第19回
九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト
報告書



2020年 3月

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

経済産業省 九州経済産業局　福岡市 FUKUOKA CITY　一般社団法人 九州経済連合会　Be a Great Small. 中小機構　日刊工業新聞社　KIAC 九州地域産業活性化センター　九州NBC

目　次

ページ

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

2. コンテストの概要　・・・・・　2
(1) 事業の目的　(2) 実施体制　(3) 最終審査会までの主なスケジュール及び実施概要(結果)
(4) 最終審査会　(5) 全国大会等

3. 審査基準及び表彰基準等　・・・・・　4
(1) 審査基準　(2) 会場審査投票　(3) 表彰基準

4. 審査委員のご紹介　・・・・・　6

5. 応募状況 及び 審査段階別進出状況等（結果）　・・・・・　10

6. コンテストの結果　・・・・・　13

7. 全国大会の結果（キャンパスベンチャーグランプリ、起業家甲子園）　・・・・・　16

8. コンテストの模様　・・・・・　20

9. 基調講演　・・・・・　22

10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）　※太字氏名は、代表者。「優秀賞」は、発表順。

《 グランプリ 》 座圧軽減装具：フワットの開発と販売
佐賀大学　理工学部　機械システム工学科　**山城 佑太**　・・・・・　24

《 九州経済産業局長賞 》 臭いを可視化して必要な情報を提供するワキガ総合管理アプリ『臭いの財産・嗅ーBot』
大分大学 経済学部　経営システム学科　**松岡 真輝**　・・・・・　28

《 九州経済連合会長賞 》 P&A　～光合成細菌由来の藻類活力剤～
崇城大学大学院　工学研究科応用生物　科学専攻修士前期課程　**岩井 蘭子**　後藤 みどり　・・・・・　32

《 ＮＩＣＴ賞 》 Pioneer Pork　～ Super Swine Style ～
宮崎大学　農学部　畜産草地科学科　**有方草太郎**　・・・・・　35

《 優　秀　賞 》 WADAIKU　～スマカペ（SMART CARPENTER）～
大分大学　理工学部　創生工学科　**和田 貫汰**　・・・・・　39

《 優　秀　賞 》 ヘルスケアロボットと健康手帳による次世代健康管理モデル
北九州工業高等専門学校　生産デザイン工学専攻　**山本 悠加** 富田川 皐記　・・・・・　41

《 優　秀　賞 》 AR 技術を活用した技術継承支援システム
北九州工業高等専門学校　生産デザイン工学専攻　**波野 奎友** 岡部 唯人、加久 夏輝、笛 凌太朗　・・・　46

《 優　秀　賞 》 電池の性能評価シミュレーションソフトの開発･販売
九州大学 工学部 エネルギー科学科　**徳丸 貴哉** 北井 偉槻　・・・・・　49

《 優　秀　賞 》 CONNECT　～LGBT 当事者の見えない痛みを取り除く～
宮崎大学　地域資源創成学部　地域資源創成学科　**河野 龍摩** 甲斐 彩花、川田 美琴　・・・・・　51

11. 全応募プラン概要　・・・・・　53

12. 告知物・募集概要　・・・・・　58

13. 実行委員会について　・・・・・　62

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

九州･大学発ベンチャー･ビジネスプランコンテスト
実行委員長　貫　正義
（ 一般社団法人 九州ニュービジネス協議会 会長 ）
（ 九州電力株式会社 相談役 ）



皆さん、こんにちは。実行委員長を務めています九州ニュービジネス協議会会長の貫でございます。

まずは、今回応募のあった 19 校 55 チームの中から、見事にここまで勝ち抜いてこられた９チームの皆さんと、ここまでチームを育てていただいた先生方をはじめ関係者の皆様に心からの拍手を贈らせて頂きたいと思います。

そしてまた、年末の大変お忙しい中、本日ご出席いただいた先生や学生の皆さん、協賛企業・支援団体の皆様、そして、審査委員の皆様、本当に有難うございました。

さて、九州・大学発ベンチャービジネスプランコンテストも、おかげさまで今年 19 回目を迎えることができました。

経済産業省の発表によれば、2018 年度の日本の大学発ベンチャーの数は、前年に比べ 185 社増加し、過去最高の 2,278 社に達しているとのことであります。

しかしながら、日本のベンチャー企業の発展は、まだまだ道半ばであります。

今、日本が直面している最も大きな課題は、失われた 20 年からの脱却であります。2000 年に世界第２位であった国民一人当たりＧＤＰが、2017 年には 25 位にまで低下しており、その低下傾向に、いまだ歯止めがかかっておりません。

これに対応する柱の一つが、スタートアップであります。日本再生を可能とするようなベンチャー企業を誕生させるためには、大学の研究開発力と学生さんの未知数のパワーと企業の経営力のマッチングを更に強力に推進していくことが重要であります。

そういう観点から、本日のコンテストにおきましても、勝ち抜くことも大事ですが、それにも増して、本日出場される各チームが、今日の戦いの中で、あるいは審査委員の助言の中から、今後大きく発展していくためのヒントを掴んでいただくことが重要であります。

我々ニュービジネス協議会としても、本日出場した各チームが、今後どう成長していくかを、しっかりと見守って参りたいと考えております。

さて、本日はこれからグランプリ、九州経済産業局長賞、九州経済連合会長賞、ＮＩＣＴ賞等をめぐっての戦いを行っていただくわけですが、グランプリを勝ち取ったチームは、来年２月に東京で開催される「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」に出場いただきます。

また、「ＮＩＣＴ賞」は、ＩＣＴ関連の商品・サービスに対する賞ですが、この受賞チームは、来年３月東京で開催されます「ビジネスプランコンテスト・起業家甲子園」全国大会の挑戦権を獲得します。

いずれも九州から全国に羽ばたく大きなチャンスとなります。全力を出し切り、悔いのない戦いを期待したいと思います。

最後になりますが、本日ご参加の皆様におかれましては、今日この壇上に立つ若者たちが、日本の再生を担う起業家へと飛躍することを祈念し、ともに応援していただくことをお願い申し上げまして、開会にあたっての私のご挨拶とさせていただきます。

９チームの皆さん、頑張ってください。

令和元年 12 月 24 日

2. コンテストの概要

(1) 事業の目的

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

「九州･大学発ベンチャー･ビジネスプランコンテスト」は、毎年２月に東京で開催される「**キャンパスベンチャーグランプリ全国大会**（主催：日刊工業新聞社）」の九州大会（予選）も担っています。
また、今回から国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)と連携、**「起業家甲子園(全国大会)」**挑戦権が獲得できる「NICT賞」を新設。毎年3月に東京で開催される同大会予選の位置づけとなりました。

(2) 実施体制

【主催】九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会
九州経済産業局、福岡市、(一社)九州経済連合会、(独)中小企業基盤整備機構九州本部、
日刊工業新聞社西部支社、(一財)九州地域産業活性化センター、(一社)九州ニュービジネス協議会
【共催】九州・大学発ベンチャー振興会議
【協賛】九州電力㈱、㈱QTnet、㈱西日本シティ銀行、㈱福岡銀行、㈱アピカル、EY新日本有限責任監査法人、学校法人君が淵学園崇城大学、九州旅客鉄道㈱、九電産業㈱、㈱九南、古賀マネージメント総研㈱、西部ガス㈱、三和酒類㈱、㈱ジオクラスター、㈱テノ.ホールディングス、有限責任監査法人トーマツ、㈱豊川設計事務所、西日本鉄道㈱、日本ゼオライト㈱、㈱はせがわ、レイナ㈱、㈱ワールドホールディングス、㈱九電工、㈱大分銀行、㈱シティアスコム、まごころM&Aパートナーズ㈱、㈱宮崎銀行、㈱やずや、㈱エム・ワン・エンタープライズ、㈱筑邦銀行、アクトフォー㈱、如水監査法人、如水税理士法人けやき通り会計事務所、㈱七尾製菓、廣田商事㈱、㈱風月堂、㈱福岡商店、㈱ふくや　（順不同）
【協力】㈱FFGベンチャーパートナーズ、QBキャピタルLLC、㈱ジャフコ、㈱電通九州、㈱ドーガン・ベータ、㈱日本政策金融公庫、藤岡国際特許事務所、㈱ホーホゥ
【後援】福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、西日本新聞社、佐賀新聞社、長崎新聞社、熊本日日新聞社、大分合同新聞社、宮崎日日新聞社、南日本新聞社、日本弁理士会九州会

(3) 最終審査会までの主なスケジュール及び実施概要（結果）

○ プラン募集
募集期間：2019 年 7 月 22 日（月）～10 月 8 日（火）

○ 第 1 次審査会（書類審査）
開催日時：2019 年 11 月 11 日（月）　14:00 ～ 15:30
開催場所：福岡 SRP センタービル　会議室 3
- 7 団体で組織する「九州･大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会」（運営部会）メンバーにて審査会を実施。
- 応募総数 55 プランの中から、審査基準により各メンバーが書類審査を行った結果をもとに審査会当日に審議を行い、22 プランを第 2 次審査進出プランとして選出。

○ 第 2 次審査会（プレゼンテーション審査）
開催日時：2019 年 11 月 30 日（土）　9:00 ～ 17:30
開催場所：九州経済連合会 会議室（電気ビル共創館 6 階）
- 第 2 次審査進出した 22 プランによるプレゼンテーション（発表 10 分・質疑 5 分）（ うち 2 プランは、スケジュール等の都合で出場辞退 ）
- 古賀審査委員長以下、審査委員 7 名により、最終審査進出 9 プランを決定。

(4) 最終審査会

■ **開催日時　2019年12月24日（火）**　　13:00 ～ 18:50

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

【第１部】開会式・プレゼンテーション　　13:00 ～ 16:05

・主催者挨拶：九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　実行委員長　貫　正義
（一般社団法人 九州ニュービジネス協議会 会長・九州電力㈱ 相談役）

・プレゼンテーション（ファイナリスト9プランの発表）及び審査

【第２部】基調講演　　16:15 ～ 17:00

「応援の連鎖がまちを変える～油津商店街・那珂川市にみる新しい地方創生のカタチ～」

《講　師》 株式会社油津応援団 専務取締役・株式会社ホーホゥ 代表取締役　　木藤 亮太 氏

【第３部】表 彰 式　　17:10 ～ 17:50

《表　彰》 グランプリ　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　実行委員長　貫　正義
九州経済産業局長賞　九州経済産業局 地域経済部長　松下 達也
九州経済連合会長賞　(一社)九州経済連合会 産業振興部長　田村 忠広
ＮＩＣＴ 賞　株式会社 jig.jp 取締役会長(NICT メンター)　福野 泰介
優　秀　賞　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　実行副委員長　神阪　拓

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

【交流会】（会場：福岡 SRP センタービル 2 階･研修室 1）　17:55 ～ 18:50

《開会挨拶》 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　実行副委員長　神阪　拓
（日刊工業新聞社　西部支社長）

▶ 最終審査会 概要

ファイナリスト 9 プランによるプレゼンテーション（発表 8 分・質疑 9 分）

- 古賀審査委員長以下、13 名の審査委員により各賞を決定。
- NICT 賞は、NICT 派遣の専門審査委員（㈱jig.jp 福野会長）により決定。
- 最終審査進出　9 プラン　⇒　グランプリ　1 プラン
  九州経済産業局長賞　1 プラン
  九州経済連合会長賞　1 プラン
  NICT 賞　1 プラン
  優秀賞　5 プラン
- 全 9 プランすべての発表を傍聴の参加者を対象に「応援したい 3 プラン」を選ぶ形での会場投票も実施。その集計結果も審議の参考資料とした。
- コンテスト終了後、ファイナリスト、審査委員、傍聴者などによる交流会を実施。

(5) 全国大会等

○ キャンパスベンチャーグランプリ全国大会

開催日時：2020 年 2 月 17 日（月）　　12:30 ～ 17:20

開催場所：霞山会館（東京・霞が関コモンゲート西館 37 階）

- 全国 8 地区（北海道、東北、東京、名古屋、大阪、中国、四国、九州）の地区大会を勝ち抜いた 12 プランがプレゼンテーション（発表 5 分・質疑 5 分）
- 佐賀大学・山城佑太氏が経済産業大臣賞／ビジネス大賞を受賞。

○ 起業家甲子園（全国大会）

開催日時：2020 年 3 月　4 日（水）　　13:00 ～ 16:30

開催場所：JP タワー＆カンファレンス（東京・JP タワー　ＫＩＴＴＥ 4 階）

- 全国各地の予選（連携コンテスト等）から選ばれた 9 プランがプレゼンテーション（メンターによる紹介 1 分・発表 7 分・質疑 4 分）
- 無観客開催、インターネットでの全国同時配信
- 宮崎大学･有方草太郎氏が最高賞･総務大臣賞の次点にあたる審査委員特別賞を受賞。

3. 審査基準及び表彰基準 等

（１）審査基準

「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」審査基準

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

1　評価項目

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

2　評価基準

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

評価項目	採　点	評価基準（あくまでも目安を例示したもの）	
１．新規性･革新性・優位性	点	5	事業アイデア等の新規性、優位性も大変高い。
		4	事業アイデア等の新規性、優位性も高い。
		3	事業アイデア等の新規性、優位性も普通である。
		2	事業アイデア等の新規性、優位性も普通よりやや劣る。
		1	事業アイデア等の新規性、優位性がなく劣る。
２．実現可能性・市場性	点	5	近々（２年以内）、事業化が可能であり、市場性も大変大きい。
		4	５年後には事業化できる可能性があり、市場性も大きい。
		3	計画が具体的に煮詰まっているが､起業には今一歩で､市場性も普通である。
		2	計画が具体的に策定できておらず、市場性の見極めが普通より甘い。
		1	単なるアイデアであり、市場性もない。
３．表現力	点	5	表現力、説得力が十分にあり、起業家としての意識も大変高い。
		4	表現力、説得力があり、起業家としての意識も高い。
		3	表現力、説得力、起業家としての意識は普通である。
		2	表現力、説得力、起業家としての意識は普通よりやや劣る。
		1	表現力、説得力、起業家としての意識は低い。

3　選定

(1) 一次審査は書類審査により、二次審査(プレゼンテーション)を行うプランを選定する。
各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行った後協議により決定する。

(2) 二次審査はプレゼンテーション審査により、コンテストにおける最終発表プランを６プラン程度選定する。各審査員が上記審査基準に基づき、採点を行ったのち、協議により決定する。

(3) コンテストはプレゼンテーション審査により、各賞を選定する。
・専門審査員が上記審査基準に基づき採点を行った後、会場審査の採点結果も参考にしながら、協議により各賞を決定する。
・表彰はグランプリ１件、九州経済産業局長賞１件、九州経済連合会長賞１件、優秀賞数件程度とする。

4　コンテストにおける会場審査について

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

（2） 会場審査投票

最終審査会においては、ファイナリスト 9 プランすべてを傍聴された参加者を対象に、会場審査投票を実施。下記の方法により投票された集計結果を審査委員会による審査の参考資料としました。

- 全発表プランを傍聴した参加者に限り投票が可能。
- 応援したいと思うビジネスプランを「3 つ」を選んで「〇」をつける。
- 「〇」1 つを各 1 点として計算し、審査委員会の参考資料として取り扱う。

〔 投票用紙 〕

第19回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 参加者 投票用紙

ご所属（学校・企業・団体名） ：

お 名 前 ：

★★★注意事項★★★

①採点の公平性を保つため、全発表プランを聴講した方に限り投票が可能です。
②ご所属名、お名前のない投票用紙は無効となります。
③〇は必ず3つ付けてください。（〇が、「2つ以下」または「4つ以上」ある場合は無効となります。）
④記載していただいた応援メッセージは、コンテスト終了後に（ご所属、お名前は伏せて）発表者へお伝えします。

No.	学校名	代表者	事 業 名	☆発表者の皆さんへの 応援メッセージをお願いします☆	No.	ここに〇を 3つ付けて ください。
1	大分大学	和田 貫汰	WADAIKU		1	
2	北九州 工業高等専門学校	山本 悠加	ヘルスケアロボットと健康手帳 による次世代健康管理モデル		2	
3	佐賀大学	山城 佑太	座圧軽減装具： フワットの開発と販売		3	
4	大分大学	松岡 真輝	臭いを可視化して必要な情報を提供 するワキガ総合管理アプリ 『臭いの財産・嗅ーBot』		4	
5	北九州 工業高等専門学校	波野 奎友	AR技術を活用した 技術継承支援システム		5	
6	九州大学	徳丸 貴哉	電池の性能評価シミュレーション ソフトの開発・販売		6	
7	宮崎大学	河野 龍摩	CONNECT		7	
8	崇城大学大学院	岩井 蘭子	P&A ～光合成細菌由来の藻類活力剤～		8	
9	宮崎大学	有方草太郎	Pioneer Pork		9	

（3） 表彰基準

表彰区分	件 数	表彰基準
グランプリ （表彰状・賞金 30 万円）	1 件	コンテストの審査において、新規性、実現化など、最も評価の高いプラン
九州経済産業局長賞 （表彰状・賞金 10 万円）	1 件	コンテストの審査においてグランプリに次いで評価の高いもの
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	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

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

4. 審査委員のご紹介

＜敬称略、委員長以外 50 音順＞



① 審査委員長【第 2 次審査、最終審査】
古賀マネージメント総研株式会社　代表取締役社長　古賀 光雄

1984 年(S59)　公認会計士登録
1977 年(S52)　等松・青木監査法人（現　監査法人トーマツ）入所
1995 年(H 7)　トーマツ コンサルティング株式会社代表取締役
1997 年(H 9)　トーマツ・ベンチャーサポート株式会社設立、代表取締役
2012 年(H24)　古賀マネージメント総研株式会社設立、代表取締役
2015 年(H27)　ニッポン新事業創出大賞経済産業大臣賞
（支援部門･最優秀賞）受賞
トーマツ在職時から九州でのベンチャー支援に取り組む。
退職後も古賀マネージメント総研株式会社を創立し、トーマツで築き上げたネットワークを活用してベンチャー支援を行っている。

② 審査委員【第 2 次審査】
西部瓦斯株式会社　関連事業部部長
SG インキュベート株式会社　投資部部長　相川　洋



1966 年長崎県五島市生まれ。
1989 年太陽神戸銀行（現三井住友銀行）、2008 年十八銀行を経て、2019 年西部ガス㈱GVC である SG インキュベート㈱設立に参画。
銀行員時代は融資業務、事業承継、M&A、資産流動化などのほか、地域活性化を目的としたファンドの設立・運営に取り組む。



③ 審査委員【最終審査】
株式会社 テノ.ホールディングス　代表取締役　池内 比呂子

1959 年長崎生まれ。短大卒業後、外資系の会社の OL となる。
その後、「自分の会社を持ちたい」一心で、経営、経済の勉強をし、「女性のライフステージを応援する」をコンセプトに 1999 年家庭総合サービス会社を設立。
現在、テノ.グループは認可保育所、小規模保育所、認証保育所の運営や、企業内保育所及び院内保育所受託運営事業、学童保育事業、ベビーシッター事業、保育施設企画、労働者派遣事業、ハウスサービス事業など様々な育児支援サービス事業を展開している。

④ 審査委員【第 2 次審査、最終審査】
株式会社電通九州
統合マーケティング局長 兼 オープンイノベーション室長　小野 和美



日本経済新聞社、外資系広告会社勤務を経て U ターンし、㈱電通九州に勤務。
一貫してマーケティング、戦略プランニング、ブランディング等に携わる。
現在、同社統合マーケティング局長として、コミュニケーションプランニング、デジタル、ダイレクトマーケティングに関連する部署を管轄する一方、オープンイノベーション室長を兼務。

⑤ 審査委員【最終審査】
QB Capital ,LLC　代表パートナー　坂本 剛



大手・ベンチャー企業を経験し、2004 年から九大知的財産本部において大学発ベンチャー支援を行う。2010 年に産学連携機構九州代表取締役に就任。2015 年に QB キャピタルを設立し QB ファンド(約 31 億円）を組成、九州地域の大学発ベンチャーに投資を行う。現職のほか、福岡ベンチャークラブ理事、エディア(マザーズ上場)社外取締役、Kyulux（投資先：九州大学発ベンチャー）社外取締役、ひむか AM ファーマ（投資先：宮崎大学発ベンチャー）社外取締役、事業構想大学院大学 福岡キャンパス特任教授、北九州市立大学大学院 マネジメント研究科 特任教授等を務める。



⑥ 審査委員【最終審査】
日本ゼオライト株式会社　代表取締役社長　佐藤 隆

1971 年(S46)　株式会社経営管理センター入社　福岡支店長
1988 年(S63)　株式会社日本コンピュータ・アソシエーツ設立 代表取締役社長
1990 年(H 2)　日本ゼオライト株式会社設立 代表取締役社長
2006 年(H18)　NPO 法人 科学の公園　専務理事就任
2007 年(H19)　社団法人九州ニュービジネス協議会 理事就任

⑦ 審査委員【最終審査】
西日本鉄道株式会社 事業創造本部 新規事業推進部
部長 佐藤 良一



西鉄運輸㈱代表取締役社長、西鉄プラザ㈱代表取締役社長を歴任し、
2018 年 4 月から西日本鉄道(株)事業創造本部　新規事業推進部　部長兼
(株)NJ アグリサポート代表取締役社長に就任(現職)



⑧ 審査委員【最終審査】
一般社団法人 九州経済連合会
産業振興部長　田村　忠広

1988 年三井物産㈱入社、イラン、南アフリカ、中国に駐在。主に、生活産業資材の輸出入事業や事業投資・投資先運営管理業務を行う。海外で小売店設立・経営を経験してからベンチャー事業に関心を持つ。2016 年から九州支社にて地域創生事業を行い、2018 年から、九州経済連合会に出向。現在、産業振興部にて九州の地域課題解決案件、ベンチャー支援を行う。

⑨ 審査委員【最終審査】
九州電力株式会社　コーポレート戦略部門
インキュベーションラボ長　中村 典弘



1990 年九州電力入社。火力発電業務、再生可能エネルギー発電業務、経営企画業務、新規事業開発業務などを経て 2018 年コーポレート戦略部門部長。
同年夏、九州電力グループのイノベーションの取組みを加速させるために、コーポレート戦略部門に新たな組織「インキュベーションラボ」を設立したことに合わせ現職に就任。



⑩ 審査委員【第２次審査、最終審査】
日本弁理士会九州会　藤岡 靖和
（藤岡国際特許事務所 所長・弁理士）

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

⑪ 審査委員【最終審査】
株式会社ドーガン・ベータ 代表取締役パートナー　林 龍平



住友銀行、シティバンク、エヌ・エイを経て、ドーガン参画。主にベンチャー支援業務に取り組む。3 本総額 31 億円のベンチャーファンド立ち上げを行い、これまでに約 30 件の投資を行ったほか、起業家支援のためのシリコンバレー型コワーキングスペース「OnRAMP」を開設、地元起業家のコミュニティ形成支援を行っている。



⑫ 審査委員【第２次審査】
九州旅客鉄道株式会社
執行役員事業開発本部企画部長　福澤 広行

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

⑬ 審査委員【最終審査】
経済産業省 九州経済産業局 地域経済部長　松下 達也



1986 年通商産業省（現 経済産業省）入省。
その後、経済産業政策局国際知的財産制度研究官、製造産業局模倣品対策室長、特許庁総務部普及支援課長、お茶の水女子大学特任教授（リーディング大学院推進センター副センター長）などを経て、2018 年７月より現職。



⑭ 審査委員【第２次審査】
日本政策金融公庫 国民生活事業 福岡創業支援センター
所長 宮本 大資

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

⑮ 審査委員【最終審査】
株式会社ジャフコ 九州支社長 山形 修功



1992 年日本合同ファイナンス㈱（現㈱ジャフコ）入社。国内ベンチャー・中堅企業への投資・上場支援、米国ベンチャー企業の日本における事業開発支援、イスラエル企業への投資、アジア企業への投資（マニラ、シンガポール駐在）、国内投資審査等を経て、2007 年より現職。九州における投資先上場実績は、ウチヤマホールディングス、モバイルクリエイト、ベガコーポレーション、WASH ハウス、テノ.ホールディングス等。



⑯ 審査委員【第２次審査、最終審査】
株式会社ＦＦＧベンチャービジネスパートナーズ
取締役副社長 山口 泰久

1986 日本開発銀行（現日本政策投資銀行）入行、2006 年行内ベンチャーとして VC を設立し、本邦初の知財ファンドの運用開始。DBJ キャピタル(株)取締役等を歴任し、2017 年５月より、株式会社 FFG ベンチャービジネスパートナーズ・マネジングディレクターに就任。九州・大学発ベンチャー振興会議と連携する FFG ベンチャーファンド（総額 50 億円）の運用を担当し、大学発ベンチャーの育成を行っている。

（ 2019 年 11 月 11 日　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会　事務局）

■「NICT 賞」選考

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



福井高専卒業後にフリープログラマーをしながら２つの会社の創業を経て、株式会社 jig.jp を設立。当時モバイルサイトしか見られなかった携帯電話向けに、パソコン用サイトを閲覧可能とする世界初のダウンロード型のフルブラウザ「jig ブラウザ」を開発。本店がある福井県鯖江市で、こどもやシニア向けのプログラミング講座、自治体オープンデータの先駆け「データシティ鯖江」とそれを活用する団体「Code for Sabae」などを手がけている。こどもパソコン「IchigoJam」開発者。内閣官房任命、オープンデータ伝道師。

現職：株式会社 jig.jp 取締役会長
略歴：国立福井工業高等専門学校電子情報工学科　卒業
有限会社シャフト CTO
有限会社ユーエヌアイ研究所 代表取締役社長

5．応募状況及び審査段階別進出状況（結果）

九州 7 県の 16 大学（大学院を含む）、3 高専の合計 19 校から 合計 55 件 の応募があった。

■ 県・学校別　応募状況

	応募件数		
	今 回	昨年度	前年比
総　計	***55***	63	▲8
福　岡	**8**	22	▲14
北九州工業高等専門学校	**3**	3	
北九州市立大学	**1**	3	▲2
九州情報大学	**1**		+1
九州大学	**1**	11	▲10
西南学院大学	**1**	1	
早稲田大学（大学院）	**1**		+1
近畿大学		3	▲3
福岡女学院大		1	▲1
佐　賀	**2**	1	+1
佐賀大学（大学院含む）	**2**	1	+1
長　崎	**13**	11	+2
佐世保工業高等専門学校	**7**	2	+5
長崎県立大学	**4**	6	▲2
長崎総合科学大学	**1**		+1
活水女子大学	**1**		+1
長崎国際大学		2	▲2
長崎大学		1	▲1
大　分	**5**	4	+1
大分大学（大学院含む）	**5**	4	+1
熊　本	**11**	18	▲7
熊本高等専門学校	**3**	8	▲5
熊本県立大学	**2**	3	▲1
熊本大学	**1**		+1
崇城大学（大学院含む）	**5**	7	▲2
宮　崎	**15**	5	+10
宮崎産業経営大学	**2**	1	+1
宮崎大学	**13**	4	+9
鹿児島	**1**	2	▲1
鹿児島大学（大学院含む）	**1**	2	▲1

■ 県・学校別　審査段階別進出状況

	第1次審査	第2次審査 進　出	最終審査 進　出	備　考
総　計	***55***	***22***	**9**	
福　岡	**8**	**5**	**3**	
北九州工業高等専門学校	3	3	2	優秀賞2
北九州市立大学	1			
九州情報大学	1			
九州大学	1	1	1	優秀賞
西南学院大学	1	1		
早稲田大学（大学院）	1			
佐　賀	**2**	**2**	**1**	
佐賀大学（大学院含む）	2	2	1	グランプリ
長　崎	**13**	**3**	**0**	
佐世保工業高等専門学校	7	2		（第2次出場辞退）
長崎県立大学	4			
長崎総合科学大学	1	1		
活水女子大学	1			
大　分	**5**	**4**	**2**	
大分大学（大学院含む）	5	4	2	九経局長賞・優秀賞
熊　本	**11**	**4**	**1**	
熊本高等専門学校	3			
熊本県立大学	2			
熊本大学	1	1		
崇城大学（大学院含む）	5	3	1	九経連会長賞
宮　崎	**15**	**3**	**2**	
宮崎産業経営大学	2			
宮崎大学	13	3	2	NICT賞・優秀賞
鹿児島	**1**	**1**	**0**	
鹿児島大学（大学院含む）	1	1		

■ 応募プランの分野別分類（複数回答あり）

No.	分　野	応募数	構成比	順　位
1	新製造技術	0	*0.0%*	16
2	新エネルギー・省エネルギー（省力化含む）	1	*1.0%*	12
3	バイオテクノロジー	3	*3.1%*	9
4	環境・リサイクル・産業廃棄物処理	1	*1.0%*	12
5	住宅	2	*2.1%*	10
6	災害支援	1	*1.0%*	12
7	**生活文化･生活支援･新サービス･アミューズメント**	**26**	***27.1%***	**1**
8	**医療・福祉**	**13**	***13.5%***	**3**
9	物流・流通	4	*4.2%*	8
10	人材・活用	5	*5.2%*	7
11	**情報・通信（インターネット関連含む）**	**18**	***18.8%***	**2**
12	ビジネス支援	6	*6.3%*	5
13	食品・農林水産品	6	*6.3%*	5
14	加工・製造技術	1	*1.0%*	12
15	観光資源	7	*7.3%*	4
16	その他	2	*2.1%*	10

