第１５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２８年３月

大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟ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１８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) 審査委員名簿

４．コンテストの模様 ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (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)審査委員のコメント、(3)ご来賓のコメント

６．コンテスト実施までの取り組みと今後の課題 ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (15)

７．コンテスト発表者のビジネスプラン（発表順）

(1) **福岡女学院大学 ／ 青谷 友香里、伊東 優子、稲富 千亜希、今村 優花、澤野 沙織**..... (18)
坪木 志織、寄辺 遥子、柏田 結衣、清水 ちさと、新宮 桃子、末宗 このみ、田中 晴那、仲西 紗永、西 ちはる、根本 優華、林田 結衣、堀江 真依子、本多 鈴、松野 江里子、宮川 晏奈、三木 玲実
「仮想株式会社ＴＯＷＲ（トール）」

(2) **大分県立芸術文化短期大学 ／ 尾崎 勝也**..... (23)
「Molded plywood spring clogs TALARIA」

(3) **佐賀大学 ／ 中村 駿介、近藤 美咲、藤瀬 清貴**..... (28)
「衣類用乾燥促進剤の開発」

(4) **崇城大学 ／ 鈴木 智也、後藤 みどり、佐渡山 祐介、安部 光法**..... (32)
「次世代のパーソナルモビリティー【Hero Leg】の開発、販売」

(5) **熊本大学 ／ 今福 匡司、富永 結菜**..... (36)
「質量分析を駆使した革新的な酸化ストレス解析法を基盤とする受託事業」

(6) **北九州工業高等専門学校 ／ 木津 祐太郎、穴井 達**..... (39)
「健康管理モデル-Health Sensing System-」

(7) **崇城大学 ／ 白石 美嘉、古賀 碧**..... (43)
「地方創生マーケティング事業」

８．全応募プランの概要 ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (50)

９．告知物・募集概要 ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (54)

１０．キャンパスベンチャーグランプリ全国大会　結果報告 ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (56)

１１．実行委員会について ＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ (57)

２．１２月１８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)九州ﾆｭｰﾋﾞｼﾞﾈｽ協議会〕

【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、熊本市
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

【助成団体】 九州地域産業活性化センター

【協賛企業】 池田工業、石村萬盛堂、エア・ウォーター・マテリアル、NTTドコモ、大分銀行、九州電力、九州旅客鉄道、九電工、九南、くまで会計事務所、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、風月堂、福岡銀行、福岡商店、ふくや、フラウ、やずや、レイナ、ワールドホールディングス　（※50音順）

(3) プログラム

日　時：平成２７年１２月１８日（金）13:00～18:50
会　場：福岡市役所　15F「講 堂」（13:00～17:45 開会式・ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾃｰｼｮﾝ・講演会・表彰式）
15F「食 堂」（17:50～18:50 交流会）

【第一部】開会式・プレゼンテーション 13:00～15:45

・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　貫　正義
（九州ニュービジネス協議会 会長）（九州電力㈱　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（７プランの発表）及び審査

【第二部】若手起業家による講演会　15:55～16:45

講　師：株式会社セフリ　代表取締役　春山　慶彦 氏
演　題：「登山・アウトドアの新定番『ＹＡＭＡＰ（ﾔﾏｯﾌﾟ）』に込める思い」

【第三部】表彰式 16:55～17:45

開式挨拶：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
（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
（㈱やずや　代表取締役会長）

表　彰：	グ ラ ン プ リ	大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ	副委員長	長野 光博
	九州経済産業局長賞	九州経済産業局	地域経済部長	堀尾 容康
	九州経済連合会長賞	九州経済連合会	産業振興部長	筴島 修三
	優　秀　賞	大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ	副委員長	長野 光博
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㈱　代表取締役社長）

【交流会】 17:50～18:50

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：前　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
受賞者感想：各プラン代表者　全員
閉会挨拶：中小企業基盤整備機構九州本部　経営支援部長　中山 士朗

（4）コンテスト結果発表（敬称略）　※事業計画書は 19 ページ以降に掲載

■グランプリ（1 件）

学校名/氏名	**大分県立芸術文化短期大学　／　尾崎　勝也**
事　業　名	「 Molded plywood spring clogs TALARIA」
事業概要	10 代後半から 30 代までの若い男女を中心に、ファッション性と機能性を兼ね備えた独特なフォルムで、日本の風情を醸し出しつつも現代人の感性をくすぐる新しいカジュアルクロッグ「TALARIA」を、提携店舗と提携ネットショップに限定して販売します。造形を学んだ私が、靴・デザイン業界の先輩の助言を受けて実施するニュービジネスです。

■九州経済産業局長賞（1 件）

学校名/氏名	**熊本大学　／　今福　匡司、富永　結菜**
事　業　名	「質量分析を駆使した革新的な酸化ストレス解析法を基盤とする受託事業」
事業概要	血中タンパク質であるアルブミンの構造変化を質量分析により解析することで、病態の発症や進展を予測することができる。この測定を健康診断の検査項目に組み込むことで、普段は見逃されていた病気の予備軍を見抜くことが可能である。当事業では医療施設からの検体を測定し、収益を得るという受託事業を展開する。

■九州経済連合会長賞（1 件）

学校名/氏名	**崇城大学　／　白石　美嘉、古賀　　碧**
事　業　名	「地方創生マーケティング事業」
事業概要	私達は、熊本を活性化するﾛｰｶﾙﾍﾞﾝﾁｬｰです。各地に眠る地場資源を発掘し、新しい女子大生の視点で企画・販売・ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞを手がけ商品化します。全ての商品が女性による女性のための商品です。同じﾀｰｹﾞｯﾄに継続的に商品提供していくことで女性のﾗｲﾌﾌﾀｲﾑﾊﾞﾘｭｰを構築しつつ永続的な取り上げた地場資源の産業の PR を行います。そうして、この商品を手に取ったお客様が自発的に熊本をﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞしていく世の中をつくります。

■優秀賞（4 件）

学校名/氏名	**福岡女学院大学　／　青谷　友香里、伊東　優子、稲富　千亜希、今村　優花、澤野　沙織、坪木　志織、寄辺　遥子、柏田　結衣、清水　ちさと、新宮　桃子、末宗　このみ、田中　晴那、仲西　紗永、西　ちはる、根本　優華、林田　結衣、堀江　真依子、本多　鈴、松野　江里子、宮川　晏奈、三木　玲実**
事　業　名	「仮想株式会社TOWR（トール）」
事業概要	①製品展開は2点。A 綱引競技を用いたチームビルディング研修プラン。教育関連や一般企業に販売します。B 綱引関連製品。主にウエアーとシューズ。ウエアーはレディースに絞り、シューズは一般競技者と小学生層に販売します。②協働することの重要性が問われる現代社会、綱引を通じてチーム力を社会に醸成させることが目的です。③A はセールス展開、B は E コマースにより収益を得ます。

学校名/氏名	**佐賀大学　／中村　駿介、近藤　美咲、藤瀬　清貴**
事　業　名	「衣類用乾燥促進剤の開発」
事業概要	洗濯後の衣類に乾燥促進剤をスプレーすることで通常時より乾燥にかかる時間が短縮できる商品を提供する。化学の知識を活かして、安価で無害な材料を選定し商品を開発することが我々の役割である。主たるターゲットはビジネスホテルに宿泊しているサラリーマンであり、ビジネスホテルの各客室においてもらえるような商品を目指す。ビジネスホテルへの販売にて収益を得る。

学校名/氏名	**崇城大学　／鈴木　智也、後藤　みどり、佐渡山　祐介、安部　光法**
事　業　名	「次世代のパーソナルモビリティー【Hero Leg】の開発、販売」
事業概要	Hero Leg とは両足に装着するﾊﾟｰｿﾅﾙﾓﾋﾞﾘﾃｨｰである。重心移動をするだけで誰でも簡単に操作でき、より複雑で多彩なｱｸｼｮﾝが可能である。私たちは、ここから Hero Leg を使ったｴｸｽﾄﾘｰﾑｽﾎﾟｰﾂの新市場を創造し、さらに、Hero Leg をﾃｰﾏにした、ｱﾆﾒ・ｹﾞｰﾑ・ｺﾐｯｸ等のｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽの展開を構想している。Hero Leg でたくさんの人たちにﾜｸﾜｸした世界を届けたい。

学校名/氏名	**北九州高等工業専門学校　／木津　祐太郎、穴井　　達**
事　業　名	「健康管理モデル － Health Sensing System －」
事業概要	世界的な高齢化進行と医師不足により、限られた医療資源で効率的な健康管理システムが現在から将来にかけて求められている。我々は、ICT を活用した健康管理モデルを提供し、遠隔医療の確立と先進医療の国際連携サービスを実現する。主たる収益はシステムの販売とソフトウェアの更新料によって得る。

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 27 年 6 月 29 日（月）～10 月 5 日（月)〕

① 九州内の全大学・短期大学、高専にポスター・チラシ等 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 九州各県の後援機関、後援依頼新聞社に資料送付
⑧ 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 県の、15 大学（大学院含)、2 高専、3 短大の合計 20 校から合計 56 件。
九州外の 1 件と合わせ、合計 57 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(1)、九州共立大(1)、九州工業大学(2)、九州国際大学(1)、九州情報大(1)、近畿大学(1)、西南学院大学(3) 、福岡女学院大学(1)、福工大短期大学部(1)、北九州高専(4)
佐　賀　県	佐賀大学(4)、佐賀女子短大(1)
長　崎　県	長崎大学(4)
熊　本　県	熊本大学(7)、崇城大学(9)、熊本高専(5)
大　分　県	大分大学(5)、大分県立芸術文化短大(1)
宮　崎　県	―
鹿 児 島 県	鹿児島大学(1)、鹿児島国際大学(3)
そ　の　他	東京農業大学(1)

昨年度との比較
応募数　57 件　（+5 件）
応募県　1 都 6 県　（+1 都 +1 県）
応募校数　21 校［ 内訳：大学・院 15 校（+2 校)、高専 2 校（-1 校)、短大 3 校（+3 校）］
専門学校の応募は無し。

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	新ｴﾈﾙｷﾞｰ 省ｴﾈﾙｷﾞｰ（省力化含む）	ﾊﾞｲｵ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰ	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 新ｻｰﾋﾞｽ ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ	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）	ﾋﾞｼﾞﾈｽ支援	食品・農林・水産品	加工製造技術	観光資源	その他（不明）
計ﾌﾟﾗﾝ	3	1	1	5	1	2	28	5	4	14	15	5	7	11	10	
構成比	3%	1%	1%	4%	1%	2%	25%	4%	4%	13%	13%	4%	6%	10%	9%	―
順位	11	13	13	7	13	12	1	7	10	3	2	7	6	4	5	―

(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）

11 月 4 日、大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟ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、57 プランについて書類審査を行いました。

各団体が事前に 57 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、22 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 25 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、7 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 18 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 11 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 7 プランを聴講された参加者も「自分が応援したいプランを 3 つ選んで〇を付ける」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助成団体、協賛企業へ「コンテスト聴講」の案内状送付。

⑤その他

(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。
評点は、採点表に各審査委員がビジネスプランごとに採点記入する。評価項目は以下3項目とし、簡便化のため5段階評価をする(5点、4点、3点、2点、1点)。

---

1 評価項目

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

2 評価基準

評点の目安としては、各項目3点を標準とし、非常に優れているものを5点、優れているものを4点、いま一歩を2点、最も低い評価を1点とする。いずれも採点表のとおり評価基準を設けるが、あくまでも目安で、各審査委員の経験及び他の案件との相対的な評価から出た判断で差し支えないものとする。

審査項目	採 点	評価基準(あくまで目安を例示したもの)	
新規性・革新性・優位性		5	事業ｱｲﾃﾞｱ等の新規性、優位性も大変高い。
		4	事業ｱｲﾃﾞｱ等の新規性、優位性も高い。
		3	事業ｱｲﾃﾞｱ等の新規性、優位性も普通である。
		2	事業ｱｲﾃﾞｱ等の新規性、優位性も普通よりやや劣る。
		1	事業ｱｲﾃﾞｱ等の新規性、優位性がなく劣る。
実現可能性・市場性		5	近々(2年以内)、事業化が可能であり、市場性も大変大きい。
		4	5 年後には事業化できる可能性があり、市場性も大きい。
		3	計画が具体的に煮詰まっているが、起業には今一歩で、市場性も普通である。
		2	計画が具体的に策定できておらず、市場性の見極めが普通より甘い。
		1	単なるアイデアであり、市場性もない。
表現力		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(ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾃｰｼｮﾝ)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。各審査委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。
・専門審査委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。

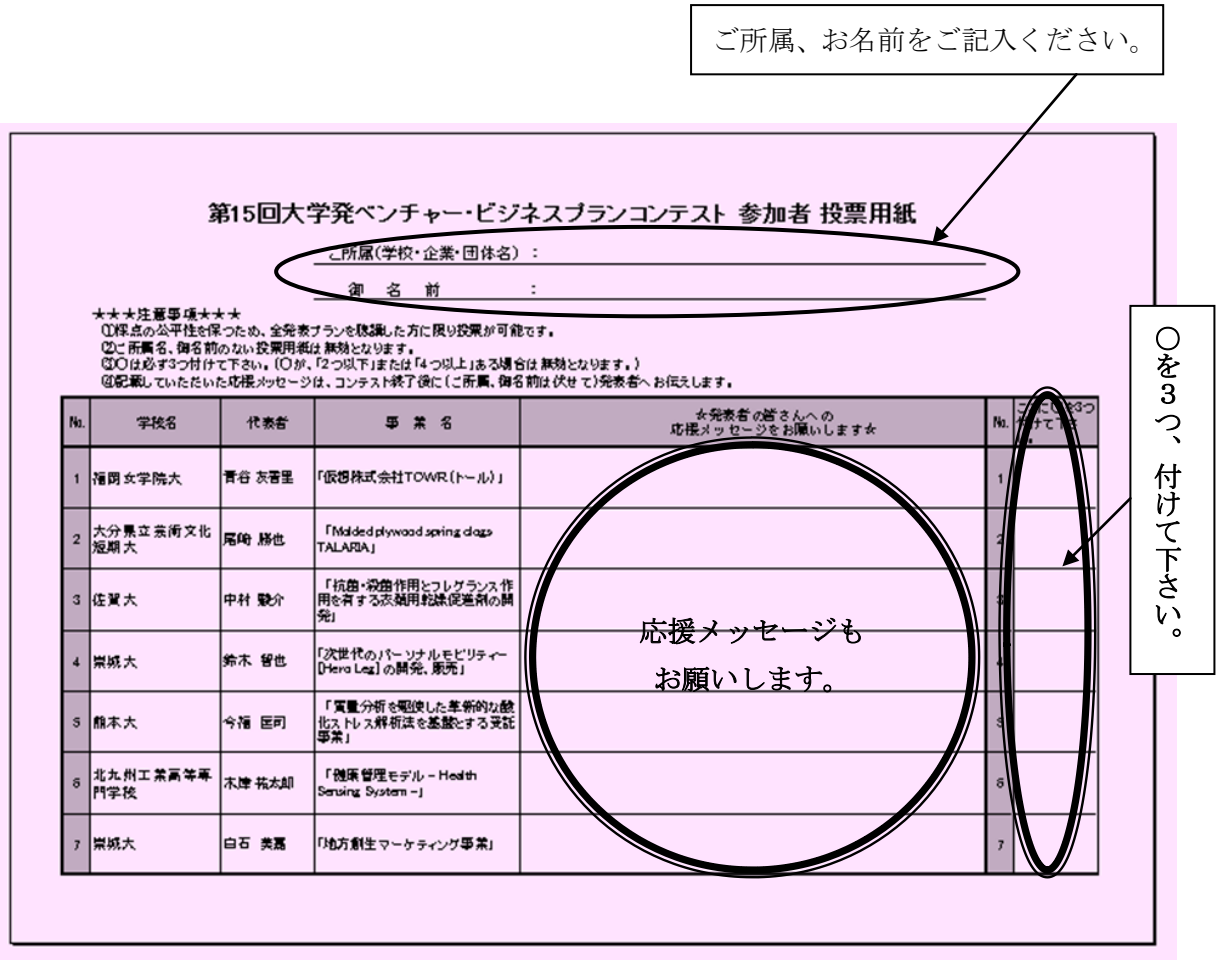
4 コンテストにおける会場審査について

(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

- 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」選んで〇を付けてください。
- 〇ひとつを各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。



(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 30 万円）	1 件	コンテストの審査において、 新規性、実現化など最も評価の高いプラン
九州経済産業局長賞 （表彰状・賞金 10 万円）	1 件	コンテストの審査においてグランプリに 次いで評価の高いもの
九州経済連合会長賞 （表彰状・賞金 8 万円）	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 万円）	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) 審査委員名簿

○ 第一次審査会（書類審査）…11 月 4 日（水）

・大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝ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）九州ﾆｭｰﾋﾞｼﾞﾈｽ協議会》
・ｸﾞﾛｰﾊﾞﾙﾌﾞﾚｲﾝｽﾞ㈱　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 25 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㈱	代表取締役社長
2	委　員	矢頭 美世子	㈱やずや	代表取締役会長
3	委　員	安樂 美代子	㈱ボーイ	取締役副社長
4	委　員	泉舘　昭雄	（公社）日本技術士会	元九州本部長
5	委　員	瀬之口 康弘	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
6	委　員	中尾 賢一郎	㈱グランドビジョン	代表取締役社長
7	委　員	羽立　幸司	日本弁理士会九州支部 （知的財産綜合事務所 NEXPAT）	副支部長（所長）
8	委　員	浜崎 陽一郎	㈱Fusic（フュージック）	取締役副社長

○ コンテスト（プレゼン審査）…12 月 18 日（金）　※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㈱	代表取締役社長
2	委　員	矢頭 美世子	㈱やずや	代表取締役会長
3	委　員	井上　良弘	エア・ウォーター・マテリアル㈱	顧問
4	委　員	筴島　修三	（一社）九州経済連合会	産業振興部長
5	委　員	熊手　艶子	税理士法人くまで会計事務所	代表社員税理士
6	委　員	坂本　　剛	ＱＢキャピタル合同会社	代表パートナー
7	委　員	佐藤　　隆	日本ゼオライト㈱	代表取締役社長
8	委　員	佐藤　尚文	九州電力㈱	代表取締役副社長
9	委　員	羽立　幸司	日本弁理士会九州支部 （知的財産綜合事務所 NEXPAT）	副支部長（所長・弁理士）
10	委　員	堀尾　容康	九州経済産業局	地域経済部長
11	委　員	森　　俊英	グローバルブレインズ㈱	代表取締役社長

※　コンテストにおける会場審査について
　コンテストを全て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、その集計結果を専門審査委員会の参考資料といたしました。

４．コンテストの模様

会場の様子（崇城大：Hero Leg ﾌﾟﾚｾﾞﾝ時）

質疑応答（福岡女学院大）

大分芸短 尾崎さん
（実際に TALARIA を履いて登壇）

㈱セフリ 春山代表取締役ご講演

審査会（集中審議）

表彰式（受賞者整列）

表彰式で挨拶する㈱やずや：矢頭会長

交流会（講演者や支援者との交流）

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

大分県立芸術文化短期大学　／　尾崎　勝也

「Molded plywood spring clogs TALARIA」

この度は大変名誉ある賞を頂き、誠にありがとうございます。

私はこれまで"いいもの"を作りたいという一心でものづくりと向き合ってきました。そうして作ったものを世に出したいという思いが、人との出会いに繋がり、本コンテストへの参加、ひいては起業する覚悟に結びつきました。自分のしてきたことが本当に事業として通用するのかと何度も不安に押し潰されそうでしたが、応援してくださる多くの方々に支えられ進み続けることができました。

本コンテストへの挑戦を通して、資金計画や販売戦略など事業化にあたり必要なことの難しさを痛感するとともに、人とのご縁のありがたみ、そして何より自分のやりたいことと向き合い信じ続けることの大切さを身に染みて感じました。こうして得た経験と学びを糧に、今後も精進していきます。

最後になりますが、このような場をご用意してくださった実行委員及び審査委員の皆様、またこれまで支えてくださった親や先生、応援して頂いた皆様に心より感謝申し上げます。

○九州経済産業局長賞

熊本大学　／　今福　匡司、富永　結菜

「質量分析を駆使した革新的な酸化ストレス解析法を基盤とする受託事業」

この度は、九州経済産業局長賞という素晴らしい賞を受賞することができ、大変光栄に思います。コンテストに出場することに背中を押して頂き、様々なアドバイスをくださった大学の先生方や先輩・同僚、的確な質問と助言でビジネスプランをブラッシュアップするためのアイデアをくださった審査委員の方々に深く感謝しています。今回、応募したテーマは、私が卒業研究の一端として取り組んできた内容を実社会へ応用したビジネスモデルになります。そのきっかけは、全国各地の医療機関から次々と今回のテーマ内容に関する測定依頼が舞い込むようになったこと、測定後にデータを解析して提供すると、とても感謝されることに驚いたことです。そこで、実用化を視野に入れ、測定のニーズを調べ直したところ、予想をはるかに上回ることを実感しました。そのような折に、今回のコンテストがあり挑戦したいと思うようになりました。その結果、私たちのビジネスプランが評価されたことで、本当に社会でニーズのあることを改めて実感できました。今後はコンテストを通して、見えてきた課題を考慮し、本テーマの早期実用化に向けて、ステップアップしていく予定です。

○九州経済連合会長賞

崇城大学　／　白石 美嘉、古賀 碧

「地方創生マーケティング事業」

今回は、九州経済連合会長賞を受賞することができ、とても嬉しく思っております。ノリの養殖業をする父の元で育った背景から、衰退の一途をたどる地場資源の生産者を救いたいとの思いで、「地方創生」という大きなテーマに挑戦しています。スタートは事業計画もまともになく、行き当たりばったりでした。しかし、このコンテストに出ると決め、事業計画を練り、チームを作り、たくさんの方々にプレゼンしてはダメ出しをもらい、ブラッシュアップを重ね、次第に自分らしいプランとその方法を見つけられるようになりました。また、今回このような賞をいただいたことで、たくさんのメディアや関係者の方々とコネクションを作るきっかけにもなりました。たくさんの共感を集め、たくさんの人を巻き込みながら地域一体となって取り組むことが必須のこのプロジェクトには、思いがけない反響でした。これまで、丁寧なメール対応や、コンテスト運営をしていただきました実行委員会の皆様、そして、審査委員の皆様に大変感謝しております。

このような機会と賞をいただきまして、ありがとうございました。

○優秀賞

福岡女学院大学　／青谷 友香里、伊東 優子、稲富 千亜希、今村 優花、澤野 沙織、坪木志織、寄辺 遥子、柏田 結衣、清水 ちさと、新宮 桃子、末宗 このみ、田中 晴那、仲西 紗永、西 ちはる、根本 優華、林田 結衣、堀江 真依子、本多 鈴、松野 江里子、宮川 晏奈、三木 玲実

「仮想株式会社ＴＯＷＲ（トール）」

二年連続で決勝のステージに立てたことは本当に幸せであり、自分自身またチーム全員のキャリアアップになりました。本大会は先輩方からのアドバイスや多くの方々の支援声援のもと懸命にチームで歩んでまいりました。もちろん目標は、文系女子大でも企業に挑戦し全国大会にて評価していただけることが可能であることを伝えたかったことにあります。現在、モノづくり日本という言葉を聞いて私は誇りに思うのと同時に、モノを作っているのは人であり、人が活き活きと活動できる場や、その仕組みが今問われているのだと思います。

今回頂点には届きませんでしたが、本大会に挑戦して得た学びは私たちにとって大きな財産となりました。今後も文系女子チームがもつ強みを最大限に活かしながら精進してまいります。

最後に、今回携わってくださった皆様に深く御礼申し上げます。

○優秀賞

佐賀大学　／　中村 駿介、近藤 美咲、藤瀬 清貴

「衣類用乾燥促進剤の開発」

私達は、同じ研究室に所属する同級生のグループです。梅雨時期の洗濯物の悩みについて談笑していた際、冗談半分で「洗濯物が早く乾くスプレーがあればいいよね！」と言ったところ、成田准教授から「自分たちで作って、コンテストに出してみたら。」と言う提案をいただき、軽い気持ちで今回のコンテストに応募しました。

そのような軽い気持ちで応募したものですから、一次審査、二次審査と通過していくたびに、喜びよりも驚きの方が大きかったことを鮮明に覚えています。

多くの先生方のご指導ご鞭撻を受けながら、ひとつの商品がどのような過程を経て販売に至るのか、経費の問題、設備の問題、特許の問題など、自分たちでやってみなければ決して気づけなかった事が沢山ありました。大学院に進学後、商品開発の職に就きたいと考えている私たちにとって大変貴重で有意義な体験となりました。

最後に、ご協力いただいた全ての皆様に感謝の意を表したいと思います。ありがとうございました。

○優秀賞

崇城大学　／鈴木 智也、後藤 みどり、佐渡山 祐介、安部 光法

「次世代のパーソナルモビリティー【Hero Leg】の開発、販売」

優秀賞という大変素晴らしい賞を頂き大変うれしく思っています。

実は、私たちのチームは前回も大学発ベンチャービジネスプランコンテストに参加させていただいたのですが、今回のような成績には到達することはできませんでした。今回のビジネスプランコンテストでは一年間をかけてブラッシュアップをし続けた、私たちの努力の成果をこのように評価していただいたことを大変誇りに感じています。

このような素晴らしい機会に出会えたこと、また応援してくださった多くの皆様に深い感謝を持って、心より御礼申し上げます。ありがとうございました。

そして、コンテストでの受賞に留まらず、これからはもっと多くのことに挑戦し続けていこうと考えています。来年にはさっそく製品をアメリカにて披露してまいります。これからも私たち Hero Egg は夢の実現に向けて走り続けていきます。

○優秀賞

北九州高等工業専門学校　／木津 祐太郎、穴井　達
「健康管理モデル - Health Sensing System -」

昨年度に引き続き、本年度も新たなプランで参加させていただきました。昨年度出場した全国大会での反省点を組み込んだ資料の作成と準備を進めたつもりでしたが、全国大会出場とならず大変悔しく感じております。日々の研究の成果を研究発表会ではなく、マーケティング戦略や資金計画などビジネスという観点で発表させていただける場は、このようなコンテストにチャレンジするしか他なりません。昨年度からこのような経験をさせていただくことができたため、本年度研究しているテーマもスピード感を意識しながら取り組め、共同研究先等との連携も積極的に進めることができました。この経験と悔しさを自分の糧としながら、更なる挑戦を続けたいと思います。このような発表の場を与えてくださった実行委員会や審査委員の皆様や、プランを考える上でアドバイスを下さった先生や研究室のメンバーに深く感謝しています。

(2)　審査委員のコメント

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、審査委員が講評をしました。

○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)

受賞者の皆さま、本当におめでとうございました。

年毎に、受賞者のプレゼン技術が向上されていることを実感しております。内容もよく掘り下げられておられます。皆さんのプレゼンテ―ションに納得し、感動しながら聴かせていただきました。

