

目 次

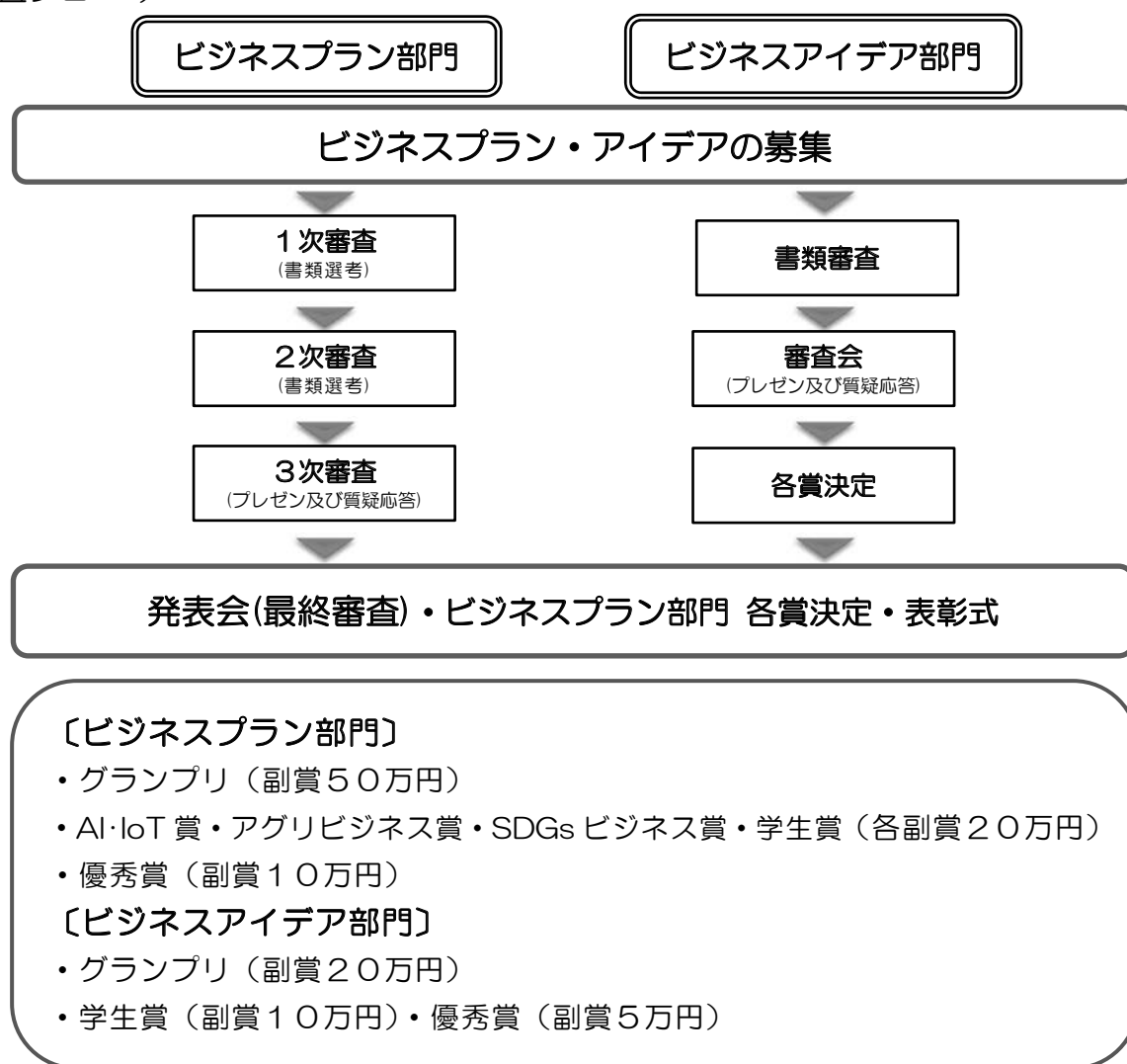
・ 事業概要	2
・ 発表ビジネスプラン	
【ビジネスプラン部門】	
1 株式会社 itsumo 対話と助け合いを小中学生の 日常にする教育向けクラウド サービス「イツモココデ」	9
2 増一屋合同会社 千葉市から始める、美味しくて、 健康に良くて、環境に優しい 大豆ミートで地域活性化	27
3 株式会社メンサポ 認知行動療法に基づくメンタルヘルス サポートの学習システム	47
4 シーズユナイト株式会社 「ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で 日本を世界に先行させたい」 キャラクター・AI プラットフォームで 実現する「パーソナルアシスタント」	65
5 株式会社 FieldWorks 野菜農家向け自動除草ロボットの開発	85
6 株式会社ナイスシーズ マルチユース・高濃度次亜塩素酸水生成装置 「SAE-MUS100」の製造・販売	101
【ビジネスアイデア部門】	
1 千葉明德高等学校 The best kid ボトル専用自動補充販売機「彩煌」 ～マイボトル推進を込めて～	123
2 一橋大学 沖野綾仁 高校生が納得いく進路選択を！ 教えて人生の先輩！ 高校生×社会人・大学生の繋がり創出	133
3 城西国際大学大学院 曹放 スマート農業データベースの構築 及びプラットフォームによる新サービス創出	145
・ これまでの受賞者一覧	159

【事業概要】

第 22 回『ベンチャー・カップCHIBA』は、事業者・創業者の新規性に富む独創的なビジネスプラン・アイデアを公募し、優秀なプラン等について表彰するとともに、当該プラン等の事業化を図り、千葉市発の新たなビジネスの創出を目指して実施するものです。

今年度は、【ビジネスプラン部門】【ビジネスアイデア部門】の2部門で構成し、広く募集しました。

(審査フロー)



【主催】(公財)千葉市産業振興財団

【共催】ベンチャークラブちば

【協賛】(株)千葉銀行、千葉信用金庫、(株)京葉銀行、(株)千葉興業銀行

【後援】総務省関東総合通信局、経済産業省関東経済産業局、千葉県、千葉市、千葉商工会議所、千葉産業人クラブ、千葉県経済同友会、千葉大学、千葉工業大学、東京情報大学、千葉経済大学、淑徳大学、(株)日本政策金融公庫千葉支店、(独)高齢・障害・求職者雇用支援機構千葉支部千葉職業能力開発促進センター、千葉県信用保証協会、(公財)千葉県産業振興センター、(一社)千葉県商工会議所連合会、千葉県商工会連合会、千葉県中小企業団体中央会、(一社)千葉県発明協会、(公社)千葉県情報サービス産業協会、(公財)ひまわりベンチャー育成基金、JFEテクノリサーチ(株)、(独)日本貿易振興機構(JETRO)千葉貿易情報センター、(一社)千葉県中小企業診断士協会、日本弁理士会関東会、日本公認会計士協会千葉会

ビジネスプラン部門

応募資格

新規性・独創性に富み実現性・社会性のあるビジネスプランを持ち、かつ以下の1～3いずれかに該当する方

1. 千葉市内に事業所を置いている、若しくは置く意思があり、かつ以下のア～ウのいずれかに該当する方

ア 1年以内に創業予定の方

イ 創業後10年以内の、個人事業者の方、中小企業者の方又は特定非営利活動法人等の方

ウ 創業後の年数に関わらず、新たな分野に進出後5年以内の、個人事業者の方、中小企業者の方又は特定非営利活動法人等の方

2. 学校教育法に規定する大学（大学院を含む）、短期大学、高等専門学校、専修学校、高等学校若しくは日本国内のこれらに準ずると認められる学校に在籍する学生（聴講生等を除く）である方

3. 職業能力開発促進法に基づき、国が設置した学校に在籍する学生（聴講生等を除く）である方

* 新たな分野：同業種内での新規開発または他業種への進出などを指すものとし、当該役務又は新規開発製品の試作品（マーケティング済みであること）の開発完了を起点とする。

* 過去に本事業においてグランプリ、準グランプリ又は優秀賞等を受賞した者は、受賞時のテーマとは異なるビジネスプラン等であれば応募は可とする。なお、過去の受賞者で創業後10年を経過した者は、受賞時のテーマとは異なるビジネスプランであり、かつ上記応募資格 1. ウでの応募に限る。

* 応募申込時において、他のビジネスプランコンテスト等で受賞実績のないビジネスプランに限る。（他のビジネスプランコンテスト等に応募中のビジネスプランは可。また、受賞実績がある場合でも、学校内で開催される学内コンテスト等の参加資格が限定されたビジネスプランコンテストで受賞したビジネスプランは可）

* 法人またはグループでの応募の場合は、代表者が当該資格に該当すれば、当該法人等として応募資格を有するものとする。

審査委員

(1) 3次審査及び最終審査委員（氏名 50音順、敬称略）

氏 名	所 属・役職等
鎌 田 栄	公益財団法人千葉市産業振興財団 理事長
小 岩 井 学	株式会社千葉興業銀行 執行役員 営業支援部長
齊 藤 成	株式会社千葉銀行 法人営業部長
佐 久 間 正 敏	千葉商工会議所 常務理事
鷹 野 敏 明	国立大学法人千葉大学 名誉教授
増 井 重 夫	千葉信用金庫 企業サポート部長
松 本 有	株式会社フォルム 代表取締役社長
吉 田 稔	株式会社京葉銀行 執行役員 法人営業部長
劉 桂 栄	株式会社ジャンガ・テック 代表取締役社長

(2) 2次審査及び3次審査委員（氏名 50音順、敬称略）

氏 名	所 属・役職等
佐々田 博 信	日本公認会計士協会千葉会 副会長 公認会計士
高 原 智 成	野村證券株式会社 千葉支店 支店長
立 元 博	株式会社日本政策金融公庫 千葉支店国民生活事業 事業統轄
藤 本 京 子	J F Eテクノロジー株式会社 分析ソリューション本部 本部長
矢 吹 太 朗	千葉工業大学 社会システム科学部プロジェクトマネジメント学科 准教授

※ 1次審査は公益財団法人千葉市産業振興財団コーディネーター9人

表彰

グランプリ	副賞（賞金50万円）
AI・IoT賞	副賞（賞金20万円）
アグリビジネス賞	副賞（賞金20万円）
SDGsビジネス賞	副賞（賞金20万円）
学生賞	副賞（賞金20万円）
優秀賞	副賞（賞金10万円）

※希望者には CHIBA-LABO 1年間(1人)利用無料特典を付与

発表者及びビジネスプラン概要

No	発表者名 (企業名・代表者名)	ビジネスプラン名	所在地等 (住所・電話番号・ホームページ)
	ビジネスプラン概要		
1	株式会社 itsumo 代表取締役 後藤 大介	対話と助け合いを小中学生の 日常にする教育向けクラウド サービス「イツモココデ」	千葉県美浜区中瀬 1-3 幕張テクノガーデン CB 棟 3 階 MBP 043-235-7073 (代) https://www.itsumo.tech/
	<p>イツモココデは、さまざまな学年の小中学生が日々の勉強をめぐって他者と対話できるオンライン空間です。「一対一」「匿名」でやり取りができ、「何度でも」同じ問いを投げかけられるように設計し、誰もが自分の考えを表出しやすく、かつ、ほかの誰かを助けやすくしています。対話を通じて得られる経験値の積み重ねにより、各利用者のシンボル（28 の動植物から選択）が成長し、それに伴いシンボルに関連する問いが提示され、日常的な参加と気づき・発見が促されます。普段の学習活動の効果を増幅させる小さなツールとしてご利用いただきます。</p> <p>一般家庭や児童養護施設がお子さまのために利用する「オープン版」と、学校をはじめとする教育機関がその生徒のために利用する「スクール版」を、主に提供します。料金設定は、他の教育サービスと共存しやすい水準として、オープン版で一人あたり最大月額 700 円（人数・契約期間により割引）、スクール版で月額 300～400 円としています。地域との互恵関係を構築するため、自治体の図書館・博物館等の媒体を通じた案内や地域交流拠点を通じた発信を、マーケティングの重要な部分として位置付けています。</p> <p>イツモココデの普及には、重層的な効果が伴います。まず、小中学生の間で、勉強を苦手と感じる子が減り、勉強への前向きな姿勢を持つ子が増えることがあげられます。また、自らが問うことや、他の人の問いに触れることを通じて、より深い学びが得られる可能性が高まります。そして、多くの小中学生が、「誰一人取り残さない」という世界共通のビジョンの実現に参画することにもなります。</p>		
2	増一屋合同会社 代表社員 吉田 淳子	千葉県から始める、美味しく て、健康に良くて、環境に優 しい大豆ミートで地域活性化	千葉県中央区中央 2 丁目 5-1 千葉中央ツインビル 2 号館 7 階 URL: https://www.masuichiya.com/
	<p>●千葉県産の大豆で代替肉を製造し、大豆ミート惣菜メニューを製造販売。 「美味しくて、健康に良くて、環境にやさしい」大豆ミート惣菜の製造販売</p> <p>●「千葉市産の大豆で生産者さんと共に、観光農業 10 次化を目指します！」大豆生産者(株)つなぐファーム(千葉市緑区)と一緒に SDG s 体験イベント&マルシェの実施。 「食べて学ぼう SDG s」ソーラーパネルで育てた大豆の収穫体験をしながら環境問題と大豆ミートの関係性を学び、大豆ミート料理を食べる。マルシェで野菜の販売、規格外野菜を使った料理の提供。大豆で味噌づくり等のワークショップを行う。</p> <p>下記の様な消費者向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダイエットをしたいけど美味しい食事はあきらめたくない。 ・筋トレ運動を趣味にしている常健康維持管理をした食生活を送りたい。 ・子どもには美味しく安全な食事を与えたい。 ・菜食主義者だけど野菜だけではたんぱく質不足になる。 ・お肉は好きだけれども健康維持の為に動物性食材を減らしたい。 ・地球環境の維持・改善に熱心で、畜産による食材を減らしたい。 ・SDGs や環境問題について興味がある、学びたい。 ・農業に興味があり収穫体験をしてみたい。 ・オーガニック、無農薬の野菜を食べたい。 <p>と思っている皆様に、お肉のように美味しい植物由来で体に優しい大豆ミートの惣菜を提供します。更に農業体験をすることで SDG s の理解を深めることができ地元の安全な野菜を購入することが出来ます。</p>		

	株式会社メンサボ 代表取締役 廣瀬 素久	認知行動療法に基づくメンタルヘルスサポートの学習システム	千葉市中央区中央 2 丁目 5-1 千葉中央ツインビル 2 号館 7 階 TEL: 080-6305-7997 URL: https://www.cbtmps.com/index.html
3	<p>医師・看護師・介護士などの医療福祉従事者、教師・保育士などの教育従事者はじめ、キャリアコンサルタント・人事担当者などを含めた”人”に対して援助を行う方“を対象に、利用者のメンタルヘルスの向上を目的とする対人援助スキルを①学習コンテンツと②フォローアップで提供します。</p> <p>①学習コンテンツ（オンデマンド） 千葉大学医学研究院で作成監修した「精神科医が精神疾患の治療に用いる認知行動療法*を対人援助職が学ぶことができる」動画（CBT ラーニング）にて理論を学ぶ</p> <p>②フォローアップ（オンライン等） 勉強会や個別相談を組み合わせ①で学んだことを実践につなげるトレーニングを行う</p> <p>医療、福祉、教育、産業などの分野で働く対人援助職者が、ストレス対処法を身に付け、その対処法を対人支援に活用できるようになることを目指す。その結果、学んだ援助者自身のメンタルヘルスが向上するとともに、援助を受ける人がもつ心の課題に対して、考えや行動の変容を促し、健康問題の解決へ導くことが期待できる。</p> <p>誰もがメンタルヘルスの不調に悩む可能性のある現代において、千葉大学と協力をしながら千葉市および千葉大のブランド力を強化して、千葉から新しい対人援助コミュニケーションの方法を発信し、メンタルヘルス不調者およびその援助者がよりよい援助関係、協働関係を築く支援をしていきたい。</p> <p>※認知行動療法とは、認知（考え）と行動に働きかけて、気分の問題に対処する精神療法である。</p>		
4	シーズユナイト株式会社 代表取締役 大高 淳	「ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で日本を世界に先行させたい」 キャラクター・AI プラットフォームで実現する「パーソナルアシスタント」	千葉市中央区中央 2 丁目 5-1 千葉中央ツインビル 2 号館 7 階 TEL: 090-9806-4388 URL: https://www.csunite.co.jp/ https://acuah.info/
	<p>人口減少や超高齢化社会に対する現実的な課題解決のため、或いは、SF 世界の実現のため、昨今、様々なコミュニケーションロボットや、キャラクターAI アプリケーション、裸眼立体視ディスプレイが開発されています。しかしこれらは、高額であること、また、その価格に見合ったユーザー体験やユーザーが望むコンテンツの提供ができていないことから、広く一般に普及するには至っていません。</p> <p>当社は、スマートフォンアプリケーション、キャラクター・AI プラットフォーム、裸眼立体視体験が可能なスマートフォンスタンドの 3 つを組み合わせることでこの課題を解決し、一人ひとりが自身に寄り添うパーソナルアシスタントを所有する世界を実現します。</p> <p>当社のビジネスプランは、ユーザーに安価にパーソナルアシスタントと裸眼立体視体験をご提供できるので、既存製品と比べ価格面で優位です。ロボットやアシスタント、キャラクター、音声対話製品の開発、提供をご検討の方々については、プラットフォームを利用して頂くことで初期開発や運用保守費用を大幅に低減いただけます。また、これらの仕組みはそれぞれ特許により競争力を確保しています。</p> <p>本ビジネスプランは多言語対応も可能なソリューションのため、世界展開も視野に入れています。世界の会話型人工知能（AI）市場は 2022 年に 86 億 7000 万ドル（約 1.3 兆円）となっています。当社のミッションは「AI の民主化」です。本ビジネスプランで、ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で日本を世界に先行させ、一人ひとりが自身に寄り添うパーソナルアシスタントを所有する世界を実現します。</p>		

	株式会社 FieldWorks 代表取締役社長 山岸 開	野菜農家向け自動除草ロボットの開発	新潟県長岡市深沢町 2085-16 ながおか新産業創造センタールーム 8 TEL : 090-5559-2079 URL : https://fieldwork-s.com/
5	<p>本事業ではネギをはじめとする野菜栽培における畑の畝間の草刈り作業を自動化するロボットの開発・販売を行う。</p> <p>千葉市は大消費地に隣接しているため安定した農業生産の需要があるが、高齢化や農業従事者の減少や耕作放棄地の増加等も問題となっている。</p> <p>高齢化した農家さんにとって大きな負担となる作業は草刈り作業である。千葉県内で多く生産されるネギにおいては夏場の作業時間の 30%を草刈り作業に費やしている。これは他の作物においても同様の傾向がみられ、自動化による負担軽減が求められている。</p> <p>弊社が提案するロボットのコンセプトは「草刈り中に他のことができる」ことである。従来の草刈りは、刈払い機や手押し式草刈機、ラジコン式草刈り機も存在するが、労働負荷が大きいことや機械につきっきりになってしまう問題がある。提案するロボットでは、ロボット設置後スイッチ一つで起動することができ、畝間を自動的に往復しながら草刈り作業を行う。これにより、農家は草刈り中に別の仕事をすることができ、生産的である。</p> <p>事業展開において、同様の技術要素で果樹園や空地等の平地、田んぼのあぜ等の草刈りにも転用できる可能性が高く、並行して開発・実証実験を進めている。既にある事例として、企業の空地草刈り向けにロボット導入が複数決定している。</p> <p>販路としては、はじめは知り合いの農家・行政の繋がりを基点として直接販売を行う。最終的には各地の農機具代理店・JA 等を通じた販売を通じ多くの農家に製品を届けることを目指す。</p>		
6	株式会社ナイスシーズ 代表取締役 中尾 正二郎	マルチユース・高濃度次亜塩素酸水生成装置「SAE-MUS100」の製造・販売	<p>千葉市稲毛区園生町 138 番地 11 TEL : 043-445-8668 URL : https://niceseeds.jp/</p> <p>無塩の次亜塩素酸水は環境負荷もなく安全な除菌水で、感染症、食中毒対策として手指消毒や食品の洗浄などに使用できますが、生成装置から直接出たものは食品添加物に認められているものの、薬機法の規定で、容器に入れた次亜塩素酸水は、体に使用したり、口に入るものの除菌に使うことをメーカーが奨励することができない、ということが次亜塩素酸水の普及に大きな障害となってきました。</p> <p>この度、自社で次亜塩素酸水生成装置を開発し、最大 3 か所から直接次亜塩素酸水を使用できるマルチユース機能と移動式の自動水栓機能を兼ね備えた装置を完成させたことで、保育園や介護施設、飲食店、食品加工工場での次亜塩素酸水による総合的な衛生管理システムの構築が可能となり、道の駅など野菜販売と飲食店両方の営業をしている複合施設での農産物のカビ発生防止や除菌、厨房での食中毒対策など、1 台の装置の導入で多用途に次亜塩素酸水を使用することが可能となります。</p> <p>さらに、昨今、自然災害が増加していますが、移動式の生成装置と自動水栓装置を使うことで、避難所での感染症対策や衛生管理に活躍することが期待できます。今までは手指消毒にはアルコール、嘔吐時の感染症対策や食品やものの除菌には次亜塩素酸ナトリウム、というのが当たり前でしたが、アルコールは引火性があり、濃度が高いため耐性菌を作る結果となる、アレルギーを起こすなどの問題があり、次亜塩素酸ナトリウムも発がん性物質の発生や健康被害が指摘されています。これに代わる安全な次亜塩素酸水を使用することで、公衆衛生と健康に寄与するだけでなく、農業、畜産分野での活用も期待できます。</p>

1 株式会社 itsumo

■ ビジネスプラン ■

対話と助け合いを小中学生の
日常にする教育向けクラウド
サービス「イツモココデ」

第22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

記載日 2023 年 8 月 16 日

(フリガナ)	カブシキガイシャイツモ	(フリガナ)	ゴトウ ダイスケ
会社名・ 学校名等※	株式会社 itsumo	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	代表取締役 後藤 大介 ⑤
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢：50 歳
法人所在地※： 〒261-0023 千葉県千葉市美浜区中瀬 1-3 幕張テクノガーデン CB 棟 3 階 MBP			
電話番号：043-235-7073 (代)		FAX：043-235-7078	
E-mail：daisuke@itsumo.tech		URL： https://www.itsumo.tech/	
資本金※：5,000 千円		従業員数※：6 人 (うちパート：5 人)	
創業※：2020 年 3 月		法人設立※：2021 年 5 月	
現在の事業内容※ (概ね 60 字) 問いから始まる対話に誰もが参加でき、よりよい学び手になっていける 教育向けクラウドサービス「イツモココデ」の開発・提供			
 <p>だれかと？を話す。 ただそれだけのことで、 勉強の景色が変わります。</p> <p>勉強のつまづきが減っていきます。</p> <p>https://www.itsumokokode.com/</p>			

2 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（概ね 40 字）

対話と助け合いを小中学生の日常にする教育向けクラウドサービス「イツモココデ」

(2) ビジネスプランの概要

＊実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

イツモココデは、さまざまな学年の小中学生が日々の勉強をめぐって他者と対話できるオンライン空間です。

対話は、誰かの問いを起点として、一対一の形式で展開します。利用者は、“問う人”と“回答する人”という二つの立場で参加します。“問う人”としては、自分なりの疑問点や問題意識について何でも、何回でも投稿できます。“回答する人”としては、投稿された質問のリストを閲覧し、取り組むものを選び、回答を作成します。利用は匿名で行い、対話内容は二人だけが閲覧できます（両者が合意すると公開）。こうすることで、自分の考えを表出しやすく、かつ、ほかの誰かを助けやすくしています。

イツモココデのテーマは“成長”です。対話を通じて得られる経験値により、各利用者のシンボル（28 の動植物から選択）が育ちます。主にシンボルからモチーフを得た「今日のクイズ」とともに、日常的な参加を促します。

イツモココデは、学校等での学習活動を補完し、その成果を充実させていくツールです。週に二回以上、10～20 分ほどの利用がお奨めです。

学校等が生徒のために利用するスクール版と、各世帯がお子さまのために利用するオープン版の 2 つを提供しています。

＊この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

イツモココデは、次のような社会的課題をよい方向へと導くことを目指して設計されているサービスです。

○質問をためらうことによる学習機会の逸失

質問をすることで学びが確かになったり深まったりすることに異論はほぼありませんが、学校や塾で質問を十分できずに学ぶ機会を逃しがちな小中学生は少なくないようです。質問ができれば、完全な回答を得られなくても、より自信をもって前へ進めます。「誰もが質問を自由にできる場所は、どうすれば生まれるのか」が、イツモココデが立脚する問いです。

○学習の成果を他者に伝える機会の不足

これまで、小中学生が学習の成果を披露する機会は、圧倒的にテストが中心でした。理解

した内容を自分の言葉で他者に伝える（教える）ことの学習効果の大きさはかねて知られるところですが、そうした場面は限られていました。イツモココデは、質問への回答を通じて誰かを助けながら、自らの学びをより確かにできる環境を、小中学生のために創出します。幅広い学年の学び手が同じ空間に入ること、主に年上から年下の“支援のカスケード”が生まれやすくなります。

○「主体的・対話的で深い学び」の模索

平成 29・30・31 年改訂学習指導要領は、「主体的・対話的で深い学び」の視点からの授業改善を求めています。その具体的実践は容易ではなく、各現場は模索を続けています。イツモココデは、自らの意思で、対話を重ねながら、より深く学ぶことを小中学生に促し、文部科学省が描くこれからの教育の姿を実践しやすくします。教員の皆様には、生徒同士の本音に近いやり取りのデータを適宜参照し、授業計画やフォローにお役立ていただけます。

○教員への過負荷と教員志望者の減少

小中学校の教員の方々への業務負荷の重さは深刻であり、学生の間で教員志望者が減る（今後の教員不足が憂慮される）一因にもなっています。さまざまな改善策が検討されてきていますが、私共はイツモココデを通じて、“勉強の？は、まず生徒同士で検討し、それでも残った課題を先生と共有して解決していく”という新たなアプローチを提案します。なお、ここでの“生徒”は、これまで特別支援学級で学んできている子どもたちも含まれます。

○教育における格差と社会的分断の進行

日本では、教育をめぐる機会の不均衡が深刻化しており、そのことが社会的分断を助長しているとも言われています。勉強をめぐって助け合うことを小中学生の“当たり前”にし、“誰一人取り残さない”という世界の共通目標に一人ひとりがいつの間にか貢献できるようにすることが、イツモココデが担おうとしている社会的機能です。若い学び手は、他者との対話の中で、また他者の悩みや関心を知る機会を通じて、より多面的な視点を持てるようになり、寛容さも少しずつ育まれていきます。

上記の社会的課題は、世界の多くの国々でも（程度や性質の違いこそあれ）存在します。私共は、イツモココデを、千葉を起点に、世界で利用されるサービスとすることを志向しています。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

○サービスの独自性

イツモココデと同様のサービスは現在に至るまで市場になく、明確な独自性があります（部分的に類似する機能を備えたサービスはあるものの、総体としては大きく異なります）。教育支援ソフトウェアとして 2021 年 11 月に取得した特許（特許第 6982918 号）にもそのことは裏付けられています。

○サービスがもたらす効果の広さと深さ

イツモココデの利用は、学力の向上につながるだけでなく、学習や生活全般の基礎となる力の涵養を促します。EdTech の品質に関する認証制度を運営する Educational Alliance Finland（EAF）からは、認証の付与とあわせて、社会性、自己管理、責任ある意思決定、人間関係、自己認識といった幅広い非認知能力を高めることにイツモココデが役立つという見解が示されました。

○運営チームの力量と姿勢

本事業は、現在 8 名のチームで運営しています。チームは、異なる経歴を持つ共同経営者（サステナビリティ分野のコンサルタントおよび IT エンジニア）、幅広い世代の指導経験を有するファシリテーター・大学講師、子育ての経験を仕事に還元する母親チーム、実際の利用者に近い目線を持つ学生チームからなり、適材適所を旨に役割分担して、利用者視点でのサービス開発・提供に一貫して取り組んでいます。ビジュアルデザインを担当いただいている外部パートナー（ウムラウトグラフィック 小林直子様）や、調査・データ分析に強みのある親会社とも連携し、よりよいサービスへと改善を続けています。

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

イツモココデの主な利用者には、小学校 3 年生から中学校 3 年生までを想定しています。日本国内での対象人口は、文部科学省「学校基本調査」の統計に基づき、現在約 730 万人と推計されます。2030 年には、当該人口は 700 万人を下回ると予想しています。なお、イツモココデは、通常なら別々に学ぶことになる小中学生（登校していない、持病がある、障がいがある、といった事情がある場合を含めて）が同じ空間内で学び合えるようにすることも一つの主眼としており、潜在的な利用者層に含めています。

（オープン版の利用申込み主体となる）保護者を対象とする市場調査の結果を踏まえて、イツモココデの利用者になっていただける可能性の高い層は、上記対象人口の 15～20%と現時点では見込んでいます。

*価格設定方針とその競争力

イツモココデのご利用料金は、多くのご家庭や自治体・学校が無理なく支出できる水準に設定する方針です。他のサービスに勝つことよりも、他のサービスと共用されやすくする

（そして、そのサービスの効果も増幅する）ことを重視しています。

オープン版の現在の料金水準（1 名のご利用で月額 700 円〈税別、以下同じ〉、2 名・3 名・5 名で 600 円・500 円・450 円、10 名以上〈児童養護施設等をお申込主体として想定〉で 400 円、ご利用期間により 5～10%割引）は、お子さまがコンスタントに本サービスを利用して効果を享受し、保護者の方にそのメリットを認識いただければ、支出の価値を見出していただける場合が多くなると、私共は分析しています。

スクール版のご利用料金は、学校の一般的な予算水準を考慮して、月額 300～400 円に設定しています。

価格設定方針と具体的な設定額の妥当性については、保護者の方々や各自治体・学校との対話を踏まえて定期的に見直し、修正していく計画です。

(5) 販売方法とPR方法

①販売方法

クラウドサービスであるイツモココデの販売は、サービスウェブサイト

(<https://www.itsumokokode.com/>) を中心に行います。

○オープン版

サービスウェブサイト上で、保護者の方にまず無料トライアル（30 日間）のお申込みをしていただき、その後に有料版の利用お申込みをしていただきます。

○スクール版

主として、サービスウェブサイトのお問い合わせページからまずご連絡をいただき、お問い合わせ元の自治体・学校とやり取りをして、利用契約を結ばせていただきます。また、個別に自治体・学校へ私共からご提案をさせていただく場合もあります。

②PR 方法

○オープン版

主要なコミュニケーション・ターゲットを、“対象学年のお子さんがいるお母さん”に定めています。特に、a) お子さんの教育に健全な関心を持ち、本を読むことや好奇心を持つことを推奨する層、b) お子さんの教育機会が何らかの理由で制限されており、補完できる手段を歓迎する層、を重視しています。

こうしたターゲット層へ有効にメッセージを届けるために、アナログな手段とデジタルツールを併用します。今年 1 月からの多角的な試行を踏まえ、今後は自治体の図書館・博物館等の媒体を通じた案内と地域交流拠点を通じた発信へさらに注力する考えです。

○スクール版

自治体への提案と実績づくりが肝要だと考えています。現在は、千葉市の「トライアル発注認定事業」への申請を済ませ、審査を待っている状況です。

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

事業実施上の最大の課題は、利用者の獲得です。まったく新しいサービスだけに、多くの保護者の方々は様子見をすると予想され、最初に使い始めてくださる方々が一定数いると“呼び水”になります。できるかぎり、本店を置く千葉市で初期利用者を見つけていきたいと私共は考えています。

その意味で、千葉市の「トライアル発注認定事業」には、貴重なチャンスを与えていただいています。加えて、サービスの案内・周知に活用できる大小の機会をご案内いただくことや、スクール版の提供の前提となる市教育委員会からのご承認に向けたお力添えをいただくことは、当事業の推進において非常に大きな支援になります。

(7) スケジュール

*現在の進捗状況

2023年1月下旬からオープン版の試験運用を実施し、改善を重ねてきました。現在は、本格運用（有料サービスの提供を含む）の開始に向けた大詰めの段階にあります。

*今後の予定

2023年10月初めまでにオープン版の本格運用を開始する計画です。利用者からのフィードバックを得ながら、機能・コンテンツの拡充と改善を進めます。

スクール版については、具体的なご利用の可能性が浮上した段階で、最新のオープン版を基礎とする機能調整を行います（1.5ヶ月程度で準備できます）。

PR活動は、現在はミニマムな水準で実施していますが、資金調達の段階に応じて規模を拡大していきます。

利用者獲得と資金調達に目途がつき次第、インド市場への事業展開の準備に着手する計画です。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的效果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

○市全体の学力を底上げする

千葉市に暮らす多くの小中学生がイツモココデに参加すると、勉強に対して前向きな生徒の増加が期待でき、何らかの事情で通学ができない生徒が他の生徒とともに勉強する環境も維持できます。そのことは、市全体の学力を底上げし、豊かな学びを実現する自治体としての認知にもつながります。

