

4 Create Rita

■ビジネスプラン■

お芝居でまちづくり・人づくり

第23回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】

応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2024年 7月31日

(フリガナ)	クリエイト リタ	(フリガナ)	トミオカ エリコ
会社名・ 学校名等 ※	Create Rita	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	富岡 英里子 ㊞
応募者区分：(いずれかに○) ☒ 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢： 36 歳
法人所在地※ ベンチャー・カップ CHIBA 終了後、特典を活用し CHIBA-LABO (下記) へ申請予定 〒260-0013 千葉市中央区中央 2 丁目 5-1 中央ツインビル 2 号階 7 階 CHIBA-LABO			
電話番号：080-5059-0607		FAX：	
E-mail：et.lifework@gmail.com		URL：https://camp-fire.jp/projects/720901/view	
資本金※： 千円		従業員数※： 人 (うちパート・アルバイト： 人)	
創業(予定)※： 2025 年 1 月		法人設立(予定)※ 2025 年 1 月	

応募者プロフィール

神奈川県立神奈川総合高校 個性科 10 期 日本映画学校俳優科 22 期

高校在学中、舞台系授業を専攻し脚本・演出・俳優を経験。日本映画学校に通いながら外部でも舞台出演を重ね、卒業後は、憧れの女優・市原悦子が所属するワンダー・プロダクションへ所属（2019 年エンパシィへ移籍）。師・市原悦子の主演舞台の稽古場づきや演出助手をつとめながら、師から直々に朗読や芝居の稽古をつけてもらう。

また、“富岡英里子プロデュース”と自らの名前を冠にした公演も企画(過去 3 回実績あり)。

○出演作品

映画 「誰かの花」監督:奥田裕介 「ある惑星の散文」監督:深田隆之 他 「書くが、まま」監督:上村奈帆 他

舞台 PlantM「凜然グッドバイ」作/演出:樋口ミュ 88 生まれの女たち「野外劇 誕生」作/演出:上村奈帆 他

ドラマ TBS 月曜ゴールデン「弁護士高見沢響子 12—観覧車の男—」 NHK 連続テレビ小説「ひよっこ」第 24 話 テレビ朝日木曜ドラマ「ハケン占い師アタル」 NHK BS プレミアム山口発地域ドラマ「朗読屋」他

ラジオドラマ NHKFM シアター「Girls」 青春アドベンチャー「あなたに似た自画像」他

CM 大手コンビニのお惣菜 CM や健康食品メーカーのドリンク CM など

○講師 神奈川県立横浜清陵高等学校 演劇部コーチ

○その他

舞台の原案・脚本・映画の現場助監督等、表方だけでなく裏方も経験あり

保育士免許（実務経験あり）

現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

○2024年2月～3月

・クラウドファンディング「映画でつながる。千葉と、人と。」をAll or Nothing-目標金額を達成しないと全額返金システム-にて実施

目標金額1,000,000円を上回る1,111,000円の支援金額・107人の支援者様に恵まれプロジェクト達成

・千葉都市4つのアイデンティティ魅力再開発セミナー クラウドファンディング挑戦者として登壇

・たこみんFM「ゆうたこにかみん」パーソナリティ：三浦太陽 ゲスト出演

○2024年6月

・クラウドファンディングで得た支援金を使用し「ロケ地が全て千葉のまちづくり映画」を、千葉市の都市アイデンティティ推進課の協力のもと撮影。現在編集中

○2024年7月

・たこみんFM「ゆうたこにかみん」パーソナリティ：三浦太陽 ゲスト出演

○2024年9月

・千葉開府900年クラウドファンディングセミナー

第一回 クラウドファンディング基礎セミナー クラウドファンディング実践者として登壇

第二回 千葉開府900年事業説明会 アイディアシェア会にてファシリテーターを担当。PLAY（演劇・遊び）を取り入れた実践W.Sを実施

○2024年9月

・【日本演劇教育連盟主催】

演劇教育指導者養成セミナーへ参加

部活指導員交流会へ参加／令和7年度8月からの部活指導員へ応募申請中

※会社名・学校名等、法人所在地、資本金、従業員数、創業年月、法人設立年月、現在の事業内容は該当者のみ記載してください。

※次ページ以降の内容の記載は、必要事項を埋めるだけでなく、具体的かつ簡潔に記述し、必要により図表等を交え、ポイントを解りやすく記載してください。

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

お芝居でまちづくり・人づくり

(2) “誰”に対する製品・サービスですか。（このビジネスの顧客は誰ですか）

・千葉市在住の老若男女（性別問わず）

・千葉市の企業や店舗

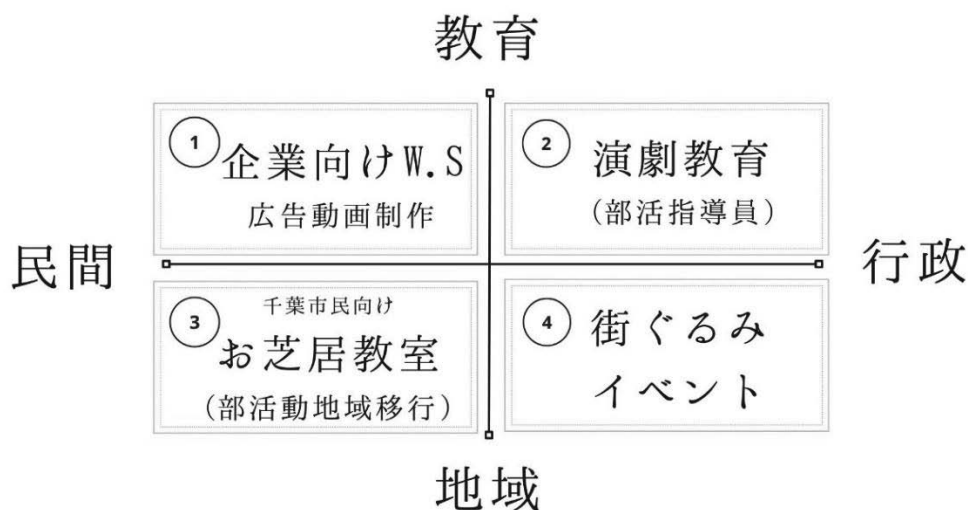
・千葉市の地方公共団体

・千葉市の教育現場

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

販売する製品

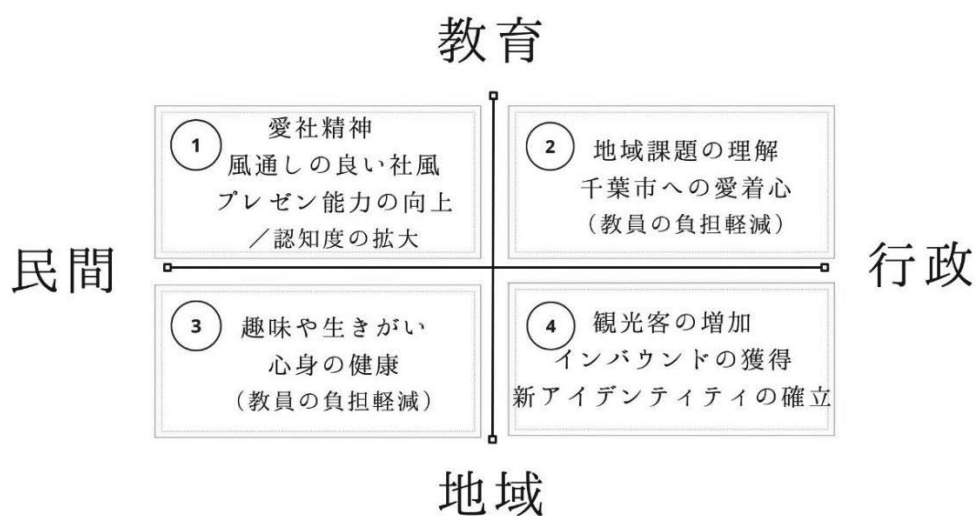
- ①企業向け W.S（芝居のワークを使用）／広告動画制作
- ②演劇教育
- ③お芝居教室
（②③部活指導員・部活動地域移行）
- ④街ぐるみイベント