このコンテストの審査の最大のポイントは新規性です。我々大人が考えつかないような学生らしいアイデアがどれだけプランの中に織り込んであるのか。次のポイントは実現性です。ビジネスプランコンテストなので、ビジネスとして成立するかどうか。現に起業・事業化できてなくとも、近い将来成り得る可能性が高いかどうか。可能性も含め実現性だと思っています。最後のポイントは表現力です。今日も、プレゼンテーションの仕方によって、総合評価が変わったのではないかと思います。

グランプリと九州経済産業局長賞の二組は、全国大会にチャレンジということになります。ビジネスプランとプレゼンテーションをさらにグレードアップさせチャレンジして頂きたい。全国大会では、まずファーストインパクトで「驚き」と「感動」を与えてほしい。そして、絶対自信を持つこと。自信を持てばプレゼンでの表現力がずいぶん変わってくる。そこが一番のポイントになると思います。

このコンテストは受賞したか否かにかかわらず、ビジネスプランを作ったということ自体に人生で大きな意味(効果)があります。皆様のアイデアが継続されビジネスの成功に結び付くこと、また、今回この場に立てなかった方もまたチャレンジして頂くということを、我々は期待しております。

○　九州経済産業局　地域経済部長　　堀尾 容康 氏（審査委員）

受賞者の皆様、本当におめでとうございます。それから投票を頂いた会場の皆様さん、古賀委員長をはじめ委員の皆様、育てていただいてありがとうございました。賞はひとつの通過点に過ぎません。賞金も使ってしまえば後に残りません。しかし、本当に大事な財産とは、これまで事務局、そして審査委員の皆様から頂いたコメント、それらを克服してきた皆さんの経験であります。今日、こういった経験をもとに、今後新しく歩まれて行かれるだろうことを、確信しております。

今日、グランプリと経済産業局長賞に輝かれた二つのチームは九州の代表となります。なお草履が入っておりますが、九州で下駄を履かせたと言われないように。これから事務局でいろいろ注文が付くと思いますが、それをこなして、ぜひ全国を制覇して頂きたいと思います。私もそうなのですが、人は生まれて夢を持っています。多くの場合、その夢を実現させるには、自分ひとりの力でだけでは、どうも上手く行きません。そのためにビジネスをする、ビジネスをすることによってたくさんの人の知恵、希望、そしてお金も集めるという点で、ひとつの大きな道となって行きます。私は経済産業省で働いておりますが、若い人たちの情熱をひとつでも形にできるよう努力して行きたいと思います。

１５回を数える大学発ビジネスプランコンテストが、今後もどんどん発展するよう、その礎石のひとつになって行きたいと思っております。今日はみなさん、本当におめでとうございました。

○　九州経済連合会　産業第二部長　筴島 修三 氏（審査委員）

皆様どうもお疲れ様でした。私は審査委員として4回目の参画なのですが、今年特徴的だったのは、非常にアラカルトに富んでいる、テーマが豊富なコンテストでした。また、非常に接戦だったということです。個人的には3点差の中に皆さん入っておられ、甲乙つけ難く、難しい審査だったというのが私の感想です。上位二つの組には全国大会で頑張って頂きたいと思います。

今回、九州経済連合会長賞を差し上げた崇城大学の白石さんと古賀さん。熊本愛と言いますか地元愛、非常に感動しました。地方創生はそういった愛情が基本と思います。ぜひ成功して頂いて、その暁には九経連に入って頂き、一緒に頑張って行きたいと思いますので、よろしくお願いします。どうもありがとうございました。

(3)　ご来賓のコメント

○大分県立芸術文化短期大学　　専任講師　　松本　康史 氏

大分県立芸術文化短期大学の松本です。本日は素晴らしい賞を頂きまして、ありがとうございます。デザインという分野でこういった賞を頂けるとは思っていなかったので、かなり驚いているというのが実情です。

学生のプレゼンテーションにもありましたが、すでに学内を飛び出して、社会とつながった活動にシフトしています。様々な方々の協力があってこの賞を頂けたのではないか、と感じております。この場を借りまして、様々な方に御礼申し上げたいと思います。

ちなみに、大分県立芸術文化短期大学美術科生の卒業製作展が2月2日から7日まで、大分県立美術館で行われます。尾崎君の作品も、さきほどちょっと見えました女性用の素敵なミュールも出品されると思います。大分にお越しの際は、ぜひ立ち寄って頂ければありがたいと思います。本日はありがとうございました。

○熊本大学　　薬学部長　　甲斐　広文 氏

本日はうちの学生が名誉ある賞を受賞しました。本人は薬学部6年生で、2か月後に国家試験があるということで、その勉強大丈夫かなと気になっていたのですが、彼は起業家というものに非常に興味を持っておりまして、両方とも成功させてくれるんじゃないかと期待しております。

私は薬学部におりますが、以前はエーザイという会社におりました。大学に来てからも、大学発ベンチャーには食品関係で関わった経験があります。ちょうどリーマン・ショックでそのベンチャーが潰れまして、いろいろなことがありましたが、一つ一つがいまの自分を作り上げてきたと思います。

また春山さんの特別講演、大変感銘を受けました。私のモットーは「運を運びたければ足を運べ」でありますが、今日ここに足を運び本当に良かったな、と心から思っております。学生には東京で頑張らせますので、今後とも応援のほどよろしくお願いします。

○ご担当の先生方（交流会にて）

北九州高等工業専門学校　浜松教授

福岡女学院大学　浮田教授

６．コンテスト実施までの取り組みと今後の課題

(1)　起業風土の醸成 及び 起業家精神醸成の契機

今年度は、九州内 6 県の 15 大学（大学院含）、2 高専、3 短大の合計 20 校から 56 件、九州外の 1 件と合わせ合計 57 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はしりとして、15年前に初開催。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

公募によるビジネスプラン作成勉強会を(7/18 福岡)と(7/25 熊本)にて、計2回実施しました。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派遣された佐々木講師、㈱ホープ代表取締役社長時津孝康氏、崇城大学総合教育センター准教授熊野正樹氏にご講演いただきました。

ここ数年、参加者の中から連続して受賞者が出ていることから、勉強会が有用であり、学生の皆様には是非ご参加いただきたい施策であるといえます。

講師：中小企業基盤整備機構九州本部
ﾁｰﾌｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ 佐々木 茂 氏
（㈱ｼﾞｬﾝｸｼｮﾝ 代表）

7/18 福岡ｽｸｰﾙの様子

7/18 福岡ｽｸｰﾙ
講師：㈱ホープ 代表取締役社長 時津 孝康 氏

7/25 熊本ｽｸｰﾙ
講師：崇城大学総合教育ｾﾝﾀｰ准教授 熊野 正樹 氏

(3)　審査基準と審査体制

三年前より、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。審査体制については、各分野（行政・金融・大企業・製造業・IT等）の優秀なメンバーが揃っており、更なる起業家育成を目的とした体制を持続してまいります。

（二次審査ギャラリー）

二次審査　会場内

崇城大学の3チームは学校名入りパーカーで参加（写真は上野チーム）。

温かいﾒｯｾｰｼﾞを送るフュージック浜崎副社長(左)。（右）ボーイ安樂副社長

親身なｱﾄﾞﾊﾞｲｽを送るグランドビジョン中尾社長

新郎姿でプレゼン。九州国際大学：松本さん

堂々のプレゼンを披露した福岡女学院大学

(4)　留学生支援の為の仕組みづくり

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。

(5)　学生へフォローアップと審査のフィードバック

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しています。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ます。

また、ご応募いただきました学生の皆様には、「審査項目ごとの点数」と「平均点」「審査委員からのアドバイス（評価できる点）（注意点）」のフィードバックを行っており、きめ細やかなアドバイスをしております。さらに、コンテスト出場者には聴講者から寄せられた「応援メッセージ」のフィードバックを行い、起業へのステップとしていただいております。

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育成、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。

第15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

「登山・アウトドアの新定番『YAMAP（ﾔﾏｯﾌﾟ）』に込める思い」
～私にとっての大学発ﾍﾞﾝﾁｬｰ･ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ～

講演者紹介
株式会社セフリ　代表取締役　春山　慶彦 氏

1980 年生まれ、福岡県春日市出身。同志社大学卒業、アラスカ大学中退。ユーラシア旅行社に勤務後、2010 年帰福。
2013 年にITやスマートフォンを活用して、日本の自然・風土の豊かさを再発見する“仕組み”をつくりたいと株式会社セフリを設立。同年、社会問題になっている山での遭難・道迷いの事故を解決するために開発した地図アプリ「YAMAP」をローンチ。2014 年度グッドデザイン賞を受賞し、同賞ベスト 100 にも選出。2015 年春、スタートアップ界の登竜門的イベント「B DASH CAMP」のピッチアリーナで最優秀賞を受賞。

★山登り・アウトドアの新定番：YAMAP（ヤマップ）
https://yamap.co.jp

★YAMAP facebook ページ
http://on.fb.me/X9wRoY

★YAMAP twitter
http://twitter.com/yamap5586

優 秀 賞 **発表番号 1**

第１５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　福岡女学院大学	代表者名　青谷友香里
事業名　　仮想株式会社ＴＯＷＲ（トール）	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　TUG　OF　WAR 女子力はここまできた　私たちは負けない！	

１．あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150 文字程度）に文章でまとめてください。
①誰に、何を、ど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製品展開は２点。A 綱引競技を用いたチームビルディング研修プラン。教育関連や一般企業に販売します。B 綱引関連製品。主にウエアーとシューズ。ウエアーはレディースに絞り、シューズは一般競技者と小学生層に販売します。
②協働することの重要性が問われる現代社会、綱引を通じてチーム力を社会に醸成させることが目的です。
③A はセールス展開、B は E コマースにより収益を得ます。

２．ビジネスプランの具体的内容
（テーマ／商品･サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど）

【はじめに】

私たちの会社名は TOWR（トール）です。綱引競技の世界統一名の TUG　OF　WAR に、研究である Research の R を組み合わせました。綱引競技は元オリンピック競技で、全世界で行われています。わが国では、初等教育の場や地域のコミニュティスポーツとして多く取り入れられています。

【商品・サービス】

綱引を応用したチームビルディングサポート会社です。チームビルディング研修プランの構築、そして販売を行います。また、競技普及のため綱引に関連する製品開発を行っています。開発中の製品は以下になります。

① ハイパーレディー2020：綱引競技専用シューズ兼体育館用シューズ。提携メーカー日進ゴム株式会社。
② HPA2020：綱引競技用レディースウエアー。共同研究開発製品香蘭女子短大、
縫製メーカー株式会社イング。
③ TF07：チームビルディング研修プラン。綱引競技の特性であるチーム性（全員の意思が統一され、且つ同時に力を移動させる一丸力）を応用しコミュニケーション、チーム力を育成します。

【事業形態】

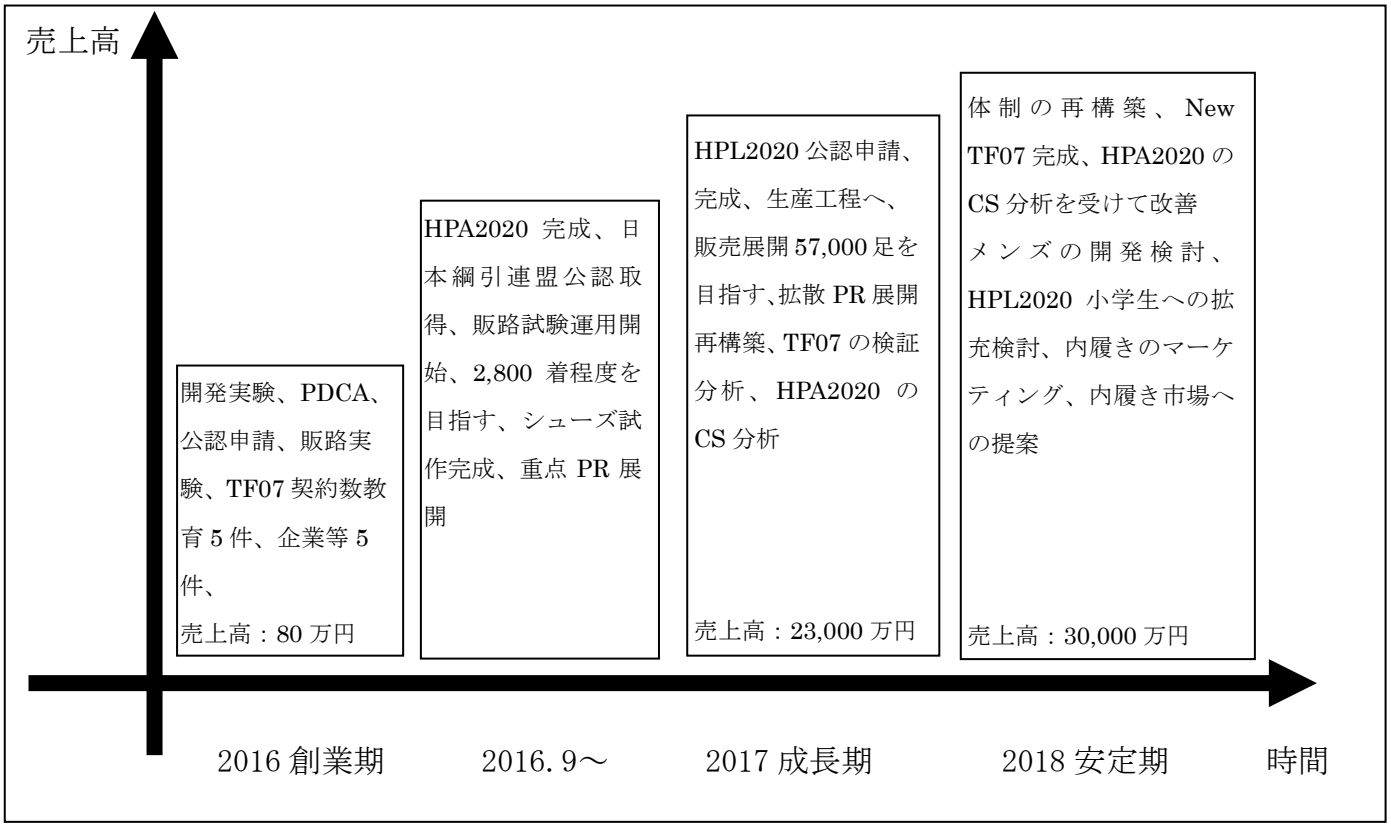
法人で株式会社を考えています。

【着眼点】

以下は現在考えられるプラスの要素とマイナスの要素をまとめたものです。衰退、減少する理由がわかります。しかし、その理由は改善できることが多いこともわかります。また、綱引が神聖な行事として用いられているケースも多々見られます。

プラスの要素	マイナスの要素
・伝統的競技も同様、決定的な欠点や問題点はない	・斜陽のスポーツ競技
・元オリンピック競技というブランドあり	・東京オリンピック・パラリンピック追加競技審査に落選
・単純な競技構成を変えれば競技人口増加の余地あり	・若年競技人口激減
・高い認知度　多くが一度は体験している	・競技人口の減少
・レクリエーションの域を超え、競技として楽しめる	・思った以上にハードな競技
・改革の意義がある　日本綱引連盟も賛同、協力あり	・単純な競技、変化がない
・関連製品を安価に提供できれば流通する可能性大	・関連製品が高価
・参入の機会あり	・関連製品が手に入りにくい
・レディース対応が無いに等しい	・関連製品がＡ社に独占　選択肢がない
・場所と綱さえあれば誰でもできる	・練習に体育館が必要　また長さも必要
・ケア製品の開発の機会あり	・当初、手荒れやアザができる

【事業化計画】



【事業の将来ビジョンなど】

私たちは、社会的課題を背景としたソーシャルビジネスに視点を置いています。安価なシューズを開発し、安全に楽しく、綱引競技を通じてチームワークを早期から学ぶ機会を私たちが創造します。

特に従来無かった女性に優しい作りとし、女性競技人口を増加させようと考えています。これにより“家族”という単位で参加が可能となります。家族単位で楽しめて、き綱（キヅナ）を体験できる競技、それも元オリンピック競技です。これこそイノベーションです。人とのつながりが問われる現在、またコミュニケーション能力の必要性を問う社会、しかし納得できる説明を私たちは知りません。その答えを体験から得ることができるのです。**一本の綱を通じてチームでともに助け合う、そして、き綱（キヅナ）を学ぶ場を創造する。**これがソーシャルビジネスと捉えている所以です。

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

【新規性】

綱引自体に新規性はなく世界において古くから人々に関わっているスポーツです。しかし、綱引の持つ特徴を活かして、商品化した事実は皆無です。この実施されてこなかった事が、決して行うことが出来ない等の問題があったわけではありません。現状の問題点に関する危機感が希薄であったこと、イノベーションを臨まなかったこと等が、衰退の危機を招いたと分析しています。**学生ベンチャーでさらに女子がこの課題に挑むこと**こそ新規性となります。

【便利性】

綱引を応用したチームビルディングのアクティビティ開発と研修の商品化、欠品と高価になっている綱引関連製品の開発。そして綱引競技チームを保有する。これを**一つのベンチャーで行っているため、実験、研究が行えます。**

以下はプロ野球と私たちベンチャーを比較したものです。構造が似ていることがわかります。

チーム名	運営法人	親会社	球場
福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス株式会社	ソフトバンク株式会社	福岡ヤフオクドーム
ヘクトパスカル	仮想株式会社 TOWR	仮想株式会社 TOWR	福岡女学院施設

【独創性、特徴】

① 綱引競技の持つブランド力を女子が再評価することにより、競技人口を増加させます。

② 全く興味すら示さなかった女子層が行うことで、問題定義が明確になります。

③ 関連製品が良好に流通していない現状から、製品開発を行っています。

④ ニッチ市場であるが、初等教育の分野では根強い競技であります。しかし、安全性が確保された環境ではありません。
よって、この市場にシューズ、ウエアー等を投入する意義があります。

⑤ 力の競技ではなく、８人全員が一糸乱れず後方に体重を移動させ体制を維持するチーム性が求められます。この特性をチームビルディングに応用しています。

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

【ターゲット】

① ハイパーレディー2020（綱引競技専用シューズ兼体育館用シューズ）
　提携メーカー：日進ゴム株式会社
　ターゲット：競技者、ジュニア（小学生用汎用性インドア専用シューズ）
② HPA2020（綱引競技用レディースウエアー）
　共同開発研究：香蘭女子短期大学　　縫製メーカー：株式会社イング
　ターゲット：最初は競技者（女性）やジュニア、研究とカイゼンを行い競技者（男性）へと拡大
③ TF07（チームビルディング研修プラン）
　ターゲット：教育機関、一般企業、他

【市場規模】

① ハイパーレディー2020：ジュニア市場、小学生数は 2014 年 660 万人この内の約１％の 5 万人を想定しています。
　一般競技者は 23,500 名程度。
② HPA2020：47 都道府県に各 10 女子チーム、ジュニアは 50 チームを想定。
　全国で 28,200 名程度。
　男子は 23,500 名程度。
③ TF07：年間契約数 10 件程度。

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】

弱みを克服して機会を利用する発想。

弱み（Weaknesses）は　認知度、競技者等、全てにおいて弱い状態です。しかし機会（Opportunities）が訪れました。それが東京オリンピック・パラリンピック追加競技申請です。綱引が競技だと世間が知る機会となりました。しかし、一次審査で落選しました。これが改革の必要性という問題定義を引き起こします。よって、私たちの基本戦略は弱みを克服して、今の機会を利用する発想により WO 戦略を打ち出します。

【価格戦略】

シューズは現在 A 社の製品のみが市場に流通しています。価格は 13,000 円代と高価です。私たちは基本的に**二分の一程度まで価格を下げたい**と考えています。ウエアーも同様 A 社だけの製品の上、上着のみの販売で価格は 13,000 円程度です。私たちとしては基本的に上下での販売を考えています。また現在のところジュニア用はありません。研修プランは、要望で価格が異なる為ここでは一日の研修プランの大凡の金額を提示します。

① ハイパーレディー2020：一般競技用 6,000 円程度、ジュニア 3,000 円程度　　原価 80%程度
② HPA2020：一般競技者用上下 9,500 円程度、ジュニア上下 8,000 円程度　　原価 80%程度
③ TF07：一日研修プラン（9：30～17：00）教材、ランチワーク含む一人 3,500 円程度　　原価 30%程度

【販売戦略】

シューズ、ウエアー共にＥコマースで行います。研修プランはセールス展開にて行います。

【販促戦略】

先ず、日本綱引連盟の認定取得を目指します。取得できれば様々なシーンで露出されることが可能となります。私たちの会社のホームページ、Facebook、Twitter などの SNS を利用し、PR を行いたいと考えています。紙媒体も作成予定です。また、A 社の小学生用シューズが爆発的にヒットした理由の一つとして、利用者の口コミという分析があります。このことから、SNS に頼りすぎないように、購入者におけるマーケティングにも力を入れていきたいと考えています。

６．類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

【競合状況】

製品：A 社との競合が考えられます。

しかし A 社は受注生産であるため、事実上この市場から撤退していると考えています。

研修：大手人材育成会社など多数存在します。

しかし、チームビルディングに特化した他社は数少ないです。

【競合との比較】

SWOT 分析を用いた全体の環境分析

内的要因	強み	・日本綱引連盟関係者の協力 ・日本唯一の女子大生チーム
	弱み	・女子に限定 ・スポーツの専門ではない
外的要因	機会	・東京オリンピック・パラリンピックに追加競技申請、落選したものの綱引がスポーツであることを伝えた ・根強い地域のコミュニテースポーツ、小学校では盛んなアクティビティ ・関係者に危機感が芽生える
	脅威	・スポーツの多様化の進展 ・関連製品が欠品、大手 A 社は事実上撤退 ・思った以上にハードな競技、女子層の敬遠、地味さ

製品の競合

強み	・研究、実験、成果まで引き出すことができる ・ウエアーは新素材、A 社は旧態の綿素材 ・A 社は受注生産、事実上の市場から撤退、時間がかかる ・安全　靴メーカーが以前検討した事実あり、支援あり ・価格が安価 ・近くに被服科を持った短大があった為共同研究の実施
弱み	・A 社の優れた滑り止め感 ・A 社の保護性、安心感 ・絶対的ブランド ・競技者人口が多い男子に対応できない ・ラインナップ総合力には勝てない

研修の競合

強み	・綱引競技をアクティビティに応用した差別化 ・チームビルディング研修に絞った一点集中 ・エンドユーザーに近く設計できる
弱み	・学生ベンチャーの研修プランを企業が購入するか信頼性がない ・事例が少ない ・大手が似たプランを持っている ・ラインナップ総合力には勝てない ・PR 効果が狙えない

７．事業実施上の問題点・リスク

全体として、生産方法、原価率、販売権、販売方法など細かく詰めなければなりません。

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

プレゼンテーションに関しては、専門領域であり日々実践しているため技術は十分に伝えられます。
また、仮想株式会社 TOWR の学内インターシップを実施し、研修に関してのノウハウがあります。
2011 年「店舗分析、組織力の醸成、マーケティング」社会人基礎力育成グランプリ 2012 で大賞（日本一）
2012 年「日本一の女子大生が教える社会人基礎力」梓書院 を出版
2012 年「朝倉市観光振興に関する提言」社会人基礎力育成グランプリ 2013 で九州沖縄予選会優勝
2014 年「大学生の授業改革 地方女子大生がアクティブラーニングの授業改善へ挑む」
社会人基礎力育成グランプリ 2015 で準大賞
2015 年「心をつかむビジュアルストーリー型プレゼンテーション」梓書院 を出版
2015 年「エシカルサポート」第 14 回大学発ベンチャービジネスプランコンテスト優秀賞（審査員特別賞）

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

最初はチーム性の研究というより、レクリエーション的に行っていた綱引でした。しかし、現在では私たちのビジネスモデルの骨格であると、メンバー全員が確信しています。それは、弱みを克服し多様化できるという綱引の可能性があることに気づいたからです。現在、この仮想株式会社 TOWR のプロジェクトは面白いように変化しています。これにより強靭なチームと組織が誕生しました。優れた製品を開発することではなく、優れた人材を継続的に育成することが私たちの使命だと考えています。私たちの行動を後輩が観て学び、そしてまた観て学ぶという継承の連鎖が会社なのではないでしょうか。文系の女子大生だからこそ創造できる会社 TOWR、これこそイノベーションです。

１０．売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第一期 （平成 29 年　3 月期）	第二期 （平成　30 年　3 月期）	第三期 （平成　31 年　3 月期）
①　ウエアー　女子一般	4,460（20%）	2,850（20%）	3,800（20%）
②　ウエアー　ジュニア	18,800（20%）	12,000（20%）	12,800（20%）
③　ウエアー　男子	0	22,320（20%）	19,000（20%）
④　シューズ　ジュニア	0	150,000（10%）	210,000（15%）
⑤　シューズ　競技者	0	42,000（10%）	54,000（15%）
⑥　研修	870（70%）	1,050（70%）	870（70%）
売上高計	24,130	230,220	300,470
経常利益	80	15,050	31,910

（　　）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
初年度試作費関連補助	1,880	企画申請選抜　調達済み	200
		株式会社やまこう　調達済み	120
		大学研究費　　調達済み	560
		学内基金　申請予定	1,000

売上利益	第一期 （平成 29 年　3 月期）	第二期 （平成　30 年　3 月期）	第三期 （平成　31 年　3 月期）
ウエアー　女子一般	4,460	2,850（300 着）	3,800（400 着）
ウエアー　ジュニア	18,800	12,000（1,500 着）	12,800（1,600 着）
ウエアー　男子	0（実験期間）	22,320	19,000（2,000 着）
シューズ　ジュニア	0（研究期間）	150,000	210,000（7 万足）
シューズ　競技者	0（研究期間）	42,000	54,000（9 千足）
研修	870	1,050（300 名）	870（250 名）
売上高①	**24,130**	**230,220**	**300,470**
人件費	5,830	9,250	12,860
原価	18,870	202,850	253,140
売上原価②	**▲24,700**	**▲212,100**	**▲266,000**
交通費	780	1,020	1,260
販売促進費	50	200	200
雑費	100	150	200
広告宣伝費	300	900	400
設備費（大学より借用）	0	800	500
水光熱費（学内）	0	0	0
賃料（学内）	0	0	0
経費③	**1,230**	**3,070**	**2,560**
①　－②－③	▲1,800	15,050	31,910
初年度試作費関連補助資金④	1,880	0	0
借入⑤	**0**	**0**	**0**
借入返済	**0**	**0**	**0**
差引利益①－②－③＋④－⑤	**80**	**15,050**	**31,910**

１２．別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

写真１：ハイパーレディー2020 試作品
左　日進ゴム特許のゴム使用
右　発砲天然ゴム素材使用

写真２：シューズの滑り具合の計測試験

写真３：香蘭女子短期大学の学生と共同実験
切り返し位置の確認

写真４：HPA2020
綱が接触する脇腹部分が二重構造

グランプリ（全国大会出場）　　発表番号　２

第１５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　大分県立芸術文化短期大学	代表者名　尾崎　勝也
事業名　Molded plywood spring clogs TALARIA	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　跳ねるたのしさ　歩くよろこび	

