粗利益率

※売上高・売上原価の算定根拠又は考え方について

(第1期) プレミアム会員料	: @300円 × 300人 × 6ヶ月	=	54万円	※商品の価格帯を平均単価 2000円として算定。
手数料&出品料	: @2000円 × 300人 × 12ヶ月 × 25%	=	180万円	
(第2期) プレミアム会員料金	: @300円 × 1000人 × 6ヶ月	=	180万円	
手数料&出品料	: @2000円 × 1000人 × 12ヶ月 × 25%	=	600万円	プレミアム料金を、契約した 時期を問わず平均して半年 分回収とし、@300円で計 算、オプション料金は月額換 算の@1000円で計算。
拡張オプション代	: @1000円 × 30人 × 12ヶ月	=	36万円	
(第3期) プレミアム会員料金	: @300円 × 1800人 × 6ヶ月	=	324万円	
手数料&出品料	: @2000円 × 2000人 × 12ヶ月 × 25%	=	1,200万円	
拡張オプション代	: @1000円 × 100人 × 12ヶ月	=	120万円	

費用計算

(単位: 千円)

	第1期	第2期	第3期
売上高	2,340	8,160	16,440
売上原価 (サーバー管理費)	200	660	660
売上総利益	2,140	7,500	15,780
人件費	5,000	7,000	10,000
減価償却費	58	58	58
地代家賃	480	480	480
広告宣伝費	150	200	500
外注費	540	150	300
通信費	60	60	60
その他	50	50	100
販間費合計	6,338	7,998	11,498
営業利益 (=経常利益)	▲4,198	▲498	4,282

11. 資金計画

(単位: 千円)

必要資金	金額	調達方法	金額
サイト開発費	1000	自己資金	2000
サイト運用費	5000	有志からの出資	3000
		縁故者より借入	1000

参考資料・出典

ソリッドワークス・ジャパン「SolidWorks Education Edition 2012-2013のプレス記者発表」(2012/5/9)

<http://www.solidworks.co.jp/sw/16561_JPN_HTML.htm>

Youtube「3Dプリンター「Replicator 2」が鎖を出力する様子を高速で撮影してみた」(2012/12/4)

<<http://www.youtube.com/watch?v=4EBYoKhQOfk>>

ソーシャル・デザイン「マッキンゼー2025レポート。3Dプリント関連市場は20兆円～60兆円と予測」(2013/6/4)

<<http://social-design-net.com/archives/7808>>

シード・プランニング「3Dプリンターの最新市場動向」(2013/3/4)

<<http://www.seedplanning.co.jp/press/2013/2013030401.html>>

経済産業省「平成26年度 産業技術関連概算要求の概要」(2013/8/30)

<<http://www.meti.go.jp/main/yosangaisan/fy2014/index.html>>

Yahoo!ニュース「3Dプリントは消費者の家庭で毎年2000ドルの節約になる？」(2013/8/1)

<<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20130801-00018783-techcr-sci>>

ValuePress!「料金プラン、配信先一覧」(2013/11/22)

<<http://www.value-press.com/>>

CSAJ、ACSP「CAD利用技術者試験 受験者データブック」(2008)

<<http://www.csaj.jp/cad/images/pdf/databook.pdf>>

MM総研、GLOCOM「3Dプリンティングの消費者潜在ニーズ調査」(2013/3/27)

<<http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120130327500>>

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事業計画書

学校名 北九州工業高等専門学校	代表者名 片山 将
事業名 Sky Eye	
キャッチフレーズ あなたの街を見守る“目”になります	

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

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

災害発生時、二次災害防止やライフライン確保のために、迅速な災害現場の状況把握が必要である。そこで、当事業では、全国の自治体向けに「安全」に「短時間」でかつ誰でも「容易」に使用できる投てき型空撮システム Sky Eye の提供を行う。このシステムは撮影装置をカプセルにつめ、これを打ち上げることで空撮を行うものである。

2. ビジネスプランの具体的内容

テーマ／商品・サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど

i. 背景（着眼点）

日本では、山間部や海に面する割合も多い地理の特徴から、地震、台風、洪水、津波等の自然災害が多く発生している。特に、2011年3月11日に発生した東日本大震災は、東北地方太平洋沖地震とそれに伴って発生した津波により引き起こされた大規模地震災害であり、死者と行方不明者の数は計19,000人を超える大惨事となった(図1)。

被災の程度が大きく道路網が寸断された現場では、救助や復旧の部隊が自動車で直接近づくことが困難であり、被災状況の把握もできない事態に陥る。この場合、観測手段として、飛行体の中でも機動性が良く現場付近に静止可能なヘリコプタが考

えられる。とくに、無人操縦型のものとして、実際に福島第1原発の監視を行った軍用ヘリコプタ（ハネウェル RQ-16A T-ホーク）、農薬散布を目的とした産業用ヘリコプタ（YAMAHA RMAX type IIG）等が挙げられる。

しかしながら、地上10～30mでの低空域では建物等の影響により**気流が最も不安定**となる高度であり、**写真撮影が非常に困難**であるといえる。そのため、ヘリの操縦者への負担が非常に大きく、安全性を確保するのは難しい。そもそも、台風などの風速15m/sを超える強風域では飛行体での空撮は不可能である。

その他、30mからの高所撮影にクレーン車が用いられている。しかし、クレーン車は資格を有する人が操作する必要がある、また設備面で高コストになってしまうことから、簡易的な点検等の用途には向かない。このような背景から、低空域で「安全に」、「短時間で」、かつ「安価に」撮影できる空撮システムの開発が期待されている。そこで、当事業では、これまでに実用化されていない**撮影装置を詰めたカプセルを投げ上げることで地上30mまでの低空域における撮影を実現する空撮技術**の確立を目指す。



図1 東日本大震災

ii. サービスの内容

Sky Eye は、撮影装置を詰めたカプセルを打ち上げることで地上 30m の低空域における空中撮影を行う投てき型空撮システムである（図 2 参照）。Sky Eye の主な使用用途は、**暴風雨時や建物間等の狭所における緊急情報収集のための空撮**であり、ヘリコプタ等の既存空撮装置の**補完システム**として運用する。つまり、Sky Eye を用いれば、従来不可能であった災害時等の悪環境下において迅速かつ安全な情報収集を行うことができる。また、緊急時だけでなく防災のためのハザードマップ作成にも効果的である。さらに、防災関連以外にも以下の用途が見込まれる。

