

3 矢澤 智弘

■ビジネスアイデア■

アグリテイメント
(感性共創型ぶどう体験の社会実装)

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31日

(フリガナ)	チバダイガク	(フリガナ)	ヤザワ トモヒロ
会社名・ 学校名等※	千葉大学 学術研究・イノベーション 推進機構 スタートアップ・ラボ	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	矢澤 智弘 <div style="text-align: right;">㊟</div>
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢： 26 歳
法人所在地※：			
電話番号：070-3615-5382		FAX：	
E-mail：tyazawa@chiba-u.jp		URL：	
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)※： 年 月	
応募者プロフィール 千葉大学大学院医学薬学府先端創薬科学専攻 博士課程 3 年 IMO スタートアップラボ EIR (グループでの応募の場合は構成員を記載してください) 千葉大学園芸学研究院 准教授 齋藤隆徳			
現在の事業内容※(簡潔にご記載ください)			
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

アグリテイメント（感性共創型ぶどう体験の社会実装）

(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）

本サービスの利用者は、長期入院を余儀なくされている小児や、施設に入居する高齢者など、身体的・環境的な制約により農園など屋外の**体験型アクティビティへのアクセスが困難な方々**を想定している。特に、医療機関を離れられない状況や、車いすの利用によって不整地への移動が難しい方々を主な対象として捉えている。これらの方々は、季節の移ろいを感じる機会や、自己選択・体験を通じた感情的充足を得る機会が少ないという課題を抱えており、体験型サービスへのアクセス格差が生じている。本サービスは、そうした**体験格差**を是正し、「感動」や「選ぶ楽しさ」を施設内で安全に提供することを目的とする。

顧客としては、こうした利用者を抱える千葉市および千葉県内の社会福祉法人・医療法人を初期の導入ターゲットと想定している。高齢化や長期療養の増加が進む中で、本サービスは地域福祉の質的向上と、感性価値を取り入れたケアの実践モデルとしての社会的意義を有すると言える。

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

本事業が提供するのは、「**摘み取り体験**」を核とした出張型の**体験価値提供サービス**である。ぶどうそのものの販売ではなく、「ぶどうを摘み取るという非日常の感動体験」を、医療・福祉施設などの屋内環境で安全かつ気軽に実現することを目的としている。

千葉大学園芸学研究院の齋藤先生は、小さな鉢植えサイズでぶどうを栽培する技術とその設備を開発した。テーブルに設置可能な鉢植えサイズで育成された高品質なぶどうを用いることで、農園のような特別な場所へ移動することなく、施設の一室や病室といった限られた空間でも、季節感と自己選択の喜びに満ちた「ぶどう狩り」を体験することが可能になる。

例えば幼児期においては、食べ物がどのように実っているのかを実際に「目で見て、手で触れて、収穫する」ことが、食育の観点から極めて重要である。スーパーに並ぶ状態しか知らない子どもが、魚が切り身で泳いでいると思っていたという笑い話もあるが、つるから垂れ下がるぶどうの房を直接見る体験は、果物が自然の中で育つことを実感し、果実への理解だけにとどまらず、「食べる」ことへの理解と感謝を育む機会となる。

サービス内容には、演出や接客、収穫後の試食や持ち帰り用の包装、簡易的な記録やQOL向上の評価支援なども含まれ、利用者の身体的・感情的充足とケア現場の質的向上を同時に目指すことができる。

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

本事業では、千葉大学園芸学研究院で開発されたコンパクト栽培技術を活用し、伐採せずに鉢植え状態のまま移動が可能なぶどうを生産する。この技術により、収穫直前の果房を付けた状態で施設に持ち込み、「ぶどう狩り」体験を屋内で安全に再現することが可能となる。

サービス提供時には、あらかじめ指定された日時・場所に生産物を搬入し、施設内にてぶどうの設置およびイベント空間としての演出・設営を行い、体験の提供を行う。また、対象者の身体的条件に応じては、可搬式の専用台車により各病室や居室へ移動できる構成とし、利用者が移動する必要のない形でのサービス展開も可能とする。