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。

10 代後半から 30 代までの若い男女を中心に、ファッション性と機能性を兼ね備えた独特なフォルムで、日本の風情を醸し出しつつも現代人の感性をくすぐる新しいカジュアルクロッグ「TALARIA」を、提携店舗と提携ネットショップに限定して販売します。

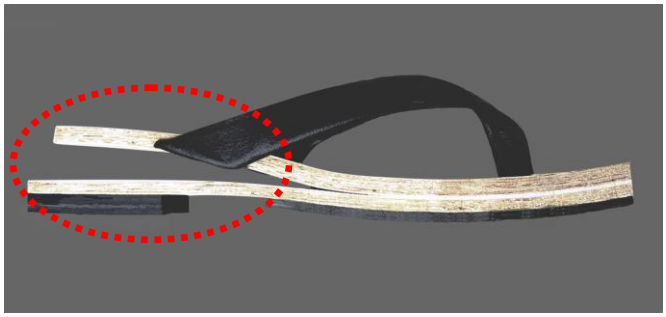
造形を学んだ私が、靴・デザイン業界の先輩の助言を受けて実施するニュービジネスです。

２．ビジネスプランの具体的内容

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

（１）開発中の製品の概要

開発中の TALARIA は、日本の伝統工芸である下駄に着想を得た製品で、２枚の成形合板を貼り合わせ、成形合板の曲面とベンディング（反発・弾み）効果により、履き心地を向上させたクロッグ（下駄）です。



TALARIA 側面（かかと部分に特殊加工）

TALARIA 上面

（２）着想・技術的背景

成形合板（Molded plywood）とは、薄くスライスした木材を何枚も積層して接着し、型にはめてプレスする木材加工技術です。木材の縦目と横目を交互に積層するため、成型した合板は割れにくく、**高い強度**を持ちます。また、**柔軟性が高く、衝撃を吸収するしなやかさ**も大きな特徴です。

薄く、自由な形に成形することができ、軽いうえに加工もしやすいため。家具などのインテリアに多く用いられてきました。

成形合板は、その強度と柔軟性から、負荷がかかるとしなり、もとに戻ろうとする**バネのような性質（ベンディング効果）**を持っています。

この効果をクロッグのかかと部分に応用することにより、歩行中におけるかかと接地時の緩衝、および歩行中における推進力への補助的な役割を担っています。さらに、つま先を緩やかに上げることにより、歩行中の足のかえりを良くしています。それらによって履き心地を向上させています。

本製品を着想したきっかけは、「成形合板の特徴を活かしたプロダクトを開発したい」というテーマ設定です。成形合板の特徴の中でも特にベンディング効果に着目し、それを体感するために必要な負荷として人の体重が多くかかる履物を開発対象とすることを決めました。また、日本の伝統工芸である下駄の新しいモデルを作り出せるかも知れないという思いも試作を進める原動力となりました。

TALARIA を用いた歩行の様子

（３）社会的背景

下駄は日本の代表的な文化ですが、現代においてほとんど見かけることがなくなってきました。現在の日本であっても下駄を履くことは非日常的な行為であり、もはやなじみのある履物ではなくなっています。

原因としては、生活様式の変化によるものと考えられ、たとえば洋服を中心とした現代人のファッション感覚と合わないことや、大きな足音が周囲に迷惑をかけてしまうこと、アスファルトで覆われた現代の街で使用すると歯の消耗が早いこと、などが考えられます。

しかしながら、鼻緒を指で挟むことによる刺激がもたらす健康効果、着脱の容易さ、木のぬくもり・清々しさといった下駄の持つメリットが失われていくこと、ひいては日本文化の一端が衰退していくことは残念なことです。

本事業では、下駄の特長に立脚しつつも、新たな造形、技術、感性を付加することで、現代人のライフスタイルにフィットするカジュアルクロッグ「TALARIA」を提案し、若者が日本文化に再度目を向けるきっかけを作りたいと考えています。

また、大分県は杉の産地であるとともに、木履・家具の生産地として知られており、資源・技術が集積しています。

TALARIA が注目されることで、そうした地域資源活用産業の振興にも貢献できるのではないかと考えます。

（４）事業化計画

私は来春の専攻科修了と同時に本プランで起業したいと考えています。

もとより、経験、ノウハウ、資金等が不足していますが、製品試作に当たって助言いただいた下記の方々にサポートチームとして技術、取引先紹介、ひいては資金面の援助をいただけることとなっており、自身で解決できない課題について随時サポートチームの皆さんのお力をお借りしながら事業を軌道に乗せていきます。

【サポートチーム】

◇製靴店様（山村製靴店　山村浩二代表）

大分でオーダーメイドのシューズ「ビスポークシューズ」を製造・販売。

確かな技術力で確固たるブランドを確立しておられます。

[サポート内容]技術面から販売、資金調達まで

◇家具店様

[サポート内容]成形合板等の外注先紹介、技術面の助言など

◇建築事務所様

木造建築を中心に活躍されている建築士様です。

[サポート内容]木の特長を活かした造形、デザイン等に関するアドバイス

◇デザイン事務所様

[サポート内容]グラフィックデザイン・Web デザイン等に関するアドバイス

◇その他ご協力いただいている機関

・公益財団法人大分県産業創造機構（事業計画作成、取引先紹介、イベント紹介）

・大分県産業科学技術センター（工業デザイン、木工に関するアドバイス）

・大分県発明協会（産業業財産権出願に当たっての継続相談）

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

TALARIA は、「下駄の形状として目新しい」という狭義の新規性にとどまらず、木製履物に新風を吹き込む斬新な形状、機能を有しています。

これらの特長は、履物に求められる以下のようなニーズを充足し、新たな市場を開拓できるものと考えます。

[旧来からある顧客ニーズ]

①おしゃれな履物

②履き心地のよい履物

③足（つま先、かかと）に負担のかからない履物

[TARALIA が新たに開拓する顧客ニーズ]

④これまでなかった斬新なデザインクロッグ

⑤歩くことが楽しくなるような“弾む履物”

⑥足に負担をかけないハイヒール型の履物

⑥に記載したハイヒール型の履物への進化に当たっては、成形合板の曲げ幅・強度調整以外に、2種の合板間へのクッション材仕様、てこの原理を用いた「支点となる材」付加、ロイター板の構造を応用することによる弾力・強度維持などの方法を検討しています。

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

（１）ターゲット顧客

３．に記載の特長から、TALARIAのターゲット顧客を以下のように想定しました。

①10代後半～30代までの男女

②子ども

TALARIAの持つ楽しさだけでなく、バランス感覚の強化、鼻緒による足への刺激等の機能が子どもの発育に良い影響を与えると考えられることから､子ども向け販売についても重点的に行いたいと考えています。

（２）市場規模・販売エリア

総務省の「平成24年経済センサス活動調査」（事業所に関する統計　第2-1-1表）によると、靴小売業（産業細分類5741）の総売上高は約5,543億円であり、事業所数で除した1事業所当たりの売上高は約7千万円となっています。

また、履物小売業（靴を除く。産業細分類 5742　下駄、草履、サンダル、スリッパ等の専門小売業）の総売上高は約82億円であり、事業所数で除した1事業所当たりの売上高は1千万円弱となっています。

木製履物製造を含む「他に分類されない木製品製造業（産業細分類 1299)」の総売上高は約1,295億円で、1事業所当たりの売上高は約4千9百万円です。

これらのデータからは、小売に関して、下駄・サンダル等の専門小売りが低調である点がうかがえます。

本事業では、新たな市場を積極的に開拓することで、3年後に2億円弱の売上を目指しています。これは、国内履物小売市場規模（5,543億円）の約0.03%に過ぎない規模ですが、低迷する木製履物業界に新風を起こすニュービジネスとして台頭していく所存です。

（３）販売エリア等

TALARIA販売に当たっては、新たなファッションアイテムとして全世界に展開していく予定ですが、販売当初は生産可能数量が200個/月と少量であるため、まずは大分県内の小売店と提携し、販売を委託する方式を採ります。生産体制確立後は、ネット販売を中心に広くTALARIAをアピールしていきます。

TALARIA 製造工程

No.	工程名	内容	備考
1	成形合板 素材製作	素材、厚さを指定して外注	外注
2	曲げ加工	合板を木型にてプレス成形。 熱処理のため現在の作業では 3～4時間かかる工程。 （外注により時間短縮可能）	家具素材製造 業者に外注 将来内製化
3	カット	指定の形状にカット	
4	組み合わせ	接足部と接地部の組み合わせ	サポートチームの 支援を受け内製 将来生産量が拡大 すれば外注
3	加飾・木材仕上げ	木材部分の仕上げ加工 デザイン（塗装等）	
4	ラバー部分取付	接地部分にラバー取付	
5	鼻緒部分取付	鼻緒部分を取付	

TALARIA 生産計画

	1日当たり 生産可能数 （足）	月当たり 生産目標 （足）	年間 生産目標 （足）	備考
1年目	10	200	2,400	後工程は内製
2年目	50	1,250	15,000	後工程を県内事業者に 外注開始
3年目	100	2,500	30,000	後工程の大部分を 県内事業者に外注

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

ファッションアイテムとして、「流行創出」を契機に販売急拡大を期します。

消費者の属性	チャンネル	主な広報ツール
イノベーター	ネット販売、大分来県	ネット上での動画配信
アーリーアダプター	ネット	SNS 口コミ
レイトアダプター	ネット、提携実店舗	WEB サイト

（２）価格戦略

ファッション性の高いクロッグブランド（ビルケンシュトックなど）の価格を参考に、6 千円から 1 万円までの価格帯で販売します。

（３）販売戦略

実店舗での販売は全国展開のセレクトショップに委託を検討し、ブランドイメージを壊さないよう努めます。

主たる販売ルートは、インターネットを介した通信販売です。

（４）プロモーション戦略

「ネットでバズらせる」ことに最重点を置きます。インパクトのある動画投稿、知人を介して「有名人に履いてもらう作戦」等を展開し、アーリーアダプターまでの獲得を口コミで実現したいと考えています。

および将来的には、インテリアライフスタイルショーやギフトショーなどの関連する展示会へのブース出展を考えており、バイヤーへの直接的なアプローチを行う予定です。

TALARIA　利益計画

（単位：千円）

項目	1年目	2年目	3年目
売上	**14,400**	**90,000**	**180,000**
売上原価	**5,760**	**36,000**	**72,000**
材料費	2,160	13,500	27,000
外注加工費	2,448	15,300	30,600
包材費	1,152	7,200	14,400
売上総利益	**8,640**	**54,000**	**108,000**
販売費及び一般管理費	**8,380**	**46,200**	**90,400**
販売手数料	5,040	31,500	63,000
広告宣伝費	120	2,400	5,000
地代家賃	600	2,400	2,400
人件費	2,500	7,500	15,000
その他経費	120	2,400	5,000
営業利益	**260**	**7,800**	**17,600**

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）クロッグ市場における競合

クロッグ市場全体では、履き心地にこだわり、ファッション性の高いクロッグを提供している「ビルケンシュトック」等と競合するものと思われます。

また、ファッション下駄では静岡県の「げたのみずとり」などがファッショナブルな製品群で人気を集めています。

しかしながら、TALARIA はそれらのファッションアイテムとは大きく異なる形状を持っており、「弾む」楽しさも相まって十分差別化できるものと考えます。

（２）クッション靴・履物市場における競合

足へのフィット感を向上させた「エアクッション下駄」、「曲がる下駄」などの製品と機能面で競合するものと思われます。

また、第 10 回ジェームズダイソンアワードにノミネートされたハイヒール「YACHAIKA」もターゲット顧客、機能性で類似カテゴリーに属するものと考えられます。

これらの製品との競合に当たっては、デザイナーとの連携によるファッション性の向上や、ファッションアイテムとしての市場カテゴライズにより、差別化を図りたいと考えています。

７．事業実施上の問題点・リスク

（１）製品の精度向上

現在は男性向けのカジュアルクロッグの試作で進めていますが、今後のバリエーション展開の一つとして女性向けのハイヒールを考えています。しかしながら実際のハイヒールと比較できるほどの製品に至っていません。

さらなる履き心地の向上、ひいては女性向けファッションアイテムとしても訴求していくため、更にかかとを上げ、かつ強度、履き心地等を損なわない開発を継続していく必要があります。

また、製品全体の耐久性検証、仕上げ加工、鼻緒部分のバリエーション増強など、製品リリースに当たってクリアしていかなければならないハードルが存在します。

これらについては、サポートチームのみならず、県産業科学技術センター等の指導を仰ぎながら、一つ一つクリアしていき、ファッション性と機能性を両立させた製品のリリースを目指します。

（２）模倣品の出現リスク

TALARIA が人気を博した場合、模倣され、より安価に販売されることで早期に市場を侵食されるおそれがあります。

こうしたリスクを回避するため、実用新案出願中です。

本製品は本年 6 月の「第 7 回　九州・沖縄地区学生デザイン展」にて公開されていますが、「発明の新規性喪失の例外規定を受けるための手続」を行うことで、知的財産権の保護を図る所存です。

また、ファッションアイテムとしてのブランドを早期に確立することで、市場に独自のポジションを獲得し、「安価な模倣品」が深刻な競合対象となり得ない消費環境を構築していきます。

８．この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

（１）デザインに関する評価

TALARIA は、日本デザイン学会第 5 支部主催の「第 7 回　九州・沖縄地区学生デザイン展」（平成 27 年 6 月開催）にて優秀賞を受賞するとともに、来場者投票の最高評価である「最優秀作品賞」をいただきました。

また、同展示会運営に参画する「芸術の森デザイン会議」メンバー様のご紹介で、本年 10 月に開催される「九州クリエーターズマーケット」にも出展させていただきました。

このようなデザイナー、クリエイターとしてのキャリアは、起業後も着実にステップアップさせていきたいと考えています。

【出所】芸術の森デザイン会議ＨＰより
http://afdn9.com/main/

（２）人脈

起業に当たっては、先述のとおり、製靴店様をはじめ複数の業種の先輩経営者様、クリエイター様と連携させていただくこととしています。

こうした助言がいただける方々とのネットワークが、私の最大の強みであると考えています。

９．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

折しも東京オリンピックを前に外国人観光客が増加している時期であることから、伝統工芸と若者ファッシ

ョンを融合したTALARIAの販売には絶好の機会が到来しているものと思います。

本事業では、TALARIA販売拡大を通じ、大分県の木工、木製履物産業の振興のみならず、下駄の復興という大目標を掲げていきたいと考えています。

１０．売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第１期 （平成２９年３月期）	第２期 （平成３０年３月期）	第３期 （平成３１年３月期）
TALARIA及び関連商品	14,400（60%） （　%） （　%）	90,000（60%） （　%） （　%）	180,000（60%） （　%） （　%）
売上高計	14,400	90,000	180,000
経常利益	260	7,800	17,600

（　　）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
初期設備導入費	600	知人借入	2,200
プレス用木型　200		（パートナー経営者等）	
設計用ＰＣ　300		補助金活用	300
プリンター　100		金融機関借入	2,200
		自己資金	450
開業半年の運転資金	4,550		
製造原価　2,880			
販管費　1,670			
必要資金計	**5,150**	**調達計**	**5,150**

優　秀　賞　　**発表番号　3**

第１５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　国立大学法人 佐賀大学	代表者名　中村 駿介
事業名　　衣類用乾燥促進剤の開発	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ ＼衣類にシュッ！ですぐ乾く／	

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

① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？

② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？

③ どうやって収益を得ますか？　等の要素を盛り込んでまとめてください。

洗濯後の衣類に乾燥促進剤をスプレーすることで通常時より乾燥にかかる時間が短縮できる商品を提供する。化学の知識を活かして、安価で無害な材料を選定し商品を開発することが我々の役割である。主たるターゲットはビジネスホテルに宿泊しているサラリーマンであり、ビジネスホテルの各客室においてもらえるような商品を目指す。ビジネスホテルへの販売にて収益を得る。

２．ビジネスプランの具体的内容

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

我々が独自に行ったアンケート調査（佐賀駅前にて老若男女約 100 名に質問）の結果を見ると、洗濯物が乾かずに困った経験を持つ人は８割以上もいる。（図１）ここに目をつけ、衣類用乾燥促進剤を提案した。

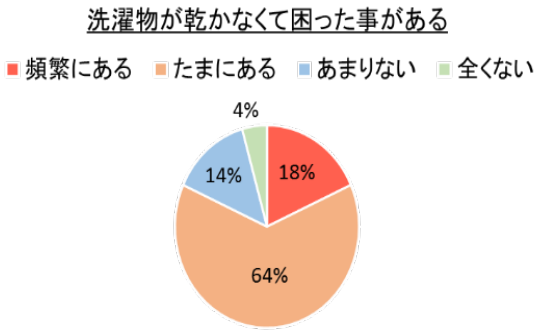


図１　アンケート結果

衣類の乾燥をさせるためには、近年、乾燥機や浴室乾燥など多くの解決手段があり、各家庭にこのような機材の普及が進んでいるにもかかわらず、８割以上の人が洗濯物の乾燥に悩まされているので、衣類用乾燥促進剤の需要は十分に見込める。しかし、大手企業が犇めく衣類用スプレーの市場にいきなり大学発のベンチャーが乗り込んでも成功するのは難しいだろう。

そこで、我々はビジネスホテルというニッチではあるが確実な需要が見込める市場を見つけた。

ビジネスホテルに宿泊しているサラリーマンが商品の使用者であり、商品の購入者はビジネスホテルである。具体的な内容は以下の通りである。

洗濯後の濡れている衣類に乾燥促進剤（液体）を吹きかけることで通常時よりも早く乾燥することが出来る。使用例としては、ビジネスホテルに宿泊しているサラリーマンが夜にシャツや下着を部屋で洗った後に使用することを想定しており、通常では翌朝生乾きであるのに対し、乾燥促進剤を使用することで翌朝までに乾かすことができる。

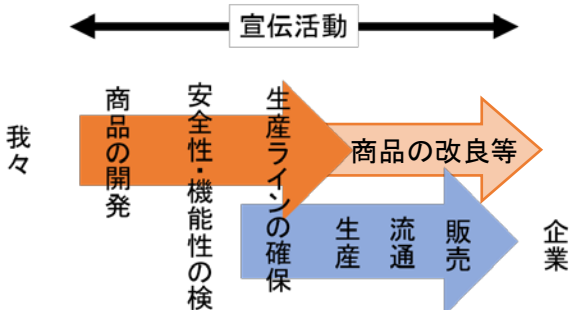


図 2. 事業化計画

このような商品を開発し販売することが出来れば、十分な需要が見込めビジネスとなり得ると考えた。

ビジネスホテルに限定することで流通の簡素化が図れ、さらに確実かつ安定した需要を確保することが出来る。

将来的には、ビジネスホテルの各部屋に一つ置いてあるような商品を目指す。

事業化の流れとしては、乾燥剤の調製などをはじめとする商品の開発、安全性や乾燥促進効果の検証を主として行い、その後の大量生産や販売は企業と連携して生産・販売する方法を採用する。(図 2.)

ビジネスホテルで評判が高まり、口コミなどである程度の知名度が高まれば、最終的には各家庭向けやトラベル用品としての一般販売も視野に入れている。(図 3.)

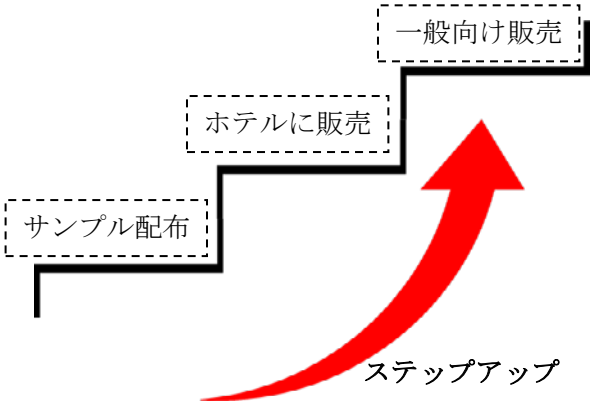


図 3. 事業展開の展望

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

現時点で、衣類用の消臭・殺菌・フレグランススプレーは多数の商品が見受けられるが、衣類の乾燥に特化した商品は前例がなく、この案は十分に新規性があると考えられる。

乾燥促進剤の主たる成分はエタノールであり、エタノールと洗濯後の衣類の水と相互作用によって乾燥が促進されるというものである。

相互作用と言っても様々あるが、今回具体的に二つの作用を説明する。

まずは共沸混合物からの寄与の考察を述べる。共沸とは、複数の物質の混合物を加熱した場合、複数の物質が同時に沸騰することであり、これはラウール則に基づく蒸気圧の差による寄与が大きい。簡単に説明すると、水分子とエタノール分子は水素結合によって引き合っており、エタノールが蒸発する際に一定の割合で水分子を引き連れて蒸発する。そのため乾燥が促進される。

次に表面張力からの寄与の考察を述べる。

気化とは分子間相互作用がなくなり単分子状態となり空気中に漂う事である。水の表面張力はエタノールの表面張力よりも 3 倍大きい。表面張力の原因は水素結合やファンデルワールス力の分子間相互作用である。つまり、エタノールの方が分子間相互作用が少なく、水との混合系にすることで、純粋な水よりも表面張力を低下させることが出来る。それにより、分子が気化しやすくなり乾燥が促進される。

この根拠をもとに実験を行い、水-エタノール系による乾燥挙動を調べた。

実験から得た、水とエタノールまたその任意の割合での混合物の乾燥速度のグラフを示す。(図 4.)

実験内容は以下の通りである。

面積 12cm^{2}の繊維（濾紙）を各々の液体に浸しよく吸水させた後、ステンレス製の網の上に乗せ、直射日光の当たらない室内（室温 25℃、湿度 65%、無風）に静置し、5 分間隔で重量を測定した。吸水前の乾いた状態の濾紙の重量を含水率 0%、吸水直後の重量を含水率 100%と設定し、各液体による乾燥速度の違いを調査した。

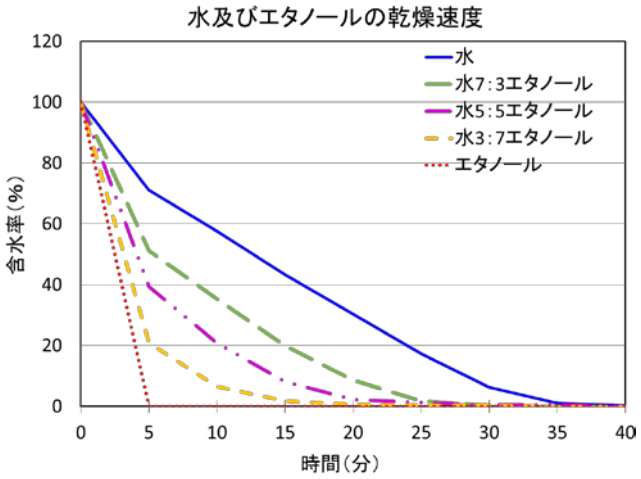


図 4. 水及びエタノールの乾燥速度

グラフからもわかるように、水とエタノールでは乾燥速度が大きく異なる。水とエタノールの混合物も水と比較すると乾燥速度が速くなる。この原理を用いて衣類の乾燥促進剤を開発する。

しかし、化粧品など一部の分野ではアルコールが肌へ与える影響に対して難色を示す人がおり、アルコールフリーなどと言う言葉があるが、アンケート結果から見

てとれるように、スプレーに対するアルコールの抵抗は 7 割近くの人がないことが分かる。（図 5.）

今後は、様々な種類の衣類で、実際の使用方法として考えている洗濯後の濡れた衣類に吹きかける用法での乾燥促進効果の度合を測定し、さらに、さらなる効果を付加させて独自性を持たせ、試作品を作成してゆく予定である。

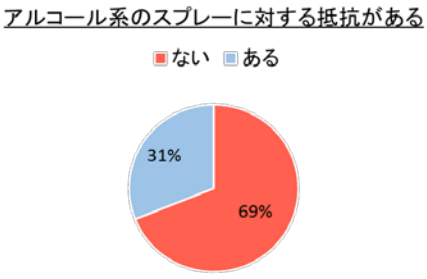


図 5.　アンケート結果

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

ビジネスホテル後の一般販売を念頭において記載する。

予想される市場規模・市場動向

衣類用消臭スプレー市場は、90 年代後半より P&G、花王、ライオンなどの大手トイレタリーメーカーの参入によって急激に拡大した市場である。90 年代後半では 50 億～60 億円ほどであったが、年率 10%近くの成長を続け、ここ数年は安定成長期に入っている。

さらに最近では、異業種やキャラクターとのコラボレーションによる期間限定商品を始め、形状や用途、香りといった面で新たな切り口を持つアイテムが登場していることで、市場自体は活性化している。常に新鮮な提案を行うことが動きを活発にするとの理解が進んでいることから、更に今後も、商品開発面での競争が進みそうである。市場規模もまた、増加に転じるとの見方が強い。

また、Timely Research 社によるインターネットでの市場調査の結果（2013 年 4 月 9 日（火）～4 月 15 日（月）、DIMSDRIVE モニター7,089 人）を参照すると、（図 6.7.）消臭スプレーを使用する頻度として 15%の人が毎日使用していることが分かった。週に 1 回以上使用している人は、72.0%と 7 割以上であった。さらに、その使用用途を見ていると衣類への使用が多く回答されている。その中でも、15.9%は生乾きの洗濯物にも使用されており、多くの人が衣類の生乾きを気にしていることがうかがえる。それゆえ、我々が提案する衣類用乾燥促進剤は十分に需要が見込めるであろう。

