

目 次

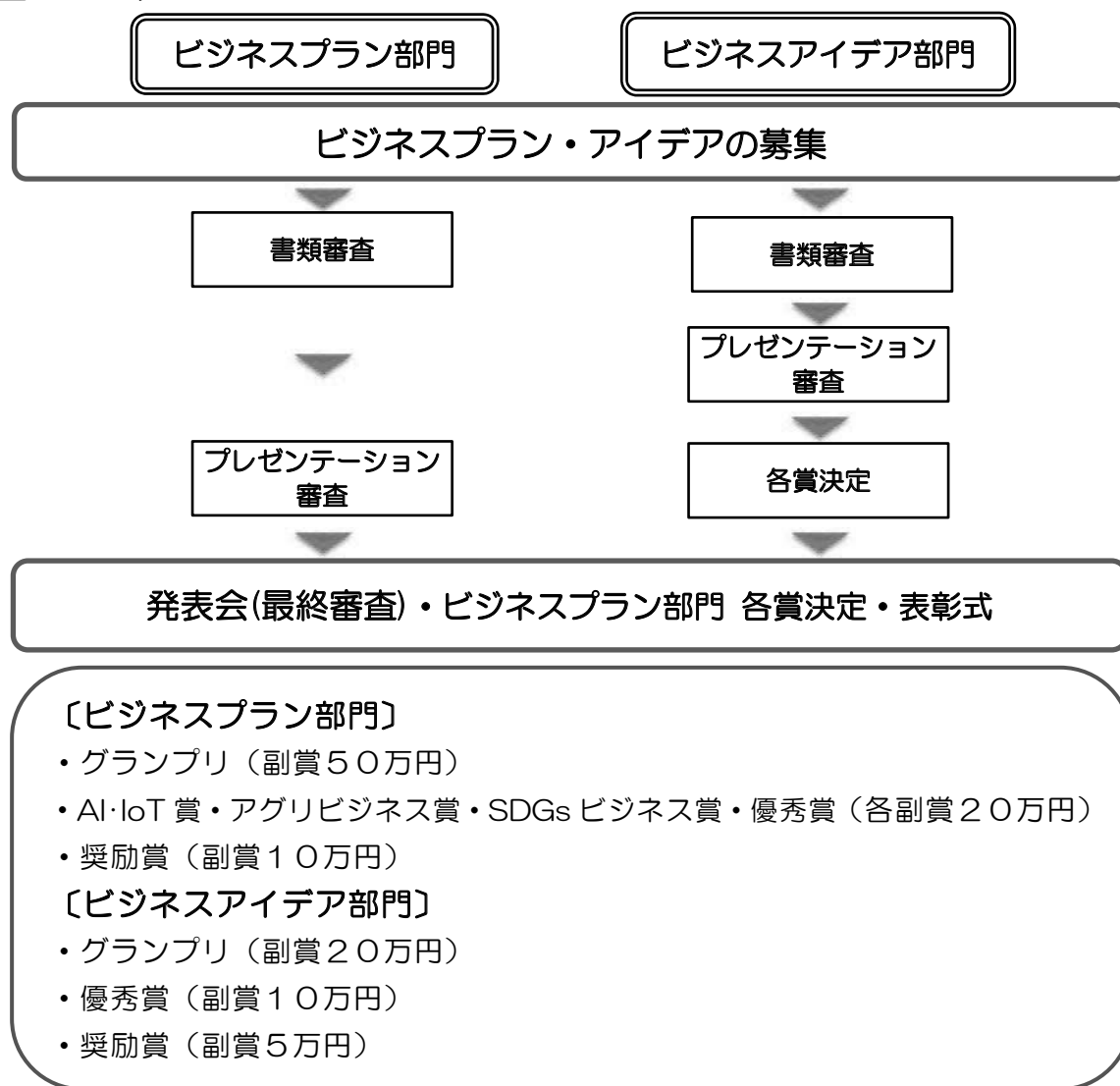
・ 事業概要	2
・ 発表ビジネスプラン	
【ビジネスプラン部門】	
1 株式会社Eプラン	
水を通して安心と環境改善を促進する家庭用の e-WASH 小型生成機の普及	9
2 有限会社エムエスイー	
三相誘導電動機を利用した産業用機器の電源部分を顧客のニーズに 合わせて製作、商用電源及び大型発電機等がなくても駆動させる事を 可能にする商品の開発	25
3 株式会社モノベエンジニアリング	
ばね式「モノMAXフィルター」装着の緊急用浄水装置！ 目詰まりしても簡単に洗浄再生、避難生活の生活用水の効率提供	39
4 株式会社セリッシュエフディー	
「100 年を生きる。千葉市」に貢献し、健康な時から健康を守る ウエルネス・チェック・プラス	61
5 松永 博充	
Smart GlycoRice(仮称) 「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」 新しい価値づくりプラットフォーム	81
【ビジネスアイデア部門】	
1 PsyN	
こころの PsyN 精神・発達特性を当事者・専門家視点で 理解を深める研修プログラム	103
2 株式会社ドウセン	
「動画編集を格安で学び手に職をつけたい主婦」と、 「発信できる人材が欲しい企業」をつなぐ 【在宅ワークの育成】のマッチングサービス	113
3 矢澤 智弘	
アグリテイメント(感性共創型ぶどう体験の社会実装)	125
4 千葉経済大学 Re:Read House	
空き家を活用したシェア型の読書倉庫	139
・ これまでの受賞者一覧	149