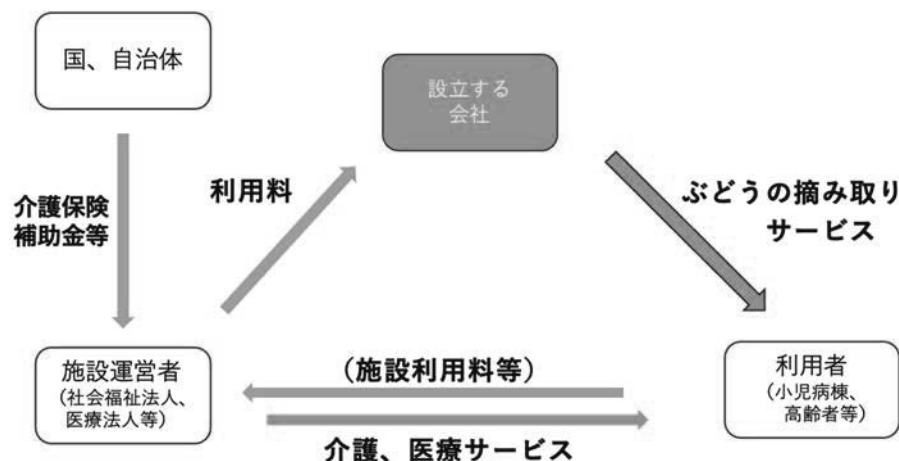
さらに、対象者の年齢層や特性（例：小児・高齢者）に応じ、ぶどうの生育過程や品種の解説、食育要素を含むインタラクティブなガイドの提供も計画しており、単なる収穫体験にとどまらず、学びや感性への刺激を伴う総合的なプログラムとして設計している。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

本サービスの利用者となる小児患者や高齢者が利用している社会福祉法人や医療法人を主たる顧客として想定し、これらの法人に対して出張型のぶどう摘み取りサービスをイベントパッケージとして販売することで収益を得る。

パッケージには、ぶどうの生産・搬入・設営・演出・ガイド・試食・持ち帰り用の簡易包装などを含め、施設利用者（小児患者や高齢者等）の身体的・心理的条件に配慮した一貫した体験提供を行う。料金設定は、1 イベント単位または参加人数に応じた従量制を想定しており、法人側の予算や年間行事予定に応じて柔軟なプラン提案を行う。

また、本事業は単なるレクリエーションではなく、QOL 向上や感情刺激によるケア効果をもたらす「感性価値提供型サービス」であり、福祉・医療現場における非薬理的介入の一環としての意義を持つ。今後は、自治体・研究機関との連携による助成事業化や、民間企業との協働によるスケールアップも視野に入れ、持続可能な収益構造を構築していく。



(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。

本ビジネスの最大の強みは、植物栽培に関するアカデミックな技術を、医療・福祉領域における感性体験として社会実装している点にある。千葉大学園芸学研究院で開発されたコンパクト栽培技術を応用し、屋内でもぶどうの摘み取り体験を実現するという発想は、従来の農業体験の枠を超えた応用展開であり、他に類例が少ない。

また、対象となるのは、体験型アクティビティへのアクセスが制限されている小児患者や高

齢者であり、本サービスは「**体験格差の是正**」という観点からも高い社会的意義を有する。体験を通じて得られる情動反応や QOL の向上は、非薬理的なケア手法として医療・福祉現場からのニーズも高い。

さらに、サービス全体が可搬性・再現性・演出性を備えたパッケージとして設計されており、他地域・他施設への水平展開が容易である点も強みである。例えば、一般の子育て家庭に対する自宅へ出張ぶどう狩りや、旅館でのウェルカムフルーツなど広範囲の応用可能性が考えられる。

(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。

本事業の核となる「コンパクト栽培のぶどう」は、従来の果樹園型アプローチとは一線を画すものであり、空間的・身体的・制度的制約を超えて、ぶどう狩りという農業体験を屋内にまで拡張する独創的な発想に基づいている。

その実現を支えるのが、千葉大学園芸学研究院・齋藤先生によって開発されたぶどうのコンパクト栽培技術である。この技術により、ぶどうは鉢植えのまま果実を成熟させ、収穫可能な状態で移動・設置できる。

この特性により、サービス利用者が入院・入居している医療施設や福祉施設の病室・個室といった限られた空間においても、ぶどう狩りという自然体験を提供することが可能となる。これは単なる娯楽の提供にとどまらず、季節感や自己選択の感覚、達成感といった感情価値を、五感を通じて提供する新たな福祉・医療介入のかたちである。

