

2 株式会社ドウセン

■ビジネスアイデア■

「動画編集を格安で学び手に職をつけたい主婦」と、「発信できる人材が欲しい企業」をつなぐ【在宅ワークの育成】のマッチングサービス

**第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスアイデア部門】
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 2025 年 7 月 15 日

(フリガナ)	ドウセン	(フリガナ)	カワシマ アイカ
会社名・ 学校名等※	ドウセン	応募者氏名 ※法人（グループ）の場 合は代表者役職・氏名	川島 愛香 ⑩
応募者区分：（いずれかに○） <input checked="" type="radio"/> 個人 ・ <input type="radio"/> 法人 ・ <input type="radio"/> グループ			応募者年齢： 31 歳
法人所在地※： 〒 260-0007 千葉市中央区祐光 4（2025 年 8 月に株式会社ドウセンとして法人化）			
電話番号：070-8367-0323		FAX：	
E-mail：aika_kawashima@dousen.info		URL：https://dousen.info	
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）※： 年 月		法人設立（予定）※： 2025 年 8 月	

応募者プロフィール

障害を持つ小学生の息子の将来を考える中で、「この子が社会と関わって生きていける道をどう作ればいいのか？」という問いが、私自身の働き方を見直すきっかけに。

当時は夫の収入に頼る生活で、自分の理想や選択肢を諦めている感覚があり、「自分の力で稼げるようになりたい」という思いから、副業を模索。YouTube、ブログ、アフィリエイトなど、あらゆる副業にチャレンジしましたが、どれも収入にはつながらず、むしろ赤字になることも。

そんなとき偶然出会ったのが「占い」でした。最初は副業の一つとして軽い気持ちで始めた占いでしたが、実践を重ねるうちに、お客様とのやりとりの中で手応えを感じ、「誰かの役に立ちながら、自分も成長できる仕事」だと実感。そこから本格的に占いを学び始めました。同時に、より多くの人にサービスを届けるため、マーケティングやブランディングも学習。「誰に、どんな価値を、どう届けるか？」を考えながら、ネット集客に挑戦した結果、お家にながら集客できるように。

そうして事業を進めていく中で、「もっと多くの人に知ってもらいたい」「共感からお客様とつながりたい」と思い、始めたのがInstagram。真剣に取り組んだ結果、千葉県の情報発信では1か月で1万人以上の方にフォローしていただきました。そこから占い事業だけでなく、企業のSNS運用支援や広報サポートの依頼もいただくようになり、現在のビジネスの基盤となっています。

現在は複数の外注スタッフとチームを組み、クライアント支援を行いながら、2025年8月に法人化。今後は、SNSや動画スキルを活かして、家庭と両立しながら働きたい女性たちの活躍支援にも取り組んでいきたいと考えています。



現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

Instagramを中心としたSNSの運用代行・コンサルティングを主軸にインフルエンサーキャスティングやブランディング設計、投稿企画・分析・ディレクションまで一貫して対応。外注スタッフを管理し、チーム体制で複数のクライアントを支援。



応募担当者（上記と異なる場合は記載してください）

役職：

氏名：

電話番号：

E-mail：

※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 ビジネスアイデアの概要

(1) ビジネスアイデア名

「動画編集を格安で学び手に職をつけたい主婦」と、「発信できる人材が欲しい企業」をつなぐ【在宅ワークの育成】のマッチングサービス

(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)

■ ママたち向け（在宅ワーカー）

- 在宅で働きたいが、スキルや金銭的余裕がなく一歩を踏み出せない主婦・ママたち
- 子育てや介護などにより外で働くことが難しいが、収入を得たいと考えている女性
- 自己肯定感を高めたい、仕事を通して社会とつながりたいと考えている女性

■ 企業向け（発注者）

- SNS 運用や動画制作に時間や人手を割けない中小企業・個人事業主
- 社内広報や採用プロモーションで動画活用を検討しているが専門人材がいない企業
- 外注コストを抑えつつ、継続的に編集作業を依頼したいと考えている企業

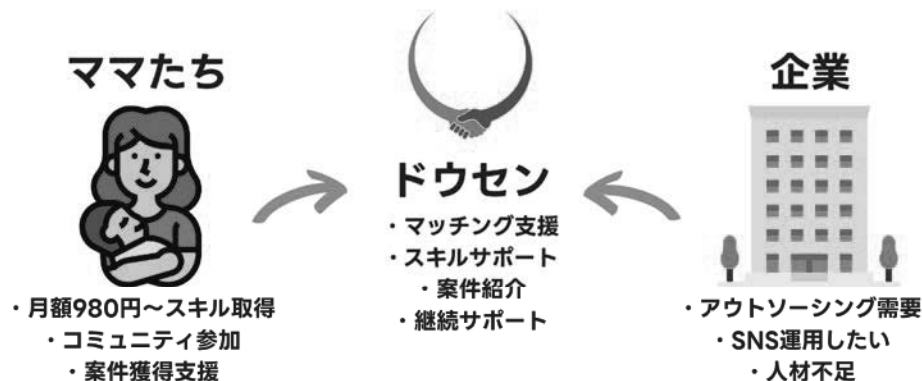
(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