○省エネ・環境保全用途

- ・太陽光パネル設置点検
- ・植生調査

○建造物検査用途

- ・劣化調査
- ・クラック調査

○その他

- ・イベント時の記念撮影
- ・風景写真

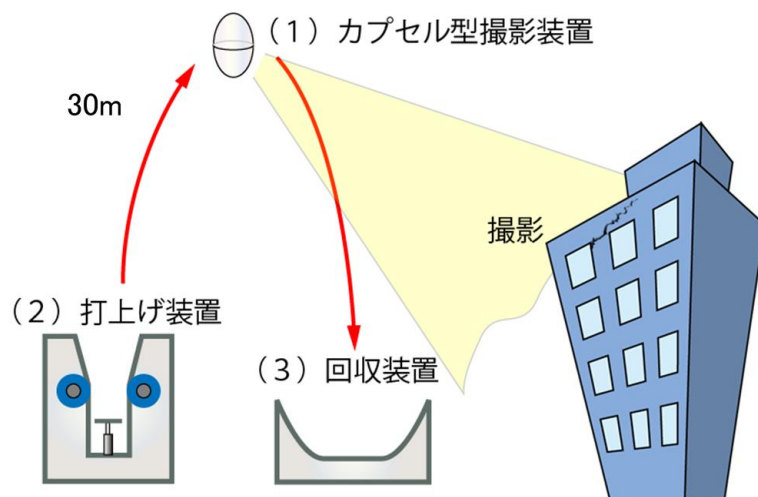


図 2 システム構成図

図 3 に示すカプセル型撮影装置には、容器内に緩衝材を詰め、カプセル内部の撮影装置用フレームを柔軟なものとする事でカメラやセンサ類に対する衝撃を緩和する。さらに、カプセル容器とカメラフレームの間をゴム等の柔軟材質とする事で容器の衝撃をカメラフレームに直接伝わらないようにする。また、打ち上げ時の回転やぶれなどのカプセルの姿勢変化については、独自姿勢制御技術で抑制する。

カプセル打ち上げ装置については、カプセルを送り台によって回転ローラに押し出すことで打ち上げるピッチングマシーンと同様の機構を採用する。圧縮空気による打ち出し（エアー式ピッチングマシンの機構）もあるが、価格が高価であることから今回は採用しない。なお、回転発生によるカプセルの安定化と撮影品質はトレードオフの関係であることから、打ち上げ時にどの程度カプセルへ回転を与えるかについては、撮影装置の性能を考慮して調整する。

カプセル回収装置については、以下の 3 つ、もしくはそれぞれの組み合わせを検討する。

(i) 巻き取り回収装置

カプセルにケーブルを付けておき、最高度に達したとき高速に巻き取りを行うことで回収する。風の影響でカプセルが流された場合を考慮して、巻き取り時のケーブルの角度等に応じたフィードバック制御を適用する。また、落下時の衝撃吸収を考慮する必要がある。

(ii) パラシュート

最高度に達した直後にパラシュートを開くことで落下時の衝撃を緩和させ回収する。このとき、風等で落下場所がずれないように調整する必要がある。

(iii) 緩衝材

カプセル回収装置に緩衝材を付ける、またはあらかじめカプセルに緩衝材を付けておくことで落下時の衝撃を吸収する。

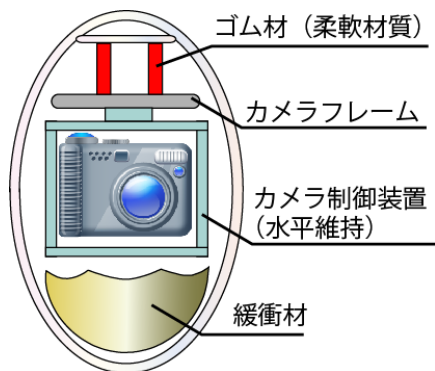


図3 カプセル型撮影装置構成図

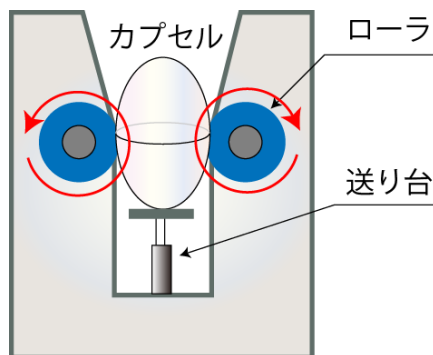


図4 カプセル打ち上げ装置

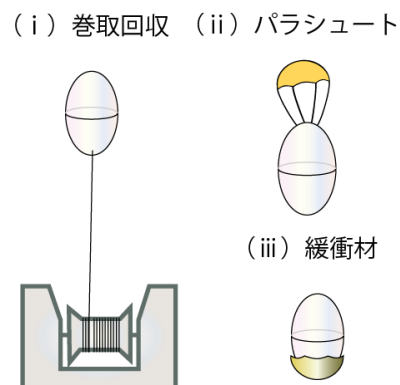


図5 カプセル回収装置

iii. システムの開発状況

現在 Sky Eye は試作段階であり、図6に示すように、人間が投げ上げることによって空撮を行うことが可能な**プロトタイプが既に完成**している。片手で持てる大きさの透明の卵型カプセルにカメラや高度センサ等を搭載し、投てき時の高度情報を用いることで投げ上げ最高点（地上10m程度）で自動撮影を行えるものである。図7にプロトタイプによって撮影した投てき者自身の写真および壁面のひび割れ写真（建物劣化調査を想定した撮影）を示す。

なお、システムの完成および実用化には、およそ1年の期間を必要とする。解決すべき課題として、撮影用カプセルを高度30m超に打ち上げる装置、カプセル落下の衝撃を吸収し回収する装置の開発が挙げられる。



図6 プロトタイプ



図7 撮影画像（投てき者、壁のひび割れ）

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

i. 新規性

本事業は、クレーン車等の大型設備を使用することなく、地上30mまでの低空域で「安全」「安価」「短時間」な空撮撮影を創出するものであり新規性を有する。

ii. 独創性

打ち上げカプセル型の撮影システムは、世界的にみても研究開発や実用化の前例がなく、類似技術や先行特許もないことから、高い独創性がある。

iii. 便利性・特徴

セサナによる空撮では、300m以下の進入が航空法により規制されているため、撮影対象までの距離があり鮮明な画像が得られない。またヘリウムガスバルーン空撮では電線等の障害物が危険要因となる。ラジコンヘリで

は墜落の危険性や電波妨害を受けコントロールを失うことがある。クレーン車による撮影ではスペースの確保が課題となる。また、ポールを用いた高所撮影では、ポールのたわみの影響から高度 10m超では実用化に至っていない。さらに、セスナ・バルーン・ヘリコプタといった飛行体は雨風が強い中では飛行困難であり、情報収集を行うことは不可能である。

Sky Eye は、気流の不安定な低空域において、他の空撮手段と比較して**短時間・効率的・安価・安全**に撮影することができる。当事業のような空撮システムはこれまでに実用化されていない。

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

i. 販売ターゲット(顧客)