【事業概要】

第 24 回『ベンチャー・カップCHIBA』は、千葉市が抱える社会課題を解決するビジネスプラン・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

【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、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、（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、（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テクノロジー（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、（一社）千葉県中小企業家同友会

ビジネスプラン部門

応募資格

千葉市が抱える社会課題を解決するビジネスプランを持ち、かつ以下の1～2の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、又は、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）である方で、近い将来に創業することを検討しており、かつ、以下のア～イのいずれかに該当する方

ア 千葉市内に在住している方

イ 千葉県内に所在している学校へ通学されている方

＊ 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。

＊ 第19回から第23回開催時に本部門（旧一般部門を含む）においてグランプリや優秀賞等を受賞した者の応募は不可とする。ただし、第1回から第18回開催時の本部門の受賞者については、受賞時のテーマとは異なるビジネスプランであれば応募は可とする。なお、ビジネスアイデア部門（旧学生部門を含む）の受賞者については、特に制限を設けない。

＊ 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。

＊ 応募は部門問わず1者1件とする。

審査委員

(1) プレゼンテーション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
上 柿 透	株式会社千葉興業銀行 営業支援部長
喜 多 見 貴	株式会社京葉銀行 執行役員 法人営業部長
坂 本 誠	株式会社千葉銀行 執行役員 法人営業部長
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 浦 良 恵	千葉商工会議所 常務理事
裕 戸 利 一	公益財団法人千葉市産業振興財団 理事長
松 本 有	株式会社フォルム 代表取締役社長
劉 桂 栄	株式会社ジャンガ・テック 代表取締役社長

(2) プレゼンテーション審査委員（氏名 50 音順、敬称略）

氏 名	所 属・役職等
浅 井 幸 男	野村證券株式会社 千葉支店 支店長
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
白 石 幸 雄	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
村 瀬 正 次	J F E テクノリサーチ株式会社 マテリアル評価・解析 Division 腐食評価・解析センター センター長
山 口 智	千葉工業大学 情報変革科学部 高度応用情報科学科 教授