顧客へ提供するサービス

自己と他者を「見る」「聞く」「感じる」「伝える」（コミュニケーション）力
非言語的能力（ノンバーバルコミュニケーション）

+



(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

①企業向け W.S／広告動画制作

千葉市の企業へ向けのお芝居 W.S を実施

- ・ 部署や役職など関係なく、全員でアイディアを出しひとつの作品を創ることによって、相互理解が深まり、風通しの良い社風をつくることできる
- ・ 教育理念や経営方針を身体を通して理解できる為、愛社精神が育ち、離職率が減少する
- ・ W.S で得た発想や信頼関係を基に、企業広告動画を製作する

【W.S の内容】

- ・ 新人研修やプレゼン力向上研修、ハラスメント研修など、企業の求めるものに合わせたカリキュラムを作成し、提供することができる
- ・ 具体的には、シアターゲームやフォーラムシアターを参考にしたロールプレイング、脚本などを使用する

「シアターゲーム」…俳優訓練のために生まれた心体と脳を使うエクササイズ。協力したり、時には勝ち負けがあったり、他者がいて成り立つ遊び。だるまさんが転んだ、名前鬼、たけのこニョッキなどもシアターゲームに含まれる。

「フォーラムシアター (Forum Theatre)」…討論演劇。参加者は、社会的または、政治的な問題の話しをしてもらう。その問題を描いた短い劇をつくり、一度みんなで観劇し、問題点について話し合う。二度目見るときは、参加者は劇の最中に自由に劇を止めることができ、劇を止めた参加者は舞台上で演技をしている役者に成り代わって、演技を通して考えた解決策を披露する。そして、参加者でその提案された解決方法について話し合う。(CreateRita の企業向け W.S では、「社会的または、政治的な問題の話し」を企業が抱える課題」に置き換え、参加者全員で解決策を提案していく)

②演劇教育

千葉市の教育現場への参入

- ・ 演劇教育を教育現場に取り入れていくことで、未来を担う子どもたちの「見る」「聞く」「感じる」「伝える」力を育て、心身ともに健康で他者への理解力・共感力がある人材を育成していく
- ・ 座学とは異なり「身体」を使って「表現する」ことによって「経験」として刻まれた学びとなる
- ・ 演劇のテーマを千葉市の歴史やアイデンティティにすることで、子どもたちの中に千葉市への愛着心が育ち「住み続けたい街」となる
- ・ 演劇のテーマを千葉市が抱える地域課題にすることで、自分たちが住んでいる街をより成長させていくには何が必要か、考えるきっかけとなる

【教育内容 (例) 】

社会科見学や職場体験で経験したことを発表するツールとして、演劇を使用する。
 国語の教科書に載っている小説や、社会で学んだ歴史、道徳や総合での課題を演劇にする。

○カリキュラム（例）

1.アップ・シアターゲーム

心身をリラックスさせ、シアターゲームを通してお互いの心の距離を近づける。

2.脚本を考える

何グループかにわかれ、子どもたちが中心となり話のあらすじから台詞まで考え、脚本を作り上げる。

3.脚本を声を出して読む

グループごとに自分たちが作った脚本を声に出して伝え合い、解釈を深めていく。

4.稽古をする

人によって様々な表現を見て聞いて感じた上で、自分の想いを伝える。その繰り返しがお芝居であり、もっと言えば「コミュニケーション」の根本となる。

5.発表する

各グループ、自分たちで創り上げた作品を披露し合う。

6.感想を語り合う

最後に「何を感じたか」を共有する。

「演劇教育」… 海外では「生きる練習」と言われている。世界の先進国（アメリカ・イタリア・オーストラリアなど）では、各学校に演劇教育専門の教師が配置されており、韓国でも2019年に公立校に演劇の授業が導入された。日本でも既に「国語」「社会」「道徳」「総合」の授業から演劇教育を取り入れている学校は存在する。

③千葉市民向け お芝居教室

千葉市内にお芝居教室を開講

親子（未就学児とその保護者）クラス／小学生クラス／中・高校生クラス／大学生・成人クラス／高齢者（65歳以上）クラス／世代交流クラス／演劇教育指導者育成クラス

☆お芝居の目的は、「コミュニケーション能力の向上」と「心身の健康」とする

・演劇という遊びの中で、自分を通して人を知り、人を通して自分を知り、役を通して自己と他者を尊ぶ

・上記の経験を積み重ねていくことで、自己受容や他者への理解力・共感力を育んでいく

・定期的に合同発表会を開催し、クラスの垣根を超えた交流を計ることで、世代間交流を生み自助共助力を高める

【お芝居教室の内容（例）】

1.輪になって自己紹介・あだ名決め

教室内だけの「あだ名」を決める。普段と違う呼ばれ方をすることで、いつもの自分から解放される環境をつくる。

2.シアターゲーム

協力したり、時には勝ち負けがあったり、他者がいて成り立つ遊びを通して、お互いの心の距離を近づける

3.脚本を読み解く

脚本を読んで「この人はどんな人？今どんな気持ち？どうしてこんな行動をとったの？」と「人の心」について、意見を交わします。

4.脚本を声を出して読む

人それぞれの解釈を乗せて台詞を伝え合い、正解も間違いもない世界の中でそれぞれの個性を受け止める。

5.身体も使ってお芝居

人によって様々な表現を見て聞いて感じた上で、自分の想いを伝える。その繰り返しがお芝居であり、もっと言えば「コミュニケーション」の根本となる。

6.感想を語り合う

最後に「何を感じたか」を共有する。

②③部活指導員／部活動地域移行

- ・働き方改革により、教員の負担軽減を目的に全国で導入されてきている部活指導員として、演劇部のある千葉市内の学校へ参画していく
- ・演劇部の指導にあたりたい人は、お芝居教室の演劇教育指導者育成クラスで育成する
- ・部活動地域移行としての役割も CreateRita のお芝居教室が担い「演劇部」を発足させ、演劇部がない学校に通う演劇をやりたい生徒たちを集め、大会にも出場する

④街ぐるみイベント

千葉市の自治体、企業、店舗などとコラボイベントを開催

- ・千葉市の自治体、企業、店舗などと協力して演劇上演、映画上映、イベント開催、することによって、千葉市民の方々により「千葉」と「芝居」を身近に感じて貰えるようにしていく、「芝居」を千葉市の新たなアイデンティティにする
- ・芝居文化都市としての認知を広め、観光客やインバウンド客を獲得する