● 応募状況について

・応募件数　　55件　　（ 対前年　▲ 8 件 ）

・応募校数　　19校　　（ 対前年　＋ 1 校 ）

〔増加〕 ＋ 5　九州情報大、早稲田大、活水女子大、長崎総合科学大、熊本大

〔減少〕 ▲ 4　近畿大、福岡女学院大、長崎国際大、長崎大

● 分野別分類について

・ 傾向としては、大きな変化はないものの、「医療・福祉」が伸びた一方で、「人材・活用」が減少した。

・ 複数の項目に該当するプランがさらに増加しており、上記での単純分類が難しくなっている。
（　例：　医療・福祉 × 情報・通信　）

【 参 考 】近年の応募状況 （県別・学校別応募数の推移）

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

全国大会(キャンパスベンチャーグランプリ全国大会 等)での受賞

（単位：件）

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

☆☆☆　**キャンパスベンチャーグランプリ全国大会等での授賞実績**　☆☆☆

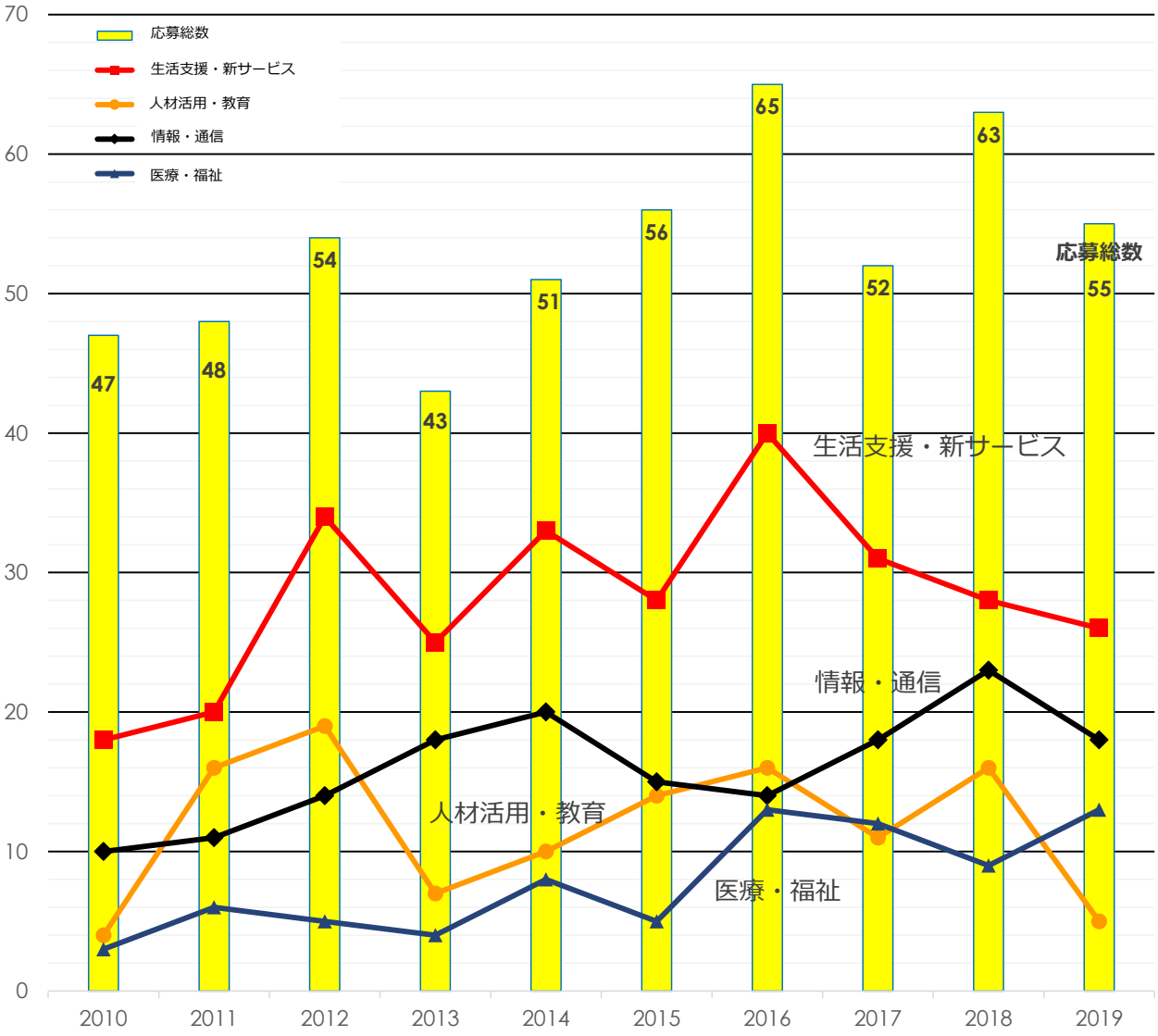
※ 学校名は各県50音順

- 2019(R 1)　**経済産業大臣賞（ビジネス大賞）／佐賀大**
  ［起業家甲子園］審査委員特別賞(準ｸﾞﾗﾝﾌﾟﾘ)／宮崎大、特別賞(EO Tokyo賞･NEC賞)／崇城大*
- 2018(H30)　審査委員特別賞/長崎国際大
- 2017(H29)　**文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞)／宮崎大**［NEDO TCP2017］認定VC賞 他／九州大
- 2016(H28)　**文部科学大臣賞(テクノロジー部門大賞)／崇城大**、日刊工業新聞社賞／鹿児島大
- 2014(H26)　特別賞(MIT賞)／北九州高専
- 2012(H24)　**文部科学大臣賞（テクノロジー部門大賞）／大分大**
- 2010(H22)　特別賞(マイクロソフト賞)／九州大
- 2008(H20)　**文部科学大臣賞（テクノロジー部門大賞）／北九州市大**

＊ 2019起業家甲子園における崇城大学は、「崇城大学ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ」代表として出場･受賞

【参考】近年の応募状況　（応募数と分野の推移）

- 本年度も傾向としては、例年と大きな変化はないものの、「医療・福祉」が伸びた一方で、「人材・活用」が減少した。
- 「情報・通信」分野は、スマートフォンアプリを活用して、 社会課題の解決を目指すものが多くなっている。
- 複数の項目に該当するプランがさらに増加しており、単純分類が難しくなっている。（例：医療･福祉 × 情報･通信 ）
- 「観光資源」「ビジネス支援」「食品･農林･水産品」なども、引き続き取り組まれている分野である。



(件)

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

6. コンテストの結果

★ グランプリ

（ 副賞：30万円 ）

「第16回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」
経済産業大臣賞／ビジネス大賞　受賞

■ 佐賀大学　理工学部機械システム工学科　　山城 佑太　さん

「 座圧軽減装具：フワットの開発と販売 」





座った状態で腰の辛さを感じる人に対して、独自製品である"フワット"を販売するビジネス。
腰を浮かせる座圧軽減装具："フワット"は、ユーザの上半身の重量を座面に伝えることで、骨盤にかかる重量を軽減する。
装着したユーザが着座すると骨盤への荷重が半分以下に軽減される。３件の特許技術に基づくフワットを独占的に販売する。

★ 九州経済産業局長賞

（ 副賞：10万円 ）

■ 大分大学　経済学部経営システム学科　　松岡 真輝　さん

「 臭いを可視化して必要な情報を提供するワキガ総合管理アプリ『臭いの財産・嗅ーBot』 」





腋臭症（ワキガ）で悩む方々向けに、協力企業が販売する専用のデバイスで臭いを感知し、Bluetooth機能でスマホアプリに送信。アプリでは数値化・対処法の提示、医師の解析診断サービスを行う。私が医学者と協力企業を取りまとめ、研究会を設置。臭いに特化したアプリ開発会社を起業する。アプリの課金、診断サービスの手数料を収益とする。

★ 九州経済連合会長賞

（ 副賞： 8万円 ）

「 起業家甲子園(全国大会) 」
EO Tokyo賞・NEC賞　受賞

■ 崇城大学大学院　工学研究科応用生物科学専攻修士前期課程　　代表：岩井 蘭子　さん

「 P&A　～光合成細菌由来の藻類活力剤～ 」　　後藤 みどり　さん





微細藻類(クロレラ、ユーグレナなど)を屋外解放系で大量培養することには、さまざまな困難が伴う。特に問題となるのは、高温や低温でストレスがかかった時、増殖低下や動物プランクトンによる捕食被害が発生すること。P&Aは微細藻類活性化剤「Algae Power(アルジ パワー)」で、藻類を活性化し増殖を促進し生産性を高める。顧客は、健康食品、水産養殖藻類生産者で、藻類の生産性と安定性が向上するため購入する。従来技術に比べ、低コストかつ極めて少量で藻類を活性化する。

★ NICT賞

（ 副賞：「起業家甲子園」挑戦権 ）

「 起業家甲子園(全国大会) 」
審査委員特別賞　受賞

■ 宮崎大学　農学部畜産草地科学科　　有方 草太郎　さん

「 Pioneer Pork 」





現在日本の９割の養豚農家が、効率優先で豚がほとんど身動きできない養豚を行っている。そこで私は、アニマルウェルフェアという豚のことを考え、安心の育て方をした美味しい豚肉を、健康志向の方に販売する。放牧養豚は豚と人が、うまく共存していける育て方であり、それを切り口に農業の新しいモデルを作り出し農業界に革命を起こす。

☞「NICT賞」受賞者には、「起業家甲子園」に向けたNICT・ICTメンタープラットフォームによる手厚いメンタリングプログラムが提供されます。また、代表者１名については、グローバルマインドを身につける機会を提供するため、2020年2月に米国シリコンバレーにおいて実施の「シリコンバレー起業家育成プログラム」に招待されます。

★ 優秀賞

※ 最終審査会　発表順　　（ 副賞：5万円 ）

■ 大分大学　理工学部創生工学科　　和田 貫汰　さん

「 WADAIKU 」





弊社は「一生飽きることのない空間をあなたへ」をキャッチフレーズとし、時と場合、用途に合わせて空間デザインを変えていくことを可能にする『スマカペ（SMART CARPENTER）』という商品を提供。対象者は20代から60代の住宅購入者、住宅関連用品の購入者。この新たな空間デザイン形成を世界中に広め、「一家に1スマカペ」というスタイルを作っていく。

■ 北九州高専 専攻科 生産デザイン工学専攻　　代表：山本 悠加 さん　　富田川 皐記 さん

「 ヘルスケアロボットと健康手帳による次世代健康管理モデル 」





①子供から大人まで幅広い世代を対象に、楽しみながら健康状態をチェックし健康管理を行うための指標をヘルスケアロボットと関連アプリケーション・システムによって提供するビジネス。②使い心地を考慮しながら、ロボット本体とそのシステムを開発する。③主たる収益は消費誘導による広告収入と利用者のシステム使用料の一部によって得る。

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

「 AR技術を活用した技術継承支援システム 」　岡部 唯人 さん・加久 夏輝 さん・笛 凌太朗 さん





多くの企業ではマニュアルの電子媒体化等の手法を取ることで技術の見えるかを進めているが技術継承にかかる時間やコストの削減という問題が残されている。本事業要継承技術における暗黙知等を集積することで技能の損失を防ぎ、トレーニングサービスとして被継承者に提供することで円滑な技術継承を図り、企業内利益の向上に貢献する。

■ 九州大学　工学部エネルギー科学科　代表：徳丸 貴哉　さん　北井　偉槻　さん

「 電池の性能評価シミュレーションソフトの開発・販売 」





私たちは実電極構造の電池の性能評価をするソフトウェアを開発し、電池の開発を行っている企業に対して販売する。
本ソフトウェアは作製プロセスの最適化や電池材料の開発に寄与し、開発中の電池の性能向上や効率の良い開発方針を立てることを、シミュレーション上で早く行うことが出来るようになる。

■ 宮崎大学　地域資源創成学部 地域資源創成学科　代表：河野 龍摩　さん

「 CONNECT 」　甲斐 彩花 さん・川田 美琴 さん





CONNECTは、LGBT当事者に自分のセクシャリティを偽ることなく自分らしくサービスを受けられるようにサポートすると同時に、企業のLGBT市場開拓を支援するサービス。LGBT当事者と企業の間に入ることで、当事者に安心感を与えることができ充実したサービスが受けられるようにする。また、企業のメリットとしてLGBT顧客の企業選択指針になることがあげられる。

7. 全国大会の結果

■ **第 16 回 キャンパスベンチャーグランプリ全国大会**

経済産業大臣賞／ビジネス大賞　受賞！

佐賀大学　理工学部　機械システム工学科　　山城 佑太　さん

2020 年 2 月 17 日（月）東京･霞山会館において「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」が開催されました。総計 724 プランがエントリーした全国 8 地区（北海道、東北、東京、名古屋、大阪、中国、四国、九州）の地区大会を勝ち抜いた 12 プランがグランプリをかけて事業性や創造性を競いました。

今回の大会は、すでに事業化されているものが 7 プランもあり、いずれも粒ぞろいのプランばかりで、レベルの高い激戦となりました。その結果「第 19 回九州･大学発ベンチャー･ビジネスプランコンテスト」でグランプリを獲得し、九州代表として参加した佐賀大学・山城佑太さん「座圧軽減装具：フワットの開発と販売」が、最高賞にあたる「経済産業大臣賞／ビジネス大賞」（グランプリ）を受賞しました。

九州勢のグランプリ受賞は、一昨年度の宮崎大学「文部科学大臣賞／テクノロジー大賞」以来、また「経済産業大臣賞／ビジネス大賞」は、2006 年度(第 3 回)の長崎大学以来、実に 13 年ぶりの快挙です。

各務 茂夫 審査委員長（東京大学 産学協創推進本部 イノベーション推進部長 教授）の講評によると、主に以下のポイントが評価を分けたとのことでした。

・事業としてのリアリティ：お客さまの顔が浮かぶか
・社会的課題の解決　　：オペレーションの中に課題解決方法、その実践が盛り込まれているか
・表現力　　：課題解決への思いがプレゼン、発表する言葉に乗せられているか







（ 日刊工業新聞社 提供 ）



受賞後の山城さん（中央）、佐賀大学・寺本副学長（右）、出田主任リサーチアドミニストレータ（左）

▶ 第 16 回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会　結果

受賞名	地　区	学校名	氏　名	チーム名	プラン
経済産業大臣賞 ビジネス大賞	**九州・大学発 VBPC代表**	**佐賀大学**	**山城　佑太**	**********	**座圧軽減装具：フワットの開発と販売**
文部科学大臣賞 テクノロジー大賞 TOMODACHI賞	東北大会代表	東北大学	高橋　佑生	特定非営利活動法人 natural science	姿勢矯正メガネ　self-neck-corrector
		東北大学大学院	増保　純平		
教員審査委員賞 JVCA賞 TOMODACHI賞	四国大会代表	徳島大学	山本　貴志	**********	歯科手技の客観評価による歯科市場の活性化
MIT賞	中部大会代表2	鳥羽商船高等専門学校	姫子松 宏太	鳥羽商船高等専門学校	NoRIoT ー安価なIoT観測ブイによる海苔養殖の支援ー
			高木　晃太		
			西尾 はるか		
			前田　颯太		
			森井　怜央		
日刊工業新聞社賞	北海道大会代表	北海道大学	中村　恒星	株式会社SpinLife	大切な人へ食べる喜びと栄養を贈る 完全栄養チョコレート
		天使大学	齊藤　紗輝		
TOMODACHI賞	東京大会代表2	慶應義塾大学	古井　康介	POTETO　Media	政策を使いこなすアプリケーション
		東京大学	武田　和		
		早稲田大学大学院	野田　雅満		
TOMODACHI賞	東京大会代表1	慶應義塾大学	藤澤　昌司	MEDRAMA株式会社	認知症予防・治療デバイス フレグランス君
		慶應義塾大学	鶴嶋　史哉		
		慶應義塾大学	中村　竜也		
		慶應義塾大学	鈴木　亮介		
		明治大学専門職大学院	福井　健人		
審査委員会特別賞	大阪大会代表1	同志社大学	馬場　春奈	株式会社Hoooofners	足袋型牛蹄プロテクター 足元から変えていく全ての牛蹄に革命を
			山﨑　亮輔		
			小城　朋也		
			松岡　和奏		
審査委員会特別賞	中国大会代表2	広島大学大学院	石原　裕輝	**********	どこでもマインドフルネスVR 労働者に最適なメンタルヘルスを
（受賞なし）	中部大会代表1	名古屋大学	水野 菜々子	フェアリーズ	生活密着自己分析「Close Ana」
	中国大会代表1	岡山大学	久保　駿貴	**********	GUIBO　現地ガイドと訪日外国人の マッチングサービス
	大阪大会代表2	奈良女子大学	村上　睦美	奈良女子大学 食医化学研究室	植物の成長促進及び老化抑制の商品化

※佐賀大学・山城さんは、TOMODACHI 賞辞退。

■ **起業家甲子園（全国大会）**

審査委員特別賞　受賞！

宮崎大学　農学部畜産草地科学科　　有方 草太郎　さん

2020 年 3 月 4 日（水）東京･JP タワー＆カンファレンスにおいて令和元年度「起業家甲子園」（主催：総務省、国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT））が開催されました。全国の予選（25 の連携コンテスト）から選出された 9 プランが最高賞である総務大臣賞をかけて事業性や創造性を競いました。

「起業家甲子園」は、2011 年度から開催されており、全国から選抜された高校生、高専学生、大学生、大学院生等が、ICT を用いて自ら開発した商品・サービスを ICT メンタープラットフォームメンターとともに更に磨きをかけ、アントレプレナーシップを込めたプレゼンテーションにより競い合うビジネスコンテストです。「九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト（以下、VBPC）」では、今年初めて、NICT と連携し、この「起業家甲子園」挑戦権が獲得できる「NICT 賞」を新設しました。

今回の大会は、新型コロナウイルスの影響を受け、初の無観客開催（審査委員や大会関係者のみ出席）となりました。発表はビデオ上映、質疑応答は電話、観戦はインターネット全国配信でという異例の形となりましたが、数あるコンテストを勝ち抜いただけあって、いずれのプランもレベルが高く、激戦となりました。その結果、今回の VBPC で「NICT 賞」を受賞、九州代表として出場した宮崎大学・有方草太郎さんの「Pioneer Pork」が、最高賞の総務大臣賞に次ぐ「審査委員特別賞」を受賞しました。

会場にビデオ放映された有方さんのプレゼンは、VBPC から更にブラッシュアップされた、その内容・構成もさることながら、ご自身の熱い想いが伝わる素晴らしいものでした。

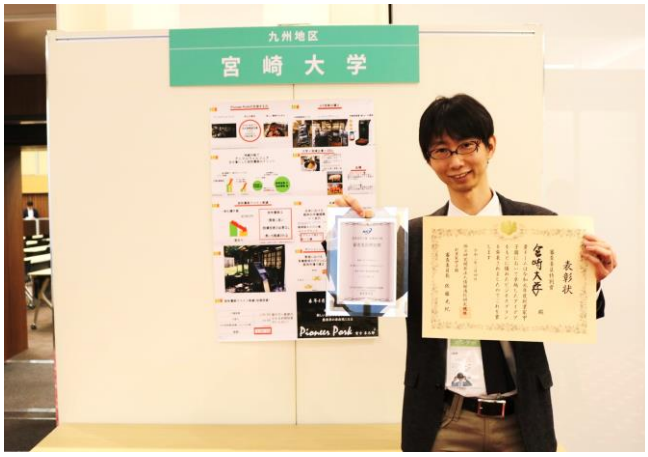
「キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」での佐賀大学・山城佑太さんの「経済産業大臣賞／ビジネス大賞」受賞とともに、来年度の 20 回記念大会に向け、全国規模の大会で 2 つの大きな賞を獲得する素晴らしい結果となりました。

なお、このコンテストには、VBPC で「九州経済連合会長賞」を受賞された崇城大学大学院・岩井蘭子さん「 P&A ～光合成細菌由来の藻類活力剤～」も崇城大学ビジネスプランコンテストからの代表として出場されており、協賛企業特別賞 2 賞（EO Tokyo 賞、NEC 賞）を受賞されました。



有方さんプレゼン風景（国立研究開発法人 情報通信研究機構（NICT）提供 ）





（左）発表の様子・（右）表彰状と盾を持つ ICT 担当メンター jig.jp 福野会長（NICT 提供）

▶ 令和元年度「起業家甲子園（全国大会） 結果

○ 出 場 校

地区	学校名	事業名等
全国高専	阿南工業高等専門学校	水災害を自ら防ぐ低価格IoT水位計を用いた水位監視システム
全国高専	東京都立産業技術高等専門学校	Agricowture －近未来型放牧牛管理システム－
北海道	北海道科学大学	ラジオセキュリティーシステム －据え置き型盗聴波検知装置－
信越	長岡工業高等専門学校	警告灯監視IoT －お手軽AIでIoT－
北陸	福井工業高等専門学校	ハビット －簡易的な歯科検診デバイス－
近畿	関西学院大学	GUIBO －現地ガイドと訪日外国人のマッチングサービス－
九州	崇城大学	光合成細菌由来の藻類活性化剤の開発/販売
九州	宮崎大学	Pioneer Pork －IoT技術による豚の管理－
沖縄	沖縄工業高等専門学校	Cruise Compass －オフライン道案内アプリ－

○ 各賞表彰

賞		学校名
総務大臣賞		北海道科学大学
審査委員特別賞		関西学院大学
審査委員特別賞		**宮崎大学**
協賛企業特別賞	アイオーデータ賞	阿南工業高等専門学校
	AWS（アマゾンウェブサービス）賞	福井工業高等専門学校
	EO Tokyo賞	崇城大学
	Infinion Award	阿南工業高等専門学校
	ABC賞	関西学院大学
	NTTデータ賞 「豊洲の港から」乗船券	長岡工業高等専門学校
	クラウドワークス賞	福井工業高等専門学校
	さくらインターネット賞	阿南工業高等専門学校
	Jig.jp賞	東京都立産業技術高等専門学校
	Salesforce.com賞	福井工業高等専門学校
	セブテーニ・グループ賞	阿南工業高等専門学校
	DBJ賞（日本政策投資銀行）	東京都立産業技術高等専門学校
	NEC賞	崇城大学
	IBM BlueHub賞	東京都立産業技術高等専門学校
	日本マイクロソフト賞	東京都立産業技術高等専門学校
	FABBIT賞	関西学院大学
	マイネット賞	北海道科学大学
	YJキャピタル賞	福井工業高等専門学校

8. コンテストの模様


九州のチカラ
ここに集結!!


INFORMATION
本日開催内容
第19回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト
最終審査会場
第19回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト


九州のチカラ
ここに集結!!












激戦を勝ち抜いた
ファイナリスト
9チーム














重量は減らない















第19回
ンチャー・ビジネスプランコンテスト



Deloitte
やずや



崇城大学





ゆうしゃロ


EY
FFG

JAFCO
Deloitte
やずや



九州のチカラここに集結!!

9. 基調講演

最終審査会・学生発表終了後に開催した基調講演では、起業を目指す学生などを前に株式会社油津応援団 専務取締役・株式会社ホーホゥ代表取締役の木藤亮太氏から「応援の連鎖がまちを変える～油津商店街・那珂川市にみる新しい地方創生のカタチ～」と題して、まちづくりの様々な取り組みをお話しいただきました。聴講した学生や企業関係の皆様からは、油津、那珂川それぞれ事情の異なる街において、地方創生に取り組む新たな視点やその情熱に、感心と感動の声をいただきました。



■ **演題**

応援の連鎖がまちを変える　～油津商店街・那珂川市にみる新しい地方創生のカタチ～



講師：株式会社 油津応援団　専務取締役
株式会社 ホーホゥ　代表取締役　**木藤 亮太 氏**

■ **プロフィール**

1975 年福岡出身。宮崎県日南市が実施した全国公募で選ばれ、2013 年 7 月よりテナントミックスサポートマネージャーに着任。“猫さえ歩かない”と言われた油津商店街の再生事業に取組み、約 4 年で 25 を超える新規出店、企業誘致等を実現。その後は自らが育った福岡県那珂川市に拠点を移し「事業間連携専門官」に着任（2017 年 4 月より）、株式会社ホーホゥを設立（2018 年 1 月より）。その他、各地のまちづくりプロジェクトのアドバイザーを兼任するなど活動の幅を広げている。 最近は 39 年の幕を閉じた喫茶店を承継するプロジェクトを立ち上げ、株式会社バトンタッチ（2019 年 7 月より）を設立。那珂川市に喫茶キャプテンをオープンさせた。

10. 受賞者のビジネスプラン（事業計画書）

受賞者のビジネスプランをご紹介（次ページより）



※ 各プラン代表者氏名、敬称略

★ グランプリ　（1件）

佐賀大学 理工学部 機械システム工学科　山城　佑太
「座圧軽減装具：フワットの開発と販売」

★ 九州経済産業局長賞　（1件）

大分大学 経済学部　経営システム学科　松岡　真輝
「臭いを可視化して必要な情報を提供するワキガ総合管理アプリ『臭いの財産・嗅一Bot』」

★ 九州経済連合会長賞　（1件）

崇城大学大学院 工学研究応用生物科学専攻　修士前期課程　岩井　蘭子
「 P&A　～光合成細菌由来の藻類活力剤～ 」

★ NICT賞 ☆新設　（1件）

宮崎大学 農学部 畜産草地科学科　有方　草太郎
「 Pioneer Pork 」

★ 優秀賞　（5件）

大分大学	理工学部創生工学科	和田 貫汰	WADAIKU
北九州高専	専攻科 生産デザイン工学専攻	山本 悠加	ヘルスケアロボットと健康手帳による次世代健康管理モデル
北九州高専	専攻科 生産デザイン工学専攻	波野 奎友	AR技術を活用した技術継承支援システム
九州大学	工学部　エネルギー科学科	徳丸 貴哉	電池の性能評価シミュレーションソフトの開発・販売
宮崎大学	地域資源創成学部地域資源創成学科	河野 龍摩	CONNECT ～LGBT当事者の見えない痛みを取り除く～

■ グランプリ　　佐賀大学　　山城 佑太

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学校名　　国立大学法人　佐賀大学	代表者名　山城佑太（株式会社山城機巧：社長）
共同提案者名　－	
事業名　　座圧軽減装具：フワットの開発と販売	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　腰がつらくて座れない？フワットで腰を浮かせて座圧軽減！	

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。

腰を浮かせる座圧軽減装具：“フワット”は，ユーザの上半身の重量を，骨盤ではなく座面に伝えることで，骨盤にかかる重量を軽減する装具である．装着したユーザが着座すると骨盤への荷重が半分以下に軽減される．弊社は，３件の特許技術に基づくフワットを独占的に販売する．



2．ビジネスプランの具体的内容

<商品･サービスの内容>

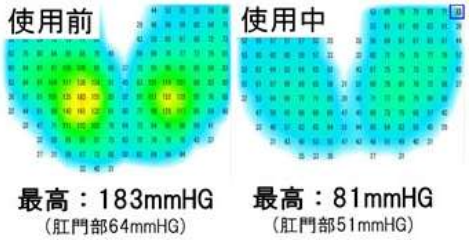
腰を浮かせる座圧軽減装具：“フワット”は，ユーザの上半身の重量を，骨盤ではなく座面に伝えることで，骨盤にかかる重量を軽減する装具である．装着したユーザが着座していの骨盤への荷重が半分以下に軽減される．また，ユーザは，立位時や歩行時などの着座していない状態においては，“フワット”を装着したまま,任意の場所に移動できる．フワットを装着して上着を着た右図からわかる通り，装着したまま立って移動しても目立たない．また，移動後に任意の座面に座った場合にも，同様の効果が得られる．







左下図に，“フワット”を使用しない場合（左：使用前）と使用した場合（図右：使用中）の座圧センサによる圧力分布を示す．装具を使用することで，ユーザの骨盤から座面に伝わる圧力が大きく軽減されることが分かる．これにより，骨盤にかかる負荷が大きく軽減された．さらに，レントゲン写真（右下図）からわかる通り，腰椎がけん引されてまっすぐに伸びていることが分かる．





<着眼点>

腰の不調に悩まされていた申請者の担当教員は，医療用コルセット（5000 円程度）や腰痛用のイス（2～10 万円程度）を多数，購入してきたが，それらを使用しても腰の不調の日は，座って仕事ができなかった．一方，申請者がフワットのもととなった装具を試作し，担当教員が使用したところ，座って打合せができるようになった．そこで，腰やお腹まわりのつらさで困っている多くの方々のためにも，これらの装具を改良／開発し，有効な形で提供したいという考えに至った．

<事業形態>

オンラインショップである Amazon の FBA（フルフィルメント by Amazon）を利用して販売予定である．FBA は，あらかじめ在庫を Amazon に納品しておくことで，注文があるたびに，Amazon の配送センターから自動的に配送されるサービスである．このため，販売に人的コストをかけることなく，大規模な販売が可能である．

製造は，三重県鈴鹿市の株式会社三恵工業に委託している．大手パイプ椅子メーカーであるため，数万台規模のフワットの製造も可能である．販売は，以上に示す Amazon FBA を利用して日本全国を対象にする．

<他の企業との連携状況>

他の企業と連携し，以下のような新商品開発への取り組み（共同研究および試作品開発）を実施している．

- **医療機器としてのフワット**：義肢装具の佐賀有薗義肢製作所と提携し，医療用コルセットとしての「医療用フワット」を試作／検討中．
- **低価格／軽量版フワット**：伊万里市の IMARI 株式会社と提携し，強化ダンボールを加工した軽量の「携帯用フワット（右図）」について試作品を製作中．
- **下着版フワット**：イイダ靴下佐賀工場と提携し，フワットの機構を下着の内側に組み込む「下着版フワット」の開発について試作／検討中．





<事業の将来ビジョン>

申請者は，フワットを福祉機器コンテストや福祉機器展，イノベーションジャパン大学見本市や義肢装具学会など，様々な所で展示・発表している．その結果，フワットは，腰が不調の方が体験すれば，その良さが分かると確信している．少しでも多くの方の腰の不調を緩和できるようチャレンジを進める．

３．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

フワットの独創的な部分は，腰や骨盤にかかっていた重量を，イスの座面に伝えて，上半身を支える点である．例えるならば，右図の子供のように，肋骨の下で体重をしっかりと支えてもらっている使用感が得られる．これは，従来の医療用コルセットなどでは得られない感覚である．



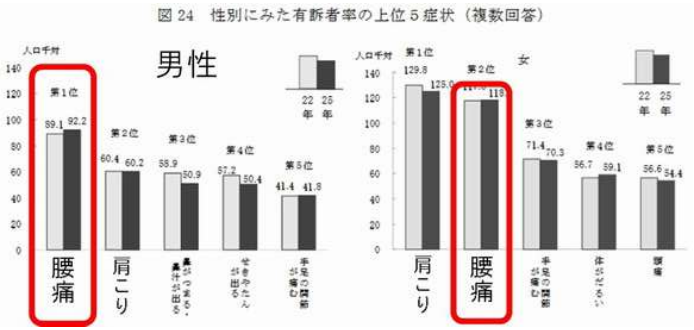
これらの新規性は，３件の特許出願（特開：2018-69124，特願：2018-245012，特願：2019- 156132）により権利を確保している．また，「フワット」の商標（商願：2019-067368）も取得済みである． これらの成果が認められて，一般社団法人日本リハビリテーション工学協会が主催する福祉機器コンテスト２０１８にて，優秀賞を受賞した．また，さがラボチャレンジカップ 2019 で優秀賞を受賞した．

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

<販売ターゲット>

近年，座った状態で長時間，仕事をするデスクワーカーの増加と共に，腰やお腹周りに負荷がかかることが原因となる体の不調に悩まされる人が増加している．

特に腰の不調は，日本人男性の 9.2 %, 日本人女性の 11.8 %に自覚症状がある[厚生労働省:平成 25 年度国民生活基礎調査（右図）]．これは，我々のターゲットとする顧客層が，日本国内だけでも 1000 万人以上いることを示している．



<予想される市場規模>

現在，日本国内では，約 1000 万人が腰の不調を感じている．腰サポーター市場は，興和株式会社の資料<https://www.kowa.co.jp/news/2012/press120423.pdf>（右図）によると，年間 20 億円強である．腰コルセット市場も同程度と推測している．すなわち，サポーター／コルセットの市場だけで，年間 40～50 億円程度の市場があると推測している．実際には，サポーターやコルセットではなく，クッション／イスなどを購入する患者もおり，フワットの効果が広まれば，この市場も取り込める可能性もある．



<目標とする売上規模>

上記の市場の 20%のシェアにより，関連商品の年間売上 10 億円程度を目標としている．弊社（山城機巧）はファブレス企業であり，開発と販売を中心に展開する予定である．特許を確保した独占的な販売により，年間利益１億円を目標とする．

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

<販促戦略>

オンライン・マーケティングを中心に展開する．フワットは，西日本新聞（2019 年１月），RKB 毎日放送（2019 年３月），テレビ東京（2019 年４月），TVQ 九州放送（2019 年５月），佐賀新聞（2019 年５月），毎日新聞（2019 年６月），朝日新聞（2019 年７月）などで紹介されるなど，注目されている商品である．

未来を発掘する Web マガジン「HACKTSU」， WEB マガジン@DIME，腰痛ラボなどの，各種オンラインメディア・Web マガジンでも紹介されている．特に，WBS トレンドたまごで紹介された際には，興味本位の反応も含めて，twitter や Facebook で多くの方がフワットに言及している．