※ 書類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 8 人

表彰

グランプリ	副賞（賞金 50 万円）
A I・I o T 賞	副賞（賞金 20 万円）
アグリビジネス賞	副賞（賞金 20 万円）
S D G s ビジネス賞	副賞（賞金 20 万円）
優秀賞	副賞（賞金 20 万円）
奨励賞	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	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 E プラン 代表取締役社長 松澤 民男	水を通して安心と環境改善を促進する家庭用の e-WASH 小型生成機の普及	本社：千葉県船橋市高瀬町 31 番 6 号 千葉支店：千葉市稲毛区小仲台 2 丁目 5 番 2 号 805 号室 TEL:047-404-9240 URL: https://www.eplan.co.jp/
	<p>株式会社 E プランは、人と環境にやさしいスーパーアルカリイオン水 (SAIW)、「e-WASH」のメーカーです。e-WASH とは、特許技術の電気分解で創る強アルカリの電解水です。99.83%が水 (0.17%はカリウムイオン) で構成されます。主な特徴は、強アルカリなのに小さなお子様でも触ることができる「安全性」。合成洗剤や溶剤に代わり、汚れや油を剥離分解するなどの「洗浄力」。新型コロナウイルス、ノロウイルス、大腸菌なども不活化する「除菌・消臭力」。清掃、洗浄、除菌、消臭、などの活動に、環境負荷を伴う石油系溶剤や人体に有害な化学物質の使用を削減することができる、脱炭素やSDGs を叶えるサステナブルな電解水です。</p> <p>これまで e-WASH は、大手自動車メーカーのシンナーなど有機溶剤の代替え、大手食品メーカーなどの洗浄殺菌工程で使用する次亜塩素酸ナトリウムやアルコールの置き換え、国立病院や学校、幼稚園、福祉施設の清掃除菌の溶剤に代わり従業員や施設利用者のリスク軽減など、多くの企業や団体の環境負荷低減と安全衛生に広く貢献をしてきました。</p> <p>当ビジネスモデルは、産業利用などに活躍した技術を一般家庭や店舗などに届ける、家庭用の e-WASH 生成装置「e-hope」の普及促進です。リビングにも適したコンパクトデザインの e-hope があるライフスタイルでは、野菜や冷蔵庫の洗浄、キッチン、リビング、家具、お風呂トイレの清掃から、赤ちゃんやペットの口に入っても安心な衛生除菌など、環境負荷や刺激をもつ合成洗剤や除菌消臭剤の利用から解放され、化学物質に敏感な人、未来の子供たちのために環境負荷を低減したい人、と共感できる優しい製品です。</p>		
2	有限会社エムエスイー 代表取締役 前野 静夫	三相誘導電動機を利用した産業用機器の電源部分を顧客のニーズに合わせて製作、商用電源及び大型発電機等がなくても駆動させる事を可能にする商品の開発	千葉市稲毛区長沼原町 66 番地 1 TEL : 043-258-7711 URL : https://m-s-e.net
	<p>本商品は「蓄電池で三相誘導電動機を動かす装置」です。蓄電池にはリチウムイオン電池 (LiB) の中では最も安全性の高いといわれているリン酸鉄リチウムイオン電池 (LFP) を使いました。</p> <p>LFP を弊社で製作した半自動スポット溶接機でモジュール化し DC60V 以内のバッテリーパックを製作します。そのバッテリーパックを数台利用して交流 200V 三相電源に変換できる直流電源を製作します。DC60V 以内のバッテリーパックにしたのは製作上の安全と充電を考えての事です。この電源に市販品のインバーターを一部改造して三相交流誘導電動機を駆動する事にしました。</p> <p>現在用意したシリーズは一体型で電源が 921.6Wh、出力が 0.1、0.2、0.4、0.75kW の 4 種類とセパレート型で電源が 4536Wh、出力が 1.5、2.2、3.7、5.5kW の 4 種類です。これらを顧客のニーズに合わせて提供します。同時に独自のスポット溶接機を持っていますので、顧客の要求する電力や利用可能時間にも対応できます。</p> <p>弊社製品の特徴はいかに安全に、安価に直流電源を製作できるかです。この点については製法特許の可能性を検討しています。現在、リース会社を通じて特殊案件の打ち合わせも入り、設計段階になっています。エンドユーザの設置予定場所は電源が全く取れない場所で 0.4kW200V 三相交流誘導電動機 4 台駆動する予定です。</p>		