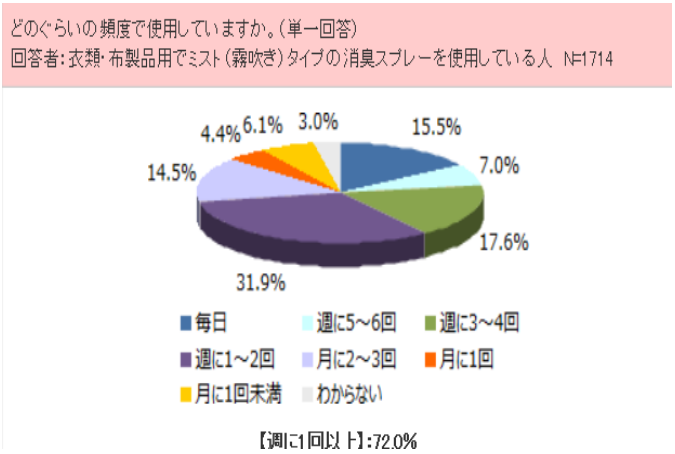


図 6. 衣類用消臭スプレーの使用頻度

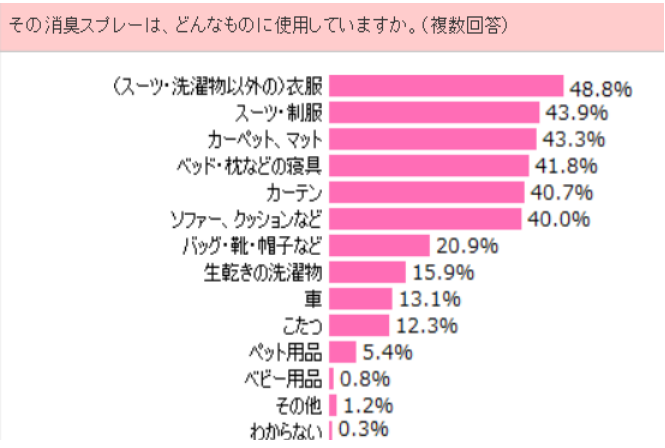


図 7. 衣類用消臭スプレーの使用用途

販売対象エリアの状況及びその裏付け

初期の販売対象はビジネスホテルであり、ビジネスホテルの客室は全国に約 1500 万室あるとされている。

今回は、その後の一般販売を視野に入れて販売対象エリアを調査した結果を記載する。

市場同様に Timely Research 社によるインターネットでの市場調査の結果（2013 年 4 月 9 日（火）～4 月 15 日（月）、DIMSDRIVE モニター7,089 人）を参照すると、（図 8.）ドラッグストアが圧倒的に高く 77.2%であり、次いでスーパーマーケット、ホームセンターといった日用品等を取り扱う店舗で広く販売されており、我々の提案する衣類用乾燥促進剤も同様な店舗で販売したとすると、一般販売した際の市場は全国にあると言える。加えてトラベル用品としての販路も考えられる。

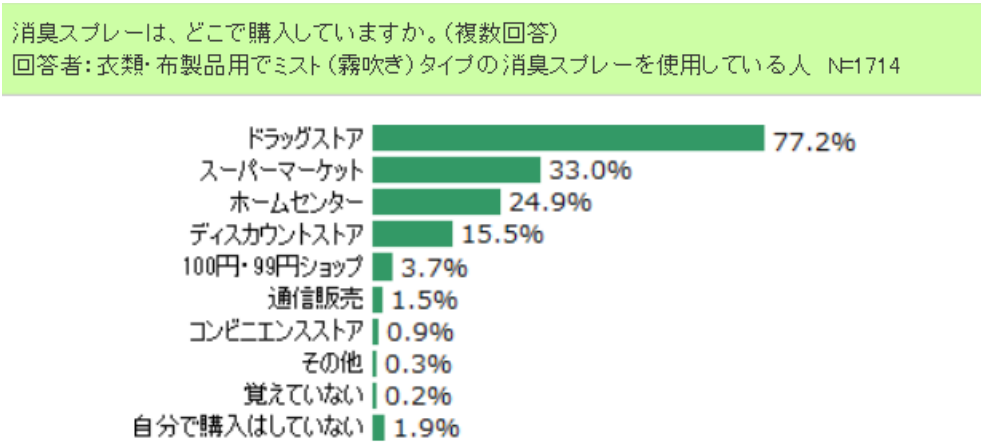


図 8. 衣類用消臭スプレーの購入場所

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》

ビジネスホテル後の一般販売を念頭に置いてマーケティング戦略を記載する。

首都圏在住の 20～60 代の主婦 728 名について洗濯乾燥の実態調査を行った結果を示す。（図 9.10.）

※衣類の乾燥行動の変化について～除湿器、浴室暖房乾燥機などを使用した室内干しの考察と実態～

東海林 建三　 花王インフォメーション　より引用

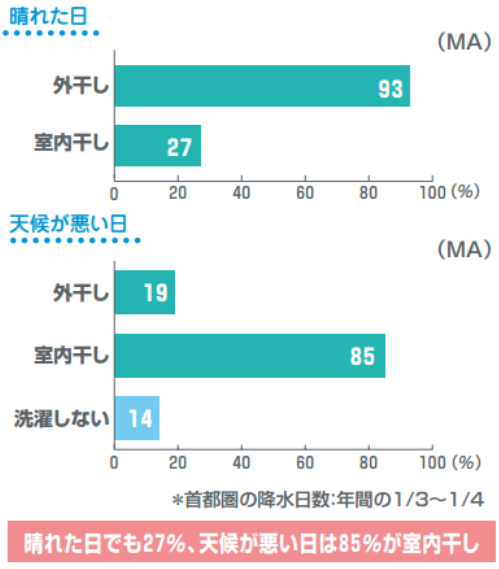


図 9. 主な干し場と天候が悪い場合の干し場

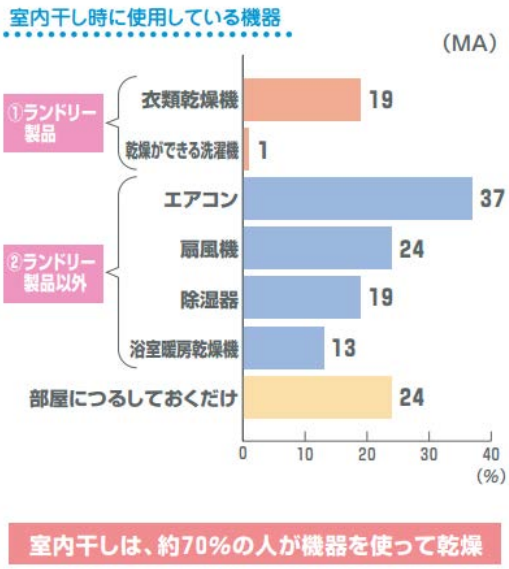


図 10. 衣類乾燥に使用する家電機器

図 9.から晴れた日でも 27%、天候が悪い日では 85%もの人が部屋干しをしていることがわかる。また図 10.

から、部屋干ししている人のうち約 70%の人が機器を使って乾燥していることがわかる。これらの結果から、部屋干しだけでは乾燥速度が遅いために機器を用いて乾燥を促していると推察でき、多くの主婦は特に部屋干し時に洗濯物の乾燥の遅さに不満を抱いていることが示唆される。それゆえ、我々の提案する衣類用乾燥促進剤は、ビジネスホテルでの販売の後に、一般販売をしたとしても十分な需要があると見込める。

さらに、今回提案している衣類用乾燥促進剤は、最も使用率の高い機器であるエアコンや 2 番目に高い扇風機などの機器と併用して用いることが可能（機器により差はある）で、併用することで更なる乾燥の効率化を図ることが出来るため、既に部屋干し対策としてエアコン等の機器を所有している人にも需要は見込める。

販売するにあたっては、新規性がある一方で認知度が低いなどの懸念材料も多くある。そのため、初期の販売をビジネスホテルに絞りプランを作成している。ビジネスホテルで評判が良く、知名度が上がったところで一般販売に踏み出せば、比較的容易に軌道に乗ることが出来るであろう。

さらに多くの人が利用する Twitter や Facebook などの SNS などをはじめとするインターネット、また、可能であればテレビ等のマスメディアなどあらゆる手段を駆使し宣伝、また、それに伴ったキャッチコピーの製作なども有効な手段であると考える。昨今 Youtuber と呼ばれる無料動画投稿サイトに動画を投稿する人々が注目を集めており、人気の Youtuber となると、合計動画再生回数が数十億回を超えている人もいる。そのような方々に商品レビューの動画を投稿してもらうのも有効な手段といえるであろう。もちろん自分たちで動画を投稿してもよい。

ビジネスホテルへの販売は一般の店舗販売と違い、卸売の形式になると考えられる。

いくらビジネスホテルにターゲットを絞ったとしても、やはり最初の販売は難しいものになると予想される。そこで、最も有効なのは一度実際に商品を使って体感してもらう事だと考える。それには試供品の提供が有効である。そのため、販売初期はビジネスホテルにサンプルを配布したらよいのではと考えている。

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）

乾燥に関わる市場で見ると乾燥機などが競合製品であるが、電力を有する機器か否かという点で全くの別ジャンルであり、今回提案している衣類用乾燥促進剤はそのような設備機器がない場面での使用を想定しているため差別化が図られている。その上、さらに一部の設備機器とは併用が可能であり、共存することが可能である。（図 11.）

衣類に吹きかけるという点では布用の消臭・除菌スプレーなどが類似品であるが、乾燥という点からそれらとは差別化が図られている。

さらに当乾燥促進剤に現在販売されている布用の消臭・除菌スプレーと同等の除菌効果を付加させることが可能になれば現在販売されている商品よりも優位となりうる。

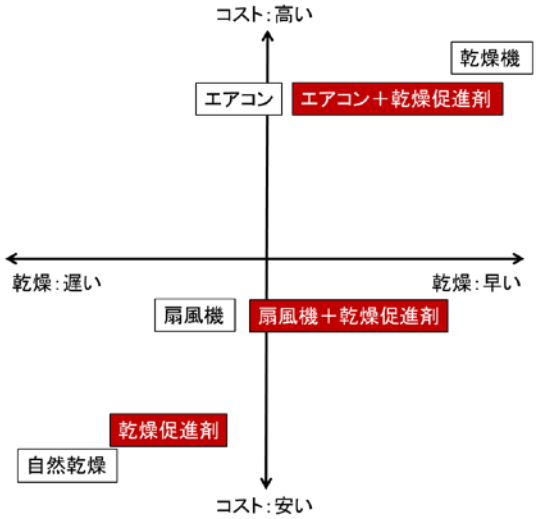


図 11.乾燥に関わる製品の分析

７．事業実施上の問題点・リスク

衣類に利用するため、繊維へのダメージ・色落ちなどが起こらないかを検討する必要がある。また、肌への刺激やアレルギー反応も考慮しなければならない。

さらに、エタノールを用いているため火災の危険性もある。

これに関しては我々の技術的な改善ももちろん必要だが、パッケージに目立つように注意書きを施し、換気を

促したりすることにより、ある程度は対策がはかれるものと考えている。

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

我々は高分子をはじめとする化学分野に関して一定の知識を有し、本研究を行うに当たって必要な機材や薬品等を既にある程度所有しているため円滑に当開発を実行できると予想される。

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

大学発の産業技術として連携企業などにおいて利用可能となるよう、低コスト・低環境負担なプロセスによる作製を前提とし開発するため実現の可能性は高い。

また、大学発の商品を一般企業が販売することは、日本全体の産学連携を活性化させるという意味でも社会への貢献度も高いと思われる。

１０．売上・利益計画

<table>
<tr><th colspan="2"></th><th>初年度</th><th>5年後</th><th>計算方法</th></tr>
<tr><td colspan="2">売上高</td><td>4200万円</td><td>6億3000万円</td><td rowspan="7">・初年度は全国のビジネスホテルの
客室数の1%への販売とし、
5年後に15%になると想定した。
（売上高）
全国のホテル1500万室のうち
1%：15,000,000×0.01＝150,000
150,000×279円（商品価格）＝4200万円
（売上原価）
原価率は日本公庫経営指標を使用（有機化学製品）
4200万円×25.1%＝1055万円
（委託費）
経産省の指標を使用
1055万円×12．6%＝133万円</td></tr>
<tr><td colspan="2">売上原価</td><td>1055万円</td><td>1億6000万円</td></tr>
<tr><td rowspan="5">経費</td><td>人件費</td><td>6万円</td><td>6万円</td></tr>
<tr><td>開発費</td><td>2万円</td><td>2 万円</td></tr>
<tr><td>材料費</td><td>3000万円</td><td>3億円</td></tr>
<tr><td>委託費</td><td>133万円</td><td>2000万円</td></tr>
<tr><td>合計</td><td>3141万円</td><td>3億2000万円</td></tr>
<tr><td colspan="2">利益</td><td>4万円</td><td>1億5000万円</td><td></td></tr>
</table>

１１．資金計画

必要資金の調達方法は現時点では未定であるため必要資金のみ記載する。

必要資金	金額	調達方法	金額
設備資金 （大学の研究室を用いるため）	0 円	未定	
運営資金（2 か月分）			
・人件費	1 万円		
・開発費	2 万円		
・初回商品製作費	520 万円		
・広告宣伝費	5 万円		
合計	528 万円		

１２．**別　紙**　添付資料（カタログ・写真・記事）等

図 11.広告画像イメージ

※画像は例であり、このままの商用利用は考えていないため背景写真は私的利用範囲内にあるとする。

優　秀　賞　　**発表番号　4**

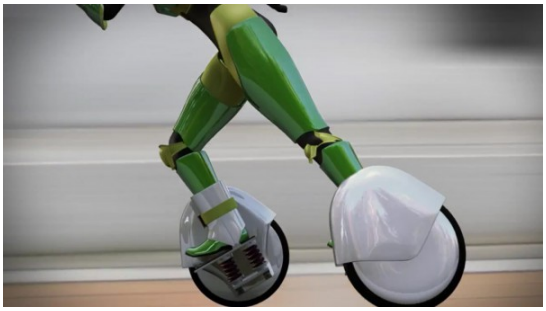
第１５回 大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学校名　崇城大学	代表者名　鈴木　智也
事業名　　次世代のパーソナルモビリティー【Hero Leg】の開発、販売	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ EV 時代のヒーローを目指せ。	

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。

Hero Leg とは両足に装着するパーソナルモビリティーである。
重心移動をするだけで**誰でも簡単に操作**でき、より複雑で多彩なアクションが可能である。
私たちは、ここから **Hero Leg を使ったエクストリームスポーツ**※の新市場を創造し、さらに、Hero Leg をテーマにした、アニメ・ゲーム・コミック等のコンテンツビジネスの展開を構想している。
Hero Leg でたくさんの人たちに**ワクワクした世界**を届けたい。

※　エクストリームスポーツとは、過激なスポーツの総称である。具体的にはスキーやロッククライミングなどがあり、その種類は多岐にわたる。



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）

〇商品：**Hero Leg** とは両足にそれぞれ装着するパーソナルモビリティーである。機体を傾けることによりジャイロセンサーが傾きを察知しモーターの回転数が上昇、加速する仕組みである。
そのため **重心移動をするだけで誰でも簡単に操作できる。**また、両足それぞれに独立して装着しているのでより複雑で多彩なアクションが可能である。

◯着眼点：近年、TOYOTA や HONDA、セグウェイなどの多くの企業がパーソナルモビリティーの分野に進出し始めています。しかし普段の生活でパーソナルモビリティを見かけることは残念なことに**非常に少ない。**
そこで、**もっと多くの人がカッコよく楽しむことのできるパーソナルモビリティー**が必要だと思い、**Hero Leg** を提案しました。

〇製作：現在、地元熊本で HONDA のコンセプトカーを開発している栄光デザイン&クリエーション株式会社（熊本県菊池郡）、の指導を受けながらプロトタイプの製作を行っている。2015 年 12 月にはプロトタイプ 3 台を

開発し、東京、大阪、熊本で試乗会を実施する。

〇将来像：さらに私たちは Hero Leg を使い、**新たなエクストリームスポーツ**を展開していく。自分たちの手でスポーツのルールや枠組みを創造しイベントや大会を企画・運営するほか、さらに次のステップとしてアニメ、ゲーム、コミック等のコンテンツビジネスへの展開を行い、積極的に市場の拡大を狙う。

〇ビジョン：私たちのビジョンは**多くの人たち**に、**ワクワクした世界**を届けることである。たくさんの人たちに**Hero Leg で風を切って走る喜び**を感じて欲しいと思う。

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

Hero Leg は、両足にそれぞれ装着することで、複雑な動きを可能にできる。また、**両手が自由に使うことが可能**となるため Hero Leg を装着したままスポーツや日常の動作を簡単に行うことができる。

また、エクストリームスポーツユーザーのみならず、ディズニーランドなどのアミューズメント施設を販売ターゲットにし、そこではスムーズな移動ツールとして提供する。広い施設内を素早く移動することができ、一種のパフォーマンスとしてもアピールすることができる。

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

〇販売ターゲット：10 代から 30 代のエクストリームスポーツユーザー、アミューズメント施設

〇市場規模・市場動向：

エクストリームスポーツに関しては、日本国内で 800 万人、8000 億円規模の潜在的な市場

アメリカでは 6000 万人、6 兆円規模の市場が存在する。

アメリカをはじめとして世界中で X ゲームが放送されるなどの影響もあり、日本でも若者の間でエクストリームスポーツの注目度が高まりつつあり、日本においても市場は拡大傾向にある。

アミューズメント施設に関しては、現在、日本国内だけでも 300 ヶ所以上存在しており、年間で 6000 億円近くを売り上げている。また、実際に実演や操作を行う従業員数は約１万６千人存在しており、日本国内だけでも 50 億円規模の市場が存在している。

〇販売対象エリア：日本、アメリカ（主に西海岸）

アメリカ、特に西海岸では日本に比べ公道での規制も少なくパーソナルモビリティーにとって成長しやすい好環境が整っている。また、エクストリームスポーツが大きく発展しており、大きな市場が見込まれる。
日本においても、近年、特区の設置などにより公道での規制が緩和されつつあり今後の市場の拡大が予想される。

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

◯基本戦略：Hero Leg を広く販売展開するために、エクストリームスポーツのイベントや大会を企画・運営するほか、将来的には、アニメ、ゲーム、コミック等のコンテンツビジネスとしてグローバルに展開していく。
エクストリームスポーツは、スポーツとしての側面と同時に、**ファッションや音楽**といった**若者文化**に影響を与えるマーケティング展開に応用する。

◯価格戦略：価格に関してはセグウェイが 85 万円から 90 万円の間であるが、Hero Leg では 30 万円から 35 万円の間であり比較的安価での提供を行う。
＜製品価格＞
既製品：30 万円～
既製品は、大量生産型でデザイン・機能は一定。

◯販売戦略:単に Hero Leg を販売するだけでなく、**新しいエクストリームスポーツ**の展開を行い、Hero Leg の価値を高めるとともに、市場の拡大を図る。
また、Hero Leg を使ったコンテンツ事業を展開することにより一般での認知度を向上させ、コンテンツのみでなく Hero Leg 本体への収益につなげる。

◯販促戦略：日本で最大規模のクラウドファンディング「Makuake」での掲載を行うことにより資金調達だけでなく日本国内に積極的にプロモーションをする。
さらに海外での展開においては、現在、崇城大学と提携を結んでいる、世界最先端のグローバルブランディング企業 btrax の協力を得ることで迅速なマーケティング、プロモーションを行う。アメリカのクラウドファンディング Kichstarter や IndieGOGO にも掲載する。

■スケジュール

〇ＦＡＳＥ１（2015 年度）
4 月：プロトタイプＡ完成
5 月：資金調達、プロトタイプＢ開発着手
7 月：サイバーエージェントクラウドファンディング「Makuake」掲載契約
9 月：イメージ映像（ＣＧ）完成
12 月：プロトタイプＢ開発完了／クラウドファンディング「Makuake」掲載
1 月：資金調達
2 月：試乗会実施
3 月：ＳＸＳW出展（米国オースティン）、米国クラウドファンディング掲載

＜クラウドファンディングに掲載＞
“Hero Leg”は、サイバーエージェントクラウドファンディング社が運営する「Makuake」への掲載が決定している（2015 年 11 月実施予定）。ここで、資金調達、プロモーション、テストマーケティングを実施する。（Makuake 詳細：https://www.makuake.com/）。

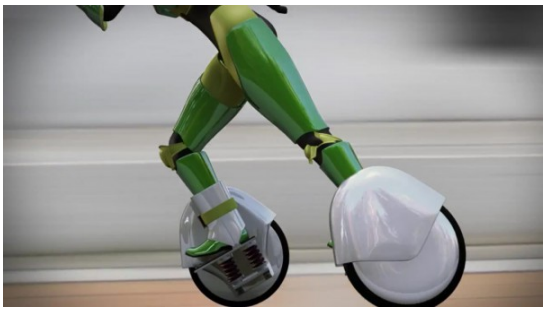
〇ＦＡＳＥ２（2016 年度）
4 月：製造に着手
7 月：製品の完成
：株式会社設立
：販売開始（ＥＣ販売、店舗販売）
８月：イベント開催

〇ＦＡＳＥ３（2017 年度～）
コンテンツビジネス展開

６．類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

競合は TOYOTA の開発した Winglet が挙げられる。
両手を自由に使えるタイプから、セグウェイに似たタイプまで幅広いラインナップ。
お台場の MEGA WEB で LED コースを使った新体験の遊びコンテンツを生み出している。
また、大手企業や大学によってパーソナルモビリティ開発が行われ、今後、パーソナルモビリティが増加していくと考えられる。

Winglet は、立ち乗り二輪車であるのに対し、Hero Leg は、両足にそれぞれ装着することで、**より複雑な動きを可能**にすることができる。
この Hero Leg は、ニーズに合わせ形状からデザイン性などオーダーメイドが可能となっており、多様なスポーツを楽しむことができる。
また、スポーツに特化しているものはなく、用途を確定しているのは、我々の事業だけである。
Hero Leg は、スポーツとしての側面と同時にファッションや音楽といった若者文化に影響を与えるマーケティング展開を実施する。



７．事業実施上の問題点・リスク

振動に対する耐久性や安全性、装着時の履き心地に改善の余地がある。
以上の点については、プロトタイプの製造・試乗会において改良を加えていく。

また、製品のプロモーションや大量生産、増産などのタイミングで、より多くの費用が必要になるので適切なタイミングでの資金調達が課題である。

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

◇メンバー◇

鈴木智也：崇城大学　芸術学部　美術学科　視覚芸術コース　２年
（メカニックデザイン　ロボットデザイン　発案者）
佐渡山裕介：崇城大学　情報学部　情報学科２年
（情報システム関連　経営企画担当）
安部光法：崇城大学　生物生命学部　応用微生物工学科２年
（環境技術関連　リサーチ・経営企画担当）
後藤みどり：崇城大学　生物生命学部　応用微生物工学科２年
（プロジェクトマネジメント）

提案者はすべて崇城大学　起業部所属である。
総合教育センター准教授・博士（商学）熊野正樹先生、総合教育センター准教授 中島厚秀先生によって指導を受けるなどの、大学のリソースを生かし崇城大学発のベンチャー起業を目指している。http://www.sojo-v.com/

去年と同じく引き続き NEDO からの支援を受けている。
また、サイバーエージェントクラウドファンディング「Makuake」と連携、掲載することで国内でのプロモーション、テストマーケティングを進める。
さらに、崇城大学が提携している世界最先端のブランディング企業 btrax とパートナーシップを組んで、デザインや海外でのマーケティングを円滑に進めていく。

◇受賞歴◇2014 年～2015 年

・NEDO 起業家支援プログラム TCP 国内版採択(2014/2015)
・NEDO 起業家支援プログラム TCP 海外版採択(2014/2015)
※２０１５年度ファイナリスト
・経済産業省主催のビジネスプランコンテスト（University Venture GRAND PRIX 2014）の全国大会出場
・米国大使館主催「The 5th U.S. Embassy-Keio SFC-TOMODACHI Entrepreneurship Seminar」
優秀賞・特別賞受賞
・大阪市主催　「イノベーションの聖地シリコンバレーで学ぶグローバルアントレプレナーシップシリコンバレー人材派遣プログラム 2014」参加（平成 26 年 2 月 24 日(月)～平成 26 年 3 月 1 日(土)）
・熊本県コンテスト「学生発ベンチャー・夢挑戦ビジネス大賞」奨励賞（12/18）
・九州未来アワード　ノミネート（10/29）
・九州 ICT ビジネスモデル発表会　九州大会 特別賞（11/19）

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

「夢社会の実現」と「ヒーロー待望論」

夢をもてない社会は悲惨である。

成熟した現代社会において、いま求められていることは若者が夢をもつことである。我々は自らの夢の実現を通して、それをコンテンツとして広く社会に発信し、夢の持てる社会・文化を改めて創造していく。

本事業のテーマは、”夢の実現”。

そして、我々の夢とは、**「誰もがヒーローになれる社会の実現」**である。誰しも、子どもの頃ヒーローになりたい、と夢を描いたことはあるだろう。しかし、みんな夢を諦めてしまう。我々は、諦めずに挑戦したい。

また、東京オリンピック（2020）では、”Hero Leg”を装着した騎手が入場行進を先導し、九州の大学生の力を世界にアピールしたい。スポーツを通して、**人々が笑顔になり夢を追いかけるきっかけ**になりたい。

１０．売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （平成 28 年　3 月期）	第　2　期 （平成 29 年　3 月期）	第　3　期 （平成 30 年　3 月期）
Hero Leg	（　95%）21,000	（　95%）210,000	（　95%）1,050,000
イベント収益	（　5%）　1,050	（　5%）　10,500	（　5%）　52,500
売上高計	22,050	220,500	1,102,500
経常利益	5,054	50,540	342,540

（　　）内は粗利益率

１１．資金計画

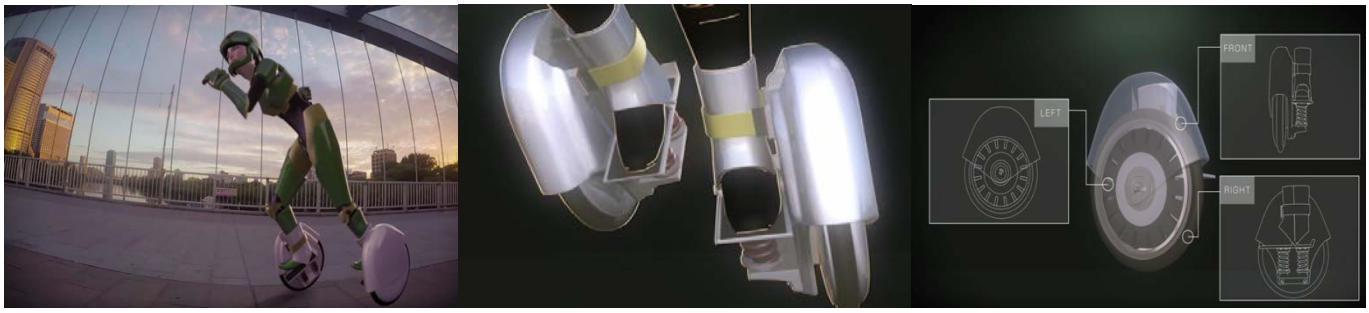
（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
試作費用	1,000	金融機関からの借り入れ	0
設備・機材	500	自己資金	0
運転資金	11,500	投資	13,000
合計	13,000	合計	13,000

１２．**別　紙**　添付資料(カタログ･写真･記事)

Hero Leg のプロモーション CG 映像(制作済)より抜粋。

現在、より早く、滑らかに動け、より強度の高い製品を目指してプロトタイプ改良中である。



第１５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　熊本大学	代表者名　今福　匡司
事業名　質量分析を駆使した革新的な酸化ストレス解析法を基盤とする受託事業	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　あなたの”隠れ疾患”見つけます！	

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。

血中タンパク質であるアルブミンの構造変化を質量分析により解析することで、病態の発症や進展を予測することができる。この測定を健康診断の検査項目に組み込むことで、普段は見逃されていた病気の予備軍を見抜くことが可能である。当事業では医療施設からの検体を測定し、収益を得るという受託事業を展開する。