○地域に新しい仕事生まれる

現在、イツモココデを運営する 8 名のうち 3 名が千葉市内に住んでいます。事業の拡大を図る中で、人材はまず地元で探します。場所と時間の面で柔軟な働き方ができる職場としており、現在サービス運営を担う 2 名の社員は、いずれも専業主婦を経て復職した方々です。こうした雇用創出は今後も継続していく計画です。

○地域の教育文化・交流活動が（少し）活性化する

自治体の図書館・博物館等の媒体を通じた案内や地域交流拠点を通じた発信への注力には、地域の教育文化・交流活動へ微力ながら貢献する意図もあります。最初の試みとして、図書館の蔵書検索ページへのバナー広告掲載を行っています。今後、本から題材を得たコンテンツを加え、読書欲を喚起していく考えです。また、これも一つの試みとして、千葉市西口にある民間交流拠点「ニシノクチ Living」に参加させていただくことにしました。

(9) 千葉市における事業展開

*千葉市内で事業を行う目的と計画

株式会社 itsumo が千葉市内で事業を行う目的は、地域に根差した企業として発展したいとの考えによるものです。株式会社 itsumo の親会社である株式会社アイディアシップは、2012 年 4 月より千葉市緑区誉田町に本店を置く事業者として活動してきています。この場所は同社の代表取締役も兼ねる後藤大介の自宅住所でもあります。株式会社 itsumo の本店も、2021 年 5 月の設立登記時には、同様に千葉市緑区誉田町としました。2023 年 3 月には現在の場所（幕張ビジネスポート内）へ本店を移転しましたが、これはクラウドサービスを広く提供するにあたってのステップとして必要だと考えたことによります。

現在のところ、新たに事業拠点を設ける計画はありません。

*進出の形態及び時期

すでに事業は展開中です。

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
(単位：千円)			
	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期	2025 年 12 月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	255 (255)	58,755 (58,755)	148,755 (148,755)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	3,817 (3,817)	12,402 (12,402)	22,335 (22,335)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	△3,652	46,352	126,419
<4>販売費、一般管理費	10,450	62,200	113,800
<5>営業利益 [<3>-<4>]	△14,012	△15,847	12,619
<6>営業外利益	0	0	0
<7>営業外費用	20	35	35
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	△14,032	△15,882	12,584

※第1期は500人、第2期は20,000人、第3期は50,000人の利用者を得る計画です。

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画				(単位：千円)	
	資金内訳		23 年 12 月期	24 年 12 月期	25 年 12 月期
資金需要	運	オペレーション	7,482	0	0
	転	マーケティング・プロモーション			
	資金	その他業務全般			
	設	開発	6,550	15,882	0
	備				
	資金				
	計		14,032	15,882	0
資金調達	自己資金		-	-	-
	借入金		4,032	882	-
	投資		10,000	15,000	-
	その他（ ）		-	-	-
	計		14,032	15,882	0

※これまでの借入金は、親会社の㈱アイディアシップからの融資と、昨年12月に政策金融公庫様からのご融資（400万円）とがあり、親会社からの借入は事業が軌道に乗るまで限定的に維持する予定です。

※投資については、まだ具体的な見込みありません。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位:千円)

	2021年12月期	2022年12月期	年 月期
売上高	0	0	
営業利益	-573	-2,450	
経常利益	-573	-2,365	

4 応募者のプロフィール

プロフィール

応募者である後藤大介は、東京都武蔵野市生まれ、1995年3月早稲田大学法学部卒、会社勤務を経て2000年8月英インペリアル・カレッジ環境学部修士課程修了(科学修士)。2000年11月から都内の民間シンクタンクで研究員、次いで企業コンサルタントを務める。2012年3月まで勤務した後、翌4月に千葉市内に本店を置く株式会社アイディアシップを設立。企業・組織と社会とのクリエイティブな関係づくりを調査・分析と提案を通じて支援する事業を徐々に拡大(現在は従業員10名)し、現在はウェルビーイングを実現する空間・組織づくりの支援に注力する。2018年にヘルシンキ大学監修のオンラインAI講座を通じてクラウドランド・テクノロジー社(アンドラ公国)を経営するホアン・イグナチオ・ルケ・サンドバルの知己を得る。2020年3月にアイディアシップとクラウドランド・テクノロジーの共同開発プロジェクトとしてイツモココデ(国際名 itsumo)への取り組みを開始し、その成果を現物出資する形で2021年5月に株式会社 itsumo を設立。2021年11月にはアイディアシップのインド子会社として Ideaship India Private Limited を設立。

社会・地域貢献に対する考え方

「連帯」と「包摂」が、イツモココデというサービスの理念です。

たいてい誰でも、その環境さえ整っていれば、お互いのつながりを築き、他者との間にある壁を取り払っていくような行動を取りやすくなります。itsumoは、若い学び手のために、そうした環境を設ける試みです。学び手は、自らがその環境を育てる役割も担います。

事業運営・組織運営では、連帯と包摂を追求しながら、地域との互恵的で創発的な関係づくりに努めています。

5 今回の応募動機(あてはまるものに○をつけてください。)

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
(4) その他(具体的に 貴財団とのパートナーシップ)


6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア(名称)
(7) その他(具体的に 千葉市役所産業支援課様からのご案内で知りました。)

自然に学び合い、助け合う関係を広げるオンライン空間

イツモココデ

2023年11月21日



株式会社Itsumo
後藤 大介

1


出発点としての課題



聞ける相手が見つからない時、勉強は苦しいものに…

2

隣にある大きな課題




勉強しようという気持ち
わかない…

東京大学社会科学研究所・ベネッセ教育総合研究所 共同研究プロジェクト
「子どもの生活と学びに関する親子調査2021」より

3

課題へのアプローチ



生徒たちがお互いに
助けを求めやすく、助けやすい
環境を設ける

(オンラインに設けると、物理的制約をなくせる)

4

対話の場としてデザイン

一対一で

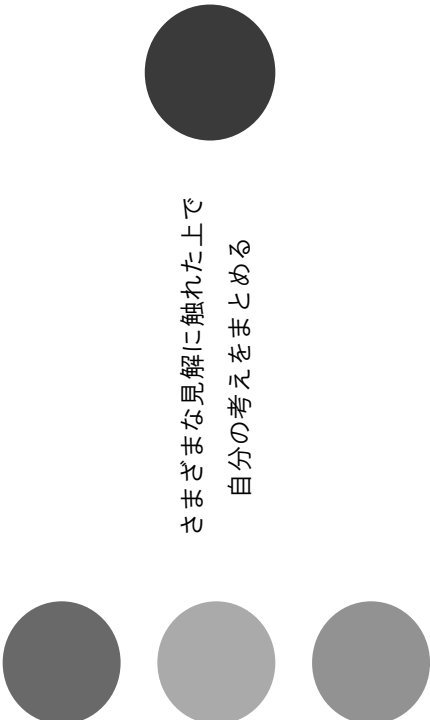
匿名で

何度でも

教育支援ソフトウェアとして特許を取得
(特許第6982918号、2021年11月)

5

見解の多様性を認める



さまざまな見解に触れた上で
自分の考えをまとめる

6

すると・・・

一人ひとりの小中学生が
だれかを助ける力を
発揮できる場に

7


具体化した姿をご覧ください



<https://www.itsumokokode.com/>

8

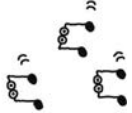
フィンランド教育連盟からの認証



社会性、自己管理、責任ある意思決定、人間関係、自己認識といった
 “社会情緒的能力”を高めるのに役立つ、と評価

9

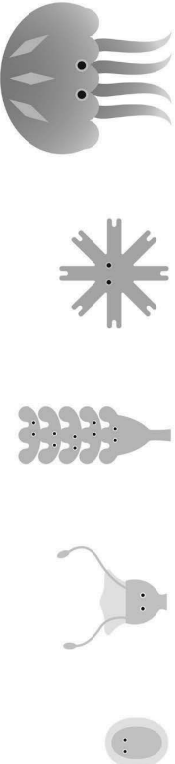
もう一つ求められるのは…



日常的に利用する理由

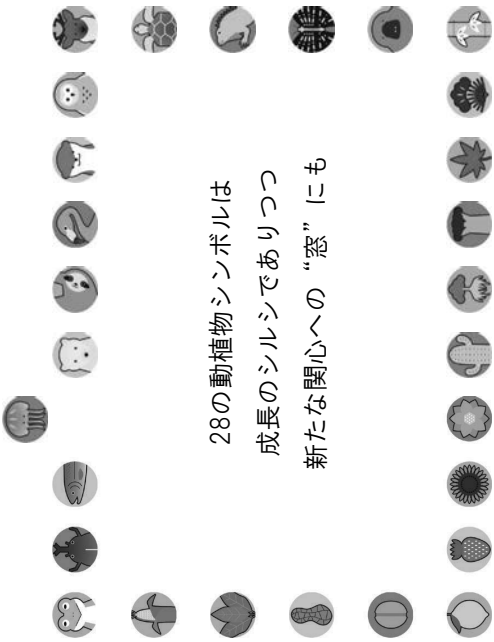
10

“成長”という利用動機



対話を重ねるにつれ、自分が選んだシンボル（分身）が成長していく

11



28の動植物シンボルは
 成長のシルシでありつつ
 新たな関心への“窓”にも



13

ご利用者（保護者）より

小3：自分で調べながら回答も／いろいろな子とゆるやかに交流

今度小学3年生になる娘が利用しています。始めてしばらくすると、ま
とめて二つ三つ質問するようになりました。すると、今度は答えてみよ
うかな、と言って自分で調べながら回答もするようになりました。自由
に書けるのがいいですね。一人っ子だということもあり、いろいろな子
とゆるやかに交流できるのも嬉しいですね。

小5：文章を書くのが苦手、自分なりに質問の仕方を考えている

中2の長女と小5の長男が利用しています。長男の質問に長女が答えてい
ることも何度かあり、普段の家のなかではあまり見られない光景で微笑ま
しかったです。長男のほうには文章を書くのが苦手なのですが、他の子の
質問文を見ながら自分なりに質問の仕方を考えている様子です。親が口
を挟まなくてもフォローアップしてくださるようなので、この調子で自
分で成長していったらいいなと思います。

14

2つのモード

スクール版

オープン版

15

先生方にとってのイツモココデ

課題には生徒同士でまず取り組むことで、負荷が軽減
生徒たちの“素に近い声”を踏まえての指導も可能に

16

生活における位置付け

日常に加える、ごく小さなもの

一日
10～20分

どこでも
OK

月額
最大770円

17

市場調査の結果

全国100人の小中学生のお母さんにアンケート
(2022年12月)

⇒14人に試用意向、34人に検討意向あり

興味がない	検討してみたい	試してみたい	わからない
22	34	14	30

このサービスは、学校や学校外での勉強を補うものとして、月額700円程度での提供が予定されています。以下から最もよく当てはまるものを選んでください。

<https://www.itsumokokode.com/>

18

今後3年間の事業目標

	2024	2025	2026
利用者数	2万人	5万人	10万人
売上高	0.5億円	1.4億円	2.9億円
営業利益	△0.2億円	0.1億円	0.3億円

19

門戸を広げれば…

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Leave No One Behind

「誰一人取り残さない」へ
多くの小中学生が参画できる

<https://unsdg.un.org/2030-agenda/universal-values/leave-no-one-behind>

勉強とは
将来の自分の為にするものではなく
将来、自分と出会う人を
幸せにするためにするものだ。

しんがき こうの
——新垣 幸之（筆文字アーティスト）

勉強の景色を変える

（“小窓を開ける” ことによって）

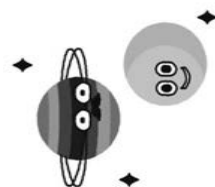
1月20日～

オープン版の
試験運用を開始

2024年1月～

有料サービスの
提供を開始（予定）

ご関心、誠にありがとうございます。



2 増一屋合同会社

■ビジネスプラン■

千葉市から始める、美味しくて、
健康に良くて、環境に優しい
大豆ミートで地域活性化

第22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

記載日 2023年 8月 17日

(フリガナ)	マスイチャ ゴウドウガイシャ	(フリガナ)	ダイヒョウシャイン ヨシダジュンコ
会社名・ 学校名等※	増一屋合同会社	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	代表社員 吉田淳子 ⑩
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ <u>法人</u> ・ グループ			応募者年齢： 53歳
法人所在地※： 〒260-0015 千葉県千葉市中央区中央2丁目5-1 中央ツインビル2号館7F			
電話番号：		FAX：043-331-6257	
E-mail yoshida.masuichiya@gmail.com		URL：https://www.masuichiya.com/	
資本金※： 2,000 千円		従業員数※： 8人 (うちパート： 7人)	
創業(予定)※： 年 月		法人設立： 2021年 9月	
現在の事業内容※(概ね60字) 食品の製造・販売。 メニュー開発・衛生のコンサル。 イベントの企画・運営。			

※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。

※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 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（おおむね 40 時）

千葉市から始める、美味しくて、健康に良くて、環境に優しい大豆ミートで地域活性化

(2) ビジネスプランの概要

*実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

●千葉市産の大豆で代替肉を製造し、大豆ミート惣菜メニューを製造販売。

「美味しくて、健康に良くて、環境にやさしい」大豆ミート惣菜の製造販売・

●「千葉市大豆で生産者さんと共に、観光農業 10 次化を目指します！」大豆生産者(株)つなぐファーム(千葉市緑区)と一緒に SDGs 体験イベント&マルシェの実施。

「食べて学ぼう SDGs」ソーラーパネルで育てた大豆の収穫体験をしながら環境問題と大豆ミートの関係性を学び、大豆ミート料理を食べる。マルシェで野菜の販売、規格外野菜を使った料理の提供。大豆で味噌づくりのワークショップを行う。

下記の様な消費者向け

- ・ダイエットをしたいけど美味しい食事はあきらめたくない。
- ・筋トレ運動を趣味にしている常健康維持管理をした食生活を送りたい。
- ・子どもには美味しく安全な食事を与えたい。
- ・菜食主義者だけど野菜だけではたんぱく質不足になる。
- ・お肉は好きだけれども健康維持の為に動物性食材を減らしたい。
- ・地球環境の維持・改善に熱心で、畜産による食材を減らしたい。
- ・SDGs や環境問題について興味がある、学びたい。
- ・農業に興味があり収穫体験をしてみたい。
- ・オーガニック、無農薬の野菜を食べたい。

と思っている皆様へ、お肉のように美味しい植物由来で体に優しい大豆ミートの惣菜を提供します。更に農業体験をすることでSDGsの理解を深めることができ地元の安全な野菜を購入することが出来ます。

*この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

●環境問題への関心などが背景として、代替肉製品は注目を集めています。また、近年植物ベース食品への関心や健康意識の高まりもあり、植物性のたんぱく源として栄養が高い大豆ミートは肉のような食感や味を提供することができるため、ベジタリアンやヴィーガンの方だけではなく一般の消費者にも人気があります。

●中学校で SDGs 授業が取り入れられるようになり、教材を求める学校からの問い合わせがあります。（実際に茨城・千葉の中学校に訪問し講義と試食を実施）

●自然派・生産者がみえる食品を求める消費者が増え、マルシェのワクワク感を楽しむ人が増えた。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

- ・独特の大豆臭を取り除くことが出来るのでより肉感に近づいた大豆ミート惣菜を提供できる。

弊社大豆ミートは大豆臭がしない点が特徴です、さらに美味しさを追求する料理人がメニュー開発をしているので食べ方・味付けは代替肉とは思えないクオリティです。大豆臭を取り除く加工技術はあえて特許取得はいたしません。その理由としては加工工程を公開したくないからです。特許を申請後、一定期間が経過すると内容が公開されてしまうので知ることができます。そして特許が切れた後には同じものを真似し放題になります。弊社が特許を取得しないのはそのような事態を避けたいからです。

他社大豆ミート惣菜は大豆臭を感じさせない為に濃い味付けのものが多く、弊社は大豆臭を除いたのでどのようなメニューでも味付けでも可能。

- ・美味しく満足感が味わえる代替肉メニューを作ることができる。

料理に合わせた大豆ミートを使うことで多彩なメニューづくりができる。

※2022-2023 年 につぼんの宝物にて二冠獲得（圏央道大会：準グランプリ受賞、JAPAN 大会：特別賞受賞）、クオリティの高さを評価いただきました 別紙②

- ・千葉市緑区の(株)つなぐファームの協力によって、中間マージンを削減して低コストを実現できる。

- ・千葉市緑区の(株)つなぐファームの協力によって、原材料生産から一貫した品質管理を行うと同時に、マルシェを開催することによって体験型のSDGs・食育プログラム、地元野菜や千葉市の食材を使った料理の販売を行い、観光化を目指す。

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

大豆ミートの国内市場は 2022 年 25 億円から 2025 年には 40 億円に増加すると予想される。(日本能率協会総合研究所調べ(2021.7)別紙③)

その理由としては下記があげられています。

- 環境問題
- 健康志向
- 人口増加により畜肉供給が困難
- 物価高により畜人の価格高騰

*価格設定方針とその競争力

現在販売されている大豆ミート惣菜は通常の畜肉を使用している惣菜と比べると約 2 倍の価格になるが、弊社では約 1.5 倍程度に抑えられる。この価格帯であれば健康意識の高い方でも手が届く範囲であると思われる。しかも、他社の大豆の原料は海外産で遺伝子組み換え作物を使用しているものが多い。千葉市の生産者つなぐファームとの取り組みによって、千葉市産大豆・千葉市内製造ができるので安心安全と美味しさを提供でき健康と環境にやさしい付加価値が加わり他社との差別化ができる。

(5) 販売方法とPR方法

【集客】

マルシェ、食育プログラム、千ブランド登録、クラウドファンディングの実施。

これらを実施し、千葉市産大豆ミートの認知拡大を行う。共同通信 PR ワイヤードプレスリリース配信。SNS 発信。

船橋市情報誌の「Mamachi」の協力の下、千葉県船橋市在住の子育てママ世代 12 名と一緒に大豆ミートのレシピ本を作成中。年内中に 2000 部を船橋市保健所に寄贈。保育園や小児科等に配布されるので QR コードを掲載し弊社 SNS に誘導し PR 発信を行う。別紙④

商談会や展示会に参加し試食や PR を行う、

【販売】

自社 EC サイト。クラウドファンディングの実施。そごう千葉店・そごう渋谷店、丸井新宿店・柏店・吉祥寺店での店頭販売。ごっつお便、千趣会、ふるさと納税等のカタログ掲載。

★出口戦略としては、リアル店舗と同時に EC を活用し広く発信をしていきます

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

- ① 大豆ミートの認知度の低さ → 子育て世代のママさん達とレシピ本を作成・配布・ネットによるレシピ公開(実際に家庭で使うことを想定した現実的なメニュー提案)
- ② 高価格 → 過度な垂直分業を社内に取り組み中間マージンを削減して低コストを実現できる。また、このところ肉類の価格高騰が顕著(総務省統計局の小売物価統計調査2023.07)。食肉類は最近の物価高騰により2年前から1.2倍程度となっており、大豆ミートとの価格差は縮まってきていると思われる。さらに大豆生産者のつなぐファームと協力することによって原料生産から惣菜製造までの過度な垂直分業を社内に取り組み中間マージンを削減して低コスト化を続けていく。
- ③ 肉の代わりとしての味や食感の違い → 解決済み。コンテストで二冠取得していることやフェスで毎回完売することが証明になると思っています。
- ④ 植物ベースの文化や食生活の違い → 新しい食のスタイルをイベントやSNSで発信。鶏・牛・豚と一緒に大豆肉の選択肢をつくる
- ⑤ 大豆ミートの栄養科や環境への影響などの情報不足 → (株)つなぐファームと一緒に体験型食育プログラムを実施。

その他問題点

製造工場と、機械の購入の資金 → 補助金、借入金、賞金で検討

(7) スケジュール

*現在の進捗状況

レシピ本校正中 → 年内に印刷・配布

クラウドファンディング準備中 → 10月実施

ヴィーガンフェス準備中 → 10月1日木場公園にて実施

大豆収穫祭&マルシェ → 12月開催に向けてつなぐファームと打ち合わせ中

菱熱工業(株) 大豆ミート製造機械を見学済み → 購入検討中

*今後の予定

●2023年

10月上旬 そごう千葉店：店舗での販売開始。そごう渋谷店：ECサイトで販売開始

10月1日 ビーガングルメ祭り 2023秋に出店 木場公園

10月13日~11月29日 キャンプファイヤーにてクラウドファンディング実施

10月24日 商談会に出店

2023 しんきん食の商談会 inCHIBA 幕張メッセ

「ちば広域連携企業間マッチングイベント」 オークラ千葉ホテル

12月 第一回大豆収穫祭&マルシェ開催

●2024 年

菱熱(株)の大豆ミート製造機械にて千葉市産大豆で大豆ミートの試作を行う

4月 ごっつお便、千趣会でのカタログ販売開始

ビーガングルメ祭りに出店。春・夏・秋

つなぐファームとのマルシェを定期的に実施する

●2025 年

12月 機械購入。製造工場稼働。

この年収穫した千葉市産大豆で大豆ミート製造を本格的に開始する

千葉市産大豆ミートを使ってPBだけではなく業務用の製造・販売を行う。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的效果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

- ・千葉市の特産品が増える

千葉市産野菜。千葉市産野菜を使って商品化。千ブランドの強化。

- ・千葉市内での雇用が増える

・千葉市産の大豆ミートをリリースすることでメディアへの関心呼び込み、情報発信ができる。環境問題を背景に、話題性もあり、六次化による国産大豆ミートということで、広くメディアで取り上げられる可能性も高いと考えられる。

・つなぐファームでの大豆生産が増える為雇用増加につながる。弊社での工場稼働により製造量が増え販路も広がり雇用増加につながる。

(9) 千葉市における事業展開

*千葉市内で事業を行う目的と計画

温暖な気候と豊かな大地に恵まれ、生産者が千葉市内にいる。

大消費地の東京に隣接している。また大豆ミートなど代替肉への関心の高いユーザーは都市部に多い傾向があり、リアルに商品にも接していただける機会が容易である。

*進出の形態及び時期

2025 年、工場稼働による製造販売を目指す。

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
(単位：千円)			
	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	7,000 千円 ()	16,000 千円 (6,000 千円)	30,000 千円 (15,000 千円)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	5,000 千円 ()	12,000 千円 (1,800 千円)	20,000 千円 (4,500 千円)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	2,000 千円	4,000 千円	10,000 千円
<4>販売費、一般管理費	2,000 千円	2,000 千円	4,000 千円
<5>営業利益 [<3>-<4>]	0 円	2,000 千円	6,000 千円
<6>営業外利益	0 円	0 円	0 円
<7>営業外費用	0 円	0 円	0 円
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	0 円	2,000 円	6,000 千円

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画				(単位：千円)	
	資金内訳		2024年 8月期	2025年 8月期	2026年 8月期
資金需要	運 転 資 金	経営運転資金	7,000 千円	1 4,000 千円	24,000 千円
	設 備 資 金	機械購入			50,000 千円
	計		7,000 千円	1 4,000 千円	74,000 千円
資金調達	自己資金		7,000 千円	1 4,000 千円	24,000 千円
	借入金 （うち、今回調達希望分）		（ ）	（ ）	20,000 千円 （ ）
	投資 （うち、今回調達希望分）		（ ）	（ ）	10,000 千円 （ ）
	その他（補助金 ）				20,000 千円
	計		7,000 千円	14,000 千円	74,000 千円

※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。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位：千円)

	2022年8月期	2023年8月期	年 月期
売 上 高	2,400千円	3,800千円	
営 業 利 益	－3,000千円		
経 常 利 益	－2,000千円		

4 応募者のプロフィール

(社会・地域貢献に対する考えがあれば記載してください)

1970年茨城県日立市生まれ

千葉・福島で3社のセントラルキッチンを立上げ、ISO22000、FSSC22000、HACCPJFS-B規格の認証取得のマネジメントを行う。

大手企業から都内オーガニックスーパーまで、多くの代替肉やオーガニック・ヴィーガンメニューの開発を行う。

千葉・茨城・福島の特産物で商品づくりをし、業務用として全国のホテルや飲食店・食品製造工場に営業・販売を行う。更に一般消費者向けにデザインパッケージを施した商品は都内の駅や百貨店、高級スーパー向けに営業・販売を行う。

2021年独立。

増一屋合同会社を設立。都内レストランのOEM・メニュー開発・衛生管理コンサルを実施。サステナブルフード Bonheur ブランドの販売。SDGs イベントを百貨店、ヨガ教室、中学校等で実施。

今にいたる。

今までのメニュー開発や商品づくりの経験と、販路先の人脈を活かして地元千葉市の6次化に貢献したい。さらにイベント企画や運営を得意としているので、どの世代でも楽しめるような食育を広め、地域活性の役に立てるような仕事をします。

※受賞歴

●2022年11月29日

にっぽんの宝物プロジェクト圏央道の宝物グランプリ 2022-2023

新体験部門：準グランプリ受賞。「まるでお肉！なチキンサンド」

●2023年3月23日

にっぽんの宝物グランプリ JAPAN 大会 2022-2023

特別賞：ベストチャレンジ賞受賞。「まるでお肉！なチキンサンド」

●2023年6月1日

日本プラントベース市場協会より、「JAPAN VEGAN AWARDS 2023」受賞候補者にノミネート。

APAN VEGAN AWARDS 2023 とは

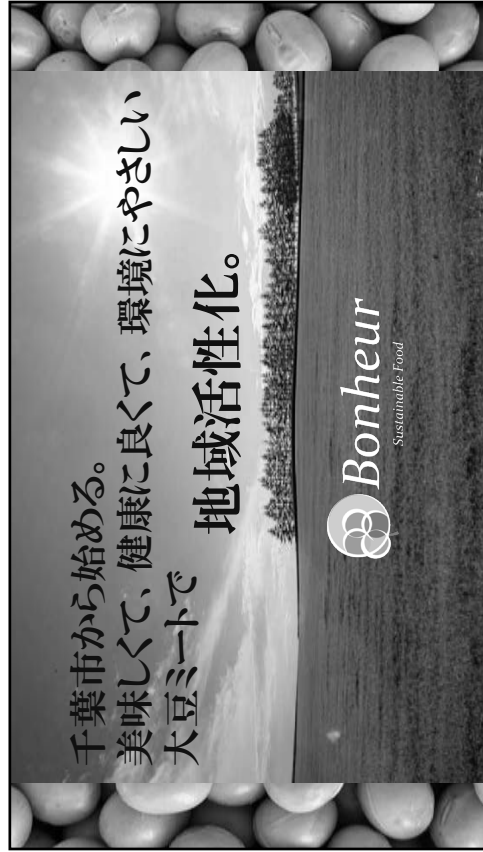
医学・学術・料理・経済・動物愛護・環境・文化、あらゆるジャンルから VEGAN / PLANT BASED のライフスタイルの発展・啓蒙・革新に貢献している人たちに贈られる賞です。

5 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
 (4) その他（具体的に ）

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称 ）
(7) その他（具体的に ）



健康志向・添加物不使用・オーガニックの潮流へ

きっかけは、食生活への志向が変化
メニュー開発依頼が多数

そこには、地球環境を考えた「動物性不使用」のオーダーも。

肉を使わない代替肉との出会い、植物性のみの課題

大豆独自の大豆臭

動物性不使用による味の限界

環境負荷を配慮した動物性不使用メニュー開発の大きな壁

「美味しさ」の壁を乗り越えて

代替肉を使うだけでは普及しない！日本の実情にチャレンジ！

「美味しい」から続けられる食習慣

毎日でなくてもいい、少しからの習慣を提案
持続可能な社会を食の世界から

SDGs

肉を選ばない選択が、地球環境負荷の軽減に。

目的は、地球の未来の為に。

サステイナブルフード専門企業「増一屋」を起業

「幸せ」を意味するボヌールブランドが誕生しました。



Bonheur
Sustainable Food

何故、大豆ミートなのか 代替肉が必要とされる背景

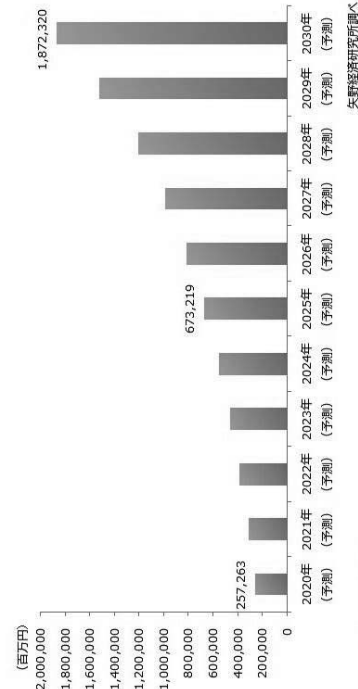


- 地球の人口増加に伴い、畜肉の消費が約2倍！
しかし畜産物の増産が追い付けない。
- 家畜の餌の穀物を生産するための土地が追い付けない。
- 家畜の餌の穀物を生産するための水資源が追い付けない。

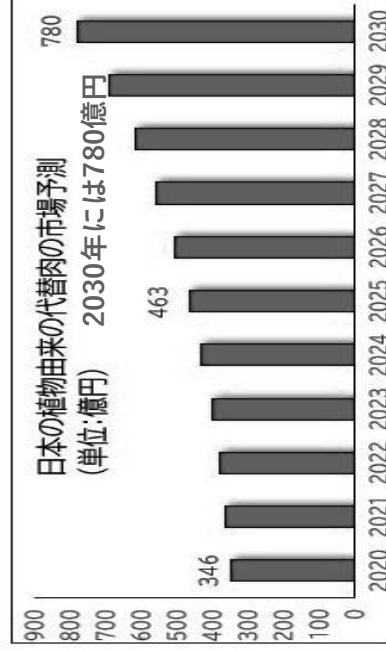


温室効果ガス排出によって地球環境に大きな負荷を与えている
私たちは、近い将来、牛肉・豚肉・鶏肉を控える努力が求められる

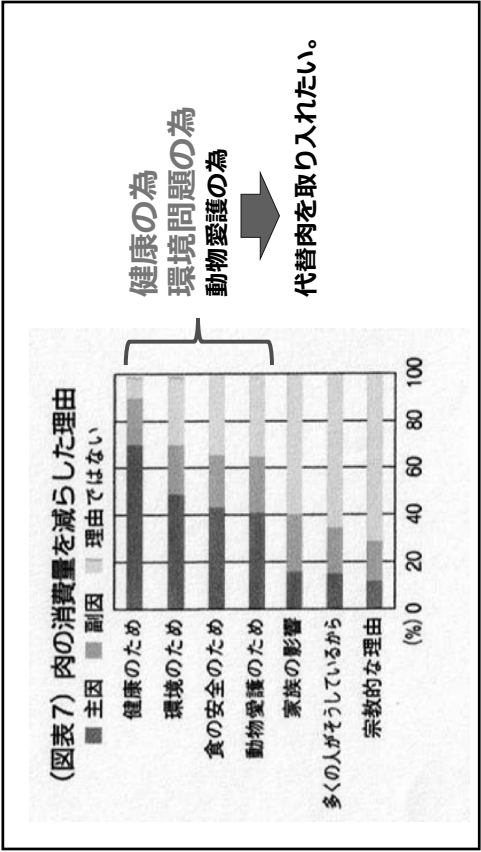
代替肉（植物由来肉・培養肉計）世界市場規模予測



日本の植物由来の代替肉の市場予測 (単位:億円) 2030年には780億円



(シナード・プランニング作成)