本事業では、Sky Eye システムの販売と Sky Eye を活用した空撮サービスの2つの展開を想定する。

販売ターゲットとしての主要顧客は全国の自治体である。また、ラジコンヘリやバルーンを用いた空撮業者へも補完システムとしての導入が期待できる。Sky Eye を活用した空撮サービスとしては、環境調査やイベント撮影等の一時的な用途が対象であり、上記の自治体や空撮業者だけでなく建造物劣化調査を行う建築業者も対象とする。

ii. 予想される市場規模

全国自治体 →1,719 市町村(総務省: <http://www.soumu.go.jp/kouiki/kouiki.html>, 13 年 11 月 20 日現在)
 空撮業者 →約 120 空撮業者
 建築業者 →約 4,000 建設コンサルタント

iii. 市場動向

自治体の数は年々大きく変わることはないので毎年安定した収入が見込まれる。また、維持修繕工事の市場規模は 10 兆円台で安定的に推移している。さらに、維持修繕工事と新規工事の比率に着目すると 90 年代後半以降は上昇傾向にあり、建築業者向けとしても今後も安定した需要が見込める可能性が高い(図 8)。合わせて、多くの空撮業者は自治体や建設業者向けに空撮サービスを行っていることから、空撮業者の衰退も考えられない。

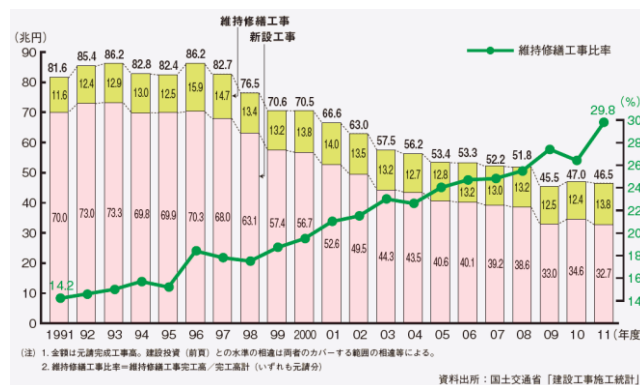


図 8 維持修繕工事の推移

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

i. 基本戦略

基本戦略として販売とサービスの2本柱で事業を行う。

自治体へは、災害等の緊急時だけでなく、災害を未然に防ぐためのハザードマップ作成や植生調査等の用途も考えられることから、システム導入を主に展開する。同様に、定常的な空撮を行う空撮業者にも、ラジコンヘリやバルーンでは行うことのできない悪環境下での空撮を行う補完システムとして販売を行う。

一方、建築業者は建築物の劣化調査や工事終了後の点検などに使用することが見込まれる。つまり、一時的な空撮が求められている場面(環境調査、イベント撮影、建造物劣化調査)では、当社が空撮サービスを提供するものとする。

ii. 価格戦略

価格設定は以下のとおりである。

■システム販売 420 万円／台

(メンテナンス費用) 30 万円／年

■空撮サービス 10 万円／箇所

システム販売としては、全国自治体の 5% および空撮業者の 20% の導入を目指す。つまり

システム導入 $(1,719 \text{ 自治体} \times 0.05 + 120 \text{ 空撮業者} \times 0.2) \times 420 \text{ 万円} = 4 \text{ 億 } 6200 \text{ 万円}$

メンテナンス $(1,719 \text{ 自治体} \times 0.05 + 120 \text{ 空撮業者} \times 0.2) \times 30 \text{ 万円} = 3300 \text{ 万円／年}$

が本事業の対象であり、第 1 期は 2 台、第 2 期は 5 台、第 3 期は 12 台の導入が見込める。

また、空撮サービスとしては、月に 10 件程度請け負うことを想定し

空撮サービス $10 \text{ 件} \times 12 \text{ ヶ月} \times 10 \text{ 万円} = 480 \text{ 万円 / 年}$

が見込まれ、第 1 期は 12 件、第 2 期は 36 件、第 3 期は 72 件の空撮サービスで事業展開を行う。

iii. 販売戦略

当社は試作を作成に特化しており、迅速・安価に試作を作ることが可能である。その後代理店にて商品の作成をしてもらい自治体・空撮業者をターゲットに販売を行う。また、建築業者に対しては当社が直接空撮サービスを行う。

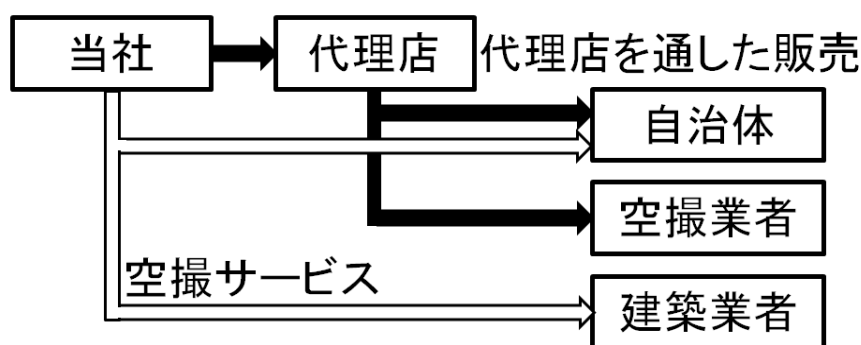


図 9 ビジネスモデル総括図

6. 類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

No.	空撮装置	当商品・サービスの強み	競合商品・サービスの強み
①	ラジコン ヘリコプタ	機体墜落による重大事故のリスクが小さい。また、天候の影響が小さく、暴風雨の中でも撮影可能である。	打ち上げで届かない範囲まで撮影できる。目的地を的確に撮影でき、定点保持も可能。
②	バルーン	小型のシステムのため、複数箇所の撮影を迅速に行える。また、一度の空撮を行うコストが格段に低い。	ヘリウムガスを用いたバルーンであり、長時間、一定高度に留まることが可能なため定点撮影が可能。
③	クレーン車	小スペースでの撮影が可能であり、免許等が必要ない。また、通行止めなどを行う必要もない。	地面に接したクレーン車からの撮影のため、非常に安定した定点撮影が可能である。
④	ポール	10m を超える撮影が可能である。	低空域において短時間で安定した定点撮影が可能である。

他のどのシステムと比較しても、悪環境における撮影に関して当商品は強みを有している。

7. 事業実施上の問題点・リスク

今までにない商品であるため、宣伝や販売促進などの手段確保が難しい。

→自社を通して、メディア紹介、商品化を目指す。

物を投げあげて撮影するという性質上、事故が発生する可能性がある。

→保険に入ることによって万一事故が発生しても保険加入で対処を行う。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は北九州工業高等専門学校での5年間で、ロボティクスを中心とした幅広い分野の専門知識を学習し、研究活動の成果を上げた。とくに、飛行ロボットを開発し国内での学会発表を行った。さらに、学生向け飛行ロボットコンテストに出場し、全55チーム中7位の成績を上げた。

また、これらの経験・技術を活かし、学発ベンチャー合同会社 Next Technology に参画し、同校での研究活動におけるロボット開発に留まらず、同校で培った技術を応用したピノキオ型うそ発見器やにおい計測ロボット等を開発してきた。におい計測ロボットは、人が指摘しにくい足や口の臭いをロボットが面白可笑しく伝えることで身だしなみチェックを行うというコンセプトのもと開発されたもので、**テレビ・新聞・ラジオといった各種メディアに20件以上取り上げられ注目度の高さが伺えた。**