【既に実施が決まっているイベント】

- ・2025 年 初春

ロケ地が全て千葉のまちづくり映画「あの人」 上映イベント

千葉市の都市アイデンティティ [オオガハス] [海辺] を使用し、都市アイデンティティ推進課にも正式に協力を得て制作された映画を、千葉市内で上映

第一回目の上映場所は、幕張 PLAY（株）所有の「KURO SUNA PITCH」が決定している

- ・2025 年 春

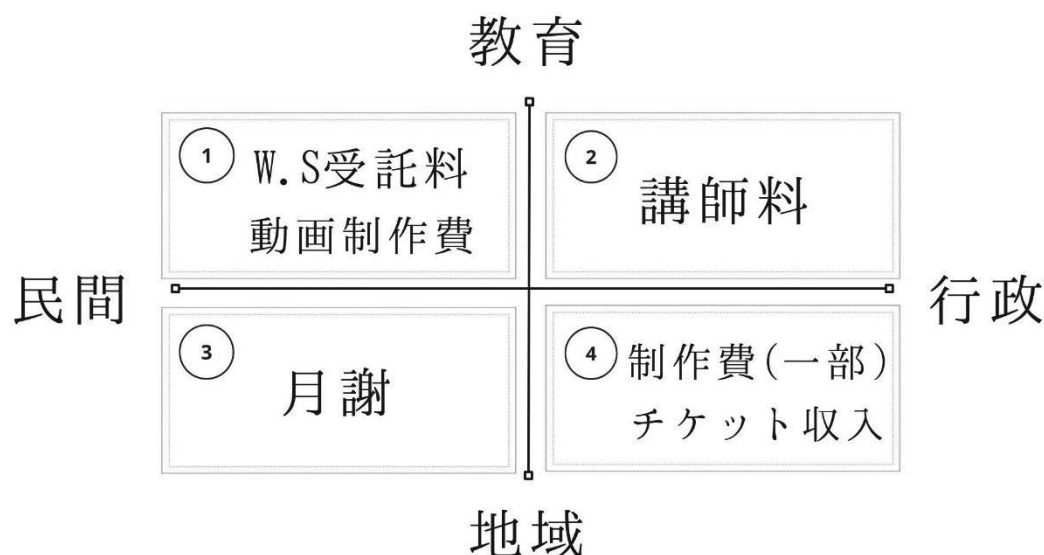
いなびや 千葉稲毛ビール醸造所 演劇イベント

いなびやにちなんだオリジナル作品を観劇後、観客と製作者（演者含む）の垣根を超え、ビールで乾杯をし交流する

制作過程のメイキング動画を同時撮影していき、ドキュメンタリー映画を作成

今後、イベントの規模を拡大していくことを考えており、過疎化した商店街での演劇祭や映画祭の開催、千葉市開府 900 年へ向けた作品の創出、海辺で映画を野外上映、千葉市で消滅してしまったお祭りとコラボした野外演劇、などのアイディアが上がっている。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。



①企業向け W.S／広告動画制作

W.S（研修）受託料 ／ 広告動画制作費の一部

②演劇教育

講師料

③千葉市民向け お芝居教室

月謝

②③部活指導員／部活動地域移行

講師料 ／ 参加費

④街ぐるみイベント

企画・制作費の一部 ／ チケット収入 ／ グッズ収入

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

- ・芝居を使ったビジネスであること
- ・芝居には、コミュニケーションの基本となる「見る」「聞く」「感じる」「伝える」が詰まっていること
- ・「コミュニケーション能力の低下」が問題視され「心理的安全性」が重要視される現代において、演劇＝PLAY＝遊びの中で、自己受容や他者への共感力を育むことができること
- ・多様性が大切にされる現代において、年齢、性別、国境も関係なく多種多様な価値観と触れ合うことができること

- ・子育て世帯や高齢者の独居世帯、若者の単身世帯など、孤独を感じやすい環境にいる人たちの居場所になり、社会福祉の観点から見ても価値を見出せること
- ・心身の健康を保つためには「服装・髪型を変える」「適度な運動」「人と話す」が効果的だと精神医学的にも証明されている中で、芝居はその全てを担うことができること

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

・芝居を使ったビジネスであること

芸能事務所の養成所や俳優を目指す人・または実際に俳優業をしている人へ向けた演技技術向上の為のスクールではないこと。

3 市場性について

(1) 販売する製品・サービスに対して、需要が見込まれる理由を説明してください。

・現代社会に即したビジネスである

コロナ禍を経た現代、また SNS 時代の今、ビジネス・教育においてコミュニケーション能力は求められている。

ビジネスの観点から見た市場性の根拠

・1800 人のビジネスパーソンに聞いた「上司・部下間のコミュニケーション」調査ー『AMBI』『ミドルの転職』ユーザーアンケートー「現在の上司または部下とのコミュニケーションに課題を感じますか？」という質問に対して、7 割が、上司または部下とのコミュニケーションに「課題がある」と回答した。

対象	大いに感じる	どちらかといえば感じる	どちらかといえば感じない	感じない
全体	36%	34%	19%	10%
上司	29%	39%	22%	9%
部下	41%	31%	18%	11%

小数点以下を四捨五入しているため、必ずしも合計が100にならない。

■ 大いに感じる ■ どちらかといえば感じる ■ どちらかといえば感じない ■ 感じない

また、「現在の上司または部下との“業務内容”についてのコミュニケーション頻度についてどう感じますか？」という質問に対しては、「増やしたい」という回答が半数を占めた。

対象	増やしたい	どちらかという増やしたい	丁度よい	どちらかという減らしたい	減らしたい
全体	15%	35%	38%	6%	5%
上司	15%	39%	39%	4%	2%
部下	16%	33%	37%	8%	7%

小数点以下を四捨五入しているため、必ずしも合計が100にならない。

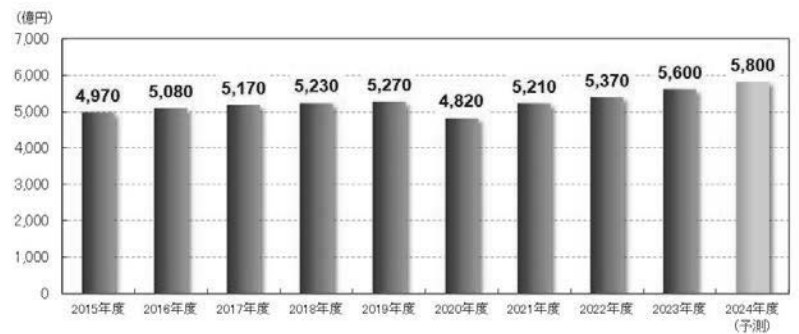
■ 増やしたい ■ どちらかという増やしたい ■ 丁度よい ■ どちらかという減らしたい ■ 減らしたい

【調査概要】 <https://corp.en-japan.com/newsrelease/2024/38805.html>

■調査方法：インターネットによるアンケート ■調査対象：『AMBI』または『ミドルの転職』を利用する 20～50 代のユーザー

■調査期間： 2024 年 7 月 1 日～7 月 31 日 ■有効回答数：1,838 名

・更に、株式会社矢野経済研究所の国内の企業向け研修サービス市場調査の結果、「企業向け研修サービス」は新型コロナウイルス感染症法上の位置づけが 5 類へ移行したことによって 2023 年から需要が加速している。



