2 LocaM

■ビジネスアイデア■

"ご当地"ボードゲームを活用した 新たな地域活性化モデルを広めたい!

第23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 2024年8月16日

(フリガナ)	ローカム	(フリガナ)	ナガシマユウキ				
会社名• 学校名等※	LocaM	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	長島裕樹				
応募者区分	:(いずれかにO) 個人・ 法人 ・	・ ・ 応募者年齢: 23					
法人所在地※: 〒							
電話番号:		FAX:	FAX:				
E-mail: lo	cam.yn1129@gmail.com	URL: https://locam-narashino.com/					
資本金※: 千円		従業員数※: O人(うちパート・アルバイト: O人)					
創業(予定))※: 2024年10月	法人設立(予定)※: 年 月					
応募者プロフィール 2022年2月 谷津 lab 立ち上げ 2023年3月 東洋大学国際学部国際地域学科卒業 2023年 幕張 PLAY 株式会社入社 2024年 LocaM 立ち上げ ※2023年、国内旅行業務取扱管理者 資格取得 現在の事業内容※(簡潔にご記載ください) ・SNS(Instagram)での地域情報発信 ・ボードゲーム(フォトマトペ習志野)の体験会企画・実施							

[※]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

"ご当地"ボードゲームを活用した新たな地域活性化モデルを広めたい!

(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)

千葉市内の地域住民及び、教育機関、カフェ等の地元に関心のある方や地域コミュニティが 創出されうる場所に関心のある方

(3) 販売する製品・サービスは"何"ですか。

フォトマトペ千葉という、地域の魅力を遊んで学べる新感覚ボードゲームの物販販売及び体 験会の企画・開催

(4) 製品・サービスを顧客に対し、"どのように提供"しますか。

市内教育機関、カフェでの体験会実施の場や EC サイト、ふるさと納税を想定

(5) このビジネスを"どのように収益化"しますか。

主に以下の4つの手段を想定。

- ① フォトマトペ:物販販売/体験型ワークショップ
- ② SNS:アカウント内でのPR案件や運用サポート等
- ③ ふるさと納税:商品登録・販売
- ④ その他:他市でのフォトマトペ製作サポートや講演会依頼等

(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。

フォトマトペとは、フォト(地域の写真)とオノマトペ(心の音)を通じて地域の魅力を知るボードゲーム (スライド 5 ページ目を参照)。心の音という新たな視点で地域を見ることで、地域の魅力再発掘やボードゲームを通じた世代間交流を促進できる点が強みである。

また 2026 年の千葉市開府 900 年に向け、千葉市内で地域に対する関心が高まっていると考える。そうした機運の中で、本ボードゲームの持つ社会貢献性は極めて高いと考える。またフォトマトペ自体現在全国各地で製作に向け動いており、今後更なる需要が見込まれる。

(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。

ボードゲーム業界において、地域を題材にしたボードゲーム自体珍しく、マクロな点で見るとフォトマトペ自体が独創的な発想と言える。またフォトマトペは既に、鳥取県大山町、岐阜県高山市をモデルに商品化された事例は存在するが、全て製作者が1人で撮影した写真を用いて商品化をしていた。そこで私は現在地元・習志野市版の商品化に向け、HP内に習志野スレッズという市内掲示板を立ち上げ(スライド 7 ページ目を参照)、習志野市民からいただいた習志野の写真を用いて、ボードゲームにする試みを実践。そうした、開発段階から地元住民を巻き込んだケースはフォトマトペ史上初の試みとなる。そして 2024/10/1 から商品化へ向けクラウドファンディングを実施し、開始3日目にて目標金額を達成(スライド8ページ目を参照)。この製作ノウハウを活かし、千葉市版の製作へ LocaM にしかできない唯一無二の商品開発を実現したいと考える。

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。

2026年の千葉市開府900年に向け、千葉市内で地域に対する関心が高まっていると考える。そうした機運の中で、こうした地域の魅力発信・創出の切り札となる本サービスは魅力的であると考える。またフォトマトペの認知が今後全国的に拡大していく中で、需要も増えてくると予想される。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

- ・SNS 総フォロワー数約 6000 人のネットワークを活用
- ・地域系のメディアでの掲載
- ・公共機関と連携したメルマガ配信等での周知
- ・市内各地で体験会を様々な地域コミュニティを持つ方と開催