さらに、この投てき型空撮システムのプロトタイプは学会発表での優秀講演賞の受賞やテレビ取材による紹介等も行われ注目を浴びている（図12）。



図10 うそ発見器



図11 におい計測ロボット

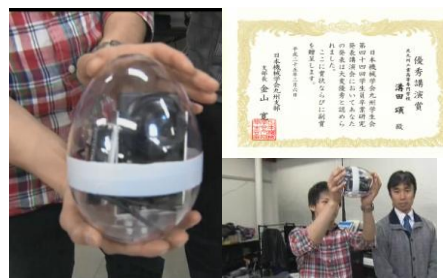


図12 メディア紹介等

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

i. ビジネスの必要性

日本は地理的な影響から地震や台風などの自然災害が多く、災害の被害も大きい。また、2011年3月11日の東日本大震災でも、津波による二次災害などで、建築物の損害が目立った。そこで自然災害を防ぐことは不可能だが、できる限りの防災を行うため、本システムは必要となる。

ii. 実現性

Sky Eye は現在試作段階であり、人間が投げ上げる簡易型プロトタイプが既に完成している。投てき時の気圧変化を用いることで投げ上げ最高点（地上10m程度）で自動撮影を行えることを確認済みである。また、課題として姿勢制御機構や緩衝材として機能する内部構造を持たせた撮影装置、撮影用カプセルを高度30m以上に打ち上げるための装置、カプセル落下の衝撃を吸収しカプセルを回収する装置の開発が必要である。しかし、今後の課題も明確なため実現性は高いと言える。

iii. 将来の事業家としての抱負

私はすでに、学発ベンチャーに所属しており、学生のうちから将来を見据えた活動を行っている。

10. 売上・利益計画

(単位：千円)

事業・商品別計画 (事業名・商品名)	第 1 期 (平成 26 年 月期)	第 2 期 (平成 27 年 月期)	第 3 期 (平成 28 年 月期)
売上高計(販売+サービス)	9,600 (8,400+1,200)	24,600 (21,000+3,600)	57,600 (50,400+7,200)
材料費	2,000	5,000	10,000
外注費	1,500	3,500	7,000
粗利益	6,500	16,100	40,600
人件費	3,000	8,000	17,000
宣伝費	100	200	500
会社利益	3,400	7,900	23,100

11. 資金計画

(単位：千円)

必要資金	金額	調達方法	金額
開発費	4,000	自己資金	4,000

10. 全応募プランの概要（受付順）

受付No	状況 その他	学校名	学部・学科	学年	参加者 （◎は代表者）	事業名	プランの概要
1		熊本高等専門学校	電子情報システム工学専攻	1年	清田 麻寛	情報提供パネル搭載型ツアーバス	私が提案するのは情報提供システムを備えたバスの開発と販売だ。これは旅先の有名どころ、バスの窓から見える風景、目的地までの距離といった情報を提供するもので、これによりバスツアーをより一層快適なものにすることができる。私は以前ipadを使用した多機能机を研究していた。情報提供システムにもipadを用いることを想定しているので、私はそのシステムの開発を担当する。収益は製品の販売によって得る。
2		熊本高等専門学校	電子情報システム工学専攻	1年	荒牧 拓未	在室確認における効率向上を目的としたSNS(Social Network Service)	提案するのは、学生が教員の在室の有無を現在地から確認できるというメリットを持ったSNSを提供するビジネスである。また、教員側には、離れた場所にある出勤簿にチェックを入れに行く手間を省けるというメリットがある。提案者は、在室状況を知らせるシステムの開発を担う。物理的な収益ではなく、学校内生活を効率化させる事が目的である。
3		熊本高等専門学校 熊本キャンパス	電子情報システム工学専攻	1年	白井 和也	圧電セラミックスによる振動発電を用いた携帯充電器	今回提案する事業は、圧電素子による振動発電を用いた携帯充電器の開発・販売である。この充電器により、スマートフォン使用時における外出時の電池切れ問題に対して、より新しく効率的な解決策を講じる。提案者は事業のプランニング・マーケティングを行う企画チームの立場に位置する。事業の収益は製品の売り上げで得る。
4		熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	3年	◎石松 孝祥 井上 美玖、 有働 公崇、 大角 真理子、 桑鶴、兎啓 坂本 ひかる、 友貞 舞	マーケティングで、「い草」を復活！	このビジネスは、「い草」を用いた“量以外の”商品をマーケティングし、新たなライフスタイルを創りだす。具体的には、新ニーズを発掘し、「い草」の生産者・加工業者と新たなルートとなる企業とを結び、新市場を開拓するマーケティング会社を運営する。共同して開発した「い草」製品の売り上げの一部をロイヤリティとして収益とする。衰退傾向にある「い草」産業を活性化させたい。
5		久留米大学	経済学部	1年	◎古賀 将樹 楠本 哲生 荒巻 優子 黒木 俊成 横山 遥香 源 麻美子	地方中小企業向け、低価格、市場調査代行業者FKリサーチ	私たちのビジネスは、福岡に絞った街頭調査とインターネット調査を行うものである。また、価格を抑え地域を絞り込むことで現地の新規店舗運営を考える層の起業を促し地場産業の活性化を図る。収益については、多くの作業工程を合理的に行うことでコストダウンを図り、安くても数をこなすことで他社と同等の利益を生む。
6		熊本大学大学院	大学院自然科学研究科 博士後期課程	1年	◎山崎 剛志 江藤 吉広 佐藤 亜土夢 大谷 佳央 古賀 拓未 船津丸 和也	喫煙検知センサを搭載した「咳込み」動作を行う人形	身近に喫煙者のいる人やこれから禁煙を目指す人を対象に、喫煙者に喫煙を控えさせるメッセージを伝える役割として、タバコの煙を検知して咳き込む動作をする人形を提供します。受動喫煙の減少や禁煙を目指す人へのパートナーの提供が本ビジネスの役割であり、全国各地の禁煙推進フォーラム会場やネット上にて製品を販売することで収益を得ます。
7		大分大学	経済学部 地域システム学科	4年	◎東村 省吾 泊 真弘	インターネットを用いた学生向け情報発信事業	① インターネットを用いて大分の大学生(約2万人)にローカルなキャンパスライフに関わる情報や就職などキャリアに関する情報を提供するビジネスである。 ② 無料で時間や場所を選ばず、大分ローカルでニーズに合った情報を入手可能なポータルサイトを構築し、大分の学生に提供する。 ③ ウェブサイトに県内企業などの学生向け広告を掲載することで収益化を図る。
8		熊本大学 大学院	社会文化科学研究科 博士前期課程 法学専攻	2年	高崎 百合絵	女子力向上委員会	①より美しく、賢く、生き生きと過ごしたいが、何をすればよいかわからない、そんな女性を応援するセミナーを行ったり、悩める20〜30代女子が集まり語らう「女子会」をサポートするビジネスです。 ②自分に自信を持って生き生きと女性らしく生きる女性を生み出し、サポートします。 ③収益はセミナー料、女子会会場検索ポータル広告料から得ます。
9		熊本高等専門学校 熊本キャンパス	電子情報システム工学専攻	1年	◎田口 景織子 宮崎 麻衣 水間 海帆	お財布のカードを1つに！「スマポ！」	近年大型ショッピングセンターに押されつつある地元商店を活性化させるために、各商店のポイントカードをまとめたアプリ「スマポ！」を提供する。 まずは作ったアプリを各商店に無料提供し、効果が得られることを確認してから契約更新の度に料金をいただく制度とする。
10		熊本学園大学	商学部ホスピタリティマネジメント学科		◎小堀 すみれ 後藤 尚貴 平嶋 明日香	どこにもここにもフラワーポット	① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスなのか 都市の商店や企業に、一年間とうして美しいフラワーポットを提供する。 ②このビジネスで果たす役割 花屋さんとの連携し、指導を受けながら、顧客に提供したフラワーポットを維持する。 ③どうやって収益を得るのか 顧客ごとに結んだ毎月5000円または3000円のレンタル契約から収益が主な収益となる。 日本の都市は雑然としていて統一感がないと良く指摘される。このビジネスは、都市の商店や企業に、一年とうして美しいフラワーポットを提供することによって、街の景観向上に寄与するとともに、観光客を含めた交流人口の増大に寄与する。この会社は、花屋さん提携し、その指導を受けながら、顧客に提供したフラワーポットを維持管理する。主な収益源は顧客ごとに結んだ毎月5000円または3000円のレンタル契約料である。
11		北九州工業高等専門学校	制御情報工学科	3年	◎迫田 巧樹 吉田 優太郎 淵野 祥伍 木村 伸之介	新しい農業技術、農業支援機器の販売	現在、稲を栽培する過程の「種まき」から「田植え」という作業を一緒にやっしてしまうという、水稻の栽培方法:直播栽培の技術が研究されています。この栽培方法は様々なメリットがあります。しかし、各地域で導入が進められていますが、この方法の水稻作付面積の全体に占める割合は1.2%です。本ビジネスプランはこの方法の良さを知ってもらうために稲作農家の方にセミナーの開催。そして、この農作業機械を自社で作り、セミナーを受けた農家の方にも買ってもらい収益を得ます。
12		熊本高等専門学校	電子情報システム工学専攻	1年	徳永 真二	携帯デバイス使用によるテキスト・ネックを防止するアプリケーション	私が提案する事業は、テキスト・ネックを防止するアプリケーションの開発・販売である。このアプリケーションは、スマートフォンなどが流行している現代社会で、それらの使用によるテキスト・ネックという症状を防止することができる。収益はアプリケーションの有料販売、もしくは無料で販売しアフィリエイトや広告で得る。
13		鹿児島大学	理学部 生命化学科	4年	◎長重 佑 中野 裕太 新郷 萌子	ビジネス向け動画投稿サイト『Goodonors』	学生と若手のビジネスパーソンを対象にした会員制SNSサービスを提供する。そこでは、ユーザー一人ひとりが、自分のノウハウを文書または動画として投稿し、共有することができる。ユーザーはためになるコンテンツを評価でき、評価に応じて提供者にも収益を還元する。自社の収益は月額の有料会員から得るものとする。