注1: 事業者売上高ベース
注2: 2024年度予測値

矢野経済研究所調べ

【調査概要】 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3596

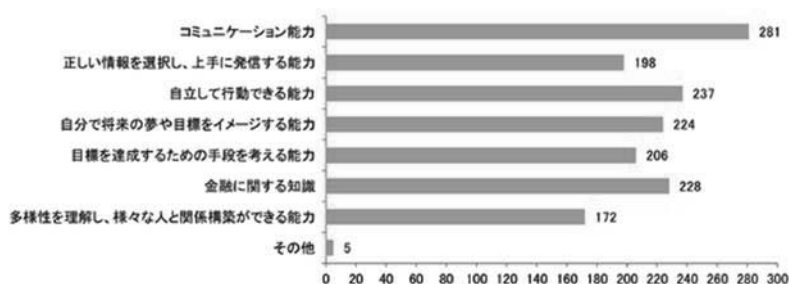
■調査方法：研究員による直接面談（オンライン含む）、電話・FAX等によるアンケート調査、ならびに文献調査併用

■調査対象：企業向け研修サービスを展開している事業者 ■調査期間： 2024 年 4 月～7 月

教育現場から見た市場性の根拠

・子ども家庭庁発足と家庭でのキャリア教育に関する調査「キャリア教育の中でも特に注力して伸ばしたいこと」において、「コミュニケーション能力」が 8 割以上（281 人）と最も多く、上手な人間関係を築く能力がとくに重要視されていることが分かった。

Q. 前問で「そう思う」「そう思うが、一部は教育機関に任せたい」と答えた方に質問です。
キャリア教育の中でも特に注力して伸ばしたいことはなんですか？<MA=340>



（前問）「将来的に子どもに必要なとされるスキルが増える中で『キャリア教育』の導入が学校で行われているが、子育てと合わせて家庭でも力を入れたいと思うか」

【調査概要】 <https://ict-enews.net/2023/06/28e-II-3/>

■調査方法：インターネットによるアンケート ■調査対象：子どもがいる全国の親 365 人を対象

■調査期間： 2023 年 5 月 4 日～29 日 ■有効回答数：365 名

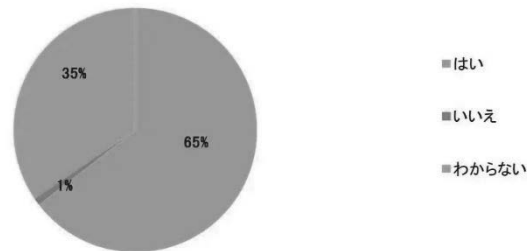
また、文部科学省が「コミュニケーション教育推進会議」
(https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/commu/1294421.htm) を設立したことにより、演劇教育

がもたらす効果は期待されている。

そして、**部活動地域移行**についての調査結果を見ても、保護者が部活動地域移行に賛成しており、本事業に関しても「**コミュニケーション能力**」を求められていることがわかる。

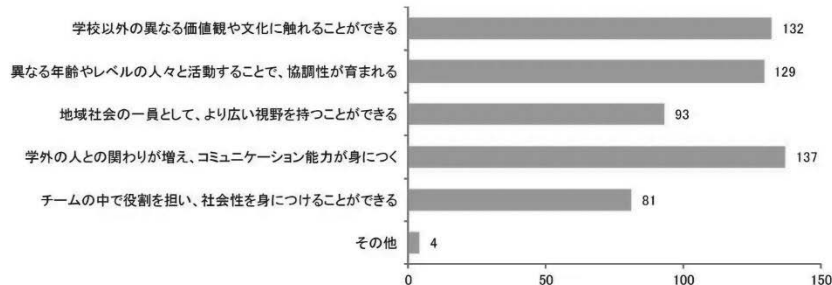
・株式会社イー・ラーニング研究所が子どもがいる親を対象に行った「**部活動の地域移行における意識調査—今後も部活動などの地域移行が進展していくことに賛成ですか**」において、**6割の親が賛成**と回答しており、

Q. 今後も部活動などの地域移行が進展していくことに賛成ですか＜SA=220＞



「**一部活動の地域移行による子どもへの影響についてどのように考えますか**」という問いに関しては、「学外の人との関わりが増え、コミュニケーション能力が身につく」、「学校以外の異なる価値観や文化に触れることができる」、「異なる年齢やレベルの人々と活動することで、協調性が育まれる」とコミュニケーションに関わる回答が上位に上がり、いずれも**約6割**となった。

Q. 部活動の地域移行による子どもへの影響についてどのように考えますか＜MA=220＞



【調査概要】「イー・ラーニング研究所調べ」<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000247.000013831.html>

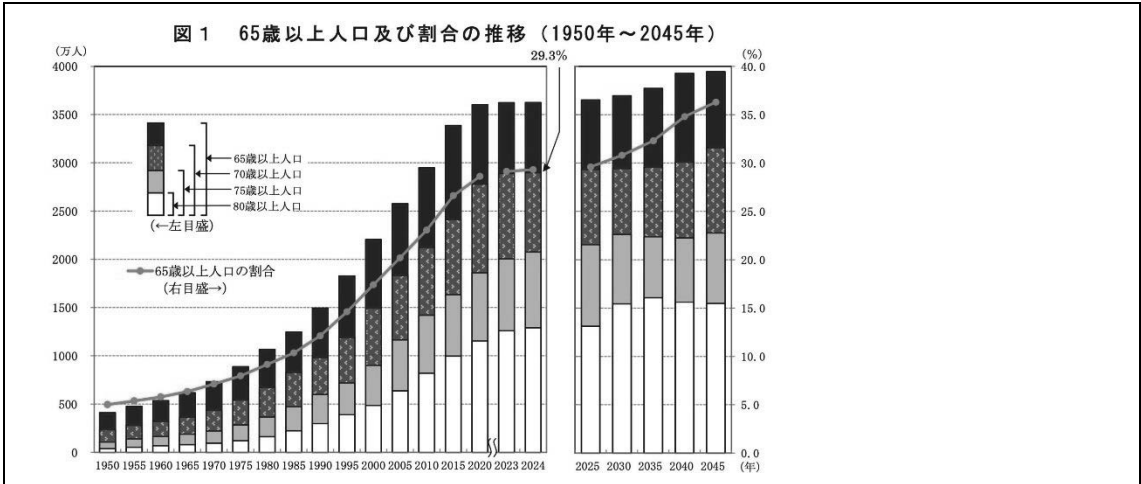
■調査方法：紙回答 ■調査対象：子どもを持つ親、親族に子どもがいる方 計 220 人

■調査期間：2024 年 8 月 6 日(火)～2024 年 8 月 28 日(水)

高齢化社会から見た市場性の根拠

・加速する高齢化社会において「健康寿命」が注目されており、その為の「生きがい」や「趣味」は大切だと認識されている。

・国立社会保障・人口問題研究所の推計によると年々高齢者の人口は増え続け、2040 年には 34.8%、2045 年には 36.3%になると見込まれている。



【参考文献】総務省統計局統計調査部 統計トピックス No.142 統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－

令和 6 年 9 月 15 日発表 より抜粋

Ⅰ 高齢者の人口（人口推計）国勢統計課人口推計係（World Population Prospects）調査企画課企画係

<https://www.stat.go.jp/data/topics/pdf/topics142.pdf>

しかし、コロナ前と比べ、高齢者の日常行動の多くについて、「減った」という回答が「増えた」を大きく上回っており、仕事や趣味、余暇活動の時間が減少し、高齢者の生活の充実度が下がっていることが示唆される。