潜在的ニーズが高い代替肉、その課題に挑戦！

、
IF

海外が先行する代替肉
日本市場も追いつくために。
課題を解決する！

- ①認知度の低さ
- ②高価格
- ③味や食感の違い
- ④食習慣の違い
- ⑤栄養価や環境への影響の情報が不足

5つの問題を「増一屋」は解決していきます。

味へのこだわり、増一屋の強み

増一屋の大豆ミートはすべてプロの料理人が手作業で調製したメニューです。

Chef プロの料理人がつくるからこそ、料理のクオリティが違います。

大豆臭を解決し、食感や美味しさを追求！

美味しさの証明

ピーカングルメ祭りでは出店のたびに、完売する人気商品！

ヒット商品！
「まるでお肉！な、チキンサンド」

2022-2023にっぽん宝物グランプリ
園芸通グランプリ/進グランプリ受賞
全国大会/特別賞受賞

2冠達成！

千葉市長へ表敬訪問も

2023年5月に千葉市役所にて、神奈市長へ表敬訪問させていただきました。

美味しさの証明

環境を考えた植物性100%！
若い世代やビーガン志向の方からご支持をいただきました。

増一屋の狙うポジションは、環境負荷が低く、購入しやすい価格

環境貢献・低	環境貢献・高い
●F社（重販）	●A社 ●B社
	●C社 ●D社

増一屋

購入しやすい価格、仕入れしやすい原料価格を目指します

高価格 から 日常的な価格に

1 生産者 大豆 丸大豆 → 2 大豆加工 脱脂大豆粉 → 3 大豆ミート成型加工 大豆ミート → 4 総加工 大豆ミートハンバーグ

大豆生産から加工・販売を行い、流通・消費者へダイレクトへ販売が可能に！

千葉市産大豆 → 大豆加工 → 成型加工 → 総加工 → バイヤー 消費者

大豆生産者と目指す、千葉市産の大豆ミート製造販売！

千葉から始める、大豆ミートの6次化計画

生産者と取り組むことで原料調達を実現し、事業規模の拡大を目指せます

つなぐファームさんと取り組んでいる千葉市産大豆の大豆ミート計画

大豆ミートプロセッサーを導入することで、国産大豆ミートが誕生します

国産大豆を加工して大豆ミートに成形する機械メーカーへ訪問。

生産者さんの大豆原料を国内の機械で大豆ミート原料にしています。

大豆ミートの6次化計画では原料を加工する工程も重要です。

認知度の向上活動 ① 大豆ミートを身近に、使いやすく

子育て中のママさん世代の協力を経て、レシピ本作成中！
Mamachiメンバーとレシピ本作成、船橋市保健所に3000部寄付計画！

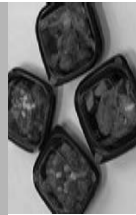


家庭での料理を想定して大豆ミートをご飯のおかず、さんたちのアイデア満載のメニューを開発。レシピを公開し、使いやすさをママさん視点で周知活動を行います。

共感活動を！



千葉県木更津市
中等部にて
食育企画実施



千葉県市川市付属中学
食育企画実施



都内で販売、ワークショップ、
ヨガを実施



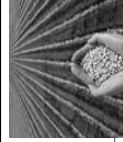
認知度の向上活動 ② 食、健康、SDGsをテーマにしたイベント企画事業

地球環境の講義を実施



2023年9月12日（火）、東京都世田谷区の
小学校の生徒さん向けに「サステイナブルと
は何か？その着眼理由について」講義をさせて
いただきました。

SDGs



持続可能な社会を食の世界から。千葉市産大豆ミートの取り組みから始まります。

人口増と畜産物の増加

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



家畜を育てる土地、水資源、飼料、などの課題

海外産が主流の大豆ミートを国産化へ

代替肉の取り組みは早く海外が積極的。その背景には地球環境負荷があげられています。第一度では国産大豆ミートが少ない現状から生産者とともにこの問題に取り組み、新しい時代へつなげる産業界を目指していきたいと考えています。

そして、私たちが目指すのは

観光農業 10次化



県外からの観光にも

千葉市から始める地域活性化

【夏前に植えた大豆の苗を12月に収穫】



生産者とともに第一回大豆収穫祭を予定

大豆ミート原料は主に海外産が主流です。これから需要が増える大豆ミートの原料をいち早く千葉市産から始めたい。生産者さんとの取り組みを消費者にも周知するために収穫イベントを実施しファンづくりを行います。定期的な開催実施を計画。

外食産業にも広がる大豆ミート、問い合わせも増加



メニユーに取り入れた、相談も。

大豆ミートへの関心は今後高まることが予想されます。外食産業では徐々に大豆ミート関連メニューも導入されています。増一屋ではOEM事業も実施、メニユー開発相談や製造依頼などお話をしています。

ビーガンに特化した飲食店も。

動物性を使用せずに美味しいメニユーを。ビーガングルメ祭りでも若い世代を中心にビーガン食を心がる方も増えていくと感じます。増一屋では、国際食品展 FOOD EX JAPANにも出展。たくさんの方々が増一屋ブースにお越しいただきました。



千葉市にもたらすメリット

千葉市産大豆ミートが特産物に

千葉市産野菜を商品化→千ブランド強化

大豆生産・惣菜製造で雇用が増える

SDGsが背景のイベントでメディアに発信

定期的なイベント実施で他県からも集客



3 株式会社メンサポ

■ビジネスプラン■


認知行動療法に基づくメンタルヘルス
サポートの学習システム

第22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

記載日 R5 年 8 月 17 日

(フリガナ)	カブシキガイシャメンサポ	(フリガナ)	ヒロセ モトヒサ
会社名・ 学校名等※	株式会社メンサポ	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	代表取締役 廣瀬素久 (印)
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ <u>法人</u> ・ グループ			応募者年齢：42 歳
法人所在地※： 〒 260-0013 千葉市中央区中央 2-5-1			
電話番号：080-6305-7997		FAX：—	
E-mail：hirose.m@cbtnmsp.com		URL：https://cbtnmsp.com/index.html	
資本金※：2000 千円		従業員数※：3 人（取締役） (うちパート：0 人)	
創業（予定）※：令和5年 4月		法人設立（予定）※：令和5年 4月	
現在の事業内容※（概ね 60 字） <ul style="list-style-type: none"> ・ 認知行動療法を基盤にした対人援助教育研修サービスの企画・開発 ・ 研修会の企画、運営 ・ ヘルスケアに関する人材の育成及び資格認定事業 <div style="text-align: right;">  </div>			

※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。

※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 ビジネスプランについて

認知行動療法に基づくメンタルヘルスサポートの学習システム

(2) ビジネスプランの概要

＊実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

「誰に対して」

対人援助職※

「どのようなサービス・製品を」

千葉大学医学研究院が作成監修した「精神科医が精神疾患の治療に用いる認知行動療法を学ぶことができる」コンテンツの視聴（CBT ラーニング）と勉強会や個別相談を組み合わせ、トレーニングを積むオンライン教育システム

「どのように」

CBT ラーニング講座（オンデマンド型）→オンライン配信

勉強会→オンラインビデオ通話システム

個別相談→オンラインビデオ通話システム

【サービス導入によってもたらされる効果】

このサービスを利用することで、医療、福祉、産業などの分野で働く対人援助職者が、認知行動療法の理論に基づくストレス対処法を身に付け、その対処法を対象者の支援に活用できるようになる。その結果、学んだ者自身もメンタルヘルスの向上が図れると共に、対象者も心の課題に対して、認知（考え）や行動の変容を促し、健康問題を解決へ導く。

本サービスにおける「対人援助職」※とは

医師等の医療分野、介護士などの福祉分野、保健師等の保健分野、教員などの教育分野、市民相談窓口担当者などの行政分野等、多岐にわたる。

＊この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

【事業を取り巻く環境】

認知行動療法は自分自身でこころの不調を解決する「セルフケア」ができるようになる心理療法である。これまで、精神科医や心理師等の心理専門職以外の対人援助職は、認知行動療法を用いたカウンセリングの技法を学ぶ機会が少なく、学んだとしても練習する場がなく、指導を受けられる専門家が周りにいないことが課題であった。

【サービスをうけることで受講生にどのようなベネフィットがあるか】

・支援対象者に対して、科学的なエビデンスに基づいたメンタルヘルス支援（正しい精神疾

患の知識と認知行動療法をベースとしたスキル）を提供できるようになる。

- ・受講生が本教育システムで学んだ知見に基づいて、対象者のこころの不調を早期に発見できるようになり、必要な受診を勧奨することで対象者の精神疾患の重症化予防に寄与する可能性がある。

- ・受講生が軽度の抑うつ気分や不安等こころの問題をもつ対象者に対して、認知行動療法のエッセンスをとりいれた支援ができるようになる。例えば、保健師が CBT を学べば、育児中の母親のストレスマネジメントに役立ち、虐待予防につなげることができる。薬剤師が服薬指導に CBT を取り入れると、患者の服薬のコンプライアンスが向上する。このように、各職種で行っているケアの効果が上がることが期待できる。

【受講生自身への効果】

ストレスマネジメントの方法を学ぶことは、自身のメンタルヘルスケアにも役立ち、休職、退職の削減にも寄与すると期待される。ひいては経営効率の向上につながると言える。横山らによる「職場におけるメンタルヘルス対策の有効性、費用対効果等に関する調査研究」（平成 24 年度厚生労働省科学研究）の報告書によると、日本における精神疾患の社会的コストとして、医療費は約 2 兆円、受診及び罹病による労働損失が約 5.5 兆円で、全体では約 7.5 兆円と推計されている。さらに、認知行動療法の経済効率性が高く、特に他の介入と組み合わせるとメンタルヘルスと経済的損失の両面に効果的な傾向があったと示されている。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

厚生労働省、研究機関、YOUTUBE 等、認知行動療法の基礎を学ぶことができる動画配信サービスは他にあるが、①基礎から応用（実際の患者の症例報告）まで系統立てて学ぶことができるカリキュラム②多職種の初学者がセラピスト役、患者役となって実際のセラピーの練習（ロールプレイ）をする勉強会③認知行動療法の専門家による個別指導、という包括的な学習システムは、競合と比べて高い競争優位性がある。

【新規性・独自性】

既存事業者は精神科医や心理師が対象であることがほとんどであるが、本サービスは「様々な領域で働くすべての対人援助職」が対象である点は革新的であり、新規性が高い。

オンラインコンテンツは、文部科学省高度医療人材養成プログラム（2018 年～2022 年）において千葉大学が監修制作した（株式会社メンサポのメンバーが中心となって開発製作に参画した）認知行動療法について学ぶ基礎教科（特論科目）と、病院において患者に対して行われた認知行動療法の症例報告（演習科目）の合計 86 本（各 90 分）から構成され、大学発ベンチャーとして千葉大学と使用許諾契約を結んでいる。大学の契約ルールの都合上、排他的使用権は設定できないが、弊社の母体となる研究室で作成したコンテンツであり、事実上コンテンツを使用できるのは、大学を除けば弊社のみである。この点に独自性がある。また、利用者やヒアリングを行っている一般企業等から、聴講時間負担を軽くしたコンテンツの要望を受け、1 コマ 90 分→1 コマ 15 分～30 分に短くしたエッセンシャル版にまと

めたコンテンツを作成中である。さらに、職種による利用シーンに合わせたコンテンツの制作にも取り掛かっており、エッセンシャル版と職種別コンテンツにて取り組みやすさを上げ、利用者の増加を目指したい。このように、消費者からの要望を取り入れて改善することができる体制も研究機関と繋がっている大きな強みであると考えている。

競合との比較

	メンサポ	A	B	C
支援スキル	◎	○	◎	△
セルフケア	○	×	△	○
症例検討	○	×	○	×
理解度テスト	○	×	?	○
認定制度	○	×	○	×
多職種	○	△	○	△
フォローアップ	◎	×	△	×
開始年	2023年	2014年	2015年	2009年
費用/年	120,000円	無料	23万円	無料

▶ 競合研究に対する優位性

認知行動療法	220件
千葉大学	65
慶應義塾大学	15
東京大学	9

日本の認知行動療法の臨床試験の約30%
千葉大学

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

本教育システムのターゲットは以下の通りである。

医師、歯科医師、薬剤師、看護師、助産師、保健師、介護士、言語聴覚士、公認心理師、臨床心理士、養護教諭、教諭、ソーシャルワーカー、理学療法士、作業療法士、鍼灸師、音楽療法士、介護福祉士、社会福祉士、精神保健福祉士、保育士、児童指導員、スクールカウンセラー、管理栄養士、栄養士、士業、法務教官、行政関係者その他医療職等の個人及び、対人援助職が所属する地方公共団体の機関、医療法人、社会福祉法人、学校法人等。

地域住民のうち、約 7 割が精神疾患を有していても未受診のまま生活を送っていると言われており（厚生労働省）、上記の対人援助職は病院や在宅医療のみならず、様々な場所でもメンタルヘルスの問題に対応することが求められている。

（参考）

千葉県における従事者数：医師 13,396 人、歯科医師 5,221 人、薬剤師 14,823 人、看護職 61,122 人

千葉市における従業者数：医師 2,992 人、歯科医師 914 人、薬剤師 2,822 人、看護職 11,326 人(令和 2 年統計,千葉県健康福祉部)

【想定される市場】

全国で 8208 億円（684 万人※×12 万円）規模の市場を想定（令和 5 年 7 月現在）し

ている。過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 カ月以上休業・退職した労働者のいる事業所割合は 10.1%（令和 3 年厚生労働省「労働安全衛生調査」、全国の小中学校で学校を 30 日以上欠席した不登校の児童生徒 24 万 4940 人（令和 3 年文部科学省）と、こころの問題を抱え者の数は増加傾向にある。また、日本におけるカウンセリングの市場は 300-350 億円と言われており、メンタルヘルスに対する相談の場へのニーズが高い。世界的には、今後 7 年間でメンタルヘルス市場は年平均成長率 3.7%で成長し、2030 年には 5,399 億 7,000 万米ドルに達すると予測されている。

【参考値】

千葉県内医療従事者数：87,570 人(令和 2 年度千葉県保健所年報)

全国の医療従事者：328 万人（平成 30 年度厚生労働行政の年次報告）

全国の教員：145 万人（令和 3 年版文部科学統計要覧）

全国の介護士 211 万人（平成 31 年度厚生労働省）

※全国の医療従事者、教員、介護士数合計 684 万人

＊価格設定方針とその競争力

個人が学術集会等で実践型の講義を受ける場合、90 分あたり 5000 円以上かかることが多いため、全科コース 90 分×30 コマ 12 万円/個人(90 分 1 コマあたり 4,000 円) という価格を行っている。また、企業や団体が大学教授や講師等の講演を受ける場合、90 分あたり 50,000 円～100,000 円程度かかることが多いため、全科コース 90 分×30 コマ 20 万円～と設定している。さらに本コンテンツはオンデマンド講義の為、繰り返し視聴できる点に優位性がある。また、現在作成している受講時間を短くしたエッセンシャル版については、30 分×6 コマ 100,000 円を見込んでいる。

2016 年から、医療機関で認知行動療法を行う場合、健康保険が適応できるようになっており、医療従事者がそのスキルを身に着けるニーズが高い。国内の認知行動療学会では 1998 年研究会発足時 50 人であったが、2018 年学会員 1900 人に増加している。

【市場の成長性】

訪問看護ステーション

地域での自立した生活を支援する目的をもつ訪問看護においては、メンタルヘルスの問題を併存する患者支援において、看護職・医療職の精神科の専門知識の不足が課題となっている。前述の切実な顧客ニーズから、現在、本教育システムを千葉市内の精神訪問看護ステーション 1 か所で取り入れることが決まり、県内外の訪問看護ステーション数か所から問い合わせを受けており、ニーズを把握している。訪問看護ステーションにとって、認知行動療法を行える看護師が在籍することは、他事業所との差別化を図ることができ、売上につながるため、市場拡大が期待できる。

民間企業（健康経営）

健康経営を目標に掲げる企業ではメンタルヘルス対策が注目されており、「職場におけるメンタルヘルス対策の有効性、費用対効果等に関する調査研究」（厚生労働省 H25 年度）におい

ても個別的なマネジメントを組み合わせた認知行動療法が、経費効率が高いという可能性が示されている。本サービスにはすでに、産業医、産業保健師の受講生がおり、健康管理部門スタッフの認知行動療法を学ぶニーズに応えることができている。さらに、今後、本サービスを個人だけでなく企業用エッセンシャル版として構築し、健康管理に携わるスタッフ（産業医、カウンセラー、保健師等）へ販路開拓を検討している。

以上のことから、本サービスは事業成長や事業実現性が高い。

(5) 販売方法とPR方法

インターネットを経由した申し込みに基づき、サービスを販売する。

全科コースは1年、継続コースは半年間サービスを受けることができ、修了講座に応じて、オンラインの個別指導や勉強会への参加が可能になる。

現在は個人販売のみだが、今後事業所単位での受講ができるようパッケージ化する予定である。

PR方法：

【営業ツールの制作】

- ・CBTになじみがない事業所の経営幹部の方向けも含めた紹介パンフレット
- ・研修企画提案パンフレット、研修内容紹介パンフレットを制作し、これまでの受講者の好事例（認知行動療法を取り入れる事によってどのような効果があったのか等）の紹介ツールを制作する。

【医療・福祉関係・行政等主催セミナー等での啓蒙・営業活動】

- ・千葉大学医学研究院認知行動生理学教室主催の各回約100名以上の参加が見込まれる公開フォーラム（年2回）に弊社が後援し、参加者に学習システムの説明とPRを行う。
- ・日本心理学会、日本認知・行動療法学会、日本子ども虐待防止学会等、コンテンツ作成を行う千葉大学の研究者が参加する学会においてもパンフレット配布を行う。
- ・弊社取締役などが行う認知行動療法の講演会において、学習ツールとして宣伝を行う。

【広報・広告】

- ・Instagram、Facebook、Note、X等（週一回以上）において、修了生の声として様々な職種での具体的な認知行動療法の活用方法や基礎的な認知行動療法のスキルについての発信を行う。

【事業所への直接営業展開・強化】

- ・千葉県内の病院、クリニック、薬局、保健福祉センター（約2000か所）にダイレクトメール郵送、電話にてのフォローを実施、興味を示した事業所に直接訪問営業をかけ、受講を勧めていく。
- ・行政所管部署へ直接訪問にてチラシの配布、説明を行う。

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

事業を発展させるための支援として、資金調達、人材戦略、広報活動・経営支援、ネットワーク構築等のご指導をいただきたい。また、潜在的な市場があることはわかっているが、想定顧客のニーズに対して本製品がソリューションになることの周知が十分でないと考えており、特に販売戦略を支援して頂きたい。

(7) スケジュール

＊現在の進捗状況

今年春に会社を設立し、春学期の新規受講生が19人、継続受講生が43人（合計62人）であった。フォローアップ勉強会は、2年前から無料で開催しており、10月から有料サービスに移行する予定である。現在、秋学期の新規顧客獲得に向けて、広報宣伝活動を強化している。

＊今後の予定

通年を通して SNS 発信、学会への参加、セミナー開催、事業所への営業活動を行う。

8～9月に CBT ラーニング新規受講生獲得のため、無料の説明会を合計4回実施する予定である。9月～12月新規コンテンツの作成、12月～3月営業ツール制作、営業活動を強化する。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的効果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

就業・業務の中で精神的負担が多く、メンタル的に疲弊している対人援助職が研修受講により、自身のメンタルもケアされ、ストレスを緩和できるようになり日常の勤務に好影響を及ぼす、また、向き合う患者等クライアントにとっても精神的負担を緩和させることが可能となる。その意味で、本研修サービスを事業展開していくことは社会的な貢献度が高く、意義が極めて大きいと考えており、当社として使命感を持って取り組んでいく。

(9) 千葉市における事業展開

＊千葉市内で事業を行う目的と計画

【目的】

千葉大学発ベンチャーの特徴を活かし、大学が所在する千葉市における医療・教育のネットワークとの連携をとることが可能である。現在、千葉市医師会、千葉市歯科医師会、千葉市薬剤師会、千葉市看護協会とはフォーラム開催の周知など、連携をとっている。今後は、千葉大学を基盤としたネットワークを活かして事業を展開し、フィードバックを得ながらよりよいコンテンツを作成改善する良循環を作りだし、千葉大学と協力をしながら千葉市および千葉大のブランド力を強化して、千葉から新しい、患者コミュニケーションの方法を発信していくことを目的としている。

【計画】

様々な職種への聞き取り調査を行い、ニーズに合わせて千葉大学と共同でコンテンツを新規開発、修正してさらに内容を充実させていく。

教育分野：千葉市教育委員会には、千葉大学が開発した認知行動療法を活用した小学生の不安予防プログラム「勇者の旅」の実施協力を得られている。弊社では、「勇者の旅」プログラム指導者養成講座の配信を今秋予定している。

医療分野：①千葉市内の精神科単科病院において、講座修了生が CBT の技法を看護のケアに活用し、病棟スタッフに対しても CBT の知識を啓発しており、今後病院内の研修に弊社の CBT ラーニング導入を目指して交渉中である。

②千葉市内訪問看護ステーションでは、10 月から事業所への CBT ラーニング導入が決まっている。

産業分野：千葉市内の企業から、視聴時間とコンテンツ数を減らして取り組みやすい商品の開発を要望されている。今年度中にプロトタイプの内容を制作する予定である。

***進出の形態及び時期**

2023年2月～3月に千葉市による特定創業支援事業（CHIBA-LABO 入居者限定の創業個別相談）をうけ、2023年4月から千葉市CHIBALABOを本拠地として株式会社として事業を展開している。

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
(単位：千円)			
	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	7,000 (7,000)	14,368 (14,368)	20,924 (20,924)
<2>売上原価 千葉大学知財 (うち、今回応募事業分)	0 (0)	280 (280)	560 (560)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	7,000	14,088	20,364
<4>販売費、一般管理費	4,500	4,500	4,500
<5>営業利益 [<3>-<4>]	2,500	9,588	15,864
<6>営業外利益			
<7>営業外費用			
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	2,500	9,588	15,864

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画				(単位：千円)	
	資金内訳		2024 年 3 月期	2025 年 3 月期	2026 年 3 月期
資金需要	運転資金	外注加工費	3,000	3,000	3,000
		技術指導費	400	400	400
		直接人件費	900	4,000	4,000
		広告宣伝費	200	200	200
	設備資金				
	計		4,500	7,600	7,600
資金調達	自己資金		4,030	7,600	7,600
	借入金 （うち、今回調達希望分）		（ ）	（ ）	（ ）
	投資 （うち、今回調達希望分）		（ ）	（ ）	（ ）
	その他（ちば応援助成金 ）		470		
	計		4,500	7,600	7,600

※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。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位:千円)

	年 月期	年 月期	年 月期
売 上 高			
営 業 利 益			
経 常 利 益			

2023年4月創業のため記載なし

4 応募者のプロフィール

(社会・地域貢献に対する考えがあれば記載してください)

応募者は、薬剤師として調剤薬局に勤務し、患者ケアの方法、患者コミュニケーションの方法を模索する中で、認知行動療法と出会った。患者が抱える困りごとは身体的な要因だけでなく、社会的要因や心理的な要因も複雑に絡みあうため、薬剤師として薬の使い方のみを伝えるのではなく、患者の困りごとに対して、多角的な視点をもってアプローチを行っている。その方法論の基盤になるスキルが認知行動療法であり、対人援助に関わる職種、さらには“人”はすべからく学ぶことで、社会的にとりうる行動が変わってくるものと考えている。それらの実勢経験や考え方を踏まえ、応募者は千葉大学院医学研究院認知行動生理学教室において、文部科学省の補助金事業「課題解決型高度医療人材養成プログラム（精神関連領域）「メンタル・サポート医療人とプロの連携養成」（平成30年度から令和4年度）に実務者/コーディネーターとして携わり、e-learningコンテンツの作成、学内（大学院生は大学の講義として受講）・学外（一般向け有料コンテンツ）への配信、受講生の管理および運営など、メンタルヘルスサポートのための教育事業を多職種に対して行ってきた。令和4年度末で当該養成プログラム補助金事業は終了となったが、令和2年度、令和3年度、令和4年度に実施した外部評価委員会から、メンタルヘルス不調を改善するための事業として社会的意義を高く評価されたこと、さらに受講生から継続を望む声が多数寄せられたことから、令和5年4月に一般医療従事者が精神疾患軽症者の心の支援スキルを学ぶための認知行動療法をベースとした教育の事業を継続発展させるため、応募者が大学発ベンチャーとして法人を設立し、代表取締役役に就任している。

5 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- ☐ (1) 資金調達 ☒ (2) 販路拡大・事業提携先獲得 ☒ (3) 経営パートナーの獲得
☐ (4) その他（具体的に

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
 (3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
 (6) 新聞、インターネット等のメディア（名称
- ☒ (7) その他（具体的に 財団からのメール ）

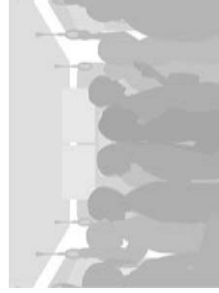
認知行動療法に基づく メンタルヘルスサポートの学習システム



株式会社メンサポ
千葉大学大学院医学研究院
廣瀬素久



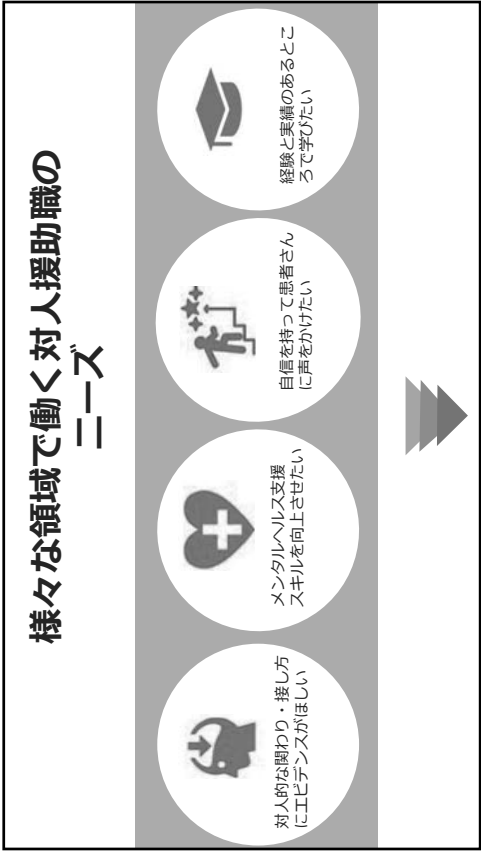
私達が挑む社会課題（社会貢献性）



未受診の人は、体調がよくないまま
職場で勤務したり、
学校や家庭で生活したり、
日常を送っている



メンタルヘルスの専門家(精神科)以外にも
対応する知識を持つ必要がある



医療従事者、非医療従事者

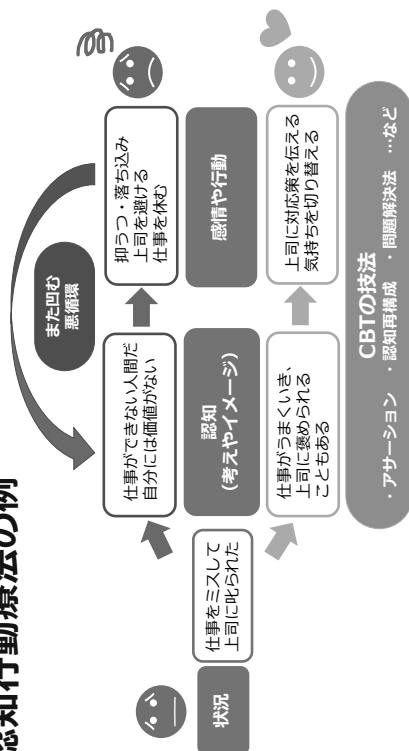
(医師、歯科医師、薬剤師、看護師等)
(教員、キャリアコンサルタント等)

が
を

認知行動療法の
スキル

千葉大学が監修

認知行動療法の例



新規性・独創性

千葉大学

メンサポ
MENTAL SUPPORT



2018年
採択

認知行動生理学が
文科省事業に採択
される

2019年
開始

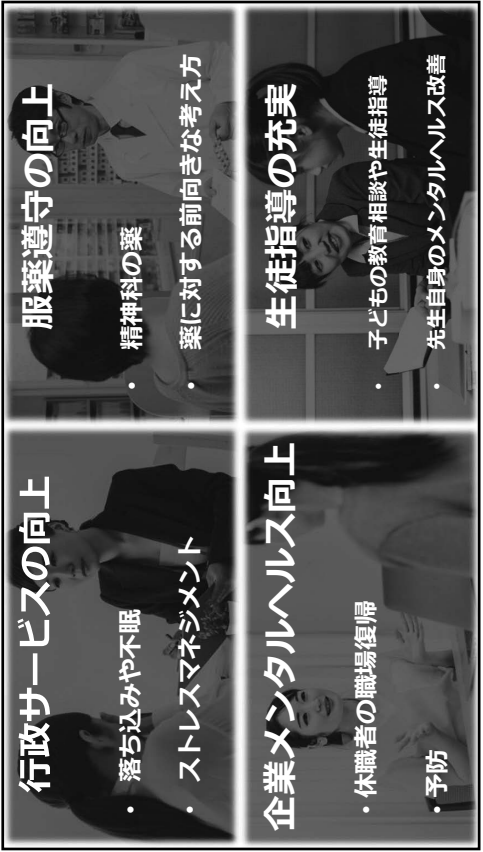
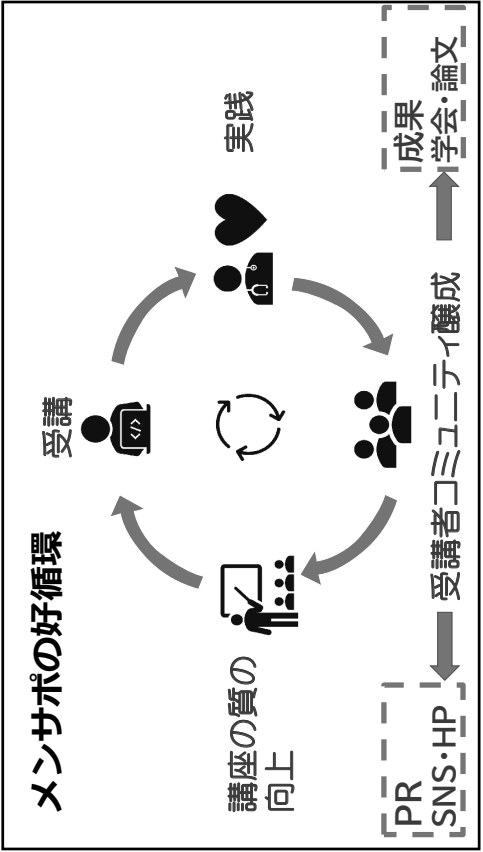
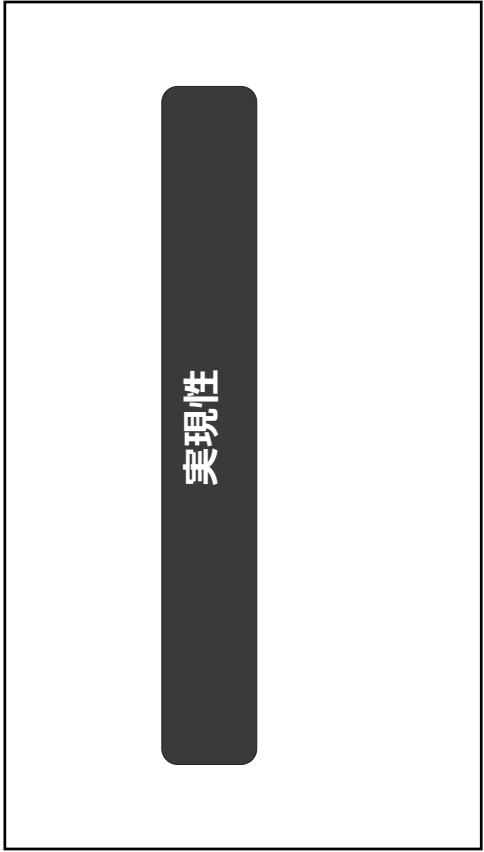
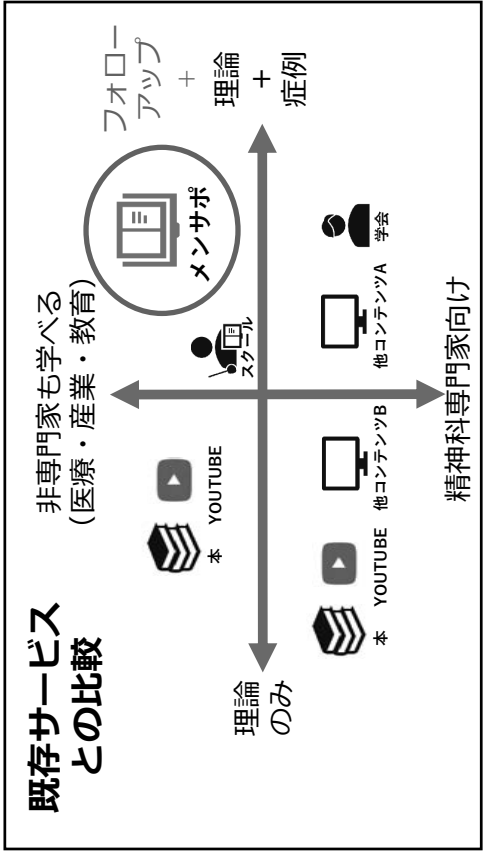
メンタルサポート
医療人とプロの連
携養成事業をス
タートさせる