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。

本サービスは、医療・福祉施設において身体的・地理的制約から外出が困難な人々に対し、従来は利用不可能であったぶどう狩りという「体験」を屋内で提供するという点で、極めて高い潜在的需要を有する。特に、長期入院中の小児患者や施設入居の高齢者においては、季節感や非日常的な体験へのアクセスが限定されており、「体験格差」の問題が顕在化している。

高齢化の進展に伴い、福祉施設での QOL 向上や感性ケアの重要性が高まっている中、本サービスは「摘み取る」という能動的な行為を通じて自己選択や達成感を喚起することができる稀有な体験型支援である。既に医療福祉の現場では、園芸療法やアニマルセラピーといった非薬理的介入の効果が認知されており、それらと同様の文脈で導入可能なサービスとして位置づけを持つ。

加えて、近年は教育の分野でも「体験を通じた学び」への注目が集まっており、特に学びにおいて重要な幼少期を病院で過ごすことを強いられた小児患者において、病室内であっても体験可能なアクティビティの需要は大きいと推測される。

以上のように、本サービスは**社会的ニーズ・制度的潮流に應える事業**であり、確実な需要が見込まれる。

「夏は緊急ではない手術を受ける子どもが多い」（小児専門病院、薬剤師）といった意見や、夏休みを利用して福祉施設入居中の祖父母等を訪問する子供たちとのコミュニケーションといった文脈からも初夏から晩夏に旬を迎えるぶどうを利用した体験型アクティビティには大きな需要が見込まれると言える。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

本事業では、サービスの特性と導入ハードルを踏まえ、三段階に分けた段階的な周知・販売戦略を展開する方針である。

【第 1 段階：初期展開（導入実績の構築）】

事業初期は、自身の**地理的な関係性**や**人的ネットワーク**を活かし、千葉市内を中心とした近隣の社会福祉法人・医療法人への直接営業によって販売活動を開始する。実際にサービスを提供し、現場での満足度や成果を可視化することで、導入実績を蓄積するとともに、パイロット導入先からのフィードバックを得てサービスの質を高める。

【第 2 段階：実績を活かした周知・拡販】

導入実績が一定数蓄積した段階で、**Web サイトや SNS などを活用した情報発信**による周知活動を強化する。同時に、顧客施設が所属する法人ネットワーク（福祉協議会・病院連携会議等）や専門職ネットワークを通じて、信頼性のある紹介ルートを活用した販路拡大を行う。第三者評価や利用者の声なども掲載することで、社会的信頼性を担保した広報を実施する。

【第 3 段階：異分野・一般市場への展開】

本サービスの特徴である「室内で完結する摘み取り体験」を活かし、宿泊施設、教育施設、

商業施設における集客・販促イベントとしての展開や、子育て家庭・在宅療養者への個人向けサービス化を図る。初期のターゲットである医療・福祉施設利用者を起点に、口コミや紹介を通じた自然拡散も促進しつつ、Webメディア・イベント出展・協業先との連携を通じたアクティブな販促活動へと段階的に移行していく。

このように、地域密着の信頼構築から始め、エビデンスとユーザー体験に基づく段階的な市場拡大を通じて販売戦略を構築していく方針である。

(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。

本サービスと比較されうる競合としては、既存の移動果樹園、特に柑橘類（みかん）を用いた移動型体験サービスが挙げられる。これらは主に高齢者施設などを対象に実施されているが、いくつかの構造的な制約と運用上の課題を抱えている。

1. 運搬方式の課題

従来の移動果樹園では、根巻きを施した状態で樹木ごと掘り起こして運搬するため、設置に広いスペースが必要であり、屋内や狭小空間への導入が困難である。また、樹木への負担が大きく、継続的な運用には限界がある。

2. 体験の難易度

たとえば、みかんは摘み取った後に皮をむく必要があるため、小児や高齢者にとっては扱いづらく、補助が必要となる場合が多い。

これに対して、本サービスには以下のような明確な優位性がある：

1. 空間制約を排した高い設置性

千葉大学園芸学研究院によるコンパクト栽培技術を用いた鉢植え型ぶどうを活用することで、屋内・個室・廊下などでも運用が可能となり、空間制限を受けにくい。これにより、福祉施設・医療機関・宿泊施設・家庭など、より**多様な現場での導入**が現実的となる。