■ ママたち向け：

安価な月額制のオンライン動画編集スクール（980 円～）
実務スキルの習得を支援するオンライン教材や課題付きカリキュラム
案件獲得支援・コミュニティ・相談窓口の運営
学習から仕事までを一貫して支援するプラットフォーム

■ 企業向け：

編集業務のアウトソーシング先としてスキルを持つ在宅ワーカーの紹介
マッチング支援（業務内容・単価・稼働条件に合う人材を選定）
中長期的なリモートパートナーとしての人材提供
必要に応じてスキル研修済みの編集者チーム構築支援



(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供” しますか。

■ ママたち向け：

- ・オンライン教材（動画）を通じて、自宅で学習できる仕組みを提供（24 時間いつでもアクセス可能）
- ・チャットでの質疑応答や、コミュニティ内での教え合いの仕組みを用意
- ・学習における孤独感を減らすため、コミュニティでの交流・アウトプットの場を提供
- ・案件を企業から集めて、卒業生や受講生に段階的に紹介
- ・初期段階は低単価・少量の仕事から経験を積み、徐々にステップアップ

■ 企業向け：

- ・自社の業務ニーズに応じたスキルを持つ編集者（ママ）をマッチング形式で紹介
- ・契約時には事前に業務内容・納品数・希望単価などをヒアリングし、最適な人材を提案
- ・紹介後のやり取りはチャットやオンラインで完結でき、やり取りの効率性が高い

(5) このビジネスを“どのように収益化” しますか。

月額受講料（980 円～）

案件ごとのマージン収入（例：企業から 6 万円受け取り、ママに 5 万円支給）
案件成立後に動画編集支援費用として収益化

成約後に料金が発生する「後払い制」も導入し、学習・参加のハードルを低下
企業と成約後に

1～3 ヶ月目 3 万円支給（2 万円×3=6 万円）

4～6 か月目 4 万円支給（1 万円×3=3 万円）

合計 9 万円成約後にスクール代を回収させていただく

(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。

- ・安価に学べるスクールと、実案件への接続がセットになっている
- ・教育だけでなく「働く場所」の提供を重視
- ・子育てや障害児育児の経験をもちながら企業の SNS 運用や内製化のコンサルティングをしている創業者によるリアルで実践的な支援体制
- ・月額 980 円の時点で辞められるので「やってみて合わなかった」時の金銭的リスクが少ない
- ・オンライン教材による柔軟な学習と、コミュニティでのつながりを両立

(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。

- ・後払い式の低価格スクールと、企業とのマッチングを同時に提供
- ・案件に応じて段階的に報酬が上がるステップアップ制度を導入
- ・一人で営業をしなくても仕事が入る「内輪コミュニティ」型の仕組み
- ・コミュニティ内でのアウトプット支援や助け合いが活発に行われる体制

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。

コロナ禍以降、在宅ワークや副業への関心が大きく高まり、とくに子育て中の女性や非正規雇用者の間では「家庭と両立しながら働きたい」「自宅でできる仕事があれば始めたい」と考える人が増えています。

実際に調査では、非正規で働く女性の6割以上が「在宅ワークに興味がある」と回答しており、ライフスタイルの変化とともに働き方の選択肢が広がっています。

しかし一方で、「やってみたものの思うように稼げなかった」「スキルがなくて仕事に応募できない」といった声も多く、収入につながらない在宅ワークに悩む女性も少なくありません。スキル不足・営業力不足・孤独感といった要因から、継続的に仕事を得るまでには高い壁があるのが現実です。

また、動画やSNSを活用する中小企業側でも「内製できる人材がいない」「教育に時間をかけられない」「退職リスクがある」といった課題を抱えており、スキルを持った在宅ワーカーへのアウトソース需要は今後も拡大すると考えられます。

このように、「働きたいけど働けない」女性と「人手が足りない」企業の双方に対して課題解決の糸口となる本サービスは、時代性・社会的要請に合致したビジネスモデルといえます。