	株式会社モノベエンジニアリング 代表取締役社長 物部 長智	ばね式「モノMAXフィルター」装着の緊急用浄水装置！目詰まりしても簡単に洗浄再生、避難生活の生活用水の効率提供	千葉県花見川区花島町 149 番地 TEL：043-257-2789 URL：https://www.monobe.co.jp
3	<p>株式会社モノベエンジニアリングは、逆洗で再生できる半永久寿命のばね式「モノMAXフィルター」を核に、災害時の“生活用水不足”を迅速に解決する緊急用浄水装置を展開します。井戸水・雨水・河川水・プール水など身近な水源を生活用水として利用可能にし、手洗い・洗濯・清掃・簡易シャワーといった避難所の基本機能を止めないように支えます。操作はシンプル、逆洗は短時間。製品は組立型・手動型・自動型の3タイプを揃え、想定人数・設置条件・運用体制に合わせて最適な一台を選択可能です。ターゲットは自治体を中心に、指定避難所や関連公共施設への導入を主軸としつつ、病院・民間施設、企業のBCP拠点にも対応。展示会や防災イベントでの実機デモを重ね、使い方や復帰手順を体験ベースで共有しています。</p> <p>品質の「見える安心」として、フィルター収納ケースに透明アクリル材を採用。ろ過や逆洗の状況を目視できるため、適切な運転判断と利用者への理解促進につながります。また、組立型は防災安全協会の認証取得済み、手動型は千葉県トライアル認定製品です。供給面では、量産に向けた設計標準化や部材調達効率化を進め、安定納入の安心を追求。さらに、逆洗再生による循環型運用でフィルター廃棄物の発生を抑え、環境負荷の低減とSDGsへの貢献という社会的安心も両立。「水で守る、地域の未来」－非常用水の新たなスタンダードを、誰もが安心して使える仕組みとして届けます。</p>		
4	株式会社セリッシュエフディー 代表取締役 土居 洋文	「100年を生きる。千葉市」に貢献し、健康な時から健康を守るウエルネス・チェック・プラス	<p>千葉市中央区亥鼻1丁目8番15号 千葉大亥鼻イノベーションプラザ407号室 TEL：043-205-4138 URL：https://www.celish-fd.co.jp</p> <p>我々、セリッシュエフディーは、「100年を生きる。千葉市」を実現するために、健康な時から健康を守る「ウエルネス・チェック・プラス」を提供します。</p> <p>ウエルネス・チェック・プラスは、①核酸・遺伝子解析、②マルチ抗体解析、をベースにAI解析を活用した、③ソリューション（パーソナライズド薬膳）のサービスから構成されます。各サービスの特徴は</p> <p>① 核酸・遺伝子解析：独自開発の超小型のPCR検査装置と独自の核酸クロマト法による検出で、DNA検出10分（従来比約1/6）、を実現します。また、従来のPCR検査では実現できなかった、3種類以上の標的を同時に検出できます（世界初）。小型、超高速、さらには低コストを実現することによって、PCR検査をより身近なものにし、いつでもどこでも検査が可能となります。</p> <p>② マルチ抗体解析：千葉大学医学部との共同研究で、動脈硬化や脳梗塞に関する70種類以上の自己抗体を発見しました。これらの中から自己抗原を機能別に選択し、複数の抗体でリスク検査を行うことで、より現在の体の状態を把握することが可能となります。テストマーケティングでは、実際に5つの自己抗体価を測定することによって、従来の検査では、わからなかった体の状態がわかりました。</p> <p>③ ①核酸・遺伝子解析、②マルチ抗体解析の検査結果のフォローとしてAI解析をつかってリスク検査の結果にそったテーラーメイドの薬膳を提案します。AIで独自の解析を世界中の論文解析に行うことによって、より健康に過ごしていただけるよう、各個人に合った新しい形の薬膳の提案です。</p>

5	千葉大学 学術研究・イノベーション推進機構 スタートアップ・ラボ 松永 博充	Smart GlycoRice（仮称） 「血糖値が気になる方へお米の おいしさそのままに」 新しい価値づくりプラットフォーム	2026 年度創業予定
	<p>1. 概要</p> <p>千葉大学の「生活習慣病ゼロ時予防に資する糖質消化性調節米に関する研究」を活用し、「血糖値が気になる方へ、お米のおいしさそのままに」を届けることを目指すビジネスプランです。</p> <p>特許技術に基づく処理装置と IoT 認証サービスを組み合わせ、コメ農家には高付加価値な収益機会を、消費者には健康志向の新しい選択肢を提供します。</p> <p>この取り組みを通じて、千葉市の農業競争力の強化と地域ブランド米の価値向上を図り、生活習慣病対策と地域経済の活性化を両立するアグリフードビジネスの実現を目指しています。</p> <p>また、本プロジェクトをコアとして、千葉大学発スタートアップの設立を計画しており、研究成果の社会実装と事業化に向けた準備を進めています。</p> <p>2. 私たちの思い</p> <p>本ビジネスプランは、“未来をつくる”という理念のもとに生まれた、新しい価値づくりのプラットフォームです。技術やアイデアだけでなく、“地域の仲間たちとの共創を通じて初めて成立する、「地域発の社会実装」”を目指しています。農家、企業、行政、大学、そして市民が力を合わせ、健康と食、地域の未来をつなぐことがこのプロジェクトの願いです。</p> <p>私たちは、この取り組みに共感し、ともに未来を描き、実現へと動かす仲間を求めています。千葉から、そして日本から、農業の未来を切り拓く挑戦を、皆さんとともに進めていきます。</p>		