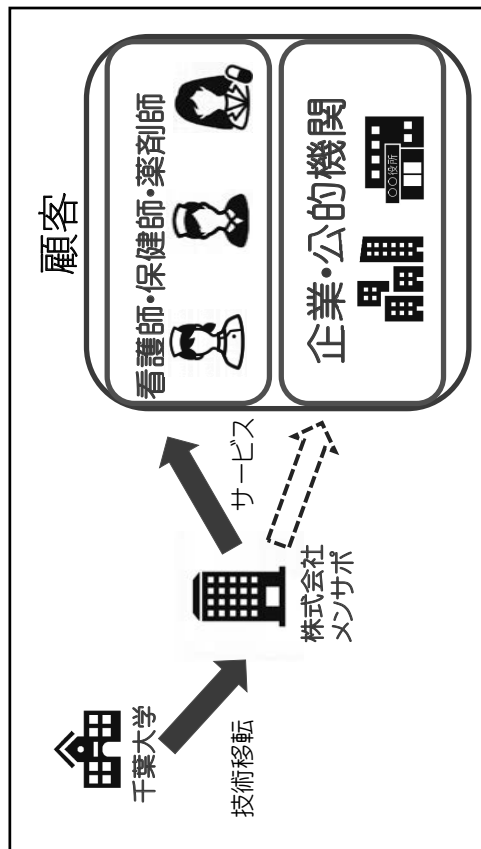
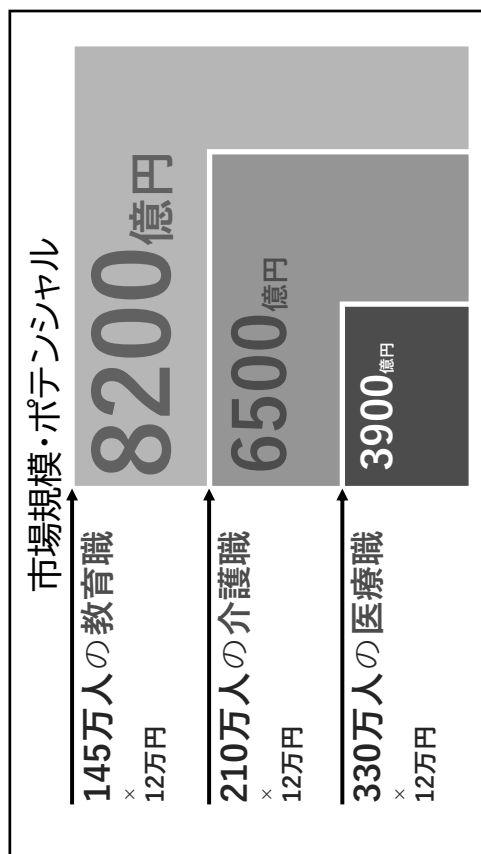
2020年
開始

千葉大学外の方も
受講できるCBT
ラーニング事業を
スタートさせる

2023年
設立

千葉大学発ベンチャーと
して株式会社メンサポ設
立、CBTラーニング事業
を引き継ぐ







清水栄司
医師

公認心理師 Ph.D
取締役
・千葉大学医学研究院
認知行動生理学 教授



廣瀬素久
薬剤師

公認心理師 Ph.D
代表取締役
・千葉大学医学研究院
認知行動生理学 助教



河崎智子
看護師

公認心理師 保健師
取締役
・大阪大学
連合小児発達学
博士3年

mission
コロナのメンテナスで人々を幸せに

vision
すべての人に認知行動療法にふれる機会を提供する




メンサボ
MENTAL SUPPORT

HP
YouTube
X (twitter)

4 シーズユナイト株式会社

■ビジネスプラン■

「ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で
日本を世界に先行させたい」
キャラクター・AI プラットフォームで
実現する「パーソナルアシスタント」

第22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

記載日 2023 年 11 月 2 日

(フリガナ)	シーズユナイト	(フリガナ)	オオタカ アツシ
会社名・ 学校名等※	シーズユナイト株式会社	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	代表取締役 大高 淳 <div style="text-align: right;">(印)</div>
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢： 50 歳
法人所在地※： 〒 260-0013 千葉県千葉市中央区中央 2 丁目 5-1 千葉中央ツインビル 2 号館 7 階			
電話番号：090-9806-4388		FAX：043-386-1658	
E-mail：Atsushi.Ootaka@csunite.co.jp		URL：https://www.csunite.co.jp	
資本金※： 5,000 千円		従業員数※： 1 人 (うちパート： 人)	
創業(予定)※：		法人設立(予定)※： 2023 年 10 月 2 日	
現在の事業内容※(概ね 60 字) ・ 3D キャラクター・アシスタントアプリケーション開発・提供 ・ スマートフォン充電スタンド設計開発 ・ キャラクター・AI プラットフォーム開発			

※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。

※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変え、ポイントを解りやすく記載してください。

2 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（概ね 40 字）

「ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で日本を世界に先行させたい」
キャラクター・AI プラットフォームで実現する「パーソナルアシスタント」

(2) ビジネスプランの概要

* 実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

<製品 1> B2C

・何を：

好きなキャラクターとコミュニケーションでき、様々な事を実行してくれる AI アシスタントのスマートフォンアプリケーション

・誰に：

コミュニケーションロボットや、スマートスピーカーに興味があるものの、費用対効果、見た目が好みではない等の理由で購入に至らないスマートフォンユーザー

（国内 約 980 万人、世界 約 5 億人）

・どのように：

アプリストア（Google Play, Apple Store）を介してアプリケーションを無料で提供

<製品 2> B2C

・何を：

疑似ホログラムで裸眼立体視体験ができるスマートフォン充電スタンド

・誰に：

xR や裸眼立体視デバイスに興味があるものの、高価なデバイスに見合うコンテンツ、体験が無いため試すことができないユーザー。スマートフォンユーザー/普段スマートフォン充電スタンドを利用しているユーザー（製品 1 のユーザーの 10%を想定）

・どのように：

インターネットや展示会等で販売

<製品 3> B2B2C

・何を：

キャラクター・AI プラットフォーム

・誰に：

初期ハードウェア開発投資や、ユーザーとの対話設計にお悩みのコミュニケーションロボット開発者の方、および、自社の IP を多くのユーザーに提供・販売したい方で、裸眼立体視用ハード開発投資やアプリ開発投資を抑えたい、ローンチ前にユーザーテストを行い初期投資リスクを軽減したいとお悩みの方、その他、キャラクターとの音声対話アプリケーションを開発したい開発者の方など

・どのように：

AI アシスタント専用の開発ソフトウェア（又は Web サイト）及び、配信プラットフォームをご提供。その他データ製作代行、最適な音声対話設計サービス等を有償にて提供。

＊この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

1. コミュニケーションロボット、スマートスピーカーの現状

Pepper や RoBoHoN、unibo、aibo 等様々なコミュニケーションロボット、Google Home や Amazon Echo 等のスマートスピーカーがリリースされましたが、各社想定より普及していません。これは、以下のような調査で報告されています。

- ・「ロボットのバブルは終わった」（電子情報通信学会誌 2021 年 4 月 No.4「コミュニケーションロボットの商業的な動向」）

- ・「停滞する国内のスマートスピーカー市場」（株式会社イード 音声アシスタントとスマートスピーカーに関するアンケート調査 UX リサーチ事業部）

価格に見合う体験を提供できておらず、スマートフォンで十分ではないかという判断をされてしまった事、最適な音声対話設計がされておらず、飽きられてしまった事が主な原因として考えられています。

また、ユーザーに寄り添う、ユーザーの個性を反映可能なアシスタントの開発には、ユーザー毎にデータを収集可能な AI アシスタントが必須となります。

この事業では、世界中の 60%以上のユーザーが所有するスマートフォンをデバイスとし（新規デバイス購入が不要）そこにアプリケーションを無料で提供する事で、ユーザーの利用に対する障壁をなくします。また一方で、キャラクター・AI プラットフォームをコミュニケーションロボット、スマートスピーカーの開発希望者、自社 IP を提供したい方々、音声対話アプリケーションを開発したい方々にご提供する事で、ユーザーに安価で気軽にキャラクター・AI アシスタントを展開できる仕組みを提供します。スマートフォンアプリをクライアント、キャラクター・AI プラットフォームをサーバーとする、キャラクター・AI アシスタントのサーバー/クライアントシステムを創造する事で、既存製品の課題を解決、新たな世界観を構築していきます。

2. 裸眼立体視（透明/空間）ディスプレイの現状

ソニー株式会社 ELF-SR1/2、Looking Glass 等、裸眼で立体に見える、或いは空間に浮いて見えるディスプレイ、光学デバイスが様々リリースされていますが、まだ普及に至っていません。これは、デバイスが高額であること及びその価格に見合うコンテンツが無い事が原因です。価格が高額であることから体験機会も、展示会等限定された場所に留まり、普及、認知が進まず開発に至らない更なる原因の一つとなっています。

この事業では、非常に安価に製作でき、ほとほと裸眼立体視体験ができるスマートフォンスタンドをオプションで提供します。

このスマートフォン充電スタンドは、スマートフォンを利用したオプションデバイスで、かつ、スマートフォンアプリケーションを併せて提供することで、既存製品の課題を解決しています。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

既存製品に対する、提供予定製品の優位性は以下の通りです。

<製品1> B2C

好きなキャラクターとコミュニケーションでき、様々な事を実行してくれる AI アシスタントのスマートフォンアプリケーション

比較対象の主な既存製品：

Gatebox、霧島レイバーチャルフィギュア LVR-01、Looking Glass Liteforms、Papper、Romi、RoBoHoN、KIROBO、unibo、LAVOT、aibo、poi-q、Google Home/Nest、Amazon Echo、LINE CLOVA デバイス

優位性：

- ・無料（コンテンツにより一部有料も検討）
- ・ユーザーは専用ハードウェアの新規購入不要
- ・キャラクター、音声、モーションデータを自由に差し替え可能
- ・通信機能を使って、IoT 機器や Web サービスとの連携機能の追加が可能

<製品2> B2C

疑似ホログラムで裸眼立体視体験ができるスマートフォン充電スタンド

比較対象の主な既存製品：

Gatebox、霧島レイバーチャルフィギュア LVR-01、Looking Glass Liteforms、ELF-SR1/2、ASKA3D、パリティミラー、JDI ライトフィールドディスプレイ、NEXMEDIA、SpatialLabs View、Nubia Pad 3D、画像走査（回転）系ディスプレイ

優位性：

- ・特許 第 7325757 号
- ・安価に製作、提供が可能
- ・高性能 GPU 搭載 PC 不要（スマートフォンとの組み合わせ）
- ・オプションデバイス（必須デバイスではない）
- ・輝度、解像度、立体感のコストパフォーマンス
- ・裸眼立体視 初期体験の手軽さ

<製品3> B2B2C

キャラクター・AI プラットフォーム

比較対象の主な既存製品：

Gatebox、霧島レイバーチャルフィギュア LVR-01、Looking Glass Liteforms、SELF、エアフレンド、おしゃべり AI 他（ChatGPT/キャラクタアプリ）

優位性：

- ・プラットフォーム特許出願済み 特願 2023-91216
- ・キャラクター、音声データ、モーションを自由に差し替え可能
- ・おしゃべりだけでなく、対話から様々な機能を実行可能
- ・ユーザー毎の対話履歴データを収集可能
- ・対話シナリオを使った生成系 AI の他、特化型 AI との連携も視野

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

<製品1>

好きなキャラクターとコミュニケーションでき、様々な事を実行してくれる AI アシスタントのスマートフォンアプリケーション

- ・スマートフォン所有者で、スマートスピーカーの購入意向があり、キャラクターが好きなユーザー 国内 約 980 万人、世界 約 5 億人がターゲットです。
- ・初期は国内 Android ユーザーのうち、キャラクターが好きなユーザー約 298 万人の 10% (30 万人) をターゲットとします。

【根拠】

スマートフォン普及率 (世界) 60% (48 億)、(国内) 77.3% (9,300 万)

スマートフォン OS シェア

(世界) Android : iOS = 7 : 3、(国内) Android : iOS = 3 : 7

(国内)「キャラクター好きな方である」52.8%

【参考】

「世界 40 カ国、主要 OS・機種シェア状況」(アウンコンサルティング株式会社 2023 年 2 月 8 日)、

「キャラクターパワーリサーチ」(株式会社講談社 C-Station 2018 年 3 月)

<製品2> B2C

疑似ホログラムで裸眼立体視体験ができるスマートフォン充電スタンド

- ・製品1のユーザーの内、10%のユーザーをターゲットとします。

【根拠】

- ・試作品の創作マーケット(BOOTH)での販売実績等から

<製品3> B2B2C

キャラクター・AIプラットフォーム

・初期ハードウェア開発投資や、ユーザーとの対話設計にお悩みのコミュニケーションロボット開発者の方

・および、自社のIP（キャラクター、音声データ）を多くのユーザーに提供・販売したい方で、裸眼立体視用ハード開発投資やアプリ開発投資を抑えたい、ローンチ前にユーザーテストを行いリスクを軽減したいとお悩みの方

・その他、キャラクターとの音声対話アプリケーションを開発したい開発者の方

をターゲットとしますが、新規サービスのため需要は未知数です。

・世界の会話型人口知能（AI）市場規模は 2022 年に 86 億 7000 万ドルであり、予測期間中に 22.6%の CAGR を記録すると予想されています。

（「会話型人口知能市場」 2023/5、EMERGEN RESEARCH, Marketysers Global Consulting LLP.）

・世界の 3D ディスプレイの市場規模は、2028 年までに 3,559 億 7,000 万ドルと評価され、2021 年から 2028 年までの予測期間に 20.36%の複合年間成長率で成長する見込みです。

（「世界の 3D ディスプレイ市場」 2021/6, Data Bridge Market Research）

※この事業で提供する製品は、3D ディスプレイ市場で直接競争を行う製品ではないため、この市場規模は適切ではありませんが、3D ディスプレイ市場の活性化に貢献できると考えています。

＊価格設定方針とその競争力

<製品1> B2C

好きなキャラクターとコミュニケーションでき、様々な事を実行してくれる AI アシスタントのスマートフォンアプリケーション

・この事業全体で見たとき、この製品は無料（若しくは安価）で広く世界に配布するべきものなので、基本的に無料です。また、既存のアプリのような広告配信は行いません。

<製品2> B2C

疑似ホログラムで裸眼立体視体験ができるスマートフォン充電スタンド

・既存製品に比べて安価に製作できること、この事業全体で見たときに、この製品単体で利益を出す必要のないことから、製品価格の 10%程度の利益となるような価格設定をします。他社既存製品はコンテンツ込みで 5 万円以上が主流なところ、製品価格は 1 万円以下で設定します。（ディスプレイデバイスを製品に組み込む必要がないため）

＜製品3＞ B2B2C

キャラクター・AIプラットフォーム

- ・既存のコミュニケーションロボットや、スマートスピーカーの初期開発費（数千万円～数億円）、専用アプリケーションの開発費（100万円～）と比較し、開発後の運用保守費も考慮し、手軽に試せる価格での提供を目指します。

- ・AIアシスタントをしっかりと開発したい法人様向けには、初期費 100 万円+200 万円（お試し 2 か月プラン）、100 万円+350 万円（お試し 4 か月プラン）からご提供します。（AI アシスタント開発型）

- ・自社 IP の配信や、音声対話アプリケーションの配信をメインとしてプラットフォームを利用されたい方には、初期費 15 万円+12 万円（お試し 2 か月プラン）からのサービス提供を予定しています。（データ配信型）

専用のハードウェア開発が必要無く、お試しでユーザーに自社 IP、AI アシスタント、音声対話アプリケーションをスピーディーに展開でき、かつ、サービスリリース後の手離れが良いため競争力が高いです。開発した自社 IP データ、AI アシスタント、音声対話アプリケーションは本プラットフォーム上で販売いただける他、別途 QR コードを使って独自販売もしていただけます。

(5) 販売方法とPR方法

- ・スマートフォンアプリケーションは、アプリストア（Google Play, Apple Store）での無料配信

- ・スマートフォン充電スタンドは、インターネット販売、展示会等での販売を行います。

- ・キャラクター・AIプラットフォームは、体験会や展示会、DM での PR の他、音声対話 UI/UX デザイン会社（ネオマデザイン株式会社）様のデモアプリ開発協力やそことの協業から、コミュニケーションロボット開発希望会社様や、自社 IP の製品を開発している企業様、音声対話アプリケーションの開発を希望される会社様向けに提案を行っていきます。

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

- 資金調達
- 販路拡大・事業提携先
- 経営パートナー
- 弁護士によるサポート

が不足しています。

他、事業実施上 AI サービスとなるため、各国ガイドライン、AI に対する規制を注視する必要があります。新たな指針、法律の施行があった場合には、サービスの継続検討、価格の検討も適宜行っていく必要があります。

情報セキュリティ上のリスクもサービス運用上伴うため、将来雇用する従業員には情報処理安全確保支援士の登録を必須とする事を検討しています。

(7) スケジュール

*現在の進捗状況

- スマートフォンアプリ” ACUAH” リリース (2020/4/19～)
- アプリケーションの追加機能開発 (研究開発段階)
- 操作マニュアル/Web ページ作製公開
- 疑似ホログラムスマートフォン充電スタンド 試作品販売
- イベント、展示会出展 (横浜未来機構 YOXO フェスティバル 2023)
- 疑似ホログラムスマートフォン充電スタンド特許取得
- 3D キャラクター・AI プラットフォーム システム特許出願
- 法人化 (株式会社) (2023/10)

*今後の予定

- 音声対話 UI/UX デザイン会社様 (ネオマデザイン株式会社様) デモアプリ開発協力
- 開発資金確保
- アプリケーション開発、バージョンアップ、保守運用 継続
- 届出電気通信事業者登録 (2024/1)
- 販売促進、広告検討、Web ページ見直し (2023/12)
- サーバー周り開発 2024/3 プロトタイプ開発終了 2024/3 販売開始
- 製品デモ、体験会開催 (2023/11～)
- 各種展示会への出展検討 2024/1～

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的效果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

- 千葉市で事業を行う（法人税収増）
- 千葉市の雇用が増える
- 千葉市に本事業に関心を持つ方が集まる事による新しいビジネスの創出
- 千葉市既存事業者とのコラボレーション

(9) 千葉市における事業展開

＊千葉市内で事業を行う目的と計画

- 千葉市で法人（株式会社）設立

＊進出の形態及び時期

- 2023 年 10 月に本社事業所を千葉市に設置

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
(単位：千円)			
	2024 年 9 月期	2025 年 9 月期	2026 年 9 月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	42,730 (42,730)	82,380 (82,380)	164,785 (164,785)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	28,271 (28,271)	25,393 (25,393)	61,469 (61,469)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	14,459	56,987	103,316
<4>販売費、一般管理費	15,639	42,875	63,951
<5>営業利益 [<3>-<4>]	-1,180	14,112	39,365
<6>営業外利益	0	0	0
<7>営業外費用	0	0	0
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	-1,180	14,112	39,365

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画				(単位：千円)	
	資金内訳		2024 年 9 月期	2025 年 9 月期	2026 年 9 月期
資金需要	運 転 資 金	CHIBA-LABO	120	120	120
		オフィス賃貸	0	1,800	1,800
		水道・光熱費	285	600	600
		通信回線費	238	300	300
		人件費・交通費	5,480	28,732	50,037
		事務消耗品	60	60	60
		業務 PC・ソフトウェア	52	312	378
		法務・知財・会計管理費	1,627	1,550	1,255
		広告宣伝費	6,500	8,800	8,800
		備品・その他経費	1,277	600	600
		開発機材・ソフトウェア	943	1,687	3,383
		サーバー	977	7,107	9,987
		キャラクター開発委託	1,500	3,000	4,500
		スタンド製造委託	5,000	5,000	35,000
	設 備 資 金	プラットフォーム開発	8,820	8,600	8,600
スタンドデザイン費		6,031			
スタンド金型		5,000			
計		43,910	68,268	125,420	

【ビジネスプラン部門】

資金調達	自己資金	5,000		
	借入金	38,910		
	（うち、今回調達希望分）	（ 12,000）	（ ）	（ ）
	投資			
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（ ）	（ ）
	その他（ ）			
	計	43,910	68,269	125,421

※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。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位：千円)

	年 月期	年 月期	年 月期
売 上 高			
営 業 利 益			
経 常 利 益			

4 応募者のプロフィール

(社会・地域貢献に対する考えがあれば記載してください)

「ユーザーに寄り添う AI アシスタント開発で日本を世界に先行させたい」

大高 淳 (1973 年 3 月生まれ、50 歳)

・主な資格：ネットワークスペシャリスト、情報処理安全確保支援士 (登録 002397)、

・経歴：

東北大学工学部 機械・知能系 航空宇宙工学科卒業

日立電線株式会社[3]～ソニー株式会社[20]～シーズユナイト株式会社を起業

・実績：

インターネット/LAN 配線設計 SE～個人/法人向け ISP 事業 (NURO/bit-drive)

ネットワーク設計・構築、運用管理

事業部門情報セキュリティ管理、法務コンプライアンス部兼務

ソニーグループ AI 倫理委員会立ち上げに参画

5 今回の応募動機 (あてはまるものに○をつけてください。)

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
(4) その他 (具体的に)

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア (名称)
(7) その他 (具体的に)

第22回 ベンチャー・カップCHIBA
ビジネスプラン部門

キャラクター・AIプラットフォームで実現する 「パーソナルアシスタント」

2023

シーズユニイト株式会社
代表取締役 大高 淳
Nov. 21, 2023

会社紹介



シーズユニイト株式会社 / CsUnite Corporation

● Mission

AIを民主化し、世界中の人々に届けること

大高 淳：代表取締役（情報処理安全確保支援士 002397、ネットワークスペシャリスト他）

1996年3月 東北大学工学部 宇宙機械学研究室卒
卒業後、日立電線株式会社 [3] 〜ソニー株式会社 [20] 〜独立（2022年10月）
企業・学内LANの構築〜法人/個人向けISPの通信網構築・運用に従事
情報セキュリティ管理や法務・コンプライアンス、AI倫理活動も兼務。
2018年 倫理的に個人が個々に育成可能なAIのためのプラットフォームが必要になると考え、
類似プログラムスマースタンドの試作、デザイン（特許取得）。
キャラクターAIアシスタントアプリの開発に着手。社内展示会に出席。
2023年1月 疫病的な検証が完了。キャラクター・AIプラットフォーム事業を創業

課題

現実的な課題（人口減少や超高齢者社会） 解決のため
SF世界の実現のため

- コミュニケーションロボット
- キャラクターAIアプリケーション
- 裸眼立体視（空間/透明）ディスプレイ

広く一般普及するには至らず



コミュニケーションロボットの課題

- ✓ 価格に見合った体験ができない
- ✓ スマートフォンで充分
- ✓ 高額な初期開発費
- ✓ ユーザーが少なくAI開発に必要なデータが集めにくい



「（ロボットの）パズルは終わった」

〈電子情報通信学会 2021.6.4日 VO.108 No.4
「コミュニケーションロボットの商業的な動向」〉

「停滞する国内のスマートスピーカー市場」

〈株式会社イード 音声アシスタントとスマートスピーカーに関するアンケート調査
UXリサーチ事業部 2022年6月29日〉

キャラクターAIアプリケーションの課題

- ✓ キャクターが固定又はプリセットから選択
- ✓ キャクターの好みユーザー数に影響
- ✓ キャクター商品を一から開発・運用



裸眼立体視（空間/透明）ディスプレイの課題

- ✓ 高性能GPU搭載PCが別途必要
- ✓ 価格に見合うコンテンツが無い
- ✓ 体験提供の機会が限られ価値が伝わらない



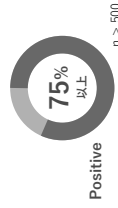
当社製品（ACUAH:アクア）



製品価格とユーザー体験を一致させ、ユーザーと一緒に製品を育てる

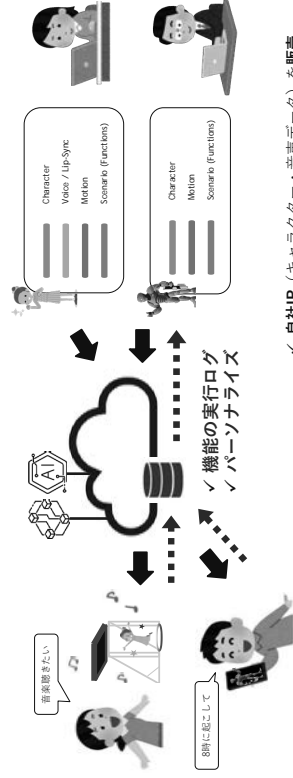
一人ひとりが自身に寄り添う「パーソナルアシスタント」を所有する世界

スマートフォンアプリ＋疑似ログラム



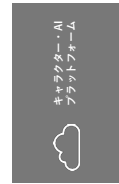
- このアプリ凄い！
- 毎日起動しています！
- 売っていないんですか？
- 売っていないんですか？
- 救われました！
- 救われました！

キャラクター・AIプラットフォーム



- ✓ 好きなキャラクター・音源に自由に切り替え
- ✓ 標準機能の他に、欲しい機能を自由に追加
- ✓ 機能の実行ログ
- ✓ パーソナライズ
- ✓ 自社IP（キャラクター・音声データ）を販売
- ✓ 自社の宣伝広告、情報配信
- ✓ キャラクター・音源対応アプリ開発、販売
- ✓ AIアシスタント機能の開発 など

優位性



- 無料アプリ
- 自由に差し替えてできるキャラクター、音声、モーションデータ
- 通信機能を使って、IoT機器やWebサービスとの連携
- プラットフォームで初期開発・運用コストを大幅に削減
- ユーザー毎に必要なデータ（機能実行履歴）収集が可能
- 対話シナリオやAIハイブリッド、配信も可能
- 自社IP（キャラクター、音声）や宣伝広告、情報などを配信
- 特願2023- 91216（システム全体及び各機能に関する特許）
- オプションで安価に楽しめる 裸眼立体視体験
- スマートフォン充電スタンド
- 特許 第7325757号

優位性



- キャラクターアシスタント
 - Gatebox
 - 露島レイ パーチャルフィギュア LVR-01
 - Looking Glass Lifeforms
- コミュニケーションロボット
 - Pepper
 - Romi
 - RoBoHoN
 - KIROBO
 - unibo
 - LAVOT
 - albo
 - pdq
- スマートスピーカー
 - Google Home / Nest
 - Amazon Echo
 - LINE CLOVAデバイス
- キャラクター・AIアシスタントアプリ
 - SELF
 - エアフレンド

優位性

※ 当社調べ（2023年7月）

	Gatebox	LVR-01	Looking Glass LibForms	ACUAH
初期費用（千円）	320	55	50（千円）	0
ランニング費(3年)（千円）	0	0	101（\$30/M）	0
本体動作 (PC/GPU必要は×)		○	×	△(スマホアプリ)
提供形態	ハードウェア	ハードウェア	ハードウェア	アプリケーション
接続方法	インターネット (Amazon)	インターネット (直販)	インターネット	インターネット (アプリストア)
キャラクター	選択 (55)	固定 (1.標準レイ)	選択 (3)	無制限 (VRM形式)
音声	選択 (55) (音声合成 MS Azure)	固定 (1.標準レイ)	選択 音声合成	無制限 (VRM形式) 固定音声データ (MP3) (音声合成 MS Azure)
多言語対応	7か国語	日本語のみ	○	OS次第で対応可能
開発環境提供	○ (キャラクター、音声、モーション、対話シナリオ等も可)	×	○	○ (キャラクター、音声、モーション、対話シナリオ等も可)
ChatGPT対応	◎ (開発中)	×	◎ (開発中)	○ (ユーザーAPI key)
サービス状況	開発中 (ChatGPT対応開発中)	提供中	開発中 (まもなく販売開始)	提供中

優位性

※ 当社調べ（2023年7月）

	Google Home Nest	Amazon Echo	LINE CLOVA	ACUAH
初期費用（千円）	4	4	9	0
ランニング費(3年)（千円）	0	0	0	0
本体動作 (PC/GPU必要は×)	○	○	○	△(スマホアプリ)
提供形態	ハードウェア	ハードウェア	ハードウェア	アプリケーション
接続方法	インターネット (直販)	インターネット (アプリストア)	－	インターネット (VRM形式)
キャラクター	－	－	固定	無制限 (VRM形式) 固定音声データ (MP3) (音声合成 MS Azure)
音声	固定	選択 (2)	－	無制限 (VRM形式) 固定音声データ (MP3) (VOICEVOX, MS Azure)
多言語対応	○	○	4か国語	OS次第で対応可能
開発環境提供	アプリケーション	スキル	○ Clava Extensions Kit	○ (キャラクター、音声、モーション、対話シナリオ等も可)
ChatGPT対応	△ (他社開発)	△ (他社開発)	－	○ (ユーザーAPI key)
サービス状況	提供中	提供中	終了 2023/3	提供中

優位性

※ 当社調べ（2023年7月）

	Paper for Home	Romi	RoboHon (3G/LTE)	KIROBO mini	unibo	LAOT	albo	poia	ACUAH
初期費用（千円）	229	55	221	43	198	499	393	5	0
ランニング費(3年)（千円）	1,093	44	65	13	720	538	0	0	0
本体動作 (PC/GPU必要は×)	○	○	○	○	○	○	○	○	△(スマホアプリ)
提供形態	ハードウェア	ハードウェア	ハードウェア	ウェア	ハードウェア	ハードウェア	ハードウェア	ハードウェア	アプリケーション
接続方法	直販	インターネット (アプリストア)	インターネット (直販)	－	直販 (VRM形式)	インターネット (VRM形式)	インターネット (VRM形式)	インターネット (VRM形式)	インターネット (VRM形式)
キャラクター	固定	固定	固定	固定	固定	固定	固定	固定	無制限 (VRM形式) 固定音声データ (MP3) (VOICEVOX, MS Azure)
音声	音声合成	固定	固定	固定	固定	音声合成	固定	選択 (3)	無制限 (VRM形式) 固定音声データ (MP3) (VOICEVOX, MS Azure)
多言語対応	2か国語	日本語のみ	2か国語	日本語のみ	4か国語 (VRM形式)	2か国語	－	日本語のみ	OS次第で対応可能
開発環境提供	× プログラミン グ限定版了	○ シナリオ エディター	○ RoboHon SDK	－	△ デベロッ パーモジュール	×	○ ビジュアル プログラミング	×	○ (キャラクター、音声、モーション、対話シナリオ等も可)
ChatGPT対応	×	◎	(他社クラウド)	－	－	×	×	×	○ (ユーザーAPI key)
サービス状況	開発中	開発中	提供中	終了 2018/12	提供中	提供中	提供中	終了 2023/2	提供中

優位性

※ 当社調べ（2023年7月）

	Gatebox	LVR-01	Looking Glass LibForms	SELF	エアフレンド	おしゃべりAI 他	ACUAH
初期費用（千円）	120	55	50 ^{※1}	0	0	0	0
ランニング費(3年)（千円）	0	0	101（\$30/M）	9	72	11	0
プラットフォームOS	ハードウェア/GPT	ハードウェア	ハードウェア/C	iOS Android	iOS Android（予定）	iOS Android（予定）	Android iOS Windows（予定）
キャラクター変更	選択 (55)	固定 (1)	選択 (3)	選択 (7)	－	無制限 (VRM形式)	無制限 (VRM形式) (動画等も対応可能)
音声変更	選択 (55)	固定 (1)	選択 (3)	選択 (7)	－	音声合成	固定 (MP3) 音声合成
静的コンテンツ配信	×	×	×	×	×	×	×
ChatGPT	◎	×	◎	◎	×	○ (ユーザーAPI key)	○ (ユーザーAPI key)
他AIとの連携予定	×	×	×	×	×	×	◎
キャラクター・パーソナリティ	○ (ChatGPT)	×	?	×	◎	○ (ChatGPT)	○ (ChatGPT) (他AI)
おしゃべり	○ (ChatGPT)	×	○ (ChatGPT)	○ (ChatGPT)	◎	○ (ChatGPT)	○ (ChatGPT) (他AI)
その他機能	LINE CLOVA連携終了 ×7	△ 自習なし 音声認識 音声認識 音声認識	?	○ 手動管理 生活サポート機能	×	?	○ (ユーザーAPI key) ? (function calling)

優位性

VS

視聴立体視 (空間/透視) ディスプレイ

- Gatebox
- 震動レイバリーチャルフィギュア LVR-01
- Looking Glass (Lifeforms)
- ELF-SRL
- ASKA3D
- バリタイミラー
- JDI ライトフィールドディスプレイ開発キット
- NEXMEDIA
- SpatialLabs View
- Nubia Pad 3D (視聴立体視タブレット)
- 画像走査 (回転) 系ディスプレイ

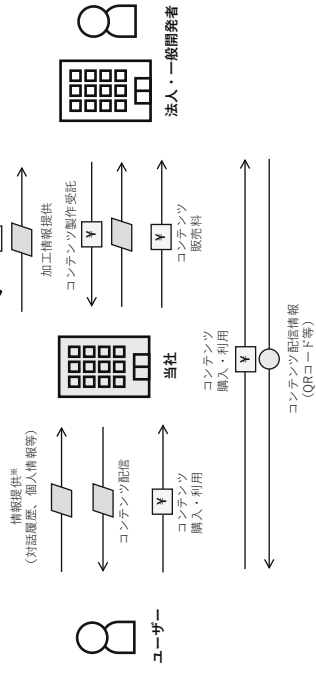


優位性

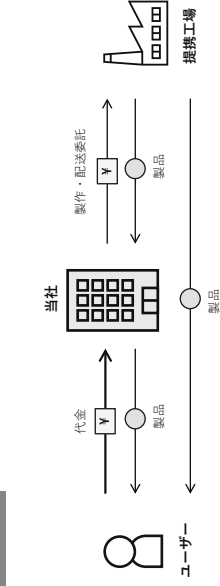
	Gatebox	LVR-01	Looking Glass Lifeforms	ELF-SRL	ASKA 3D	JDI ライトフィールド	NEX MEDIA	Spatial Labs View	Nubia Pad 3D	画像走査 (回転) 系	AGUAH
初期費用 (千円)	120	55	50 (千円)	310	50 (千円)	100	100	300	500 (6,250円)	27~	7
ランニング費 (千円/年)	0	0	0 (\$20/M)	0	0	0	0	0	0	0~	0
動作動作 (PC/GPU必要は×)	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×
コンテンツ開発	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×
方式	リアプロジェクション	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ	透過型ディスプレイ
立体感	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
画質	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
解像度	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
明るさ/視認性	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

※当社は2023年7月 他、「立体感」「画質」「明るさ」「視認性」は統一した数値測定が困難なため当社判断（「？」以外は現物確認）によるものです。

ビジネスモデル



ビジネスモデル



販売戦略

ユーザーとの情報共有

- ・技術面の課題
- ・倫理
- ・法令
- ・ガイドライン
- ・将来像

- ✓ アプリストアで配信
- ✓ 随時アップデートし品質向上
- ✓ 新たなユーザー体験を提供

- ・無料
- ・4年後30万ユーザー
- ・機能の追加、配信
- ・新たなコンテナーの配信

- ✓ セミナー、デモ、展示会等でご説明・ご提案
- ✓ 音声対話UI/UXデザイン会社と協業

- ・AIアシスタント開発型
初期費用＋お試し期間 3,000千円～
継続は月額 500千円
- ・データ配信型
初期費用＋お試し期間 270千円～
継続は月額 30千円
- ・プラットフォーム上でのデータ販売代行

- ・7千円予定
- ・アプリユーザーの10%割定

- ✓ プロダクトデザインでより魅力的な製品に
- ✓ 物理的なモノとの組み合わせ
エンターテインメントでの使い方を提案

市場規模

国内 980万
世界 5億

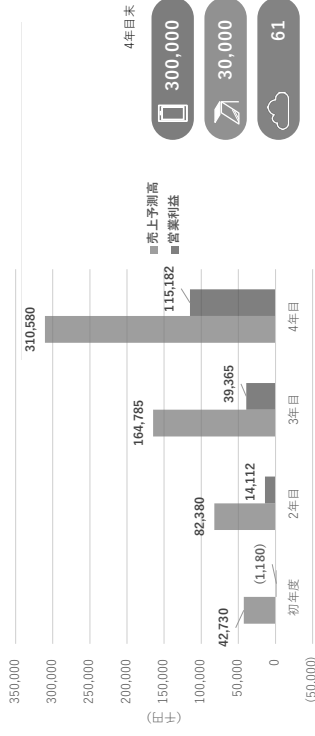
国内 12万社※1
年間売上予測
55億円以上

世界の会話型人工知能 (AI)
2022年 86億7000万ドル
予測期間中に22.6%の収益CAGR予想※2

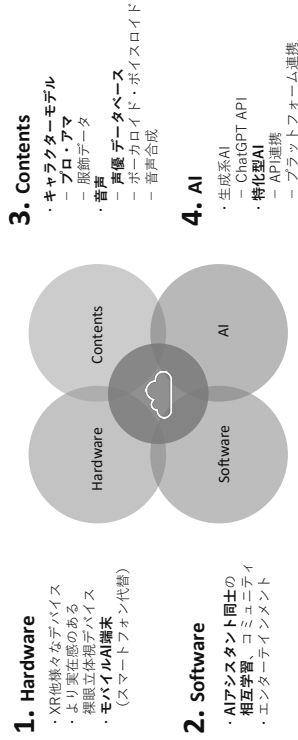


※1
2021年度国内企業の産業別数から
データプラットフォーム関連企業を抽出
※2
「会話型人工知能市場」 May 2023.
EMERGEN RESEARCH, Marketysers Global Consulting LLP.)