発売日（１０月１日）前からこれだけ注目されている商品なので，まずは，このまま知名度を高められるよう，今後も積極的な PR 活動とともに，試用して体験できる場所の確保に力を入れる．

<価格戦略>

フワットは，３件の出願済み特許により，類似商品を市場に出すことはできない．また，上半身の重量（腰やお尻への負荷）を座面に伝えることで軽減するという商品は，他には存在しない．このため，価格競争をすることなく，このまま定価である 36,000 円で販売を続ける．

６．類似ビジネスとの相違点(競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点)

類似ビジネスとして，健康グッズの通信販売は様々なものがある．一方，競合製品として，座圧を軽減する装具というものは，他の類を見ない．そのため，商品の独自性という点で，類似ビジネスとは相違がある．

弱点としては，ほとんどの人にとって見たことがない商品／使ったことがない商品であるため，使い勝手のイメージがわかない点や，知名度が低い点があげられる．これらは，継続的なマーケティング戦略により，解消してく予定である．

７．事業実施上の問題点・リスク

まったく新しい発想の商品であるため，さらに知名度を高める必要がある．また，体験してみないとその良さが分かりにくい商品であるため，使い方のイメージもわきにくい．そのため，体験場所の確保も急務である． 知名度を高める PR 活動とフワットの体験場所の確保は，順次，取り組んでいる最中である．

なお, 製造物責任法に基づく責任は, 製造メーカーである三恵工業が PL 保険に加入して対応している．また，医療機器としての販売をしないため，医療機器としての責任問題は発生しない．

８．この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

フワットは，山城機巧の代表取締役社長：山城佑太（申請者）と，山城機巧の取締役：中山功一（佐賀大学准教授）で試行錯誤して開発したものである．フワットに関する様々なノウハウは，提案者であるこの２名に集約されている．

フワットに関する知的財産は，以下の通りである．

権利の種類	特許・実用新案等の番号	権利の内容(名称･概要･相手企業名等)
特許権	特開：2018-69124	基本特許・単独特許
特許権	特願：2018-245012	高さ調節機構・佐賀大学／三恵工業
商標	商願：2019-067368	「フワット」の商標・ロケモＡＩ
特許権	特願：2019- 156132	衣服型補助装具・佐賀大学／イイダ靴下

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

商品が１台もない状態にもかかわらず，クラウドファンディングにて，100 人を超える方から 300 万円を超えるご支援をいただいた．一度も体験したことがなくても 300 万円のご支援を頂けたということから，フワットの高い必要性・市場性がうかがえる．今後も，高齢化に伴い，市場は増加していくと考えられる．「フワット」の商品をより多くの皆様に知って頂きその有効性を皆様へお届けできるよう腰まわりの不調に悩む皆様のお悩みに寄り添った「フワット」の改良に努める．また，高度な独自技術も持つ県内企業との連携により，新商品開発に引き続き取り組む．



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 （2020 年９月期）	第２期 （2021 年９月期）	第３期 （2022 年９月期）
フワット（強化ダンボール）	5,000（40%）	20,000（40%）	30,000（40%）
フワット（下着版）	0（--%）	0（--%）	100,000（10%）
フワット（金属フレーム）	10,000（20%）	20,000（20%）	40,000（20%）
売上高計	15,000	40,000	170,000
経常利益	4,000	12,000	30,000

（　　）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
【設備資金】	0	–	–
【運転資金】フワット製造原価	3,000	クラウドファンディング（調達済み）	3,000

１２．別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

フワット

腰がつらくて座れない？
腰を浮かせて座圧軽減！



ろっ骨につけるコルセットと、
イスにのせるフレームが、
座った時に体を“フワット”支えます。



ワンタッチでベルトを装着します

おなかにベルトをまわして止めるだけで、装着できます。
手間なく装着できるため、初めて使用する方も安心です。
ベルトも、気持ちの良い長さに自由自在に変更できます。

イスにそのまま座るだけ

すきなイスに、そのまま座るだけで腰をやさしく支えます。
支える強さは、フワットの高さを変えることで調整します。





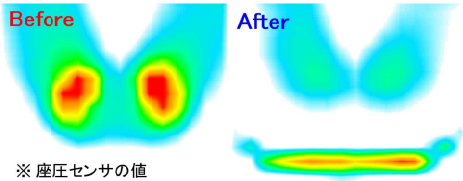
床に座る時も利用可能

たたみの上やカーペットの上など、
椅子を使わずに座る時も使えます。

座圧が軽減されます

腰やお尻にかかる圧力（右図）を
フワットのフレームが支えます。

※フワットは腰の負担を軽減するもので、
腰痛を治療するものではありません。



※座圧センサの値
（佐賀大学中山研究室調べ）

＜価格＞

- 定価：36,000円（税込，送料込）
（日本国外へは発送できません）

製造：三恵工業株式会社（国内産）
販売：(株)山城機巧（佐賀大学ベンチャー）
〒840-8502　佐賀県佐賀市本庄1
佐賀大学理工学部7号館308室

＜購入方法＞

フワット専用サイト
<http://fwat.fit/>
から「購入申込書」をお送りください．

お問合せ先

株式会社 山城機巧　社長　山城佑太
佐賀大学理工学部　准教授　中山功一
E-mail: knakayama@is.saga-u.ac.jp （中山功一）



高さの調節は自由自在

2本の柱を回転させることで高さの調節ができます。
一回転させるごとに、約5mmずつ高く／低くなります。
装着パットを外して、ちょうど良い高さに調整して下さい。

様々な体形に調整可能

以下の方に推奨されます。
- 身長130cm～195cm
- 体重100kg以下
- ウエスト55cm～110cm





ジャケットの下に隠れます

コンパクトな設計なので、装着したまま、
上からジャケットなどを着ることができます。
外出しても人目を気にすることはありません。

＜仕様＞

- 高さ：30cm～47cm（調整可能）
- 横幅：43.7cm（底部の最大幅）
- 重さ：1160g
  （フレーム865g，装着パット295g）





＜ご使用にあたっての注意点＞

・座る際に指などを挟まないようにお気を付けください
・慣れるまでは，体重の半分以上を支えないでください
・慣れるまでは，60分以上の連続装用はお控えください

＜ご使用の制限＞

以下の方に，利用をご遠慮ください．
・体重100kg以上の方（破損する恐れがあります）
・ウエスト110cm以上の方（ベルトが届きません）
・自分で着脱できない方，意思疎通のできない方
・骨粗しょう症や胸部ろっ骨に疾患のある方
（かかりつけの医師にご相談ください）

＜メディア等での紹介＞



福祉機器コンテスト2018で
優秀賞を受賞しました



テレビ東京「WBSトレたま」
で紹介されました



クラウドファンディング：Makuakeで
300万円を超えるご支援をいただき，
商品化されました．

■ 九州経済産業局長賞　　大分大学　　松岡 真輝

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　大分大学	代表者名　松岡 真輝
共同提案者名	
事　業　名　臭いを可視化して必要な情報を提供する、ワキガ総合管理アプリ『臭いの財産・嗅ーBot』	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　ワキガが一目で分かる！臭いレベルのチェック・管理アプリと医師の解析サービス	

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。

腋臭症（ワキガ）で悩む方々向けに、協力企業が販売する専用のデバイスで臭いを感知し、Bluetooth 機能でスマホアプリに送信。アプリでは数値化・対処法の提示、医師の解析診断サービスを行う。
私が医学者と協力企業を取りまとめ、研究会を設置。臭いに特化したアプリ開発会社を起業する。アプリ・アプリの課金、診断サービスの手数料を収益とする。

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

【ニオイの財産・嗅ーBot】
専用のデバイスで腋臭症（通称ワキガ）を感知し Bluetooth 機能でスマートフォンアプリに送信する。アプリでは数値化・対処法の提示・医師の解析診断サービスを行う。

メインサービス
腋臭症（通称ワキガ）総合管理アプリ
月額課金：500 円（税抜き）
専用デバイス販売価格：4,000 円（税抜き）
ニオイを可視化して的確な情報を提供する
（専用デバイスは共同開発する協力企業が販売）。



オプションサービス
医学者の解析診断サービス　1 解析：3500 円
蓄積されたデータを元に、医師集団が医学解析、臭気成分分析を行うサービス。



ビジョン（二次審査で審査員の先生よりご指導をいただき追加しました）
ワキガだけでなく、各部位の臭いの管理予防に応用できるこの事業は、臭いのもととなる食物、飲み物、糖分、飲酒、洗浄方法改善、ストレス改善、睡眠改善などが判ることにより、自己管理・健康管理ツールとしてのビジネス拡大が可能となる。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

◇新規性
嗅覚の表現方法は、臭いを単一の評価尺度で表すことは困難とされてきたため、世界共通の単位がなく、消費者が自らの臭いの強さを知ることはできなかった。
私（松岡真輝）は自分の腋臭の強さが分からなかったことにより、長年に渡って苦しんできた。そこで必要だと感じたのが、信頼できる腋臭評価システムだ。信頼性が高く、かつ的確な評価サービス・情報を提供することで、腋臭症の人は臭いレベルを把握して正確な情報を得ることができる。

競合商品は腋のニオイに非対応、
非ランク化



Kunkunbody（コニカミノルタ）



においチェッカー（タニタ）

当社デバイスは身体のニオイ全てに対応
ニオイを 10 段階にランク化





◇独創性
研究会の設置
① 森照明先生（社会医療法人敬和会統括院長、大分大学医学部臨床教授、脳神経外科専門医）
② 松原悦朗先生（大分大学医学部神経内科学講座　教授）
③ 菊池博先生（国立病院機構西別府病院　名誉院長　血液内科専門医）
④ 駒田信二先生（駒田皮膚科　院長）
⑤ 木許心源先生（株式会社隼斗　取締役会長　医療 AI 専門、神学者）

研究会の結論
① 化粧品メーカーや皮膚科医の官能評価ではニーズに応えることは不可能
（官能評価とは、人の五感を使ってモノの特徴を分析する技術）
② 腋臭症（ワキガ）に悩む人々にとって、特徴よりも、症状の細分化、可視化が重要
③ 治療法を 10 項目に細分化
④ 官能評価の評価基準を改善
⑤ 不快指数の可視化
⑥ 日本人は体臭に対して敏感であり、かつ体臭をネガティブにとらえることから、心の病を発症しやすく、交際や結婚を諦める者、中には自傷行為に及ぶ者もいる。社会課題として、当事業を早急にリリースする必要性がある。

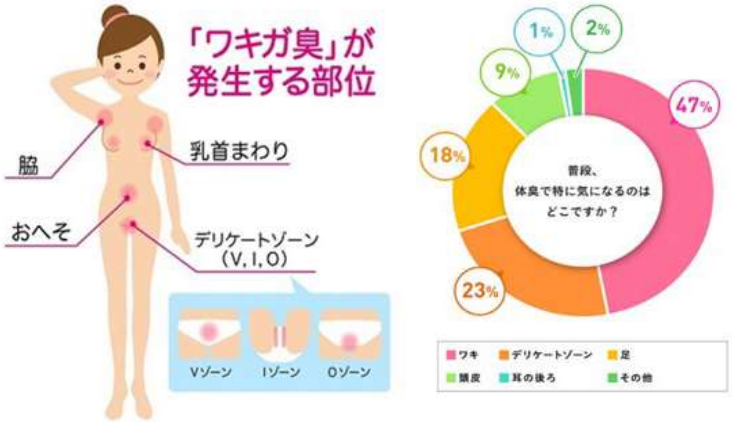
◇特徴
医学者による数値化＋診断サービス
森照明先生指揮の元で、アプリケーションへ蓄積されたデータを解析する医師チーム（皮膚科医、脳神経外科医、神経内科医、血液内科医、整形外科医など）を発足している。

数値化により正確性・信頼性のある情報を提供する。感知したワキガ臭を数値化し、正確性・信頼性を持って必要な情報を提供する、日本初の腋臭症サービスである。医学者と共同で腋臭レベルを数値化・ランク化し、対処法、解析診断サービス（医師意見書）、更にデータの蓄積まで、一連の流れをアプリ１つで行える画期的な独自のシステムである。これによりユーザーは明確な指標に基づき適切な対処を行うことができる。さらに蓄積されたデータから、体調と臭いの強さの相関も知ることができる。

◇法令

二次審査で指摘を受け、プロジェクトメンバーの医師により、厚生労働省医政局医事課へ確認した。数値化・対処法の提示は Google と同様、情報提供サービスであり、一切法令には触れない。また、 医師解析診断も、解析のみであることから、法令に触れるサービスではない。

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



<脱スメハラ！活況を呈する日本の「ニオイ対策」市場>

日本の「ニオイ対策」市場は活性化している。2018 年 1~9 月のデオドラント市場は約 420 億円。「スメルハラスメント（スメハラ）」という言葉が浸透する中、自分の臭いに気を使う人が増加している。特に脇の臭いに対する関心は高く、気になる体臭では脇が最も多い。本事業では日本の人口の 10%だと言われている腋臭症の人をターゲットにしている。臭い対策市場の新たな切り札として、腋臭症で悩む人々の助けになることを願う。

<臭いのニーズ拡大>

腋臭症以外にもの二オイ市場は大きい。足の臭いや陰部の臭い、さらに口臭等に悩む人も大勢いる。このシステムを応用すれば、これらの臭いにもアプローチが可能だ。

①運動不足、エアコン、緊張。生活習慣があなたの体臭を臭くする
汗腺のろ過機能の衰え、ストレスが原因の精神性発汗（冷や汗）、精神性発汗なども二オイの原因であり、「脇汗」もこれに該当するため、腋臭症では無くとも汗が臭くなる。

②活況を呈する日本の「二オイ対策」市場
マンダムが 25~49 歳の男女 1028 人に調査した「職場の二オイに関する意識調査 2018」では、「職場で"どうにかして欲しい"」第 1 位は「二オイ（体臭）」で 71.8%だった。日本の「二オイ対策」市場は活性化している。

③陰部や口、介護や加齢臭の分野にも応用できる！二オイのニーズ拡大
二オイのニーズは脇だけにはとどまらない。陰部の二オイや口臭に悩んでいる人は大勢いる。特に加齢臭においては、市場の大きい第２次ベビーブーマー達の悩みの種だ。



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

◇価格戦略
・メインサービス　腋臭症（通称ワキガ）総合管理アプリ
月額課金：500 円（税抜き）、専用デバイス販売価格：4,000 円（税抜き）

・オプションサービス　医学者の解析診断サービス
1 解析：3500 円

◇マーケティング
・医師を通じたマーケティング
当事業研究会メンバーの紹介を通して学会に所属し、講演・説明会を実施。
皮膚科医や看護師を通して患者へのアプローチを進める。
①日本皮膚科学会大分地方会　②大分県スポーツ学会　③大分県排泄リハビリテーションケア研究会







・Web マーケティング（SNS コミュニティ）
ユーザーの多くは SNS の「臭いに関するコミュニティ」に所属している。それらの当サービスではウェブサイトよりも SNS による情報発信に力を注いでいく。
SNS では世界中の最新二オイ情報、治療情報を発信し、ユーザーが日常的に当社サービスの SNS を訪れるようなコンテンツとしていく。最新医療情報は協力機関を通して収集する情報がアップされる。



・Web マーケティング（広告）
　Google 広告（旧 Google AdWords）での広告宣伝は、Google 社の指導を受け、効率よく検索キーワードにアプローチしていく。



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）

競合商品は腋のニオイに非対応、　非ランク化
当社デバイスは身体のニオイ全てに対応、ニオイを 10 段階にランク化

腋臭症（ワキガ）に悩む人々にとって、特徴よりも、症状の細分化、可視化が重要
①腋臭症のランク（自分がどれほど臭いのか）②腋臭症のランクごと治療法（手術が必要なのか、それとも他の治療法があるのか）③腋臭症が一時的なものなのか、慢性的なものなのか

当社の研究会では治療法を細分化
①エクリン汗腺、アポクリン汗腺、皮脂腺の外科手術　②汗腺機能再生治療③胸髄の交感神経治療　④副交感神経への低周波治療による汗腺の治療⑤菌毒素製剤の局所注射療法　⑥免疫治療⑦投薬療法　⑧食事療法⑨心療内科受診（ストレス対処療法）　⑩マイクロバブルを活用した洗浄管理

官能評価の評価基準を改善
①季節によってどれだけの臭いの差があるのか（手入れや洋服選びに関わる）②他人はどれだけの不快感を持つのか（どれだけの距離で臭うのか）③コミュニケーションにどれだけの影響があるのか④恋人や配偶者はどれだけの不快感を持つのか⑤性生活にどれだけの影響を及ぼし、セックスレスを生んでいるか

不快指数の可視化
　ミルク様臭、ベース臭、酸臭、カビ臭、その他などをベースに不快指数を数値化することで可視化していく。

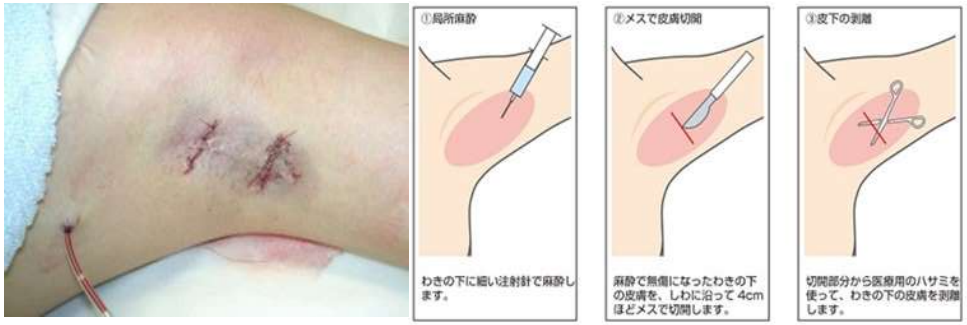
弱点
　競合他社は自社でのデバイス開発を行っているが、当社では協力企業での開発となるため、開発の自由度やスピード力が劣る。その弱点を補っていくためには、開発力のある協力会社を複数持ち、開発力を高めていかなくてはならない。一方で自社開発による開発費・在庫などに対するリスクがないことから、収益率を高めることができる側面もある。

7. 事業実施上の問題点・リスク

◇研究会での方向性
　日本人は体臭に対して敏感であり、かつ体臭をネガティブにとらえることから、心の病を発症しやすく、交際や結婚を諦める者、中には自傷行為に及ぶ者もいる。研究会のメンバーならびに協力医療機関の方々は、「ワキガの者が持つ精神的な負担と経済的な負担が、ワキガの当事者と医師以外には理解されておらず、ニオイのビジネスとしてのみ捉えられていることを、医学者協力の下で払拭していかなくてはならない」と強く語っている。
社会課題として、当事業を早急にリリースする必要性がある。



◇代表、松岡真輝の体験談
　私は美容外科で 3 度の腋臭症手術を受けた。そして腋以外（特に顔など）からの膨大な汗が流れ落ちるという副作用にも苦しんだ。この話を森照明先生にしたところ、「腋を、汗腺を焼き切るだけの治療法は野蛮極まりない」と語気を強めて憤っておられた。手術以外にも治療方法があるにも関わらず、90 万円も費やす必要はなかったのだが、自分の臭いレベルが分からず疑心暗鬼になっていたこと、また、医師からの情報開示もなく、また、正しい情報を入手する方法もなかったため、選択肢はなかった。森照明医師は東北大学脳神経外科出身で、国立大分医科大学が開校した際に脳神経外科を起ち上げるために招致された脳神経外科医であり、現在、社会医療法人敬和会統括院長、国立病院機構西別府病院名誉院長、大分大学医学部臨床教授を務めており、当事業の出資者の一人でもある。



◇事業実施上の問題点
　研究会と協力企業のスピードが早く、事業は早期に開始されるが、出資者からの出資金と自己資金のバランスが悪く、持ち株比率の問題が懸念される。3 分の 2 以上をおさえるために、親族からの借入金を増やさなくてはならない。

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

松岡真輝プロフィール詳細
大分大学経済学部経営システム学科第 4 学年在学中、熊本信愛女学院高等学校卒業。
医学者や経済学者、医療 AI を中心とした企業と共同でプロジェクトを立ち上げ、腋臭症の数値化 ならびに可視化、さらに匂いの再現等の事業にも取り組む。 幼少期から腋臭症（通称ワキガ）に悩み、美容整形外科にて多額の費用を費やし 3 度の手術を受ける。高校時代より ESS の活動に取り組むことで海外との連携環境づくりを培ってきた。大学生活では スピーチに尽力し、昨年は「大分県中国語スピーチコンテスト」にて朗読の部で最優秀賞を受賞。現在も英語や中国語を活かして世界的なマーケットを視野に入れている。

大分大学経済学部社会イノベーション学科、渡邊博子教授の協力によって、下記の信じられないようなチームが生まれ、 アプリケーション開発や機器開発起業との協業も実現した。
五感応用工学研究所 × 大分大学経済学部社会イノベーション学科　× 大分大学医学部　× 脳神経外科医森照明先生 × 医療や IT に強い地元企業

現在知財関連の準備を研究会と弁護士で進めている（二次審査で審査員の先生よりご指摘を賜り、現在準備中）。

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

事業スケジュール
2019 年 11 月　腋臭症のランクと治療法の細分化、可視化完了。
2019 年 12 月　官能評価の細分化、可視化を完了
2020 年 1 月　アプリケーションへ蓄積されたデータを解析する医師チームを発足する
2020 年 1 月　ニオイ分析ランク付け検知機器開発完了
2020 年 3 月　スマホ用アプリケーション開発完了
2020 年 6 月　機器・アプリケーションの検証作業を完了
※検知機器はメーカーにて販売開始（リスクを分散するため）
2020 年 7 月　リリースイベント実施後、アプリケーションのリリース開始

「自分は良い匂いの女性像からかけ離れているから結婚できないかも…」
「汗だくで出勤した日は、部下が離れていく…」
社会や女性が抱える体臭の悩み・差別を解決し、誰もが自信を持って生きていける社会にしたい。 そのような社会を実現するのが、五感応用工学研究所そして二オイの伝導士、松岡真輝である。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （令和３年３月期）	第　2　期 （令和４年３月期）	第　3　期 （令和５年３月期）
アプリ（嗅-Bot） 医学解析 デバイス販売ロイヤリティ	6,600（　80%） 1,344（　100%） 4,800（　100%）	13,200（　80%） 2,400（　100%） 6,000（　100%）	44,500（ 50.8%） 8,155（　100%） 4,800（　100%）
売上高計	12,744	21,600	57,455
経常利益	-724	6,960	20,855

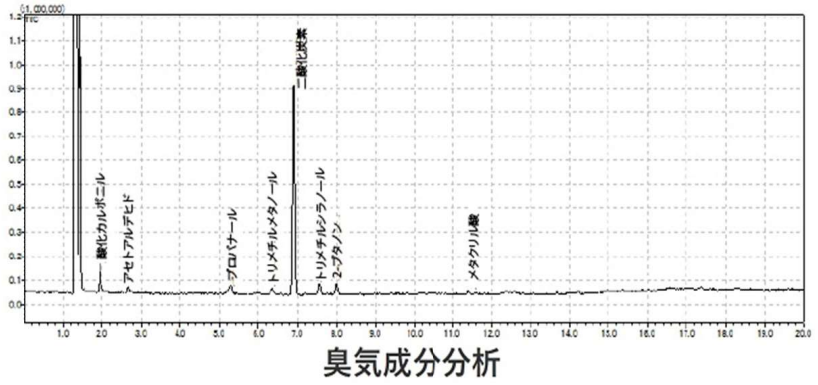
（　　）内は粗利益率

11.資金計画

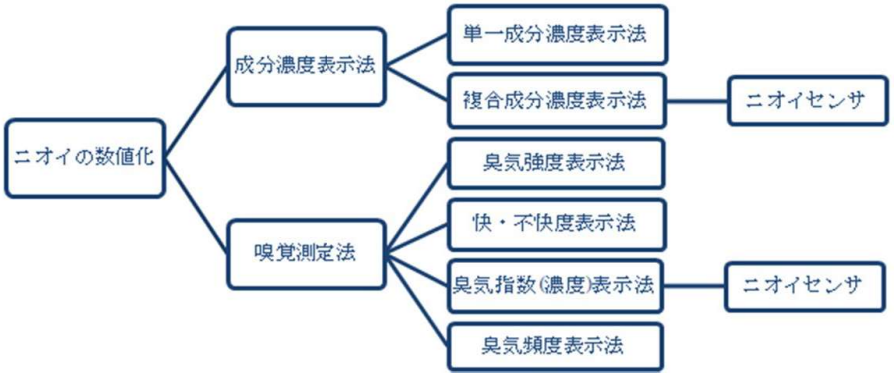
（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
設備資金	7,700	自己資金	8,160
不動産借用経費	600	出資者	5,000
運転資金	4,860		

12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等



臭気成分分析





■ 九州経済連合会長賞　　崇城大学　　岩井 蘭子

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名	崇城大学	代表者名	岩井　蘭子
共同提案者名	宮坂　均、 後藤　みどり		
事　業　名	光合成細菌由来の藻類活性化剤		
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ	微細藻類と社会を元気に。		

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

① 誰に、何を、ど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。

微細藻類（クロレラ、ユーグレナなど）を屋外解放系で大量培養することには、さまざまな困難が伴います。特に問題となるのは、高温や低温でストレスがかかった時、増殖低下や動物プランクトンによる捕食被害が発生することです。P&A は微細藻類活性化剤「Algae Power（アルジ　パワー)」で、藻類を活性化し増殖を促進し生産性を高めます。顧客は、健康食品、水産養殖藻類生産者で、藻類の生産性と安定性が向上するため購入します。従来技術に比べ、低コストかつ極めて少量で藻類を活性化します。

2. ビジネスプランの具体的内容

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

【商品・サービスの内容】

私たち P&A は微細藻類の活性化･増殖促進効果がある光合成細菌由来の藻類活性化剤（Algae Power）を販売します。ビジネスモデルとしては、お客様から藻類株を提供して頂き、お客様の藻類株に合った Algae Power をカスタマイズし、販売します。

【着眼点】

微細藻類を屋外で培養すると、夏の高温期や冬の低温期にストレスにより増殖が低下し、動物プランクトンによる捕食被害も発生します。P&A 技術顧問の宮坂は前職の関西電力（株）において、通産省プロジェクトで緑藻の 400L 培養屋外培養を行い、実体験としてこの問題を微細藻類の大量培養における大きな課題と感じていました。

また、想定顧客ヒアリングを行ったところ、

・水産養殖関係の顧客候補として、珪藻を培養している熊本県水産研究センター、およびナンノクロロプシスを培養している近畿大学水産研究所では、高温期の培養において捕食障害が生じており、夏は培養を行わないとのことです。

・熊本でスイゼンジノリから機能性素材の開発を行っているグリーンサイエンス･マテリアル（株）では、高温期の培養を安定して行うことが目下の最大の課題と聞きました。

・熊本県天草市で 96 トンの屋外培養を行っている（株）デンソーでは、増殖が低下する低温期に動物プランクトンによる捕食被害が発生してます。

このように微細藻類を屋外解放系で安定に培養することには、常に困難が伴います。したがって、私たちの Algae Power で微細藻類を活性化し、ストレスに強くして、増殖を促進できれば、食品、健康食品、天然色素原料、養殖魚餌料、藻類バイオ燃料などのさまざまな分野で活用していただけます。

【事業化計画】

共同研究先の九州電力様と現在特許出願を終え（特願：2019-211634）、現在は顧客候補にアプローチを行っています。顧客の微細藻類を使用して Algae Power のカスタマイズと実証試験を行います。2019 年 11 月からは（株）デンソー様の藻類株コッコミクサで実証試験を開始いています。顧客候補としては、これまでにヒアリングを行った熊本県水産研究センター様、近畿大学水産研究所様、グリーンサイエンス・マテリアル（株）様、の他に、（株）ユーグレナ様、にもすでに情報提供を始めています。カスタマイズを行い効果が実証できた微細藻類については逐次試験販売を開始します（販売開始目標 2020 年 6 月）。順調に売れた場合は Algae Power の OEM 生産を熊本県の企業で行います。
なお事業化は共同研究先の九州電力様と調整した上で進めて参ります。

3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

【独創性】

私たちのコア技術は光合成細菌です。これまでに光合成細菌（紅色非硫黄細菌）の生物刺激（bio-stimulant）効果について研究し、光合成細菌由来物質が極めて低い濃度（10 ng/L）で以下の効果を示すことを明らかにしました。

・クルマエビの成長促進と自然免疫系の活性化
（特願 2017-235300 新規微生物及びそれを用いた水生動物用病害防除資材）
・植物の成長促進（特願 2019-037875 植物成長促進剤及びその製造方法）

クルマエビについては、すでに熊本県ほかの養殖場で実用化され、植物成長促進効果についても平成 29 年度から圃場での実証試験が進んでいます。

P&A はこの光合成細菌が持つ生物刺激効果を微細藻類の培養に応用しました。植物と微細藻類は光合成生物という点では同じですが、実際に光合成細菌の生物刺激効果を微細藻類（ユーグレナ、ナンノクロロプシス、スピルリナ、クラミドモナス）で検討した結果、微細藻類における光合成細菌の効果は植物とは異なる点が多く、微細藻類に最適化した微細藻類活性化剤 Algae Power を試作しました。

【新規性と特徴】

Algae Power の新規性と特徴は以下のとおりです。

・光合成細菌の菌体成分を微細藻類の増殖促進に用いていること。
・従来の増殖促進剤は「栄養成分(nutrient)」であったのに対して、Algae Power は「生物刺激剤（bio-stimulant)」であり、この理由により Algae Power は従来技術（10 mg～100mg / L）に比べて 100 万分の 1 程度の極めて低い濃度（10 ng/ L）で効果を示す。
・原料コストも従来技術に比べて 1,000 分の 1 以下に抑えることができる。

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

【顧客】

以下の顧客を想定しています。

・クロレラ、ユーグレナ、ドナリエラ、スピルリナ等の健康食品藻類メーカー
・スイゼンジノリ（食品、化粧品、医薬品）の養殖会社
・ナンノクロロプシス、珪藻類（水産餌料）等の水産養殖藻類生産者
・ユーグレナ、ボトリオコッカス等の藻類エネルギー産業

【市場規模】

本事業の市場規模の例として、スピルリナ市場（中国）およびユーグレナ市場（日本）での試算を以下に示します。

中国におけるスピルリナの生産は、培養面積：750ha 以上、生産量：9,600 トン ／年、売上：715 億円／年というデータがあります(出展:ちとせグループが運営する 藻類ビジネスの情報サイト「Modia」)。Algae Power で生産性が 10%アップすると仮定すると、顧客増収は 715 億円 x 0.1 = 71.5 億円となり、顧客増収の 10%～20%が Total Addressable Market（TAM）とすると 7.15～14.3 億円となります。

ユーグレナについては、2017 年のデータで年産約 80 トン（粉末ベース）年間売り上げ約 150 億円とされており、スピルリナと同様の計算で、顧客増収は 150 億円 x 0.1 = 15 億円となり、顧客増収の 10%～20%が Total Addressable Market（TAM）とすると 1.5～3 億円となります。