図表 1: 『コロナ前と比べて行動が増えたもの、減ったもの』(全体)

	n=	増えた				減った				分らない・覚えていない			
		増えた				減った				分らない・覚えていない			
国内旅行（宿泊）	1600	7.2	45.4	44.8	2.7	2.7	44.8	44.8	2.7	2.7	44.8	44.8	2.7
日帰り観光	1600	5.4	48.0	43.9	2.6	2.6	43.9	43.9	2.6	2.6	43.9	43.9	2.6
海外旅行	1600	1.8	36.1	50.9	11.3	11.3	50.9	50.9	11.3	11.3	50.9	50.9	11.3
読書、音楽鑑賞	1600	13.6	63.4	19.1	3.9	3.9	19.1	19.1	3.9	3.9	19.1	19.1	3.9
映画鑑賞（映画館での）	1600	4.6	49.6	38.8	7.1	7.1	38.8	38.8	7.1	7.1	38.8	38.8	7.1
美術館や博物館の鑑賞	1600	2.3	51.3	38.7	7.8	7.8	38.7	38.7	7.8	7.8	38.7	38.7	7.8
演劇・舞台やコンサート鑑賞（ホール、会館、ライブハウスなどの）	1600	2.6	49.1	38.8	9.6	9.6	38.8	38.8	9.6	9.6	38.8	38.8	9.6
スポーツ観戦（球場・競技場・スタジアムでの）	1600	1.9	55.1	31.1	11.9	11.9	31.1	31.1	11.9	11.9	31.1	31.1	11.9
仕事（お金を得ている就労）	1600	1.6	53.9	30.6	13.9	13.9	30.6	30.6	13.9	13.9	30.6	30.6	13.9
ボランティア活動・地域活動	1600	3.4	58.8	21.8	15.9	15.9	21.8	21.8	15.9	15.9	21.8	21.8	15.9
家族や友人など、親しい人達との団らん	1600	7.6	58.2	30.9	3.3	3.3	30.9	30.9	3.3	3.3	30.9	30.9	3.3
世代を問わず様々な人との交流	1600	4.2	57.5	32.5	5.8	5.8	32.5	32.5	5.8	5.8	32.5	32.5	5.8
自己啓発、学習・勉強	1600	5.8	64.8	23.3	6.1	6.1	23.3	23.3	6.1	6.1	23.3	23.3	6.1
1時間以上の運動・スポーツ・武道	1600	7.1	55.6	30.2	7.1	7.1	30.2	30.2	7.1	7.1	30.2	30.2	7.1
外食	1600	6.6	43.8	47.0	2.6	2.6	47.0	47.0	2.6	2.6	47.0	47.0	2.6
インターネットショッピング	1600	25.3	61.6	9.6	3.4	3.4	9.6	9.6	3.4	3.4	9.6	9.6	3.4
おしゃれ・美容（洋服・化粧品・購入、理美容院の利用等）	1600	1.6	66.2	27.3	4.9	4.9	27.3	27.3	4.9	4.9	27.3	27.3	4.9
飼育しているペットの世話（※）	269	12.6	83.3	16.9	0.4	0.4	16.9	16.9	0.4	0.4	16.9	16.9	0.4
家庭菜園・園芸・ガーデニング	1600	10.1	63.3	16.9	0.4	0.4	16.9	16.9	0.4	0.4	16.9	16.9	0.4

※別設問において「ペットを飼育している」と回答した者のみに対して表示した項目のため、必ずしも他の項目とnが一致しない。

【参考文献】株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 高齢社会イノベーショングループ より抜粋

「高齢者の生きがい等意識調査 2024」 <https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/pdf/company/release/2024/0326.pdf>

老後の趣味は、フレイルの予防に繋がったり、孤独感の解消をもたらし、心身の健康につながると言われている。（フレイルとは…何もせずに日々の生活を過ごすことで筋力が衰えること）

芝居は、適度な運動にもなり、同年齢だけではなく異年齢との交流も生まれるため、高齢者の新たな「生きがい」や「居場所」を創出することができる。

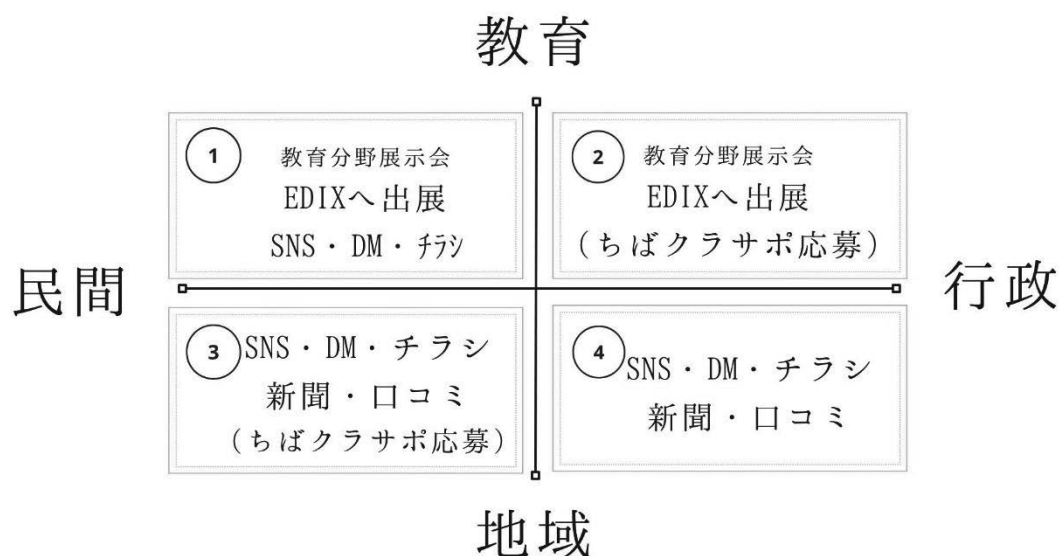
2) 周知・販売戦略について説明してください。

①企業向け W.S

②演劇教育（部活指導員）

③お芝居教室（③部活動地域移行）

④街ぐるみイベント



ちばクラサポ・・・千葉県地域クラブ活動等指導者人材バンク

また、そのほかにも日本演劇教育連盟や部活指導員交流会へも参加している。

・現在編集集中のオールロケ地千葉の映画「あの人」完成後、国内外の映画祭へ出展

・①③④に関しては、既に開催予定いくつかがある為、その実績を元に主に SNS や広告媒体を使って販路開拓、口コミでのご紹介、また自分の足を使って営業活動を行う。

(3) 競合の状況について、比較を交えながら、自身が優れている点を説明してください。

競合をその他の習い事とした場合

・経済的負担が少ない

必要となる道具やユニフォームが必要ないため身体ひとつで参加でき、初期費用がかからない。

・幅広い年齢層の人たちと共に参加できる

制限などがなく、子供からお年寄りまで一緒に楽しみながら参加することができる。

競合を映像制作会社や Youtuber などとした場合

・幅広い要望に答えられる

観光名所や企業の PR 動画などはもちろん、きちんと物語のあるドラマ仕立ての映像を製作できる。また起案から作品完成まで、他社を経由することなく CreateRita で完結する。