受付No	状況 その他	学校名	学部・学科	学年	参加者 (◎は代表者)	事業名	プランの概要
14		久留米工業大学	工学部・情報ネットワーク工学科	4年	◎松川 奈津稀 小川 勇貴 高橋 通仁	KITデザインオフィス～大学内ベンチャーCG制作プロダクションを核としたコンテンツデザイン販売事業～	CG技術を学んだ学生によるデザインオフィスを組織し、中小企業や地方自治体を顧客とし、学生が生み出す“新鮮で個性あふれるCG作品”をネット上で公開して集客を図り、商品プロモーションや地域のマスコットキャラクタ創設などの顧客のニーズに沿ったオリジナルデザインを低価格で制作して収益を得る。
15		熊本大学	工学部・物質生命化学科	4年	◎黒木 孝行 長屋 秀幸	分子情報に基づく食品逆引き検索システムの作成	私たちのビジネスは、熊本県の人に食材、食品を食品に含まれる栄養素から検索し、購入できるシステム及び販売サイトを作成することです。私たちはこのビジネスで検索される対象である食品のデータベースの作成、更新を行い、食品を購入する際の手数料や、生産者が私たちの販売サイトで食品を販売するための登録料などから収益を得ます。
16		長崎大学	経済学部 総合経済学科	3年	東 貴文	トラプラ(トラベルプランナー)	インターネットを利用する日本国内の人々に私たちが考案した旅行プランをサイトで提供するビジネスです。このビジネスによって旅行をより一層楽しく、充実したものにし、より多くの人々に人生が少しでも幸せで有意義になれるのではと思います。収益は会費と広告です。
17		熊本大学大学院	自然科学研究科 博士前期課程	1年	◎岩根 陵 井手尾 俊宏 岸本 隆太郎	ケミカルマスタープロジェクト	小学生から高校生までを主な対象とした、化学物質に関する知識を学ぶためのゲームソフトを開発する。このゲームで遊ぶことを通して物質の化学構造やその性質などの知識を身に付け、化学に対する興味を持ってもらえるような物を作成したいと考えている。作成したゲームソフトの販売はメーカー委託で行ってもらい、その売り上げの内、委託料を差し引いた一定の割合を収益とする予定である。
18		長崎大学	経済学部 総合経済学科	3年	◎榮 京太郎 新井 琴音 小野里 えり 田中 亮大 宮田 祐成	“ジェネカフェ”～ GENERATION CAFE～	主に60代から70代の、普段から引きこもりがちなシニア層をターゲットとする交流型カフェ・レストランを提供する。同年世代だけではなく、従業員(若者)との交流の場や、栄養価の高いヘルシーな食事を提供し、幅広い世代の人が関わることで、楽しさや生きがいを見いだしてもらうことが目標である。ファミリーレストランよりもコミュニティの提供という点で付加価値を提供し、そこから収益を得るビジネスである。
19	大学のサークルの活動の一環として販売活動を行っていて、定期的に購入する顧客もいる。これを大学外の活動として広めた。	立命館アジア太平洋大学	アジア太平洋学部 アジア太平洋学科	2年	山本 万里	Grass Roots	はじめのうちは、対象は主に、学生、女性に絞り、一年以内に別府市に住むすべての人を対象とするつもりである。ビジネスで果たす役割は、消費者がフェアトレード商品をもっと身近で手に入れられる環境を作ることである。利益の得方は、対象の商品を卸値で仕入れ、それらを卸値よりも高い市場価格で販売することにより生じた価格差で利益を得るという方法である。 商品：フェアトレード商品(コーヒー・紅茶・クッキー等) 取引先：喫茶店・レストラン⇒公共団体・企業・商店 特色：サンプルを用いた直接訪問型ビジネス・オフィスを持たない、受注生産などにより支出を抑える。
20		日本文理大学	経営経済学部 経営経済学科	3年	◎川留 大輝 川崎 仁貴	ピクニケーションプロジェクト	私たちは大分への外国人観光客に、深く大分を体感してもらうために言葉の壁を取り除く事業を考えています。外国人観光客が、不安なく会話を楽しむために、ピクトグラムを使用した『手ぬぐい』を空港などで配布していただこうと考えています。私たちのアイディアに賛同していただいた企業にスポンサーとなっていただきます。そして手ぬぐいにスポンサー名を記載し、広告料として資金提供をいただき収益を得ます。 *手ぬぐいの使用方法については添付資料を参考にして下さい。
21		鹿児島大学大学院	理工学研究科	1年	◎田畑 亮 酒井 美奈 森山 晃貴 吉川 究	画像処理技術による航空整備支援システム	2012 年、サービスの低価格化を強みとする日本初のLCC(格安航空会社)が就航した。LCC は少ない航空機を使い回してコスト削減するため遅延や欠航が出やすい。私たちはLCCの遅延・欠航率の改善を図るため、航空機の整備業務における外観検査を効率化するシステムを考案した。航空会社に同システムをリースすることにより収益を得る。
22	自治体で運用準備中である	北九州工業高等専門学校	専攻科 制御工学専攻	2年	◎花田 美佳 三上 観洸	学童保育支援システム C-Bridge	近年は共働きの家庭が増え、児童保育を利用する家庭は多い。入所する際には、多様な入所書類の作成を行わなければならない。また事業者自体も施設の状況などを自治体に報告しなければならない。そこで、私達は自治体・保護者・事業者の三者に必要な書類作成や管理を行うシステムを提供する。事業収益は、システムの販売とメンテナンス費用により得る。
23		熊本大学大学院	自然科学研究科・産業創造工学専攻・博士後期課程	1年	◎上田 博幸 川本 鉄平 安西 恵	イオン液体電気化学界面を用いた新規フラレン高分子材料の創製 ～有機薄膜太陽電池の高効率化を目指して～	本ビジネスプランでは、エネルギーの自給自足に興味がある企業へ、有機薄膜太陽電池を、モジュールとして販売するビジネスを計画している。私がこのビジネスで果たす役割は、有機薄膜太陽電池のコア技術の開発である。収益は、有機薄膜太陽電池のモジュールの売り上げから得る。
24		宮崎産業経営大学	経営学部経営学科	3年	◎鬼塚 愛貴 大矢 千紘 久保 志織 鞭馬 由紀奈 柳田 侑佑奏 吉田 尚平	fleurette-フルーレットー (※仏語で 小さな花 の意)	私たちはトイレを入口とした女性の4C(Change,Clean,Cute,Cheap)生活を支援する。10代後半から30代前半の女性をターゲットとし、カワイイを作るアイテムと場所をトイレという空間で提供する。使い切り化粧品の販売、テストマーケティングの実施と分析・報告書作成、有料レストルーム、各無料トイレの個室を企業スペースとし、広告料を収益として得る。
25		九州情報大学	経営情報学部 情報ネットワーク学科	3年	◎有田 佑 光富 大輔 東江 優樹 ブイ・ティフォン	自分だけのオリジナル葬式プロデュース事業「ハッピーエンディング」	① だれに:いつか終える自分の人生を真剣に考え、じぶんだけの素晴らしいものにしたいと思う人たち ② なにを:お葬式のプロデュース(演出・企画補助)、エンディングプロデューサー 人生の後半を素晴らしいものにするためのきっかけを提供し。必要なサービスを提供する ③ どのように: 人生を考えるセミナーやエンディングノート作成セミナーを通じて宣伝して、生前予約という形でお葬式の契約をいただきます
26		北九州市立大学	経済学部 経営情報学科	3年	◎内村 友希 田中 宏幸 東郷 憲吾 上園 竜成	3Dプリント技術のC2C事業	この事業は、インターネットを介して、3Dプリンターを用いた作品の制作者を募集、または育成し、その作品の購入を希望する買い手との仲介業務を担い、両者に売買の場を提供するC2Cサイト事業である。収益はサイト利用者からの月額登録料と、出品者、購入者間での取引仲介手数料、商品の出品料等によって得る。 このサイトの運営が国内の新たな技術発展のきっかけとなり、雇用創出に貢献することが我々の目指す大きな目的である。