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

【基本戦略】

Algae Power の技術的優位性は従来技術と比べて、極めて少量で効果があることと原料コストが低いことですが、これに加えて微細藻類の種類によって Algae Power の効果が異なり、ユーグレナ、クロレラ、スピルリナといったさまざまな微細藻類にカスタマイズした Algae Power の開発が必要なことも事業を行う上では有利と考えます。別の言い方をすると単に微細藻類の活性化・増殖促進剤を販売するのではなく、顧客の要求に応えられるスペックの Algae Power を開発し提供するという一連のサービス事業を行うということです。これは競合技術ではできない P&A 独自のサービスです。実際の事業では顧客が希望する微細藻類にカスタマイズした Algae Power を P&A が開発し、それぞれの Algae Power の組成はブラックボックス化して開示せず、継続して顧客に Algae Power を買っていただくことを想定しています。

【価格設定方針】

前述の中国のスピルリナ市場を想定して算出した販売価格は、以下のとおりです。培養面積：750ha 、顧客の売上：715 億円／年から、1ha の売上げは 0.95 億円となります。Algae Power を利用することにより 10%生産性がアップし、1ha で 0.095 億円（950 万円）／年の顧客増収があるとして、顧客増収の 20%に当たる 190 万円を私たちの売り上げと仮定します。この時の Algae Power の年間投与量は、1ha 水深 30cm なら水量は 3,000 トンで、Algae Power（100 万倍液）の投与量は 3 リットルとなります。換水率 10% ／日とすると、10 日に 1 回 3 リットル投与するので、年間 36.5 回投与となり、価格は 190 万円／36.5 = 5.2 万円（3 リットル）、1 リットル価格は 1.7 万円（17,000 円）と計算されました。

【販売戦略】

1）お客様から微細藻類をお預かりし、P&A でお客様の藻類に合った Algae Power のカスタマイズを行います。（カスタマイズは無償で行いますが、技術の詳細は開示しません。）
2）カスタマイズした Algae Power をお客様に販売します。販売価格は、藻類によって異なりますが、前述のスピルリナの場合 1 リットル 17,000 円程度と想定しています。

Algae Power のカスタマイズとは

Algae Power は光合成細菌から抽出した複数の成分の組み合わせで構成されます。これまでの研究により、藻類の種類によってこれらの成分の最適な混合比が異なることがわかっています。そこで、P&A はお客様の藻類に合った最適な Algae Power のカスタマイズを行います。

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）

Algae Power は光合成細菌から抽出した物質を加工したもので、効果を示す濃度は菌体量で計算すると 0.003 mg/L となります。これは以下の従来特許技術の、5,000 分の 1 から 200,000 分の 1 の低濃度です。

（技術１） 特開 2019-050731：酸素発生型光合成を行う生物の増殖促進方法。
技術１の物質：ピロール化合物、技術１の物質の添加濃度：16 – 560 mg/L
（技術２） 特開 2015-078155 藻類の成長促進剤および藻類の増殖方法。
技術２の物質：フルボ酸、技術２の物質の添加濃度：Total Organic Carbon(TOC)として 44 mg/L

低濃度で効果があるので、当然コストも小さくなります。光合成細菌の原料価格を 3g 菌体/L (1 x 10^{12} 菌/L)菌液が 300 円とし、技術１のピロール化合物と技術２のフルボ酸については、バルク工業製品の価格で原料コストを算出してみました。その結果、藻類培養液 1 トン（1000 リットル）に加える増殖促進剤の原料コストは、本技術 Algae Power：0.3 円、技術１（ピロール化合物）：300 円から 5,000 円、技術２（フルボ酸）：約 500 円となり、本技術の Algae Power は他技術と比べて、原料コストが 1,000 分の 1 以下となりました。

低濃度で効果があることから、本技術は藻類によって生産する目的物質が非常に付加価値の低い燃料でも利用可能です。例えば１トンの培養液から 20kg の藻体が取れ、そこから 10 リットルのバイオ燃料が取れたとして、生産物の価格は 300 円（1 リットルのバイオ燃料価格）x 10 = 3,000 円程度です。従来技術１、２とも培養液１トン当たりの添加物コストは生産物コストの 10%を超えていますが、本技術のコスト 0.3 円は生産物コストの 0.0001%に過ぎず、このように生産物の付加価値が極めて低いエネルギー分野でも本技術は利用可能です。

7. 事業実施上の問題点・リスク

事業における課題として、

1.光合成細菌の培養と Algae Power の製造は、実験室レベルでは完成していますが、大量に生産してロット管理も行える体制を今後作ることが課題です。
2.藻類活力剤 Algae Power の効果は現象としては明らかになっていますが、そのメカニズムは明らかではありません。メカニズムを含めた科学的エビデンスの蓄積がさらに必要です。

事業課題の解決方法として、

1. Algae Power の生産と品質管理は、Original Equipment Manufacturer（OEM）によって行うこととし、１年以内に OEM 受託先を見つけるようにします。既に何社かあたっています。
2.Algae Power を投与による微細藻類の遺伝子発現レベルの変動で、増殖促進効果やストレス耐性向上効果が説明されれば、Algae Power の効果のエビデンスが強化されます。そのために、次世代シーケンサーによるトランスクリプトーム解析による網羅的な遺伝子発現の解析を計画しています。

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

本技術開発は、崇城大学と九州電力株式会社様の共同研究によるものであり、代表の岩井が修士論文のテーマとして研究し、開発したものです。藻類活性化剤（Algae Power）の特許については、現在、九州電力様との特許出願契約締結し出願が完了しています。（特願：2019-21163、発明の名称：微細藻類増殖促進剤及びその製造方法、発明者：岩井蘭子、宮坂均、他３名）

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

微細藻類はクロレラ、ユーグレナの他にスピルリナ（健康食品、天然色素）、ドナリエラ（健康食品）、ナンノクロロプシス（水産餌料）、珪藻類（水産餌料）など実に多様な淡水性、海産性の藻類が私たちの生活にかかわっています。

Algae Power は微細藻類の生産性をより高めるためのもので、なにか全く新しいものを作り出して社会を変えようとするものではありませんが、これまで培養が困難だった微細藻類の工業的大量培養が実現できれば、より多くの人に微細藻類の恩恵を届けることができると考えています。

また、微細藻類で注目されているものに藻類バイオ燃料があります。これについては実現可能性について意見が分かれており、将来性は不明です。しかし、私たちの技術が藻類バイオ燃料の生産性向上に寄与することは間違いないので、実現に向けて研究開発に協力することが私たちの責務と考えています。

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 （ 2020 年　4 月期）	第　2　期 （ 2021 年　4 月期）	第　3　期 （ 2022 年　4 月期）
	595（ 50 %） （ %） （ %）	5,100（ 60 %） （ %） （ %）	51,000（ 60 %） （ %） （ %）
売上高計	595	5,100	51,000
経常利益	-6,262	-5,370	17,220

（　　）内は粗利益率

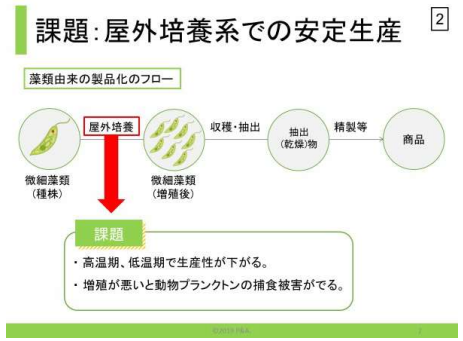
11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
研究開発費用	3,000	自己資金	3,000
運転資金	10,000	崇城大学ベンチャーファウンド	10,000

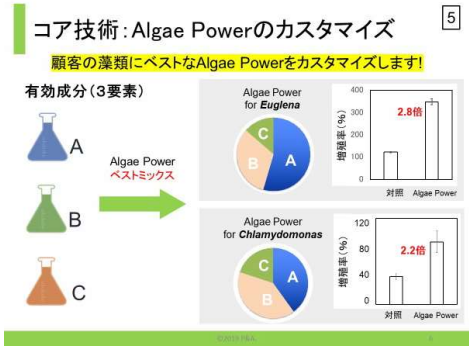
12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等











■ ＮＩＣＴ賞　　宮崎大学　有方 草太郎

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名 宮崎大学	代表者名 有方 草太郎
共同提案者名	
事　業　名 Pioneer Pork	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ Super Swine Style	

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。

現在日本の９割の養豚農家が、効率優先で豚がほとんど身動きできない養豚を行っている。そこで私は、アニマルウェルフェアという豚のことを考え、安心の育て方をした美味しい豚肉を、健康志向の方に販売する。放牧養豚は豚と人が、うまく共存していける育て方であり、それを切り口に農業の新しいモデルを作り出し農業界に革命を起こす。

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

テーマ：アニマルウェルフェアを重視した、豚をのびのび育てる「放牧和豚」のブランド化
商　品：放牧で育てられた美味しい豚肉
着眼点：放牧養豚によって、**豚にストレスを与えない育て方**をすることで多くのメリットがある

「成長効率が上がり、肉質が向上する」

研究では飼育面積を広げストレスを軽減したことで、日増体量が 30g 高くなり、飼料要求率が 300g 減少したという研究結果がある。これは成長効率がストレス緩和によって向上したことを意味する。それに加えてうま味成分であるグルタミンなどのアミノ酸がストレスを軽減させた豚肉から多く確認された。その結果、官能試験ではストレスが軽減された豚の方が、肉質と風味の総合評価が高かった。
(豚の飼育密度とストレスおよび豚肉の食味成分の関連性調査 より)

「抗生物質などを与えずに育てることができる」

私がアメリカの大学にいた時、畜産の授業で抗生物質について学んだ。アメリカの８割の抗生物質は家畜のために生産されており、それによる抗生物質耐性菌の発生が問題視されている。2050 年までに 1000 万人がこの抗生物質耐性菌により命を落とすといわれており、いま抗生物質の使用について、世界中で様々な議論がなされている。

ではなぜ抗生物質を使う必要があるのかというと、それは豚舎で飼われた豚は大きなストレスを抱えているからである。こちらも実際に行われた実験結果であるが、飼育面積制限によるストレスを受けることで免疫担当細胞の機能が長期的に低下する。それにより易感染状態になり多くの疾病を引き起こす。その疾病を治すために抗生物質が使用されるのである。すなわちストレスさえなければ疾病を引き起こす可能性は下がり、抗生物質を投与する必要もなくなるのである。
その結果、安心な豚肉を消費者に届けることができる。
(密飼いが肥育豚の増体や免疫機能及び唾液中 ストレスマーカー濃度に与える影響　より)

「電気代節約になり別の設備投資に使える」

一般的に最も大きく電力を使うのは糞尿処理に使う浄化槽や送風機であり、160 頭規模の農場では総電力 40kW のうちの約 40%の 17kw を糞尿処理施設に使っている。しかし放牧養豚では糞尿は自然に乾燥し土に戻るため糞尿処理施設の設置の必要がなく大幅な電気代の節約が可能である。それにより 24 時間 web カメラなどを導入したりなど別の設備投資に使うことができる。（2 養豚場の「消費電力の可視化」と消費電力の負荷平準化　より)

事業化計画：日南市北郷町で山を獲得済みである。3-4 反の土地を二か所くらいから始めたいと考えており、１反に 6-8 頭飼育可能なので１か所に 30 頭は飼うことができる。最終的には繁殖から行いたいが、まずは 2-3 ヶ月齢の肥育豚を育てて出荷するところから始めたい。４月に８頭購入し、そこから毎月８頭購入していく。７月には８頭出荷しそこからは常に 24 頭飼育している状態にする。そこから毎年、月の出荷数を 1-2 頭ずつ増やしていく。
目標売り上げ：1 年目 1280 万円　→　4 年目 3600 万円

													3年目に2つ目の土地で開始											
	2020年4月	2020年5月	2020年6月	2020年7月	2020年8月	…	2021年7月	…	2022年7月	…	2023年7月	…	2024年7月	…										
導入数	8	8	8	8	8	…	10	…	12	…	14	…	15	…										
出荷数				8	8	…	10	…	12	…	14	…	15	…										
農場合計飼育数	8	16	24	24	24	…	30	…	36	…	42	…	45	…										

【5 年後】
・放牧豚の一貫経営を目指すため、母豚の導入を始める。
・母豚は 8 ヶ月齢の体重 130 ㎏で初回の種付けを行うが、母豚も放牧で育てたいので 60 ㎏程の肥育後期の母豚を導入する。本来 130kg で導入すれば 10 万円だが、60kg で導入することにより 5-6 万円で導入できコスト削減できる。母豚も放牧で飼うことで多くのメリットがある。母豚の出産前にストールに移動させることで行動制御のストレスを感じ、子豚の免疫機能を低下させるという論文（The effect of immobilization stress of sows on selected immunity parameters in piglets in the early postnatal period ピッグジャーナル 2015 年 5 月号掲載）が発表されており、母豚の放牧によって子豚の生存率が上がり、結果として売り上げの向上が期待できる。また土地を 10 反(1 町：100m×100m)まで増やし、月 20 頭の出荷を目指す。
【10 年後】
・完全一貫経営の確立
・売り上げ 1 億円を目指す。
土地を 20 反まで増やし、月 40-50 頭の出荷を目指す（週に 10-13 頭）

事業形態：株式会社

事業の将来のビジョン：
世界に安心の和豚放牧養豚を発信する。

私はアメリカ滞在中に宮崎牛がお金持ちの多くいるカリフォルニア州などで売られているのを目にした。しかしどこに行っても日本産の豚肉が大々的に売られているところは見たことがない。これはまだ市場拡大を望めるということではないだろうか。私が放牧で育てた豚を『放牧和豚』としてブランド化し世界進出を実現する。実際に現在 CrowdCow という、アメリカで和牛を販売している会社があるが、コンタクトをとることに成功した。まだ私が養豚を開始していないので取引ができるかどうかは分からないが、今後の世界展開への一歩としてアメリカなどは期待ができるマーケットである。

そこで、市場拡大には多くの土地だけでなく人も必要になってくる。だから私は、放牧養豚のノウハウを提供し、フランチャイズ化して同一ブランドを増やしていきたいと思っている。私自身、塾講師などの経験があり、教えることが好きである。また実際に就農して農業を始めてもらってこそ、新しい考えや、思いを持った若者が出てくると思う。それにより日本の農業を盛り上げ、後継者不足などの問題などを解決して、日本の農業に革命を起こしたい。

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

新規性：
アニマルウェルフェアを考慮した育て方に加えて、安心の豚肉をお届けするために、24 時間 web 監視カメラを導入する。それにより、生産者だけでなく消費者の方にも実際に私が育てる豚がどうやって育てられているのかを見てもらいたい。誰がどうやって育てたのかが可視化されることで他の豚肉よりも大きな安心感を美味しい豚肉とともに提供したいと考えている。
また海外旅行者むけレストランなどで、アニマルウェルフェアが進んでいるヨーロッパなどからの旅行客をターゲットにしている高級レストランなどにお肉を提供する。そこから独自のルートを開拓していく（CrowdCow などもその一つ）。
こういったことで、放牧養豚の基準を作り、流通面などでブラックボックスを作ることで差別化を図りフランチャイズ化していきたい。

便利性:
ストレスが減ることで肉質が向上し、免疫能力が上がることで病気にかかりにくくなる。それによって美味しく安心な豚肉に仕上がる。それに加えて 24 時間 web 監視カメラによって誰がどうやって作ったのかが分かることで、今まで以上のワンランク上の安心も一緒に提供できる。また、コストも大幅に抑えることで、その分をより安心した豚肉生産へのシステムへの出費等に使え、よりブランド力向上を見込める。

独創性：
放牧養豚という真似しづらく、変わった方法で養豚を行うことで差別化を図る。かつ、安心で美味しい豚肉になり、アニマルウェルフェアを考慮しているといった点で付加価値をつけることで『放牧和豚』としてブランド化を目指す。

特徴：
現在、日本の養豚形態(工場型畜産システム)が、国内だけでなく国外からも問題視されている。2020 年に開かれる東京オリンピックにおいては、飼育方法が調達基準に達しておらず、50 以上の団体に加えて 10 人のオリンピック選手が抗議し改善の声明を出した。しかしこの問題に対して、ほとんどの畜産農家が改善を行わず従来の方法で飼育を継続している。(週刊朝日 https://dot.asahi.com/wa/2018112800043.html?page=1より)
だからこそ私は、放牧養豚という、アニマルウェルフェアからの視点でも良いと考えられる飼育方法で養豚を始めたいと思っている。最初は肥育だけではあるが、のちには母豚も放牧で育て母豚ストールフリーにもつなげていくことができる。

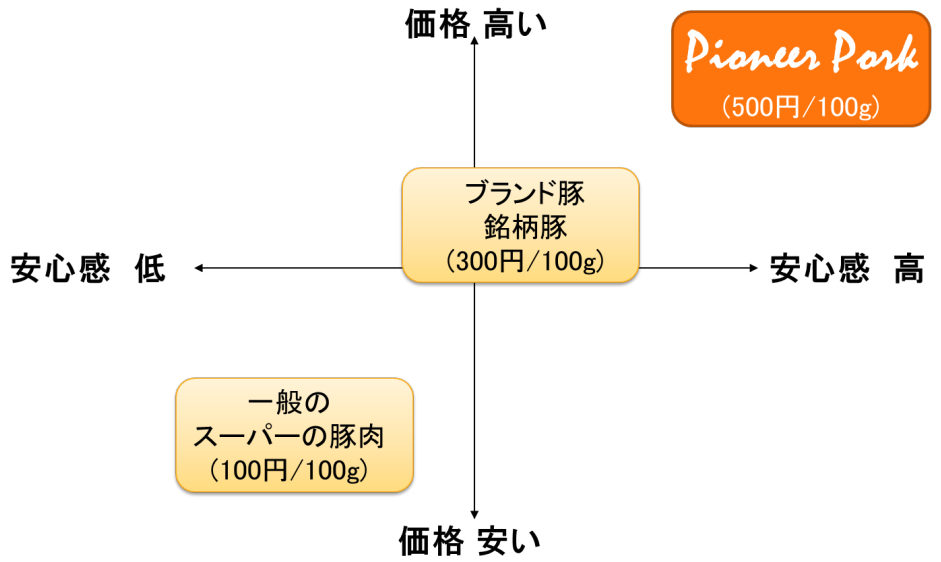
4．販売ターゲット(顧客)、予想される市場規模・市場動向、販売対象エリアの状況及びその裏づけ

販売ターゲット(顧客):
（短期視点）客単価 5000 円以上の九州の高級レストライングループへの直取引を行う。宮崎市内には 134 店舗あり(食べログ より)、決済者との商談を月に 10 回以上行う。そこから 1 ヵ月に 1 件のペースで取引先を増やしていく。
（長期視点）レストライングループからの口コミや、自身のホームページなどから、年収 600 万円以上の独身美食家や、1 子持ちの両親を顧客として徐々に獲得していく。
経済産業省のホームページから引用してきたデータ
（ https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/jisedai_healthcare/sinjigyo_wg/pdf/003_s01_00.pdf 経済産業省 2015 年)
では健康関心度が高い人は、年収に関わらず食費にかける金額が高い。それに加え年収が上がることで、よりその傾向は大きくなると示されている。
また子育て中の両親が気を遣うものの一つが子供の健康である。安心な食材を子供に食べさせたいと考える両親は多い。実際に 2014 年に行われた調査（ＮＰＯ法人アニマルライツセンター　2014 年　1188 人への畜産動物に関する調査）では 8 割以上の人が、より自然な状態で育った動物の肉、卵、牛乳などの方が安全性が高いと思うと、回答している。

市場規模：
去年の豚肉の出回り量は約 182 万トンであった。平均 1kg550 円ほどで取引されているので豚肉全体の市場規模は 1 兆円である。さらに日本のデータではないがオランダなどのアニマルウェルフェアを考慮した豚肉のシェア率は約 1%であると考えると、単純計算で、アニマルウェルフェアかつ安心な豚肉を求めている**市場規模は 100 億円を超える**と考えられる。(農林水産省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は（独）農畜産業振興機構調べ)
また、ブランド豚の市場シェア率は 40%であるので、それよりブランド豚の市場規模は 4000 億円以上になる。ブランド豚の種類は約 400 種類あるので 1 ブランドあたり約 10 億円の規模と考えると、私の『放牧和豚』も 10 億円のポテンシャルを秘めたビジネスであると考えられる。（畜産業界調査報告書「畜産王国」南九州の成長戦略Ⅱより）

市場動向：
世界中でストール飼いや、アニマルウェルフェア、安全な食品の供給が注目されている。また日本では 2020 年にオリンピックが開かれるが、その際の豚肉などについての家畜の育て方改革を行うべきだと 10 人ものオリンピック選手が声明を発表した。しかしそんな中、日本はというとストールでの飼育はいまだに 9 割近いのに加え、必要肥育面積といわれる 0.65 ㎡を下回って育てられている豚は 2007 年の 2%から 2014 年には 20%と上昇傾向にある。アニマルウェルフェアを考えた豚肉の需要に対して供給が追い付かなくなるの明白である。
（飼養実態アンケート調査報告書 http://jlta.lin.gr.jp/report/animalwelfare/index.html より）
また、2014 年に行われた調査（ＮＰＯ法人アニマルライツセンター　2014 年　1188 人への畜産動物に関する調査）では 10 人に 1 人が「価格が高くなっても畜産動物の福祉を大切にすべき」と答えている。
だからこそ放牧養豚は大きな需要があると見込んでいる。

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



基本戦略：
　ポジションとしては、野菜における有機野菜のポジションを取り、既存のブランド豚を超える安心の豚肉を提供したい。有機野菜が世に出回ったのも、誰がどんな風に生産したかが可視化されたからであり、それを放牧養豚という真似しづらい育て方に、これでもかというくらい転用したいと考えている。その一つが 24 時間 web 監視カメラであり、消費者の方に 24 時間いつでも育てられている豚を見ていただくことができるというシステムである。それによりワンランク上の安心を感じてもらう。
　このように他のブランド豚と差別化を図り、放牧豚でストレスフリーのため肉質やうま味成分が高く、かつ疾病になりにくいので抗生物質なども使用しない安全性の高さをアピールし、今までになかった新しい豚肉のポジションを確立する。そのうえでまず、高級レストラングループに加え、道の駅やふるさと納税を利用し、地域の親御さんたちに安全な豚肉として認知してもらえるよう SNS でも PR 活動を行う。

価格戦略：
安心かつ、アニマルウェルフェアのことも考え美味しい高級志向の肉を販売したいので、スーパーなどの 4-5 倍の値段で販売を考えている。（1 頭 20 万円で販売予定）

販促戦略：
ふるさと納税、道の駅などに出店し地域の人たちに知ってもらう。また、国際農業者交流協会やトビタテ留学 Japan など今までのつながりをもとに、それぞれのコミュニティで、私の活動などを取り上げてもらえるように頼み全国に広げていく。実際今回、宮崎大学と宮崎銀行が開催したビジネスコンテストでグランプリになり、新聞やテレビ、ラジオの取材に応じ、放牧養豚というものを発信する機会が増えた。それにより放牧養豚で育てられた豚肉のメリットをメディアなどを通して伝えていけるようになったので今後もそういった活動を行っていく。
また、そのビジネスコンテストを通して、DMM.com の投資担当の方にも評価していただき特別賞もいただいた。今後、よりブラッシュアップしていければ応援したいとも言ってくださっている。DMM との連携がとれるようになればより広く広報活動もできると考えている。

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）

・ブランド豚を育てている養豚農家
観音池ポーク(都城市高城町)、まるみ豚（川南町）、日南もち豚（日南市）など

放牧と違い舎飼いされているので生産効率的には追いつけない。しかし放牧養豚は、アニマルウェルフェアを考慮していることに加え、肉質の良さ、抗生物質などを使わない安全性などで、優位性があると考えている。また、育て方でブランド化できる。
・放牧養豚農家
農業生産法人有限会社北海道ホープランド（北海道）、遊牧舎（北海道）、など

実際に放牧養豚をされている方で、ノウハウもあって販売先も確保しておられるので強敵。しかし私の武器は、新規就農で始めた、畜産とは無縁の環境で育った、若い、といった話題性。また、宮崎など九州ではまだ従来のやり方で養豚をされている方が多いので、放牧養豚の市場はまだまだ開拓できる余地がある。また、海外進出を考えている点でも差別化できる。

7. 事業実施上の問題点・リスク

・豚コレラの感染領域拡大
　現在豚コレラが韓国まで南下してきており、日本でも少しずつ拡大し始めようとしている。新規就農で今から養豚を始めるとなると、近隣の家畜農家などにとっても大きなリスクとなるため許可をとれるのかという問題がある。
・フランチャイズ化していくうえで、土地の確保を継続的に行う必要がある。
　現在は 100m×30m の土地が 2 つ確保済みであるが、今後規模拡大をしていくうえで、より多くの土地が必要になってくる。その土地をどう確保していくかは課題の一つである。
・SNS で活動や放牧和豚を広げていきたいが、Web マーケティングの知識が乏しい

8. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

北海道での畜産研修経験
養豚施設でのアルバイト
アメリカの養豚場での勤務

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

私が目指す農業は

① 休みを一ヶ月くらいとって旅に出ても成り立つ
現在農家さんなどの現場労働者の平均年間休暇は約 90 日前後であり、100 日を上回ることはない。そこで私は週休 2 日に加え 1 ヵ月のまとまった休みをとれる制度を導入し年間 120 日以上（30%増！）を目指し農業界の働き方改革を行う。

② 東京に家を持つ
私は子供を都会で育てたい。今仕事はどこにいてもできるといったスタイルが徐々に広がってきている。農業にもそれを導入し、24 時間 web 監視カメラで豚の健康状態を確認しつつ、IoT 技術の導入によりスマホから豚に餌をあげることができるようにする。そうすることで、都会にいる人でも農業に参入できるようになり、農家の数を増やすことができ、日本の農業の活発化につながると考えている。これを 5G 時代のデジタル養豚として打ち出しても面白いと考えている。

③ 豚が幸せそうに走り回って泥だらけになれる育て方をする
ストレスフリーで育てられた豚は抗生物質などを使わず、人の健康に害を与えない。そんな安全な豚肉を「放牧和豚」として世界中の消費者におくり、和牛だけでなく和豚のマーケットを開拓していきたい。

顧客第一はもちろんですが、それと同じくらい農家のための農家になりたいと思っている。私自身がそのパイオニアになり、うまく人と豚が共存していける養豚のスタイルを見せていきたい。それをみた私の次の世代の若者が農業に興味を持ち少しでも農業に関わる仕事に就き、日本の農業が活性化していけばよいと思っている。

10. 売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （令和 3 年 1 月期）	第　2　期 （令和 4 年 1 月期）	第　3　期 （令和 5 年 1 月期）
豚肉	一頭 20 万円を月に 8 頭 4 月から始め 3 か月後の 7 月より販売開始と考え 200000×8×6=12,800,000	月 10 頭に増やす 200000×10×12 =24,000,000	月 12 頭に増やす 200000×12×12 =28,800,000
売上高計	12,800	24,000	28,800
経常利益	12,800	24,000	28,800

（　　）内は粗利益率

11. 資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
飼槽(2 万/個)	200	自身のバイト代	1,000
出荷ケージ	50	宮崎銀行からの融資	2,207.272
車検	100		
ソーラー電牧器	114.4		
電牧ファームコード	44		
杭打機	100		
高圧洗浄機	40		
冷凍庫(292 ℓ)	53		
電圧テスター	12.1		
電牧ポール	34		
ゲートハンドル	2		
クリップ 10 型	4.8		
危険表示板	2		
外周フェンス	416		
ペグ	6.7		
外周門扉	100		
ウォーターカップ	15		
段ボール(100 箱)	15		
防草シート	24.6		
U ピン杭・黒丸	15		
刈払い機	30		
水くみ上げポンプ	25		
消石灰	2		
2 トントラック	1,500		
エサ代(3kg　8 頭 30 日)	50		
3 ヶ月齢子豚（8 匹）	128		
水道代(5L 8 頭 30 日)	3.672		
電気代	10		
ガソリン代	10		
自分給料	100		

12. 別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等





■ 優秀賞　　大分大学　　和田 貫汰

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　大分大学	代表者名　和田　貫汰
共同提案者名	
事　業　名　WADAIKU	
キャッチフレーズ　一生飽きることのない空間をあなたへ	

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。

弊社は「一生飽きることのない空間をあなたへ」をキャッチフレーズとし、時と場合、用途に合わせて空間デザインを変えていくことを可能にする『スマカペ（SMART CARPENTER）』という商品を提供していく。対象者は 20 代から 60 代の住宅購入者、住宅関連用品の購入者である。この新たな空間デザイン形成を世界中に広め、「一家に 1 スマカペ」というスタイルを作っていく。

2．ビジネスプランの具体的内容

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

弊社の商品の原点は宇宙開発にある。近年、宇宙空間に建物をつくる時代が近づいてきている。そんな中問題視されているのが、地球から火星までの距離である。地球から火星にたどり着くまで約 8 ヶ月かかるが、その長期間宇宙船で過ごすのには無理がある。さらに、宇宙船の内部は機械に囲まれた密室となっている。とてもでないが快適に過ごせるとは思えない。どうしたら、この期間快適に過ごせるか考えた結果、時と場合、用途に合わせて空間デザインが変化できるものが必要であることに気づいた。

しかし、宇宙開発となると普段の生活からはほど遠いものであり、ビジネス性に欠ける部分がある。そこで、弊社は宇宙開発で求められているものを地球上で実現させ、商品化することでビジネス展開していく考えにたどり着いた。このビジネスプランでは「一生飽きることのない空間をあなたへ」をキャッチフレーズとし、時と場合、用途に合わせて空間デザインを変化できる商品『スマカペ』の提供をしていく。

「空間デザインを変える」をもっと一般的にいうと模様替えである。あるデータによると半年に 1 回模様替えをする割合が一番高く、次に多いのが季節ごとに模様替えをする人の割合である。要は、1 年間に 2～4 回するのが一般的な答えである。しかし、いざ模様替えをしようと思っても「時間がない」「面倒くさい」「家具が重い」という理由でしないことが多い。また、アンケートによると「家具をうごがさずに模様替えをしたい」「壁や床を傷つけたくない」と思っているひとが多い。弊社はこのデータをもとに、人々の需要にあった商品とはなにかを考え『スマカペ』を開発した。

では、『スマカペ』の具体的な商品説明をする。スマカペはインテリアの裏面にもしくは側面に磁石をつけた状態にしたものであり、それを金属板の壁に貼り付けることで部屋のデザインを形成していく。時計を例にして説明すると、時計の裏側に磁石が付いていて、その時計を壁に飾るといったものだ。感覚としては冷蔵庫のドアにマグネットをつけるのと同じだが、これを部屋の壁に取り入れることで様々な効果が期待できる。もし、あなたが時計の位置を変えようとするなら、新たな場所に釘をうち、壁にかける必要がある。さらに、元の場所には釘の跡が残ることになる。そんなことを繰り返ししていたら、すぐに壁が劣化してしまい見た目も荒れてしまうが、スマカペを使えば釘を打つ必要もなくなり自由に何回でも配置を変えることができる。その他にも、壁紙も自由自在に変えることができる。普通は壁紙を変える際は業者に頼んでしてもらう必要があったが、磁石の付いた壁紙を金属版に貼るだけなので誰でも簡単に取り付け可能である。最近では一般の方でも貼ることができる商品が販売されているが、やはり職人の技にはかなわない。　しかし、磁石で貼り付けるだけなら誰でもできるので、とても需要があると考える。