２．ビジネスプランの具体的内容

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

(1)着眼点

現在、日本人の死因の大半を占めている、がん・心臓病・糖尿病・高血圧といった生活習慣病は、ほとんど自覚症状がなく、本人が気付かないうちに病気が発症・進行してしまう。こうした病気ほど、自覚症状が出る前に早期発見することが大切である。

活性酸素は、過剰に産生されると酸化ストレスとなってしまい、タンパクや DNA を酸化させることで損傷させてしまうため、生活習慣病などの様々な疾患を引き起こす。これらの酸化ストレスによる疾患は自覚症状が確認出来るような状態のときは、すでに酸化ストレスが高値となっている。そのため、日常臨床において定期的に酸化ストレスをモニタリングすることが求められている。

しかしながら、そのような酸化ストレス測定法は未だ確立出来ていない。そこで、私は高感度かつ迅速で簡便な測定法である ESI-TOF MS スペクトル法を用いて、血液中に豊富に存在し、酸化ストレスによって容易に酸化修飾を受けるヒト血清アルブミン(HSA)の酸化修飾体の割合(アルブミン酸化度)が血中の酸化ストレスマーカーとして有用であることを実証し、臨床応用が可能であると考えた。

図 1:HSA の酸化修飾体

(2)サービスの内容

酸化ストレスの指標として、アルブミン酸化度を各病院での健康診断の評価項目に追加してもらう。採血されたサンプルを当社まで配達してもらい、届いた多数の検体のアルブミン酸化度を、迅速・簡便・高感度にハイスループットで測定する(図 2 参照)。また、得られた結果を解析し、その意味合いに関するコメントを付与する。定期的な健康診断から酸化ストレスを評価することで、病態の早期発見が期待出来る。さらに、病態の早期発見だけでなく、病態進行の層別化、治療計画の有効性も診断する指標になるため、既に生活習慣病の治

療を開始している患者に対しても、治療の目安として有効であると考えている。さらに、医療施設に限らず、アンチエイジングを気にしているような個人の依頼も受け付けるようにすることで、さらなる早期発見と国の政策で推奨されているセルフメディケーションの助けとなることが期待出来る。

加えて、これら生活習慣病の問題はヒトのみならず、イヌやネコといったペットの死因に関しても大きな問題となっている。従って、この受託事業はペットにも適応可能であり、動物病院などからの委託も考えられる。ペット産業は近年成長著しい市場であるため、ペットの健康診断も需要が高く、大きな収益が期待出来る。

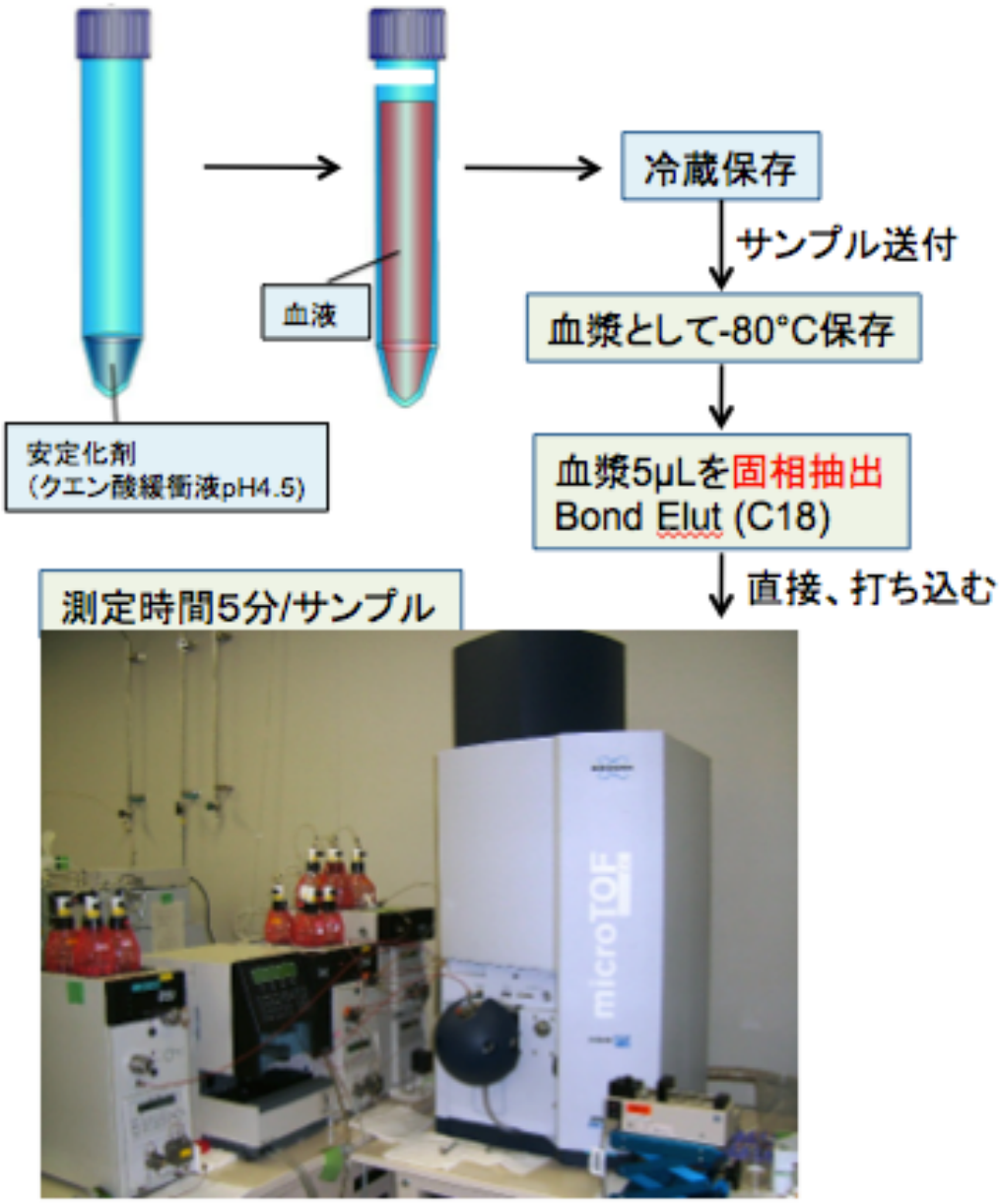


図 2:サンプル処理方法

(3)事業化計画・将来のビジョン

１年目は、受注・測定プロセスの検討を行い、システムの最適化に努める。また、動物への応用が可能であるか病態モデルマウスでの検討を行う。２年目は、病態に対して酸化ストレスの基準値を設定できるように検討を行う。最終的には、誰が値を見ても病気なのかどうか判断出来るようにガイドラインなどの作製ができるようにする。３年目は、実際に健康診断を行っているような大規模病院の協力に協力してもらい、この測定が本当に健康診断へ組み込めるのか検討する。この測定の有用性を証明することができたら、事業を開始する。

1 検体あたり 3000 円で事業を開始し、月間検体数 50 検体以上を目指す。また、医療施設で説明会などを行い、顧客を増やしていく。

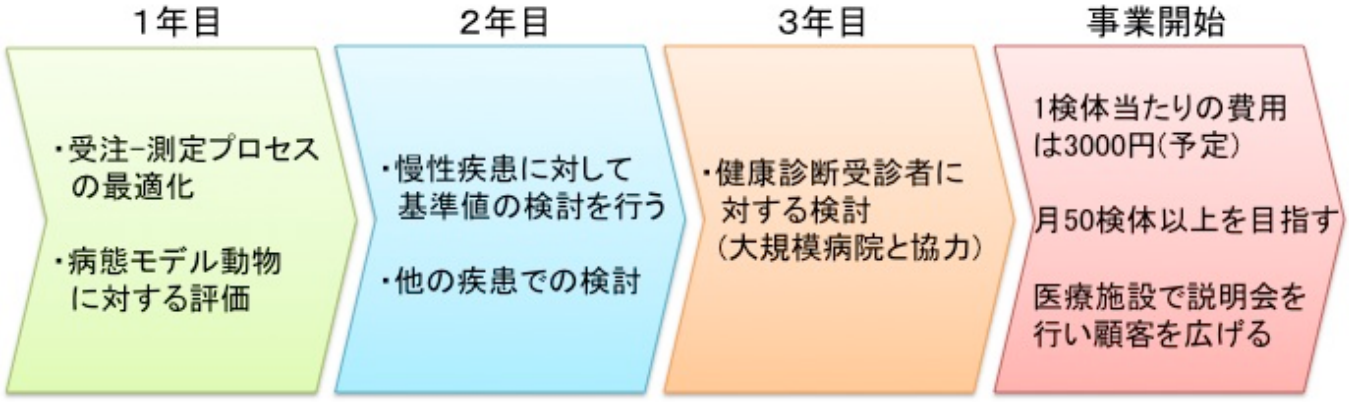


図３：事業計画

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

(1)新規性

今回の測定法自体に関しては、すでに方法が確立され新規性があることではない。しかし、アルブミン以外での小分子による酸化ストレスマーカーの応用は試みられて来ているが、アルブミンの酸化修飾を用いた酸化ストレス評価の臨床応用は未だ存在しない。実際に、臨床で利用していくための受託事業は他に競争相手のいない新規のビジネスとなる。

(2)便利性

この酸化ストレスの評価方法は、多数の検体を全自動で一度に測定可能であり、バラツキが少なく安定で、検体の長期保存も可能であり、安価である。また、採血時に臨床で汎用されている EDTA 管を用いことが可能である。これらのことより、臨床応用が可能である酸化ストレス測定法であると言える。

(3)独創性・特徴

従来の酸化ストレス測定に用いられてきた小分子の酸化修飾体とは異なり、アルブミンは高分子のため様々な修飾を受ける。この測定法は、native なアルブミンからの質量差から修飾体を同定するため、酸化修飾体以外にも様々な修飾体の測定が可能である。今後、更なる研究の発展に伴って、様々な病態とアルブミンの修飾体の関係性が明らかになることで、更なる適応の拡大が期待出来る応用性の高い測定法となっている。

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

メインターゲットは医療施設でおこなっている定期健康診断の受診者であり、健康診断の項目にこのアルブミン酸化度測定を組み込むことで安定した顧客の確保が期待出来る。また、定期的な酸化ストレスの測定は病態の早期発見につながり、国民医療費の削減を行えることから、国民１人１人の利益となる。さらに個人からの依頼も受け付けることで、セルフメディケーションの助けとなるようにすることが可能である。事業が安定していけば、製薬企業やペット業界からの依頼も受け付けることで事業を拡大していけると期待できる。

(2)市場動向・販売対象エリアの状況

酸化ストレスは高齢化や生活習慣病の増加に伴って、社会的な関心が大きく、様々な病態の発症と進行への関与について数多く報告されているため、その評価法の需要は高いと考えられる。実際に、学会などでも他大学や病院の先生からの関心は高く、ぜひ測定を依頼したいという声も多い。しかしながら、定期的な酸化ストレス測定法は未だ存在しないため、他に競争相手のいない測定法であると期待している。

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

基本は、各医療施設での検査項目にアルブミン酸化度を追加してもらうことが第一歩であるため、学会発表などで、より多くの医療関係者に存在を知ってもらい、測定するメリットを伝える必要がある。また、パンフレットを配布するなど、医療関係者のみならず、一般の人たちにも測定するメリットがわかるようにすることも大切である。

本事業は 1 検体あたり 3000 円で提供しようと考えている。これは維持費などを計算して利益が出るように考えた上で、設定した。

当サービスを受けたいと考える顧客層は、やはり健康状態の把握が目的であると考えられる。先にも述べたが、アルブミンは血中に長時間滞留するため、生体内の環境により様々な修飾を受けやすい。よって、その構造変化は生体内状態を反影しやすいと考えられる。しかしながら、世界的にもアルブミンの構造と病態の関係性についてはまだわかっていないことが多い。今後の研究の発展によりアルブミンの質量分析は、さらに詳細に体内環境の状態を知ることのできる有用なツールになっていくことで、より顧客満足度の高いサービスになると期待出来る。

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)

競合製品、つまり現在、臨床で用いられている酸化ストレス測定法は尿中 8-OHdG 定量と血液検査 FRAS4 である。これらの問題点の 1 つ目は、1 サンプル当たりの測定にかかる時間は 10 分程だが、少数のサンプルを 1 つ 1 つ測定・解析するため、多数の検体の測定に向かない(FRAS4)。測定法を示すと、指先からキャピラリーで 20μｌの全血を採血し、pH4.8 の酢酸緩衝液に入れ混合(①～③)呈色液クロモゲン（N,N ジエチルパラフェニレンジアミン）入りキュベットに移し混合(④、⑤)温度管理された遠心分離器に 1 分間かけ、血球細胞を分離した後、光度計（505nm）に入れ測定(⑥～⑧)

図 4:dROMs 測定法(http://www.wismerll.co.jp/products/fras4/参照)

尿中 8-OHdG 定量に関しても、1 サンプルあたりにかかる測定時間が 40 分と長い。それと比較して、当測定法は採血後に保存が比較的安定にできるため、サンプルが溜まり次第配達し、1 度に大量解析することが可能であるため利便性は非常に高い。(1 検体あたり 5 分)

2 つ目は、低分子の不安定な酸化反応物ではなく、本測定法はアルブミンを用いることから、よりバラツキが少なく安定である。

3 つ目は、臨床で汎用されている EDTA 採血管が、血液検査で使えないことだが、これも本測定法は問題とならない・

4 つ目は、1 検体あたりにかかる費用が 8000 円と高価であることが挙げられるが、本事業では 1 検体当たり 3000 円と安価で提供できる。

７．事業実施上の問題点・リスク

本測定の大きな問題点は装置が高価であることと、装置を設置するスペースが必要となることである。これによって、各医療施設に測定装置を配備することは難しいと考えられる。よって、我々は受託する施設を儲け、各医療機関からサンプルを配達してもらうという形で、受託事業を展開することによりこの問題点を克服した。しかしながら、遠方からのサンプル配達については輸送費がかかってしまうため、検査料が高くなってしまうことが懸念される。これについては、まず近隣の医療機関を対象とし、事業を安定化させることを当面の目標とし、事業が安定化してきたら、その利益から徐々に装置や店舗を増やすことで対処したいと考えている。

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

代表者である私は、アルブミンの酸化度に着目した医師や大学教授から依頼を受け、実際に 1,000 人以上の患者サンプルの測定を行ってきた。ESI-TOF MS を用いた質量分析は、条件設定の仕方や機械のメンテナンス、前処理などに特別な技術を要するが、私はこれらをすでに習得している。さらに、共同提案者へその技術をすでに伝習している。さらに、当研究室ではアルブミンの研究を何十年もおこなってきた研究室であることやアルブミン酸化度の有用性を確認するための検討に用いる臨床サンプルが手に入りやすい環境にあることを考

慮すると、本事業と同じビジネスを始めようとするグループが現れても、我々の先をいくことはできないと確信している。

資格としては薬剤師免許を来春習得予定であり、これは医師や患者らからの信頼の助けになり得る。また、来年から大学院に進学することが決定しており、PhD.を取得することで、さらに医師からの信頼を得ることが出来ると期待出来る。

また、ESI TOF MS の無償での譲り先を探している企業とのコネクションを有しているため、施設費さえ確保できればいつでも事業を始めることが可能な状態にある。

９．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性)、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業をおこなうことで、病態の早期発見をすることが可能となり、年々増加する国民医療費の削減に大きく貢献出来ると考えている。しかしながら、この測定法は特別な機械や技術を必要とするため、実用化には至っていないのが現状である。

もしこのビジネスが成立すれば、将来的には、医師や検査技師に頼らなくても、個人で酸化ストレスの評価を依頼することが可能であり、国民１人１人が自分の健康状態を管理することで、多忙な医師の負担と国民医療費を削減でき、個人にとっても国にとっても利益となると確信している。

事業家としてビジネスを始める上で大切なのは、このビジネスを始めることで、どれだけ多くの人を幸せに出来るのかということだと、私は考えている。今回提案するビジネスプランは、かなり多くの人に利益をもたらすことが可能なプランであると期待している。

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 31 年　4 月期）	第　2　期 （平成 32 年　4 月期）	第　3　期 （平成 33 年　10 月期）
健康診断 ペットへの適用	36,000（40%） 0（0%）	50,000（60%） 0,000（0%）	72,000（70%） 36,000（40%）
売上高計	36,000	50,000	108,000
経常利益	20,000	34,000	58,000

（　　）内は粗利益率

１１．資金計画

（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
装置購入費 施設費	0 (初回) 2,000	自己資金 助成金 各種融資	500 500 1,000

優　秀　賞

発表番号６

第１５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　木津　祐太郎
事業名　　健康管理モデル - Health Sensing System -	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ ICT による医療資源の最適配分の実現	

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

世界的な高齢化進行と医師不足により、限られた医療資源で効率的な健康管理システムが現在から将来にかけて求められている。我々は、ICT を活用した健康管理モデルを提供し、遠隔医療の確立と先進医療の国際連携サービスを実現する。主たる収益はシステムの販売とソフトウェアの更新料によって得る。

２．ビジネスプランの具体的内容

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

（１）着眼点

2007 年以降、世界人口の過半数が都市部に生活する状況にある。中でも巨大な人口を有するアジア太平洋地域においては、急速な経済成長発展と共に今後一層都市化が進行すると見込まれている。また、日本は世界の中でも高齢化最先進国であるのと同時に、アジア地域も急激に高齢化が進行すると推測され、**世界に前例のない超高齢化社会に突入**しようとしている。急速な都市化や高齢化の進行は、居住環境の悪化や不適切な生活習慣を深刻化させ、生活習慣病を増加させている。**日本における死因の約 5 割がこの生活習慣病**となっており、今後、生活習慣病患者が増加していくと考えられるアジアにおいても病気の早期発見が求められている。

しかし、**アジア諸国では医療機関が不十分**であることが実状である。最新医療の効率化・最適化を図るために、**限られた医療資源を最適配分**するとともに、健康管理から医療までを全体として高度化が必要である。そこで我々は、遠隔医療を可能とし、**ICT の活用による診断データの一元管理を可能とする健康管理モデルを開発**することで**生活習慣病を含む病気の早期発見と医療機関の不充実の解消**が実現するのではないかと考えた。

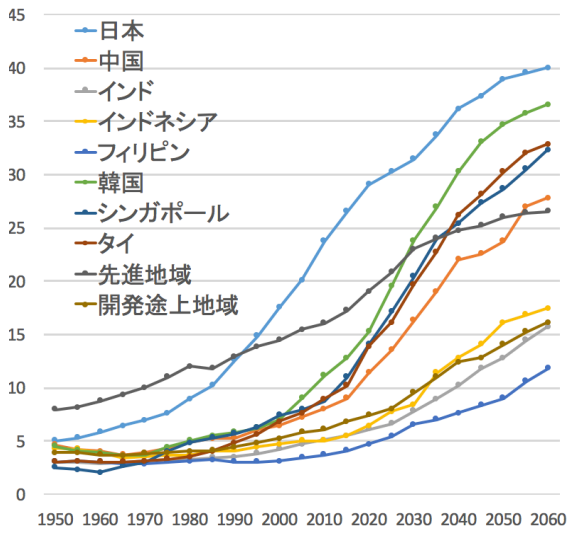


図 1. アジア各国の高齢者の割合

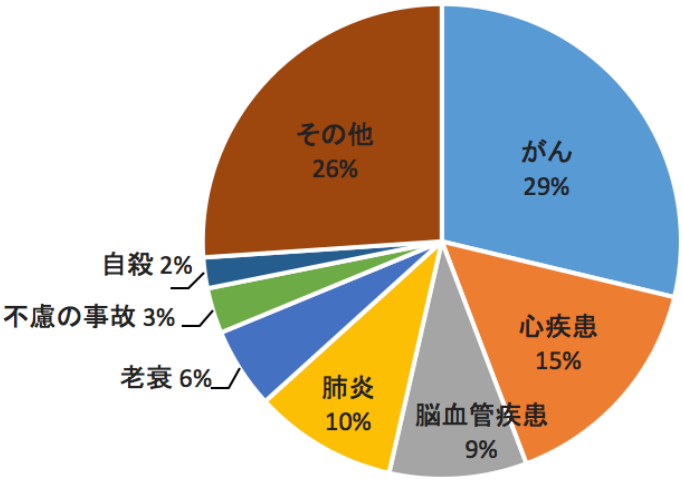


図 2. 死亡原因における生活習慣病患者の割合

（２）事業概要

本事業では、**利用者が生活習慣病を含む病気の早期発見**のため、いつでも・どこでも・簡単に健康診断を行え、そこで取得することができた**診断情報を ICT により一元管理を可能とするヘルスケアシステム**を提供する。ICT の活用により，将来システムが広範囲に普及することで，利用者は現地の医療機関だけでなく、遠く離れている海外の先進医療機関の恩恵を受けることができる。これにより、個々人の健康状態を常に確認し，予測をすることで**病気の発症リスクを軽減**することができる。

中国では、人件費、設備投資費などによって生活習慣病予防検診の負担額は約 7000 円となっている。中国だけでなく世界的にも定期的な検診を受けない理由の上位となる、「費用」の問題点も解決すべく、我々は**個人で簡単に健康診断が行えるヘルスケアブースの開発**を行い、システムを提供する。製造は(株)スマートサービステクノロジーズに委託し、情報管理システムは九州大学が開発した VRICS を使用する。販売先としては、従業員の社内事故の事前防止やストレスチェックなどを行いたい企業や医師の負担軽減を行いたい医療機関を想定している。事業開始後，想定する主な収益はブースの販売代金とソフトウェアの更新料によって得る。システムの販売の範囲を拡大していき、十分な医療データの蓄積と顧客獲得を行うことができれば、将来的に医療データを元にした広告ビジネスへと事業を展開する。

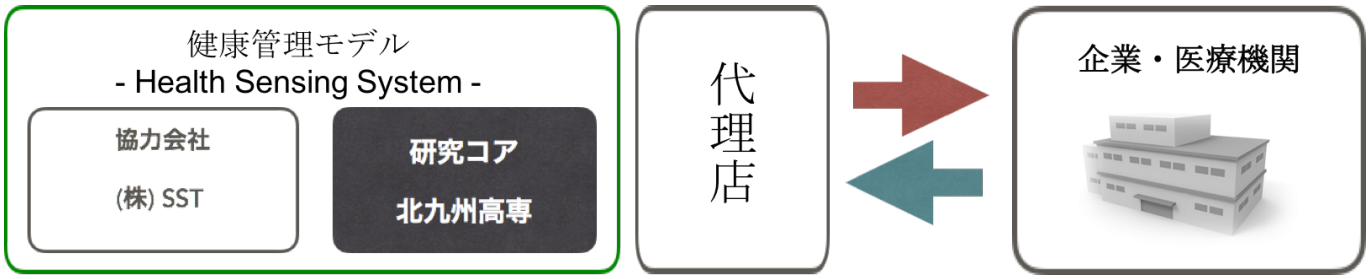


図 3：事業概要

（ｉ）ヘルスケアブース

本製品は会員制の健康診断器具である。システムの購入後，利用者の使用例は以下のようになる。

a. インターネットでブースを予約
b. リーダに IC カードを挿入し測定を開始
c. ディスプレイ画面の指示に従いながら身体測定を行う
d. 測定検査終了後、診断情報をマイページに送信
e. 任意で医療機関とのテレビ電話検診
f. 結果の一部をカードに書き込み退室

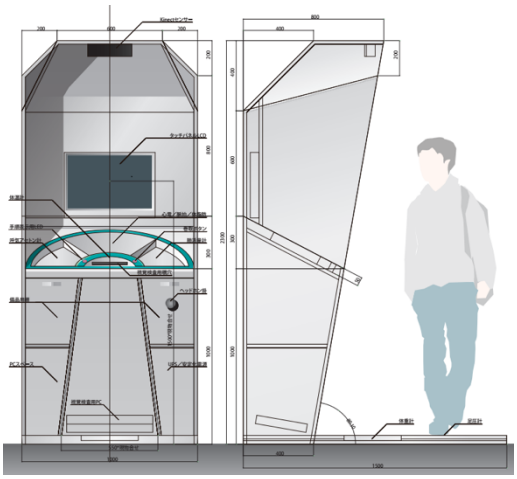


図 4：ヘルスケアブース

ヘルスケアブースでは、**診断結果に基づき生活習慣病患者の予備軍の抽出**や健康アドバイス、また将来的には体に良い食品や薬の情報、それらを販売している業者の情報を利用者にメールで送信することができる。測定項目としては身長、体重、体脂肪、体温、気道、視力、白内障、聴力、血圧、脈拍、呼気、レントゲン、心電、血糖、尿酸の 15 項目と、利用者の状態や希望に応じてストレスや痴呆の心の状態 2 項目の**計 17 種類**である。また診断情報を医療機関に送信することで，**テレビ電話検診**を行うことができる。また、測定の際には**[特許 4683395 号]回転不変パラメータマッチング技術**を利用することにより、画像処理認証に関する全般において、短時間化に貢献する。

（ii）VRICS

VRICS は個人情報を守りつつ安心安全便利にサービスの供給を行えるミドルウェアである。医療情報のデータ化によって、ユーザーの心配の種となる**セキュリティ問題を VRICS によって解決**する。VRICS は、1 枚の IC カードで、ブースの入退室等の複数サービスの利用を可能とするセクトラルモデルである。構造上から **1 つの情報が漏洩したとしても、メイン ID や他の情報を知ることはできないので被害を最小限に抑える**ことができる。本事業では利用者の登録情報管理およびヘルスケアブースの入退室、緊急時の本人の既往症・投薬確認に使用する。

図 5：IC による入退室

(3) ヘルスケアブースの開発状況

現在までのヘルスケアブースの**プロトタイプ**を図 6 に示す。このヘルスケアブースでは、実際に生活習慣病予防のため、身体の状態と心の状態の計 17 種類の健康診断を行うことができ、診断情報を一元管理することができる。また，これら身体情報の取得を全て 15 分以内で可能となっている。利用者は，図 7 に示すようにヘルスケアブース内部のディスプレイの指示に従いながら、簡単に身体測定ができる。現在最終調整中であり，**完成後は中国にて実証実験**を行う予定である。

図 6：プロトタイプ

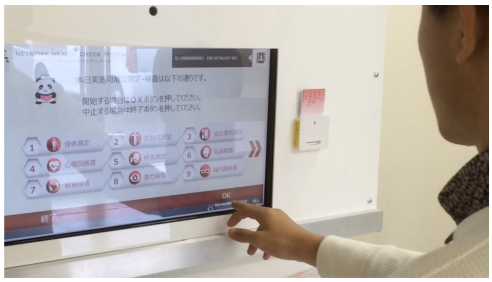


図 7：操作画面

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

(1)新規性

本事業は ICT を活用し地方と都市部の遠隔医療のみならず国境を越えた先端医療での診断やメディカルツーリズムを可能にするシステムの構築を目的としている。ICT による診断情報の管理によって利用者に必要な医療を地域や国境を越えて提供できるシステムは医療資源の配分に貢献できる。