(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。

ボードゲーム業界でも異色な地域関連のボードゲームである点。地域内の交流を促進するツールとしても、ボッチャ等一般的なゲームやスポーツが取り入れられていたが、フォトマトペという「地元ならではの」ツールを通じたより共感性の高いツールとして活用できる点。フォトマトペとしても、販売までの過程をより重層的に、コミュニティを作りながら制作する過程は過去のフォトマトペに比べて優れている(こだわっている)点。

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7月~ まずは地元・習志野市で商品化できるよう、実践中。

具体的には、ボードゲームの素材で使用する地域の写真を HP の掲示板(習志野スレッズ)にて募集を開始、プロトタイプによる体験会の実施、デザイナーと商品化に向け、デザインの再修正等

2024年10月~ クラウドファンディングを開始

2024年12月 フォトマトペ習志野 商品化

2025年1月 フォトマトペ千葉商品化に向け、準備

2025年6月 掲示板等の運用開始、体験会等の実施

2025年10月 クラウドファンディングを開始

2025年12月 フォトマトペ千葉 商品化

(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。

課題は主に2つあり、スモールビジネスという点と資金調達の方法。

スモールビジネスという課題についてはマネタイズ先を本商品のみで考えず、あくまで自身の認知拡大のツールとして活用する事で、その先の SNS 運用や観光、ワークショップなど、幅広い分野でマネタイズを考えている。

資金調達に関しては、不透明な部分も多いが、クラウドファンディングを通じた資金調達を 予定している。地域性のある起案となるので、親和性は高いと考える。

(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	Ţ	_	回						
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。

昨今注目とされる地域内の世代間交流の機会喪失やそもそもの地域コミュニティ喪失といった課題に対し、本商品を通じた体験会やワークショップを開催する事により、解決の一助になると考える。また、2050年には東京都内でも人口が減少傾向に陥るとされており、地域はより一層の過疎化に進んでいくと予想される。そうした影響は首都圏内の干葉市も例外ではないと考える。そのような状況下の中で、こうした地元愛醸成や地域への関心を向上させる媒体が地域に浸透する事で、Uターンや定住に繋がると考える。

そうした地域コミュニティの衰退や人口減少という社会課題に貢献性の高い商品であると考える。

(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。

このボードゲームを通じて、千葉市内で新たな地域コニュニティ創出のきっかけを作る事は可能であり、教育機関での利用を通じた、地域愛の醸成や自分の地元を知るきっかけを提供できることから、一定の社会性があることが予想される。またこのボードゲームを商品として販売していくことで、本商品の購買層は主に千葉市内の方であると仮定した場合、千葉市内の地域経済を一定数動かせると予想する。また、興味関心を持った他市街の自治体との新たな連携事業も創出される可能性も考慮すると、社会性・経済的効果は、長期的にみると大きな効果があると考える。

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。 フォトマトペの商品化以降の事業展開として、フォトマトペの物販販売、イベント企画・出展等のボードゲーム事業の他、フォトカードを活用したフォトブックやカレンダー等の物販事業、フォトカードを巡るツアー事業、「地域を学ぶ」という観点での教育事業の3つの事業への展開を想定。アイデア次第でフォトマトペを活用した様々な事業を展開する事が可能である。

また Loca M では、フォトマトペの他、SNS 事業やラジオ事業等の展開も想定しており、 様々な視点から「地域の魅力を伝え、創る。」そんな新たな地域活性化モデルを構築していき たいと考える。その目的は大きく2つあり、全国各地の町の地域振興への貢献と次世代の地 域プレイヤー育成である。Loca M の作り上げたモデルが、地域の魅力発信に困っている自 治体、地元の魅力を発信したいが方法がわからないと困っている若者にとって1つの選択肢 となれるよう、フォトマトペに限らず、日々精力的に活動していく。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

Instagram を中心に地域の情報発信をしていく中で、そうした魅力を実際に手で触れられたり、ゲームにできないかと模索したのが始まり。フォトマトペというゲームは他者が開発されたものであり、私のサービスを合わせて新たに習志野市及び千葉市内版をこの度製作したいと思うようになった為。現在、まずは自身の地元習志野市で商品化を目指し実践中。

(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。

2026年の開府900年に向け、現在千葉市内の地域の魅力再発掘及び魅力創出の機運が固まっていると思われるが、このボードゲームの製作・販売を通じて、千葉市の新たな地域の魅力創出の1つの手段となり、地域貢献に携わりたかった為。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。
図 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:)
□ 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
図 その他(活動の認知拡大)
(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。
ボードゲーム制作における費用の資金調達
(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)
(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) 行政関係者及び地域活動家、地域住民の皆様



「地域の魅力を伝え、創る」をモットーに

- フォトマトベ

30 720 4

7,077

な無



