受付No	状況 その他	学校名	学部・学科	学年	参加者 (◎は代表者)	事業名	プランの概要
27		熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	3年	◎長田 政也 寺田 弥月希 吉谷 佐 伊牟田 凜子 今井 春菜 三浦 なずな 廣石 翔子 吉野 早百合	おにぎり50	本ビジネスは、主に学生や社会人、家庭に50円のおにぎりを配達サービスや露店販売の形式で提供するビジネスである。安全な食材を使った手作りおにぎりを低価格で提供することによって、地域の米文化と第一次産業のさらなる繁栄をサポートする。収益は生産者や企業から徴収する広告代料とおにぎりの販売から利益を得る。
28		久留米大学 立命館大学 電気通信大学	法学部・法律学科	2年	◎木部 司章 黒木 理博 松尾 駿	新時代のクーポン戦略	① 企業に更なる顧客確保のための新たな手法を携帯により提供するビジネスです。 ② 新たな手法の確立と提案 ③ 我々自身はそのシステムの使用した際の成功報酬の3%をいただければ良いと考えています。
29		近畿大学	産業理工学部 経営ビジネス学科	3年	◎友添 直仁 福山 智史 江本 丈二 赤路 優 安井 智朗 葉賀 善之介 落合 由牙	猪鹿を無駄なく食す	近年、猪鹿による農作物への被害が拡大し、捕獲の対策がとられているが、加工処理施設がないため、大部分は廃棄か自家消費されている状態である。そこで、糞で捕まえた小型猪を肥育することにより、安定した加工処理を実現するとともに、マーケティングセンターとしての猪カフェを設置し、猪肉の販売促進を図るビジネスを構築する。
30		熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	3年	◎榮 秋子 辻倉 優貴 西谷 美咲 野口 真実 野田 開声 平井 佑実 古川 日香留 溝越 大貴	学割天国	本ビジネスは、学生に、点在している様々なカテゴリーの学割情報を、一つのWeb サイトに集約して提供していくものである。私たちは、学生と学生層を獲得したい企業を結びつける役割を果たす。主な収入源は、掲載企業の「初回登録料」「Web 掲載料」「仲介料」の3つである。
31		九州産業大学	経営学部 産業経営学科	3年	平島 弥	UP TO YOU	①「自分の作品を評価してもらいたいが、その機会にめぐまれてこなかった人々」に対しては「自身の作品を購入したいと思う人々から公平に評価される場」を、そして「芸術活動を継続したくても、収入面でそれが適わない人々」に対しては「芸術・創作活動だけで生活していくことはできなくても、それを続けていくことができるくらい収入」を、「web上での芸術作品売買仲介サービス」を通じて提供する。 ②このビジネスでは、webサイトの構築と運営、および作品売買の仲介業務を行う。 ③売買仲介時に発生する手数料を、主な収益源とする。
32		九州大学	経済学府 経済システム専攻・修士	2年	図師 嘉文	福岡市の20代後半～30代後半の女性未婚者をメインターゲットにしたお見合い・婚活サイト運営	福岡市の若年層女性未婚者をメインターゲットにしたお見合い・婚活サイト運営する。男性会員は福岡市の優良企業勤務の未婚男性に限定する。収益は、女性会員の会員料、サイト内広告、他社とのコラボの3事業から得る。このビジネスを通して、福岡市における女性の未婚問題を解決し、少子高齢化時代における福岡市の発展に寄与したい。
33		鹿児島大学大学院	理工学研究科 情報生体システム工学専攻	1年	◎佐多 恵悟 松山 開	写真とQRコードを組み合わせた新しい飲食店広告の提供サービス	写真とQRコードを組み合わせて、飲食店利用者の写真を広告として利用するサービスです。写真の撮影とともに、飲食店に設置したQRコードを読み取ると、写真に飲食店情報がリンクされて広告として発信されます。これにより、飲食店の集客向上を図り、最終的には地域活性化を目指します。収益は、主に飲食店経営者からの広告料金になります。
34	現在縁側カフェを行っており、その発展的計画を事業内容とする	大分大学	経済学部 地域システム学科	3年	◎浜野 康成 青木 理沙 坂口 耕介	帰着型ツーリズム「縁-」	私たちは、都市部の人々に大分県竹田市神原地域で古民家での宿泊通じ、都会の生活にない田舎の日常を楽しんでもらう。私たちは、古民家での宿泊を運営し、地域住民が少ない負担で他地域の人々と交流する機会を作る。収益は古民家での宿泊と緒環からの手数料によって得る。
35		大分大学	経済学部 地域システム学科	3年	◎馬場 梢 渡邊 怜 上岡 翔太	得卸し特産品事業	我々が考えたビジネスは、地域売店と個人商店に、低価格かつ高品質な商品を提供する卸売業である。さらに、地域売店や個人商店で販売している特産品などを都市部で販売する。収益を得る方法としては、卸した商品に我々の利益を加算し利益回収を行う。また、特産品などの卸しに関しては仲介役となる為、現金もしくは特産品で利益回収を図る。
36		熊本高等専門学校	電子情報システム工学専攻	1年	◎木村 慎 田尻 祐貴	未登録番号通知サービス	①現在運輸会社から配達される場合、配達当日に連絡をとるために電話がかけられる。しかし、配達員からかかってくる電話番号は未登録なので、受取人は誰から電話が掛かってきているかわからない。受取人によっては不快感から電話を取らないことがある。そこでそのような人のためにアプリを用いて運輸会社から電話がきていることを通知するサービスを提供する。 ②このサービスを用いることによって、受取人は電話番号の不快感から開放される。運輸会社側はそのような不快感から電話を取らない人と連絡をとることができ、不在連絡届けを置いていく必要がないため配達効率を高めることができる。 ③このサービスを行うためにアプリを開発する。アプリ内容に運輸会社のドライバーの電話番号登録が必要になる。電話番号登録を行うさいに登録料として運輸会社からもらう。この登録料で収益を得る。また、登録した後も年間更新料を得ることで収益を得る。
37		熊本大学	文学部 コミュニケーション情報学科	3年	◎村田 剛士 荒木 雄大	「こだわったモノ」を物語とともに売るECサービス「caicon」	日本中のちょっと贅沢な「こだわったモノ」の作り手に、製品の販売と情報の発信を行うことができるプラットフォームを提供します。特に、作り手の生き様や製品への愛情といった「物語」によって、新しい価値を生み出し、その魅力を日本中に伝えていくためのサービスです。
38		大分大学	経済学部 地域システム学科	3年	◎江戸 祐貴 中嶋 洋太 清永 明日香	co-labo shop Knots(コラボショップノッツ)	① 福祉サロンやデイサービスを対象にした田舎の特産品の移動販売 ② 加工所、直売所のメンバーと大学生による商品開発・改良のコーディネートと開発した商品の移動販売 ③ 福祉サロンやデイサービスを対象にした特産品販売
39		北九州工業高等専門学校	生産工学専攻	1年	片山 将	Sky Eye	災害発生時、二次災害防止やライフライン確保のために、迅速な災害現場の状況把握が必要である。そこで、当事業では、全国の自治体向けに「安全」に「短時間」かつ誰でも「容易」に使用できる投てき型空撮システム Sky Eye の提供を行う。このシステムは撮影装置をカプセルにつめ、これを投げ上げることで空撮を行うものである。