(2)便利性

ICT により情報を一元管理することで、エンドユーザーには緊急医療情報で安心の提供や、医療関係者にはデータ共有による仕事の効率化など、以下の表のように**各々がヘルスケアシステムによる恩恵を受けることができる**ようになっている。

利用者	定期検診による生活習慣病の予防 個人の生活サイクルにあわせた利用 主治医や他国の医療機関からの健康アドバイス
病院	人権費･設備投資費の削減 他の患者により手厚い看護と治療の提供
企業	従業員の事前事故防止 従業員のストレスチェック

(3)独創性・特徴

本システムでは、身体の状態と心の状態合わせて**計 17 種類の診断測定を 15 分**で行うことができるなど、利用者の生活サイクルに合わせた利用が可能となる。短時間で心の検査まで含む複合検査機器は存在しない。また、入退室に用いる VRICS は医療データのセキュリティ性を向上させるだけでなく、他の様々な施設での電子認証を 1 枚の IC カードで管理できるため利用者の ID 情報を管理する手間を軽減することが可能である。これらのシステム構築は、**独自の画像処理技術**である、**[特許 4683395 号]回転不変パラメータマッチング技術**の応用展開と VRICS により実現できている。

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、主に**企業と医療機関**を想定している。また、ライフスタイルの変化で疾病の中心は急性疾患から継続的な治療を必要とする慢性疾患へと移行している。この状況に対応する医療機関の不足が顕在化しつつあることが現状である。本事業では、依頼主である企業が中国上海市にあり、現地の医療機関との連携がとれていることから中国上海市を初めの販売ターゲットと考えている。上海市を起点に中国の医療機関とのネットワークを広げていき、将来的には中国全土でシステムの導入を進め、医療資源の分配を行う。

(2)市場規模・動向

システム導入を見込んでいる中国では 2000 年に世界保健機関（WHO）より医療システムの非効率性を指摘されて以来、医療改革が進められており、遠隔医療だけでなく医療全体の分野で現在参入余地の高い国である。新たな医療保険制度を受け、病院の設備を充実させることが急務となっていることから、今後の市場拡大が見込まれる。中国国内の総合病院約 15000 ヶ所のうち 20%に導入を想定した場合、約 135 億円の市場として期待できる。尚、本事業の**システムが整えば中国、ハンガリーの医療機関が既に導入を検討**している。

(3)販売対象エリアの状況及び裏づけ

経済発展の進む中国であるが、図 8 に示すように人口千人あたりの医師数は中国全土で 1.0 人、比較的医療機関の整っている上海市でも 2.5 人と医療機関の不足が伺える。また、農村では無資格の医師も多く、農村の住民は良い医療を得られる機会が少ない。さらに、中国では自己負担の金額が大きいため所得によって受けられる医療サービスのレベルが決まってしまう。このような背景から医師の負担を軽減し、農村部の住民にも質の高い医療を低価格で提供する本システムのニーズは高いと言える。

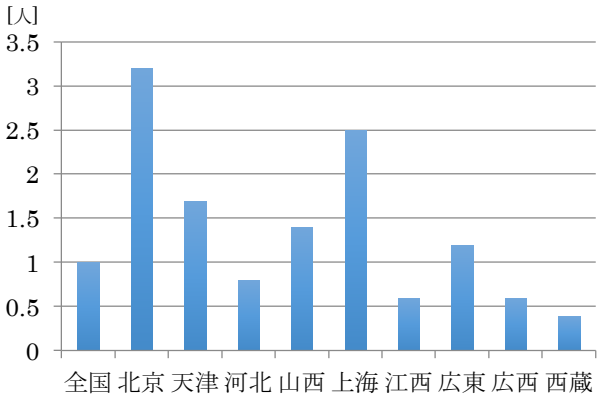


図 8：中国の人口千人あたりの医師数

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、従業員の社内事故の事前防止やストレスチェックなどを行いたい企業や医師の負担軽減を行いたい医療機関へシステムの提供を行なっていく。エンドユーザーはシステムの利用前に、会員 IC カードの発行を行う。事業開始後数年は主な収益はブースの販売代金となるが、本システムを広範囲に販売していくことで、ソフトウェアの年間更新料と会員年会費によるストック型ビジネスへ展開する。安定した収益により、随時システムの低価格化を行っていくことで、**都市から地方までネットワークの形成**を目指す。

(2) 価格戦略

ブース販売代金	ソフトウェア更新料金	会員年会費	広告料金
200 万円	50 万円	500 円	—

診断を行うための測定機器は、既存医療機器と非医療機器の組み合わせにより低コスト化を実現している。事業当初の価格設定は以上の通りとし、将来的にはハードの生産を中国で行うことによりブースの低価格化を予定している。また、システムの普及が進めば蓄積された医療データを元に健康的なアドバイスや製薬会社等の広告による収益方法を考えている。

(3) 販売戦略

本事業の収益方法としては大きく 3 つのフェーズに移行していくことを目指している。

第１フェーズ：ブースの販売を主な収益としシステムの改良を進め、大量生産のための準備を整える。

第２フェーズ：システムの普及により事業の安定を図る。主な収益は売り切りになってしまうブースの販売からソフトウェアの更新料金へと移行していく。

第３フェーズ：システムの普及・運用が進めば多くの地域・世代での検診データが蓄積される。蓄積された検診データから利用者へ健康的な食品や薬等のアドバイスを提供し、それら製薬会社等からの広告収入と研究機関等への検診データの提供による収益を主な収益とする。また、普及を目指す中国で比較的経済力の低い内陸部にも普及を進めるためソフトウェアの年間更新料金の無償化を行う。

図 9 ： 中国市場における販売戦略

(4) 事業化計画

本年度を第 0 期とし、今期で試作機の開発を終了させ中国での実証実験を行い、フィードバックを受けながらシステムの改良を行う。第 1 期よりシステムの販売を開始し同時に PR 活動を行う。

初期構想としては、販売先として中国上海市での市場開拓を行っていくが、ネットワークの構築が整い次第、中国沿岸部や内陸部にも販売網を広範囲へ展開していく。

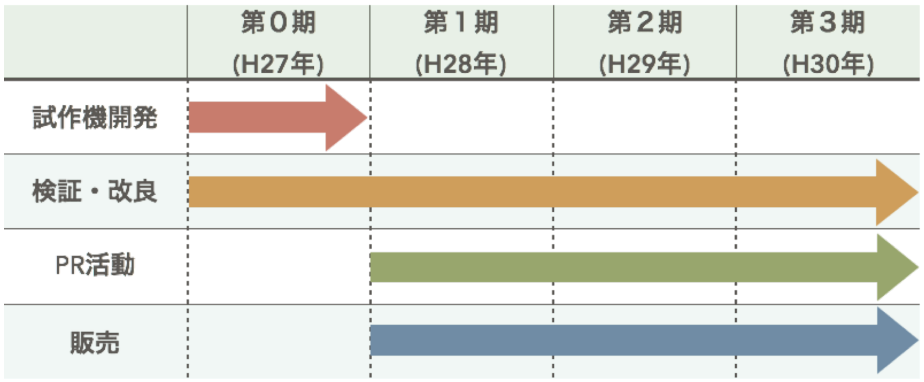


図 8：事業化計画

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）

日本国内の類似の遠隔医療システムとして現在開発中の「ヘルスケアサポートチェア」（シャープ株式会社）が挙げられる。ヘルスケアサポートチェアの測定項目は 4 項目、本製品は 15 項目と優位性を有している。また、ヘルスケアサポートチェアは企業の診療所や自宅などでの利用を想定したものであるため 1 つの製品での大量受診を想定した設計がされておらず、**感染症予防のための非接触測定器の開発がされていない**。

中国や欧米でも類似製品が出現しているが、検査項目が少ないため生活習慣病の早期発見はできず、既存の健康診断機器の組み合わせに過ぎないことから検査に時間がかかること、**１台で心の検査まで含めた複合的な検査ができるものは存在しない**ことから本システムは優位性を有している。

７．事業実施上の問題点・リスク

本事業では、アジア各国の人々の病気の重症化予防を目的としているが、大半の人は健康であることも事実なので、その層を取り込む工夫が必要である。

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

本事業では、（株）スマートサービステクノロジーズと共同で製品の研究開発を行ってきている。本事業で提供する製品は、感染症の予防や利用者による摩耗製品を極力使用しないなど、現場を意識した実用的なシステムである。また、測定項目なども現地のルールとニーズに合わせて仕様を決めている。実際に、中国に導入予定のブースでは測定項目は 15 種類であるが、「ヒップ」と「ウエスト」の測定項目を追加してほしいという声もあがっているため、新たな測定法を考案中である。

主な研究開発の事業実績として、文部科学省地域イノベーション戦略支援プログラム（平成 19 年度～平成 23 年度）の受託研究で、システム LSI を用いた医療用高速・高精度ロボットシステムの研究開発を行い、画像処理に関する特許 5 件［特許第 4683395 号，特許第 5105379 号，特許第 5105380 号，特許第 5105381 号，特許第 5197729 号］を取得している。これらの特許を活用したシステム「AAD-VIRD」は製品化されている。

さらに、昨年度はものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援に採択され、経済産業省より補助金を受けながら、物流倉庫に快適な運搬を提供できる無人搬送車システムの製品化も行った。こちらの研究開発成果は、昨年度の第 14 回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストにおいてグランプリを獲得することができている。

図 11：AAD-VIRD

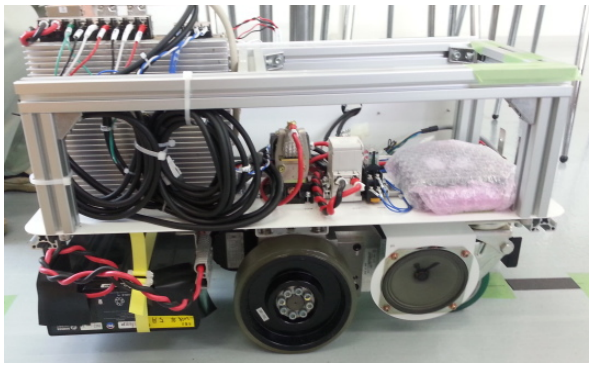


図 12：無人搬送台車

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

アジア各国が急速な都市化や高齢化の進行により増加している生活習慣病は、定期的な検診によって予防可能である。しかし、世界保健機関では 2030 年までに、世界の生活習慣病による死亡数が 5,500 万人に増加すると予測している。アジア地域の生活習慣改善意向は徐々に高まりつつあるが、医療機関・医療設備が不十分である実状がこのような背景のひとつの起因と考える。よって、将来的な超高齢化社会に備えて、世界中の誰もが平等に、より安心に、より幸せに、健康でいきいきと生活できる社会を作る必要がある。

これらの問題を解決するために私達は、医療の効率化・最適化を図るために、限られた医療資源を最適配分する本システムの開発を行う。そして、各種センシングデータから健康状態を解析し、重症化予防・生活指導により本来助かるはずの命を救いたい。

１０．売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （平成 28 年期）		第　2　期 （平成 29 年）		第　3　期 （平成 30 年）	
システム販売	（40%）	12,000	（40%）	40,000	（40%）	60,000
年会費	（　%）	150	（　%）	650	（　%）	1,400
ソフトウェア更新料金	（　%）	0	（　%）	3,000	（　%）	13,000
売上高計		12,150		43,650		74,400
営業外収益		4,000		0		0
必要資金		−16,500		−34,680		−53,520
経常利益(前年度分追加)		−350		8,970		20,880

（　　）内は粗利益率

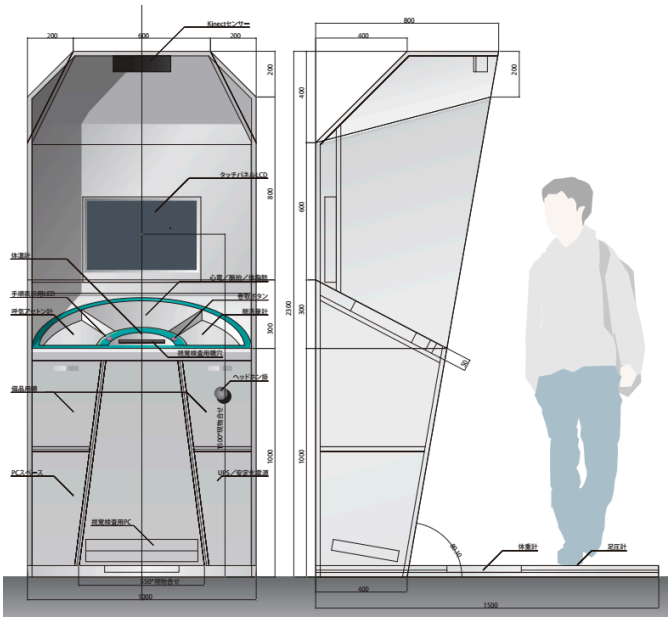
１１．資金計画

（単位：千円）

	必要資金	金額	調達方法	金額
第1期	人件費	5,400	営業外収益	4,000
	システム改良費	600		
	設備投資費	720		
	営業諸経費	1,380		
	事務所費	1,020		
	管理費	180		
	製造費	7,200		
第2期	人件費	5,400	売上利益	12,150
	システム改良費	1,200		
	設備投資費	720		
	営業諸経費	2,040		
	事務所費	1,020		
	管理費	300		
	製造費	24,000		
	法人所得課税	4,018		
第3期	人件費	10,800	売上利益	43,650
	システム改良費	1,200	前年度繰越金	4,952
	設備投資費	1,080		
	営業諸経費	2,760		
	事務所費	1,020		
	管理費	420		
	製造費	36,000		
	法人所得課税	9,352		

１２．**別　紙**　添付資料（カタログ・写真・記事）等

【Health Sensing System】

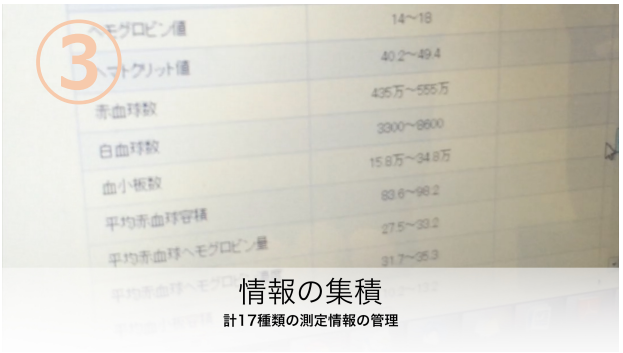


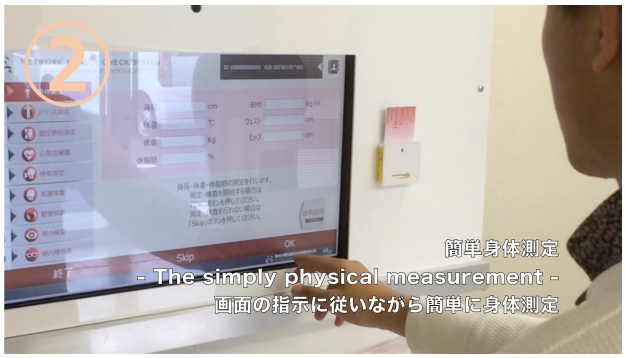
①	身長	⑨	血圧	A.	ストレス
②	体重	⑩	脈拍	B.	痴ほう
③	体脂肪	⑪	呼気		
④	体温	⑫	レントゲン		
⑤	気道	⑬	心電		
⑥	視力	⑭	血糖		
⑦	白内障	⑮	尿酸		
⑧	聴覚				

計17種類

全てのチェックを約15分以内で完了

〈 診断の流れ 〉





九州経済連合会長賞

発表番号７

第１５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　崇城大学	代表者名　白石美嘉
事業名　　地方創生マーケティング事業	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　地方にあるモノからその土地ならではを作る	

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

私たちは、熊本を活性化するローカルベンチャーです。各地に眠る地場資源を発掘し、新しい女子大生の視点で、企画・販売・マーケティングを手がけ商品化します。全ての商品が、女性による女性のための商品です。同じターゲットに継続的に商品提供していくことで、ターゲットである女性のライフタイムバリューを構築しつつ、永続的な取り上げた地場資源の産業の PR を行います。そうして、この商品を手に取ったお客様が自発的に熊本をブランディングしていく世の中をつくります。

２．ビジネスプランの具体的内容
（テーマ／商品･サービスの内容、着眼点、事業化計画、事業形態、事業の将来ビジョンなど）

第１弾として、スコッチウイスキーと並ぶ世界最高峰ブランドの「球磨焼酎」と「熊本産のフレッシュフルーツ」を使用した女性向けのリキュールを開発しました。

リキュールのデザイン

【テイスト】全て熊本産の果物を使っています。
・晩白柚　・デコポン　・いくり　・梅　・ヨーグルト（球磨の恵み）

【契約蔵元】

全蔵元様が熊本県球磨郡の伝統ある蔵元で、蔵元様ごとに個性ある味わいと香りが自慢の球磨焼酎です。

蔵名	合名会社　豊永酒造	常楽酒造　株式会社	株式会社　堤酒造	松の泉酒造　合資会社	合資会社　高田酒造
商品名	豊永の梅酒	特濃ヨーグルト　とろ～り	晩白柚のお酒	五久里	DEBESO
商品画					
住所	熊本県球磨郡湯前町1873番地	熊本県球磨郡錦町一武2577-13	熊本県球磨郡あさぎり町岡原南390番地4	熊本県球磨郡あさぎり町上北169番地1	熊本県球磨郡あさぎり町深田東756
度数	12%	8%	8%	12%	12%
原材料	本格焼酎・梅（人吉球磨産）・糖類	球磨の恵みヨーグルト(熊本県産)、本格焼酎、糖類、酸味料	本格焼酎【米、米麹】、果汁、香料	本格米焼酎・いくり・グラニュー糖	本格米焼酎・デコポン果汁・果糖
こだわり	・地元球磨の梅と米を使い、安心・安全 ・2年貯蔵で無濾過、無添加、無着色	・熊本県・球磨酪農農業協同組合「球磨の恵みヨーグルト」を100%使用 ・観光客に一番人気のリキュール	・果実の爽やかな甘さを活かし、甘味料は無添加 ・熊本県八代産の晩白柚を使用	・原料は、五和町産のいくりを使用 ・熊本県天草市五和町の「城河原地域づくり振興会」とのコラボ商品	・ミカンの花酵母を原料にした米焼酎と県特産デコポンの果汁を使用 ・デコポンのさわやかな香味が女性に人気

●着眼点

飲みの場が減少傾向にある中、ビールや焼酎の CM の影響もあり、まったりゆっくり自宅で会話を楽しむためにお酒を求める人が増え、SUNTRY が行ったリキュール飲用動向調査によると、男性よりも女性の消費が多い傾向にあります。そのデータをもとに家でゆっくり楽しめる落ち着いたデザインと女性向けのフルーツテイストに仕上げています。

●ビジネスプランの背景

有明海で海苔の養殖業を営む父の元で育った私は、幼い頃から、朝早く海に出て行く父の背中を見ていました。その生き様は信じられないほどの苦労と達成感に溢れています。しかし、生産者は、必ずしも経済的に恵まれた人ばかりではなく、それが故に後継者不足など問題が山積しております。自然と戦う毎日を受け入れ、食べる人のために毎日海苔を作り続ける父に、生産者に見合った対価が生まれるような将来を作りたい。そして、その思いは海苔だけでなく、地場資源全てに共通しています。地場資源の産業化によって曇り隠れていた本来の価値を光らせ、生産者を盛り上げたく、この事業を行うことを決めました。そんなモノから「**その土地ならでは**」をつくる。熊本に生まれた私たちにしかできない地方創生を行います。

事業化の計画（事業実施までの準備や、実施後の事業拡大計画を時系列的に記載）

2015 年　8 月	球磨焼酎蔵元（5 蔵元）と契約・商品開発開始、 Makuake（クラウドファンディング）と打ち合わせ開始、 デザイナー(archestra 中村さん)パッケージ会社（ダイケン株式会社）とデザイン企画開始
12 月	商品完成
2016 年　1 月	株式会社設立（資本金 1,000 万　崇城大学 100%出資） プロモーション活動（観光地・ホテル・BAR）
	Makuake（クラウドファンディング）プロモーション活動開始 熊本ホテルキャッスルと提携
3 月	焼酎と熊本産食材を使ったイベント開催 プロモーション活動（お中元・結婚式カタログ）
4 月	馬油コスメ開発 開始
8 月	馬油コスメ販売 開始
2017 年 10 月	自社ショップ開店準備開始
2018 年　3 月	自社ショップ開店

この事業は、2015 年 4 月から準備を開始しました。8 月には、球磨焼酎の蔵元 5 軒（合名会社豊永酒造、常楽酒造株式会社、株式会社堤酒造、松の泉合資会社、合資会社高田酒造）と契約し、熊本県産のフルーツを使用したリキュールを開発しました。また、現在、ボトル、ケースのデザインをデザイナーの archestra（中村）、パッケージ会社のダイケン株式会社（米川様）と進めており、12 月末に完成予定です。

商品化されたものは、まず顧客獲得のため、Makuake（クラウドファンディング）を通して、プロモーションと新規顧客の開拓を行います[1]。新規顧客獲得はさらに、ビックデータを活用し、熊本県内や九州圏内そして東京の空港や駅・物産館や百貨店・ホテルなどで販売するために、各業界に協力を図っていきます。

その後の成長フェーズで、地場資源の商品コンテンツを増やしていきます。具体的に地場資源の商品化 第２弾として、熊本の馬油を使ったコスメを販売していく予定です。第１弾の販路をフルに活用し第２弾も同様に大人女性をターゲットに販売していきます。

そして、拡大フェーズでは、自社商品を扱うショップを街中にオープンさせ、熊本のフラッグショップ（旗艦店）とする。その後、日本全国に取り扱い店舗を拡大、そしてアジア展開をしていきます。アジア圏からの観光客が増加している熊本は、こうして観光に訪れる前の顧客獲得がキーとなっています。このショップのアジア展開は新規顧客の獲得にもつながると考えられます。

---

[1] クラウドファンディングは、資金調達のみならず、商品のプロモーションにも大きな役割を果たす、新規事業のスタートをきる最適なインターネットサービスです。

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

１．デザインの力で、従来の地域特産品を魅力あふれる商品に変えます。

熊本には熊本らしいデザインがあります。その土地に住み、その土地で創作しているデザイナーとコラボレーションし、デザイナーの豊かな個性と、その土地の風土や環境から生まれるデザインによる、地域特産品のリデザインを行います。そこには、 新しい「地域特産品」の可能性を見ることができます。

２．魅力ある地域特産品をビッグデータを活用して販売します。

いくらいい商品を開発しても、必ずしも売れるとは限りません。特に、中小企業にとっては、新規分野への参入リスクはとても大きいです。データの裏づけなしにたくさん売れるだろうと期待して大量に製造した場合、売れなければ在庫の山を抱えて、経営に大打撃を与える可能性もあるのです。誰がどれくらい買ってくれるかを見極めて、需要予測の精度を高め、最適な量を製造して販売することがビジネスの成功には極めて重要です。

そこで、私たちは、まず地方自治体の持つビッグデータ（RESAS[2]）を活用して、販売します。その後同ターゲットに継続して販売を行っていくため、第１弾の販路、ターゲットとの結びつき方をフルに活用してデータを元により効果的な販売を行っていく。

[2] RESAS は各省庁や自治体の持つデータをマップ上に搭載し、多くの情報をマッシュアップしてデータ解析ができる地域経済分析システムです。

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

①　顧客

20 代～40 代の清純派女性

【特徴】

このターゲット層は、女子大生や OL など集団で行動することが多く、流行現象に敏感で集団内の「友達」と同じであることを好んでいます。しかし、一方で、自分は他の「友達」と違うということを小物や雑貨などで示す傾向にあります。

この層にリデザインした商品を継続的に提供し、ライフタイムバリューを構築していきます。

まず 20 代から 30 代前半の女性を第 1 ターゲットにし、女性社会の話題を作ります。また、女性はお酒のカロリーを考慮します。球磨焼酎（米焼酎）は日本酒やビールに比べ低カロリーでなおかつ様々な飲み方・味わい方に柔軟にアレンジできます。飽きない飲み方とヘルシーさは年代に問わず女性にフィットした商品です。

②　市場規模

第一弾

リキュール：339 兆円

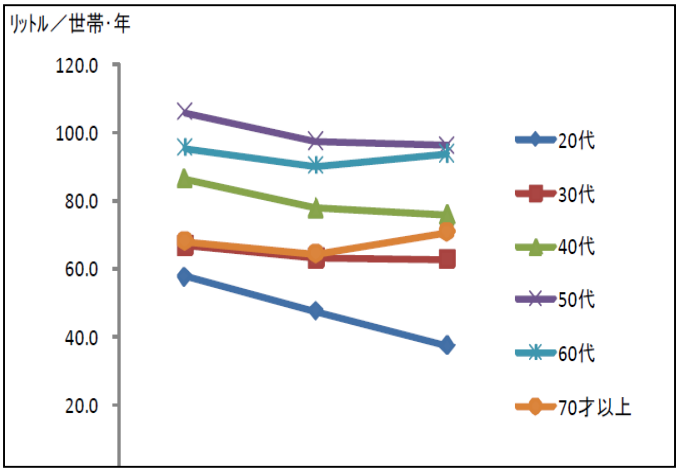
第二弾

基礎化粧品：202 兆円

③　市場動向

ここでは、第 1 弾として、販売する女性向けのリキュールの市場について述べます。

●世帯あたりの「酒類家飲み」消費量の推移

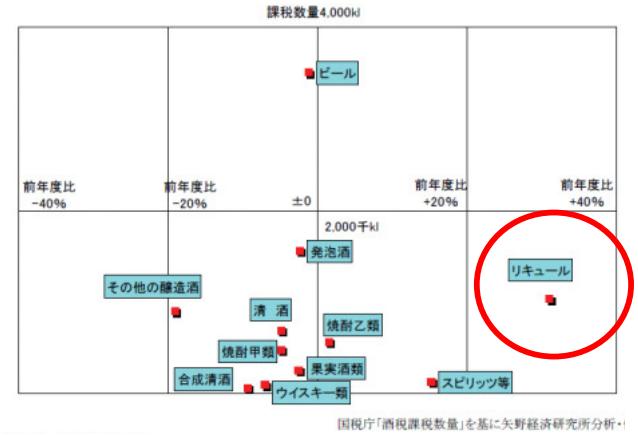


お酒を家で飲む人は、20～50 代で低下傾向が続いています。この消費量の背景には、「健康志向」や「低アルコール志向」による「若年層のアルコール離れ」が要因としてあげられます。

一方、私たちのリキュールは、原材料である焼酎に含まれる**美容作用**や、カクテルのような飲み方、**スイーツへの応用**など様々な味わい方ができるため、さらなる市場効果が期待できるといえます。