しかしながら、そもそも時計の位置を変えたり壁紙を変えたりしようと思わないという人もいるかもしれないが、スマカペはそういった方々の生活にも影響を与えることができる。模様替えをしない理由の一つに前述した「面倒くさい」や「時間がない」という事実がある。弊社はまさにこういった方々が気軽に模様替えをしてくれることを願っている。「あそこに時計があるから机の配置を変えられない」「あそこに写真を飾っているから、このソファはここにしか置けない」ではなく「机をここにもってきたいから時計を動かそう」「ソファをここに置きたいから、写真を見える位置に移動させよう」という発想に変わっていき、一生飽きることのない空間を届けていきたい。

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

新規性という点においては『スマカペ』のシステムを空間デザインに取り入れたことに新しさがあると考える。商品の見た目自体は他のインテリアと変わらない上に、磁石で壁にくっつけるという発想はすでに存在している。しかし、その発想を空間デザインの形成に関連づけているので、アイデアの独創性もある。

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

販売ターゲットは 20 代から 60 代の住宅購入者、住宅関連用品の購入者である。加えてこれから建設されるマンションやアパート、オフィスの家主および施工関係業者もターゲットに入れている。予想される市場は二つに分かれる。一つは、一般の住宅。もう一つがオフィスや施設である。

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》

【価格戦略】〈販売価格/原価)

インテリア［時計］(¥4,500/¥1,500)　・・・　MI1
インテリア［棚］(¥1,350/¥700)　・・・　MI2
インテリア［写真入れ］(¥1,350/¥700)　・・・　MI3
ウォール［1000mm×1000mm］(¥8,500/¥4,000)　・・・　MW
スマートインテリア［円型］(¥11,700/¥6,600)　・・・　SI1
スマートインテリア[長方形］(¥11,700/¥6,600)　・・・　SI2

全ての商品の価格は販売価格に対する原価の割合を約 40%に設定。これは家具・雑貨を扱う N 社の原価よりも少し低い。「マグネットインテリア」の価格は競合会社の商品とほぼ同じ価格に設定した。さらに、消費税が 10%になることを考え、税込の価格が高くなりすぎないように考慮した。また、「ウォール」に関しては 1 平方メートルあたりの価格で提示し、お客が自身で見積もりしやすいようにした。

【販促戦略】

①住宅展示場にパンフレットを置く。②「スマカペ」を大々的に売り出した建築会社の TVCM をする。③SNS などを利用した宣伝から始めていく。住宅展示場では実際に「スマカペ」を体験できる場を設け、一般の方でも簡単にできる機能であることを伝えていく。TVCM は「スマカペ」という言葉を耳に残すことが目的である。聞き覚えがあると感じてもらえるような宣伝をしていく必要がある。最後に SNS はインスタグラム、Facebook を中心に行い、他には YouTube なども需要な宣伝媒体になってくる。理由は印象に残りやすいからである。実際に私も経験して感じたが、インスタグラムや YouTube での CM はとても記憶にのこる。また、視聴者の特徴に合わせた CM を流せるのが SNS などのメリットであるので、「住宅」「インテリア」などに興味を持つ顧客に絞り込んで CM を流すことができる

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）

競合会社	競合会社の優位点や特徴および弊社の弱点	競合会社との比較の上、弊社が持つ優位点
I 社	おしゃれなデザインや良質な材料を使ったインテリアの製造。日本では設立 10 周年を迎え、世界では 70 年を超える歴史を持つ。北欧のインテリアを売りに多くの日本人の興味を集めている。	デザイン性という面では、「スマートインテリア」はどんなデザインにでも変化することが可能なので、気に入ったデザインが見つかるまで何度でも試すことができる。
N 社	お値段以上の質を売りに販売。リーズナブルな価格にも関わらず、おしゃれなデザインが人気。新居向けの家具のパック販売などがあり、新生活の始まりには誰もが立ち寄る。	価格の設定は N 社に合わせたものなので、弊社もリーズナブルに提供できる。さらに、N 社の場合部屋のデザインに合わせた家具選びが必要になってくるが、弊社の場合先に部屋のデザインを作ってしまうことができるので、家具選びも容易になるだろう。
T 社	大型ショッピングセンターなどに複合されていることが多く、多くの人が利用したことがあるはずだ。DIY キッドを利用して自作のインテリアをつくることが可能で、自分で部屋をアレンジしたい人はこのお店を利用するだろう。	自分の部屋をレイアウトするという点においては T 社に負けていない。お客様が思い描くデザインを実現できる。また一度作って取り付けたものを取り外すのが大変な DIY に比べて、手軽に模様替えなどが可能。

7.事業実施上の問題点・リスク

問題点やリスクは２つ。まず、一つ目が磁石を使った商品になるので、電子機器などに不具合をもたらす可能性があるため、電子機器に与える影響具合を調べる必要がある。二つ目が、磁石だけによる強度である。どちらの問題点も商品化する前にしっかりとした測定検査が必要となってくる。

8.この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

設計、デザインは現在学習中であるため住宅の一部に「スマカペ」を活用した住宅設計が可能になる。また、私のコースでは空き家問題や地域の過疎化問題なども触れる機会が多いので、「スマカペ」を活用した飽きることのない住宅設計を可能にし、人々がずっと住み続ける家づくりを目指すことができる。さらに、2018 年の夏に NASA への２週間の研究留学をした経験があり、その際に行われた X-prize という宇宙ビジネスコンテストで優勝した実績を残している。このコンテストでは、実際に自分の宇宙開発会社を持っているとしたら、どのようにして火星移住につなげるかというビジネスプランを発表した。東大、筑波大など宇宙開発に力をいれている大学の学生がいる中、この賞を獲得できたことは私にとって今回の「スマカペ」を成功させる糧になると思っている。

最後に、先月大分大学で行われたビジネスプランコンテストでは弊社 WADAIKU の『スマカペ』が優秀賞に選ばれた。日本文理大学や立命館アジア環太平洋大学の関係者の方々にも高く評価していただいたビジネスプランである。

9.事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

①過疎化した地域や空き家問題を抱える地域のリフォームの手助けをしていく。『スマカペ』を利用した地方創生にも力を入れていく予定だ。②将来的には『スマカペ・テクノロジー』という商品を提供していく予定だ。この商品はまだ開発途中であるが、かなり便利な機能になると考えている。簡単に説明すると、考えたデザイン通りにインテリアが勝手に動くシステムである。専用のアプリ上でインテリアの配置をきめて動かすことができる。この機能は空間デザインだけでなく、「小学生向けのプログラミング教育」の一環として社会に発信していきたいと考えている。③そして、最も大きな弊社の目標は原点である宇宙開発である。まだ世の中には知られていないが、宇宙開発の中では、宇宙建築という分野が近年発達してきている。弊社はこの宇宙建築の前線で活躍できるよう躍進していきたい。

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 （令和５年 1～6 月期）	第 2 期 （令和５年 7～12 月期）	第 3 期 （令和６年 1～6 月期）
インテリア	（ 59.7%）	（ 59.7%）	（ 59.7%）
ウォール	7,200[4,300]	36,000[21,500]	148,500[84,500]
スマートインテリア	（ 52.9%）	（ 52.9%）	（ 52.9%）
	8,500[4,500]	37,500[22,500]	85,000[45,000]
	（ 43.6%）	（43.6%）	（ 43.6%）
	11,700[5,100]	35,100[15,1300]	93,600[40,800]
売上高計	27,400	113,600	327,100
経常利益	8,340	35,580	101,880

（ ）内は粗利益率 [ ]内は粗利益　※前期の粗利益の４割を販管費に回す。

【各商品売り上げ個数目標】

〈第 1 期〉

MI1×1,000, MI2×1,000, MI3×1,000,MW×1,000, SI1×500, SI2×500

〈第 2 期〉

MI1×5,000, MI2×5,000, MI3×5,000, MW×5,000, SI1×1,500, SI2×1,500

〈第 3 期〉

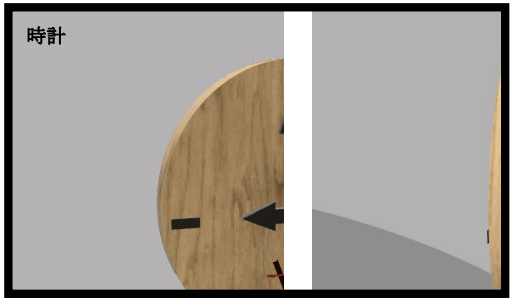
MI1×5,000, MI2×30,000, MI3×30,000, MW×10,000, SI1×4,000, SI2×4,000

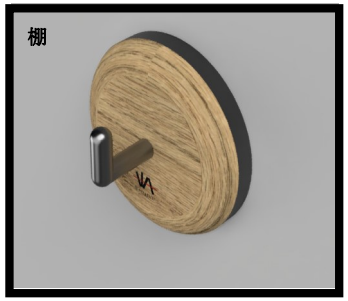
11.資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
原材料	240,000	**クラウドファンディング**	1,000
広告・宣伝	1,000	**ベンチャーキャピタル**	100,000

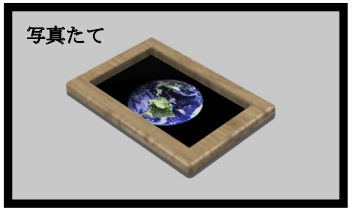
12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）

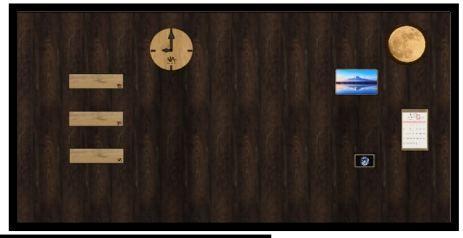
WADAIKU







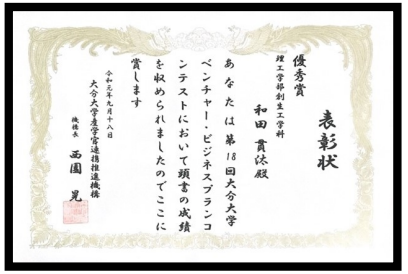




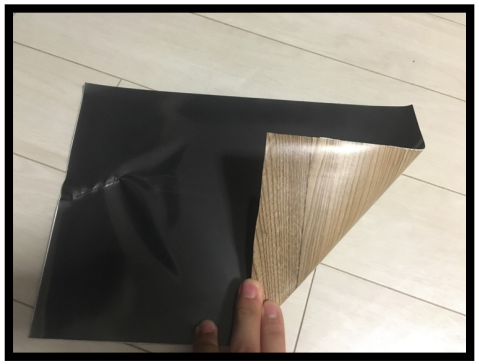


Xprize でいただいた優勝メダ

















■ 優秀賞　　北九州工業高等専門学校　　山本 悠加

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　北九州工業高等専門学校	代表者名　山本　悠加
共同提案者名　富田川　皐記	
事　業　名　ヘルスケアロボットと健康手帳による次世代健康管理モデル	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　未来の健康のために、三日坊主とさようなら	

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子供から大人まで幅広い世代を対象に、楽しみながら健康状態をチェックし、健康管理を行うための指標をヘルスケアロボットと関連アプリケーション・システムによって提供するビジネスである。②使い心地を考慮しながらロボット本体とそのシステムを開発する。③主たる収益は消費誘導による広告収入と利用者のシステム使用料の一部によって得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

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

(1)　着眼点

日本国内の医療費は平成 28 年度に約 42 兆円にまで増加し、政府や自治体の大きな負担となっている（図 1）。また、日本における死因の約半数、健康保険組合連合会加入者の総医療費のうち 11.2%を生活習慣病が占めており、その予防と改善は急務である（図 2、図 3）。さらに、平均寿命の延伸により人生 100 年時代を迎えるにあたって不安を感じることとして、「老後の生活設計」(60.4%）に次いで「自身の健康」(57.2%）「家族の健康」(44.8%）が多いという調査結果も公表されている（図 4）。また近年、食習慣の変化や運動不足、夜更かしによる睡眠不足などが原因で小児生活習慣病が増加している。小児期の生活習慣は成人後の生活習慣にも影響することから、小児期から生涯をかけての健康管理が必要であると言える（図 5）。

そこで我々は、子供から大人まで幅広い年齢層を対象とした健康管理システムを開発することで、生活習慣病を含む病気の予防とそれに伴う将来の医療費負担減、また健康に関するデータ収集による医療・教育・産業分野などへの貢献ができるのではないかと考えた。

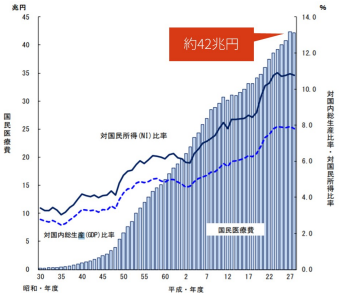


図 1.　国民医療費・対国内総生産・対国民所得比率の年次推移

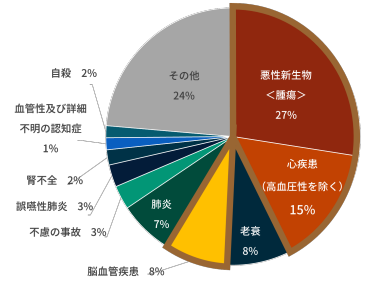


図 2.　主な死因別死亡数の割合(平成 30 年)

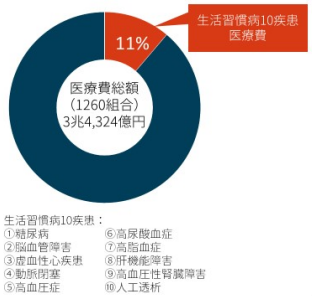


図 3.　生活習慣病 10 疾患の医療費構成割合

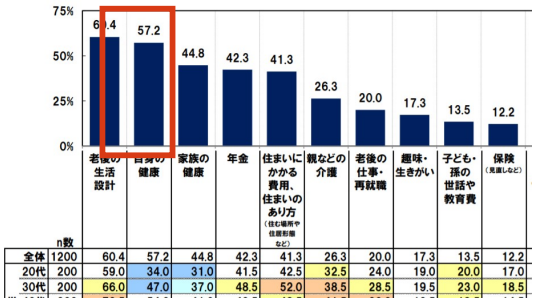


図 4.　人生 100 年時代を迎えるにあたって、不安を感じること

［複数回答可］

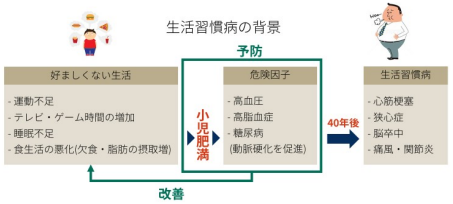


図 5.　小児期の生活習慣が及ぼす成人後の生活習慣病への影響

(2)　事業概要

本事業では、生活習慣病を含む病気予防のためのために、短い周期で行う定期的な健康診断の場とその管理ツールを提供する。センサで測定したバイタル情報と活動情報、入力された食事の情報などを健康管理用アプリケーションで一元管理し、一般的に集められたデータをもとにした共通の分析結果ではなく、ユーザーの体質や行動に合わせた分析結果を知らせる。身体・活動量の情報収集方法には、ヘルスケアロボットによる測定・ウェアラブルデバイスによる測定・アプリ内におけるユーザーの直接入力がある。ヘルスケアロボットの設置場所やその他健康に関する商品・サービスを扱う企業と契約を結び、各契約先のポイントカードとの連携、健康状態の分析結果をもとにした商品・サービス紹介、それらの商品購入時・サービス利用時に使える割引券の発行などにより消費誘導を行い、広告収入を得る。また、ユーザー情報をそれらの場所での消費記録と結びつけることで、様々なユーザーのプロフィール・生活習慣と健康状態や消費活動に関する情報を得ることができる。これは契約企業にとってはニーズ分析、社会的には健康に関する活動とその消費活動などあらゆる要素の関係性調査のためのデータ収集ができるということであり、産学官どの分野においても有用なデータを集めることのできるシステムであると言える。

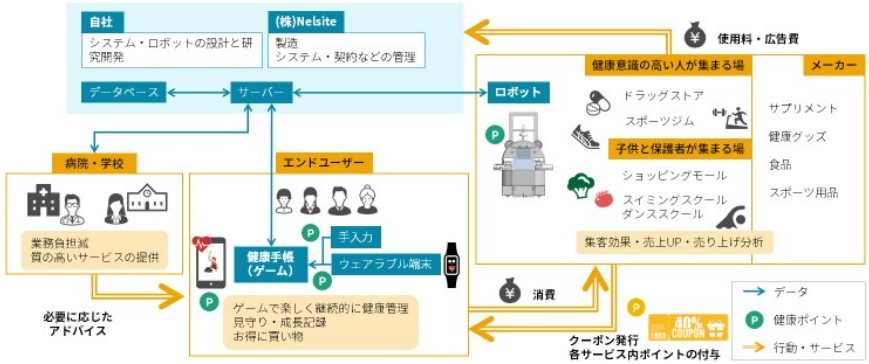


図 6. 事業概要図

（i）　ヘルスケアロボット

ヘルスケアロボット（図 7、図 8）は健康維持・改善の意識が高い人が集まる場（薬局やスポーツジムなど）や子供と保護者が集まる場（ショッピングモールや習い事の場）に設置する。測定項目は身長、体重、BMI、体温、血圧、脈拍、視力、体脂肪率、脂肪代謝レベル、アルコール摂取の有無で、これらの測定を約 5 分間で行う。また、子供から大人まで幅広い年齢層の利用を可能にするため、対象身長を 95～195[cm]としている（図 9）。利用に際して、使用料金の支払いには現金による支払いの他、IC カードや二次元バーコードにも対応しており、アカウント認証にかかる時間の短縮や他サービスとの連携を可能にしている。

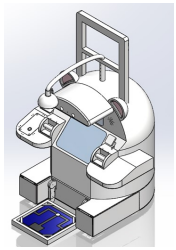


図 7. ヘルスケアロボット

本ロボットによる計測はユーザー一人に対し、週に一回もしくは月に数回程度を想定している。

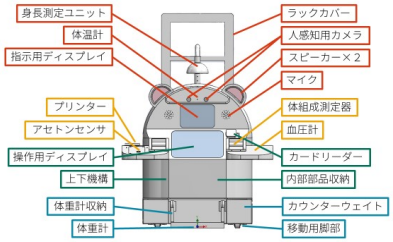


図 8. ヘルスケアロボットの測定機器配置

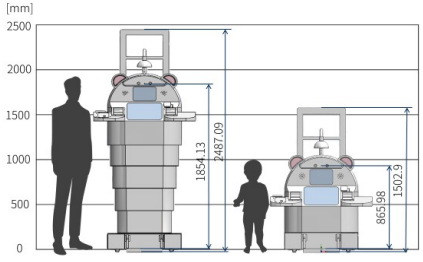


図 9. 身長に応じた使用時のイメージ

（ii）　健康手帳

健康管理用アプリケーションとして「健康手帳」を開発中であり、ゲーム機能「不健康な勇者」とポイント収集機能が搭載している。ロボット使用やウェアラブルデバイスでの運動検知によってログインボーナス、また健康状態が適正値であった際や適正値に近づいた際などにポイントを付与し、アプリ内のゲームキャラクターである不健康な勇者の育成を行うことができる。これは本人の健康状態とリンクしており、家族であればゲーム内の同じフィールドに複数アカウントを登録するなどして子供や離れて暮らす高齢の家族の健康状態をチェックすることができる。小さな子供を持つ親の場合、学校の健康診断だけでは知ることのできない子供の細かな体調・成長の変化を記録することができる一方、ゲーミングによって子供にとっても楽しい、健康につながる活動への取り組みを促すことができる。さらに、幼稚園や小中学校との健康情報の共有により、教育機関側は子供の自己申告や親からの連絡に頼らない正確な子供の体調を知ることができ、保護者側は逆に学校側が気付いた細かな体調の変化に関する連絡を受け取ることができる。また、離れて暮らす高齢家族の見守りに関しては、ゲームを利用することで「一方的に監視されている」という意識を減らすことを目的としている。また、親子三代で利用する場合、祖父母にとっては健康手帳を通じて離れて暮らす孫の状態も確認することができるという利点もある。

食事の入力には基本的な食材の栄養価と共に、学校給食の献立表や代表的な料理の栄養価をデータとして利用することで入力の簡素化を図る。

（iii）　データ分析による消費誘導

本事業の大きな目的の一つに、健康に関するデータの収集とその分析が挙げられる。利用者了承の下、一元化した健康状態や活動のデータを、商品購入履歴や食事のデータと併せて分析する。またそれらを契約企業の商品・サービスデータと照らし合わせることで、利用者の状態や好みに合わせた商品やサービスの情報を推奨商品・サービスとして割引券や割引コードと共に利用者に提示する。実際にその割引を利用してユーザーが消費活動を行うことで、本システムが契約企業の売り上げに貢献したことが証明できる仕組みである。

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

（1）　新規性

本事業はウェアラブル端末によるコンスタントなバイタル測定と、集合場所でのヘルスケアロボットによる身体測定、またそのデータと利用者の活動・食事情報に関するデータを収集・分析して消費活動を促す点に新規性がある。また、生活習慣病などの予防をアカウント毎に生成されるキャラクターの育成ゲームやポイント制度によって楽しく継続的に行うことができ、将来の国民医療費の負担減少や国民の健康に関する研究用データの収集に貢献できる。

（2）　利便性

ヘルスケアロボットに関しては、約 5 分間という短時間で一人の身体測定を終わらせることができる。スマートフォンアプリ「健康手帳」によって手軽にそのデータと分析結果を知ることができ、親は子供の身体情報をスマートフォンや印刷用紙で確認できる。前回との比較も容易にできる上、アカウント制にすることで測定場所が変わっても利用継続可能である。

(3)　独創性・特徴

単なる健康管理ツールではなく、ゲーミングによってアミューズメント性を持たせている。ヘルスケアロボットや外部データベース、ウェアラブルデバイスを活用することによって手入力の煩わしさを最小限に抑え、楽しく継続できる健康管理システムになっている。また、健康管理と同時に子供の成長記録や家族の見守りとしての活用法も兼ね備えていることや、健康に関する商品サービスとの関連付け、個人情報を守りながらのユーザーデータの抽出と新サービスに向けてのデータ利用も独自のアイデアである。

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

(1)　販売ターゲット

ヘルスケアロボットの販売ターゲットは、主に日本国内のドラッグストアやスポーツジムなど健康意識の高い人が集まる場所と、ショッピングセンターやスイミングスクール、ダンススクールなど子供や親が集まる場所を想定している。基本的にはそれらの利用者がエンドユーザーとなるが、ヘルスケアロボットを利用しない場合でも健康手帳の利用は可能であり、特に枠組みを設けず一般ユーザーとすることで、あらゆる世代・環境の利用者を獲得する。

(2)　予想される市場規模・市場動向

例えば、2018 年のドラッグストアの市場規模は 7.3 兆円で前年比+6.2%、2000 年から年々増加傾向にある。これは今後も十分に成長の見込みがあり、全国のドラッグストアのうち 20%と契約を結んだ場合、約 1.5 兆円の市場として期待できる。また、フィットネスクラブの市場規模は 2016 年に 4,473 億円で、前年比+0.02%ではあるが、施設数は 2012 年から年々増加しており、2015 年から 2016 年にかけての施設数は前年比+0.06%である。これはフィットネスクラブの入会金や会費が安価になってきているという考察ができ、新たな切り口からの売り上げ UP が求められていると言える。

ショッピングセンターの市場規模は 2016 年 12 月末時点で推定 31.3 兆円であるが、ネットショッピングの普及や開発が相次いだため競争は激化している。そこで、本システムを集客・商品購入のきっかけとして導入してもらえないか、提案する余地はあると考える。また、2017 年の教育産業全体の市場規模は前年比+1.8%で約 2.6 兆円にのぼり、子供が「今、習っている習い事ランキング」では水泳が 40.8%を占め、体操やダンス、その他のスポーツが 15 位以内に数多くランクインしている。少子高齢化の影響もあり、子供一人にかける教育費は年々増加している。このことから、教育分野にも大きな市場が見込まれることが予想できる。

(3)　販売対象エリアの状況及びその裏づけ

まずは開発・製造の拠点となる九州地方での事業展開を予定している。ドラッグストアに関しては、2018 年の市場全体に対して市場規模は 12.6%の 9,494 億円であり、売上ランキング 3 位のコスモス薬品や地域密着型薬局として急成長しているサンキュードラッグが拠点としている場所である。また、都市部への若者離れも問題となっていることから、健康管理サービスを通した家族とのコミュニケーションツールの需要もあると考えられる。

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》

(1)　基本戦略

基本的には、まずある程度人口が多い地域のドラッグストアやショッピングセンターにシステムの導入を行い、その後大都市や地方へ本システムを拡大することで、ネットワークの形成を行っていく。収益は、協賛企業からの広告収入と利用者がシステムを利用する際の料金の一部によって取得する。足掛かりとして、2020年１月に展示会への出品や年度内の札幌ドラッグへの試験導入が決定している。

(2)　価格戦略・販売戦略

自社は(株)Nelsite との共同運営であるため、ここでは共同で運用するヘルスケアロボットと健康手帳の価格戦略について述べる。まず、ヘルスケアロボットの提供形態には①販売と②リース契約があり、どちらかの契約によってロボット本体を施設に設置する。また、設置先の施設はその場所で使えるポイントカードをヘルスケアロボットに対応させたり、施設内のイベントやサービスの広告としてロボットを使用したりすることができる。そのため、①・②とは別に③ロボットによる広告費を徴収する。

健康手帳に関して、アプリ自体は無料でダウンロードでき、広く普及させる。健康に関する商品・サービスを提供する企業と契約を結び、ユーザーのサイト訪問やクーポン利用の数に応じて④アプリ内広告収入を得る。これよって、ドラッグストアやフィットネスクラブ、ショッピングセンターなどに本システム活用の促進を図る。また、エンドユーザーにはできるだけのサービスを無料で提供する声、気軽に利用してもらえるようにしている。図 11 に①～④の価格設定を示す。

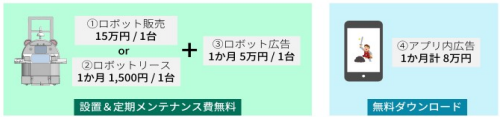


図 11.　価格設定

(3)　販促戦略

表１に、利用者と本システム導入施設、並びにそれ以外の健康に関する商品やサービスを提供する企業にとっての本システム利用によるメリットを示している。また、これらに留まらず、国民の健康データをコンスタントに集め、解析できる点においては、産学官どの分野にとっても有用であるため、将来的には行政機関への販売促進も十分に検討してよいと言える。

表１．本システムによるメリット

	ヘルスケアロボット	健康手帳
利用者	・コンスタントな定期検診による生活習慣予防。 ・短時間で身体測定可能。 ・ゲームへのログインボーナス獲得。 ・商品サービスの割引券が手に入る。	・ゲームによって楽しく健康管理を継続。 ・過去の記録・家族の記録を確認可。 ・子供の成長記録・見守りもできる。 ・商品サービスの割引券が手に入る。 ・学校や病院とも連携することで、必要な時に直接アドバイスをもらえる。
システム導入施設	・集客効果により売り上げ UP。 ・メディアから注目される。 ・不特定多数に向けた広告費の削減。	・割引券によって集客、売上 UP。 ・データを施設利用者の分析に利用可。 ・スマートフォンを通じて施設でのイベントや期間限定サービスの情報配信可。 ・ゲーム内で、施設オリジナルのアイテムやキャラクターを用意することでさらに集客率向上。
健康に関する商品・サービス提供企業	・ロボット設置場所へのマーケット拡大が狙える。 ・推奨商品・サービスを広告として登録でき、実際に売られている場所で宣伝することにより売り上げ向上につながる。 ・店舗やエリアごとの売り上げ調査の材料となるデータの収集可。	・商品の推奨と共にオンラインショッピングサイトへと誘導できる。 ・商品購入者の健康状態や生活習慣をデータとして収集でき、マーケティングに使える。 ・不特定多数ではなく、健康意識の高い消費者に直接宣伝できる。

6．類似ビジネスとの相違点（競合製品・商品サービスと比べて優位性と弱点）

類似のサービスとして、「Healthcare Personal service Platform」（富士通株式会社）の開発が行われている。これは、パーソナル・ヘルス・レコード（Personal Health Record）による情報を安全に蓄積し、活用できる健康寮情報管理基盤である。本事業の大きな目的の一つである、健康に関する情報収集基板という点において類似している。プラットフォームの開発に焦点を当てていることから、利用者の同意管理や医療業界に特化した情報管理のノウハウについては本システムで見習うべき点である。しかし一方で、データの収集方法や活用方法は他のサービスを利用することが前提とされている部分が強く、医療機関に行く必要のない健康な人のデータをどのように集めるのか、またそれらをどのように利用し、社会に浸透させていくのかまでは考えられていない。同様に、iPhone に標準搭載されている「ヘルスケア」アプリをはじめ多くの健康管理用アプリがリリースされている。これらのアプリの多くは、ウェアラブルデバイスや他のスポーツ・栄養管理アプリと連携はできるものの、身長や視力などは手入力に頼る場合が多く、またゲーミング機能や商品の割引券付与機能を有しておらず、継続して利用されにくいのが現状である。

以上より、本システムはこれらの類似ビジネスと比べてアミューズメント性が高く、他の産業とも連携しやすいため利用者の継続利用が期待できる点において優位性を持っていると言える。

7．事業実施上の問題点・リスク

個人情報を扱う上で、セキュリティ対策と利用者の無理のない同意獲得が本サービスの鍵になると考えている。また、ゲーム内容を工夫してゲーム自体に飽きられたりしないようにすることや、需要があって本当に利用者が求める商品・サービスの割引を提供する必要がある。

8．この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

本事業において、(株)Nelsite と共同で本システムの研究開発を行ってきている。私はUX（User Experience）を考慮したシステムの全体設計とヘルスケアロットの設計を担当しており、北九州工業高等専門学校で本科時代に学んだ機械・情報・制御の専門知識と実践的な技術を応用している。専攻科生産デザイン工学科では学科の垣根を越えて産業分野全体に関わる学業に取り組んでいる。高齢者向けソーシャルロボットの研究開発においては、実際に開発中のロボットを、高齢者をはじめとする一般の方々に使用していただき、ヒアリング調査をもとに改良をすすめている。また、認知症専門の介護施設と共同で行っている、認知症に特化した会話ロボットの開発には本科 4 年生からなる高専開発チームのプロジェクトマネージャーとしてロボットの開発と共にプロジェクトマネジメント方法を実践してきた。

さらに、ドイツやイギリス、シンガポールへの長期留学の際に得た、あらゆる視点から物事を見る目や、文化背景の違いが生み出す価値観の違いへの理解を用いて、国内外問わずユーザー目線に立って製品開発を行うことで、本システムを社会に浸透させたいと考えている。

9．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

本事業は幼児から高齢者まで幅広い年齢層を対象とした健康管理ツールとデータ収集システムの開発・提供である。日本では、少子高齢化が進み金銭面や家族に関して不安を持つ国民が多いことが明らかになっている。その不安の真相を調べると、将来の医療費や家族の健康に関するものが多く、健康状態の心配が減ることは未来への不安が少なくなることであると言える。本ビジネスはそんな未来の社会を明るくするために、防げる病気である生活習慣病を始めとした様々な病気の予防を助ける有用性の高い事業であり、様々な市場へサービス展開できることから実現性も高い。