競合を AI とした場合

- ・人間に最も近いのは芸術である

演劇の起源は古代ギリシャだと言われている。さまざまな時代を経て形を変えながらも尚、世界中で続いている演劇は「人間」に最も近い「芸術」であり、人が無意識下で「演劇」を必要としている証でもある。そこには AI には介入できない長い歴史と「人間が本来持つ生命力」が詰まっている。

競合を他社の研修事業とした場合

- ・芝居のワークを使う

「演劇」という現実ではない「架空の世界」だからこそできる「自己表現」と「他者との対話」の中で、コミュニケーションの成功体験を積み重ねていくことができる。

座学ではなく、研修を受ける人自身の心身を使った学びとなるため「頭」だけではなく「心と身体」で理解することができる。

4 実現可能性について

(1) 本ビジネスの現在の進捗状況と今後の事業スケジュールについて説明してください。

**2024 年 創業準備**

- ・千葉市信用保証協会創業セミナー参加
- ・クラウドファンディング「映画でつながる。千葉と、人と。」実施
- ・千葉都市4つのアイデンティティ魅力再開発セミナー
クラウドファンディング挑戦者として登壇
- ・オールロケ地千葉 まちづくり映画「あの人」製作
協力：千葉都市アイデンティティ推進課

- ・千葉開府900年クラウドファンディングセミナー／第一回基礎セミナー
クラウドファンディング実践者として登壇
第二回 千葉開府900年事業説明会 アイディアシェア会
PLAY（演劇・遊び）を取り入れた実践W.S実施
- ・日本演劇教育連盟主催 演劇教育指導者養成セミナー参加
- ・部活指導員交流会 参加
- ・ちばクラサポ（千葉県地域クラブ活動等指導者人材バンク）
令和7年度8月～部活指導員へ応募申請中
- ・ベンチャーカップ CHIBA 挑戦
- ・事業計画作成

2025 年 創業・法人設立

- ・創業 CreateRita 法人設立
- ・オールロケ地千葉 まちづくり映画「あの人」上映イベント開催
- ・いなびや・千葉稲毛ビール醸造所コラボ 演劇上演
- ・お芝居教室開校
- ・部活指導員開始
- ・指導者人材育成
- ・販路開拓、教育分野展示会 EDIX へ出展

2026 年 スタジオ開設

- ・CreateRita Studio の開設、未使用の時間スタジオレンタル開始
- ・千葉市開府 900 年 演劇・映画イベント開催
- ・人材（指導者含む）確保による事業拡大（市内だけでなく千葉県内へ広めていく）

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

「芝居」が身近ではないこと

- ・教育現場に参入していくことで、芝居を身近に感じる人材が育っていく
- ・「恥ずかしい」「難しい」というイメージを変え「演劇＝遊び」と感じられるワークから取り入れていく
- ・劇場ではない、人の身近な場所（勤め先、商店街、店舗内、公園、海辺、など）で演劇上演、映画上映イベントを行う
- ・上記イベントの際に、観客参加型の演出を取り入れる
- ・自治体や企業や店舗や教育現場との関係性を重要視し、各ニーズに合わせたサービスを提供する

(3) 既に起業している方は、直近 3 年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

	年 月 期	年 月 期	年 月 期
売 上 高			
営 業 利 益			
経 常 利 益			

* 財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

(4) 今後 3 年間（営業年度）の売上計画とその根拠について説明してください。

(単位：千円)

	2025 年 12 月 期	2026 年 12 月 期	2027 年 12 月 期
<1>売上高	4,558	9,284	14,247
(うち、今回応募事業分)	(4,558)	(9,284)	(14,247)
<2>売上原価	1,105	1,275	2,305
(うち、今回応募事業分)	(1,105)	(1,275)	(2,305)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	3,453	8,009	11,942
(うち、今回応募事業分)	(3,453)	(8,009)	(11,942)
<4>販売費、一般管理費	4,607	7,697	86,614
(うち、今回応募事業分)	(4,607)	(7,697)	(86,614)
<5>営業利益 [<3>-<4>]	△1,154	311	3,280
(うち、今回応募事業分)	(△1,154)	(311)	(3,280)
<6>営業外利益			
<7>営業外費用			
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	△1,154	311	3,280

* 上記計画の根拠

■お芝居教室 2025 年 4 月開講(初月生徒 20 人、その後毎月 4 名純増を想定)月謝 6,600 円

→売上高 1 年目 2,138 千円、2 年目 5,544 千円、3 年目 9,187 千円

■企業向け W・S (1 人当たり単価 22,000 円)

→売上高 1 年目 1,320 千円(60 名)、2 年目 2,640 千円(120 名)、3 年目 3,960 千円(180 名)

■企業動画広告制作 単価 550,000 円×毎年 2 件

※上記売上高に演劇教育・街ぐるみイベントの売上は含まれていません

(5) 今後3年間（営業年度）の資金計画とその根拠について説明してください。

(単位：千円)

	資金内訳	2025 年 12 月期	2026 年 12 月期	2027 年 12 月期
資金 需要	創立費・開業費	200		
	広告宣伝費	1,200		
	人件費	1,800		
	外注費	200		
	通信費	600		
	運 旅費交通費	240		
	転 工具器具備品	500		
	資 消耗品費	165		
	金 雑費、その他	250		
	設 建物		1,500	
備 資 金	建物附属設備		500	
計		5,155	2,000	
資金 調達	自己資金	355		
	借入金	4,500	2,000	
	(うち、今回調達希望分)	(4,500)	()	()
	投資			
	(うち、今回調達希望分)	()	()	()
	その他（前年度税引後利益の一部）	300		
	千葉市創業支援補助金			
計		5,155	2,000	

※資金需要欄の計及び資金調達の計のそれぞれの額が必ず一致するように記載してください。

* 上記計画の根拠

- ・ 2025 年度は創業時のため、軌道に乗るまでの運転資金の借入れを計画
- ・ 2026 年度に設備資金として、教室用物件取得費用と内装工事費用の借入れを計画

5 社会貢献性について

(1) 本ビジネスが解決する千葉市が抱える社会課題について説明してください。

- ・演劇部の「部活指導員」「部活動地域移行」の不足
- ・2024年までに約3万人減少と言われている人口減少
- ・加速する高齢化において起きる、高齢者の孤立

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市にどのような社会的・経済的効果をもたらすかを説明してください。

演劇教育の指導者育成をし、部活動にも派遣する

演劇教育を行える指導者を増やし、一部の部活・学校でしか導入されていない「部活指導員」「部活動地域移行」を広げることで、教員の負担を軽減する。

新たなアイデンティティを創出し、人口減少を防ぐ

千葉を「演劇先進都市」にし、先進的な演劇教育も取り入れている都市として確立させることで、子育て世帯の移住を増やし人口減少を防ぐ。

- ・千葉市は、令和22年（2040年）までに約3万人減少し、高齢化率は37%まで上昇する。

世帯数は令和12年（2030年）にかけて約1.4世帯増加する見込みだが、一世帯当たりの人員数は下降の一途を辿る。（千葉市「ちば・まち・ビジョン」「都市づくりとまちづくりの課題整理」

https://www.city.chiba.jp/toshi/seisaku/documents/chiba-machi-vision_1_230929.pdf より）

新たなコミュニティを創出し、高齢者の孤独を防ぐ

お芝居教室という新たなコミュニティを創出し高齢者の孤独を防ぐだけでなく、健康寿命の延伸。

6 その他

(1) 上記の他にビジネスプランの内容で説明しておきたいことがあれば記載してください。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