事業計画



成長戦略：目指す世界観



一人ひとりが自身に寄り添う「パーソナルアシスタント」を所有する世界

5 株式会社 FieldWorks

■ ビジネスプラン ■

野菜農家向け自動除草ロボットの開発

**第22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 記載日 令和5年 8月 18日

(フリガナ)	カブシキ カンパニー フィールドワークス	(フリガナ)	ヤマノベ オウ カンパニー
会社名・ 学校名等※	株式会社 FieldWorks	応募者氏名 ※法人（グループ）の場 合は代表者役職・氏名	代表取締役社長 山岸 開 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： 22 歳
法人所在地※： 〒 940-2135 新潟県長岡市深沢町 2 0 8 5 - 1 6 ながおか新産業創造センター 8			
電話番号：090-5559-2079		FAX：	
E-mail：info@fieldwork-s.com		URL：https://fieldwork-s.com/	
資本金※： 500 千円		従業員数※： 8 人 （うちパート： 0 人）	
創業（予定）※： 令和5年6月		法人設立（予定）※：令和5年6月	
現在の事業内容※（概ね 60 字） 本事業では、野菜農家向け自動草刈りロボットの開発・製造・販売を行う。 農家へのヒアリングを重ね、農家の負担を最小限の技術要素で解決できるロボットの開発を目指す。			

※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。

※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 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（概ね 40 字）
野菜農家向け自動除草ロボットの開発

(2) ビジネスプランの概要

*実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

本事業は野菜農家を対象として行う。野菜農家に直接ヒアリングを行ったり、ロボットのプロトタイプを実証実験させてもらう等のプロセスを通じて、従来の業務において多くを占める草刈り作業に代わるロボットの開発を行う。具体的には、草を刈りながら畝と畝の間を走り、自動的に往復するロボットである。

最低限の要素で目的の動作を実現することで、安価に確実に動くロボットが開発できると考える。販路としては、現状はクラウドファンディングを通じた販売を行っており、既に 3 台の販売が決定している。今後は JA 等を通じた販路拡大を目指す。

*この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

千葉市では農家の減少が深刻な課題となっている。市内の農家数は平成 17 年から 27 年にかけて 30.8%減少している。農家が行う全作業のうち、草刈りは広範囲の土地を所有する農家にとって手間と時間を要する重労働の一つとして知られる。千葉市においては里芋、人参、小松菜、ほうれん草、ネギ、そら豆等の作物の生産が盛んであり、これに伴う草刈り作業も多く発生していることが予測される。

手作業での草刈りは、限られた人手での作業効率向上の妨げとなる上、作業の危険性の高さも問題となっている。草刈りロボットの導入により、労働負担を削減したうえで効率的な作業を実現し、農家に経済的効果をもたらす。これは、現代の農業全体の課題の解決し農業の未来を支えるために必須の取り組みであると考ええる。

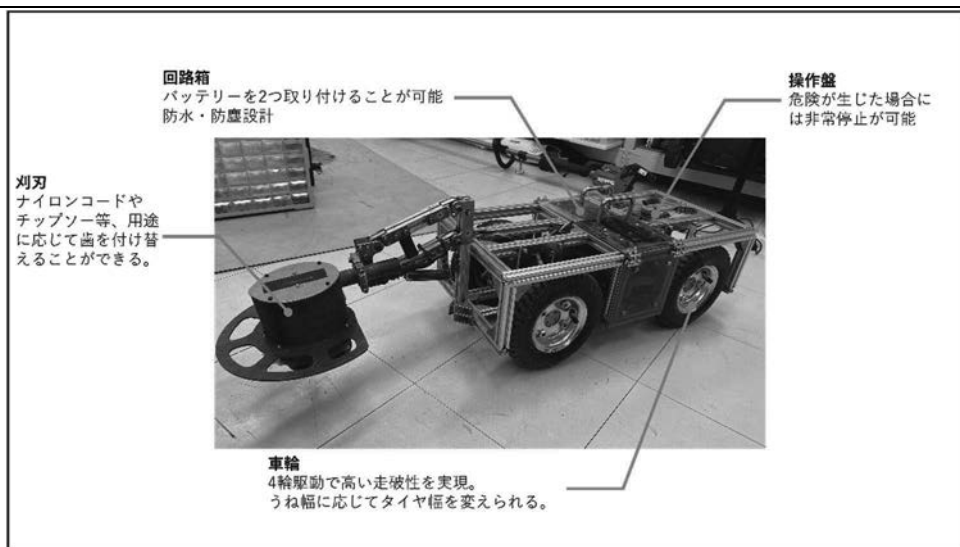
これまで主に米農家に対し市場調査を行ってきた。ヒアリングの結果、米作りにおいて草刈り作業が夏場の作業の 40%以上を占めていることが判明した。

従来の草刈り作業は刈払い機・手持ち式草刈り機で行うことが主流である。これは、刃に巻き込まれてケガを負うリスクや機械を使いこなすための技術が求められるという問題がある。そこで、既存の解決策としてラジコン式の草刈り機も存在するが、これにつきっきりで作業する必要があることや、非常に高価であるというデメリットがある。

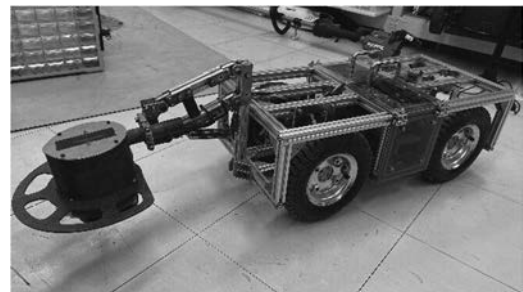
このような現状から、「ハイテクなものは要しないので手のかからないものが欲しい」というニーズがあることが判明した。

そこで我々は、米農家同様に野菜農家においても同様のニーズが存在すると予測した。一部野菜においては機械化が進んでいるが、畝間などの機械の入りにくい部分において草刈り作業が発生しており、実例として、大豆畑の畝間に歩いて入り込み草を摘んで歩く手法やネギ畑の畝間に手押し式の草刈り機を走らせる手法があることが判明している。

提案するロボットでは、畝間を自動的に走行しながらロボット前方の草刈り部で草刈りを行うことができる。以下に画像を示す。



大豆畑の畝間に入り込み草刈りのデモをする様子



最新機体では車高、車幅、重量が小さくなるよう改良

▼参考動画

<https://www.youtube.com/watch?v=pAskiWTOnJw>

畑の畝間においては、作物の種類により異なり、同一の畝においても年間を通じて幅や形状が変化する。実際に農家さんからの意見でも同様の声が寄せられた。これに対応するため、最新機体においては車幅を可変にする工夫が施されている。農作物を傷つけない工夫として、車幅とタイヤ幅の調整により、畝に乗り上げることのない設計を実現している。

弊社では開発ロボットの開発レポートを作成している。以下にリンクを示す。

▼開発レポート

https://drive.google.com/file/d/1a7R26yZaLiPc47LgflrxpRuXU2mdueGr/view?usp=drive_link

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

我々が提案するロボットのコンセプトは「草刈り中に他のことができる」ことである。従来の草刈りは、刈払い機や手持ち式草刈機を用いて行う。この作業は長時間を要する上に刃に巻き込まれる危険があることや機械を使いこなすには高度な技術を要する等の問題がある。

また、既存商品としてラジコン式草刈り機も存在するが、機械につきっきりになってしまうことや、非常に高価であるというデメリットがある。

提案するロボットでは、ロボット設置後スイッチ一つで起動することができる。これにより、農家は草刈り中に別の仕事をすることができ、生産的である。また、応用例として農家がロボットを複数台所有し、他のロボットが草を刈る間にロボットの設置と移動を行うシステムを構築できると考えており、これは他の商品にはない運用法として新規性があると考ええる。

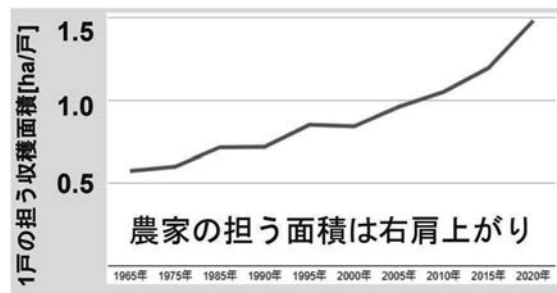
また、開発段階における優位性として、ロボット開発能力の高いメンバーが多く在籍するため高速で試作・改良のPDCAを回すことができる。実際に、半年間で6世代以上のバージョンの開発を行った。

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

市場規模として、現状の草刈りににおいて最も多く用いられる刈払い機の出荷額を参考にする。2020年の刈払い機出荷額は190億円である。これに加えて一部の自走式草刈機や二面草刈機、ラジコン草刈機等があるため、巨大市場といえる。

また、この分野の自動化の需要は今後も大幅に増加すると予想できる。右図に示すように、稲作農家1戸の担う収穫面積は右肩上がりであり、農家の負担を減らすことが急務である。



*価格設定方針とその競争力

本事業で開発するロボットと競合製品の比較を示す。現在最も一般的に用いられている刈払い機や、手持ち式草刈り機、ラジコン式草刈り機と比較する。現状、ラジコン式草刈り機は農家の負担をある程度減らすことができるが、価格が300万円以上と高価なのが難点である。我々のロボットは、100万円以内の製品でラジコン以上の負担軽減を目指す。

ベンチマークとする競合サービスや企業				
刈払い機	手持ち式草刈機	ラジコン式草刈機	FieldWorks	
車刈り場所	どこでも	広い場所に限定	広い場所に限定	田・畑のような直線的な場所に限定
価格	5~10万円	15~30万円	300万円以上 (スマート農業補助金活用可能)	50~80万円 (スマート農業補助金活用可能)
大きさ	2000mm*700mm*800mm程度	1800mm*800mm*1100mm程度	1500mm*1100mm*800mm程度	600mm*400mm*600mm程度
重量	8kg程度	60kg程度	350kg程度	25kg程度
使用方法	抱えて左右に振りながら切る	地面を転がしながら歩く	目標範囲内でラジコン操作	置いて放置するだけ。
労働負荷	高い	高い	あざから落ちないよう、操作	極めて低い

(5) 販売方法とPR方法

現在はクラウドファンディングのリターン品としての販売を行っている。既に1か月間のクラウドファンディングを行い、3台の販売が決定した。新聞やテレビ番組等に取り上げられたことによるPR効果でクラウドファンディングにも好影響を及ぼし、最終的に160万円以上を集めた。その他SNSを通じたPR等も行い、草刈り界限、ロボット界限両方へのアプローチを図っている。

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

現在の開発拠点は新潟県長岡市であり、米農家向けに田んぼのあぜを直線的に刈るロボットの開発を進めてきた。しかし、千葉市においては里芋、人参、小松菜、ほうれん草、ネギ、そら豆等の栽培を生業とする野菜農家も多い。そこで、これまで田んぼ向けのロボットの開発で培ったノウハウを畑にも適用したいと考えている。しかし、ヒアリングをさせていただける農家や現地の農業法人とのつながりがほとんどないという問題がある。このようなつながりを作るとい点についてご支援を頂きたい。

(7) スケジュール

*現在の進捗状況

草刈りロボットの開発について、これまでに6台以上のバージョンを開発した。また、農業法人等10社以上にヒアリングを行い、そのうちの一部で実証実験をさせてもらうことができた。

*今後の予定

今後1年間はプロトタイプの開発を続け、2024年の夏に本格的な製品化と一部販売を行っていききたい。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的効果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

千葉市の農業に草刈りロボットを導入することにより、以下のような社会的・経済的効果を及ぼすことができると考える。

社会的効果：

労働力の削減により、農家の手間が大幅に削減できる。これにより、他の生産活動や生活の質の向上に時間とエネルギーを投資できるようになる。

また、副産物的な効果として地域社会との新たな連携の形が生まれる可能性がある。例えば、地域の若者に技術を教えるプロジェクトや、地域全体での共同利用のシステムなどを構築することができる可能性がある。

経済的効果：

まず、コスト削減により長期的に経済的負担を軽減させることができると考えられる。

また、適切に管理された農地は高価値であり、例えば農地を貸し出す際の賃料が上がる可能性がある。また、観光資源としての価値を高め、農地を活用した観光事業（例：農業体験）が展開され、新たな収益源が生まれる可能性もある。

(9) 千葉市における事業展開

＊千葉市内で事業を行う目的と計画

事業を行う目的：

令和２年に策定された千葉市農林業成長アクションプランによると、以下の課題があげられる。

- ・担い手への農地の集積の必要性
- ・小規模農家の多さと高齢化の進行

このような背景から、農地の所有者の半数が将来土地を売却することを検討しているとのデータもある。このような状況を打破するには、少ない農業従事者で多くの仕事ができる環境を作る必要がある。

そこで、農家の一日の仕事の多くを占める草刈り作業をロボットに自動化することで上記の課題を解決しようとするものである。

また、この他にもロボット開発関連の新たな産業が生まれることで、千葉市の地域経済の活性化を図ることや、千葉市内の教育機関と連携し、ロボット開発を通じた新たな人材育成を推進する狙いもある。

プロジェクトの計画：

市と連携した事業体の設立：千葉市と協力し、公私パートナーシップの形態で事業体を設立する。また、千葉市内の大学や研究機関と連携し、ロボットの研究開発を進める。

実証実験として、千葉市内の農地で、草刈りロボットの実証実験を実施したい。このとき、現地の農業法人との連携が必要不可欠である。

現在は、新潟県内において田んぼだけでなく畑の草刈りの実証実験を行っており、将来的には全国区で草刈りロボットの販売を行いたいと考えている。その際には、さといも、ネギ、ほうれん草等をはじめとする様々な野菜の畑作が盛んな関東地区にも開発・販売拠点を設けたいと考えており、弊社 CTO の実家のある千葉市を拠点とする可能性が高い。

＊進出の形態及び時期

ビジネス展開の形態：

ロボットの販売：草刈りロボットを、農業組合や個別の農家に販売する。

レンタル・リース：購入に踏み切れない農家や、購入の判断材料として実験的に使いたい農家に対し、ロボットのレンタルやリースを提供する。

展開の時期：

初年（１年目）：事業体の設立、基本設計とプロトタイプの開発

中期（２～３年目）：実証実験の進行と製品化に向けた開発

中期後半～長期（４年目以降）：製品の市場投入とビジネスの拡大

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
(単位：千円)			
	1 年目	2 年目	3 年目
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	4,200 (1,200)	25,000 (3,000)	50,000 (6,000)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	1,280 (700)	8,150 (1,800)	11,300 (3,600)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	2,920	16,850	38,700
<4>販売費、一般管理費	2,830	15,810	36,250
<5>営業利益 [<3>-<4>]	90	1,040	2,450
<6>営業外利益			
<7>営業外費用			
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	90	1,040	2,450

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画				
(単位：千円)				
	資金内訳	1 期	2 期	3 期
資金需要	運転資金			
	設備資金			
	計			
資金調達	自己資金			
	借入金 (うち、今回調達希望分)	()	()	()
	投資 (うち、今回調達希望分)	()	()	()
	その他 ()			
	計			

※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。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位: 千円)

	年 月期	年 月期	年 月期
売上高			
営業利益			
経常利益			

4 応募者のプロフィール

(社会・地域貢献に対する考えがあれば記載してください)

私は千葉市で生まれ、千葉市の小学校・中学校に通っておりました。
 高校入学の年から新潟県の長岡高専に入学し、高専ロボコン、ロボカップジュニア、ロボマスターへの参加を通じてロボット工学を学びました。現在は長岡技術科学大学の大学院にてレスキューロボットの開発をテーマに研究活動を行っています。
 新潟の米農家とのかかわりを通じて得た知識やロボットにおけるノウハウを地元千葉に還元したいと考えています。

5 今回の応募動機 (あてはまるものに○をつけてください。)

- (1) ☒ 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
 (4) ☐ その他 (具体的に)

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
 (3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
 (6) ☒ 新聞、インターネット等のメディア (名称)
 (7) ☐ その他 (具体的に)



農作業にロボット革命を

FieldWorks CTO 高橋 我公

私たちがFieldWorksは重労働ロボットの開発を行う

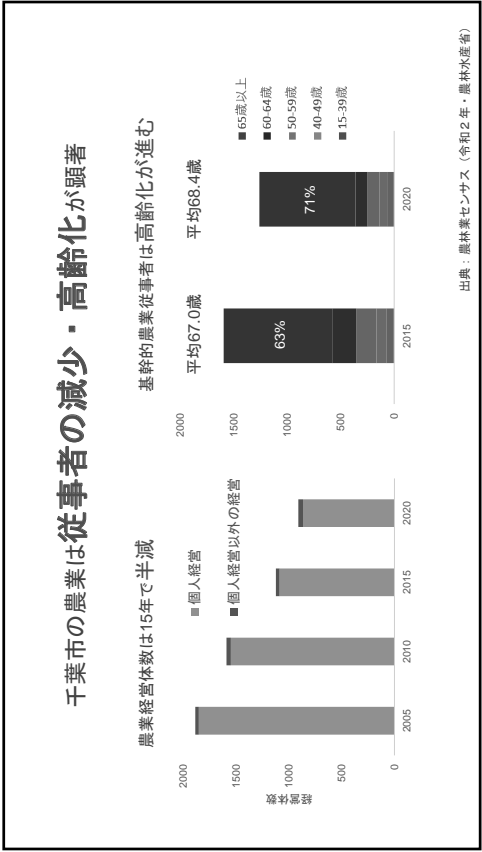
千葉市の農業事情

「農業の持続性を高め、１００年先の未来に農業と食をつなぐ」
 ― 千葉市農業基本計画

農業産出額（R2,推計値）は89.3億円(54市町村中15位)

千葉市は大消費地に隣接していることもあり、
 安定した野菜生産の需要は高い

出典：農林業センサス（令和2年・農林水産省）



ネギの例

※千葉県はネギの生産量が全国2位



除草

除草

除草を怠ると、生育不良や害虫害を引き起こす

草刈りの必要性が高く、草刈り回数が多い

除草の課題

ネギを含む多くの作物において草刈りは人力＝自動化が求められている



刈払い機

5～10万円 / 労働負荷高



自走式草刈り機

15～30万円 / 労働負荷高



ラジコン式草刈り機

300万円～ / 労働負荷低

いずれも作業中は機械につききりになる

提案するロボット



狭い畝間に入り込んで走る

コンパクト×パワフル

農家さんが使いやすい

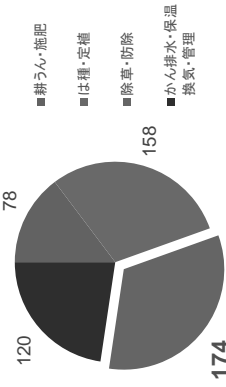
フル電動×自動走行

自動化を見越した

安全な草刈手法

導入効果

ネギ作における夏の作業時間割合(時間)



直接労働時間：10aあたり530時間

営農類型別経営統計より集計

ロボット導入 60万円/台
(一般的なラジコン草刈り機より安価)

導入するだけで草刈りを自動化

千葉市全体でコストを比較

(千葉市のネギは145経営体・40haで栽培)

導入コスト 人件費
8700万円 (買い切り) 7000万円/年

負担軽減かつ2年で人件費をカバー

(※ロボット導入は1経営体1台、人件費は1000円/かと仮定)

競合優位性 | 自社の強み

FieldWorksのロボットは「電動・自動・小型」が強み

草刈り手法としてはいまだに

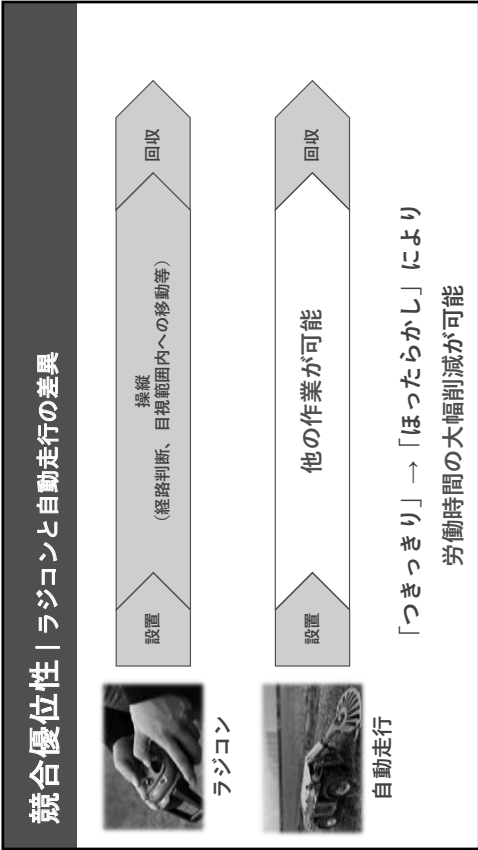
刈払い機が6割、手押し式が2割、ラジコン式が1割未満



国内の主力農業機械メーカー6社のうち、

ロボットによる自動草刈りを行うメーカーは0件

かつ、狭い畝間に入り込める草刈りロボットは存在しない



競合優位性 | チーム

全員が世界で活躍するロボコン経験者、「ロボット開発ができる」自体が強い
機械・回路・ソフトをワンストップで開発可能
超高速な開発・検証で「より必要なもの」に素早く進化し続ける



代表/開発マネジメント/営業
山岸 開
長岡高専、長岡技大卒
現 筑波大 修士
NHKロボコンベスト8
RoboMaster 2021 1st Prize



CTO/機械設計担当
高橋 我公
長岡高専 専攻科卒
現 長岡技大 修士
RoboMaster 2023 世界大会 2nd Prize
RoboCup Junior 日本7位

ほか、10名以上のロボコン経験者が開発に携わる

競合優位性 | 外部環境分析

Strength : 強み

- 高度なロボット開発技術を保有
- 自社でワンストップ開発が可能
- 開発への積極投資

Opportunity : 機会

- 少子高齢化による自動化需要増
- スマート農業推進の波
- EV化の波
- ベンチャー支援の加速

Weakness : 弱み

- 新興企業のため実績・ブランド無し
- 資本力の不足

→ スマート農業・ベンチャー支援を活用
導入実績をつくり、機展開する

Threat : 脅威

- 既存業種の参入増加
- 他業種からの参入

→ 開発力を武器にPDCAを素早くまわし続ける



技術の展開

応用例1

平地用草刈り機

果樹園・空地等

応用例2

うね間用草刈り機

ネギ・芋・大豆等

応用例3

あぜ用草刈り機

田んぼ・線路脇

ARマーカーカー内の自動走行

2023年

うね内の直線的な自動走行

うね間の移動と折り返し走行

2024年

あぜ上の直線的な自動走行

田んぼへの落下を防ぐ制御

2025年

※ー実現済ー未実現

技術の展開

平地用草刈り機

応用例1

平地用草刈り機

果樹園・空地等

ARマーカーカー内の自動走行

2023年

多くの実証実験を実施、3台の販売契約締結

技術の展開

うね間用草刈り機

応用例2

うね間用草刈り機

ネギ・芋・大豆等

うね内の直線的な自動走行

うね間の移動と折り返し走行

2024年

単一のうねにおいて自動草刈りが実現

技術の展開

平地用草刈り機

応用例3

あぜ用草刈り機

田んぼ・線路脇

あぜ上の直線的な自動走行

田んぼへの落下を防ぐ制御

2025年

想定する環境で最も高難度

新規技術の開発が必須

事業の展開

1. 課題の収集

2. 農家・法人への販売

3. 代理店を通じた販売

事業の展開

1. 課題の収集

2. 農家・法人への販売

3. 代理店を通じた販売

技術実験

19件

農地等で実証実験

15件

重刈り(人間)

8件









農家さんの意見を取り入れながらPDCAを繰り返す

意見をもとに7世代以上の機体を開発

事業の展開

1. 課題の収集

2. 農家・法人への販売

3. 代理店を通じた販売



- 農家や法人を直接訪問して実演・販売
- 計4件の販売契約を締結、1件が交渉中
- 常駐エンジニアを雇用、製品開発を加速

2023年度～2024年度

1年目	2年目	3年目
10台	30台	50台

JA等を通じた販売

- アクセスできる農家数を増やす
- メンテナンス体制を整える

2025年度～

1年目	2年目	3年目
10台	30台	50台

多くの農家に安定した供給の実現

事業の展開

1. 課題の収集

2. 農家・法人への販売

3. 代理店を通じた販売

JA等を通じた販売

- アクセスできる農家数を増やす
- メンテナンス体制を整える

2025年度～

1年目	2年目	3年目
10台	30台	50台

多くの農家に安定した供給の実現

市場規模

国内草刈り用機械の市場

約 **251** 億円
(2022生産額)

刈払い機 + トラクター用草刈りユニット, 他

成長性も高い

世界スマート農業市場
2019年 2兆円 ▶ 2025年 **3.3**兆円

国内スマート農業市場
2019年 1,209億円 ▶ 2025年 **2,116**億円

千葉市での事業展開



関東圏の開発拠点の確保

- 都市近郊農業が盛んであるため
関東拠点は必須
- 冬場の開発拠点の確保



ロボット人材の確保

- 千葉大や千葉工大のロボット人材と
ともに開発を進めたい

多人数でしかできなかった農業を、
少数でも続けられる未来の実現。



FieldWorks

6 株式会社ナイスシーズ

■ビジネスプラン■

マルチユース・高濃度次亜塩素酸水生成装置
「SAE-MUS100」の製造・販売

第22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

記載日

2023 年 8 月 18 日

(フリガナ)	カブシキガイシャナイスシーズ	(フリガナ)	ダイヒョウトリシマリヤク ナカオショウジロウ
会社名・ 学校名等※	株式会社ナイスシーズ	応募者氏名 ※法人（グループ）の場合は 代表者役職・氏名	代表取締役 中尾正二郎 ⑩
応募者区分：（いずれかに○） 個人 ・ <u>法人</u> ・ グループ			応募者年齢： 55 歳
法人所在地※： 〒 285-0837 千葉県稲毛区園生町138番地11			
電話番号：043-445-8668		FAX：03-6369-3963（インターネットFAX）	
E-mail：info@niceseeds.jp		URL：https://niceseeds.jp/	
資本金※： 3000 千円		従業員数※：1人 （うちパート：1人）	
創業（予定）※： 2008 年 12 月		法人設立（予定）※： 年 月	
現在の事業内容※（概ね60字） （1）「SAE 次亜塩素酸水」の製造・販売 （2）ペット用 SAE 次亜塩素酸水の製造・販売 （2）衛生環境改善装置の開発・販売、施工・管理、ペーパータオル、ハンドソープ、洗剤など業務用消耗品、感染症対策商品の小売・販売			

※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。

※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 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（概ね 40 字）

マルチユース・高濃度次亜塩素酸水生成装置「SAE-MUS100」の製造・販売

(2) ビジネスプランの概要

*実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

次亜塩素酸水生成装置「SAE-MUS（Multi-Use-System）100」を自社で開発、販売に着手した。※以下これを「装置」とする。

無塩の次亜塩素酸水は環境に負荷のない安全な除菌水であるが、薬機法の規定で、生成装置から直接出たものは食品添加物として手指消毒や食品の洗浄に使うことができるものの、容器に入れて販売した液体はこのような用途で使うことを勧められず、アルコールや、安全性に疑問がある次亜塩素酸ナトリウムを使わざるを得なかった。

この装置は1装置で排出口を最大3口に分岐する、「マルチユース機能」を有し、使いたい濃度を調整できるため、直接出た液体を厨房で野菜や果物の洗浄、入口で手指の消毒、下痢・嘔吐時の二次感染対策や即効消臭にと用途に応じてそれぞれの場所で利用することができる。この機構は日本初の技術である。

食の安全の確保と公衆衛生のため、保育園や介護施設、飲食店にまずは提案していくが、農業、畜産、水産業での病虫害予防とニオイ対策、環境保全にも活用していきたい。

また、新装置では無塩では業界初の100ppmの濃度の次亜塩素酸水を生成することが可能。

これをペットのマーキングなどしつこいニオイやノロウィルスなどの感染症対策に特化した「SAEプレミアム」として販売し、効力を維持するための使い切りのスプレーや開封後の品質保持に真空バイトンキャップと一緒に提案する。

*この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

無塩の次亜塩素酸水は公衆衛生だけではなく、食の安全確保、消臭対策、農業・畜産・水産業での病虫害対策にも安心して使うことができ、その応用範囲はかなり広く、多くの社会問題を解決することが期待できる。

① 保育園や介護施設など大規模調理場での食の安全の確保と公衆衛生

② 飲食店や食品加工工場での総合的な衛生管理システム

（次亜塩素酸ナトリウムやアルコールから安全な次亜塩素酸水での衛生管理）

③ 生成装置と移動式の自動水栓システムにより災害時の避難所での感染症対策

④ 農業・水産業での病虫害予防と環境保全

今回、装置を自社で企画・開発したことで、装置と問題解決のためのシステムを組み合わせることにより、今までより広く、新しい分野にアプローチすることができると思われる。

まずはマルチユースシステムで、保育園、介護施設、食品加工場などの大規模調理施設、飲食店などへ提案する。

保育園の厨房では次亜塩素酸ナトリウムで食中毒対策、手指消毒にはアルコール、嘔吐・下痢などの処理は高濃度の次亜塩素酸ナトリウムを使う、などと液体を使い分けていて、「扱いが大変」「液剤を一種類に統一したい」などという声も聞き、次亜塩素酸水が良いとわかっていても新たに液体として導入するのは薬機法的にも困難だった。

マルチユースシステムを使えば、装置から生成された液体を直接使うため食品添加物として手指消毒や歯ブラシ、コップの除菌にも使うことができ、また、何よりも将来を担う小さな子供たちに、残留性のない安心して食せる野菜や果物を提供し、健康維持に貢献できることが大きい。

さらに飲食店や食品工場でも現状では次亜塩素酸ナトリウムを使用しているところがいまだに多く、食品への残留が心配されるばかりでなく、次亜塩素酸ナトリウムの大量廃棄による廃水の生分解処理に重大な悪影響があること、すすぎ水の無駄など、環境への影響も大きい。安心・安全な次亜塩素酸水に切り替えることで手指消毒から食品、食器の除菌など幅広く使うことができ、環境保全にも寄与することができる。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