我々は、予防できる病気によって苦しむ人々を少しでも減らし、両親や祖父母の世代など現在の社会に生きる人々と、自分の子供や孫の世代といった未来の人々、両方が幸せに生き生きと暮らせる社会をつくる一員になりたいと考えている。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （ 2020 年 3 月期）	第　2　期 （ 2021 年 3 月期）	第　3　期 （ 2022 年 3 月期）
ロボット・健康手帳広告	（ %） 1,410	（ %） 7,060	（ %） 49,560
ロボット販売	（ %） 0	（ %） 1,350	（ %） 1,350
ロボットリース	（ %） 14	（ %） 107	（ %） 22,500
売上高計	1,424	8,517	73,410
経常利益	-6,067	-7,628	79,170

（　　）内は粗利益率

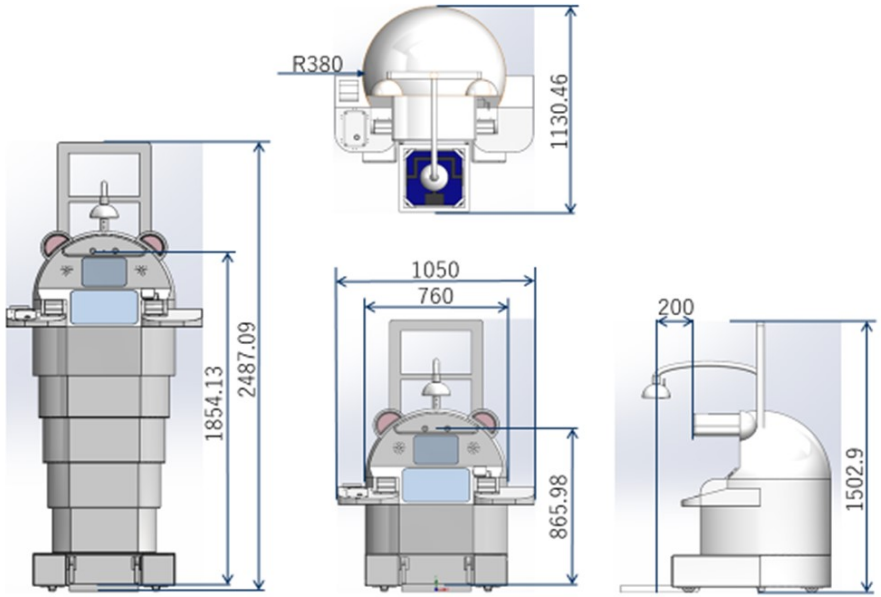
11.資金計画

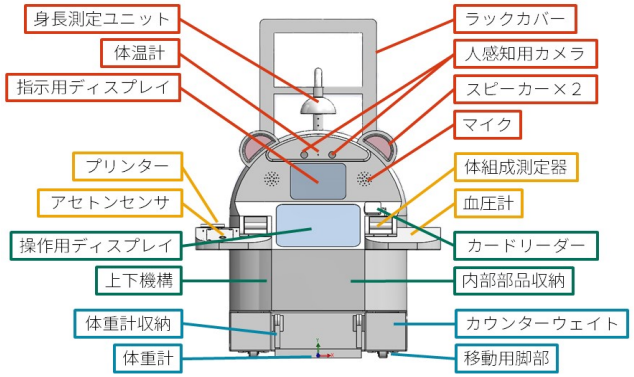
（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
人件費	6,700	(株)Nelsite	5,000
仕入れ	2,500	自己負担	1,000
福利厚生	1,105	補助金	1,000
設備投資費	520	クラウドファンディング	700
その他	1,551		

12.別　紙　　添付資料（カタログ・写真・記事）等

開発中のヘルスケアロボットの寸法と機器配置図を以下に示す。





■ 優秀賞　　北九州工業高等専門学校　　波野 奎友

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名	北九州工業高等専門学校	代表者名	波野　奎友
共同提案者名	岡部　結人　　笛　凌太郎	加久　夏輝	
事　業　名	AR 技術を活用した技術継承支援システム		
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ	手軽に技術をインストール		

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。

多くの企業ではマニュアルの電子媒体化等の手法を取ることで技術の可視化を進めているが、技術継承には**多くの時間やコスト**がかかる問題が残されている。本事業では継承技術における**暗黙知等を蓄積**することで技能の損失を防ぎ、AR トレーニングサービスとして提供することで**円滑な技術継承**を図り、企業内**利益の向上に貢献**する。

2. ビジネスプランの具体的内容

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

（1）テーマ/商品・サービスの内容

本事業で提供する **ARTS(AR Training Services)**は、口頭や説明書などでは伝承が困難な知識や技能を効率的に伝承することを目的とした **AR トレーニングサービス**である。熟練の作業員がこれまで会得してきた技術や技能などの暗黙知を **AR マニュアルとして集積**・トレーニングデータとして**実作業風景に重ねて投影**することで後継者はトレーニング内容や注意点を効率的に理解することができるとともに、発生しうる危険や**事故を予測･回避**することができる。また、操作にモーションキャプチャを活用することで、後継者はハンズフリーでトレーニングを遂行することができるため、手の状態いかんに関わらず**直感的に操作**を行うことができる。また、センサーを活用し工作機械のパラメタや状態を ARTS 連携させることでトレーニングサービスにとどまらず日々の**業務を支援**するシステムとしても活用することができる。

（2）着眼点

日本国内において超高齢社会の到来に伴う**労働人口の不足が深刻化**していることに加え、企業内においては技術の**継承コストが高すぎる**などの問題が嘆かれており、業務の効率化を図るためにも効率的な技術継承システムの確立が望まれていた。我々はこれらの問題について強い共感を覚えるとともに早急に解決の糸口を掴まなければならないという強い危機感を持っていた。これは、高齢化が今後深刻化していくことが容易に想像できるとともに、製造業において核となっているコア技術や知識の円滑な継承ができなければ**技術の損失**に繋がり結果として**企業レベルの低下**を招くと考えられるからである。

近年においては現場で活躍する高齢者がいるが、これらのコア技術を保有している高齢者が今後固まって退職することを考えると、これらの**技術の蓄積と誰でも効率的に技術の習得**ができるシステムの構築はクリティカルな問題だと考えられる。

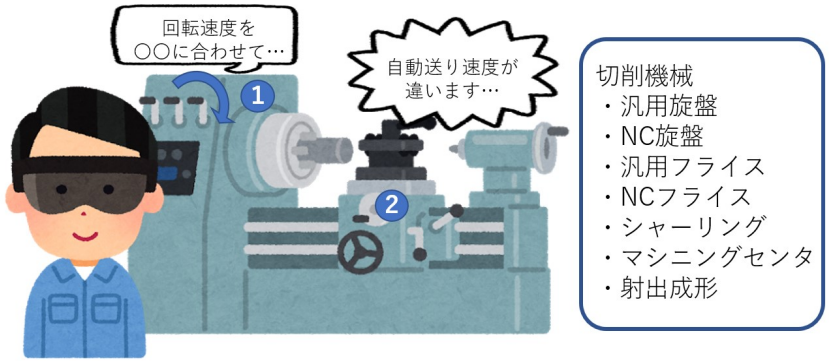
（3）事業化計画

本事業において、自社は**汎用工作機械の AR トレーニングデータの販売**及び**作業内容に応じた工作機械の AR トレーニングデータの開発**を行う。主たる収益はトレーニングサービスとオプションの**サブスクリプション契約**とし、サービスの契約数の増加に伴って製造・販売・メンテナンスの代理店を設ける。販売ターゲットである自社工場を保有する企業は、継承技術の AR 化をすることで技術の蓄積が図れるとともに、**トレーニング内容を統一化**することができ**効率的な技術継承**を行うことができる。また、本サービスを活用することによって継承者が本来負うべきだった**後継者のトレーニングを代替**することができれば、その分の時間を通常業務に専念することができ、継承コストを抑えることができるとともに企業内利益の向上も図ることができる。

（4）事業の将来ビジョン

利用者に本サービスを利用していただくために、AR トレーニングサービスとして止まらないさらなる作業の効率化を図るサービスの開発を展開する。工場内のマシンの状態をセンシングする機能を追加することによって、**予知保全としてのサービス**を提供する。また、汎用工作機械を始めとした工作機器のトレーニングデータを作成した後には、それらのデータを活用し技能士の**資格取得サポートを図るトレーニングサービス**として新たな市場の拡大を図る。





3. ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

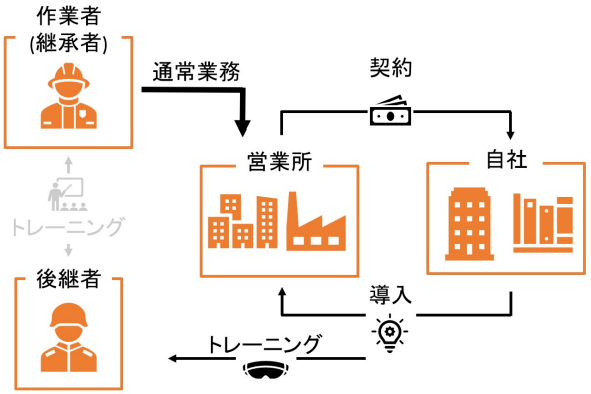
（1）新規性

本事業は汎用工作機械を始めとした工作機械全般の利用方法や留意点などを、AR 技術を活用することによって直感的なトレーニングを実現させるサービスである。これまでにも、AR を活用した業務支援サービスを提供する事業者は存在するが、**工作機械のトレーニングに焦点を当て、機器のセンシングを行うことで業務のサポート**を行うサービスは存在しない。

（２）利便性

本事業における各作業員のメリットを以下の表にまとめる。

企業	・継承すべき知識や技術を AR データとして蓄積することができる。 ・継承コストを抑え、利益向上を図ることができる。
作業者（継承者）	・技術の継承にかかる時間を通常業務に回すことができる。 ・作業工程の再確認ができる。
後継者	・複雑な操作を直感的にわかりやすく学習することができる。 ・図や動画等を併用することで言語に関わらず技術の習得ができる。 ・実際の業務を遂行しながら実践的な知識を習熟することができる。 ・各手順に沿って留意点を確認できるので、事故や危機破壊を事前に察知できる。



（３）独創性・特徴

本サービスでは技術継承の一手法として AR 及びスマートグラスを活用することで、事前知識のない被継承者にもわかりやすく工程に沿って１つずつ要点の説明を行う。また、本サービスでは作業用**機器のセンシングを行うことで機器パラメタの可視化・値に応じたアラート**をスマートグラス上に描画するが、工作機械などのパラメタ部の撮影・画像認識するシステムには**独自の画像処理技術である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]をコアとした高速処理を行う。

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

初期の販売ターゲットは**自社工場を保有する企業や学習型工場**を想定している。技術継承に問題を持つ企業は少なくなく、特に製造を行う業種に関しては技術者の持つ知識や業は必要不可欠なコア技術である。今後、企業引いては国内全土の高齢化が進むことも考えられ、特に小規模での経営を行う企業においては効率的な技術継承は更に重要になる。そこで、本事業で提供する ARTS に先の技術や業を可視化的に蓄積し後継者に訓練データとして提供することで、**匠の業の損失を防ぎ効率的な伝承を行い技術継承問題の解決**に繋げる。

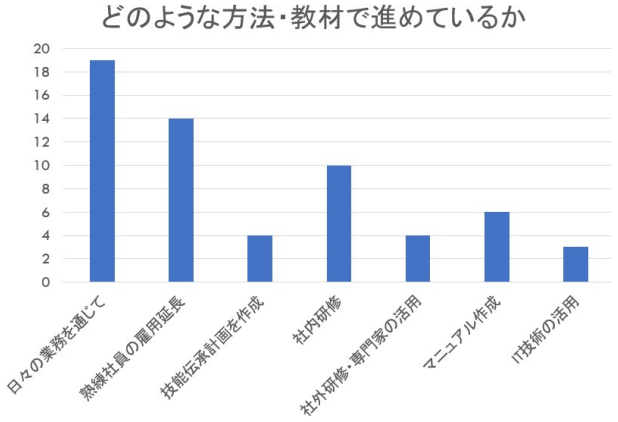
（２）市場規模・市場動向

先に述べたように本事業における第一の販売ターゲットは自社工場を持つ企業を対象として考えている。総務省統計局が掲載している産業別統計表によると、2018 年度における日本国内の**鉄鋼・金属製品・非鉄金属**に関する事業所の数は、**全国で約 3 万 2 千箇所**有ると言われており、まずこの市場への参入を行う。

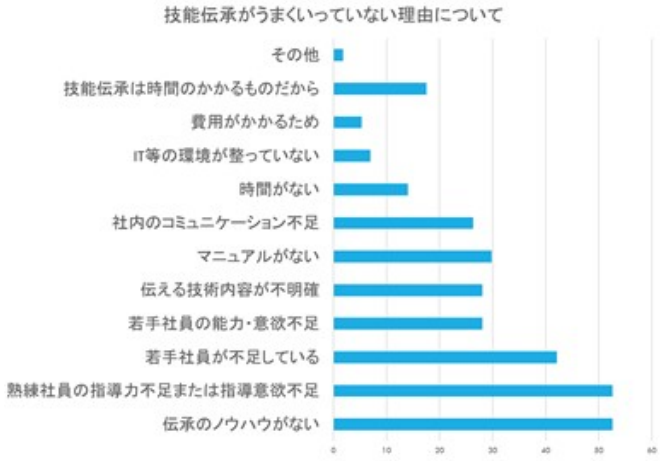
また、製造業の IoT 及び CPS 化の市場に関しては、野村総合研究所が掲載するところによると、2018 年度における国内のソフトウェアの開発市場は **5000 億円を超える**と推計されており、今後も市場規模の拡大は続き、2022 年度においては **3 兆を超える**と推計されている。

（３）販売エリアの状況及びその裏付け

技術継承の問題点の究明として中小企業庁の発布する中小企業白書及び大阪中小企業診断士会のモノづくり企業の技能伝承アンケートを分析する。中小企業白書によると、労働生産性の向上策の一つとして**業務員の多能工化・兼任化**が行われていると挙げられていた。具体的な取り組み例としては「業務マニュアルの作成・整備」「従業員のスキルの可視化」等が挙げられており、主に**「日々の業務を通じて」「熟練社員の雇用延長」**等の方法を用いて約半数の企業が取り組んでいた。



また、技能伝承アンケートについては**８割を超える企業が技術伝承の重要性を認識**していたが、その一方で、うまく技術伝承を**うまく進めることができていない**と回答する企業が**７割**に上ることが確認できた。その問題には多くの要因が考えられるが、その中でも特に**「伝承のノウハウがない」**や**「熟練社員の指導力不足または指導欲が不足している」**等が多く挙げられていることに気が付いた。これは、技能を伝承するための**適切なマニュアル化**ができていないことが考えられるため、中小企業が円滑な技術伝承を図り労働生産性を上げるためには「効率的な技術の継承」を取る必要が有ると考えられる。



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》

（１）基本戦略

本事業においてはランニングコストの低いサービスとしての提供が見込めるため、**３年間のサブスクリプション契約**を基本方針とする。事業の収益については**本体サービス**及び**追加トレーニングデータ**に応じた月毎のサブスクリプション料金から得る。

（２）価格戦略

メンテナンスや技術のデータ化にかかる経費獲得のため、サービスの本体価格を**月々3 万円**に設定する。また、作業内容に応じた追加のトレーニングデータの販売に関しては**一件に付き 1 万円～**と設定し内容量に応じてその都度変更するものとする。また、３年目以降の価格を下げることでサービスの継続的な利用を促すとともに利用者の拡大を図る。

（３）販売戦略・販促戦略

導入を検討してもらえるような汎用工作機械などの**デモンストレーショントレーニングデータ**の作成を行い、試験的な導入をしてもらう。また、これらのデモトレーニングデータ等を活用した **PR 映像**の作成を行い **SNS などでの配信**を行う。また、事業の初期段階としてはデータの作成や管理、メンテナンスなどを自社で行い、事業の拡大とともに代理店を設け積極的にビジネスマッチングなどに参加することで事業の発信を図る。

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）

技術継承としての競合製品としては東芝デジタルソリューションズの Meister AR Suite 等が挙げられるが、**工作機械等にフォーカスを当て作成されたトレーニングサービス**は存在しない。また、トレーニングデータのマニュアルとしてだけでなく**マシンのセンシング及び可視化**を行うことで**通常作業のサポート**を図るサービスは存在しない。

技術伝承における迂遠的な競合製品としては NC 工作機械等が挙げられる。これらの複合工作機械は個人の技術量にとらわれず高精度な作業を自動で起こってくれるメリットが有るが、一方で単価が非常に高く導入するためには多量の元手が必要となる。本事業では企業がもとから保有する機械に最適化したデータを比較的**安価に販売**することで、**価格面での差別化**を図る。

7．事業実施上の問題点・リスク

本事業では汎用機械のトレーニングデータの販売の他に企業が固有で持つ機械に最適化したデータを販売する。それらのデータの作成・使用時にはマシンのデータを収集する必要があり、導入先の企業内のデータを取り扱うこととなるため、**セキュリティの強化**をしなければ企業には「意図しないところで社外にデータが流出するのではないか」という不安が発生する。使用する**データの利用範囲を決める**ことや意図しないデータの流出を防ぐための**セキュリティ対策**を講じることでリスク回避を行う。

AR を活用して視界上にデータの表示をする際に、利用者の意識が画面に集中しすぎないように**画面設計**を考える必要がある。文字などで表示をするとそれらの指示を読むために気を取られてしまうことが考えられるため**「音声や画像などで表示を行う」「作業範囲には表示を行わない」「実作業時には表示を消す」**等の工夫を施すことによってリスク回避を行う。

8．この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

本事業代表者である波野は北九州高専の高専ロボコンチームである Abouters,Inc.にて製作班としてマシンの設計や社長を務めた。また、２年前より画像処理を用いた物体検出のプロジェクトや日本人高齢者向けのソーシャルロボットのコーディング等を行うなど、ハード・ソフトともに知識と経験が有る。また、所属している研究室では、本事業における高速画像処理技術(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])を保有しており、センシング・画像処理・人工知能等を専門とする CPS を活用したソリューションテクノロジーを提唱して、研究開発において多くの知見を有する。

9．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

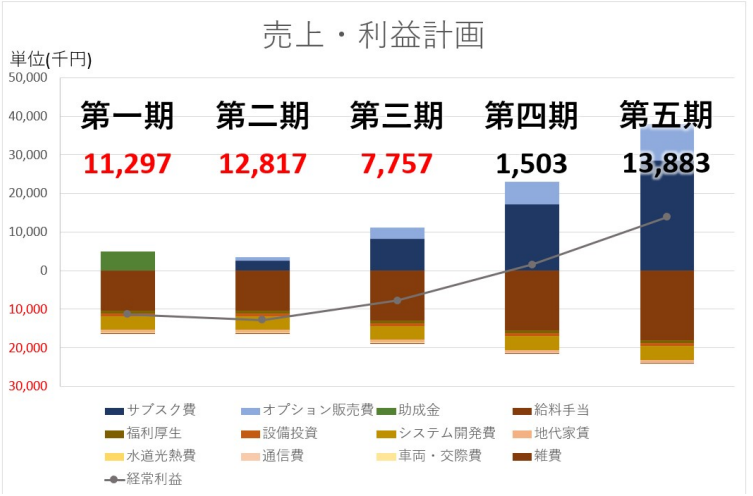
本事業のテーマである AR を活用したソリューションテクノロジーは超高齢社会・多文化社会化等によって発生する問題を解決する可能性が有り、工業に限らず様々な分野での研究が行われている。しかし、自動化等が盛んに研究されている一方で完全自動化にかかるコストの問題に加え、中核層が持つ経験や知識には潜在的な価値が多く存在する。そこで、我々はこれらの知識に AR を融合させることで、より多くの人が高い技術を身につけることができ、より安心して習得ができる。そんな未来を実現していきたいと思う。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第　1　期 （令和　2年　4月期）	第　3　期 （令和　4年　4月期）	第　5　期 （令和　6年　4月期）
サービス費用	0（　%）	8,340（　%）	28,005（　%）
オプション費用	0（　%）	2,780（　%）	9,306（　%）
助成金	5,000（　%）	0（　%）	0（　%）
売上高計	5,000	18,877	31,716
経常利益	▲11,297	▲7,757	7679

（　　）内は粗利益率



11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金　額	調達方法	金額
人件費	18,060	サービス費用	28,005
システム開発費	3,600	オプション費用	9,306
設備投資費	720		
福利厚生費	720		
地代家賃	600		
雑費	312		

12.別　紙　添付資料（カタログ・写真・記事）等

な　し

■ 優秀賞　　九州大学　　徳丸 貴哉

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　九州大学	代表者名　徳丸 貴哉
共同提案者名　北井　偉槻、井上　元	
事　業　名　電池の性能評価シミュレーションソフトの開発・販売	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　電池の性能評価のバイオニア	

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。

私たちは実電極構造の電池の性能評価をするソフトウェアを開発し、電池の開発を行っている企業に対して販売する。
本ソフトウェアは作製プロセスの最適化や電池材料の開発に寄与し、開発中の電池の性能向上や効率の良い開発方針を立てることを、シミュレーション上で早く行うことが出来るようになる。

2．ビジネスプランの具体的内容

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

私たちは電池の性能評価シミュレーションソフトの開発・販売を行う。
電気自動車、スマートフォン、などの発達により動力源として必要不可欠である蓄電池の需要は年々増加傾向にある。
しかし、現在の蓄電池の開発は、材料やその分量を少しずつ変えながらたくさんの電極を作製し、実際に使ってみて性能を検査する。そして、性能の高いいくつかの電極を選択するというサイクルになっている。また、実際に使って検査を行ったとしても 1 つの電池の中でどの部分は性能が良くてどの部分が悪いのかということまでは分からず、手探りで開発を進めるしかない状況であり、勘に頼らざるを得ない状態にある。
このように、現在は大手企業が巨額の研究開発費を投じて研究者たちが手探りで開発を行っているため、資本力のある大企業にしか開発が出来なかったり、内部状態が良くわからないから効率の良い電池が出来ているか分からず、開発方針が決まらないという問題がある。
そこで私たちはスクリーニングをするためのシミュレーションソフトを提供する。
スクリーニングとは複数あるものから条件に合うものを選別することをいい、ここでは性能の良い電極を選別することを意味する。
実際にこのソフトウェアは現在電池メーカー数社に利用してもらっており、今すぐにでもビジネスを展開できる状態にある。
また、電極内部をシミュレーションできると同時に現実にある電池でも仮想の電池でも性能をシミュレーションすることが可能であるため、高性能な電池の開発に貢献できる。
したがって、私たちのプロダクトを用いると開発サイクルを早くするだけでなく、人件費や材料費等の開発費用を抑えることができるので、費用対効果を高めることができる。
今後の展望として、遺伝的アルゴリズムをもちいた AI 開発を行うことで、今まで研究者たちが手探り且つ人力で行っていた効率の良い電池の開発をコンピュータシミュレーション上で自動的に探索できるようになる。
これにより、数億円単位での研究開発費カットを行うことが出来るようになると同時に開発の速度も上がるため資金力のない企業でも電池開発が出来るようになり、このソフトウェアの需要は爆発的に増えると見込んでいる。
本事業プランでは、登記後、3 期目に売上高 1 億 8000 万円を上げることを計画しており、その後海外進出を考えている。

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

私たちは九州大学の井上元准教授の技術を用いていて、実電極構造の性能評価を大スケールかつ短時間でシミュレーションできることが特長である。
まず、作製された電極を X 線 CT や SEM で撮影し、その画像を画像処理によって三値化し、三次元にモデリングする。このモデリングされた多孔質電極をそのままシミュレーションすると膨大な時間がかかるため、10 メッシュを 1 ブロックとして、多孔質電極をマルチブロック化（粗視化）する。マルチブロック化することで、1 ブロックごとの空隙率と屈曲度の値を求めることができる。この時、屈曲度の異方性を考慮して計算することで、実際の複雑な構造での計算が可能になっている。空隙率と屈曲度の 2 値を用いることで、電解液中のイオン伝導度、活物質中のイオン伝導度、固相中の電子伝導度を算出することができる。その後、ブロック間の局所輸送係数を与えて解くことで、対象となるメッシュサイズを大きくすることができるため、大スケールのシミュレーションが可能になっている。
また、マルチブロック化することで、モデリングされた多孔質電極のメッシュの数が 1000 分の 1 個になるため､SEM で撮影したものをありのまま数値解析するためにかかる時間も単純に 1000 分の 1 になり、現在あるサービスと比べ短時間でシミュレーションができる。
このマルチブロック法という技術が私たちしか持っていない技術であり、私たちの最大の特長である、大スケールかつ短時間で電池の性能評価のシミュレーションを可能にしている。

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

私たちのターゲットは電池メーカーである(パナソニック、GS ユアサ等)。
蓄電池の世界市場は 2016 年時点で 8 兆円弱。今後の需要開拓によって 2025 年に想定されている市場は約 14 兆円である（エネルギー・大型二次電池・材料の将来展望 2017：株式会社富士経済より)。私たちの市場は蓄電池市場の中の蓄電池のシミュレーションソフトの市場であるが､これまでのシミュレーションソフトは実電極構造のシミュレートができないものであり､私たちのシミュレーションソフトとは解決できることが違う。そのため、私たちが想定している市場である蓄電池の開発や新たな電極の材料に関する市場は新規の市場であると考える。新規の市場ではあるが、蓄電池の市場はかなり伸びているため、私たちの市場も今後伸びていくと言える。競合の状況については 6.競合に記載している。
電気自動車、スマートフォン、ノートパソコンなどの発達により動力源として必要不可欠である蓄電池の需要は年々増加傾向にある。需要が高まり開発が進むことを考えると、市場としてはこれから大きくなると考える。
販売対象エリアとしては、国内海外問わず展開していく。

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

シミュレーションソフトウェアを 1 社あたり 1000 万円程度で販売する。現状のソフトウェアで市場に出ているものは ANSYS の Fluent しかなく本体で 1000 万円程度、電池の性能評価を行うためのカスタマイズを追加 300 万円程度でする必要があるが、実際の電極を評価することは難しいのが実状である。しかし､私たちのソフトウェアは短時間且つ精度高く実電極を評価できるため 1000 万円程度であれば需要は大いにあると考えている｡初年度は､現在共同研究している会社から販売を始めていき､地道な営業で徐々に広げていく。

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)

従来の CAE ソフト(COMSOL 等)は均一化した構造を対象としているため、複雑な実電極構造を反映することができない。したがって、メーカーに作製プロセスのフィードバックなどを行うことができないため、私たちとは解決する課題が異なる。
添付資料の図にも記載している ANSYS の Fluent というソフトウェアは解決する課題は同じであるが､SEM のありのままを解く、大規模なシミュレーションを行っており、私たちと同じサイズ(1 辺 300μm)をシミ

ュレーションするのに 16 年以上かかる。そのため、現在は 1 辺 40μmの正方形（体積 64000μm3）の構造をシミュレートするために 2 週間かけてシミュレーションしている。現実的なスケールを考えるには少なくとも 1 辺 100μmが必要であるため、この 1 辺 40μmというサイズは実際の電池の性能を測るには不十分な大きさであり、性能を評価する精度があまりよくない。
私たちの技術は、Fluent と同じく SEM から得られた情報を用いて、異方性を考えた屈曲度や空隙率などの数値を求めることで実電極構造を反映させつつ、マルチブロック法という手法を用いることで、数値解析を大スケール（1 辺 300μm,体積 2700 万μm3）かつ比較的短時間（6 時間）で行うことが出来るのが強みであり、この手法を用いてシミュレーションされているソフトウェアは現状存在していない。
以上の点から、他社の技術では現実的なスケールの解析ができず、私たちの技術と比べ、時間もかかる(添付資料参照)。このように既存のサービスより優れた性能評価を安定して届けることができるため、優位性があると言える。

7．事業実施上の問題点・リスク

UI/UX を整えたソフトウェア開発をするためのリソースがないこと。

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

工学研究院化学工学部門の井上元准教授は、九州大学化学工学システム工学専攻で博士学位を取得した後、九大や京大の化学工学分野の助教を経て、2017 年 3 月より現職として勤めている。燃料電池や二次電池を主対象とした、材料からシステムまでの統合評価に関する研究を行っている。特に各種計測技術と融合した、シミュレーションによる構造設計と実材料開発との連携や、高性能材料の開発に寄与する独創的かつ先駆的な成果を上げている。また、速度論的最適設計に立脚したリチウムイオン電池と次世代電池の高出力化に関する研究においても重要な成果を上げており、これらの業績は国内外の学会および産業界からも高く評価されている。これまで常に属してきた『化学工学』はその名の通り、化学と工学の橋渡しをする学問として発展し、常に科学を社会に実装することを念頭に研究開発を進めてきた。その上で国際的な対外発表等の実績も多いが、特に民間企業との共同研究も多く、現在も自動車メーカーなどと進めている。技術のコア部分の理解はもちろんのこと、日頃から民間企業のニーズを取得できる環境にあり、メンバーとしての強みである。
今回提案する事業も、研究成果を社会実装に繋げるという長年の理念やポリシーとして是非積極的に推進していきたいと思っている。また、徳丸、北井の両名は九州大学起業部に所属しており、顧問の熊野准教授の指導の下、弁護士，起業家，ベンチャーキャピタリストなど多種多様な 50 名以上のメンターからの支援を受け、学生による九州大学の技術シーズをベースにした、大学発ベンチャーを目指し活動している。

9．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

現状、電気自動車の蓄電容量では航続距離 200km 程度しかなく、長時間長距離を運転する場合頻繁に充電する必要があるため、煩わしさが残る（添付資料参照）。本ソフトウェアはこれら蓄電池を材料、設計、開発まで助けることにより性能を加速度的に向上させられるものと確信しており、電気自動車の普及に寄与する。
電気自動車が普及することで、ガソリン車による温室効果ガスの排出を減らす、限りある化石燃料の使用量を減らす等の持続可能な社会を目指すと同時に、特に日本においては、石油という国内で発掘できない資源に頼らなくてよくなり、オイルショックなどの海外のリスクにさらされる必要がなくなる。
本ソフトウェアの基幹部分であるアルゴリズムは既に研究室で考えられ一部の企業ですでに使われていることからも本ソフトウェアを開発し電気自動車の普及へ寄与するという目標は十分に実現性があるいえるだろう。
私たちは、持続可能な社会を誰かの不便さや煩わしさと引き替えにして実現させるのではなく、便利な世の中との共存によって成し遂げたいと考えており、本事業を必ず成功させたいと考えている。

10.売上・利益計画

（単位：千円）

事業・商品別計画 （事業名・商品名）	第 1 期 （令和 2 年 3 月期）	第 2 期 （令和 3 年 3 月期）	第 3 期 （令和 4 年 3 月期）
ソフトウェア使用料	（ %）0 （ %） （ %）	（ %）40,000 （ %） （ %）	（ %）95,000 （ %） （ %）
売上高計	0	40,000	95,000
経常利益	-2000	30,000	80,000

（ ）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
開発費 設備投資 運転資金	3000 500 1000	自己資金 投資	3000 1500

12.別 紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

な し

■ 優秀賞　　宮崎大学　　河野 龍摩

第 19 回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト 事業計画書

学　校　名　宮崎大学	代表者名　河野 龍摩
共同提案者名　川田美琴　甲斐彩花	
事　業　名　CONNECT	
ｷｬｯﾁﾌﾚｰｽﾞ　LGBT 当事者の見えない痛みを取り除く	