【参考資料】

在宅ワーク未経験者6割が興味あり、コロナで変わる主婦の働き方

「非正規で働く女性、在宅ワークの経験に関する意識調査」

<https://www.mitoriz.co.jp/pressrelease/20200918-1122/>

女性800名に聞いた「テレワーク」実態調査

<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2020/23088.html>

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

- ・Instagram・TikTokなどSNSを活用した集客
 - ・ママ向けと企業向けに分けて広告を出稿
 - ・地元企業とのネットワークを活かしたマッチング拡大
 - ・SNS運用代行やPR投稿と組み合わせたパッケージ提案
- (今までフルで運用代行を購入いただいていたクライアントに撮影を教え、編集のみスクールの卒業生に委託することで運用コストを大幅に削減)

(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。

高額スクール（数十万円）と異なり、経済的リスクが少ない

→市場では一括で払わないと中身が見えなく魅せ方が上手で内容が薄い悪徳なスクールも多いので月額 980 円で試しに入れ、企業と成約しなければそれ以上はいただかない点も魅力だと思います。

案件紹介までセットでサポートする点が強み。

→普通のスクールは編集者だった人が編集の仕事を降りて編集のみ教えるので、案件獲得まで面倒を見ないためスクール代を回収できない人が多い。営業と編集は別の技術なのでまずは編集に集中してもらうためにもこちらで案件の獲得までサポート

卒業生コミュニティ内で仕事を回せるエコシステムがある

→企業の案件を自身で取ってこられるようになってきたら編集チームを作ることはさらに新規開拓に時間をさけるので有効。その編集チームをスクールの生徒にお願いできる点も強み

私の事業はスクールのみでの収益ではなく軸となるのが自身の企業の SNS 運用代行、インフルエンサーのキャスティング、コンサルティングなどプレイヤーでありながら現役のインフルエンサーと情報を共有しているため実践的で新鮮な情報をお伝えできる点

比較項目	当社	一般的な動画編集スクールの例
初期費用・リスク	<ul style="list-style-type: none"> ○ 月額980円～ ○ いつでも解約OK ○ 低リスクで開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✕ 10～50万円の高額投資 ✕ 途中解約困難 ✕ 回収リスク高
案件獲得サポート	<ul style="list-style-type: none"> ○ 案件紹介あり ○ 営業不要 ○ 実務→収入まで支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✕ 案件紹介なし ✕ 卒業後は自力営業
継続支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ コミュニティ参加 ○ 助け合い環境 	<ul style="list-style-type: none"> ✕ 卒業後サポートなし ✕ 孤独な学習 ✕ 継続的成長が困難
講師・教育内容	<ul style="list-style-type: none"> ○ 現役SNS運用者が講師 ○ 実務ベースの教育 ○ 企業ニーズに即した内容 	<ul style="list-style-type: none"> ✕ 元編集者が講師に転身 ✕ 実務から離れた内容 ✕ 最新トレンドに弱い

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。

現在、本ビジネスは構想・検証フェーズにあり、すでに数名のママに対して動画編集案件を委託する形でテスト運用を行っています。そこで得た実績や課題を踏まえ、以下のスケジュールで事業を段階的に拡大・本格化していく予定です。

時期	内容
2025年上半期	- 事業計画の整備・法人化準備 - 地元企業・パートナー候補と連携協議
2025年夏	- 法人化（予定） - オンラインスクール体制整備 - 顧客開拓・広告運用スタート
2025年秋～冬	- 教材完成・受講生募集開始 - ローンチ（ベータ運用）開始
2026年	- 本格稼働：受講生50名以上を目標 - 企業案件拡大・人材マッチング本格化
2027年	- 地域外にも拡大（千葉市→関東圏） - コミュニティによる案件循環モデルを構築

(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。

安定した企業案件の確保

→今のビジネスを私以外で回る仕組みづくり、地域企業の開拓

教材作成・講師確保

→外注講師との連携で解決予定、今の動画編集チームの力を借り作成

(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。

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。

千葉市では、女性や子育て世代の社会進出の遅れや、中小企業における慢性的な人材・広報力の不足が課題となっています。

まず、子育てや介護など家庭内での責任を担うことが多い女性にとって、柔軟な働き方を実現できる環境はまだ十分とはいえません。特に障害のある子を育てている家庭や、ひとり親家庭では、就労時間や場所に制約があるため、一般的な雇用の枠組みでは働くことが困難です。このような人たちの社会参加機会を創出することは、SDGs 目標 5「ジェンダー平等の実現」や目標 8「働きがいも経済成長も」に直結する重要な課題です。

一方、企業側でも深刻な課題があります。特に中小企業や地域企業においては、SNS や動画などのオンライン広報に対応できる人材が不足しており、外部に自社の魅力をうまく伝えられず、雇用創出や地域経済の活性化につなげにくい状況があります。そもそも「広報担当者」を配置していない企業も多く、ブランディングや発信が継続できていないのが現状です。