【装置】

・電解能力3倍、耐久性2倍！高い能力を有する生成装置

生成装置の心臓部、電気分解を行う電極に、通常の白金電極より能力、耐久性ともに優れたイリジウム白金電極を使用。

通常は電気分解に白金電極を使うが、電解能力も耐久性も高いイリジウム白金を次亜塩素酸水生成装置に採用したのは業界初の試み。

通常、無塩では30ppm程度の次亜塩素酸水を生成する装置がほとんどであるところ、当社の装置は100ppmと高濃度の液体を生成することに成功した。

・省電力型生成装置

これまでの生成装置は次亜塩素酸濃度50ppmの液体を作るのに24Vの電圧を必要とするが、本装置では同じように50ppmの濃度の次亜塩素酸水を生成するのに、12分の1の2Vで生成可能であるため、省電力でエコな装置となっている。



・ マルチユース型消毒用ラインの構築。1 台で 3 台分の運用可

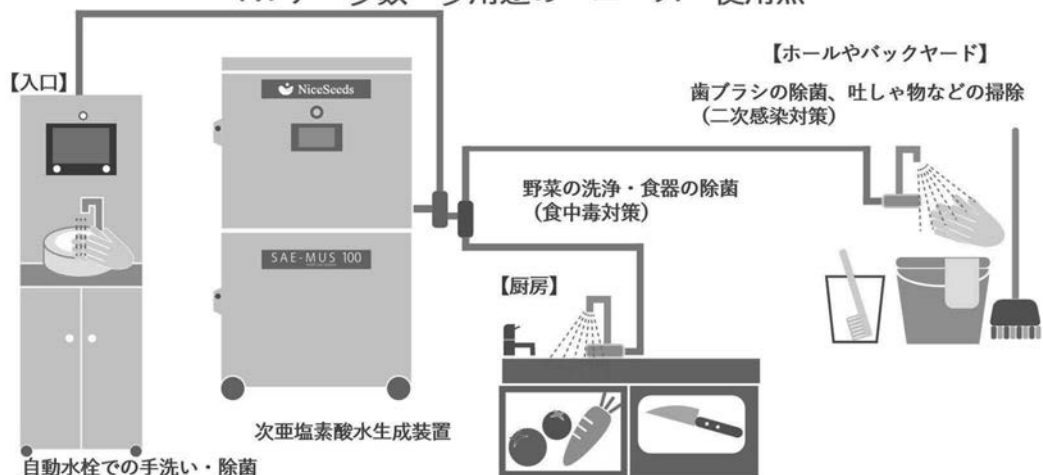
生成装置から直接出た次亜塩素酸水は手指消毒に使用することが認められているが、容器に入れた次亜塩素酸水は食品添加物、消毒剤として認められていなかったため手指の消毒、野菜や果物の除菌に使うことは施設の判断で行うこととなっており、大きな障壁となっていた。

生成装置から直結のマルチユースなラインをオーダーメイドで構築することで、入り口では手指消毒に、給食室や厨房では食中毒予防（野菜や果物の除菌に流水で使用）、嘔吐、下痢時の二次感染対策に使っていただく。

こうすることで3 台分を購入したと同じ利用法ができ、コスト的にも使用感的にもアドバンテージが高いシステムの構築が可能となった。

マルチユースシステム全体像

マルチ＝多数・多用途の ユース＝使用点



・ 濃度・pH を簡単調節

設定濃度と流量により希塩酸ポンプ流量と電解電流を同時に演算・変更し、安定した濃度を保つことができる。この流量比例機能運転により、30 ppm、50 ppm、100 ppm と用途に応じて次亜塩素酸濃度をタッチパネルで変更可能。

このような機能搭載の装置は業界初。



・安定供給

流量比例運転機能により、蛇口を開けると流量計が検知し、希塩酸ポンプ運転、電解電流値を自動調整。

減圧弁搭載により、水圧が変化しても安定した流量となり濃度も安定するため、水量、水圧に影響されず、安定した液体供給が可能となる。

・セミオーダーメイド型装置

オプションで二重電解をしたり、信号を飛ばし遠隔操作ができるなど、基本装置を用途によって発展できる仕様で、半オーダーメイドでの装置製作が可能。

デモ機は保育園用装置として60 L/hで生成し50 ppmと100 ppmの切り替え可能な装置と、飲食店用200 L/hの流量で50 ppmの濃度の次亜塩素酸水を生成する二種類の装置を作成中。

(4) 市場の状況

＊ターゲットとする市場とその規模

千葉県内認可保育所 459 所、幼稚園 127 園 (R4 年度統計) で認証、無認可を合わせると 2000 園以上ある。

微酸性次亜塩素酸水生成装置：参考価格 900,000 円

$$900,000 \times 2000 = 180,000,000 \text{ 千円}$$

【農業】

千葉県内の農家の数は約 35,420 戸。

病虫害対策システム：参考価格 1,150,000 円 (生成装置 900,000 円+250,000 円)

$$1,150,000 \times 35,420 = 40,733,000 \text{ 千円}$$

その他、飲食店や介護施設の厨房だけでもかなりの数が存在する。

また、千葉県以外の国内だけではなく、需要が高まっている海外にも提案できることを考えると市場規模はさらに広がりを見せることが予想される。

＊価格設定方針とその競争力

装置の価格は 90 万程度で決して手の出しやすい価格ではないものの

- ① 1 台で 3 台分の運用が可能
- ② それぞれの場所から用途に合わせて違う濃度の液体を供給できること
- ③ 流量比例運転機能や減圧弁搭載により、水量、水圧に影響されず、安定した液体供給が可能
- ④ タッチパネル式で流量や濃度を調整できる生成装置は通常 300 万円くらいになるが、当社はこのようなハイスペックの装置を 3 分の 1 の価格で提供可能

ということを考えるとこの価格帯でこのスペックというのはかなり優位性が高い。また、液体を月 60L 使った場合の液体の購入金額は 21,000 円ほどだが、装置を入れて 5 年リースで月 15,000 円、原料となる希塩酸は 1 L あたり 4,000 円（1 L×3 本で販売）で、次亜塩素酸水が 1,500 L 生成できる。これは液体を購入した場合、20 L（7,000 円）×75 本分、525,000 円となり、大量に液体を使うところでは装置に切り替えるコストメリットは大きい。

それぞれの施設に対しコストシュミレーションをすることで、液体購入と装置導入のどちらが適しているか提示する。

(5) 販売方法とPR方法

生成装置はカタログを作成し、まずは定期的に液体を購入されている施設に提案。それに先んじてリース会社と提携し、お客様にはリース契約を促し、月々の支払いを液体購入金額と同じかそれより下げられるような提案をする。

興味を持っていただいた施設にはモニター機を貸し出し、実際に何日間か使っていただき使い心地を実感していただく。

今まで、どちらかというと経費削減のため大事に液体を使っている印象の施設も多かったが、装置導入で色々なシーンでためらいなく感染症対策に使っていただきたい。

また、道の駅など野菜販売と飲食店両方の営業をしているような施設に対しても装置導入のメリットは大きい。

出荷前の野菜を次亜塩素酸水で洗浄することで、カビの発生防止や除菌を行い、鮮度を保つことができ、飲食店での衛生管理にも使えるだけでなく、生産者へ野菜栽培時の病虫害対策にも使える旨もアピールでき、その施設から生産者への広がりも期待できる。

さらに、自然災害が増えている昨今、災害時の避難所などで移動式の装置と自動水栓システムは活躍すると考えており、自治体や公共施設に提案していくことで導入を目指していく。（R6 年度も千葉県内の主要都市に入札希望を出す予定。）

すでに R 5 年度の千葉トライアル発注認定事業に応募済み。

装置と液体の両方で千葉市の認定を頂ければ、認定商品として販売することができ、信頼性が増し、需要が高まると期待している。

※そのほか「千葉ものづくり認定」、「日経ソーシャルビジネスコンテスト」「スタートアップピッチ Japan」にも応募予定で、次亜塩素酸水を世の中に広めるためのきっかけづくりを行う。

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

- ① ビジネスコンテスト、認証制度などの情報提供
- ② 基金や助成金などの情報提供
- ③ 協力会社や取引先の紹介、マッチング
- ④ 海外特許を含め海外展開のサポートなど

(7) スケジュール

＊現在の進捗状況

現時点で生成装置 1 号機が出来上がり、この装置で生成した高濃度の次亜塩素酸水、「SAE プレミアム」の販売を開始済み。

追って、装置 2 台が 8 月 20 日以降に出来上がる予定で、それを 1 台はデモ機械として使用し、予約注文を取っていく予定。

リース会社に話を通し、装置の契約が取れ次第リース契約もできる体制とする。

＊今後の予定

本装置とマルチユースシステムで特許出願準備中。10 月中に出願する予定で進めている。

装置は 12 月末までに計 8 台作成予定。

ナイスシーズ工場では、実際に稼働し、マルチユース仕様にするが、ここをショールームの様にし、実際に装置の性能やシステム全体を見ていただく場とする。

今期、最低 5 台の契約は取る予定。

既存のお客様への提案とともに、液体を大量に使う食品加工工場、すし屋、焼き肉チェーン、JA の選果所などを中心に新規開拓に努める。

また、今後は装置の小型化を実践していき、保育園や介護施設などでも場所を取らず、導入しやすい価格帯とサイズ感を追求していく。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的效果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

昨年「千葉市トライアル発注認定事業」で認定商品に選定していただき、千葉市内の55の直轄保育所にSAEを納品させていただきました。

保育所、一か所一か所現状について話をお伺いしたところ、感染症のガイドラインや保健所の指導により次亜塩素酸水を使いたくても、次亜塩素酸ナトリウムを使わざるを得ない状況を知った。

そもそも次亜塩素酸水は次亜塩素酸ナトリウムに代わる安全で効果の高い除菌剤として開発された歴史があり、給食室での食中毒予防や二次感染症対策、園児の手洗いなど幅広い用途で使えるが、容器に入れて販売した液体は薬機法の規制により手指や食品の除菌に使うことはうたえず、あまり影響のない用途（生ごみやおむつの除菌など）にしか使えないという声を聞いた。

これが装置から直接生成された液体をそのまま使えるのであれば食品添加物に認められているので、あらゆる用途に使用でき、残留性が心配だった食品の洗浄や二次感染予防に安全性も効果も高い次亜塩素酸水を使っていただくことができる。

次亜塩素酸水に切り替えていただくことで、公衆衛生、食の安全に大きく寄与することができる。

また、千葉市は農業も盛んである。

生成した無塩の微酸性次亜塩素酸水は有人のハウス内でも噴霧できる特定防除資材としても環境省・農林水産省からも認められている。また、トマトなどの野菜柑橘類など収穫後SAE次亜塩素酸水で洗浄することで、菌などの付着が無く新鮮な状態を保つことができるため付加価値のある野菜、果物として販売ができる。

そのほか畜産や漁業などの環境保全や病虫害対策にも使用でき、応用範囲はかなり広い。

この装置では無塩では業界初の次亜塩素酸濃度 100ppm が生成可能で、消臭力も除菌力も今までの2倍の能力があり、特に消臭にはかなりの効果を発揮する。

ニオイは精神的なストレスを大きく与えることが分かっており、高齢者、介護施設、ふれあい動物保護施設などで快適な空間を作ることにより大きく貢献できる。

(9) 千葉市における事業展開*千葉市内で事業を行う目的と計画

当社は容器を使い捨てず、回収して繰り返し使うエコ循環配送システムで液体をお届けしているため、同じ千葉市内の施設、事業所には新鮮な液体をすぐにお届けできるという大きな利点がある。

また、千葉市トライアル発注認定事業で認定商品に選定されたことや千葉市の入札資格者に登録されているため、公的機関だけではなく、民間の施設でも信頼性のある商品として認識され、アプローチしやすいと考えられる。

*進出の形態及び時期

すでに千葉市管轄の保育所、施設には試して頂いたところもあるが、今度はその実績をもとに民間保育所、施設に営業をかける。従来の SAE, SAE プレミアム、SAE 生成装置のいずれかを導入して頂けるよう提案する。

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
	(単位：千円)		
	5 年 11 月期	6 年 11 月期	7 年 11 月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	12,300 (5,100)	43,000 (30,360)	85,000 (73,000)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	4,500 (2,930)	22,500 (14,000)	48,000 (37,500)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	7,800	20,500	37,000
<4>販売費、一般管理費	11,000	14,000	23,000
<5>営業利益 [<3>-<4>]	△3,200	6,500	14,000
<6>営業外利益			
<7>営業外費用			
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	△3,200	6,500	14,000

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画			（単位：千円）		
	資金内訳	5 年 11 月期	6 年 11 月 期	7 年 11 月期	
資金 需要	運 広告宣伝費	50	500		
	転 特許出願費用	300	1,000	5,000	
	資 開発費・装置製作	5,300	13,500	36,000	
	設 水道・配管工事	200		2,000	
	備 工具・部材費用	240	1,200	5,000	
	資 金				
	計	6,090	16,200	48,000	
資金 調達	自己資金	1,090	6,200	18,000	
	借入金	5,000	10,000	30,000	
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（ ）	（ ）	
	投資				
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（ ）	（ ）	
	その他（ ）				
	計	6,090	16,200	48,000	

※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。

3 財務状況 （既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載）（単位：千円）

	4 年 11 月期	3 年 11 月期	2 年 11 月期
売 上 高	7,161	8,903	24,544
営 業 利 益	△9,543	△6,769	△4,297
経 常 利 益	△8,232	△6,604	△4,527

4 応募者のプロフィール

（社会・地域貢献に対する考えがあれば記載してください）

2015年より微酸性次亜塩素酸水と出会い、開発や普及活動をしています、いまだに知らない方がほとんどではないでしょうか。次亜塩素酸ナトリウム、アルコール消毒液など戦後からある消毒液・除菌剤は良いところもありますが問題点も多くあります。

食品工場や大量調理の現場のほとんどで使われている次亜塩素酸ナトリウムは、有機物との接触で発がん性のあるトリハロメタンを生成したり、一気に酸性に傾くと塩素ガスが発生し、取扱いに注意が必要だけでなく、そのような成分が食品に残留し、健康被害を起こす可能性があります。また、大量廃棄の場合、排水の生

分解処理に重大な悪影響があり、大量のすすぎ水が必要で、環境負荷が大きいという問題があります。

また、アルコール消毒液も引火性があり、高濃度のため耐性菌をつくることや、アレルギーを引き起こすこともあります。

これらの消毒液に代わるものとして開発された次亜塩素酸水は作用するウィルスや細菌の範囲も広く、効果が高いのに、安全で、殺菌対象や環境への影響がほとんどない優れた液体です。ただ、薬機法により、装置から直接出た液体は食品添加物に指定されているものの、容器に入れて販売した段階で手指消毒に使うことを奨励できない、という規定がある為、次亜塩素酸水が広く使われるに至らなかった背景があります。

この度、長い間構想を練ってきた生成装置を自社で開発、販売するに至り、装置から直接出た液体をそれぞれの場所でそれぞれの用途で使えるマルチユースシステムを考え出したことで、手指消毒やうがい、歯ブラシの除菌など、衛生管理全般に次亜塩素酸水を使うことが出来るようになりました。

また、大量に液体を必要とする、農業、畜産、水産業の分野での除菌、病虫害対策、環境保全にも役立てることができます。

次亜塩素酸水は、感染症予防はもちろん、数々の社会問題を解決できる、大変ポテンシャルの高い液体です。

私たちは 日本だけでなく、世界中の人々に良さを実感して頂き、次亜塩素酸水の普及を通じて、社会貢献をしていきたいと考えています。

5 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
(4) その他（具体的に ）

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称）
(7) その他（具体的に）

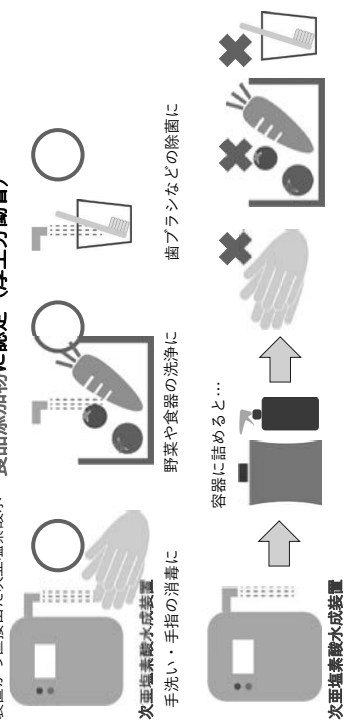
マルチユース・高濃度次亜塩素酸水生成装置 「SAE-MUS (Multi Use System) 100」 の製造・販売

～真に安心・安全で環境負担のない
消臭・除菌剤の普及を目指して

2023年11月2日
NiceSeeds 株式会社ナイスシーズ

次亜塩素酸水が広がらない理由と 装置開発の背景

装置から直接出た次亜塩素酸水＝食品添加物に認定（厚生労働省）



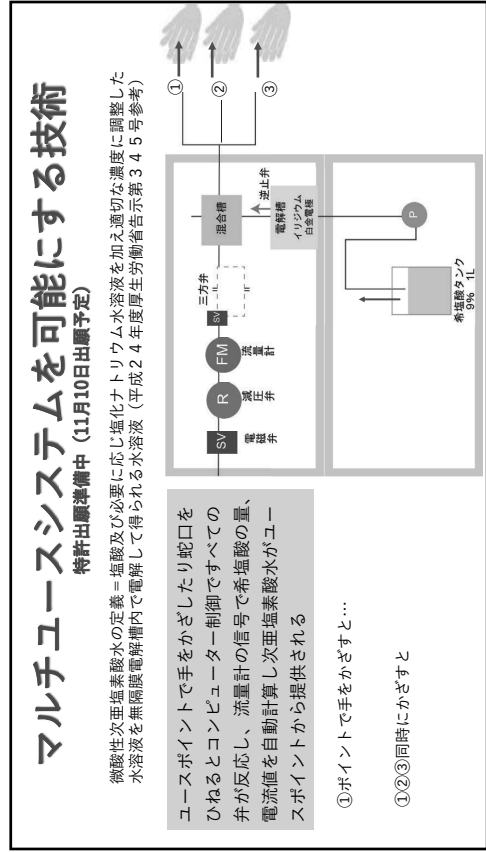
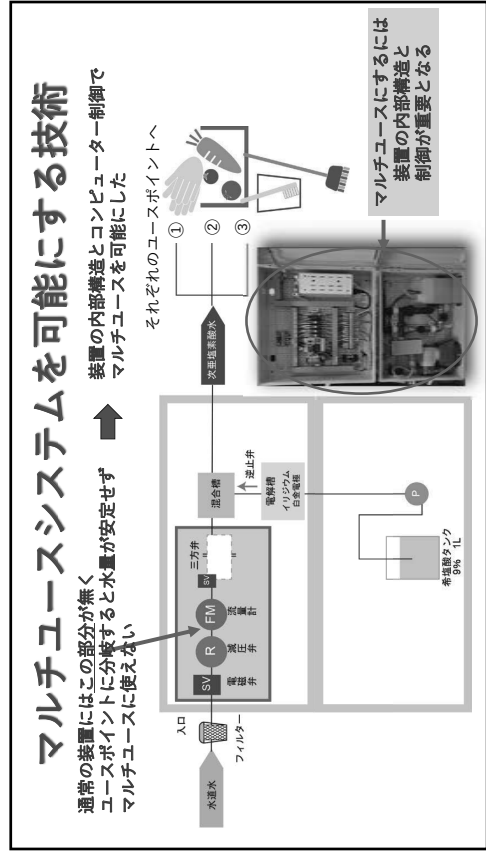
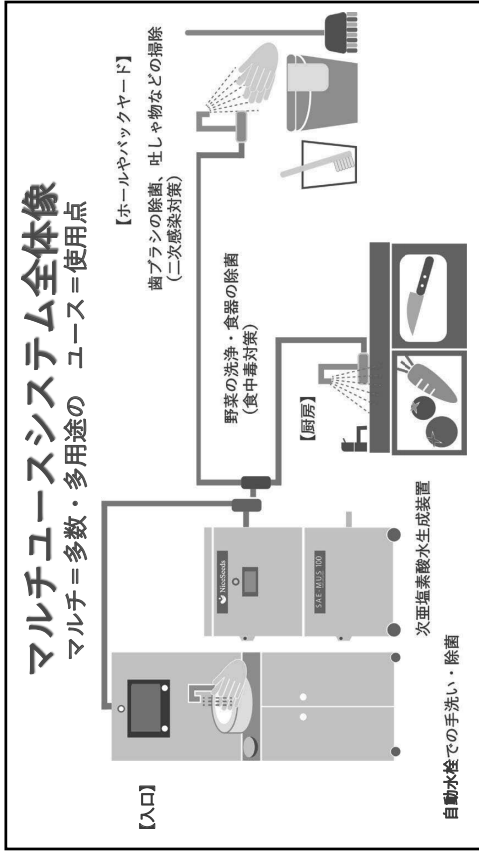
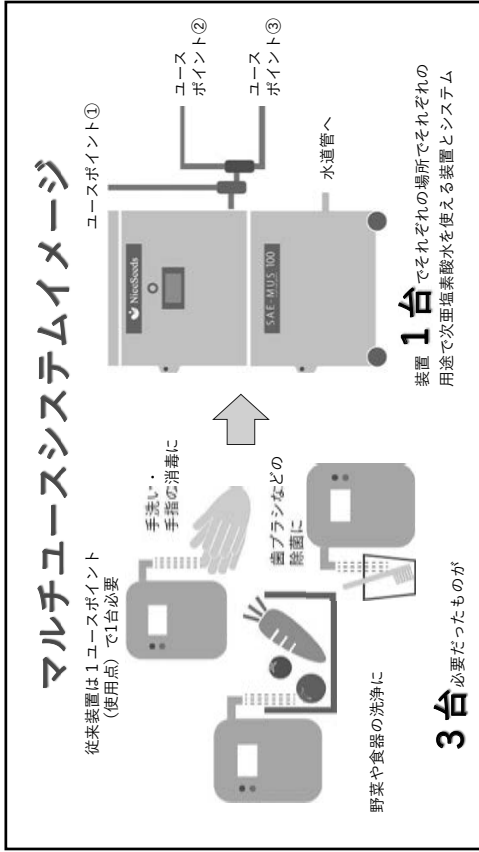
次亜塩素酸水とは



この安心・安全な液体を
手指や食品、口に入るものの除菌に
使えるようにしたい



微酸性次亜塩素酸水生成装置の開発と
マルチユースシステムの構築へ



他社装置との比較					
	H社型	M社型	B社型	ナイスサイズ SAE-MUS100	
生成能力 (L/h)	300L/h	300L/h	320～400L/h	300L/h	
生成可能な次亜塩素酸濃度	40～50ppm (40ppm程度)	10～30ppm (15ppm程度)	15～20ppm	40～50ppm	
消費電力	75W	75W	150W	17W	
価格イメージ	300万円程度	154万円程度	-----	120万円程度	
ユースポイント	1箇所のみ	1箇所のみ	1箇所のみ	最大3か所程度	
濃度の変更	技術者による設定 変更による	運転・停止ボタン のみ	技術者による設定 変更による	タッチパネルで 単操作	

移動式自動水栓部分の活用

液晶モニターに次亜塩素酸水についての動画が流れる

人感センサーで人が来たら反応し

タッチパネルで濃度、供給量を簡単設定

特別な自動水栓により非接触で手洗い・除菌が同時に行える

移動式で災害時の避難所など人の集まる場所での感染症対策にも！

移動式自動水栓部分内部と用途

次亜塩素酸水の有効性や季節の感染症対策の情報、苦味などをミックスしたコンテンツをお客様に合わせて作成し、手洗い・除菌を有名無実化することなく実行していただく

雨水がたまっあふれないよう水漏れ防止センサー付プザーやスマホでお知らせ

タンクはカートにのせて楽に運べるように

除菌後に手をふいたペーパータオルのごみ箱

非接触、情報発信で衛生管理を啓蒙。ひとりひとりの意識の高まりで予防対策に寄与！

あまり使う人のいなくなった入口の消毒

災害時に活躍！

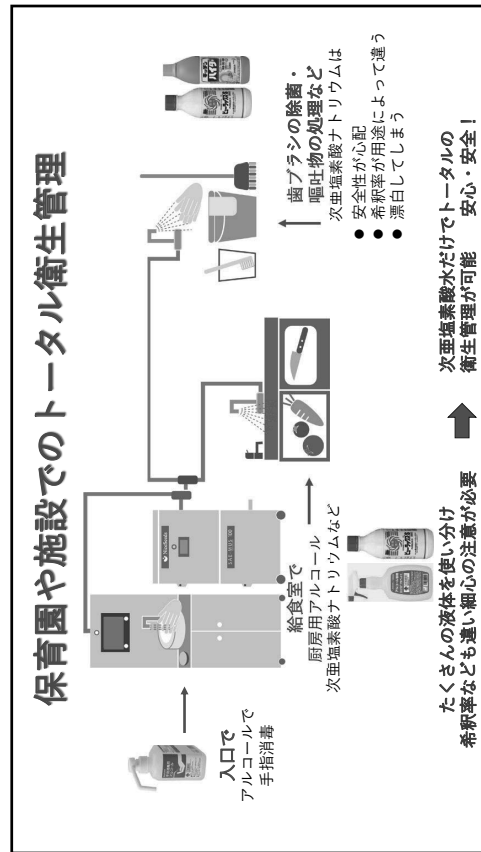
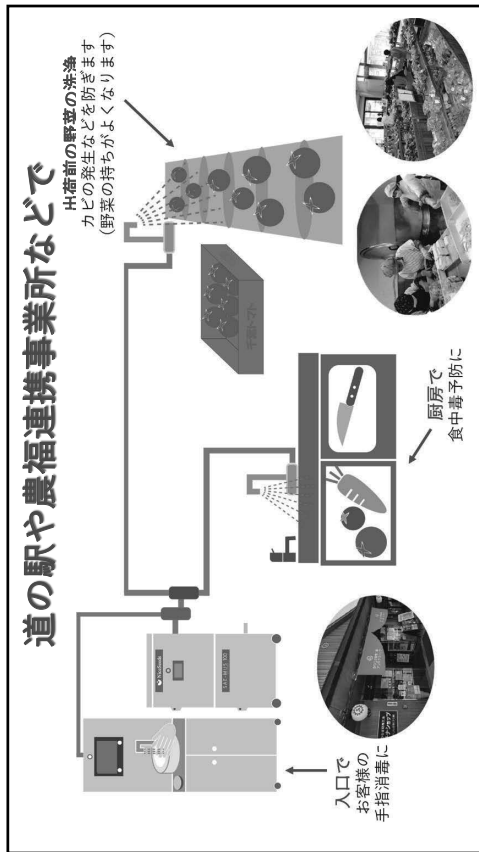
ライフラインが止まっても起動できるようにする

発電機

水をくみ上げるポンプ

20L 備蓄飲料水

病院や避難先での感染症対策に 各自治体に提案。災害対策として導入を検討して頂く



全国の自治体、JAでの導入事例

JA尾張中央
コロナ対策で全店舗に装置設置

JA鳥取中央
長いもの集荷貯蔵施設に洗浄装置として次亜塩素酸水生成装置を導入

JA紀州
情報あふれる産地づくりを目指して

JAさがえ西村山
水耕システムに生成装置を活用

JAアズノ
群馬県本部

JAアズノ
群馬県本部

JAアズノ
群馬県本部

JAアズノ
群馬県本部

JAアズノ
群馬県本部

JAアズノ
群馬県本部

次亜塩素酸水生成装置が導入され、農産物の洗浄やコロナ対策に使っているが、1装置1用途なのでマルチユースシステムの導入は今後このような分野でも広がっていくと期待される

置き換えコストシミュレーション①

液体購入→装置導入

SAE20L 7,030円 x 3本 =
(60L)
21,090円

生成装置120万円 + 希塩酸 1L 4,000円
□ 装置は7年リースで月々14,300円
□ 希塩酸1Lで次亜塩素酸水1,500L生成可能

月々 15,000円弱
(14,300円 (リース代) + 159円 (60L生成した場合の希塩酸代))

□ 新鮮な液体をためられないなく使用することができ！
□ 他の除菌剤から安心・安全な次亜塩素酸水のみを使った衛生管理が可能に！

置き換えコストシミュレーション②
 他の除菌剤→装置導入

入口で
給食室で

歯ブラシの除菌・嘔吐物の処理など

生成装置120万円 + 希塩酸 1L 4,000円

22,600円程度 → 月々 15,000円弱
 ※千葉県市内介護施設建設施設にヒアリング
 (14,300円 (リース代) + 159円 (60L生成した場合の希塩酸代))

☒ 色々の除菌剤を使い分けする必要がなくなる！
☒ 健康被害無し！
☒ アルコール、次亜塩素酸ナトリウムでは不可能だった空間除菌が可能に！

ナイスシーズでは
 次亜塩素酸水生成装置と
 マルチユースシステムを組み合わせた移動式の装置を
 飲食店、保育園などの施設、災害時の衛生管理や
 農業分野にまで応用することで
 様々な社会問題を解決し
 貢献をしていきたいと思えます。
 ご清聴ありがとうございました。

NiceSeeds 株式会社ナイスシーズ

ビジネスアイデア部門

応募資格

斬新な発想と工夫によって社会課題の解決を図ろうとするビジネスアイデアを考えている方で、以下の1～3のいずれかに該当する方

1. 近い将来に千葉市内で創業することを検討している方
 2. 学校教育法に規定する大学（大学院を含む）、短期大学、高等専門学校、専修学校、高等学校若しくは日本国内のこれらに準ずると認められる学校に在籍する学生（聴講生等を除く）である方
 3. 職業能力開発促進法に基づき、国が設置した学校に在籍する学生（聴講生等を除く）である方
- * 過去に本事業においてグランプリ、準グランプリ又は優秀賞等を受賞した者は、受賞時のテーマとは異なるビジネスアイデアであれば応募は可とする。
 - * 応募申込時において、他のビジネスプランコンテスト等で受賞実績のないビジネスアイデアに限る。（他のビジネスプランコンテスト等に応募中のビジネスアイデアは可。また、受賞実績がある場合でも、学校内で開催される学内コンテスト等の参加資格が限定されたビジネスプランコンテストで受賞したビジネスアイデアは可）
 - * 法人またはグループでの応募の場合は、代表者が当該資格に該当すれば、当該法人等として応募資格を有するものとする。

審査委員

審査委員（氏名 50 音順、敬称略）

氏 名	所 属・役職等
石 井 伸 暁	合同会社 B L M ビジネスラボ 代表社員 中小企業診断士
菅 原 信 治	株式会社 L U P I N U S 代表取締役
田 中 政 吉	株式会社 エイピス 代表取締役
永 田 洋 子	株式会社 P L U S - Y 代表取締役

※ 書類審査は公益財団法人千葉市産業振興財団役員 3 人及びコーディネーター 3 人

表彰

グランプリ	副賞（賞金 20 万円）
学生賞	副賞（賞金 10 万円）
優秀賞	副賞（賞金 5 万円）

※希望者には CHIBA-LABO 1 年間（1 人）利用無料特典を付与

発表者及びビジネスアイデア概要

No	学校名・グループ名等	代表者名	ビジネスアイデア名
	ビジネスアイデア概要		
1	千葉明德高等学校 The best kid	榊原 大樹	ボトル専用自動補充販売機「彩煌」 ～マイボトル推進を込めて～
	<p>マイボトルを普段から使用する人や空のボトルを補充したい人を対象とした脱プラスチック・炭素を推進する直接補給型の自動販売機。従来の飲料系自動販売機やウォーターサーバーと異なり、空のボトルに提示された飲料を補充可能、何度も利用することで、脱プラスチック・炭素を加速可能。ペットボトルの小分け作業やゴミの回収作業が大幅に減少可能、それにより費用と時間を削減可能。商店や既存の自動販売機と比べ、従来の値段よりも安価で製造・販売、小分け作業が必要なくなり販売本数の増加が可能。千葉市内では今マイボトル使用運動という活動を行っており、それと連携することで、マイボトルの使用率を上げると同時に、ペットボトルゴミ等のプラスチックゴミの削減や脱炭素の促進に繋げることが可能。</p>		
2	一橋大学	沖野 綾仁	高校生が納得いく進路選択を！教えて人生の先輩！ 高校生×社会人・大学生の繋がり の創出
	<p>本アイデアは、高校生と社会人のマッチングプラットフォームを作り、社会人との対話を通して高校生へ幅広い価値観と数多くの進路選択肢を知ってもらうものです。</p> <p>課題感としては、地方の高校生にとって大学選択肢の幅が狭い上、そもそも選択肢を「知る」機会が乏しいこと、大学を学びの場として位置付けている人がいないこと、高校生のうちからキャリア・将来について考える機会が少ないことが挙げられます。</p> <p>このサービスを通して、キャリアや大学の選択肢を知ることが目的です。学生時代から社会人との接点を作ることで、大学や職業についての知見を増やしていき、キャリア観の形成に生かすことを意図しています。社会人と高校生のタテの繋がりのみならず、このコミュニティを通して、協力してくださる社会人同士のヨコの繋がり、全国の高校生同士のヨコの繋がり創出し、何か新しい価値を提供できるのではないかと考えています。</p> <p>全国津々浦々の高校生に利用していただき、立地によらない将来の可能性を広げることを期待しています。そして地方格差・教育格差という言葉が聞こえないようにしたいです。</p>		