CreateRitaの「Rita」は「利他の心」からとって名づけました。「自分の好きで始めたお芝居を人のために役立てたい。」そんな思いが原点です。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

2023年に千葉へ引っ越してきました。海も山も緑も街もある千葉という土地にとっても魅力を感じ「この場所で映画が撮りたい」と思いました。

そして、2024年にクラウドファンディング「映画でつながる。千葉と、人と。」を実施しました。千葉に越して1年も満たない私が立ち上げたプロジェクトでしたが、無事成功をおさめられたことで「千葉」に「映画」の需要が、「映画」に「千葉」の需要が、あることが

わかりました。

撮影に入る際には「都市アイデンティティ推進課」の協力を得て、ロケ地を管理されている千葉市の土木事務所や緑地事務所や区役所、公民館の方々、そして千葉西警察や民間の方ともやりとりをさせていただきましたが、どこの方々にもロケ地使用の拒否をされることなく進めることができました。映画製作をする上でこれは奇跡に近いことです。千葉市には、それだけ「芸術」を受け入れてくださる土壤があるのだと感動しました。

これからも住み続けていく「千葉」を「演劇先進都市」にし、更に魅力のある都市づくりに貢献していきたいです。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☐ 当財団ホームページ ☐ 当財団メールマガジン ☐ 当財団 Facebook
☐ ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ）
☐ 千葉市役所ホームページ ☐ 千葉市経済部メルマガ ☐ 千葉市役所公式 X
☐ 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ）
☐ 新聞、インターネット等のメディア（名称： ）
☒ 紹介された（紹介者名：幕張 PLAY 株式会社 長島様 ）
☐ その他（ ）

(5) ベンチャー・カップ CHIBA に応募した動機で当てはまるものを選んでください。

- ☒販路拡大 ☒経営パートナー・提携先の獲得 ☒資金調達
- ☒その他（認知度を高める為 事業のブラッシュアップの為 仲間を探す為）

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

- ・取引先となりそうな方へ繋いでいただくこと
- ・資金調達へのアドバイス
- ・事業をブラッシュアップする為のアイデア提供
- ・スポンサー獲得
- ・演劇（指導者含め）に興味のある方と繋いでいただくこと

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

- ・千葉市在住の老若男女（性別問わず） ・千葉市の企業 ・千葉市の地方公共団体
・千葉市教育委員会 ・千葉市で働く教育関係者、教員 ・千葉県信用保証協会
・日本政策金融公庫 ・金融機関



代表 富岡英里子の経歴

神奈川県立神奈川総合高校 個性科10期 日本映画学校俳優科22期
高校在学中、舞台系授業を専攻し脚本・演出・俳優を経験。
日本映画学校に通いながら外部でも舞台出演を重ね、
卒業後は、憧れの女優・市原悦子が所属するワンダー・プロダクションへ所属。（2019年エンバシィへ移籍）
師・市原悦子の主演舞台の稽古場つきや演出助手をつとめながら、
師から直々に朗読や芝居の稽古をつけてもらう。
また、“富岡英里子プロデュース”と自らの名前を冠にした公演も企画（過去3回実績あり）。

○出演作品

映画 「誰かの花」 監督：奥田裕介 「ある惑星の散文」 監督：深田隆之 他 「書ぐが、まま」 監督：上村奈帆 他
舞台 PlantM「偶然グッドバイ」作/演出：樋口ミユ 88生まれの女たち「野外劇 誕生」作/演出：上村奈帆 他
ドラマ THIS月曜ゴールデン「弁護士高見沢響子12—観覧車の男—」 NHK連続テレビ小説「ひよっこ」他
ラジオドラマ NHKFMシアター「Girls」 青春アドベンチャー「あなたに似た自画像」他
CM 大手コンビニのお惣菜CMや健康食品メーカーのドリンクCMなど
○講師 神奈川県立横浜清陵高等学校 演劇部コーチ
○その他 舞台の原案・脚本・映画の現場助監督等、表方だけでなく裏方も経験あり 保育士免許（実務経験あり）

クラウドファンディングで 資金調達に成功！！

※ 現在の支援総額

1,111,000円

目標金額は1,000,000円

※ 文芸春秋

107人

◎ 募集終了まで残り

終了



映画でつながる！

千葉と人

All or Nothing

目標金額を達成しないと、全額返金

目標金額100万円

口々地が全千葉の映画を創りたい



オールロケ地千葉

まちづくり「あの人」を撮影

千葉市のアイデンティティである「オオガハス」「海辺」を使用した作品に仕上げ、千葉市の都市アイデンティティ推進課さまからも正式に協力をいただいた。



W.Sファシリテーターや

ラジオ出演など

・千葉都市4つのアイデンティティ魅力再開発セミナー クラウドファンディング挑戦者として登壇
・千葉開府900年クラウドファンディングセミナー



第一回 クラウドファンディング基礎セミナー クラウドファンディング実践者として登壇
第二回 千葉開府900年事業説明会 アイディアシェア会にてファシリテーターを担当
PLAY（演劇・遊び）を取り入れた実践WSを実施



【日本演劇教育連盟主催】

- ・演劇教育指導者養成セミナーへ参加
- ・部活指導員交流会へ参加

令和7年度8月からの部活指導員へ応募申請中

たこみん四「ゆうたこにかみん」パーソナリティ：三浦太陽ゲスト出演 計2回

CreateLita

のこれから



2026

事業拡大

- ・人材（指導者含む）確保による事業拡大
- ・千葉開府900年「演劇・映画」イベント開催
- ・CreateLita Studio開設/Studioレンタル開始

2025

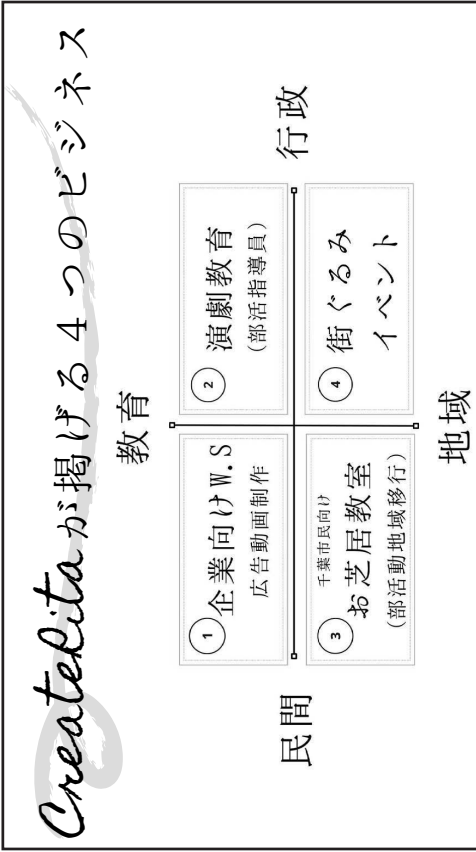
創業・法人設立

- ・映画「あの人」上映イベント開催
- ・「いなびや」コラボ海創上演
- ・お芝居教室開校、部活指導員開始
- ・販路開拓、指導者育成

2024

創業準備

- ・クラウドファンディング実施
- ・オールロケ地千葉・映画「あの人」製作
- ・ベンチャーカーカップ・CHIEへの参戦



① 企業W.S／広告動画製作制作

「風通しの良い社風」と「ドラマ仕立てのPR動画」

千葉市の企業へ向けたお芝居W.Sを実施

- ・部署や役職など関係なく、全員でアイデアを出しひとつの作品を創ることによって、相互理解が深まり、風通しの良い社風をつくることができる
- ・教育理念や経営方針を身体を通して理解できる為、愛社精神が育ち、離職率が減少する
- ・W.Sで得た発想や信頼関係を基に、企業広告動画を製作する