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。

CONNECT は、LGBT 当事者に自分のセクシャリティを偽ることなく自分らしくサービスを受けられるようにサポートすると同時に、企業の LGBT 市場開拓を支援するサービスです。LGBT 当事者と企業の間に入ることによって、LGBT 当事者に安心感を与えることができ充実したサービスが受けられるようになります。また、企業のメリットとして LGBT 顧客の企業選択指針になることがあげられます。

CONNECT は LGBT 当事者からの利用料と企業からの手数料で収益を得ます。

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、他の企業との連携状況 など）

着眼点

LGBT 当事者は、生活するうえで様々な生き辛さを抱えています。CONNECT は LGBT 当事者が自分のセクシュアリティを隠してサービスを受けている課題に着目しました。きっかけは私自身がゲイの当事者としてこの課題に直面したことにあります。パートナーと同居する部屋探しで、不動産会社に自分達の関係性を伝えることができなかったのです。それは、ゲイをカミングアウトすることに対して、「気持ち悪がられたらどうしよう」「そもそもパートナーとの関係性を信じてもらえないのではないか」など、多くの不安を抱えているからです。独自調査では、パートナーのいるゲイの方 1,068 人のうち 8 割が、私と同じように不動産会社に自分たちの関係を偽って伝えていることがわかりました。カミングアウトできなくなってしまう要因として、日常生活における、様々な差別的経験が影響していると考えられます。宝塚大学看護学部の調査によると、LGBT 当事者 15,064 人のうち 7 割が、学校や職場で差別的発言などのいじめを受けた経験があると回答しています。このような差別的経験が、LGBT 当事者の自分らしく生きる自信を無くしている要因の 1 つになっていると考えます。また、「サービスが受けられるのであれば、偽っても構わないのでは？」という声もあります。そのような社会の考え方が、LGBT 当事者の社会進出の妨げになっていると感じています。

CONNECT は LGBT 当事者が自分を偽ることなく、自分らしくサービスを受けられるよう、LGBT 当事者の抱える障壁（不安）を取り除くサービスを作る必要があると考えます。

サービスの内容

サービスを受ける際に、自分のセクシュアリティやパートナーとの関係を打ち明けることに抵抗を感じている LGBT 当事者に寄り添い、自分らしくサービスを受けられるよう CONNECT がサポートします。

CONNECT は LGBT 当事者の生活を豊かなものするために、ライフイベントサポートに関する様々な事業を展開するプラットフォーム型ビジネスです。これを実現するために、CONNECT は不動産会社と LGBT 当事者を仲介する不動産会社仲介事業と、LGBT 講演事業を初期事業として展開します。

不動産会社仲介事業は、家を借りる際に自分のセクシュアリティやパートナーとの関係を打ち明けられないという LGBT 当事者の抱える課題を解決する事業です。CONNECT が LGBT 研修を行った提携先不動産会社と、LGBT であることを偽らずに物件を借りたいと考えている LGBT 当事者を繋げます。この際に、CONNECT はただ不動産会社を紹介するだけではなく、LGBT 当事者に同行し、両者のやり取りが円滑に進むようサポートします。LGBT 当事者の抱える「LGBT としてサービスを受けたいが、カミングアウトには抵抗がある」という課題に寄り添うために、CONNECT が背中を押せる存在になります。企業側のメリットは、LGBT 当事者の企業選択指針に繋がることです。全国に隠れた形で存在する LGBT 当事者を CONNECT が集約し、提携先企業に提供することができます。

LGBT 講演事業は、企業への LGBT 研修や、教育機関での LGBT 教育を行います。講演事業を行うことの企業側メリットは、LGBT の正しい知識を組織内で共有でき、LGBT の人材流出を防ぐことができることです。また、LGBT 当事者にとって働きやすい環境を整備することができます。

事業形態

CONNECT の不動産会社仲介事業ビジネスモデルは、固定費＋成果課金モデルです。CONNECT を利用して賃貸物件の契約が成立した際に、LGBT 当事者から家賃 1 か月分の 30%を利用料、企業から家賃 1 か月分の 10%を手数料としていただきます。また、企業から年間 12 万円を契約料としていただきます。契約企業には、一年間必要に応じてメンタリングや LGBT 研修を行います。

講演事業は一講演 10 万円で教育機関や企業に提供します。

事業の将来ビジョン

CONNECT はプラットフォーム型のビジネスです。CONNECT は、プラットフォーマーとして、様々な事業への展開を行っていきます。まず CONNECT は不動産会社仲介事業と、講演事業からスタートします。これらの事業で得られたノウハウやネットワークを生かし、さらなる事業を展開します。事業の将来ビジョンとしては、LGBT 当事者の日常生活（病院、仕事など）や非日常のライフイベント(結婚、旅行)で LGBT 当事者がカミングアウトやサービスが受けられるのかといった困りごとの際にサポートすることができます。さらに、企業・自治会等を対象としたコンサルティング事業や、LGBT 向けサービスを展開する企業の広告を掲載することで、広告収入を得ることも可能です。

企業との連携状況

不動産会社 3 社、ブライダル企業 1 社と連携に向けて調整中です。

3．ビジネスプランの新規性、便利性、独創性、特徴

新規性　［LGBT という新しいターゲット］

今の市場では［子供］［学生］［社会人］［高齢者］［男性］［女性］［外国人］などのターゲットがあります。そこに［LGBT］という新たなターゲットを生み出すことで、提携先企業に新しい市場を提案します。また、既存の LGBT 向けの不動産紹介サービスは、LGBT 当事者の心理的な負担に寄り添えておらず、カミングアウトの必要性が生じます。しかし、CONNECT の不動産会社仲介事業は、LGBT 研修を行った提携先不動産会社へ LGBT 当事者と同行するため、既存サービスに比べ、LGBT 当事者の心理的な負担を軽減させることができます。この LGBT 当事者に寄り添ったビジネスを今後の事業展開にも取り入れていきます。

便利性［当事者と企業の契約をスムーズに］

現状では、LGBT 当事者はカミングアウト出来ずに、自分らしさを隠してサービスを受けているという課題があります。独自調査では、LGBT 当事者約 1300 人のうち 7 割の方が CONNECT のようなサービスを利用したいと回答しました。LGBT 当事者の心理的な負担を取り除くことのできる CONNECT があれば、多くの LGBT 当事者が自分らしくサービスを受けられるようになります。また、LGBT 市場に意欲的な企業は CONNECT と提携することで、LGBT 市場へ参入しやすくなります。

独創性［社会問題の解決に繋がるビジネス］

各自治体で同性パートナーシップ制度が導入されています。国内においても LGBT を理解しようとする流れが出来ているかのようにも思えます。しかし、実際には多くの LGBT 当事者が、カミングアウト出来ずに自分を偽ってしまう社会の中で生きています。CONNECT が実現することで多くの LGBT 当事者が自分らしくサービスを受けられるようになります。LGBT がより社会的に意識されるきっかけにもなるビジネスです。

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

販売ターゲット

・LGBT 当事者
・ライフイベントを提供する企業
・企業
・教育機関

予想される市場規模・市場動向

日本では、13 人に 1 人が LGBT 当事者であるといわれています。電通ダイバーシティ・ラボが実施した LGBT 調査では、LGBT 市場は 5.94 兆円あると予想されていますが、LGBT 向けサービスは十分ではありません。しかし、国内では同性パートナーシップ制度が導入する自治体が増えていることや、電通ダイバーシティ・ラボの LGBT 調査 2018 で 5640 人のストレート層のうち、約 8 割が LGBT について正しく理解したいと回答していることから、社会全体が LGBT に対する意識が高まっています。

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

基本戦略

CONNECT は LGBT 当事者や LGBT 市場に意欲的な企業・教育機関を対象顧客とします。つまり、CONNECT は「B to B to C」のビジネス形態です。CONNECT は多くの企業と連携することで LGBT 当事者に様々なサービスを提供することができます。リピーターを確保するために、一度 CONNECT を利用していただいた LGBT 顧客には継続的にアプローチしていきます。

販促戦略

① 当事者が利用するコミュニティアプリに広告を掲載
→LGBT 顧客に CONNECT のサービス情報を届け、利用を促進します。

② LGBT 向けサービスを提供する企業との連携
→サービスの利便性を向上させるだけでなく、信頼度も高めます。

③ メディアの活用
→CONNECT のインスタグラムアカウントと Twitter アカウントを作成し、CONNECT の活動を発信します。

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）

東京 23 区を拠点に LGBTs 専門の不動産仲介やライフプランニングを提供している「IRIS」や、LGBT 専門窓口を開設した福岡県の「三好不動産」、また不動産情報サービス「SUUMO」が競合として挙げられます。

「IRIS」や「三好不動産」との相違点は、CONNECT 自体が不動産仲介業やその他のライフイベントを直接提供するのではなく、それらを取り扱う企業と連携し、サービスを提供したい企業と自分らしくサービスを受けたい LGBT 当事者を仲介することです。自社の取り扱いのみにすると範囲が限定的になってしまう点で、この 2 社に対する優位性があります。「SUUMO」の提供する「LGBT フレンドリー物件」は、LGBT に対して寛容的であるオーナーの所有する物件を紹介するサービスです。この物件に申し込む際には、間に不動産会社が入るため、LGBT 当事者はこの場面でカミングアウトが必要になります。オーナーが LGBT フレンドリーでも、その物件を管理する不動産会社が LGBT フレンドリーかどうか分からないのに対し、CONNECT は企業と連携することで、LGBT 当事者専用の入り口を作ることができます。また、「SUUMO」は LGBT フレンドリー物件を紹介するだけなのに対し、CONNECT は同行することで不安を抱える当事者に寄り添い、背中を押すことができます。

7．事業実施上の問題点・リスク

個人情報取り扱い

CONNECT では個人情報を取り扱うサービスなので、セキュリティを備えておく必要があります。また、提携企業に対しても顧客情報管理を徹底してもらいます。

CONNECT の将来

社会の変革により、LGBT に寛容な社会が形成されることで、LGBT 当事者のカミングアウトのハードルが下がる可能性が考えられます。CONNECT はいずれこのような社会が来ることを期待していますが、ビジネスとしては LGBT 当事者に寄り添うサービスのニーズが減少してしまいます。しかし、LGBT 当事者の課題は時代を重ねることで変化していきます。「LGBT であることが打ち明けられない」という悩みから、「LGBT として明るく生きたい」という希望に、CONNECT はサービスで応えていきます。

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

このビジネスに関する経験

メンバーは LGBT 当事者とアライ（LGBT に理解のある非 LGBT 当事者）で構成されているので、両者の視点から考えることができます。また、複数の企業や団体と当ビジネスについての実現化に向け、話し合いを進めています。

宮崎大学ビジネスプランコンテスト

CONNECT は、宮崎大学ビジネスプランコンテスで宮崎銀行頭取賞と審査員特別賞(Yahoo！Japan 賞)をいただきました。その際に、多くの方にフィードバックとご協力のお話をいただき、連携に向けて調整中です。

9．事業の社会貢献度（ビジネスの必要性）、実現性や将来の事業家としての抱負

国内では 2019 年 4 月 1 日までに、20 の自治体で同性パートナーシップ制度が導入されました。このように、社会の中でも LGBT に対する意識の高まりが見られます。多くの人たちは、「LGBT は、自分の周りに存在しない」という誤解をしているのかもしれません。しかし、当事者がカミングアウト出来ず、自分らしさを隠しているだけで、あなたの身近にも確かに存在しています。当事者は、まだ自分らしさを隠してしまう社会の中で、様々な心理的不安を抱えながら生活しているのです。CONNECT は、LGBT 当事者が自分らしく生きられる社会を目指し、ここ九州から CONNECT が日本を変えるビジネスを提供します。

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 年 月期）	第 2 期 （平成 年 月期）	第 3 期 （平成 年 月期）
［不動産会社仲介事業］ 当事者からの利用料	(66%)8,280	(70%)51,360	(70%)91,900
［不動産会社仲介事業］ 企業からの手数料	(22%)2,760	(23%)17,120	(23%)30,400
企業からの契約料	(3%) 360	(2%)1,200	(2%)2,040
講演事業	(9%)1,200	(5%)3,600	(5%)6,000
売上高計	12,600	73,280	130,340
経常利益	40	8,540	78,120

（ ）内は粗利益率

11.資金計画

（単位：千円）

必要資金	金 額	調達方法	金額
(初期費用)		自己資金	1,500
WEB ページ作成	1,500	銀行借り入れ	405
備品	200		
（維持費）×１２			
WEB ページサーバー代ドメイン	5		
オフィス	200		
合計	1,905		1,905

12.別 紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

な し

11. 全応募プラン概要（受付順）

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

● **状 況 ：** 1. 机上で考えた段階　2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階　3. 既に起業済み　4. その他

受付No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査進出	最終審査進出
1	熊本	11	2	崇城大学	工学部 ナノサイエンス学科	荒牧 慶后	芸術学部 デザイン学科 河上　妃呂 ・ 薬学部薬学科 中畑　祐哉	Pallet	普段から化粧をする機会が多く、悩みを持つ人が多い20代から30代の女性に向けて、その人の顔の骨格やパーツを診断し、TPO、時間、好みに合わせたメイクをこちらから提案します。私たちはこのアプリで自分にあうメイクがわからないという悩みを解決し、アプリの広告収入や化粧品会社との連携による通信販売することで収益を得ます。	○	
2	福岡	7	1	北九州 市立大学	経済学部 経営情報 学科	大瀬 由莉		出張マッサージ	北九州に出張で来る30代後半から50代くらいまでの人を対象に、泊っているホテルで深夜まで本格マッサージを提供するサービスです。現在、街中には多くの格安マッサージ店が並んでいます。それだけマッサージの需要も高まっており、出張という慣れない環境での疲れを癒してもらう目的です。セラピストは全員資格者という本格マッサージを、手軽に自分のホテルの部屋で受けられるという点で高級化し収益を得ます。		
3	大分	8,11	2	大分大学	経済学部 経営システム 学科	松岡 真輝		臭いを可視化して必要な情報を提供する、ワキガ総合管理アプリ『臭いの財産・嗅ーBot』	腋臭症（ワキガ）で悩む方々向けに、協力企業が販売する専用のデバイスで臭いを感知し、Bluetooth機能でスマホアプリに送信。アプリでは数値化・対処法の提示、医師の解析診断サービスを行う。 私が医学者と協力企業を取りまとめ、研究会を設置。臭いに特化したアプリ開発会社を起業する。 アプリの課金、診断サービスの手数料を収益とする。	○	九州経済産業局長賞
4	大分	13	2	大分大学	経済学部 社会イノベーション 学科	山崎 桜生		médico café（医学珈琲）と医師によるヘルスチェックアプリの開発	医学的根拠を元にしたコーヒーの成分分析と医師監修の健康解析サービス提供。 コーヒー専門店ならびに高級スーパーに対して、医学的な効能によるコーヒーの成分分析サービスを提供。 また、ヘルスチェックシートによる医師解析オプションサービスのスマホアプリを提供することで、コーヒー販売者を広報支援する。	○	
5	宮崎	7	1	宮崎大学	地域資源 創成学部 地域資源 創成学科	河村 智紀	田上　康平 横山　直子 大石　有香	つりチェン	私たちのビジネスプランはアプリを使用してお釣りのキャッシュレス化をし、貯めることで小銭のわずらわしさを解決するとともに個々人の目標の達成、不安・不満を解消するというものです。 ターゲットは現金主義の人たちで広告料で収益を得る予定です。 現金主義の人たちにキャッシュレスの簡単さを知らせ、キャッシュレス化を助ける役割を果たすことができると思います。		
6	熊本	7,11,15	2	熊本 高等専門学校	電子情報 システム 工学専攻	川上 雄大	佐野　奨 宮家　一真 宮崎　滉己 森田　力	観光地向けIoT/SNS連携型アプリケーション「サイトエモーション」	観光客の感情をマップ上に可視化させるIoT(※1)連携観光地向けスマホアプリを用いるビジネスです。観光客に今までにない観光地情報をアプリを介して提供します。私たちは本ビジネスで地方の観光地整備、活性化の役割を果たします。集客効果があるため、観光地経営者へのアプリと連携するIoT装置の有料貸出、システム収集情報有料提供から利益を出します。 (※1)モノのインターネット、Internet of Thingsの略。低電力かつ広域で物体をインターネットに繋げ、活用する技術		
7	熊本	3	2	崇城大学 大学院	工学研究科 応用生物 科学専攻 修士前期 課程	岩井 蘭子	後藤みどり	P&A ～光合成細菌由来の藻類活力剤～	微細藻類（クロレラ、ユーグレナなど）を屋外解放系で大量培養することには、さまざまな困難が伴います。特に問題となるのは、高温や低温でストレスがかかった時、増殖低下や動物プランクトンによる捕食被害が発生することです。 P&Aは微細藻類活性化剤「Algae Power（アルジ パワー）」で、藻類を活性化し増殖を促進し生産性を高めます。顧客は、健康食品、水産養殖藻類生産者で、藻類の生産性と安定性が向上するため購入します。従来技術に比べ、低コストかつ極めて少量で藻類を活性化します。	○	九州経済連合会長賞
8	熊本	7,11	1	熊本 高等専門学校	電子情報 システム 工学専攻科	益田 麗美	北岡　哲哉	ライト ~R/Light~	私たちが提案する事業は、様々な情報を皆で評価するwebサービスの提供です。事業名をライトと言い、“正しい”情報を”照らし出す”という意味でこの名前にしました。このビジネスは、情報社会になり様々な情報がある中で情報の判断に困っている人を対象として、何が正しい/有益な情報なのかをライトを利用する人たちで評価（多数決）を行いその情報の判断を行うwebサービスを提供するビジネスです。ライトを利用してもらう事によって、自分では判断がつかない悪質な情報から身の危険を回避する事のを手助けしたいです。収益は、アフィリエイトや広告、もしくは有料会員を作る事で得ます。		
9	宮崎	12	2	宮崎大学	地域資源 創成学部 地域資源 創成学科	大澤 祐介	木下　義貴 辻井菜々美 山村　奈央	NIHONGO	宿泊施設の誤訳や案内の不十分さを留学生が指摘・訂正するサービスを提供します。我々は、これからさらに増加する外国人旅行者が過ごしやすい環境をつくり、留学生の語学力向上の支援の役割を果たします。また、留学生に日本をより知ってもらう機会にもつなげます。企業から依頼を受ける際の手数料が主な収益となります。		
10	宮崎	7	1	宮崎 産業経営大学	経営学部 経営学科	安井 麻由加	石田　大河 黒木　真央 山崎万由香	コイン パーキング	地元の人、旅行客のレンタカーを用いている人などに向けて、一ツ葉にあるオーシャンドームの跡地を付近で行われるファミリー層やシニア層に向けたコインパーキングとして使えないかを提案する。		
11	長崎	7,8	1	佐世保工業 高等専門学校	電子制御 工学科	大庭 竜也	永尾貴里斗 川元　健矢 小池　勇琉	A.J.I.S.A.I VR	高齢者にエンタメとしてVR体験をしてもらう。 高齢者社会が進む現代において高齢者にとってのエンタメの多様化が必要と考え、今回その一つとしてVR体験を提案する。 収益モデルとしては老人ホームに対してのVR機器のレンタルを想定している。		

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

● **状 況 ：** 1．机上で考えた段階　2．起業の為に企業・団体へアプローチしている段階　3．既に起業済み　4．その他

受付No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査進出	最終審査進出
12	宮崎	13	2	宮崎大学	農学部畜産草地科学科	有方 草太郎		Pioneer Pork	現在日本の９割の養豚農家が、効率優先で豚がほとんど身動きできない養豚を行っている。 そこで私は、アニマルウェルフェアという豚のことを考え、安心の育て方をした美味しい豚肉を、健康志向の方に販売する。放牧養豚は豚と人が、うまく共存していける育て方であり、それを切り口に農業の新しいモデルを作り出し農業界に革命を起こす	○	NICT賞
13	長崎	12	1	長崎県立大学	地域創造学部 実践経済学科	山崎 佑輔	大石　翔吾 原田　歩 西村　颯太 豊田　康太	ビジネスハッカソン	このビジネスプランは、韓国の学生と日本のふるさと納税の納税者が共同で作り上げた新作アプリをお互いの国の企業に提供し、開発の判断材料としてもうものである。私たちはこの二カ国同士の間を繋げる仲介役として、場所の設置やイベントの呼びかけ、連絡係などの役割を果たす。収益の獲得方法に関しては、ふるさと納税の納税金から得るものとする。		
14	大分	5	4	大分大学	理工学部 創生工学科	和田 貫汰		WADAIKU	弊社は「一生飽きることのない空間をあなたへ」をキャッチフレーズとし、時と場合、用途に合わせて空間デザインを変えていくことを可能にする『スマカベ（SMART CARPENTER）』という商品を提供していく。 対象者は20代から60代の住宅購入者、住宅関連用品の購入者である。この新たな空間デザイン形成を世界中に広め、「一家に1スマカベ」というスタイルを作っていく。	○	優秀賞
15	福岡	6,7,10,11	4	早稲田大学大学院	情報生産システム研究科 修士課程	児玉 大空	Alfian Akbar Gozali, Hanny Prastya Hariyadi	TITIP	TITIPは、海外送金に焦点を当てたクラウドベースのフィンテックです。 日本と海外間でお金を送りたい人と受け取りたい人をつなげるためのサービスです。送金先銀行口座へのローカル送金を使用し、送金手数料をほとんど無料にすることを可能にします。収益を得るためには、1.会費2.マージン3.振替料の3つの方法があります。		
16	宮崎	8	1	宮崎大学	医学獣医学総合研究科	坂田 錮治	医学部医学科 5年 山城 博也 ・ 工学部電子物理工学科3年 渡部 弘人	Tegami ～患者さんからの感謝～	本サービスは医療従事者が患者さんからの感謝のメッセージや手紙を見て、回想し、共有する機会を提供するクローズドSNS形式のアプリである。病院の職員自らが存在価値を認識しやすくなることで働き甲斐を感じ、メンタルヘルスの向上、離職率の低下、医療従事者間の新しい評価基準の創出を図ることが我々の役割である。病院に対する、本サービス導入・利用料として収益を得る。	○	
17	宮崎	8,10	2	宮崎大学	農学部応用生物科学科	大村　諒	鍵山　航大	mamoro	症状などのより深い理解をしてもらうものです。このサービスを通して、精神科医に自分の症状を伝えづらいことや、外出しにくい当事者の見えない痛みを周りの大切な人たちが把握し、治療しやすい環境づくりを手助けします。収益は、VRの貸し出しから得ます。		
18	福岡	2	2	九州大学	工学部 エネルギー科学科	徳丸 貴哉	北井　偉槻	電池の性能評価シミュレーションソフトの開発・販売	私たちは実電極構造の電池の性能評価をするソフトウェアを開発し、電池の開発を行っている企業に対して販売する。 本ソフトウェアは作製プロセスの最適化や電池材料の開発に寄与し、開発中の電池の性能向上や効率の良い開発方針を立てることを、シミュレーション上で早く行うことが出来るようになる。	○	優秀賞
19	熊本	11,12	1	熊本県立大学	総合管理学部 総合管理学科	福田 雄飛	清水　璃 田上　愛佳 那須　瑛亮 森下　雄太 山本　航大 吉野　賢	Share Brain	英会話や資格の学習、料理、手芸等において、教えたい人と教えてほしいという人をマッチングし、情報・知識の共有（スキルシェア）をビデオ通話による指導を支援するアプリである。急成長している市場で、「老後の経済的不安」「転職率の増加による学習意欲の向上」等の社会的事情から生まれるニーズに対し、オンラインで時間・場所の制限なく自由にサービス提供を行う。C to Cを支援する事業形態で、講師が設定し、実施した講座料の1部を手数料として受け取る。		
20	福岡	7	1	九州情報大学	経営情報学部 経営情報学科	荻堂 洋己	草本　海地 本田　響	結婚記念式（♡婚記念式）ビジネス	歴史と文化の街「太宰府」で、新婚～ベテラン夫婦の結婚記念式を行うビジネス。家族・友人等に向けた結婚記念式を私たちが企画・プロデュースする。結婚している事の幸福感を再認識し、家族の絆を深め、感謝を伝えるきっかけとし、結婚の魅力を若者たちに伝え、結婚への積極性の創出を果たす。また東アジア等の外国人観光客向けには、純和風で日本伝統の神前結婚式の体験を売り込む。私たちは企画・運営料で収益を得る。		
21	宮崎	12	2	宮崎大学	地域資源創成学部 地域資源創成学科	神原 帆乃花	大澤　祐介	DORARUPO	長距離のトラックドライバーに対して快適に過ごせる空間を、サービスエリアにコンテナハウスを設置して提供します。我々は、各トラック運送事業所に対して従業員の労働環境改善のためのツールとしてサービスを提案し、ドライバーではなく事業所からもらう月額利用料が収益となります。		
22	大分	7,13,15	2	大分大学	経済学部 社会イノベーション学科	板井 瑠菜	田上紗和子	トリニータ丼プロジェクト	大分県内の小中学校給食で大人気メニューであるトリニータ丼の普及によって、今勢いに乗るトリニータのさらなる集客、また食を通じて大分を盛り上げよう！を目標に取り組んでいます。普及案として、①トリニータ丼②トリニータ丼のたれ、の２つの手段を用い、地元企業とのコラボレーションや実践販売経験を通し、持続可能なビジネスを目指します。		

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

● **状 況 ：** 1．机上で考えた段階　2．起業の為に企業・団体へアプローチしている段階　3．既に起業済み　4．その他

受付No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査進出	最終審査進出
23	熊本	13	2	崇城大学	生物生命学部応用微生物工学科	山道 周作	中畑　敏哉 穴井亜斗夢 上田　尚典 前野　瞬兵	食で世界を創る食品開発事業	Plameatは多様な人に食で平和を届けるフードベンチャーです。 様々な理由で「○○が食べられない」人に「○○に似た」食品を開発します。 Plameatの事業第1弾として、「肉が食べられない」人に提供する「肉に似た」食品として植物肉を提供して「肉食」を楽しんでもらいたいと思います。	○	
24	長崎	7	1	佐世保工業高等専門学校	電気電子工学科	岩永 大英	中島　巧雅 矢野竜之介	路線バスサービスの簡素化	路線バスを利用して同じ方面に向かう人がたくさんいる場合、その人達が1台のバスに偏ってしまうことがある。そのような現状を解決するためのアプリ・ソフトを作成する。これが開発できると乗客はバスをもっと快適にかつ便利に利用することができる。また、バス会社側も乗客の利用時間帯や混雑率から次回以降のダイヤ改正に大いに役に立つ。		
25	熊本	7	1	熊本県立大学	総合管理学部総合管理学科	平野 加奈	武富　優毅 村上　潤弥 渡辺　祐也 平岡　佳大 渕上　竣平	マイカップ drink bar ～Water planet～	このビジネスプランは、薄利多売方式とし、ペットボトル飲料を買うよりもマイカップ飲料を買った方が数十円お得であることを売りにして、学生やオフィスマンなど節約したい人に向けたビジネスプランとなっている。このビジネスは、利用者の節約に貢献できることはもちろん、ペットボトルの使用量を減らすという社会貢献をも果たすと考えられる。		
26	長崎	8,10	1	長崎県立大学	地域創造学部実践経済学科	阿部 夏子	山下　義隆 溝田　愛 辻畑　史仁 鴨川　知生 宮瀬　絢也 加納　洋輔	学費無料で保育士資格取得の為の教育を提供	本事業は、保育士を目指す人に、卒業後6年間は保育士として働くという条件のもと、学費無料で免許取得の為の教育を提供します。また、保育士不足で困っている保育所に卒業生を紹介することで紹介料という形で収益を得ます。		
27	長崎	15	1	佐世保工業高等専門学校	機械工学科	岩下 颯真	川崎　慎治 前田　竜一 井福　剛司 藤井　冬磨	レンタル自転車による観光地の活性化	① 機械科は観光者向けに、佐世保の観光地を巡るナビ付き電動自転車をレンタルさせる形で提供させるビジネス ② 佐世保地域における観光地への観光者の数を増やし、宣伝効果にもなる ③ 観光者の人に自分たちがあらかじめ決めたコースを選択してもらい、そのコースに応じた料金プランで収益を得る		
28	長崎	7，8	1	活水女子大学	国際文化学部日本文化学科	相良 桃花	荒木　乙羽 小田佳奈子 中橋　天音 野口絵莉子 前山　瑠菜	お墓清掃代行サービス	身体的負担などにより一人でお墓参りに行くことが難しい高齢者、地元から離れたところに就職してお墓参りに行くことができない人に対して、お墓清掃の代行サービスや同伴サービスを行うことにより、お墓参りに関するさまざまな障壁を解消するサービスを提供するビジネスです。私たちは、このビジネスの中で、お墓参りに困っているお年寄りに対して、サービスについてプロモーションを行い、実際にお墓参りに同伴したりします。また、遠隔地の顧客に対しては、清掃の代行サービスを行う等のビジネスを行う予定です。収益は、サービスの利用料を年額3万円からの定額制で得ようと考えています。身体的負担などにより一人でお墓参りに行くことが難しい高齢者、地元から離れたところに就職してお墓参りに行くことできない人に対して、同伴サービスや清掃代行サービスを行うことにより、対価を得ることが出来ると考えています。		
29	福岡	7,8,11	4	北九州工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	山本 悠加	富田川 皐記	ヘルスケアロボットと健康手帳による次世代健康管理モデル	①子供から大人まで幅広い世代を対象に、楽しみながら健康状態をチェックし健康管理を行うための指標をヘルスケアロボットと関連アプリケーション・システムによって提供するビジネスである。 ②使い心地を考慮しながらロボット本体とそのシステムを開発する。 ③主たる収益は消費誘導による広告収入と利用者のシステム使用料の一部によって得る。	○	優秀賞
30	佐賀	8	3	佐賀大学	理工学部機械システム工学科	山城 佑太		座圧軽減装具：フワットの開発と販売	座った状態で腰の辛さを感じる人に対して、独自製品である"フワット"を販売するビジネスである。 腰を浮かせる座圧軽減装具："フワット"は、ユーザの上半身の重量を座面に伝えることで、骨盤にかかる重量を軽減する。装着したユーザが着座すると骨盤への荷重が半分以下に軽減される。 弊社は、３件の特許技術に基づくフワットを独占的に販売する。	○	グランプリ
31	宮崎	14	1	宮崎産業経営大学	経営学科	保坂 瑠泉		宮崎の特産物を活かした"日向の入浴剤"	私たちは宮崎の特産物を活用した入浴剤を子供たちと一緒に作成しようと考えました。宮崎は過疎地域の一つです。なぜ過疎化しているのか、それはいろいろありますがその一つは子供たちが宮崎の特産品や宮崎の良さを知らないことも大きいと考えられます。なので、まずは宮崎の特産品に触れてもらうこと、それと自由研究にも役立つのではないかと考えました。 収益は参加費として200円～500円くらいの金額をいただくことによって収益にしようと考えました。		
32	福岡	11,12	2	北九州工業高等専門学校	専攻科生産デザイン工学専攻	波野 奎友	岡部　唯人 加久　夏輝 笛　凌太朗	AR技術を活用した技術継承支援システム	多くの企業ではマニュアルの電子媒体化等の手法を取ることで技術の見えるかを進めているが技術継承にかかる時間やコストの削減という問題が残されている。本事業要継承技術における暗黙知等を集積することで技能の損失を防ぎ、トレーニングサービスとして被継承者に提供することで円滑な技術継承を図り、企業内利益の向上に貢献する。	○	優秀賞
33	宮崎	7	2	宮崎大学	地域資源創成学部地域資源創成学科	河野 龍摩	甲斐　彩花 川田　美琴	CONNECT	CONNECTは、LGBT当事者に自分のセクシャリティを偽ることなく自分らしくサービスを受けられるようにサポートすると同時に、企業のLGBT市場開拓を支援するサービスです。LGBT当事者と企業の間に入ることによって、当事者に安心感を与えることができ充実したサービスが受けられるようにします。また、企業のメリットとしてLGBT顧客の企業選択指針になることがあげられます。	○	優秀賞