	城西国際大学大学院	曹 放（ソウホウ）	スマート農業データベースの構築及びプラットフォームによる新サービス創出
3	<p>千葉市は、その気候や土壌条件が多様で、さまざまな農産物の栽培に適した地域である。しかしながら、気象条件や病虫害の発生状況は日々変動し、農家はこれらの変化に対応しない。そのため、私たちは農業病虫害監視システムを導入し、農業の効率性と持続可能性を向上させることを目指している。</p> <p>農業病虫害監視システムは、IoT（モノのインターネット）技術に基づくソリューションであり、農業者が作物の栽培プロセス中の環境状況を監視するのに役立つことを目的としている。主に病虫害、土壌の品質、灌漑状況などの重要な要素が含まれ、農業生産に知識のある意思決定を支援する。このシステムは、センサー、データ収集機器、クラウドプラットフォームなどのテクノロジーを使用して、リアルタイムの監視、データ収集と分析を実現し、正確な環境情報と警告を提供し、農家が害虫や病気の予防と管理、作物の改善のためのタイムリーな措置を講じることを支援する。このプロジェクトは、IoT 技術を基盤として、新技術とスマートインフラの最適化された統合、データイノベーションの統合を通じて、農業全体のスマートなイノベーションを可能にし、スマート農業のエコシステムを構築する。</p>		

1 千葉明德高等学校 The best kid

■ビジネスアイデア■

ボトル専用自動補充販売機「彩煌」
～マイボトル推進を込めて～

第22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

記載日 2023 年 9 月 1 日

(フリガナ)	チバメイトクコウトウガッコウ ザベストキッド	(フリガナ)	サカキバラ タイキ
学校名・ グループ 名※	千葉明德高等学校 The best kid	応募者氏名 ※グループの場合は 代表者役職・氏名	榊原 大樹 (印)
応募者区分：(いずれかに○) 個人 <u>グループ</u>			応募者年齢：17 歳
連絡先：個人のため非公表 連絡を取りたい場合は、(公財)千葉市産業振興財団までお問い合わせください。 電話番号：043-201-9504 E-mail：sangyosozo@chibashi-sangyo.or.jp			
創業予定※： 年 月		法人設立予定※： 年 月	

※学校名・グループ名、創業予定、法人設立予定は該当者のみ記載してください。

2 ビジネスアイデアについて

(1) ビジネスアイデア名（概ね 40 字）

ボトル用自動補充販売機「彩煌」 ～マイボトル推進を込めて～

(2) ビジネスアイデアの内容

*実現しようとする製品、サービス等の内容

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

・販売対象

マイボトルを使う幼稚園児から大学生までの学生と普段からマイボトルで生活する人、空のペットボトルを持っている人。

・内容

従来の飲料系自販機やウォーターサーバーとは違い、本サービスはその名の通りマイボトルや空のペットボトルに提示された飲料を補充して、何度も利用することで、ペットボトルの廃棄率減少を更に加速させる。また、ペットボトルを小分けにして入れる作業が減り、コストと時間が削減できる。

＊アピールポイント、他との違い

用いた新たな手法や技術、斬新な考えなどを踏まえながら記載してください。

システムを実装することで、ペットボトル使用率の減少とそれによる脱炭素の促進、さらにはポイ捨てされるゴミの削減ができる。実装すればペットボトルは1年で234億本から58億本に減り、二酸化炭素は約620万トンから155万トンまで減少し、環境問題解決に貢献できる。

※従来のマイボトル給水機との違い

- ・ 販売時に普通のペットボトルの値段より安く提供する点
- ・ 給水機の中にある水と同じメーカーのペットボトルを無くすことでこのプランの使用率を高める点
- ・ ポイント制が導入出来る点
- ・ 補充する量を選択し、その量に応じて値段が変えられる点

＊「ビジネス」として成立する理由

本事業が利益の見込める「ビジネス」である点について記載してください。

- ・ 従来の自動販売機よりも安価で製造できる
- ・ ペットボトルに小分けする必要がなく、個数を多くすることができる、それによって販売本数も増える。
- ・ ゴミが無くなることで、ゴミ回収の人件費が削減できる。

(3) この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

- ・ 海洋プラスチック問題による約10万種の海洋生物の死亡や、波等の影響で海を漂うことにより、多くの場所で同じ問題が起こる問題。
- ・ 日本のプラスチックリサイクル率が2012年から80%を超えているが、その半分以上がOECDの基準でリサイクルとして認識されていないサーマルリサイクル(廃プラスチックを燃やして、その熱をエネルギーにして再活用するリサイクル)であるという問題。
- ・ ポイ捨てされるペットボトルが海岸付近に多くある問題。

(4) 課題解決後の未来展望

課題の解決によってもたらされる、将来の千葉市の姿について記載してください。

自販機から飲み物をマイボトルに補給し、それによってマイボトル使用率が上昇してペットボトルをあまり使わなくなる。それによりペットボトルのゴミが減少して回収する必要が無くなる。

(5) 千葉市内で事業を行う目的

千葉市内では今マイボトル使用運動という活動を行っており、それと連携することで、マイボトルの使用率を上げると同時に、ペットボトルゴミ等のプラスチックゴミの削減や脱炭素の促進に繋げることができる。

3 応募者のプロフィール

- ・チーム名 「The best kid」
- ・由 来 精鋭になりたいから
- ・メンバー

高校2年生 榊原 大樹
// 木村 元信
// 中村 伊吹
// 渡邊 颯斗
// 三上 陽生
高校1年生 釜付 陽斗
// 白川 健祐

- ・提案者：榊原大樹のプロフィール

2006年12月3日生まれ

英語技能検定2級を取得。今年の夏に第25回世界スカウトジャンボリーに千葉県代表として参加し、世界で起こっている問題に他国の者と交流しながら独自の解決案を立案。また開催場所である韓国にてプラスチックゴミの不法投棄を知る。

4 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得
(3) その他（具体的に 高等学校の総合探究での取り組み ）

5 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称 ）
(7) その他（具体的に 高等学校の総合探究での取り組み ）



社会問題の解決に向けて

榑原・木村・中村・三上・渡邊・白川・釜付

目次

Contents

- ① 既存の問題
- ② 解決策の提案
- ③ 他との差別化
- ④ 解決策の変化と普及



01

Chapter 1 Sakakibara Group

第一章.The best kid

既存の問題



海洋プラスチック問題



海洋プラスチックによって、、、

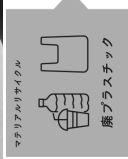
海洋環境を破壊

海洋生物の
死亡

海洋産業に
悪影響

観光客の
減少

マテリアルリサイクル



マテリアルリサイクル
瓶プラスチック



瓶プラスチック
原料化



瓶プラスチックの再利用

ケミカルリサイクル



ケミカルリサイクル
瓶プラスチック

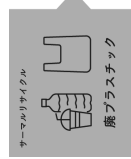


瓶プラスチック
分解

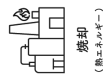


モノマーや有用な
化学原料に変換

サーマルリサイクル
(OECDの基準ではリサイクル
として認識されていない)



サーマルリサイクル
瓶プラスチック

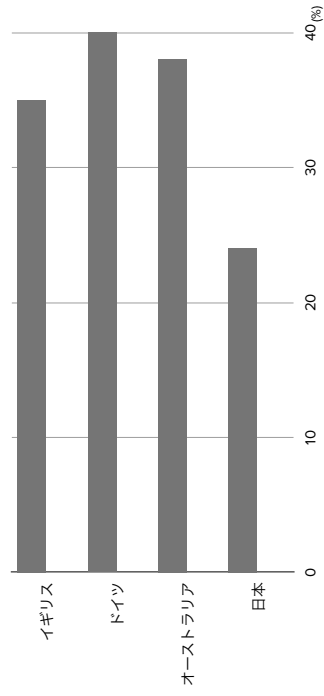


瓶プラスチック
焼却
(熱エネルギー)



燃焼利用、発電、
固形燃料化など

サーマルリサイクルを含まないプラスチックリサイクル率

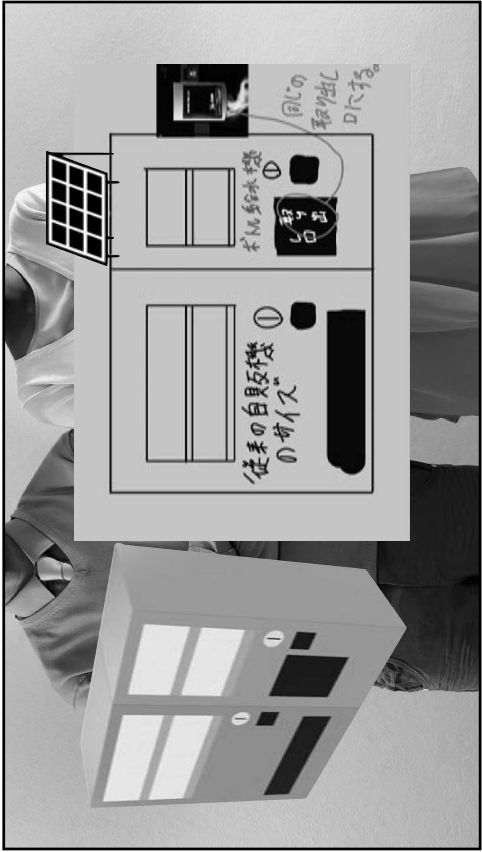


(参考:Plastics - the Facts 2017, PlasticsEurope)

Chapter 2 Sakakibara Group
第二章. The best kid
02
解決策の提案



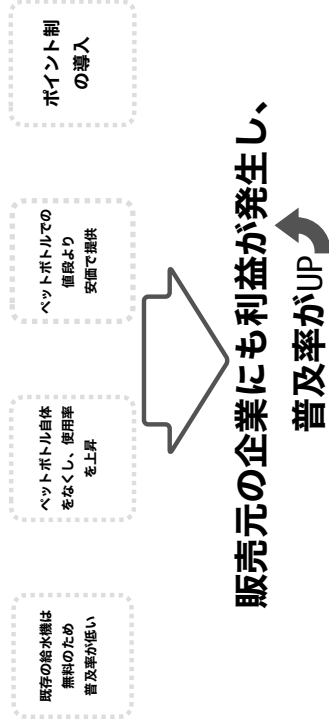
名称：ボトル専用供給機
『SAICO(SAISEI NO CORE)』
彩煌



他との差別化

03

既存のマイボトル給水機との違い



自社ならではの利益の増加



問題点と解決案①

Q：補給時に、飲み物の部分がマイボトルと触れたり、補給機内の隙間から害獣害虫等が侵入したりして、感染症が起こってしまうという衛生面での問題を防ぐには？

A：既存するカップ式自販機のような形式で補充し、供給口以外は全て密閉して清潔に保つ。



問題点と解決案②

Q：従来の自販機とはまた大きく変わってくるが故、保温保冷時や冷却沸騰時、稼働する際のコストが従来のものに比べて高くなってしまわない為にどうするのか？

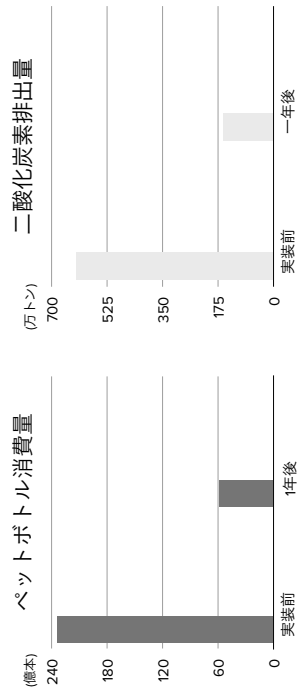
A：冷却時のコストは太陽光発電と熱発電を取り入れ、冷却装置はジーマックスの製品を利用し、冷却保冷や加熱保温も可能にする。



04

Chapter 4 Sakakibara Group
第四章. The best kid

解決策の変化と普及



ご清聴ありがとうございました。

2 一橋大学 沖野綾仁

■ビジネスアイデア■

高校生が納得いく進路選択を！
教えて人生の先輩！
高校生×社会人・大学生の繋がりの創出

第22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

記載日 2023 年 8 月 31 日

(フリガナ)	ヒトツバシ	(フリガナ)	オキノアヤト
学校名・ グループ 名※	一橋大学	応募者氏名 ※グループの場合は代表 者役職・氏名	沖野綾仁 印
応募者区分：(いずれかに○) <input checked="" type="radio"/> 個人 ・ <input type="radio"/> グループ			応募者年齢：20 歳
連絡先：個人のため非公表 連絡を取りたい場合は、(公財)千葉市産業振興財団までお問い合わせください。 電話番号：043-201-9504 E-mail：sangyosozo@chibashi-sangyo.or.jp			
創業予定※： 年 月		法人設立予定※： 年 月	

※学校名・グループ名、創業予定、法人設立予定は該当者のみ記載してください。

2 ビジネスアイデアについて

(1) ビジネスアイデア名（概ね 40 字）

高校生が納得いく進路選択を！教えて人生の先輩！

高校生×社会人・大学生の繋ぎの創出

(2) ビジネスアイデアの内容

*実現しようとする製品、サービス等の内容

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

高校生と社会人/大学生のマッチングプラットフォームを作り、高校生へ幅広い価値観と数多くの進路選択肢を知ってもらうアイデアである。

高校生のメリットとしては、キャリアの選択肢の幅を広げられる点。高校の先輩のみならず視座の高い社会人のお話を聞ける点。高校生同士の横の繋がりを構築できる点が挙げられる。社会人のメリットとしては、若い世代との交流や母校への社会貢献、金銭的享受、社会人同士の交流の場などがある。

流れとしては、

1. 高校生が話したい人を選択して OK が出たらマッチングする。
2. そこでなぜそのキャリアを選んだのか、幅広い職業選択肢、キャリア、価値観を知る

3. トークする中で自らの選択肢を知る
4. 新たに目指す大学に向けた進路実現や、新たに知ったキャリア/職業から逆算した進路選択を行う
(高校生同士のマッチングも検討予定)
(社会人同士のマッチング、そして高校生だった利用者が今度は社会人として関わるなど、卒業後のコミュニティも検討。社会人同士の会社横断的なつながりを作る。) マネタイズは、スポンサーや利用料、広告費など。

＊アピールポイント、他との違い

用いた新たな手法や技術、斬新な考えなどを踏まえながら記載してください。

一番大きな違いとしては、高校生のうちから社会人の視座の高い話を聞けることで、将来を考える機会を提供する部分である。大学やキャリアの選択肢を増やすことを期待している。

特に地方の高校では、話せるような先輩の数が限られていることから進路選択肢の少なさがゆえの進路の同質化が起こっており、この意味での地方格差を是正できると考えている。また、大学の存在意義も見つめ直し、大学を学びの場として位置づけることも目的としている。

- ・ Senpaitalk.com：社会人を学校に呼んで講演会を開くシステム。高価格。
- ・ ジョブドラフト Career：高校生の就職を支援するジョブドラフトの運営。高卒生の就職活動にフォーカス。
- ・ ビズリーチ・キャンパス：出身大学の卒業生と繋がるOB訪問アプリ。スカウトを受け取れる。
- ・ Matcher（マッチャー）：就活生に特化したOB訪問サービス。
- ・ 社長メシ：ベンチャー企業の社長を中心に食事を楽しみながらお話しする。

＊「ビジネス」として成立する理由

本事業が利益の見込める「ビジネス」である点について記載してください。

高校生のサービス利用料が占める割合が大きい。高校生・学生という特徴から、そのターゲットにフォーカスした企業の広告費を得ることができると考えている。また、スポンサー企業も積極的に連携していきたい。学生の視点が欲しい課題に対してともに議論したり、若者へのマーケティングをしたりなど、学生ならではの価値を企業に提供できると考えている。

塾に通っていない、希望する進路に進んでいる先輩がいないという課題意識を持っている学生は多いと考えているため、潜在的なニーズは大きいと考えている。

(3) この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

私自身が大学進学を機に上京し、地域格差に気づいたからだ。高校時代から課外活動や留学など経験を多く積んできた人と比べ、田舎出身であることに劣等感を抱いていた私は大学入学当初、活動の幅を広げる彼らを見て「様々なことに取り組んでいる」と尊敬した。「大学に合格すること」が最大のゴールであった私は、大学に入って何をしたいのかが決定的に欠けており、大学生活で達成したいことを模索する日々が続いた。

また、私自身が大学を選んだ決め手の一つとして、同じ塾の先輩に一橋大学に合格した人がいたことがある。その人の進路決断の背景やその人が語る一橋大学の魅力を聞く中で、いつしか僕はその人がロールモデルとなり、憧れるようになった。それ以来、納得した進学をしてほしいと思うようになった。

課題感を感じている部分の具体的には

- ・偏差値以外に大学を判断する情報の少なさ
- ・学校や塾の先生の面談のみで、その道を進んだ前例となる先輩の生の声を聴かずまま進路選択をする
- ・進路選択時にキャリアを描いている

データとしてもこのことは証明されている。Benesse の学習実体基礎調査では、「あなたには、「あの人のような生き方をしたい」と思える人はいますか。」という問いに対して 83% が「いない」と回答している。学生には自分の内面と向き合い将来のイメージを得るための情報が不足したまま進路選択をしているのは危ないと考えている。

(4) 課題解決後の未来展望

課題の解決によってもたらされる、将来の千葉市の姿について記載してください。

偏差値や立地によらない進路・キャリア選択を促進できると考えている。

大学に合格することがゴールとなってしまう高校生が多いので、大学入学後に目的を失って「学ぶ意味」「キャリアからの逆算」を明確に持っている高校生を増やしていきたい。

(5) 千葉市内で事業を行う目的

千葉県は大学生が多いということが特徴である。大学も国立大学から私立大学、総合大学から専門大学まで多種多様な学生がそろっているので、マッチング相手の大学生を集めるのに優位であると感じている。

3 応募者のプロフィール

2003 年新潟県長岡市生まれ。

幼少期よりピアノをしており、複数コンクールでの入賞

大学入学後、複数のビジネスコンテストでの出場や講演会の企画、長期インターンの活動に従事。

4 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得
(3) その他（具体的に ビジネスをすることが好きだから。 ）

5 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称）
(7) その他（具体的に）

高校生と社会人がつながる！？

せんぱいトークのご提案

一橋大学商学部3年
沖野 綾仁

このアイデアのきっかけ

大学に入ったとき、こんなことを聞きました。

抱いた願望

1. ロールモデルとなる人を見つけないなあ
2. 大学卒業後もつながれるメンター的な先輩が欲しいなあ
(同時に後輩の面倒も見たいなあ。)
3. 高校在学中に、将来から逆算した進路選択や大学の幅広い選択肢を知っていたいなあ
4. なぜ都会に住みの人は多方面で活動しているんだろう

僕が大学生になって上京し、
モヤモヤしたこと

その裏には必然的な原因があると考えます。

背景にある課題

1. 特に地方においては機会格差があり、進路が同質化している

2. ゆえに、身近の先輩だけでは多様な選択肢を知ることができない

3. 結局大学でやりたかったことは何だろうか？

1. 「大学で何をやりたいか」ではなく、合格することがゴールだった

具体的にどうなっているのか？

これが引き起こしている具体的な事象

1. 飲み会三昧でお金がないという学生続出

2. オンラインテストは友達と答えを共有しながら回答する。

3. 学びたい授業ではなく、簡単に単位をもらえる授業を履修する。

学ぶ意味を見い出せていない！

まとめると、大学に入学して私が感じた課題意識は以下の4つである。

1. 目的意識を持つ

2. OB・OGの安心感

3. 地方情報

4. 将来像を構える機会不足

大学卒業後の道を想像できる

OB・OGをロールモデルに

住む場所による機会格差の是正

将来像の形成度を高める

■「大学に合格することが最大のゴール」という意識が浸透しているため、大学進学が当然視され、大学進学後の進路について考える機会が不足している。大学進学後の進路について考える機会が不足している。

■OB・OGの安心感

OB・OGは大学進学後の進路について考える機会が不足している。

■地方情報

高校時代から部外活動や進学などに関する情報を得ることができず、進学先や進学後の生活環境について知る機会が不足している。

■将来像の形成度を高める

アンケートによると、あなただけには「あの大学に進学したい」と思っている学生が38%いる一方で、進学先について決まらずに悩んでいる学生が62%いる。進学先について決まらずに悩んでいる学生が62%いる。

なぜ大学で学ぶのかに対する情報を

ロールモデルを照つられるように

チャレンジ精神の育成

履修単位以外に大学選択の判断軸を

どう解決するのか

- 141 -



ターゲットと簡単な概要

歐羅巴

- メインターゲット
- 進路選択に迷っている高校生
- サマリ
- 高校生と社会人/大学生の1on1のためのマッチングプラットフォーム
- 就職活動でいうOBOG訪問の高校生版
- 高校生に幅広い価値観と数多くの進路選択肢を知ってもらうアイデアである。
- 相手役は出身高校のOBOGまたは、幅広くOBOG関係なくすることも可能である。
- まずは高校生×社会人/大学生であるが、のちのちは都道府県を超えた高校生同士のコミュニティ、そして大学進学後もつながるコミュニティにしたい。

サービスの概要とステークホルダーが享受する恩恵

各ステークホルダーのメリット

ステークホルダー

高校生

メリット

- ・ キャリアの選択肢の幅を広げられる点。
- ・ 高校の先輩のみならず初年度の高校社会人のお話を聞ける点。
- ・ 高校生同士の繋がりを作れる点。
- ・ 高校のOBOGとの繋がりを構築できる点。
- ・ 進路の判断基準において学力以外の要素を取り込める点。

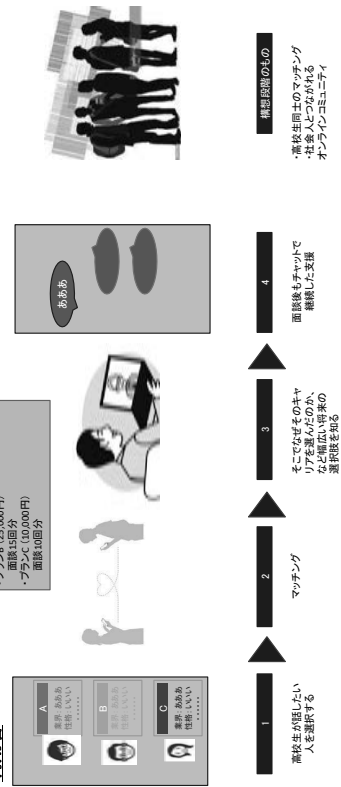
若し世代との交流や母校への貢献

- ・ 金銭的享受
- ・ 経験を還元するという社会貢献

大学生・社会人

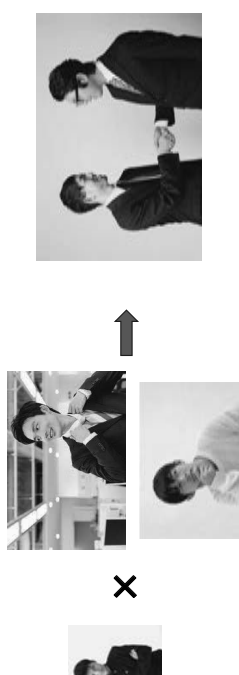



利用ケース

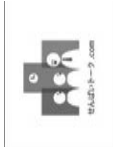



利用者

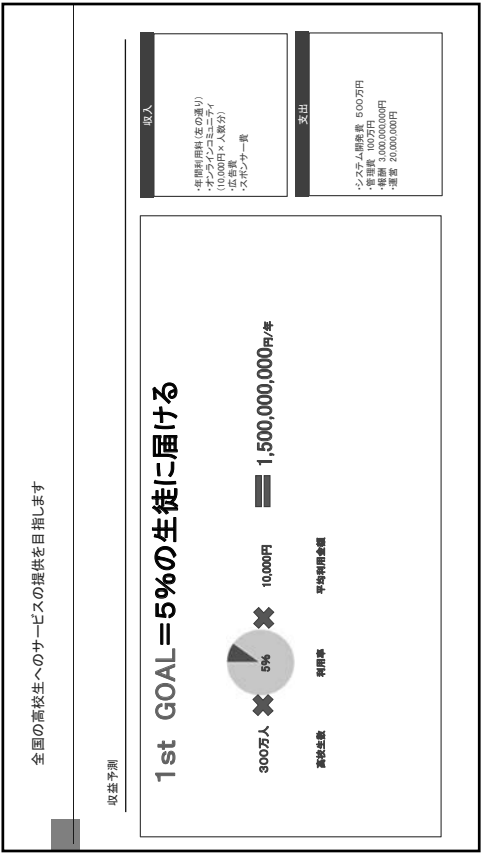
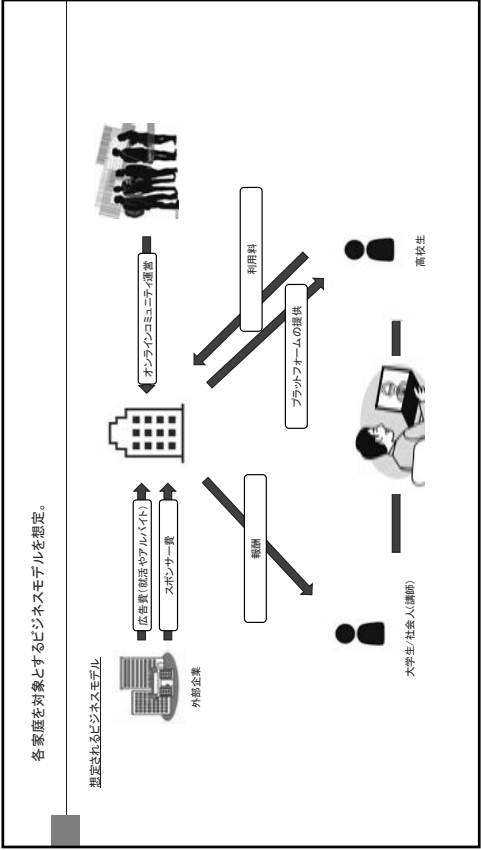


強みは以下の4点	
目指すゴール	
1	高校生の進路選択における、地方格差の是正
2	キャリアや大学選びにおける選択肢の増加
3	大学をやりたいことの集積地にする
4	OBOG含む先輩と継続的なつながり

今後想定される効果	
今後の展望	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 地方と都市部による格差、進路選択の情報格差をなくす → どこに生んでいても、みんなが将来の選択肢を知り、そして実現できる世界に ■ 様々な社会人・大学生との話を通して、将来やりたいことの選択肢を知り、発見できる → 立地・備置に捉われない進路選択 ■ 大学進 学後は出身者限定のオンラインコミュニティ加入 → 情報交換や新しい出会いなど、学生×社会人、社会人×社会人の新しい価値を生み出す ■ 高校時代からキャリアを見据えた人生設計 → 現状の将来の夢・やりたいことがない大学生は約4割という数を減らす。 ■ タタの繋がりのみならず、高校生同士でもお互いに思っていることをシェアするヨコの繋がりの創出 → 仲のいい地域の友達のみなならず、日本全国の高校生が何を思っているのかを所々で実感 	

オンラインコミュニティの目指すべき場所	
今後の展望	
高校生時代	<div> <div>  <p>高校生</p> </div> <div>  <p>社会人 大学生</p> </div> </div>
社会人になったら	<div>  <p>社会人</p> </div>

競合は四社あり、それぞれと差別化を図っている。	
 <p>せんぱいトーク</p>	<p>・中学/高校の学校関係者が社会人へ講演依頼をすることができるとするサービス</p> <p>→ 団体向けの講演会ではなく一層人向けの1on1として展開</p>
 <p>BIZREACH CAMPUS</p>	<p>・大学生と活躍しているOB/OGがつながる、OBOG訪問の新しい形のマッチングサービス</p> <p>→ 対象を大学生から高校生へ</p>
 <p>ジョブドラフト</p>	<p>・高校生の早期キャリア教育と新卒採用をトータルでサポートするサービス</p> <p>→ 高卒のみならず、大学進学とその後にもアーガス</p>
 <p>社長メシ</p>	<p>・「社長ゴチになります」というキャッチコピーのもと、食事で社長とつながる新しい就職・転職活動の形を提供するサービス</p> <p>→ 採用目的ではなく、キャリアの選択肢の提供</p>



大学に、職業に、人生に
幅広い選択肢を！

3 城西国際大学大学院 曹放

■ビジネスアイデア■

スマート農業データベースの構築
及びプラットフォームによる新サービス創出

第22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

記載日 2023年8月28日

(フリガナ)	ジョウサイコクサイダイガク	(フリガナ)	ソウ ホウ
学校名・ グループ 名※	城西国際大学大学院	応募者氏名 ※グループの場合は代表 者役職・氏名	曹 放 ⑨
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ <u>グループ</u>			応募者年齢： 29 歳
連絡先：個人のため非公表 連絡を取りたい場合は、(公財)千葉市産業振興財団までお問い合わせください。 電話番号：043-201-9504 E-mail：sangyosozo@chibashi-sangyo.or.jp			
創業予定※： 2024 年 10 月		法人設立予定※： 2024 年 10 月	

※学校名・グループ名、創業予定、法人設立予定は該当者のみ記載してください。

2 ビジネスアイデアについて

(1) ビジネスアイデア名（概ね 40 字）

スマート農業データベースの構築及びプラットフォームによる新サービス創出

(2) ビジネスアイデアの内容

*実現しようとする製品、サービス等の内容

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

農業病虫害監視システムは、IoT（モノのインターネット）技術に基づくソリューションであり、農業者が作物の栽培プロセス中の環境状況を監視するのに役立つことを目的としている。主に病虫害、土壌の品質、灌漑状況などの重要な要素が含まれ、農業生産に知識のある意思決定を支援する。

このシステムは、センサー、データ収集機器、クラウドプラットフォームなどのテクノロジーを使用して、リアルタイムの監視、データ収集と分析を実現し、正確な環境情報と警告を提供し、農家が害虫や病気の予防と管理、作物の改善のためのタイムリーな措置を講じることが支援される。このプロジェクトは、IoT 技術を基盤として、新技術とスマートインフラの最適化された統合、データイノベーションの統合を通じて、農業全体のスマートなイノベーションを可能にし、スマート農業のエコシステムを構築する。

ソリューションの主な特徴と機能は次のとおりである。

センサーネットワーク：農地または温室にセンサーノードを配置し、温度、湿度、光照度などの環境要因や土壌状態、気象データなどを監視する。センサーネットワークは多様なデータをリアルタイムで収集し、これをクラウドプラットフォームに送信して処理および保管を行う。

データ収集と保存：IoT 技術を用いてセンサーデータをクラウドプラットフォームに収集し、データの集中的な管理と保管を実現する。クラウドプラットフォームを通じて、農家はいつでもデータにアクセスし、作物の成長状況や病害虫のリスクについて把握することが可能である。

データ分析と警告：クラウドプラットフォームは強力なデータ分析能力を備えており、収集したデータを処理および分析し、病害虫の特徴や傾向を識別する。これらの分析結果に基づいて、システムはリアルタイムの病害虫警告情報を生成し、農家に適切な防除措置を講じるよう促す。

モバイルアプリケーション：通常、この解決策にはモバイルアプリケーションが搭載されており、農家はスマートフォンやタブレットを通じていつでも病害虫のデータを閲覧し、警告通知を受け取り、適切な防除の提案を受けることが可能である。モバイルアプリケーションは使いやすい操作インターフェースを提供し、農家が監視システムと効果的に対話し、管理するのを容易にする。

＊アピールポイント、他との違い

用いた新たな手法や技術、斬新な考えなどを踏まえながら記載してください。

1、IoT の総合的な統合：プロジェクトは単なる監視システムではなく、センサーからクラウドプラットフォーム、モバイルアプリケーションに至るまでの包括的な IoT ソリューションを農家に提供する。

2、リアルタイムの警告システム：強力なクラウドプラットフォームのデータ分析能力を活用して、リアルタイムの病害虫の警告情報を生成することができる。

3、モバイルアプリの利便性：千葉県農家はいつでもどこでもスマートフォンやタブレットでデータを確認し、警告通知を受け取り、対策の提案を受け取ることができる。

4、自動化農事操作：IoT と自動化機器（例：スマート灌漑システム、ロボット）を組み合わせ、自動的な農事操作を実現する。

5、人工知能の応用：機械学習や画像認識などの AI 技術を導入して、病害虫の種類や程度を自動的に識別する。

6、地域別の分析と比較：千葉県地域の違いに基づいて、異なる農地の環境特性やリスク評価を提供する。

7、農民のコミュニティインタラクション：千葉県オンラインの農民コミュニティプラットフォームを作成し、農民が栽培経験や病害虫防治方法を共有できるようにする。

8、市場の需要予測：千葉県環境監視に基づいて、市場の需要データとトレンドを組み合わせ、農民に適切な作物や品種の栽培に関するアドバイスを提供する。

9、より広範なデータ収集：他と比較して、プロジェクトは病害虫だけでなく、土壌の質や灌漑の状況など、多くのキー要素にも焦点を当てている。

10、モバイルアプリのインタラクティブ性：提供されるモバイルアプリは、データの表示だけでなく、農家が監視システムと対話や管理を行うためのインターフェースも提供している。