【W.Sの内容】

- ・新人研修やプレゼン力向上研修、ハラスメント研修など、企業の求めるものに合わせたカリキュラムを作成し、提供することができる

② 演劇教育

演劇教育は、海外では「生きる練習」と言われている

千葉市の教育現場への参入

- ・演劇教育を教育現場に取り入れていくことで、未来を担う子どもたちの「見る」「聞く」「感じる」「伝える」力を育て、心身ともに健康で他者への理解力・共感力がある人材を育成していく
- ・座学とは異なり「身体」を使って「表現する」ことによって「経験」として刻まれた学びとなる
- ・演劇のテーマを千葉市の歴史やアイデンティティにすること、子どもたちの中に千葉市への愛着心が育ち「住み続けたい街」となる
- ・演劇のテーマを千葉市が抱える地域課題にすること、自分たちが住んでいる街をより成長させていくには何が必要か、考えるきっかけとなる

③ お芝居教室

「コミュニケーション能力の向上」と「新たなコミュニティの創出」

千葉市内にお芝居教室を開講

- 親子（未就学児とその保護者）クラス／小学生クラス／中・高校生クラス／大学生・成人クラス／高齢者（65歳以上）クラス／世代交流クラス／演劇教育指導者育成クラス
- ・演劇という遊びの中で、自分を通して人を知り、人を通して自分を知り、役を通して自己と他者を導く
- ・上記の経験を積み重ねていくことで、自己受容や他者への理解力・共感力を育んでいく
- ・定期的に合同発表会を開催し、クラスの垣根を超えた交流を計ることで、世代間交流を生み出す
- ・演劇教育（部活動指導員含む）の指導者を育成する
- ・部活動地域移行「千葉市演劇部」を立ち上げ、大会に出場する

④ 街ぐるみイベント

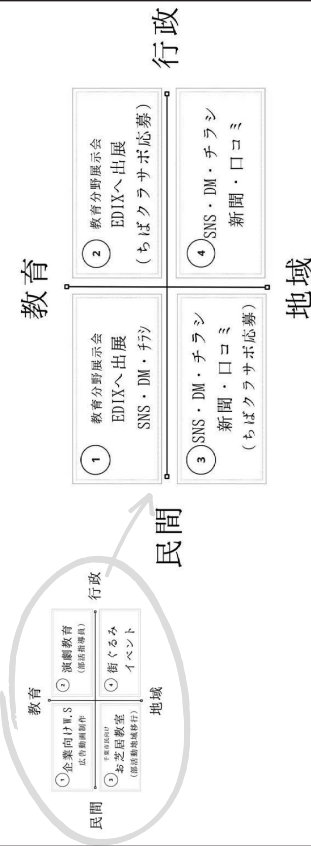
「芝居」を千葉のアイデンティティに

千葉市の自治体、企業、店舗、などコラボイベントを開催

【既に実施が決まっているイベント】

- ・2025年 初春
ロケ地が全て千葉のまちづくり映画「あの人」 上映イベント
千葉市の都市アイデンティティ「オオガハス」 [海辺] を使用し、
千葉市都市アイデンティティ推進課にも正式に協力を得て制作された映画を、千葉市内で上映
第一回目の上映場所は、幕張PLAY (株) 所有の「KUROSUMA PITCH」が決定している
- ・2025年 春
いやびや 千葉稲毛ビートル醸造所 演劇イベント
いなびやにちなんだオリジナル作品を観劇後、観客と製作者（演者含む）の垣根を超え、ビールで乾杯をし交流する
制作過程のメイキング動画を同時撮影していき、ドキュメンタリー映画を作成

周知・販売戦略

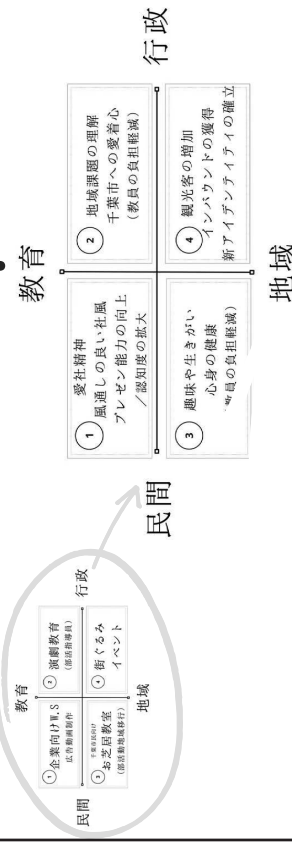


芝居によって培われる力

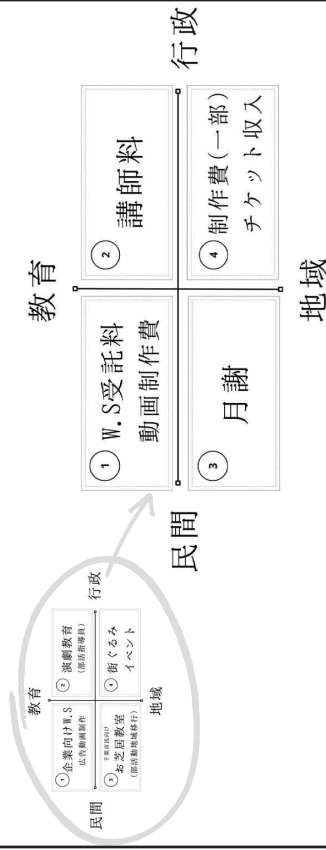
自己と他者を「見る」「聞く」「感じる」「伝える」「コミュニケーション」力
非言語的能力 (ノンバーバルコミュニケーション)

+

教育



どのように収益化するか





演劇先進都市

Createdelitaの強み

芝居を使ったビジネス

- ・芸能事務所の養成所や俳優を目指す人へ向けた演技技術向上の為のスクールではない
- ・芝居には、コミュニケーションの基本となる「見る」「聞く」「感じる」「伝える」が詰まっている
- ・「コミュニケーション能力の低下」が問題視され「心理的安全性」が重要視される現代において、演劇＝PLAY＝遊びの中で、自己受容や他者への共感力を育むことができる
- ・多様性が大切にされる現代において、年齢、性別、国境も関係なく多種多様な価値観と触れ合うことができる
- ・子育て世帯や高齢者の独居世帯、若者の単身世帯など、孤独を感じやすい環境にいる人たちの居場所になり、社会福祉の観点から見ても価値を見出せる
- ・心身の健康を保つためには「服装・髪型を変える」「適度な運動」「人と話す」が効果的だと精神医学的にも証明されている中で、芝居はその全てを担うことができる

千葉市にもたらす 社会的・経済的效果

教員の負担軽減

演劇指導者を育成し
「部活指導員」
「部活動地域移行」
を広げていく

人口減少の予防

先進的な演劇教育を導入し
子育て世帯の移住を増やす

高齢者の孤独化防止
健康寿命の延伸

お芝居教室という
新たなコミュニティ
を創出する



芝居を文化に 千葉から全国へ