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

● **状 況 ：** 1. 机上で考えた段階　2. 起業の為に企業・団体へアプローチしている段階　3. 既に起業済み　4. その他

受付No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査進出	最終審査進出
34	長崎	7	1	佐世保工業高等専門学校	電気電子工学科	谷口 礼旺	江口　隼翔 澤田　享佑 濱脇　舜兵	技術訓練校と引きこもり支援の一体化による引きこもりの減少	引きこもりに就労するための技術とコミュニケーション能力を学校のようなものを用いて提供する。 私たちは引きこもりの就労意識を高め、社会復帰を促す役割を果たす。利益は授業料など。		
35	宮崎	7,11,15	1	宮崎大学	工学部環境ロボティクス学科	福下 結衣	嶋田　宙	ちょったび	①観光客に旅行先の情報をほかの観光客や現地に住む人から提供するビジネスです。 ②アプリを用いて観光客と現地の人を仲介する役割を果たします。 ③アプリ内の広告、提携企業、自治体からの出資		
36	宮崎	7	1	宮崎大学	工学部 環境応用化学科	本田 諒太郎	濵崎　裕香 吉田　日和	LEISURE	今、暇な時間があって何かしたいと考えている人たちにその暇な時間にあわせた活動計画をアプリ上にて自動で作成してくれるサービスです。このサービスにより、普段いかない場所にも行くようになり、消費税増税で落ち込まれると予想されている消費活動の活発化が図れるとともに、地域の活性化にもつながります。 このサービス自体のマネタイズモデルは基本フリーミアムモデルなのですが、 様々な企業との提携を考えているため、非常に大きな可能性を持ったサービスです。		
37	長崎	9	1	長崎県立大学	地域創造学部 実践経済学科	上村 怜央	勝井　海道 古賀ひかり 谷口　由帆 玉城　樂 溝口　孟里	県立大版UberEats	主婦層に向けて野菜等の食材を人手不足で配達が難しい農家や農産物直売所に販売してある野菜等を配達してもらう。また、終電や最終バスの時間が早いため自宅での飲み会を行う大学生やサラリーマン等に向けて街中の居酒屋や店などからおつまみ等の料理を配達してもらう。このビジネスで果たす役割としては配達が困難である農家や店等と食材や料理を必要としている人とをマッチングさせ、時間のある時に配達をする事でお金を稼ぎたい人に配達を行ってもらうための役割を担う。収益方法としては、配達が困難な農家との契約、居酒屋等の店の登録料金、配達物に配達料金を上乗せした分の差額で収益を得る。		
38	熊本	11	4	崇城大学	情報学部 情報学科	深江 淳之介		Carabiner 誰でも気軽に、強く繋がれるジャンル不問のマッチングサービス	サイトやアプリを通じ、仲間を欲している人同士を繋げるサービスです。やりたいことやアイデアはあるけれど、仲間がいない。そんな人達に仲間を集めることに特化した場所を提供するサービスです。もちろんどんな用途にでも使えます。 Carabinerを通して仲間を集め、新しいものを生み出すことも可能です。利益はサイトやアプリでの広告収入や、有料アカウントで得る予定です		
39	熊本	16	1	崇城大学	工学部ナノサイエンス学科	川本 うらら	清水みのり	AMANIファンデ	①10代から20代の男女を対象にした、ニキビを治しながら隠し、ニキビ予防にも特化したファンデーションを企業と連携し提供するビジネスです。 ②化粧をすることが肌への負担やニキビの原因となるという概念を変えるための役割です。 ③企業と連携して商品を開発し販売することによって利益を得ます。		
40	宮崎	7,8,10,13,16	4	宮崎大学	工学部社会環境システム工学科	藤谷 昇龍		色の識別で感情を汲み取るAI	①心が傷ついて落ち込んだ人に、AIが画像認識で表情・脈拍を認識し色で診断結果を提示するビジネス。 ②自身が病気であったように一人で悩み		
41	佐賀	7,8,11	1	佐賀大学 大学院	先進健康科学研究科 先進健康科学専攻 医工学コース	河野 航平		AR技術とマップ連携による拡張型クラウドファンディング	AR技術を用いて、リアル世界に課題や情報を投影して、お金や共感者を集めるサービスです。問題を解決したり、地域のヒーローを生み出したり、税金に代わるシステムを作ったりすることができます。個人の小さなから社会の大きな流れを地図上に反映し可視化していきます。収益は仲介料と広告料、その他サービス料によって得る。	○	
42	宮崎	7,9,15	1	宮崎大学	工学部 情報システム工学科	今村 和樹	都甲晋之介	BRIdge	①地域振興を目的としたイベントへ参加したい人に、現地まで移動する手段を、マッチング機能を使って提供する。 ②過疎地域までの移動手段をイベント参加者の所有する車で補う役割。 ③当アプリケーション内にイベント情報を掲載するための利用権。		
43	熊本	11,12	1	熊本 高等専門学校	電子情報システム工学専攻	山脇 はるか		ビジネスメール自動作成Webアプリ	メールの作成に時間がかかる人に対して，タイトルや本文を自動生成し，提案してくれるWebアプリケーションをオンライン環境で提供する．必要最低限で的確に伝わる文面が自動生成されるので，文章を書くことやコミュニケーションを取ることが苦手な人のサポートをする．Webアプリケーションに広告を掲載することで，広告収入により利益を得る．		
44	宮崎	15	2	宮崎大学	工学部電子物理工学科	渡部 弘人		LocalTrip	旅行が好きな人にアプリを通して、観光スポット単体ではなく"町"単位での情報を提供するサービスです。弊社はそのサービスの開発、運営を行います。収益は、アプリに町の情報を掲載している各自治体からのプラン別の掲載料と、利用者が旅行の予約を行った時に発生する交通費や宿泊費の一部を手数料として頂きます。		

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

● **状 況 ：** 1．机上で考えた段階　2．起業の為に企業・団体へアプローチしている段階　3．既に起業済み　4．その他

受付No	県	分野	状況	学校名	学部・学科	代表者名	共同提案者	事業名	プランの概要	2次審査進出	最終審査進出
45	大分	4,7,11	4	大分大学 大学院	工学研究科 博士前期課程工学専攻 福祉環境工学建築学コース	岡　美紀		Revelo (シェアサイクル事業)	使われなくなった放置自転車をシェアサイクルとして安価に提供するサービスです。 ビジネスモデルとしてはサブスクリプション型を採用し、利用者は定額でどこのサイクルポートにある自転車でも乗り放題とします。シェアサイクルは近年注目を浴びているサービスでもあり、放置自転車の問題と駅周辺利用者の利便性の課題の両方を解決できる新しいビジネスプランです。	○	
46	長崎	7,8,11	1,4	長崎総合科学大学	総合情報学部 総合情報学科 知能情報コース	富永 雄伍	得松　央 梅本　知聖 風浦　壱成 グエン　ドゥック　ヒエウ	Tachyon	日本に在住する学習・就労を目的とした外国人は日本に在住している間様々なストレスを抱えています。ストレス要因の一つとして留学生が円滑な医療対応を受けられていないことがあります。この問題は留学生だけの問題ではありません。病院側も問題があり円滑な外国人への対応ができている病院は全国約7%といったデータがあります。またこれらの問題を留学生が親に迷惑をかけたくない、相談できる相手がいないといった理由でストレスをひとりで抱え込んでしまうケースが多くあります。我々はこの問題を解決するには大学が問題解決の懸け橋になることと親にも情報共有することが大切だと考えました。このビジネスを通して留学生の助けになるだけでなく外国人労働者や外国人観光客への市場拡大も視野に入れて訪日外国人のストレス軽減の懸け橋になると考えています。	○	
47	宮崎	7,8,10	2	宮崎大学	工学部 電気システム工学科	岩城　拓		unit	障がい者雇用率を満たせていない企業に対して、集団（ユニット）を組んだ障がい者の派遣を行う事で、企業の障がい者雇用を支援するビジネス。収益として企業の雇用が成立した場合、企業から報酬を得ることを想定している。私は障がい者の最適なチーム編成や、企業への研修など、障がい者と企業の架け橋となる役割を担う。		
48	鹿児島	7,11,15	4	鹿児島大学 大学院	理工学研究科 修士	林　祐作		魚の活性 予測サービス	本サービスは人工知能技術の一種である機械学習を用いて、特定の釣り場における「魚の活性」を予測し、その情報を釣り人や瀬渡し船、釣具屋、釣具メーカーに提供する。釣り人や瀬渡し船の「魚が釣れなかった場合の損失」を減らすため、場所選びや日程調整の目安となる「魚の活性」情報を日数、魚種単位で販売し、収益を得るサービスである。	○	
49	福岡	5, 11	2	西南学院大学	国際文化学部 国際文化学科	久保田 碩幸		Infowners (インフォーナーズ)	Infownersは、オーストラリアに中長期(半年～2年間)滞在中の日本人に、探し手も退去者もハッピーになる新しいお部屋探しの仕組みをWebサービスを通じて提供します。私の役割は、探し手と退去者をマッチングする仕組みに加え、両者が安心して取引できる仕組みを整備することです。探し手→退去者に支払われる紹介料の10~15%をサービス利用料としていただく手数料モデルをメインの収益源とします。	○	
50	福岡	9	2	北九州工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	隈部 亮太		HAKOboo	これから働き手が少なくなる工場に向けて，自社で開発するAGV「HAKOboo」を，競合より低コストで販売します．工場内の手作業による荷物運びをAGVに置き換え，人にかかる労働力を軽減します．はじめは1台ずつAGVを手作業で作って売るスモールビジネスを始め，知見とスキルを貯めていき，最終的には量産にシフトし収益を得ます．	○	
51	長崎	3	2	佐世保工業高等専門学校	専攻科	平山 さくら	本城　麻衣 北野　沙樹 浦　笙太 田辺　祥吾 馬場星樹朗 浜崎　海大 稲形　のん	MEN'S向け 化粧水の企画・開発	もっと普通のメンズが日常的にスキンケアしやすい環境つくりを目指す。 本研究室ではメンズ向け化粧水の企画・開発を行い、通信販売を行っている県内企業に販売は委託する。	○	
52	長崎	7	1	長崎県立大学	経営学部 経営学科	馬庭 亜由		your theater	映画を観たくても観れない地域にいる人が、観たいときに観れるサービスを提供したいと思っています。映画館は市街地にしかありませんが、田舎と言われる場所にもある施設、それはカラオケボックスです。私はカラオケボックスでミニシアターのような環境を作り、誰もが観たい映画を観れる環境を作りたいと思っています。		
53	熊本	11	2	熊本大学	工学部 情報電気電子工学科	山崎 飛稀	澤田　拓巳 築出　啓太 後藤　剣士 時枝　朋史	hakobune	博物館や美術館、個人などに向けてWeb上で動作する3D デジタルアーカイブサービスを提供する。ユーザは3Dデータをアップロードすることでデータの共有やARによる現実空間への表示、メタデータの付加を可能にする。デジタルアーカイブは近年注目される分野であるが、共通のプラットフォームが存在しないという問題点がある。このサービスはそのプラットフォームとして機能するサービスである。主な収益源はサービス利用料である。	○	
54	長崎	7.9.11	1	佐世保工業高等専門学校	物質工学科	津留﨑 優斗	前田　泰佑 峰　みつき 渡部　賢	DIY マッチング	オーダーメイドの雑貨を作りたいけれど、自分ではそれをする技術や時間のない人（顧客）と、時間的に余裕があって雑貨を作る技術を持つ人（アマチュア職人）をマッチングさせ手軽にオーダーメイドをつくることのできる場を創るビジネス。 マッチングアプリを用いて顧客とアマチュア職人をマッチングさせる。 マッチング仲介料、販売手数料。		
55	長崎	3,8,13	1	佐世保工業高等専門学校	物質工学科	重富 竜ノ介		最高のrecipe	近年、消費者のヘルスケアに対する関心が高まっています.しかし、インターネットには真偽が疑わしい沢山の情報が蔓延しており、忙しい主婦にとっては興味があってもなかなか具体的な行動に移せない分野でもあります.そんな、多望な主婦のために日々の食事から始まる健康をスマホのアプリで提供します.私は、資金調達やサービスの運営に必要となる連携企業との契約に努めていきます.サービスでは健康に良い食事とともに、料理中などに「ながら見」出来る健康情報やヘルスケアの正しい知識を出来るだけ分かり易い形で提供します.また、レシピをより高精度にパーソナライズするためにゲノム解析業者をカスタマーに紹介します.カスタマーは複数の業者から自分に合ったものを選択します.BtoCのサービスであり、ゲノム解析業者から紹介料を貰い収益を図ります.	○	

九州のチカラ ここに集結!!

第19回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト

起業プラン大募集!!

前年度（第18回）二次審査進出のプラン（学校名50音順）

福岡県

- 優秀賞 **認知症対話 AI「コモモン」** 認知症介護をアップデートし、誰もが安心して暮らせる社会を創る 北九州工業高等専門学校 生産デザイン工学科
- 九州経済産業局長賞 **光触媒で排水溝の悪臭改善** ブースカフェズが臭いのお悩み解決します! 北九州市立大学 国際環境工学部
- **MOFilt** おいしい日本酒を身近な世界に 九州大学 大学院 工学府
- 優秀賞 **子ども向け安価の家具の製造・販売** 「子どもが自分の環境を自らデザインする」 九州大学 芸術工学部
- 優秀賞 **脳科学を用いた集中度マネジメントのできるスタディスペースの提供** 九州大学 大学院システム生命科学府
- **nanoFreakas ナノで便利に** 九州大学
- 優秀賞 **ワイヤレス給電式の体内植込み型医療機器の開発・販売** 九州大学 工学部
- **オンライン・ファーマシー事業** すべての人を自分の身体の専門家に。すべての人にヘルス・リテラシーを。 九州大学 大学院薬学府
- **problock** デジタルとアナログを融合させたプログラミングを学べるスマートトイ 九州大学 工学部
- 九州経済連合会長賞 **次世代の生体認証を用いた利便的高度物理セキュリティシステムの提供** 九州大学 工学部
- 優秀賞 **SEh シィー**（SDGs + ESD +Hospitality） 飛び出そう世界へ! 地球にもっと関心をもとう! 福岡女学院大学

佐賀県

- **ドローンの出張サービス** にっぽんを救え! 佐賀大学 文化教育学部

大分県

- **網膜投影機器を使用した道案内アプリ** 大分大学 理工学部

第15回 キャンパスベンチャーグランプリ全国大会では 長崎国際大学が「審査員特別賞」を受賞!



- グランプリ **PROPS 音楽情報共有サービス** 長崎国際大学 人間社会学部

長崎県

- **長崎県産農林水産物を利用した健康弁当** 長崎じげもん、いいトコ取り! カラダ想い弁当 長崎県立大学 大学院 人間健康科学研究科
- **MIERUKA** ～その可能性に未来を～ 長崎県立大学 経済学部

熊本県

- **「NGKRZ（ネガカラーズ）」** もう怖くない!! 「ルアーは根がかる」の概念を打ち砕きます 熊本高等専門学校 電子情報システム工学専攻
- **ドローンの屋内自律飛行技術を用いた災害時避難誘導システムの開発** 非常時は自律飛行ドローンの避難誘導で確実避難 逃げ遅れ0に!! 熊本高等専門学校 電子情報システム工学専攻
- **微生物の力で海水からきれいな水へ** 崇城大学 生物生命学部

宮崎県

- **Mitok（ミトック）** 獣医師、ペット、飼い主がwin-win-winな社会をつくる 宮崎大学 農学部
- **空き家活用ビジネスMUH（ムー）** 空き家の荷物を空き家に移す 宮崎大学 地域資源創成学部

鹿児島県

- **工業高校生が起業家精神・社会人基礎力を継続的に高めるための革新的なリカレント教育創生** 鹿児島大学 大学院理工学研究科

募集期間

2019年 7月22日(月) – 10月8日(火)　一般聴講者無料

- コンテスト開催日時　2019年12月24日(火) 13:00～19:00(交流会含む)
- コンテスト開催場所　ももち浜SRPホール　福岡市早良区百道浜2丁目1番22号

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）。

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」受賞者はキャンパスベンチャーグランプリ全国大会へ出場!

主催 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

共催 九州・大学発ベンチャー振興会議

第18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、㈱晴天、㈱FFGベンチャービジネスパートナーズ、㈱大分銀行、九州電力㈱、九州旅客鉄道㈱、㈱九電工、㈱九南、QBキャピタルLLC(同)、税理士法人 熊手会計事務所、㈱グランドビジョン、古賀マネージメント総研㈱、西部ガス㈱、三和酒類㈱、㈱ジャフコ、白垣木材㈱、㈱筑邦銀行、㈱テノ.ホールディングス、㈱電通九州、㈱ドーガンベータ、有限責任監査法人トーマツ、㈱豊川設計事務所、㈱西日本シティ銀行、西日本鉄道㈱、㈱日本政策金融公庫、日本弁理士会九州会、㈱はせがわ、廣田商事㈱、ファクトリエ、㈱福岡銀行、㈱福岡商店、㈱ふくや、㈱Fusic、やずや㈱、㈱ワールドホールディングス（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!

- 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

※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】 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会（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/
※8月19日から Tel:(092)833-3097 Fax:(092)833-3088

リサイクル適性Ⓐ この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。

第 19 回九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト募集要項

エントリー

■募集対象者　起業を目指す、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　**2019 年 7 月 22 日(月)～10 月 8 日(火)**

■応募用紙　コンテストのホームページ（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　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会事務局 <九州ニュービジネス協議会内>（daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp）へ電子メールで送信してください。

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

一次審査　書類選考（11 月上旬予定）

二次審査　一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（福岡市内にて 11 月末予定）
発表者　交通費(一部)支給

最終審査　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　**2019 年 12 月 24 日（火）13:00～19:00 予定（交流会を含む）**
会場　**ももち浜ＳＲＰホール**（福岡ＳＲＰセンタービル 2F）**（一般聴講者無料）**
〒814-0001　福岡市早良区百道浜 2 丁目 1 番 22 号　TEL:092-852-3489
発表者　交通費(一部)支給

■審査委員

審査委員は、ベンチャーサポート企業や第一線で活躍中の企業経営者等に委嘱。

■審査項目

①新規性、革新性、優位性
②実現可能性・市場性
③表現力

「グランプリ」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ください。）

※ 詳細は、コンテストのホームページ等で告知を行います。 大学発 VBPC 検索

※ 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。

【お問い合わせ・ご応募先】
九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会事務局（九州ニュービジネス協議会内）
E-mail : daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp
URL http://www.qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/
【 8 月 16 日まで 】〒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
【 8 月 19 日から 】〒814-0001　福岡市早良区百道浜 2-1-22　福岡 SRP センタービル 5F　TEL 092-833-3097　FAX 092-833-3088

■主　催　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会
（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）
■共　催　九州・大学発ベンチャー振興会議
■後援機関等　第 18 回（前回）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、日本弁理士会九州会
■事務局　（一社）九州ニュービジネス協議会

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。

第19回
九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト

傍聴者大募集!!

九州のチカラ ここに集結!!

入場無料

■ ファイナリスト（出場者）

★ P&A
～光合成細菌由来の藻類活力剤～



崇城大学 大学院

九州大学



★ 電池の性能評価
シミュレーションソフトの
開発・販売

★ 座圧軽減装具：
フワットの開発と販売



佐賀大学

★ 臭いを可視化して必要な情報を
提供するワキガ総合管理アプリ
『臭いの財産・嗅一Bot』



大分大学

★ Pioneer Pork
～ Super Swine Style ～



宮崎大学



★ CONNECT
～LGBT当事者の見えない痛みを取り除く～

北九州高専



★ AR技術を活用した
技術継承支援システム



★ ヘルスケアロボットと健康手帳
による次世代健康管理モデル



★ WADAIKU ～スマカベ（SMART CARPENTER）～

キミは感動を目の当たりにする。

■ 開催日時

2019年12月24日(火) 13:00~18:50（交流会含む）

■ 会 場

ももち浜SRPホール

福岡市早良区百道浜2丁目1-22 福岡SRPセンタービル2階

■ 基調講演：応援の連鎖がまちを変える
～油津商店街・那珂川市にみる新しい地方創生のカタチ～



木藤 亮太 氏 ㈱油津応援団 専務取締役・㈱ホーホウ 代表取締役

1975年福岡出身。宮崎県日南市が実施した全国公募で選ばれ、2013年7月よりテナントミックスサポートマネージャーに着任。“猫さえ歩かない”と言われた油津商店街の再生事業に取組み、約4年で25を超える新規出店、企業誘致等を実現。その後は自らが育った福岡県那珂川市に拠点を移し「事業間連携専門官」に着任(2017年4月より)、株式会社ホーホウを設立(2018年1月より)。その他、各地のまちづくりPJのアドバイザーを兼任するなど活動の幅を広げている。最近は39年の幕を閉じた喫茶店を承継するプロジェクトを立ち上げ、株式会社バトンタッチ(2019年7月より)を設立。那珂川市に喫茶キャプテンをオープンさせた。

応募総数 九州エリア19校・55プラン

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

詳しくは、裏面をご覧ください。

《 大会ホームページ 》 http://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/ 大学発VBPC 検索

主催：経済産業省 九州経済産業局 / 福岡市 FUKUOKA CITY / 一般社団法人 九州経済連合会 / Be a Great Small 中小機構 / 日刊工業新聞社 / KIAC 九州地域産業活性化センター / 九州NBC THE KYUSHU NEW BUSINESS CONFERENCE

「第19回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」（最終審査会）傍聴者募集

応募総数19校・55プラン。第1次審査[書類審査]、第2次審査[プレゼン審査]の激戦を勝ち抜いた学生によるビジネスプランコンテスト（プレゼンテーションによる最終審査会）です。今年で19回目を数え、グランプリ受賞者は来年2月東京で開催の全国大会に出場します！九州からは、これまでも全国大会で最優秀賞（大賞/大臣賞）を多数輩出しています。また、総務省・国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）主催の「起業家甲子園」挑戦権が獲得できる「NICT賞」を新設。全国へのチャンネルが拡がります。最終審査会は、無料でどなたでもご覧になれます。終了後は交流会も予定しております。是非とも学生の皆様にご声援をお願いします。

■**開催日時**　2019年12月24日（火）13:00～18:50

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

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

・主催者挨拶　九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト　実行委員長　貫　正義
(一般社団法人 九州ニュービジネス協議会 会長・九州電力㈱ 相談役)

・プレゼンテーション〔 代表者氏名発表順（逆50音順）〕

大学発VBPC　検索

発表時間	学校名	学部・学科	代表者名	事業名
13:15 ～ 13:32	大分大学	理工学部 創生工学科	和田　貴汰	WADAIKU ～スマカペ（SMART CARPENTER）～
13:33 ～ 13:50	北九州 工業高等専門学校	生産デザイン工学専攻	山本　悠加	ヘルスケアロボットと健康手帳による 次世代健康管理モデル
13:51 ～ 14:08	佐賀大学	理工学部 機械システム工学科	山城　佑太	座圧軽減装具：フワットの開発と販売
14:09 ～ 14:26	大分大学	経済学部 経営システム学科	松岡　真輝	臭いを可視化して必要な情報を提供するワキガ 総合管理アプリ『臭いの財産・嗅一Bot』
14:27 ～ 14:44	北九州 工業高等専門学校	専攻科 生産デザイン工学専攻	波野　奎友	AR技術を活用した技術継承支援システム
14:44 ～ 14:54	休　憩			
14:54 ～ 15:11	九州大学	工学部 エネルギー科学科	徳丸　貴哉	電池の性能評価シミュレーションソフトの 開発・販売
15:12 ～ 15:29	宮崎大学	地域資源創成学部 地域資源創成学科	河野　龍摩	CONNECT ～LGBT当事者の見えない痛みを取り除く～
15:30 ～ 15:47	崇城大学大学院	工学研究科応用生物 科学専攻修士前期課程	岩井　蘭子	P&A ～光合成細菌由来の藻類活力剤～
15:48 ～ 16:05	宮崎大学	農学部 畜産草地科学科	有方草太郎	Pioneer Pork ～ Super Swine Style ～

(2)【第2部】　基調講演「応援の連鎖がまちを変える～油津商店街・那珂川市にみる新しい地方創生のカタチ～**」**　16:15 ～ 17:00

《講　師》 株式会社油津応援団 専務取締役・株式会社ホーホゥ 代表取締役　木藤 亮太 氏

(3)【第3部】　表 彰 式　17:10 ～ 17:50

《表　彰》 グランプリ（1件・副賞30万円）、九州経済産業局長賞（1件・副賞10万円）、九州経済連合会長賞（1件・副賞8万円）、優秀賞(副賞5万円)、NICT賞（「起業家甲子園」挑戦権）※新設

■**交 流 会**　17:55 ～ 18:50　※参加学生、審査委員、企業関係者などとの交流会

【主催】九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会
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
【共催】九州・大学発ベンチャー振興会議
【協賛】九州電力㈱、㈱QTnet、㈱西日本シティ銀行、㈱福岡銀行、㈱アピカル、EY新日本有限責任監査法人、学校法人君が淵学園崇城大学、九州旅客鉄道㈱、九電産業㈱、㈱九南、古賀マネージメント総研㈱、西部ガス㈱、三和酒類㈱、㈱ジオクラスター、㈱テノ.ホールディングス、有限責任監査法人トーマツ、㈱豊川設計事務所、西日本鉄道㈱、日本ゼオライト㈱、㈱はせがわ、レイナ㈱、㈱ワールドホールディングス、㈱九電工、㈱大分銀行、㈱シティアスコム、まごころM&Aパートナーズ㈱、㈱宮崎銀行、㈱やずや、㈱エム・ワン・エンタープライズ、㈱筑邦銀行、アクトフォー㈱、如水監査法人、如水税理士法人 けやき通り会計事務所、㈱七尾製菓、廣田商事㈱、㈱風月堂、㈱福岡商店、㈱ふくや　（順不同）
【協力】㈱FFGベンチャーパートナーズ、QBキャピタルLLC、㈱ジャフコ、㈱電通九州、㈱ドーガン・ベータ、㈱日本政策金融公庫、藤岡国際特許事務所、㈱ホーホゥ
【後援】福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、
西日本新聞社、佐賀新聞社、長崎新聞社、熊本日日新聞社、大分合同新聞社、宮崎日日新聞社、南日本新聞社、日本弁理士会九州会

「第19回 九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト」（最終審査会）傍聴申込書

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

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

▶ **大会ホームページ：http://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/　▶ 申込フォーム：https://qshu-nbc.or.jp/event/**

企業・団体名							
ご住所							
傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
				E-mail			
傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
				E-mail			
傍聴者氏名		役職等		Tel		交流会	出・欠
				E-mail			

13. 実行委員会について

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

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

委員会役職	氏　名	所属企業・団体名	各団体役職
実行委員長	貫　　正義	（一社）九州ニュービジネス協議会	会長（九州電力㈱相談役）
副委員長	神阪　　拓	日刊工業新聞社西部支社	支社長
委　　員	黒木　　肇	九州経済産業局　地域経済部	新産業戦略課長
委　　員	田中　顕治	福岡市 経済観光文化局 創業・立地推進部	創業支援課長
委　　員	大穂　裕嘉	（独）中小企業基盤整備機構九州本部	企業支援部企業支援課長
委　　員	山田　真治	（一財）九州地域産業活性化センター	常務理事
委　　員	田村　忠広	（一社）九州経済連合会	産業振興部長
委員・事務局長	松﨑　治洋	（一社）九州ニュービジネス協議会	専務理事・事務局長

2. 運営部会（敬称略・順不同）

お名前	所属企業・団体名	役　職
神阪　　拓	日刊工業新聞社西部支社	支社長
吉山　香織	九州経済産業局 地域経済部	新産業戦略課 課長補佐
近藤　　翼	〃	新産業戦略課 調査官
菊池　義明	福岡市経済観光文化局 創業･立地推進部	創業支援課 係長
松尾　彩佳	〃	創業支援課
三棹　浅黄	(独)中小企業基盤整備機構九州本部	経営支援課 課長代理
櫛田　　怜	〃	経営支援課 課員
福永　修一	（一財）九州地域産業活性化センター	事業部長
田村　忠広	（一社）九州経済連合会	産業振興部長
竹上　伸一	〃	参事
柴田　和明	（一社）九州ニュービジネス協議会	事務局次長

〔オブザーバー〕福岡県ベンチャービジネス支援協議会　山岸　勇太　ﾍﾞﾝﾁｬｰｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ ﾏﾈｰｼﾞｬｰ

3. 実行委員会事務局

九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会 事務局

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

協賛・協力

九州電力　QTnet　ココロがある。コタエがある。西日本シティ銀行　福岡銀行

JR九州　Koga Management Institute　西部ガス　いつもの朝と、新しい明日を。　teno GROUP　Nishitetsu Group

自然との共存を考える NZK 日本ゼオライト　EY Building a better working world　APICAL　崇城大学 SOJO UNIVERSITY　Kyu-san 九電産業株式会社　ホーホゥ HOOT HOE INC.

株式会社九南　iichiko 三和酒類株式会社　GEO CLUSTER　はせがわ　CHIE CHIE IMAI　Deloitte. デロイト トーマツ

株式会社豊川設計事務所 TOYOKAWA ARCHITECTS & ASSOCIATES　ワールドホールディングス　Make Next. 九電工　感動を、シェアしたい。大分銀行　CITYASCOM　明日の夢、人から人へ 宮崎銀行

本物だけをまっすぐあなたへ やずや　FFG　QB　JAFCO　dentsu DENTSU KYUSHU INC.　DOGAN β　JFC 日本政策金融公庫　M.O.E

JPAA　FUKUOKA SRP　まごころM&Aパートナーズ　アクトフォー　如水監査法人　HIROTA SHOJI

あなたのまちの 筑邦銀行　七尾製菓　風月堂　福岡商店　ふくや

（順不同）

助成団体

KIAC

一般財団法人 九州地域産業活性化センター
Kyushu Industrial Advancement Center

実行委員会組織団体

経済産業省 九州経済産業局　福岡市 FUKUOKA CITY　一般社団法人 九州経済連合会 Kyushu Economic Federation　Be a Great Small. 中小機構

日刊工業新聞社　KIAC 一般財団法人 九州地域産業活性化センター Kyushu Industrial Advancement Center　九州NBC THE KYUSHU NEW BUSINESS CONFERENCE



九州・大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテスト実行委員会

実行委員会 事務局：(一社)九州ニュービジネス協議会

福岡市早良区百道浜2-1-22 福岡SRPセンタービル5F
TEL：092-833-3097　FAX：092-833-3088
E-mail：daigaku-vbpc@qshu-nbc.or.jp
大会公式サイト：https://qshu-nbc.or.jp/daigaku-vbpc/