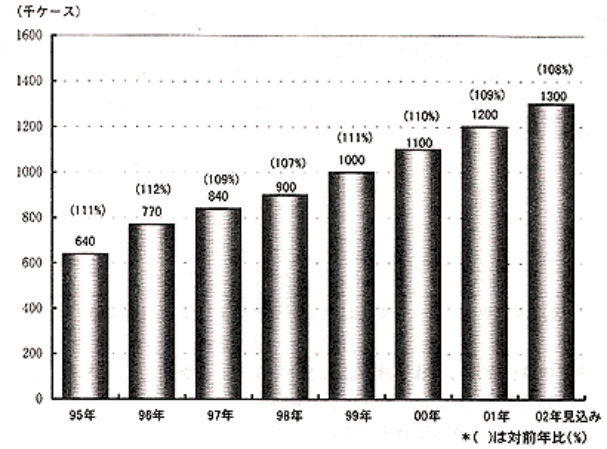
（総務省「家計調査年報」「国勢調査」より（株）日本政策投資銀行政策）

●前年度比による各酒類のポジショニング（2007 年度調べ）



さらに、左図のポジショニング（矢野経済研究所調べ）から分かるように、清酒やウイスキー類は減少しているのに対して、**リキュールやスピリッツ**が大きく出荷量を伸ばしています。

●輸入リキュール総市場販売数量の推移（サントリー調べ）



さらに、国内の輸入リキュール総市場は、95 年以降毎年対前年比 1 割前後の伸びを続けており、リキュール市場はますます拡大傾向が継続していくものと考えられる。

●焼酎・日本酒業界のおしゃれデザインボトル

また、私たちが販売する商品は日本酒業界に比べ、商品数が少ない焼酎業界である。
このように、競合が少ないことも強みである。

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

①　製品・サービス

ここでは、第１弾として、販売する女性向けのリキュールについて述べます。

球磨焼酎と熊本産フレッシュフルーツを掛け合わせた、女性が作る女性のためのリキュール

「KUMA ORRAQUA」

大人女子向けにスタイリッシュにデザインされた300ml の飲みきりタイプの米焼酎ベースリキュールです。球磨焼酎の蔵元 28 蔵から熊本産にこだわる 5 蔵を厳選し独自に契約をしました。球磨地方伝統の製法そのままに米と熊本産の果物から旨みをじっくりと引き出したリキュールは、焼酎＝オヤジのイメージを払拭する、女子大生らしいフレッシュな味わいです。米焼酎に抵抗のある女性・若者向けにカクテルにアレンジ可能なリキュールとしています。またパッケージは、球磨地方（SL 人吉）・球磨焼酎・果物をその土地らしく表現したデザインにしています。

【商品同封】
　商品と一緒に、パンフレット（ストーリーBook）と飲み方ガイドを同封します。
商品を手に取っていただいたお客様に球磨焼酎の魅力を最大限にお伝えし、蔵元の情報を載せることで、商品を通した熊本のブランディングを行っていきます。

②　価格

売値：1,000 円
卸価格　900 円

③　販路

事業拠点
本社：熊本市西区池田・・・・・・J 号館 1 階
販売エリア：熊本県を中心に全国及びアジア展開

④　プロモーション

商品化されたものは、まず顧客獲得のため、Makuake（クラウドファンディング）を通して、プロモーションと新規顧客の開拓を行います[3]。新規顧客獲得はさらに、ビックデータを活用し、熊本県内や九州圏内そして東京の空港や駅・物産館や百貨店・ホテルなどで販売するために、各業界に協力を図っていきます。

６．類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

地方創生が日本各地の地方で活発化していますが、未だこれといったロールモデルがないのが現状です。一方で地方には様々な地場資源が散在しています。この地場資源にフォーカスし、その土地らしさを創造していき地場産業を支え、時には新たに生み出していくことで、地方に経済発展と雇用、そして元気を取り戻していきます。熊本での実績をもとに日本全国の地方、そして海を越えた世界の地方を活性化する独自のノウハウを作り出します。

そして、この事業をする私たちの一番の優位性は、誰にも負けない熊本への地元愛です。地域に元気を取り戻すため、大学３年間私たちなりに活動を重ね、挑戦し続けてきました。

また、崇城大学のネットワークを利用することで、この地元愛を形あるものに変え、夢を現実のものにする環境も整っています。この３年間準備してきた、地方創生のこの事業は崇城大学のネットワークそして変わらない地元愛とともに本格的に走り出します。

７．事業実施上の問題点・リスク

衛生上の問題が考えられるが、製造・パッキングには関わらず、OEM 生産のため問題はない。商品のリデザインの企画やプロモーションといった製造以外に携わる。

---

[3] クラウドファンディングは、資金調達のみならず、商品のプロモーションにも大きな役割を果たす、新規事業のスタートをきる最適なインターネットサービスです。

８．この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

会社概要

商号：UNIT 株式会社（仮称）

設立：2015 年 1 月(設立予定)

役員

代表取締役　白石　美嘉

取締役　古賀　碧

取締役　中山　峰男（崇城大学学長）

監査役　高木　欣也（崇城大学事務局長）

顧問　　熊野正樹（ベンチャー起業論/博士(商学)（崇城大学総合教育センター准教授・起業部顧問）

中島厚秀（幻冬舎 元副社長）（崇城大学総合教育センター准教授・起業部顧問）

事業内容

・地方創生コンサルティング事業（UNIT）

・製造販売事業

・WEB 制作事業

免許：一般酒類小売業免許・通信販売酒類小売業免許　取得（2016 年 1 月予定）現在申請手続中

＊白石美嘉（崇城大学　生物生命学部　応用生命科学科　3 年）

実家が海苔の養殖業でブランドのある商品のプロモーションに興味がある。私たちの生活を支える、第 1 次産業への就業が若者の憧れとなる世界を作りたいと考えている。

＊古賀碧（崇城大学　生物生命学部　応用生命科学科　3 年）

球磨焼酎の産地 人吉・球磨地方の出身で、大好きな地元のように、もっと多くのステキ田舎を笑顔いっぱいにしたいと考えている。

２人とも崇城大学の学生として、大学教育の一環として、起業部に所属し、基礎的なマーケティングからトレンドなものまで学んでいる。また、各業界との強力なネットワークによってひとつひとつの地場資源に最適の方法で販売できる環境が整っている。

【各種ネットワーク】

・Makuake：クラウドファンディング最大手企業　担当　坊垣佳奈・菊地凌輔

・btrax：アメリカ・シリコンバレーの最先端ブランディング企業　など

【メンター】

・崇城大学総合教育センター准教授/博士（理学）　大嶋康裕

専門：「バレー技能の貢献度因子分析」[研究分担者]

└ビッグデータ解析の指導

・Draper Nexus　倉林 陽

・（株）日本総合研究所　シニアマネージャー　東 一洋

【蔵元】（熊本県球磨郡）
・合名会社　豊永酒造
・常楽酒造株式会社
・株式会社　堤酒造
・合資会社　高田酒造場
・松の泉酒造合資会社

【デザイナー】
archestra（建築空間・プロダクトデザイン）　一級建築士　中村 美奈子

【印刷会社】
株式会社ダイケン（熊本市）　社長室主任　河野 祐生・営業１部１課　米川 裕晴

【行政書士】
平田行政書士事務所　平田かつひろ

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

私たちは、女性起業家として、学生ベンチャーによる地方創生を実現します。
人口減少を食い止めるべく地域創生が国をあげて重要視されている昨今、各地でたくさんのプロジェクトが立ち上がっています。しかし、地方創生に重要とされる「わかもの」・「ばかもの」・「よそもの」の概念に左右され肝心な地域住民自身が、他力本願なところがあります。
わたしたちは、地場資源の産業化によって曇り隠れていた、地場資源本来の価値を光らせ生産者を盛り上げます。

１０．売上・利益計画

１月会社設立　事業スタート

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　１　期 （平成 28 年 12 月期）	第　２　期 （平成 29 年 12 月期）	第　３　期 （平成 30 年 12 月期）
売上高計	10,640	29,940	94,200
経常利益	1,000	7,200	32,150

１１．資金計画

（単位：千円）

必要資金	金額	調達方法	金額
初期費用	3,000	投資(大学からの出資 100%)	10,000
運転資金	7,000		
合計	10,000	合計	10,000

UNIT

地方創生マーケティング事業
ー球磨焼酎リキュールの開発と販売ー

会社概要

社名：UNIT株式会社（仮称）

所在地：熊本市西区池田4-22-1 J号館1階

資本金：1000万（崇城大学100%出資）

設立：2015年12月1日（予定）

経営陣
代表取締役：白石美嘉
取締役　　：古賀碧
取締役　　：中山峰男（崇城大学学長）
監査役　　：高木欣也（崇城大学事務局長）
顧問　　：熊野正樹・中島厚秀（崇城大学総合教育センター准教授・起業部顧問）

事業内容
・地方創生マーケティング事業
・製造販売事業

免許
一般酒類小売業免許・通信販売酒類小売業免許　取得（2016年1月予定）

UNIT

メンバー紹介

代表
白石 美嘉

出身：熊本県熊本市
専攻：生物生命学部　応用生命科学科

副社長
古賀 碧

出身：熊本県球磨郡
専攻：生物生命学部　応用生命科学科

クリエイティブディレクター
ナカムラミナコ

出身：熊本県阿蘇市
所属：一級建築士

建築空間デザイン
archestra　共同代表
デザインプロダクトNMd　代表

誰にも負けない**地元愛**

UNIT

プラン概要

各地に眠る地場資源を発掘し、
企画・販売・マーケティングを手がけ商品化する

01 データ解析・課題発見
02 地場資源の発掘
03 デザイン

UNIT

ターゲット

Q1: 年代

20代~40代清純派女性

Q2: 特徴

・流行現象に敏感で周りと同じであることを好む
・身に着ける小物や雑貨で差別化をする
・もちろん美容第一！✨

このターゲット層に一貫して商品を生み出し、
継続的な商品提供を通して
女性のライフタイムバリューを構築

UNIT

この事業に対する思い

30年前 **40** ▶ 現在 **7**

慢性的な後継者不足と
新規就業者の減少

UNIT

球磨焼酎

製品について

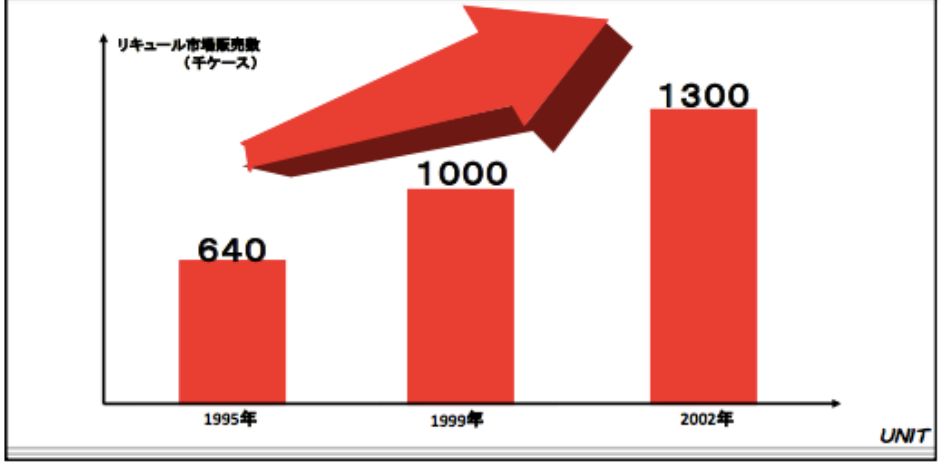
球磨焼酎×熊本産のフレッシュフルーツ

◆量：300ml/本
◆価格：1000円/本

UNIT

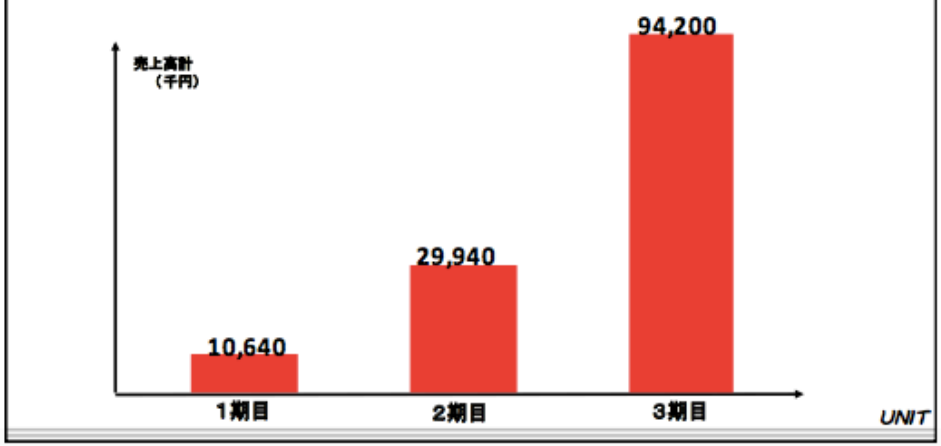
酒市場のポジショニングマップ

市場規模



事業化計画

収支計画



ビジネスパートナー

商品開発から製造、販売、発送までブランド力ある
ものづくりをサポートし、熊本らしさを直に感じる商品を提供します。

商品開発

蔵元

（名）豊永酒造
常楽酒造（株）
（株）堤酒造
（資）高田酒造場
松の泉酒造（資）

製造

デザイナー【中村　美奈子】

印刷会社【(株)ダイケン】

ボトル会社【池井硝子（株）】

販売

Makuake

城彫苑

黒川温泉

熊本ホテルキャッスル

発送

佐川急便

UNIT

ビジネスの独創性

地域特産品× デザイン

熊本にある熊本らしいデザインを
熊本のデザイナーとコラボしてデザイン

地域特産品 × ビッグデータ

★ニーズと発掘資源をデータ・独自のフレームワーク
から分析することで効果的に地場資源をプロデュース

RESAS

ソーシャル
グラフ

★地場資源にフィットしたターゲットを結びつけるノウハウの蓄積

★生産者と消費者の新しいコミュニティーの形成

UNIT

今後の展開

UNIT

８．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	二次審査 進出	コンテスト 進出
1		熊本高等専門学校 熊本キャンパス	制御情報システム工学科	3年	◎渡邊 裕起	熊本網羅	地図アプリを提供 移動手段の状況に適した道を示す(例:自転車で一番走りやすい道) アプリを100円で売る		
2		鹿児島国際大学	経済学部経済学科	3年	◎小西　里奈 西村　太甫 松本　智人 小原　舞子 若松　泰聖	子供の学習支援・補助を行うゲーム型アプリ：僕の成長日記	幼稚園から小学生の子供を持つ親と子をターゲットとした、子供の学習支援・補助を行うゲーム型アプリ。アプリを通じて、親は勉強して欲しい事（例：算数のドリルを2ページ進めよう）をクエスト形式で登録し、子供はクエストを行うことでインセンティブを得る。		
3		鹿児島国際大学	経済学部経済学科	3年	◎広瀬　祐人 山下　陽平 中嶋　奎弥 中村　瞬 橋口　良平	学生・主婦向けのタイムセール通知型アプリ	主婦層（及び大学生）をターゲットに、鹿児島県内のスーパーマーケットのタイムセール情報を、スマートフォンアプリを通じて通知し提供するビジネスである。このアプリは、家計への負担を減らすことで、人々の生活をより良いものにしていく役割を果たす。収益については、スーパーマーケットから広告料を月額料金で支払ってもらうほか、バナー広告をアプリ内に表示した広告料から得る予定である。	○	
4		佐賀女子短期大学	健康福祉学科　食物栄養専攻	2年	◎納富　智子	NU-MA （Nutrition Care for Mamas ママのための栄養ケアサービス 「にゅーま」）	①企業に、職場環境整備の一施策として、産前・産後の女性の健康管理のための栄養ケアサービスを提供するビジネスである。②女性が働きやすい環境の整備、企業の生産性向上、医療費の削減により社会に貢献することを目指す。③顧客企業及び利用者本人からの会員費により収益を得る。	○	
5		熊本大学 大学院	薬学教育部創薬・生命薬科学専攻 博士前期課程	1年	◎池田　真由美 異島　優 水田　夕稀	温泉美白化粧品ポリエスミンの開発	熊本を中心とした温泉を使った美白化粧品の企画・販売を行うビジネス。市販の美白化粧品よりも高い美白作用を有するため、肌色にコンプレックスを持つ女性を中心とした提供を企図している。様々な温泉とのコラボレーションが可能であり、温泉街や宿泊施設などでの販売が期待できるだけでなく、熊本の温泉観光の発展にも寄与出来る可能性をもつ。		
6		佐賀大学	経済学部経済法学科	3年	◎西田　恵 古賀 柊子 古賀 雅貴 堀江 勇人	夜道安全プロジェクト	佐賀市内でアンケートを取った結果、帰り道が暗く、不安に感じている若い女性が多いということが判明した。この問題は佐賀市だけでなく地方の地域にも当てはまる問題であるだろう。そこで、本事業ではアプリを用いた見守りサービスによって女性に夜道での安心を提供することを目的としている。 収益については、有料オプションや企業広告から得る。		
7		鹿児島国際大学	経済学部経済学科	3年	◎梅澤　航大 玉利　拓也 山下　耀博 上ノ園　圭 小門　祐誠	自然体験希望者と農家とのマッチングサービス	本事業は鹿児島南九州市を拠点とし、「学生」「U・Iターン希望者」「児童」に自然体験学習をしてもらうことを目的とした、自然体験希望者と農家とのマッチングサービスである。自社HPや、フェイスブックで団体が企画した自然体験イベントを告知し、参加希望者を募る。団体は、自然体験イベントへの参加費、収穫物の一部の販売、HPへの広告料によって収益を得る。若い層をターゲットとした自然体験学習を促すことで、地域活性化に貢献する。		
8		福岡女学院大学	人文学部現代文化学科	4年	◎青谷友香里 他20名	仮想株式会社TOWR（トール）	①製品展開は2点。A綱引競技を用いたチームビルディング研修プラン。教育関連や一般企業に販売します。B綱引関連製品。主にウエアーとシューズ。ウエアーはレディースに絞り、シューズは一般競技者と小学生層に販売します。 ②協働することの重要性が問われる現代社会、綱引を通じてチーム力を社会に醸成させることが目的です。 ③Aはセールス展開、BはEコマースにより収益を得ます。	○	○
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	◎芥川　瑠菜 中林　大輔 深澤　希一	英語アプリFamiliar	学生が英語での会話力を鍛えるためのもの。先生役の人と英語のみで会話やチャットを行う。事業開始時は共同提案者が留学経験者であるため先生役をする。コミュニケーションサイトと英会話教育を融合させたようなもの。アプリの広告や一部を有料化したり、知名度を上げ本などを出版することで利益をあげる。		
10		熊本高等専門学校	電子情報システム工学	1年	◎堀口 明浩 上山　了介 坂口　明駿	熊本県における地中熱仲介業サービス	九州には関東地方に比べて地中熱の割合が非常に低い．そこで九州にいくつか種類のある地中熱利用方法の適切な業者を紹介するビジネスである．これによってクリーンエネルギーに対しての意識を促進や環境保全などを目的としている．収益に関しては非営利組織として運営することを考えているが紹介した組織からの仲介料などによって運営に必要な分を得ることを考えている．		
11		熊本大学 大学院	自然科学研究科博士前期課程	1年	◎勝田　真弘	大人の自由研究	市販されている入手しやすい試薬を用いて大人の科学的に考える能力への啓発を行う。世間一般的に知られている化学反応やそれを利用した製品などを紹介、解説を行う。一つの現象に対して複数の視点から考察することの楽しさを感じてもらい、大人の理科離れを改善する。試薬を少量にまとめたキットや解説本などで収益を得る。		
12	プレテストとして本理論を活用したイベント・セミナーを過去1年間で4回実施。実現可能性について検証を重ねてきた。	九州共立大学	経済学部経済・経営学科	4年	◎大城　大	野球教室	①野球やソフトボールで上達したい小中学生に対して、自宅で復習し易い野球の基礎的な技術（バッティング、ピッチング）を指導する。 ②「親子で共に学ぶ」をコンセプトに掲げて、野球のことを良く知らない母親でもアドバイス可能な指導方法を学んで貰い、「落ちこぼれ競技者」を減らすことに貢献する。 ③第一段階では、年会費や月会費等の会費収入の他、教材販売、イベント収入等で収益を得る。		
13		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	◎山下　陽平 中神 楓子 田中　雅	観光補助アプリケーション	デバイス技術やそれに付随する通信技術が向上するのに伴って，スマートフォンやタブレットを持ちながら歩く外国人観光客が増えてきた．そして今後もその数が増えていくことが予想されている．我々はIoT(Internet of Things)と観光先で撮影した写真から，最適でかつユニークな情報を提供し同じ写真を撮影した人と感想を共有する．また観光情報の発信者となれるようなアプリケーションサービスを開発・提供する．	○	
14		熊本大学	薬学部薬学科	6年	◎今福　匡司 富永　結菜	質量分析を駆使した革新的な酸化ストレス解析法を基盤とする受託事業	血中タンパク質であるアルブミンの構造変化を質量分析により解析することで、病態の発症や進展を予測することができる。この測定を健康診断の検査項目に組み込むことで、普段は見逃されていた病気の予備軍を見抜くことが可能である。当事業では医療施設からの検体を測定し、収益を得るという受託事業を展開する。	○	○
15	製品開発段階	崇城大学	芸術学部　美術学科　視覚芸術コース	2年	◎鈴木　智也 後藤　みどり 佐渡山 祐介 安部 光法	次世代のパーソナルモビリティー【Hero Leg】の開発、販売	Hero Legとは両足に装着するパーソナルモビリティーである。重心移動をするだけで誰でも簡単に操作でき、より複雑で多彩なアクションが可能である。私たちは、ここからHero Legを使ったエクストリームスポーツ※の新市場を創造し、さらに、Hero Legをテーマにした、アニメ・ゲーム・コミック等のコンテンツビジネスの展開を構想している。 Hero Legでたくさんの人たちにワクワクした世界を届けたい。	○	○

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	二次審査 進出	コンテスト 進出
16		熊本高等専門学校	電子情報システム工学専攻	1年	◎濱本　章弘	地方・学生特化型コワーキングスペース（Co-working space）	地方の学生やアイデアを持っている人にコネクションを提供する。背景として私自身がトビタテ留学ジャパンで感じた「地方に住む学生が持つ情報の欠如」に危機を感じたからである。彼らに機会と情報を共有する場を与え、コミュニケーションを取ることで地方の学生などに活性化してもらうことがこの事業のミッションである。収益はサービス料の徴収から得る。		
17		熊本大学	工学部情報電気電子工学科	3年	◎若山　翔	障がい者支援ツール販売事業	視覚障がい者や盲学校の機関に視覚障がい者の方々を支援するツールを有償で提供を行う。大学のボランティアサークル活動の一環として開発・製造を行うため、人件費を考慮せず、開発費・製造費でかかった費用分の低価格で提供することが可能となる。そのため、大きな収益は求めずに開発が持続可能な程度の収益を目指して活動を行っていく。ビジネスというよりも、ボランティアの一環であると考えた方が当てはまる。		
18		崇城大学	工学部ナノサイエンス学科	1年	◎谷村　祐哉 川口　晴香	次世代型スマートエントランスシステム『Good Morning』の開発と販売	世界中の玄関をスマートに！『Good Morning』が変える、世界の朝。「ものづくりとインターネットの力で家の中をもっと便利に、楽しくしたい」そんな想いから生まれたのが「Good Morning（スマートエントランス）」です。あらゆる玄関をスマートハウス化することにより、あなたの朝が劇的に変わります。便利で楽しいこれからの暮らしが始まるのです。私たちはスマートな玄関と好奇心で広がる可能性を応援します。■商品・サービス　私たちがつくるのは全く新しいイノベーショングッズ。その日の体重・天気・ゴミ出しの情報そして忘れ物を、踏むだけでチェックできる玄関マットの開発と販売を行います。傘をついつい忘れてしまう人、体重計に乗るのが怖い女性、朝忙しくバタバタする人。そんな人達をたった一踏みで救う、この画期的な商品が『Good Morning』です。		
19	2015年11月1日　会社設立・事業開始	崇城大学	生物生命学部応用生命科学科	3年	◎白石　美嘉 古賀　碧	地方創生マーケティング事業	私達は、熊本を活性化するﾛｰｶﾙﾍﾞﾝﾁｬｰです。各地に眠る地場資源を発掘し、新しい女子大生の視点で企画・販売・ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞを手がけ商品化します。全ての商品が女性による女性のための商品です。同じﾀｰｹﾞｯﾄに継続的に商品提供していくことで女性のﾗｲﾌﾌﾀｲﾑﾊﾞﾘｭｰを構築しつつ永続的な取り上げた地場資源の産業のPRを行います。そうして、この商品を手に取ったお客様が自発的に熊本をﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞしていく世の中をつくります。	○	○
20		九州情報大学	経営情報学部経営情報学科	3年	◎遠藤　鉄弥 村上　百恵 コウ・ブンコウ	中国人観光客向けの日本製品販売	このビジネスプランは、福岡へ「爆買い」をしにやってくる中国人観光客に対して、より手軽で、効率の良い「爆買い」ができるように、今までにない方法、手段を提供して、観光がより良いものになるように、私たちはお手伝いをさせて頂きたいと思います。なお収益は、冊子の掲載費により収益を得ます。		
21	材料製製造以外は机上で考えた段階	大分大学 大学院	博士後期課程	1年	◎浦末　卓弥	ナチュラル・ワールド	紙や綿繊維の端材，廃材や放置林などに投棄されている廃木材からプラスチック製品への添加剤および原料の製造を行い，天然由来のプラスチック製品を製造し，販売する． 本来，廃棄される原料を有効利用することでゴミ問題などの社会問題の緩和につながり，なおかつ極めて低原料コストで従来の添加材の代替として販売し利益を得る．		
22		崇城大学	生物生命学部応用微生物工学科	1年	◎甲斐 万紀子 平田　竜一 宇都 冬之助	IoT対応型水耕栽培キットの販売事業 / 商品名「Aina」	皆さんは本当の野菜のおいしさを知っていますか？私たちは知っています。特にプランの提案者である甲斐が育った清和村は、地下水と高冷地が作り出すおいしい野菜が有名で、何より甲斐自身がトマト農家の娘です。甲斐は実家で身につけた技術を使い野菜のおいしさの差をなくしたいと考えていました。そこで私たちは、トマト農家のノウハウを生かした栽培キットを販売することで、新鮮な野菜の美味しさを知っていただこうと考えています。さらに水耕栽培にすることで天候に左右されず、誰でも簡単に無農薬野菜を作ることが出来ます。また、インテリア同然のデザインにすることでお部屋の雰囲気を壊すことなく、気軽な自給自足の生活の第一歩をお届けします。		
23		崇城大学	生物生命学部 応用微生物工学科	2年	◎松田 大輝 池園 友梨 桑原 妃皇 岩井 蘭子	本物のフルーツ豆乳スムージー専門店＜Soy Deli＞	① ターゲットは健康面に気を使っている大学の教職員、親が子供の健康を心配している大学生を中心に熊本の素材を活かした豆乳スムージーをミールクーポン形式で定期購入してもらい販売・提供します。 ② 健康・美容の面で興味を持ってもらい、栄養が偏りがちな大学生、教職員に豆乳を飲むことで栄養を補うことができます。 ③ ミールクーポン形式で販売するので事前購入してもらい、豆乳スムージー（クーポン）の売上を収益とします。学生への販売は子供の健康を気にしている保護者からクーポン買ってもらいます。		
24		佐賀大学	理工学部機能物質化学科	4年	◎中村 駿介 近藤 美咲 藤瀬 清貴	衣類用乾燥促進剤の開発	洗濯後の衣類に乾燥促進剤をスプレーすることで通常時より乾燥にかかる時間が短縮できる商品を提供する。化学の知識を活かして、安価で無害な材料を選定し商品を開発することが我々の役割である。主たるターゲットはビジネスホテルに宿泊しているサラリーマンであり、ビジネスホテルの各客室においてもらえるような商品を目指す。ビジネスホテルへの販売にて収益を得る。	○	○
25		崇城大学	薬学部薬学科	1年	◎川口　晴香 野口 雅貴	「既存の技術の融合で、新しいものを生み出す事業」	私たちが提供するのは、血圧・脈拍・体温すべてを簡単に測ることのできる腕時計型デバイス。最大の特徴は、「アナログの腕時計」であることです。Applewatchのように画面が変わるような最先端のものではありません。昔ながらのアナログ時計に、バイタルサインがチェックできる機能をつけます。測った数値は別の端末に表示します。腕時計に表示することはしません。「MedicalWatch」は、在宅療養している方、60～70代の高齢の方をターゲットとします。病気の人はどんなに元気にふるまっても、医療機器を使うことで「自分は病気なんだ」という意識を持ってしまいます。「MedicalWatch」は、そんな人達のサポートをするためのスマートデバイス。アナログ時計はどんな人にもなじみがあり、また医療機器を感じさせないデザインです。「病は気から」ということわざがある通り、人間は気持ち次第で体調も変化してしまいます。しかし「MedicalWatch」を使えば、気持ちがしずむことはありません。		
26		九州工業大学	工学部総合システム工学科	3年	◎青木 啓一郎 坂口 和史 長友 秀樹 平岡 郁人	モーションキャプチャで遠隔操作する人型ロボット	噴火、台風、地震・・・治安的には世界一安全な国と言われることの多い日本だが、世界有数の災害大国であることは否定できない。さらに、これからも災害は続き、増える可能性もある。大きな災害があった場合、復興や救助を行っていく必要がある。しかし、復興や救助を行っていく過程で簡単には入れない危険地帯、人の力では不可能な活動を行わなければならない場合がある。このような時に、作業するロボットや装置をKinectと言うデバイスと組み合わせることで作成していく。		
27		大分県立芸術文化短期大学	造形専攻科	2年	◎尾崎　勝也	Molded plywood spring clogs TALARIA	10代後半から30代までの若い男女を中心に、ファッション性と機能性を兼ね備えた独特なフォルムで、日本の風情を醸し出しつつも現代人の感性をくすぐる新しいカジュアルクロッグ「TALARIA」を、提携店舗と提携ネットショップに限定して販売します。 造形を学んだ私が、靴・デザイン業界の先輩の助言を受けて実施するニュービジネスです。	○	○
28		熊本大学 大学院	自然科学研究科 機械システム工学専攻	1年	◎山本 健太 徳田　誠 竹平　裕	レンタルファッションサービス	旅先に合わせた服装、普段では着られないような華やかな衣装、お望みの自分に変身できる衣装のレンタルサービスを提供いたします。お客様は手軽に気軽に旅行をより楽しむことができます。顧客とホテル・宿泊施設と既存のファッションレンタルサービスとの仲介役を私たちが果たし、仲介料で収益を得ます。		
29		長崎大学	経済学部総合経済学科	3年	◎末継 直人	農家と消費者をつなげるネットショップ「花ナビ」	このビジネスはたくさんの人に花を、ネットショップを通じて販売します。しかし、ただのネットショップではなく、農家と消費者を直接つないだものとなっています。農家と消費者を直接つなぐことにより、鮮度の高い花を低価格で消費者のもとに届けることができます。		
30		崇城大学	生物生命学部 応用生命化学科	3年	◎堤　和紀	暗闇が覆う夜を昼のように明るい場所に変えるメガネの販売を行う事業	『ムーングラス』は、外界の光を精密に検知し、わずかな量の光でさえ増幅しコントロールすることで、夜でも昼のように見ることができる最先端のメガネです。『ムーングラス』は操作不要で自動であなたに合った光量を調節することができ、これまで、闇夜に外出することのできなかった人たちは、気軽に外へ踏み出すようになります。夜の暗闇を昼のように見える明るい世界にし、より便利で安心感のある暮らしを、『ムーングラス』はご提供します。		