1 株式会社 E プラン

■ ビジネスプラン ■

水を通して安心と環境改善を促進する
家庭用の e-WASH 小型生成機の普及

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】
応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 28 日

(フリガナ)	カ) イープラン	(フリガナ)	マツザワ タミオ
会社名・ 学校名等※	株式会社 E プラン	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 松澤 民男 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： 78 歳
法人所在地※： (〒 273-0014) 本社：千葉県船橋市高瀬町 31 番 6 号 (〒 263-0043) 千葉支店：千葉市稲毛区小仲台 2 丁目 5 番 2 号 805 号室			
電話番号：047-404-9240		FAX：047-404-9241	
E-mail：r-matsuzawa@e-wash.jp		URL：https://www.eplan.co.jp/	
資本金※：10,000 千円		従業員数※：25 人 (うちパート・アルバイト：2 人)	
創業(予定)※： 2003 年 11 月		法人設立(予定)※： 2003 年 11 月	
応募者プロフィール 2003 年 11 月 ベンチャープラザ船橋に株式会社 E プラン/E-PLAN Co., Ltd.を創業 2010 年 12 月 千葉県経営革新計画承認 2013 年 1 月 スーパーアルカリイオン水生成機が「千葉県ものづくり認定製品」に採択 2015 年 3 月 千葉県経営革新計画承認 2016 年 7 月 生成装置及びスーパーアルカリイオン水が船橋市ものづくりグランプリ製品に認定 2018 年 3 月 ベンチャープラザ船橋から「千葉県船橋市高瀬町 31-6」へオフィス移転 2018 年 12 月 弊社代表取締役・松澤民男による「水回りから布類、野菜、ペットまで汚れの 9 割は水だけで落とせる」 12 月 26 日発売 2019 年 3 月 千葉県経営革新計画承認 2019 年 3 月 第 24 回 千葉県元気印企業大賞「優秀製品・サービス賞」を表彰 2019 年 7 月 ひまわりベンチャー育成基金「助成金交付」 2021 年 1 月 e-WASH(スーパーアルカリイオン水)による新型コロナウイルスの代用ウイルス「ヒトコロナウイルス OC43 株」での感染阻害効果の確認 2021 年 3 月 第四十六回 発明大賞にて「電解イオン水生成方法と電解イオン水生成装置」が考案功労賞を受賞 2021 年 3 月 第二十五回 千葉県ベンチャー企業経営者表彰にて優秀経営者賞を受賞 2021 年 12 月 船橋市と(株)E プランにて災害時における物資の供給に関する協定の締結式 2022 年 1 月 第五回 めぶきビジネスアワードにてビジネスプラン「e-WASH パートナープログラム」が奨励賞を受賞 2022 年 2 月 弊社代表取締役・松澤民男による「おうちまるごとキレイを実現 アルカリイオン水パーフェクトガイド」 2 月 18 日発売 2022 年 4 月 一般社団法人 日本電解水協会(JEWA)に正会員企業として加盟			

現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

2003 年 11 月に株式会社 E プラン創業、株式会社 E プランは人に優しく、自然環境を汚さず、キレイにすることを追求しています。当社のスーパーアルカリイオン水は強力な洗浄力を実現しながら安全かつ環境にも優しい、界面活性剤などの合成化学物質を含まない 99.9%水成分の無色・無臭・無刺激の電解水。スーパーアルカリイオン水を提供することで、安心・安全で人に優しく、自然環境を汚さない社会構築に貢献するために設立し、大手企業を中心に金属加工分野・食品加工分野・様々な産業分野、学校、病院、福祉施設、飲食業界、地方自治体などの分野を中心にアルカリイオン水生成機（以下：SAIW 生成機）の普及を行ってきました。

応募担当者（上記と異なる場合は記載してください）

役職：専務取締役 氏名： 松澤 竜輔

電話番号：047-404-9240 E-mail：r-matsuzawa@e-wash.jp

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

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

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

水を通して安心と環境改善を促進する家庭用の e-WASH 小型生成機の普及

- ・提案するビジネスプランが下記のビジネス分野に該当する場合はチェックしてください。
☐ AI・IoT 賞 ☐ アグリビジネス賞 ☒ SDGs ビジネス賞 (複数回答可)