2. 体験のしやすさと五感への訴求力

シャインマスカットなど、皮ごと食べられ種なしの品種を使用することで、摘み取ったその場で口にできる直感的で安全な体験を実現している。**摘み取り後0秒で食べられる**という感覚的価値は、既存サービスにはない強い魅力である。

3. 未開拓市場への高い展開可能性

本サービスは、従来の果樹園体験が対応できなかった医療・福祉施設の個室環境に適用可能である。それにとどまらず、在宅療養者や一般家庭などへの新規市場開拓が期待される。

以上のように、本サービスは空間的自由度、利用者への親和性、そして未開拓領域への柔軟な応用性において、既存の移動果樹園サービスを凌駕する独自性と競争力を備えている。

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。

現在の進捗状況（2025年7月時点）】

本ビジネスの実現に向け、以下の2軸を中心に具体的な準備を進めている。

① 安定供給体制の構築

・事業化に向けた大規模・安定生産の確立を目的として、協業可能な農業生産者との連携先の探索を進行中である。

・また、気候適応性、収穫期の調整、房サイズ、味覚特性といった要素を考慮したうえで、コンパクト栽培に適したぶどう品種の選定と試験栽培を行っており、技術面での実現性検証を進めている。

② 市場ニーズの検証とプロトタイピング

・千葉県内外の顧客候補に対してヒアリングを実施するとともに、医療福祉の現場から発展した市場として、結婚式場・ワインイベントなどでの体験提供を通じ、ターゲット層における需要や価値の検証を計画している。



【今後の事業スケジュール】

2026年4月

得られたフィードバックや顧客インタビューを踏まえ、初年度の栽培本数を確定し、苗木の発注および本格的な育成を開始する。これにより、翌年度以降の提供体制の実現に向けた基盤を整備する。

2027年8月

育成した鉢植えぶどうを用いた試験販売を開始し、導入候補施設でのプロトタイプ提供および運用実証を行う。並行して、収穫時期の調整、生産効率の最適化、輸送手段の検証を進め、スケーラブルな提供体制の確立を目指す。

2028年8月

増産体制を確立したうえで、商用規模での本格提供を開始する。福祉・医療施設への継続的な導入を進めつつ、法人化（会社設立）を行い、事業の拡大フェーズへと移行する。あわせて、教育機関や観光事業者との連携による多角的展開も開始する予定である。

(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。

本ビジネスの実現に向けて、現時点で顕在化している主な課題は以下の2点である。いずれも技術的・運用的な課題ではあるが、既に解決に向けたアプローチを開始しており、段階的な改善が可能であると見込んでいる。

① 栽培可能な品種のバリエーションが限定的である点

現在、シャインマスカットおよび長野パープルといった高付加価値品種のコンパクト栽培には成功しているものの、以下の点において今後の対応が必要である。

- ・価格帯を抑えた普及型品種（例：巨峰等）の導入可能性
- ・提供時期の柔軟性を確保するための、早生・晩生品種の活用

この課題に対しては、まずシャインマスカットを用いた試験販売を通じた需要調査と収益モデルの確認を行い、その結果をもとに新たな品種の試験栽培を段階的に実施することで、選択枝の拡充を図る計画である。

② 商用レベルでの安定した生産体制が未整備である点

現時点では、大学の研究設備を用いた試験栽培の段階にとどまっており、商用規模における安定供給には課題がある。一部の設備不調により結実不良が発生するなど、量産に向けた技術的信頼性と生産効率の確保が求められている。

この点については、外部生産者との連携検討も視野に入れ、事業規模に応じた栽培方式・管理手法の実証的検討を進めており、2026年度以降の本格育成フェーズに向けて体制整備を行う予定である。

以上のように、課題はいずれも明確であり、段階的な検証・試験・連携によって着実に克服可能であると判断している。

(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。

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。

本ビジネスは、千葉市が抱える以下の2つの社会課題に対して具体的な解決策を提示するものです。

① 高齢化・少子化が進行する中での地域ウェルビーイングの向上

千葉市においても全国同様、高齢化が深刻化しており、特に若葉区では平成30年以降、65歳以上の人口が全体の30%を超え、令和6年時点でも増加傾向にある（出典：令和6年版千葉市の人口動向・人口を考えるデータ集）。このような高齢社会においては、地域自治体や福祉施設、民間事業者が連携し、住民の身体的・精神的・社会的健康を総合的に支える「地域ウェルビーイング」の向上が求められている。