このように、千葉市では「働きたくても働けない人」と「人手が欲しいが適した人材がいない企業」のミスマッチが生じており、両者をつなぐ教育・マッチングの仕組みが求められています。本ビジネスは、在宅で働きたい女性にスキルと機会を提供し、同時に地元企業の広報力と人材不足の課題も解決する取り組みであり、地域社会における包摂性と持続可能性の向上に寄与するものです。

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域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。

本ビジネスは、在宅での就労機会を提供することで、子育て・介護・障害児育児など、就労に制約のある方でも家庭と両立できる柔軟な働き方を実現します。これにより、女性のキャリア継続と収入の安定化に貢献し、個人の自立と家庭の安定に寄与します。

また、スキル習得から案件提供までを一貫して支援することで、未経験者でも実務に参入でき、地域内での就労循環が生まれます。企業側にとっても、広報・SNS・動画制作といった業務を外注する新たな選択肢となり、人材不足や情報発信力の課題解消につながります。

このように、働きたい人と人材を求める企業をつなぐ仕組みが地域に根づくことで、千葉市における雇用創出や経済の活性化、ひいては地域の魅力向上にもつながると考えています。

6 その他

(1) 上記の他にビジネスアイデア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。

- ・スクール費用を抑える代わりに、案件成立後の報酬から手数料を得る収益モデル
- ・企業からの仕事を集める力があり、ママたちは「営業しなくても仕事がある」安心感がある

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

私は、障害のある子どもを育てる中で、働きたくても働けない現実に何度も直面してきました。学校からの呼び出しが頻繁にあり、週5日勤務が可能であっても「迷惑をかけたくない」と思い、週2勤務に抑えたり、有休をとりづらくしていた時期がありました。その結果、十分に働けず、家計的にも精神的にも辛さを感じていました。

「このままではいけない」と思い、YouTubeやブログ、アフィリエイトなど、ネット上の副業に挑戦したこともあります。しかし、どれも収入には結びつかず、むしろ赤字になってしまったこともありました。そんな時に会ったのが、InstagramやSNSを活用した仕事です。これは私にとって、家庭と両立しながらスキルを活かせる理想的な働き方であり、「自分と同じような環境にいるママたちにも届けたい」と強く思うようになりました。

実際、今のSNS事業でも在宅で働きたい主婦やママに仕事をお願いしており、感謝しあいながら働ける関係に大きな喜びを感じています。しかし、仕事をお願いしたくても「スキルがないから…」と尻込みするママたちも多く、どうすれば安心して仕事を任せられるかをずっと模索してきました。

一方で、企業側からは「SNSを発信できる広報担当がいらない」「動画を作りたいが、外注先が見つからない」という声も多数いただいています。このビジネスは、そんな過去の私自身や、周囲のママたち、そして企業の悩みを同時に解決する手段だと感じています。

知人が数十万円する動画編集スクールに通ったものの、仕事に結びつかず金銭的に困っていた姿も見てきました。「学びと仕事がつながる仕組みを、もっと身近で現実的な価格でつくりたい」。この想いが、現在のビジネス構想の原点です。

(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。

- ・自身の居住地であり、地元ネットワークを活かしやすいため
- ・地域貢献性を重視する市の取り組みに共感しているため
- ・自身が千葉の発信をしていて千葉の魅力を伝えられる人を増やしたいと思った。
- ・現実問題として、SNSや動画に強い人材は東京に行ってしまうので千葉で強い組織を作って支援したいと思った

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 当財団ホームページ | <input type="checkbox"/> 当財団メールマガジン | <input type="checkbox"/> 当財団 Facebook |
| <input type="checkbox"/> ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ） | | |
| <input type="checkbox"/> 千葉市役所ホームページ | <input type="checkbox"/> 千葉市経済部メルマガ | <input type="checkbox"/> 千葉市役所公式 X |
| <input type="checkbox"/> 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ） | | |
| <input type="checkbox"/> 新聞、インターネット等のメディア（名称： ） | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> 紹介された（紹介者名：宇野義隆様 ） | | |
| <input type="checkbox"/> 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 ☐ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☐ 資金調達
☒ その他（私の構想に需要があるのか気になったから）

(6) 本ビジネスアイデアの事業化に向けて必要な支援はありますか。

- ・地元企業とのマッチング支援
- ・補助金・助成金制度に関する情報
- ・法人設立・経理・契約書まわりのアドバイス

(7) 本ビジネスアイデアを誰に見てほしいですか。（誰に PR したいですか）

- ・地元企業の人事・広報担当者
- ・地域で働き方を模索している母親たち
- ・千葉市の支援団体・NPO・行政関係者