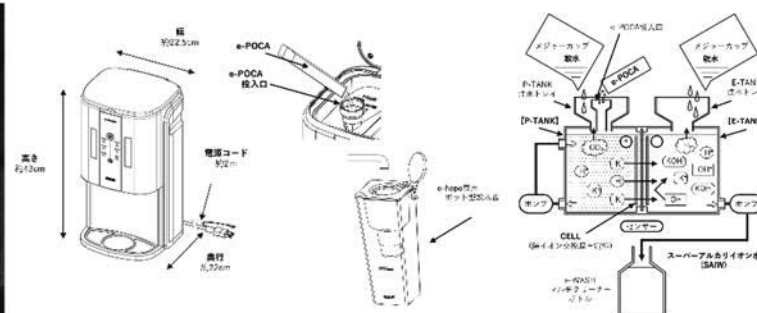
(2) “誰” に対する製品・サービスですか。(このビジネスの顧客は誰ですか)

環境問題と人への安全性に意識が高い一般消費者

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

安心して清掃、除菌、生活のあらゆる衛生活動に使用できるスーパーアルカリイオン水（SAIW）のブランド名 e-WASH を自宅で簡単に生成が行える、デザイン性、機能性に優れた小型の生成装置「e-hope」の提供。合成界面活性剤や化学物質を含む洗剤や溶剤などの環境負荷や家族やペットなどの健康を考慮する意識あるファミリー層へ新しいライフスタイルを提供する、e-WASH のある生活を叶える製品です。

- ・2023 年度 事業再構築補助金の採択を頂き、家庭用の e-hope を開発しました。
- ・2023 年度 千葉ものづくり認定製品（認定番号 189）に選んで頂きました。



e-hopeの使い方

- ①e-POCA（電解補助剤）を入れる ②軟水ポットで水を灌ぐ。
たったこれだけ2 STEP。小さなお子様でも操作が簡単



(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

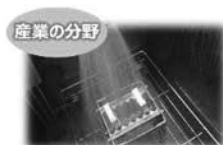
製品の生産は従来製品（工業用製品）の生産体制を活用し、当社で行う予定である。販売や保守については大手企業向けの商品の販売に協力頂いた大手代理店経由での販路を構築する。加えて、中小機構や千葉市産業振興財団（千葉工大など含む）の協力で、最終ユーザーへの認知度を高めるブランディングを行い、ネット販売なども併用し、販売して行きたいと考えている。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

小型生成装置についてはできる限り、低価格で販売し、e-WASH を生成する時に使用する消耗品で収益を上げることで、継続的な売上が上がるビジネスモデルとする。また BtoC の認知が向上することにより、主事業である製造業や食品加工業など多くの産業で使用する有機溶剤や合成界面活性剤の代替えをしていく考えが促進され、強アルカリ電解水事業の全体的な拡充を図る。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

環境負荷が大きい合成洗剤に代わる洗浄剤としてアルカリイオン水に着目して研究を重ね、独自の電解技術とこれによって生成するスーパーアルカリイオン水と洗浄機を 2010 年に開発・商品化した。スーパーアルカリイオン水は高い洗浄力と安全性を両立したものであり、大手自動車会社（トヨタ自動車、日産自動車など）、大手食品会社（吉野家、すき家、セブンイレブンなど）、金属加工関係（アマダなど）の製造現場やビルメンテナンス業界（蔵王工業）などで業務用の洗浄液として採用されている。安全性についてもウイルス・細菌の不活化試験各種を取得し、有効性、安全性が証明されている。



脱脂洗浄、切削研削、冷却水など



調理機洗浄、配管洗浄、床洗浄



国立病院、介護施設、保育園

産業の分野
トヨタ自動車 株式会社
株式会社 デンソー
日産自動車 株式会社
スズキ自動車 株式会社
日野自動車 株式会社
ヤマハ発動機 株式会社
株式会社 日立産機システム
Nitto 日東電工 株式会社
コニカミルタ 株式会社
三菱電機 株式会社
日本航空電子 株式会社
大同特殊鋼 株式会社
株式会社 UEX
兼房 株式会社
磐田刃物 株式会社、他

食の分野
日本ハム 株式会社
丸大食品 株式会社
株式会社 ニッスイ
日清食品 株式会社
株式会社 ニチレイ
サントリー 株式会社
株式会社 明治
株式会社 吉野家ホールディングス
すき家、はま寿司、グループ
カレーハウス COCO 各番屋
セブンイレブングループ
ローソングループ
株式会社 西田酒造店
菊正宗酒造 株式会社
正田醤油 株式会社、他