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	二次審査 進出	コンテスト 進出
31		北九州工業高等専門学校	専攻科 生産デザイン工学専攻	1年	◎三浦 優希子、池畑 有佳、ナイヤンポリテクニック国立専門学校（シンガポール） Yu Zhi Gang 他9名	人と共に生きるロボット Maycir(メイシャ)	近年の急激な高齢化により全国には 52 万人以上の特養老人ホームの待機老人がいる。この高齢化による問 題は非常に身近な問題である。私たちは、このような問題を解決するために人と共に生きるロボット(Maycir)を開発した。事業収益は、個人・施設への本体販売およびレンタルにより得る。よって Maycir は、長期的に高齢者およびその家族に「安全・安心・快適な生活」を実現する。	○	
32		長崎大学	経済学部総合経済学科	3年	◎松本 龍也 徳川 哲之介 東 正彬	コミュニケーションカフェ	このビジネスプランでは、主に大学生をターゲットにして「サードプレイス」の概念に則り、居心地よく簡単にコミュニケーションができる場所をカフェスタイルで顧客に提供するビジネスであり、またこのプランでは大学生のコミュニケーションの向上、人間関係の希薄化の防止が見込める。		
33		大分大学	経済学部経済学科	3年	◎坂井 友洋	総合Q＆Aコミュニティ Cloud Answer	①このビジネスプランでは幅広い層が使えるQ＆Aサイトを運営する。 ②従来のQ＆Aサイトと大きく異なる点として、質問者・回答者への広告収入の一部還元、報酬付き質問機能が存在する。この従来にない二つの機能で社会全体での知識の共有化をさらに進めることができる。 ③収益はサイトに掲載する広告費を主とする。		
34		北九州工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	1年	◎秦 裕貴	バトルボット	外国人観光客をメインターゲットとし，ロボットを操縦してサッカーをさせて楽しむ体験型ロボットアミュ ーズメントを提供する．当方のメカトロ技術と設計技術を活かして，激しくぶつかっても壊れないサッカーロ ボットを製作する．上記により福岡県，特に北九州の交流人口増加と観光振興を目指す．収益はサッカーロボ ット利用料により得る．	○	
35	技術的には実際確認済み。その他は机上の段階。	大分大学 大学院	工学研究科 博士前期課程	1年	◎志摩 優太 渡邉 太喜（工学研究科 博士前期課程2年） 加古 新（工学部4年）	分子組織化技術の汎用化による製品開発と事業展開	色彩の変化は，注意を惹きつけ，危険を知らせることを視覚的に知らせる重要な役割を果たす．色彩の操り方は日常生活，医療福祉などのさまざまな分野で活用可能である．本事業では，色彩変調が容易な感応性材料（自社開発した新規液晶染料）を用いた製品の企画・開発・販売を行う．素材商品の提供および製品販売によって収益を得る．この事業は子供から大人までの幅広い年齢層を対象とし，安全・安心で快適な地域社会の創生に貢献する．	○	
36	企業と共同開発中	北九州工業高等専門学校	専攻科 制御工学専攻	2年	◎木津 祐太郎 穴井 達	健康管理モデル －Health Sensing System－	世界的な高齢化進行と医師不足により、限られた医療資源で効率的な健康管理システムが現在から将来にかけて求められている。我々は、ICT を活用した健康管理モデルを提供し、遠隔医療の確立と先進医療の国際連携サービスを実現する。主たる収益 はシステムの販売とソフトウェアの更新料によって得る。	○	○
37		長崎大学	経済学部総合経済学科	3年	◎南里 明香 原田 加奈 野口 拓弥	SCC(スーパーチルドレンクラブ)	これは、小学生に学校内で、朝は朝食を提供し、放課後は学童をするビジネスである。学校内で行うことで、子ども安全面を確保するほか、低予算でビジネスを行うことができる。朝忙しくて朝食を作れない親や、夜遅くまで仕事している親などの負担を軽減する役割を果たす。	○	
38		崇城大学	工学部機械工学科	1年	◎上野 史朗 野口 雅貴 鈴木 智也 後藤 みどり	トライクの開発・販売事業	トライクとは、三輪型のバイクです。従来のトライクの鎧を背負っているような重たい走りは、もうやめだ。私たちはドライバーと車体が一つの塊となり、”走っていてかっこいい”トライクを作ります。簡単にいうと、メイドインジャパンの高品質なトライクを50代向けに販売し収益を得ます。時代のニーズに答え、トライク業界発初のEVとしてワイルドでありながら環境に優しいトライクでもあります。こだわりを持った大人の乗り物となり、オーナーの第三の居場所となります。 販売店を構え、顧客がお気に入りの１台にできるようなカスタマイズを探せるお店にします。	○	
39		近畿大学	産業理工学部経営ビジネス学科	3年	◎豊福 徹 森山 成美 長尾 遥	廃校を利用した高齢者のための娯楽複合施設	このビジネスは、地域コミュニティの核でありながらデッドスペースと化している廃校を利用して、元気だが時間を持て余している田舎の高齢者に出会いの場及び趣味や生きがいを提供するサービスシステムをパッケージとして開発し、他地域に販売・指導する。私たちは、モデル地域で基本パッケージを開発するとともに、廃校を抱える他の地域に販売し、その運営を指導する。収益源は、基本施設では施設利用者からの施設使用料及び出店者からの出店料、ならびにそのパッケージの販売収益とする。		
40		鹿児島大学大学院	理工学研究科博士前期課程	1年	◎下長 奏介	外国人旅行客向けの観光情報提供サービス	このビジネスプランは年々増加する訪日外国人に向けて，現地の観光情報をSNSを用いて外国人観光客に提供するサービスである。これにより，言語の壁により煩わしく感じる観光情報リサーチをスムーズにするとともに，地元発信ならではの情報を提供することでリピーターや新規観光客を増やすこと目的としている。		
41	考案した商品をNHK大阪放送局主催のファッションショーおよび同局番組内で発表済み	九州国際大学	国際関係学部国際関係学科	2年	◎松本 健一郎 穴井 祐汰	車いすの新郎向け婚礼衣装を用いたハイブリッドビジネスモデル	本事業は車いすの新郎を対象に、障害の種類や程度にあわせて製作する新郎向け婚礼衣装の「オーダー受注販売」と、婚礼用に開発する昇降式電動車いすの「レンタル」業務、そして、車いすの新郎向けに安価で婚礼衣装を共有する「シェアリング」業務からなる。主力商品である婚礼衣装「タキシーマ」は独自に開発した。	○	
42		崇城大学	芸術学部デザイン学科	1年	◎大西 崇仁 藤波 亮太 米丸 幹泰	IoT技術を取り入れたデザイナーズペットハウス「ワンダフル」の開発・販売事業	「ワンダフル」がつくるペットと人の理想の環境 IoT技術を取り入れたデザイナーズペットハウスを提供するビジネスです。「INNpet」の大きな役割は、旅行や仕事、病気にかかった時ペットが恋しくなったり、ペットの様子が心配になったり、ペットにも良い環境で過ごさせてあげたいと思う人が「いつ、どこにいても」スマホ一つでペットの様子を確認できるサービスを提供できることです。		
43		熊本大学	法学部	4年	◎吉村 鴻大郎 呉花 楠 池田 真由美 平井 里奈 赤嶺 ほのか	熊本イスラム交流事業 iHALAL	日本に留学、ビジネスまたは観光のために訪れたムスリムにハラル対応商品、飲食店、その他施設・サービス情報を掲載したWebコンテンツ、並びにスマートフォン対応アプリケーションを提供する。イスラム教徒に対応する上で最も基幹的な部分として挙げられる英語表記は、ムスリムだけでなく大多数の外国人観光客にとって有益な提供となる。そこで私たちが果たす役割はコンテンツ充実のための情報収集、アプリケーション開発である。そのために私たちは、ハラル対応を象徴する「HALAL friendly」ステッカーを作成し、それらを周知させることでハラルに対する取り組みを活発化させ、九州新幹線の縦のラインにおけるハラル対応や英語表記に意欲的な地方自治体および企業、飲食店による広告収入を得ることを想定している。	○	
44		佐賀大学	経済学部経営学科	3年	◎肝付 真優 大谷 浩輝 野村 海智 藤原 海鈴 吉武 詩織	非日常的な経験を通して子どもに楽しく学んでもらう事業	①このビジネスプランは、子どもたちにはタブレット等を使用した「非日常的な経験」、その保護者には「子どもたちがICT機器を使用する不安の解消」をイベントの実施を通して提供していく事業である。 ②私たちがこのビジネスで果たす役割は、そのような場所を創り提供することである。 ③事業収益はイベントを重ねる中で生まれたノウハウや知識の蓄積を商品（例：知育玩具）として販売および参加費用を主な収益とする。		
45	企業名：Firstpage合同会社（長崎県南島原市深江町）	東京農業大学	国際食料情報学部国際バイオビジネス学科	3年	◎大平 凌 水島 大樹（熊本学園大学） 生駒 大地（熊本大学）	Agriculture Education Service (AES)	島原半島には１年間を通して沢山の修学旅行生が来る。彼らは実際に農家に宿泊し、2泊3日で農業を体験する。そこで行政、学校、農家との連携をはかり、専用のWebを通して毎日自分が種をまいた農作物の成長過程を写真付きでアップロードしていくサービスを提案する。そうすることによって、種をまいてから収穫までの農作物の成長過程が理解できる。このサービスを、生徒1人あたり1,500円で提供する。		

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	二次審査 進出	コンテスト 進出
46		西南学院大学	商学部経営学科	3年	◎竹本　康太 藤丸　朋己 木村　尭弥 池上　尚汰 久木田　亘（くきた わたる）	バショトリ！！	私たちのビジネスモデルは、花見や花火大会などの場所を取りたいけど時間のないなどの理由で、ほかの人に頼みたい時、代わりに場所をとってもらうサービス。依頼は1件につき1000円から承る。そしてこのビジネスモデルは、忙しい人にとっての革新的なサービスです。		
47		西南学院大学	商学部	3年	◎井上 遥葵 神代 恵理 野田 みかこ 鶴田 早紀 高尾 知恵	らくらくバイト探し	アルバイト求職者に職を、企業に人材をネット上のホームページサイトを通して提供するビジネスである。一覧に表示されるバイト先から求職者は自分に合ったバイトを見つけられ、また同じように企業も一覧に常時される人材から企業にあった人材を見つけられる。求職者、企業側双方の悩みを解消するのである。求職者、企業双方からこのサイト登録料を集めること広告料から収益を得る。		
48		大分大学	経済学部経営システム学科	3年	◎眞嶋　曜 中頭　麗奈 張　凱林 毛利 早希	「Short.Cut.com」	①学生、家事や子育て中の主婦、高齢者、正規雇用としての仕事はあるが別の仕事を経験してみたい人を対象に、彼らの生活の中での30分から3、4時間程度の隙間時間を活用してできる仕事をスマートフォン上で仲介するビジネスである。働く側は自分の好きな時間に働くことができ、求人側は必要な時に人手を素早く調達できる。当事業は企業の一時的かつ緊急な増員の為のスタッフ募集や一般家庭における30分から3時間程度の仕事と隙間時間を活用して働きたい人にPC上、スマホ上でオンライン仲介するビジネスである。 ②求人情報と求職情報の収集、データを検索するシステムの開発と管理が主な業務である。 ③求人側からの仲介料とサイトへの広告料が主な収益である。		
49		長崎大学	経済学部総合経済学科	3年	◎谷　聖菜 光山　由梨	パパ×スク！	このサービスは普段仕事で忙しく、両親学級や父親学級に通えない男性のために、育児について自宅で学ぶことができるネット配信型の父親学級である。これにより、男性の育児参加を促すことで夫婦間のギャップを最小限に留め、ひいては女性の社会進出を促すことを目的とする。収益は主に通信料と広告料で賄う。		
50		佐賀大学	経済学部経済学科	3年	◎古場　望 浦本 和司 森田 鈴奈 山本 一輝	GISとAHPを併用した効率的な広告・宣伝方法の提案事業	我々が佐賀のコミュニティビジネスの拠点と考えている中心市街地に位置し、ミニシアターとカフェの機能を持つミニシアター・シアターシエマさんに対して、大学、駅、県庁において広告を実施しどの地点における広告効果がもっとも高かったかをデータ化したものを提供し、新しい層の顧客の創出に貢献する。このビジネスで果たす役割としてはシアターシエマさんのビジネス展開をサポートする形を考えており、このビジネスで新しい層の顧客を創出し、シアターシエマさんとその周辺地域に経済的効果をもたらす事ができると見込んでいる。		
51		西南学院大学	商学部経営学科	3年	◎佐藤　仁彦 中村　理人	Time Share	普段の生活の中で無駄な時間や自分の特技を活かしたい。また、短時間で小遣い稼ぎをしたい。そんな悩みを解決してくれるサービスです。普段の生活にある需要と供給をマッチングしてくれます。自分が提供できものや協力してもらいたい時に相手を探し、いい人を見つけたら連絡を取り、場所、日時、金額（30%仲介手数料）を決めマッチング成立するサービスです。		
52		大分大学	工学部 応用化学科	3年	◎大橋　真美 清水 阿理沙 関　美穂 梶原　希 諏訪　直人	マテーリアルズ・テーラーメイド・アセンブリー	本事業では，子供から大人までを対象とします．地域産品を利用した生活に密着した製品の量り売りを行うことで，個性豊かな生活の実現を目指し，パッケージの削減などによって環境負荷低減に貢献します．同時に，自分で考え，カスタマイズすることの楽しさを多くの人々に伝えます．個人およびホテル・旅館などを対象として収益をあげます．		
53		北九州市立大学	マネジメント研究科 マネジメント専攻		◎上玉利　好和 鈴木　智弘	育綿プロジェクト	当ビジネスは、耕作放棄地を有効活用することで、ファッションに関して興味のある顧客に対して、綿花の栽培から、糸、布を作っていく中で、地域活性に寄与するビジネスである。通常の農作物を栽培して売るという「モノづくり」から、人間生活に必要不可欠な「衣」にフューチャーし、布製品ができる過程を顧客に参加してもらう「コトづくり」と考え、その経験価値を提供していくものである。	○	
54		福岡工業大学短期大学部	ビジネス情報学科	2年	◎中村　優一 川口真未 濱田佳世（福岡工業大学） 戸部田貴裕（福岡工業大学） 田中弘祐（九州大学）	来福観光客向けのアプリ提供とビックデータ活用による福岡の観光活性化計画	訪福される外国人観光客に向けて観光情報を提供するアプリを作成。そのアプリによって得られた位置情報や国籍等のデータをビックデータ化し、解析した結果を旅行会社等の関連会社に提供する。利益は解析結果の提供料やアプリ内の広告費、アプリのアップグレード課金収入で得る	○	
55	大学、企業と共同で開発中	北九州工業高等専門学校	制御工学専攻	2年	◎奥村 康平 沼田 英也 福田 静生 Thanakorn Malikow	機能追加型高性能ボール -SLAGE（スレイジ）-	近年、国内のテーマパーク入場者数は増加傾向にある。それに伴い、園内が混雑し様々な問題が発生してい る。本事業では、ICT 機能を搭載したSLAGE の提供により、テーマパークの抱える様々な問題の解決及び効率化を図る。事業収益は SLAGE、ソフトウェアの販売、カード発行、システムメンテナンスにより創出する。	○	
56	既に起業したベンチャー企業内で新事業を起ち上げる段階	九州工業大学大学院	生命体工学研究科 生命体工学専攻 博士後期課程	1年	◎堀　航	AirMaze	「いつもの街を迷路に」という新しい体験ができるAirMazeは，体験型イベント用の次世代ツールである．本事業ではシステム開発（スマートフォンアプリ作成，カスタマイズコンテンツ作成）を行い，フェスティバルや街コン等の多人数イベント開催者に対しレンタルを行う．主な収益はシステムのレンタル料で，各種コンテンツのカスタムを請け負うことでも収益を得る．	○	
57		熊本大学	工学部機械システム工学科	3年	◎西島　雄大	大学の短期聴講体験	私が考えているビジネスプランは、大学進学を考えている高校生や日本への留学を考えている外国人向けの、授業の聴講と宿泊施設の提供です。現在空き家や空きアパートが多く見られますが、それらの物件を宿泊施設として活用することで、その問題も解決する事が出来ます。また、家やアパートに実際に宿泊することで、大学進学時の１人暮らしの体験もできます。		

起業プラン大募集!!

～あなたのSTART−UPを応援します～

15th From university VBPC Support of universities for university-originated ventures 2015

ベンチャー・ビジネスプラン コンテスト

第15回 大学発

募集対象者

起業を目指す、または既に起業している九州内の専門学校、高専、短大、大学の学生・院生・研究者等（留学生も含みます）。

募集テーマ

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。

募集期間

2015年6.29(月)-10.5(月)

■コンテスト開催日時
平成27年12月18日（金）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

グランプリ副賞30万円！

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

「グランプリ」と「九州経済産業局長賞」の受賞者は全国大会へ出場！

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

第14回（前回）助成・協賛企業等 一覧

九州地域産業活性化センター、経営者顕彰財団
池田工業、石村萬盛堂、井上喜、ＮＴＴドコモ、大分銀行、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、風月堂、福岡銀行、福岡商店、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　（協賛企業 50音順）

ビジネスプラン作成の支援をさらに充実!

- ビジネスプラン作成勉強会を開催
- HPでビジネスプランの書き方、考え方を紹介
- 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

大学発VBPC　検索

【お問い合せ先】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/

第15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、九州内の専門学校、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27年6月29日（月）～10月5日（月）**

■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。または事務局まで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＞（daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp）へ電子メールで送信してください。

■応募の留意点
①特許権などの知的所有権に関しては応募者に帰属しますので、各自で法的保護をしてください。他人の知的所有権を侵害しないで下さい。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。

審一次　書類選考（10月下旬予定）

審二次　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30万円）　1点
九州経済産業局長賞　（副賞10万円）　1点
九州経済連合会長賞　（副賞　8万円）　1点
優秀賞　（副賞　5万円）　数点

日時　**平成27年12月18日（金）13:00～19:00**（交流会を含む）
会場　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」へ出場！！**

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 3F　303 号
E-mail daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp
TEL 092-771-3097　FAX 092-721-6288
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、熊本市、
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

８．キャンパスベンチャーグランプリ全国大会 結果報告

「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」報告!!

3月10日、大学･大学院･高専･短大･専門学校の学生のための、国内最大の新事業のビジネスプランコンテストである「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」が東京の霞山会館で開催された。九州からは、大分県立芸術文化短期大学 尾崎さんと、熊本大学 今福さん（代表）の2組が出場。残念ながら受賞にはいたりませんでしたが、堂々たるプレゼンで高評価をいただきました。

受賞名	代表者　氏名	大学名	プラン名
ビジネス部門大賞 経済産業大臣賞	芳本　大樹	立命館大学	ICTを利用した認知症予防教室「まなびや」
テクノロジー部門大賞 文部科学大臣賞	葦苅　晟矢	早稲田大学	昆虫飼料活用による食糧循環型システムの確立
MIT賞／日刊工業新聞社賞	高橋　庸平	宇都宮大学大学院	イチゴソムリエによる「Kanjuku-Ichigo」のブランディング事業
審査委員会特別賞	松下　　健	名古屋大学大学院	Re：ACT「大学講義に変化を起こすアプリケーション」
	瀬尾　敦生	弓削商船高等専門学校	SmartAIS　−小型船舶の安全な航海を支援するシステム−
	正木　悠介	岐阜大学	広告機会の創造と認証機能を兼ね備えた新しい認証方式

尾崎さんのプレゼン

尾崎さんのTALARIAを手にする審査員の皆様

他校の出場者からも注目を浴びたTALARIA

今福さんのプレゼン

今福さん、各務審査委員長との質疑応

日刊工業新聞社 井水社長と記念撮影

発表者記念撮影（九州代表の2名含）

特別講演
講師：日本テクノロジーソリューション㈱　代表取締役社長　岡田 耕治氏。講題：「ビジネス実践に必要なアントレプレナーシップとは」。
講師略歴：㈱ビジネスコンサルタントで「組織変革」をテーマに経営診断、中長期ビジョンコンサルティングなどを手がける。日本テクノロジーソリューション㈱代表取締役に就任後、自社ブランド製品開発・販売、業態変換を果たす。実践的経験を踏まえ、「テクノロジーマーケティング」「第二創業」「新分野進出」「事業化プロデュース」などをキーワードに、各企業の新規事業開発プロジェクトを推進。2015年に関連会社の㈱aun設立。

１１．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

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ております。プランの募集活動や審査会実施などの支援や、コンテストの企画・運営を行いました。

実行委員会名簿

委員会役職	氏　　名	団　　体　　名	役　　職
実行委員長	貫　正義	(一社)九州ニュービジネス協議会	会　長
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	(一社)九州ﾆｭｰﾋﾞｼﾞﾈｽ協議会 ﾆｭｰﾋﾞｼﾞﾈｽ支援委員会	副委員長
委　員	知識　芳秀	九州経済産業局　地域経済部	新産業戦略課長
委　員	的野　浩一	福岡市　経済観光文化局　創業・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	光山　準一	(一財)九州地域産業活性化センター	常務理事
委　員	筴島　修三	(一社)九州経済連合会	産業振興部長
事務局長	成瀬　徹	(一社)九州ニュービジネス協議会	事務局長

運営部会名簿（役職名 省略）

団　　体　　名	氏　　名
日刊工業新聞社西部支社	関　広樹、 宗　健一郎、田口　愛、川邉 貴子
九州経済産業局	福成 嘉和、髙木 慶崇
福岡市	山本 智子、紫垣 和宏、 岡﨑 千佳
中小企業基盤整備機構九州本部	田中　司、 林　丈郎、 片山 裕規
九州地域産業活性化センター	児玉 孝雄、田代 淳広
九州経済連合会	文野 唯史、橋口　卓
九州ニュービジネス協議会	櫻木　剛、 大塚 洋子、新鞍 拓生

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！！

＜助成団体＞※ 50 音順

九州地域産業活性化センター

＜協賛企業＞※ 50 音順

池田工業、石村萬盛堂、エア・ウォーター・マテリアル、NTTドコモ、
大分銀行、九州電力、九州旅客鉄道、九電工、九南、くまで会計事務所、
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、風月堂、福岡銀行、
福岡商店、ふくや、フラウ、やずや、レイナ、ワールドホールディングス

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