② 断片化された農地の有効活用

千葉県では、都市近郊部における都市スプロールについての千葉大学の古谷ら（2024年）の研究（“Urban Sprawl Using Landscape Metrics in Chiba Prefecture, Japan from 1990-2021”）においても、千葉県における農地の分断と土地利用構造の変化が確認されている。こうした断片化された農地は、大規模・機械化農業に適さず、活用が困難となる。一方で、これらを都市型農業や体験型農園といった新しい形態で利活用することで、土地の再活性化と都市住民との接点創出が可能となる。

(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・経済的效果をもたらすかを説明してください。

① 高齢化・少子化に伴う地域のウェルビーイング向上への貢献

高齢者施設や地域コミュニティと連携し、高齢者が参加できる季節の収穫体験・交流イベントを企画・提供することで、身体的活動の機会を創出し、地域社会とのつながりを保つ「**社会的処方**」を実現する。これにより、孤立の予防・介護予防・心身の活性化を促進し、高齢者の生活の質（QOL）の向上に寄与する。

また、家族連れや教育機関との連携による多世代交流の場を提供することで、少子化が進む中でも地域内での共助・共感の基盤を強化し、**地域社会の包摂力向上に貢献する。**

② 断片化された農地の有効活用

都市スプロールによって細分化された農地は、従来の機械化農業には適さない。一方で本ビジネスはコンパクトに栽培したぶどうに立脚しており、この栽培法は限られた土地の有効活用を可能とする。これにより、遊休地を減らすと同時に、地元農家や土地所有者にとっても新たな収益機会となるといった、**副次的な社会効果**も見込まれる。

以上のように、本ビジネスは高齢者福祉、農地再生、ひいては地域経済活性化を一体的に達成しうるものであり、都市型農業の新たなモデルとして、千葉市およびその周辺地域に持続的な価値をもたらすと考えられる。

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。

① 千葉大学発技術に基づく事業化への挑戦

本サービスは、千葉大学園芸学研究院・齋藤先生が開発したコンパクト果樹栽培技術を実用化・事業化することを目的としている。大学発の研究成果を地域の社会課題に接続し、アカデミアと地域社会を橋渡しするモデルケースとしても価値を持つと考えている。

② 「体験×食材」の複合価値による継続性

単なる食材としての販売ではなく「自分の手で摘み取る」「その場で味わう」プロセスを通じて、食材が持つ価値が感動体験として身体と記憶に深く刻まれる。これは、「もう一度やりたい」「誰かに贈りたい」「家族で共有したい」といった継続的な参加動機・紹介動機につながる事が期待できる。

このように体験と結びつけた販売戦略により一過性ではない継続的な顧客接点の創出を可能にし、事業の長期的な発展を支える柱となると考えられる。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

私は大学院生としての研究活動を行いながら、その成果を社会の活性化のために応用していくことに関心を寄せていた。そして、ご縁をいただき千葉大学でEIR（客員起業家）として、研究成果の社会実装を探索してきた。その中で出会った技術が園芸学研究院・齋藤先生によるぶどうのコンパクト栽培である。

この技術を通じて、場所や身体的条件に関係なく「果物を自分の手で摘む」という感動体験を提供できるのではないかと考えたことが、ビジネスを始める直接の動機である。

特にこの技術は、

- ・福祉施設で過ごす高齢者や障がい児童にとっての「心に残るイベント」
- ・病室に来てくれた訪問者とのコミュニケーションのきっかけ

といった、私が学部学生時代に病院や薬局での実習を通じて感じていた、「病気や体の不調でアクセスできない体験がある」といった体験格差の解消に寄与できるのではないかと考えたことが本ビジネスの着想の経緯である。

(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。

千葉大学発の技術との連携が可能な地域であること

本事業の中核となる技術は、千葉大学園芸学研究院・齋藤先生のコンパクト栽培技術に基づいている。千葉市を拠点にすることで、研究機関との連携や技術支援、学生・地域人材との協働が行いやすく、「研究成果を社会実装するモデル地域」としての展開に適していると考えた。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☐ 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：千葉大学 IMO）

【ビジネスアイデア部門】

- ☐ 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
- ☐ その他（ ）

(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。

事業化に受けた生産体制の検証に協力していただける、生産パートナーとなる農家

(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)

社会福祉法人のような、施設の関係者、本サービスの導入を検討可能な小児入院患者を持つ病院