人の分野
株式会社 ダスキン
東日本旅客鉄道 株式会社
アクア 株式会社
LG japan Lab inc
国立成育医療センター
神奈川県こども医療センター
保育園・幼稚園、複数
社会福祉法人 同愛会
グランドハイアットホテル
アンダース東京ホテル
Wash Plus (コインランドリー)
たいら鶏卵 事業協同組合
大洗水族館
宮城県 蔵王町
日本サッカー協会、他

安全衛生法における全ての危険有害性項目に該当しない安全性能、皮膚刺激性試験、眼球刺激性試験、吸入毒性試験、光毒性試験にて安全性を証明。国立・県立病院でも安全性評価を実施し、哺乳瓶洗浄に採用されている。加えて、新型コロナウイルス、インフルエンザ A 型、ノロウイルス、レジオネラ菌、大腸菌、サルモネラ菌、O157、歯周病菌、虫歯菌、鳥インフルエンザウイルスなど複数の不活化試験により除菌効果を証明。においの原因菌に有効で高い消臭効果があり、人への刺激が無く、環境負荷の要素を持たないスーパーアルカリイオン水は、有害な化学物質に代替えが可能な十分な機能性を持っている。

SAIWの安全性 成分の99.83%が「水」

洗浄・除菌・無刺激

e-WASH
イーウォッシュ

機しきで選ばれています。

- ・国立病院の哺乳瓶洗浄
- ・赤ちゃんのケア
- ・介護・福祉施設の清掃・感染予防
- ・ペット周りのお掃除

安心と子供の未来をカタ
ママと、いい選択するクリーナー

SAIWの除菌力

SAIW 論文	インフルエンザA型	レジオネラ菌	ノロウイルス
SAIW論文の掲載論文とウイルスの除去、日本製薬のウイルス研究グループの発表から、SAIW「手洗剤」への効果を確認。2013年12月21日、SAIWは「インフルエンザA型」ウイルスを20分以内に99.9%以上不活化させた。SAIWによるインフルエンザA型の不活化効果を確認した。	SAIW論文の掲載論文とインフルエンザA型の除去、日本製薬のウイルス研究グループの発表から、SAIW「手洗剤」への効果を確認。2013年12月21日、SAIWは「インフルエンザA型」ウイルスを20分以内に99.9%以上不活化させた。SAIWによるインフルエンザA型の不活化効果を確認した。	SAIW論文の掲載論文とレジオネラ菌の除去、日本製薬のウイルス研究グループの発表から、SAIW「手洗剤」への効果を確認。2013年12月21日、SAIWは「レジオネラ菌」を20分以内に99.9%以上不活化させた。SAIWによるレジオネラ菌の不活化効果を確認した。	SAIW論文の掲載論文とノロウイルスの除去、日本製薬のウイルス研究グループの発表から、SAIW「手洗剤」への効果を確認。2013年12月21日、SAIWは「ノロウイルス」を20分以内に99.9%以上不活化させた。SAIWによるノロウイルスの不活化効果を確認した。

※除菌力試験は、SAIWの除菌力試験、大腸菌、サルモネラ菌、O157、ヒトヘルペスウイルス、イタリウイルスの不活化試験、虫歯菌、スチング、光毒性試験、他の多様な試験項目

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

スーパーアルカリイオン水（SAIW）、e-WASH は E プラン独自の電気分解技術により生成をします。人と環境やさしい電気分解製法は以下の特徴を持つ特許技術です。

主な特徴

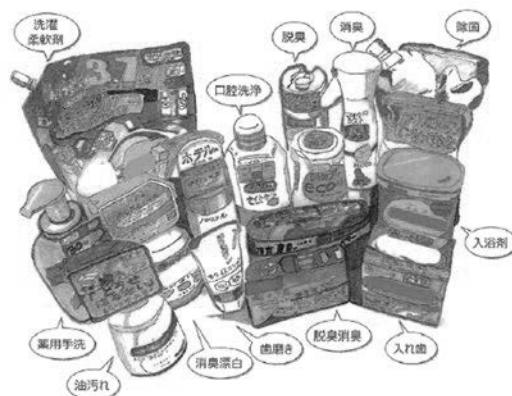
- ・従来の電気分解製法のように酸性水とアルカリ水の両方をつくることなく、e-WASHと必要なアルカリ電解水に100%変換する技術により、無駄な排水を発生させません。
- ・塩化物を使わない電気分解方法で塩素ガスが発生せず水でありながら、鉄を錆びさせにくい、独自の電解水を創ることができます。
- ・ハイターや苛性ソーダのように危険性が高い強アルカリではなく、特別な電気分解技術により、化学物質の濃度を殆ど含まない、人にやさしい安全性と機能性を併せ持つ、e-WASHを仕上げるすることができます。