＊「ビジネス」として成立する理由

本事業が利益の見込める「ビジネス」である点について記載してください。

1. 農業の重要性と需要：農業は食料供給の基盤であり、世界中で重要な産業である。作物や植物を病害虫から守るための効果的な監視システムへの需要は非常に高い。農業生産の最適化と収量の向上が求められており、病害虫の早期発見と予防はこれを達成するための重要な要素である。

2. 作物保護の重要性：病害虫や病気による作物の損害は、農家にとって経済的な損失につながるだけでなく、食糧供給にも影響を及ぼす。農業病虫害監視システムは、農産物保護を強化し、収穫量の維持と向上をサポートする手段として価値がある。

3. 早期警告と効果的な対策：農業病虫害監視システムは、病害虫や病気の発生を早期に検出するための有用なツールである。早期警告は被害を最小限に抑える上で重要であり、農業従事者が適切な対策を講じるための時間を提供する。

4. 技術の進化とデータ利活用：最近の技術の進化により、リモートセンシング、センサー技術、人工知能などを活用した高度な監視システムが可能となっている。これにより、広範な農地を効率的に監視し、データを収集して分析することができる。収集されたデータを活用して、農業従事者に適切なアドバイスや予測を提供することで、作物保護の効果を最大化できる。

5. サブスクリプションモデルやコンサルティング：農業病虫害監視システムのビジネスモデルは、定期的なサブスクリプション料金やコンサルティングサービスに基づくものが多い。農家は定期的な監視とアドバイスを求める傾向があり、これにより収益を安定させることができる。

6. 持続可能な農業の推進：環境への配慮が高まる中で、農業病虫害監視システムは化学的な薬剤使用を削減するための手段としても位置付けられている。環境に優しいアプローチを提供することで、持続可能な農業の推進に貢献する。

これらの理由により、農業病虫害監視システムは需要が高まり、農業従事者の助けとなる価値あるビジネスとして成立している。

(3) この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

千葉県は温暖な気候と首都圏に位置するという立地条件、さらに農林水産業者の高い技術と意欲に支えられ、「農業産出額全国第6位、海面陸揚金額全国第6位」と全国屈指の農林水産県として、県内だけでなく全国の消費者に、新鮮でおいしい農林水産物をお届けしている。

「千葉県スマート農業推進方針」の令和4年度評価指標に関する調査結果について、令和5年3月末時点の「千葉県スマート農業推進方針」の評価指標に関する調査の結果、

スマート農業に取り組んでいる認定農業者等の割合は46%で前年比6ポイントの増加、効率的かつ効果的な農業経営を行うためのデータ活用状況は84%で前年比3ポイントの増加となる。

環境の観点から：

農業病虫害監視事業は、環境保護の観点からも重要と考える。過剰な農薬使用や病虫害の広がり生態系に悪影響を及ぼし、生物多様性の喪失や土壌汚染などを引き起こす可能性がある。事業のアプローチとしては、環境に配慮した防除方法の普及や有機農業の促進を通じて、持続可能な農業と環境保護のバランスを取ることが求められる。

経済の観点から：

農業は地域経済に密接に関わっており、病虫害の被害は農家の収入や地域経済に大きな影響を及ぼす可能性がある。農業病虫害監視事業は、経済的な損失を最小限に抑えるために重要である。早期の病虫害検出と適切な対策を通じて、生産性を維持し、農業経済の安定性を確保する。

顧客ニーズの観点から：

消費者は安全で高品質な農産物を求めている。農業病虫害監視事業は、農産物の品質と安全性を向上させるために重要である。農産物が病虫害によって影響を受けると、消費者の信頼を損なう可能性がある。事業のアプローチとしては、安全で健康的な農産物の供給を重視し、適切な管理プロトコルを確立することが求められる。

社会的課題や地域課題の解決へのアプローチ：

早期警告システムの構築：センシング技術やデータ分析を活用して、病虫害の早期兆候を検出し、農家に警告するシステムを構築する。これにより、被害を最小限に抑えることができる。

持続可能な農業の推進：環境への配慮を重視した農業方法を普及させ、農薬の過剰使用を防ぎながら生産性を向上させる。

情報の普及と教育：農家や関係者への情報提供やトレーニングを通じて、適切な病虫害管理の知識を普及させる。

データ駆動の意思決定：収集されたデータを活用して、効果的な対策やリスク評価を行うための意思決定支援を提供する。

地域コラボレーションの促進：農業関係者、研究機関、政府などの協力を得て、病虫害管理のための総合的なアプローチを推進する。

総合的に、農業病虫害監視事業は、食料供給の安定性、経済の健全性、環境保護、消費者の信頼性など、多様な側面での課題に対応するための総合的な取り組みとして位置付けられる。

(4) 課題解決後の未来展望

課題の解決によってもたらされる、将来の千葉市の姿について記載してください。

- 1、持続可能な農業：プロジェクトの導入により、千葉市の農業はより持続可能で効率的になる。IoT 技術と人工知能の組み合わせにより、農作物の病害虫や環境問題をリアルタイムで監視・対応することが可能となり、農作物の生産性と品質が向上する。
- 2、農業のデジタル変革：千葉市の農業はデジタル技術を活用して変革され、農家は最新の技術を利用して作物の管理と生産を行う。これにより、農業の効率と収益性が大幅に向上する。
- 3、コミュニティの強化：オンラインの農民コミュニティプラットフォームの導入により、千葉市の農家は知識と経験を共有し、協力して問題を解決することができる。これにより、地域社会の絆が強化され、持続可能な農業の推進が促進される。
- 4、生態系の保護：生態学的原理を取り入れた農業管理により、千葉市の自然環境と生態系が保護される。化学農薬の使用が減少し、自然との調和を保ちながら農業を行うことが可能となる。
- 5、経済的な発展：先進的な農業技術の導入により、千葉市の農業産業は経済的にも発展する。高品質な農産物の生産と販売により、市の収益が増加し、地域の経済が活性化する。
- 6、市民の生活の質の向上：最新の技術を活用した農業管理により、市民はより安全で高品質な農産物を享受することができる。また、環境保護の取り組みにより、より健康で持続可能な生活を送ることができる。

(5) 千葉市内で事業を行う目的

千葉県は気候や土壌条件が多様で、作物の栽培に求められる条件も異なる。このシステムは、センサー、データ収集装置、クラウドプラットフォームなどのテクノロジーを利用して、リアルタイムの監視、データ収集、分析を通じて、正確な環境情報を提供し、適切なタイミングで農家に警告を発し、適切な防除策を取ることができるよう支援し、作物の収量と品質を向上させる。このプロジェクトはIoT 技術を基盤としており、新技術とスマートインフラの最適化された統合、データイノベーションの融合により、農業全体のスマートなイノベーションを促進し、スマートな農業エコシステムを構築することを目指している。したがって、プロジェクトの目的は、近代的な技術手段を導入して、農業生産プロセスの効率、持続可能性、スマートレベルを向上させ、農民により多くのサポートと機会を提供し、同時に農業分野のイノベーションと発展を推進することである。

3 応募者のプロフィール

当該ビジネスアイデアは城西国際大学大学院在学中の博士課程5名（曹放、乌达木、卢倩、冯晓旭、崔悦童）が十分な検討をした上でまとめたものである。曹放はグループ代表者である。

曹放，男，29歳，2022年3月 城西大学 経営学研究科ビジネスイノベーション専攻卒業。現 城西国際大学大学院経営情報学研究科起業マネジメント専攻博士課程2年生。

4 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- ① 資金調達 ② 販路拡大・事業提携先獲得
③ その他（具体的に ）

5 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称）
(7) その他（具体的に）

第22回『ペンチャー・カップCHIBA』

スマート農業データベースの構築及びプラットフォームによる新サービス創出

城西国際大学大学院
経営情報学研究所
曹 放 (ソウホウ)

チームメンバーの紹介

曹放

馬勝旭

馬达木

卢楠

曹放

最高経営責任者 (CEO)

技術責任者 (CTO)

マーケティング責任者 (CMO)

財務責任者 (CFO)

運営責任者 (COO)

プロジェクトについて

農業病虫害監視システムは、IoT（モノのインターネット）技術に基づくソリューションであり、農業者が作物の栽培プロセス中の環境状況を監視するのに役立つことを目的としている。主に病害虫、土壌の品質、灌漑状況などの重要な要素が含まれ、農業生産に知識のある意思決定を支援する。このシステムは、センサー、データ収集機器、クラウドプラットフォームなどのテクノロジーを使用して、リアルタイムの監視、データ収集と分析を実現し、正確な環境情報と警告を提供し、農家が害虫や病気の予防と管理、作物の改善のためのタイムリーな措置を講じることができることを支援する。このプロジェクトは、IoT技術の基盤として、新技術とスマートインフラの最適化された統合、データインペーションの統合を通じて、農業全体のスマートなイノベーションを可能にし、スマート農業のエコシステムを構築する。

システム構成

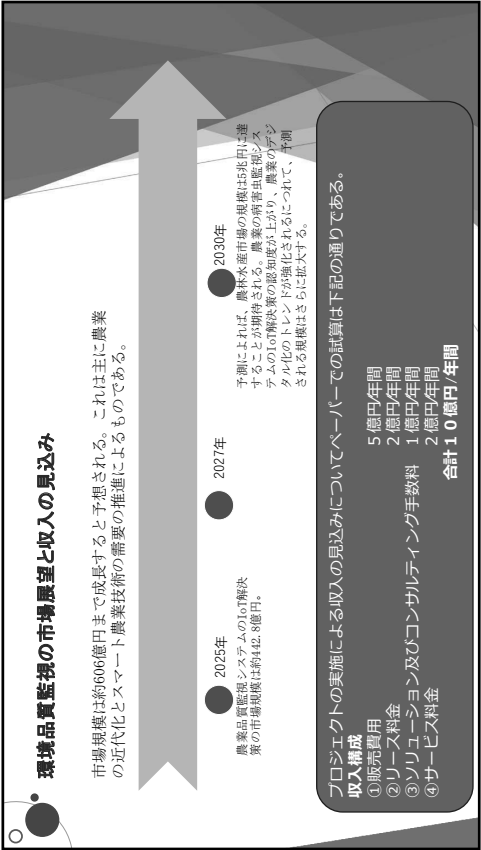
1、センサー：環境要因をリアルタイムで監視

2、データ収集装置：データをクラウドプラットフォームに転送

3、クラウドプラットフォーム：データの処理、保存、および分析

プロジェクト実施の概算について

名称	内容	価格 (万円)
農業ブレイクンベース	高水準農田生産の各段階に統合的なIoTセンシング能力、データリソース統合およびサービス能力、AIアルゴリズム能力、知識グラフサービス能力を提供する、共通の技術と能力の集合体	60,000
農業ブレイクンベース ワーアプリケーションシステム	高水準農地のスマートアプリケーションシステムを構築し、農業ブレイクンベースが提供する基本的なサポート能力を活用し、ビジネスシステムの開発と結びつけ、農地生産の各側面をカバーするアプリケーションシステムを構築する。これには空からの地上統合監視、スマート生産、意思決定支援、ブランドプロモーションなどが含まれる	32,000
スマートハードウェア	農地に展開される各種のセンシングデバイスとそれに対応する消耗品	18,000
リフォーム費用	主に将来の展示室の内装、管理センターの内装、およびサーバー設備を含む	2,000



こ れ ま で の
受 賞 者 一 覧

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第 21 回 (R4年度)	一般部門			
	グランプリ	リンクメッド(株)	代表取締役社長 吉井 幸恵	革新的「見える」がん治療薬の事業化による難治性がん克服への挑戦
	AI・IoT賞	輝翠TECH(株)	代表取締役CEO Tamir Blum	新たなAI、IoTロボット技術にて、高齢化する日本の農家の人手不足を解消し収益向上を可能とする。
	アグリビジネス賞	(該当なし)		
	SDGsビジネス賞	(株)ナイスシーズ	代表取締役 中尾 正二郎	環境にも人にも優しい無塩の微酸性電解水を二重電解方式でさらに品質を高めた「SAE次亜塩素酸水」の製造・販売
	優秀賞	(株)Vanwaves	代表取締役 深田 渚央	バイオエタノールによる特許機構のエコで手軽な自分専用サウナ「IESAUNA」
		(株)クォンタムデータ	代表取締役 長迫 勇樹	量子コンピュータが出現しても解読不能な暗号技術の実用化と普及に向けて
	学生部門			
	グランプリ	千葉大学大学院看護学研究科(株)MamaWell	代表取締役 関 まりか	専属助産師による妊婦の身体づくり伴走サポートサービス「MamaWell」ー確かな信頼と安心を届け、妊婦のwell-beingを実現ー
第 20 回 (R3年度)	一般部門			
	グランプリ	(該当なし)		
	AI・IoT賞	(該当なし)		
	アグリビジネス賞	ー	加藤 顕	農林業を再生支援するためのドローンインテリジェントシステムによる自動調査事業
	SDGsビジネス賞	リプロダクティブサポートファーム東京	代表 川口 優太郎	少子化対策事業 企業向け妊活・不妊治療 福利厚生サポート『WanaB(ワナビー)』
	優秀賞	ー	杉本 雅視	『放送大学の授業・教材』×サポート授業(補習)による新しい教育プログラムの提供『僕らの授業』
	学生部門			
	グランプリ	創価大学	チーム轍	医療用ウィッグ利用者と美容師を繋ぐオンラインカットプラットフォーム『Wigmeet』

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第19回 (R2年度)	一般部門			
	グランプリ	(株)イノビオット	代表取締役 福田 紘也	全ての子どもたちに向けたオンラインプログラミングサービス「みらいアカデミア」
	AI・IoT賞	ミレー(株)	代表取締役 早川 世治	宅配受け取りの最終形「置配スペース」事業
	アグリビジネス賞	Y' S Agri(同)	代表社員 芳澤 和哉	人と自然を未来につなぐ農業支援事業 “農業本来の形で人と自然の調和を目指す。”和“イズ アグリ事業”
	SDGsビジネス賞	(株)toraru	代表取締役 西口 潤	現地人材と現地に用事のある依頼者(依頼社)を繋ぐ、遠隔作業代行のサービスGENCHI (http://genchi.net)の開発/運営
	優秀賞	ネコがクーポンを拾ってくれるアプリ社	代表者 有吉 信頼	商店街のためのスマホを用いた簡単クーポン発行及びホームページ作成システム
	学生部門			
	グランプリ	国立大学法人千葉大学大学院	小川 良磨	リンパ浮腫トモグラフィック・モニタ(LTモニタ)で見えない病気を視える化
第18回 (H31年度)	一般部門			
	グランプリ	(株)カーム・ラーナ	代表取締役 中村 順一	健康寿命を向上させる！新しい人工股関節手術のための専用手術台と大学発インプラントの萌芽的研究
	AI賞	(株)ビードットメディカル	代表取締役社長 古川 卓司	超小型ハイスループット陽子線がん治療装置の開発
		マイクラボ(同)	代表社員 中里 雅孝	高速クラウドDTP翻訳サービス「DTP-Trans」
	アグリビジネス賞	(該当なし)		
	ソーシャルビジネス賞	(株)塚本	代表取締役社長 塚本 恭夫	社会のライフラインを繋ぐ燃料備蓄タンクメーカーとして、新たな変革を目指す100年企業の取り組み！
	優秀賞	(株)永光自動車工業	代表取締役 木俣 博光	インバウンド需要を守れ。観光バス床下防錆塗装サービスで事故を防げ。
		(株)ヘルパーリンク	代表取締役社長 樋谷 祐希	『ヘルパーリンク』『シニアへのサポート』を提供するサポーターとサポートを必要とする高齢者(または契約高齢者施設が利用者に代行して)をオンライン上でマッチングさせるサービス。
		(株)イノビオット	代表取締役 福田 紘也	自転車の安全運転を支援するIoT見守りサービス
		(株)Triplex Therapeutics	代表取締役 矢野 隆光	難治性神経筋疾患患者の社会復帰を可能にする革新的医薬の開発とその製薬化事業
	学生部門			
	グランプリ	国立大学法人千葉大学大学院	村上 千明	千葉大発グリーンケミストリーを指向した生理活性脂質分析技術の開発

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第17回 (H30年度)	一般部門			
	グランプリ	(株)Smart119	代表取締役 中田 孝明	音声認識・AIを用いた早く正しく効率的な救急医療支援「Smart119」
	AI賞	(株)ファンタスティック	代表取締役 大内 英之	介護施設に安全と開放感を提供し、介護士の負担軽減を目的とした施設内のIoT化。
	アグリビジネス賞	アクティブ販売(株)	代表取締役 高梨 昌浩	深紫外LEDによる菌被害粒除去機能搭載品質管理選別装置の新規開発
	ソーシャルビジネス賞	(株)ワノケア	代表取締役 永井 幸絵	介護洗髪を手軽に！使い捨て洗髪用具パットケリーを活用した保険サービスに依存しない入浴方法のご提案
	優秀賞	(株)ビュート	代表取締役 村田 洋一	経験と知識を活かした接客とマーケティングオートメーションツールの活用により、日本クルーズ旅行を手配する旅行会社となる
		(有)ミカタ	代表取締役 渡辺 賢二	脳リハビリ&脳活性化レクリエーションのための、ICT教材『脳楽習』の販売
		DSデンタルスタジオ(株)	代表取締役社長 稲沢 和明	AIを活用した歯科用CADの開発
		リザーク	代表 柳澤 正	ビーコン・マルチデバイスを活用した医療機関向け自動予約受付システム
	学生部門			
	グランプリ	市川高等学校	余田 大輝	学生が「塾」を運営～誰かから教わる塾から自ら学ぶ塾へ～
第16回 (H29年度)	一般部門			
	グランプリ	ゲノムクリニック	代表 曽根原 弘樹	次世代シーケンサーを用いた個人ゲノム解析に基づく疾患リスク判定とカウンセリング
	準グランプリ	(株)HIGH-STANDARD&CO.	代表取締役 佐藤 良平	子どもたちが将来に確信が持てる大学受験をトータルサポートする新しいカタチの高校生進学サポート「HIGH-STANDARD予備校」
		プレジール(株)	代表取締役 菅原 信治	日本における果物を使ったパーティーギフト、フルーツブーケの企画・制作・販売
		リリモナハウス(株)	代表取締役 佐藤 芳子	飼い主により信託財産を付与された愛犬の、飼主亡き後の新しい里親となり終生飼養する事業
		Kids wakutory	代表 石井 愛子	主婦講師によるワークショップをメインとした体験型キッズイベント事業
	ソーシャルビジネス部門			
	グランプリ	(株)モノテクノス	代表取締役 西尾 卓哉	軽度知的障がいを持ったお子様向け、就職までのサポート付きプログラミング教室
	学生部門			
	グランプリ	独立行政法人国立高等専門学校機構木更津工業高等専門学校	望月 雄太	IoTを活用したイノシシ等狩猟支援ツールの開発と狩猟者に向けてBtoCまたはBtoBtoCでの販売

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第 15 回 （ H 28 年度 ）	一般部門			
	グランプリ	(株)L&F	代表取締役社長 森 久純	「日本空き家サポート」～安心と信頼の空き家管理の全国ネットワーク～
	準グランプリ	(株)HIGH-STANDARD&CO.	代表取締役 佐藤 良平	お仕事するお母さんを助け、子供たちの基礎学力を飛躍的に向上させる、新学習保育事業
		スペクトラ・クエスト・ラボ(株)	代表取締役 室 清文	「波長可変半導体レーザ」で実現する分光計測システムの革新
		(株)永光自動車工業	代表取締役 木俣 博光	産学連携による子どもの発達段階に応じた成長を促進する次世代型遊具の開発。
	ソーシャルビジネス部門			
	グランプリ	三立機械工業(株)	代表取締役 中根 亮一	障害者の働く場である施設・事業所の支援を目的とした「廃電線リサイクル事業」
第 14 回 （ H 27 年度 ）	学生部門			
	グランプリ	早稲田大学	葦苅 晟矢	昆虫飼料活用による食糧問題の解決
	一般部門			
	グランプリ	(株)BAN-ZI	代表取締役 宮原 万治	環境配慮型の鍍転換塗料「サビキラーPRO」の拡販・普及
	準グランプリ 並びに ソーシャルビ ジネス賞	アイスマップ(有)	代表取締役社長 伊藤 一男	触感による視覚障害者用腕時計の開発及び拡販
	優秀賞	(株)協同工芸社	代表取締役 箕輪 晃	立体筆文字等、精細な形状をした新たなデザインの発光看板の開発
		(株)ハニック・ホワイトラボ	代表取締役 浦井 薫子	虫歯・歯周病及び口腔感染症の予防効果を伴った歯のコーティング剤の開発と商品化
		(株)MPS	代表取締役 高橋 善則	熱フィラメントCVD法による大面積気相合成ダイヤモンドの量産化と装置販売
	学生部門			
	グランプリ	国立大学法人千葉大学 医学部	田中 顕	ゲノム価値創造データベースの開発

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第13回 （H26年度）	一般部門			
	グランプリ	柳川建設(株)	代表取締役 柳川 智明	天然素材のシラスと芝を組み合わせた商品『エコ環境基盤』による緑化プロジェクト
	準グランプリ	大金興業(株)	代表取締役 大野 光政	使用済み天ぷら油燃料化リサイクル事業
	ソーシャル ビジネス賞	－	中村 千昌	働く母親を、地域一丸となって手助けできる仕組みをつくるブラットホーム事業
	優秀賞	H&M Support(株)	代表取締役 齋藤 真一	LED照明のレンタルによる事業の展開
		キャリア・ジョセフィーヌ	代表 関 優子	女性の活躍に伴う未来に輝きをプラスする女性キャリア開発支援スクール
学生部門（該当者なし）				
第12回 （H25年度）	一般部門			
	グランプリ	(株)デファクトスタイル	代表取締役 伊澤 光輝	自転車・車いす用「パンクしない樹脂タイヤ」従来の重さとコストを半分で実現する
	準グランプリ	ファインガラステクノロジー(株)	代表取締役 脇田 徹	光ファイバモード変換器の開発・製造・販売
	ソーシャル ビジネス賞	(株)フライトテックサービス	代表取締役 伊藤 勝則	航空機整備作業への人材派遣事業
	優秀賞	コヨミ(株)	代表取締役社長 市川 知稔	スマートフォン向けの広告連動型カレンダー及び広告配信と予約システムの開発と販売
		(株)コモンズ	代表取締役 柳下 勝美	先進国の香りマーケティング課題を、途上国の生産者と解決することにより、先進国の課題解決と途上国の経済的豊かさを同時に実現する事業
学生部門				
グランプリ	国際理工情報デザイン専門学校	林 千春	ひらながショップ	

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第 11 回 (H 24 年度)	一般部門			
	グランプリ	(同)A-CLIP研究所	代表社員 鈴木 和男	難治性血管炎バイオマーカーANCA抗体のマルチ迅速測定キット研究開発
	準グランプリ	東京ベイ通信(株)	代表取締役 安藤 久	スマートフォンを利用した団体行動(旅行)に適した「スマート旅友ボン」の開発・販売
	優秀賞	(有)エムエスイー	代表取締役 前野 静夫	常時も、非常時にも活躍する大容量蓄電能力を持った独立型太陽光発電照明セット
		(株)アカリネ	代表取締役社長 森宮 祐次	コア・プロダクトによるMade with Japan世界展開
		(有)チバマシナリー	代表取締役 小野寺 孝好	帆船翼風力発電機の開発、製造、販売
	学生部門			
	グランプリ	横浜薬科大学	荒川 快生	家助「kasuke」
第 10 回 (H 23 年度)	コミュニティビジネス部門			
	コミュニティビジネス賞	三立機械工業(株)	会長 中根 昭	自動車用廃電線などの品位の低い廃電線のリサイクル事業
	一般部門			
	グランプリ	(株)オーエックスエンジニアリング	代表取締役 石井 重行	「着脱容易な電動ユニットを装備した電動手動兼用車いす」をテーマとし、コンパクトで軽量の電動車いすを目指す
	準グランプリ	(株)有備	代表取締役 飯高 芳之	災害に備える「防災トイレ」の開発・製造・販売
	優秀賞	共立化成(株)	代表取締役 野村 進一	処理困難な産業廃棄物(廃油等)のリサイクル推進による環境負荷の低減とCO2削減プラン
		(株)ワイアンドケイ企画	代表取締役 清水 康史	水撃現象を応用したアオコ等に関する処理システム事業
		CMS(株)	代表取締役 曾根 藤昭	スマート(次世代)ホームページの製作と運用サービスの提供
	学生部門			
	グランプリ	千葉工業大学(株)aba	代表取締役 宇井吉美	不快感ゼロ。継続費ゼロ。高齢者と介護者のための非接触型尿検知器の製造販売
	コミュニティビジネス部門			
	コミュニティビジネス賞	特定非営利活動法人ちば地域再生リサーチ		ニュータウンにおける暮らし・活動の包括的サポート・活性化事業
	奨励賞	特定非営利活動法人たすけあいサポートアイアイ		階段昇降サポート事業

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第9回 (H22年度)	グランプリ	—	田村 裕	難治性疾患治療・希少疾病治療に有用な医療創薬
	準グランプリ	(株)BB STONE デザイン心理学研究所	代表取締役 日比野 好恵	日本初デザイン心理学を応用したデザインコンサルティング～高齢者に住みよい社会へ～
	優秀賞	(株)デリシャス・ハーツ	代表取締役 田口 美恵子	メタボ対策に有効な甘藷若葉(すいおう入り)米粉パンを商品化し、冷凍で流通させる事業
		(株)プロテイン・エクスプレス	代表取締役 大滝 義博	新規蛍光免疫測定法を活用した診断測定システム開発支援事業ならびに製造事業
		(株)MPS	代表取締役 高橋 善則	電子ビーム溶接と液圧成型を利用した安価で軽量の熱交換パネルの開発と事業化
第8回 (H21年度)	グランプリ	(株)イー・メディカル千葉	代表取締役社長 木下 富士美	高度医療検査画像の遠隔読影診断支援事業
	準グランプリ	新日本改修建設(株)	代表取締役 鈴木 一夫	室内に浮遊する微生物(真菌・細菌)を除菌するコード樹脂系建材の開発・事業化
	優秀賞	(株)キーベックス	代表取締役 齊藤 宏	異業種コラボ店舗運営による不動産活用ビジネス
		(株)エーベルス	代表取締役社長 伊藤 徳家	最重要漢方植物「甘草」の千葉市での国産化事業
		バイオメディカル研究所	所長 宮崎 功	疫学調査に同時対応し、安価で簡便、迅速な Deng ウイルス感染診断キットの開発、販売
第7回 (H20年度)	グランプリ	ソーラーシリコンテクノロジー(株)	代表取締役社長 手塚 博文	SST法による安価で高品質の太陽電池用シリコン原料の開発と量産化
	優秀賞	(株)栄和紙器	代表取締役社長 加藤 弘	食の安全性の確保と輸送費及びCO2削減を実現するプラスチック製輸送カートの事業化
		セルジェンテック(株)	代表取締役社長 麻生 雅是	自家移植によるヒト脂肪細胞を用いた遺伝子細胞医薬品の開発
		(株)ジーウェイブ	代表取締役社長 吉田 善幸	オープンソースソフトウェアによる公共施設予約システムの構築・保守運用事業
		ワークスネット(株)	代表取締役 大槻 博茂	障害者に就業の機会を提供、発注企業にはCSRに貢献する機会を提供し、自らも社会に貢献する事業
第6回 (H19年度)	グランプリ	(株)アミンファーマ研究所	代表取締役社長 五十嵐 一衛	脳梗塞リスク判定支援サービス事業
	優秀賞	日環科学(株)	代表取締役 宮本 浩邦	新規バイオパターンセンシング技術を活用した畜産、特に養豚農家向けの生産品質評価サービス
		(株)西尾	代表取締役 西尾 博次	歯磨きサロンシステム「クリーン・クリーン」
		エレコン科学(株)	代表取締役 井戸 幸吉	3交差超音波蛋白質活性化装置の製造・販売
		(株)光陽オート	代表取締役 宮岸 清治	中小の自動車塗装・板金工場から排出されるVOC(揮発性有機化合物)及び臭気の除去システムの製造・販売及び専用薬剤の販売

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第5回 (H18年度)	グランプリ	スターリンク(株)	代表取締役 長尾 泰治	バイクパーキング事業(自動二輪車用駐車場ビジネスのFC全国展開)
	優秀賞	(株)テクニカルブレインズ	代表取締役 菅原 薫	ネット販売においてクレジットカード決済を安全に行うビジネス
		(株)リアルタイム・グラフィックス	代表取締役社長 小泉 幸一	ヒューマノイド・ロボット&福祉機器開発用物理ベースのシミュレーション・システム開発
		(株)須山歯研	代表取締役 須山 高行	フィットイヤー(補聴器用オーダーメイド耳栓)販売
		(有)ケー・エフ・シー	代表取締役 笠原 嗣男	らくら〜くドアレール(回転・スライドレール)販売プロジェクト
第4回 (H17年度)	グランプリ	(株)アイオム	代表取締役 石井 一行	もみ殻バイオテクノロジー
	優秀賞	ヨギ・コミュニケーションズ(有)	代表取締役 竹内 要二	インターネット電話システム『CD-IP電話』
		(株)サンテック	代表取締役 野村 悦雄	ガラス用光触媒溶液開発
		(株)アトラス	代表取締役 有田 圭介	電場指紋照合法FSMによる大口自家発電施設の革新的保全・安全管理
		(株)アトラテックジャパン	代表取締役 河野 和夫	液晶バックライト用インバーター制御用LSIと1入力多出力型トランスの製造販売
第3回 (H16年度)	グランプリ	(有)RPGテクニクス	代表取締役 露崎 典平	RPG適用市場の開拓とRFIDチップ組み込み用パルス発生素子試作
	優秀賞	アイティエス工房(株)	代表取締役 中嶋 弘慈	建築内装業界に特化した一連の『業務合理化ソフト』の開発および販売
		ウェザー・サービス(株)	代表取締役 横田 匡彦	超高精細花粉情報サービス
		システムエンジニアサービス(株)	代表取締役 能智 博史	小規模型有害ガス回収・再生装置の開発と販売
		(株)ビーエムシー	代表取締役 阿部 允	中小私鉄および地方自治体向けの橋の長寿命化のためのアセットマネジメント
第2回 (H15年度)	グランプリ	(株)デジオス	代表取締役 道下 亮一	Windows2000/XP対応IGESデータ検証・修正ツール“PrismWorksBZ”シリーズ開発プロジェクト
	優秀賞	アイスマップ(有)	代表取締役社長 伊藤 一男	大学発特許を活用した共有型3次元ディスプレイ装置の拡販事業
		(株)ゲームランドジャパン	代表取締役社長 山口 ピータ	遊べる! 広がる! マイレーザン
		(株)高速技研	代表取締役 新庄 敏男	PAT(高速データベース検索システム)関連特許の活用技術によるIT産業の変革及びITによる企業経営のルネッサンス事業
		ジャパン・インフォメーション・テクノロジー(株)	代表取締役 石崎 利和	データベースの暗号複号技術の研究開発

『ベンチャー・カップCHIBA』受賞者一覧

No	受賞	企業名等	代表者名	発表ビジネスプラン
第 1 回 （ H 14 年 度 ）	グランプリ	(株)モノベエンジニアリング	代表取締役 物部 長順	ユーザーの依頼に対応する各種材質及び多様形状の金属光フェルルキャピラリの製造と販売
	優秀賞	(株)ケアブレインズ	代表取締役 松下 博宣	法人、医療機関向けのeラーニング
		(株)ソニックデザイン	代表取締役 佐藤 敬守	小口径スピーカーの開発からオーディオ総合メーカーへの発展
		東葛工業(株)	代表取締役 細井 良則	HACCAP対応ホース・ホース金具の開発
		パトナ(株)	代表取締役 米良 暁	建設現場の資材搬送システム



一人ひとりの思いを、
もっと実現できる地域社会にする

株式会社 **千葉銀行**

〒260-8720

千葉市中央区千葉港1-2

千葉を元気に！
起業・創業の皆さまを
全力で応援します。



千葉信用金庫

<http://www.shinkin.co.jp/chibaskb/>

千葉市中央区中央2丁目4番1号

TEL:043-225-1111(大代表)



京葉銀行

確かな“きずな”を、未来へ。

一步一步なのだな、
未来の地図も。

伊能忠敬が歩いて作った「大日本沿海輿地全図」は
200年経った今も日本地図の基盤となっている。

京葉銀行も、一步一步、未来の地図を作りたい。

すでに、佐原の町おこしなど
金融業務の枠を超えた共創プロジェクトが始動。

確かな“きずな”を、未来へ。

私たちは、アルファバンク、京葉銀行です。

INO TADATAKA
伊能忠敬
千葉県九十九里町出身
京葉銀行ブランドキャラクター



ちば興銀

WITH YOU

より近く。より深く。
ともに未来へ。

<https://www.chibakogyo-bank.co.jp/>

ちば興銀 **検索** 