受付No	状況 その他	学校名	学部・学科	学年	参加者 (◎は代表者)	事業名	プランの概要
40		北九州工業高等専門学校	機械工学科	5年	坂口 聡範	zErobrush	全世界の人を対象とした虫歯を検知・予防できる新しい歯ブラシ「zErobrush」を提供する。従来、虫歯検査は歯科でのみ可能であった。本プランは、歯ブラシに画像認識技術を応用することで、日々の歯磨き中に簡易的に虫歯の有無をチェックでき、健康な歯を守ることができるものである。
41		九州産業大学	工学部バイオロボティクス科／ 経済学部経済学科	3年	◎鹿野 大輔 吉田 鷹斗	定年退職者向けコミュニティからの新たなマーケティング	定年退職者から有益な意見を集め、これを“生のデータ”として企業に提供し収益を得る。そのための手段として、まずは定年退職者に向けて、サークルやレクリエーションなどの催しを開く“憩いの場”を提供するビジネスを行い集客する。我々は、イベントの主催などの管理業務やデータ収集といった役割を担う。
42		東海大学	総合経営学部 マネジメント学科		◎築野 隆寛 疋田 昂平 宮川 大輝	フランチャイ爺	
43		熊本大学	自然科学研究科 産業創造工学 専攻博士課程後期	1年	川本 鉄平	STMイメージングサービス	私のビジネスプランは研究者に対して、新たな測定法を提供するサービスである。走査トンネル顕微鏡（STM）を用いてサンプルの物性、表面構造を測定し、その結果を研究に活かしてもらうことを第一義とする。

第13回 大学発

【主催】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
九州経済産業局、福岡市、九州経済連合会、中小企業基盤整備機構九州本部、日刊工業新聞社西部支社、
九州地域産業活性化センター、九州ニュービジネス協議会

ベンチャー

本気で起業を志す人、大募集！

社会に出る前の経験としても役立ちます

ビジネス

グランプリと九州経済産業局長賞受賞者は
全国大会に出場します。

募集 対象者

起業を目指す、または
既に起業している
九州内の高専、短大、
大学の学生・院生・
研究者 等
留学生も含まれます

募集 期間

平成25年
6月14日(金)～
10月15日(火)

◆コンテスト開催日時
平成25年12月11日(水)
13:00～19:00
(交流会含む)

◆コンテスト開催場所
福岡市役所(15階)講堂
福岡市中央区天神一丁目8番1号

表 彰

★グランプリ
副賞20万円

★九州経済産業局長賞 副賞10万円
★九州経済連合会長賞 副賞 8 万円
★優秀賞 副賞 5 万円

プラン コンテスト

【お問い合わせ先】大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト事務局
(九州ニュービジネス協議会内)
TEL(092)771-3097 FAX(092)721-6288
<http://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>

・視野が広がる
・企画、プレゼン能力等が身につく
・チームワークの大切さや
難しさを学べる
・経験値を上げられる
・起業家と交流できる 等
※学生(コンテスト発表者)アンケートの回答より

募集
テーマ
(分野)

※アイデアのみでなく
事業化に向けて具体性
があるビジネスプランを
募集します

大学・高専の技術シーズを
活用した事業や、社会の
課題解決型事業、日常生活
の周りにあるアイデアをヒント
にした事業、食や農業、観光
など九州の特色を活かした
事業 等
事業の実施場所は海外でも
かまいません。

コンテスト応募のための
支援を行います！

◎ビジネスプラン作成勉強会を開催
◎個別にビジネスプラン作成をアドバイス
◎留学生を対象に日本語対応フォローを実施
※詳しくはホームページ、または事務局まで



第13回大学発ベンチャー・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、又は既に起業している、九州内の高専、短大、大学の学生・院生・研究者等留学生を含みます。
- 募集テーマ 大学・高専等の技術シーズを活用した事業や、社会の課題解決アイデアや日常生活の周りにあるアイデアをヒントにした事業、食や農業、観光など九州の特色を活かした事業、等。
事業の実施場所は海外でもかまいません。
アイデアのみではなく、事業化にむけての具体性のあるビジネスプランを募集します。
- (例) ①新技術、環境、新エネルギー・省エネルギー、バイオテクノロジー、リサイクル、産業廃棄物処理、住宅、災害支援などの技術分野
(大学等の技術シーズを活用したビジネスプラン。リサイクル、リユースなど環境保全に資するプラン
新エネルギー・省エネルギーに資するプラン 等)
- ②生活文化・生活支援、新サービス・アミューズメント、福祉、物流・流通、人材・教育、ビジネス支援、ソーシャルビジネスを含むニュービジネス分野
(高齢化社会に対応した介護システムプラン。生活利便等に関するプラン。シルバー人材の活用に関するプラン。流通の効率化等に関するプラン 等)
- ③食品・農林水産品、加工・製造技術、観光資源など九州が持つ強みや特徴を活用、組み合わせて展開するビジネス分野
(機能性食品の開発、製造に関するプラン。外国人観光客を誘致していくためのプラン。地域資源・農商工連携に関するプラン 等)
- 募集期間 平成25年6月14日(金)～10月15日(火)
- 応募用紙 大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト ホームページ (<http://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>) からダウンロード、またはお問い合わせください。
- 提出先 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>
電子メール、郵送、FAXにより提出してください。(ご応募先は下記をご覧ください。)
- 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下さい。著作権などに関して問題が生じた場合は応募者の責任になります。
- ②応募書類は返却しません。
- ③応募提案に関して媒体(新聞、雑誌、情報誌など)への掲載は主催者の責任で行います。
- ④審査内容については公表しません。
- ⑤プランの応募及び発表は日本語で行ってください。

審査一次

書類選考(10月中旬予定)

審査二次

1次審査で選定したプラン応募者による公開プレゼンテーションを開催、
最終選考作品を決定(11月中旬予定) **発表者 交通費(一部)支給**

コンテスト

一般公開でのプレゼンテーションを行い、審査員による審議で各賞を決定

各賞 **グランプリ** (副賞20万円) 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

日時 平成25年12月11日(水) 13:00～19:00(交流会を含む)
場所 福岡市役所 15階講堂
〒810-8620 福岡市中央区天神 1-8-1 TEL 092-711-4111

発表者 交通費(一部)支給

■審査委員

審査員は、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

全国大会「グランプリ」「九州経済産業局長賞」を受賞したプランは「キャンパスベンチャーグランプリ」全国大会に出場します

コンテスト応募のための支援を行います (ご希望の方は事務局までお問い合わせ下さい。)

※「事業計画(ビジネスプラン)」作成勉強会を開催します。

※中小企業基盤整備機構九州本部が個別にビジネスプラン作成に関するアドバイスをを行います。

※留学生を対象に日本語対応フォローを行います。(「事業計画(ビジネスプラン)」作成フォローではありません。)

【お問い合わせ・ご応募先】

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)
〒810-0001 福岡市中央区天神 2-3-36 ibb fukuoka 5F

TEL 092-771-3097 FAX 092-721-6288
E-mail daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp
URL <http://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>

- 主催 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
(九州経済産業局、福岡市、九州経済連合会、中小企業基盤整備機構九州本部、日刊工業新聞社西部支社、九州地域産業活性化センター、九州ニュービジネス協議会)
- 後援 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、北九州市、
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
- 事務局 九州ニュービジネス協議会

リサイクル適性の表示：紙へリサイクル可

第13回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト報告書

2014年3月28日発行

1 1. 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について

「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」は、国や地方自治体、行政団体、民間団体、マスコミなどの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たものです。プランの募集活動や審査会実施などに対し側面的な支援を行い、コンテスト当日の会場手配や進行、さらに交流会を行うにあたって中心的に活動いたしました。

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

	氏 名	団 体 名	役 職
実行委員長	長谷川 裕一	(一社)九州ニュービジネス協議会	会 長
副委員長	長野 光博	日刊工業新聞社西部支社	執行役員西部支社長
副委員長	井上 良弘	井上喜(株)	顧問
委 員	名垣 真一	九州経済産業局 地域経済部	新産業戦略課長
委 員	篠原 修一	九州経済産業局 地域経済部	産学官連携推進室長
委 員	藤本 広一	福岡市 経済観光文化局 新産業・立地推進部	創業・大学連携課長
委 員	橋本 孝	(独)中小企業基盤整備機構九州本部	経営支援課長
委 員	(田中 耕太郎)	(一財)九州地域産業活性化センター	常務理事
委 員	箴島 修三	(一社)九州経済連合会	産業第二部長
事務局長	山崎 隆生	(一社)九州ニュービジネス協議会	専務理事・事務局長

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：一般社団法人 九州ニュービジネス協議会

〒810-0001 福岡市中央区天神2-3-36 ibb fukuoka 3F 303号

TEL : 092-771-3097 FAX : 092-721-6288 E-mail : daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp

HP : <http://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/>

**私達は、大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト
を応援しています！！**

< 50 音順 >

池田工業、石村萬盛堂、井上喜、岩田屋三越、
NTT ドコモ、九州電力、九州旅客鉄道、九電工、
九南、古賀マネージメント総研、西部ガス、
三和酒類、白垣木材、筑邦銀行、ティティエム、
テノ、コーポレーション、トーマツ・ベンチャーサポート、
西日本シティ銀行、西日本鉄道、日本ゼオライト、
はせがわ、廣田商事、福岡銀行、ふくや、フラウ、
ポータル、やずや、レイナ、ワールドインテック

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

九州経済産業局、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）九州地域産業活性化センター、

事務局：（一社）九州ニュービジネス協議会