主な特許

- ・特許第4967050号 発明の名称「電解イオン水生成装置」
- ・特許第6057267号 発明の名称「電解イオン水生成方法及び電解イオン水生成装置」
- ・特許第6448043号 発明の名称「電解イオン水生成方法及び電解イオン水生成装置」
- ・特許第7097652号 発明の名称「SARS-CoV-2用不活化剤とSARS-CoV-2不活化方法」
- ・特許第7545765号 発明の名称「電解イオン水生成装置」

これまで食品衛生、医療・福祉、飲食業界、清掃業界にプロの洗浄、除菌の実績をもつ、電気分解技術を家庭用に省力化をし、小さなお子様でも簡単に生成ができる機能デザインに設計をした、e-WASH生成機のモデルが「e-hope」となります。

一般家庭において、掃除、洗濯、除菌、消臭、様々な合成洗剤や溶剤を使用しています。脱炭素やゼロエミッション、SDGsの取組みがより重要となる社会の中で、石油原料の溶剤や洗剤を減らすこと、これらを定期的に購入する用品の容器を廃棄すること、濯ぎ水を減らして節水すること、これらの様々な課題に、人と環境にやさしく、家族やペットにも安心して使えるニーズに応えるのが、e-hopeです。



これらは合成界面活性剤などの化学物質が入った商品の一例です。



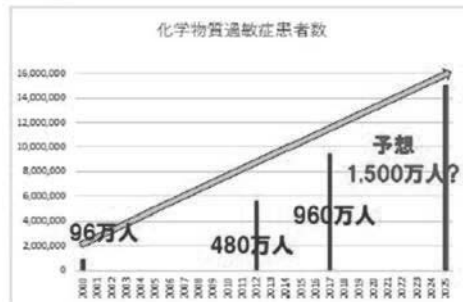
身の回りのさまざまな製品に化学物質は含まれている

身の回りの製品

- ・合成洗剤や柔軟剤
- ・香水
- ・整髪料
- ・抗菌や除菌製品
- ・家庭用殺虫剤や衣料用防虫剤
- ・接着剤や塗料など有害溶剤
- ・園芸用農薬など

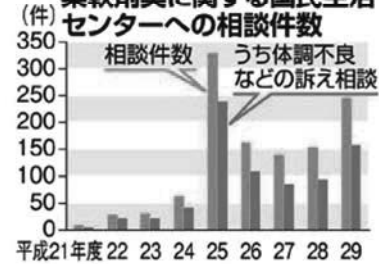


Check 化学物質過敏症は年々増え続け、臭いに関する問い合わせも増えている



株式会社キョーリンのHPより引用

柔軟剤臭に関する国民生活センターへの相談件数



NPO 法人日本消費者連盟より引用

使い方ガイド あらゆる場面で活躍！

e-WASH を使ったお掃除やお手入れの仕方を場所や用途別にご紹介します。使用していくうちに、だんだん要領がつかめてくるはず！ここで紹介されていない場所にも試してみてください。

コンロ STOVE

濃度：標準～2倍



01. e-WASH を加熱する
標準～2倍に薄めて加熱した e-WASH を容器に入れます。
02. 部品を漬ける
バーナーキャップなどの部品を、5～10分漬けます。
03. スポンジでこする
※中火で加熱
しつこい汚れは、スポンジでこすって水道水で洗います。

電子レンジの内部 INSIDE THE MICROWAVE

濃度：標準～10倍



01. 通気時は吹きかける
冒険のお手入れは、庫内に直接吹きかけて拭き取ります。
02. e-WASH を温める
汚れがひどい場合は、お湯に e-WASH を 30ml ほど入れて加熱するまで加熱します。
03. 庫内の汚れを拭き取る
※中火で加熱
加熱した 02 の e-WASH が庫内に残っている状態で、汚れを拭き取ります。



他の使い方はこちらからご覧ください！

換気扇 VENTILATION FAN

濃度：標準～10倍



01. フードには吹きかける
フード部分には e-WASH をまんべんなく吹きかけ、マイクロファイバークロスなどでふき取ります。
02. フィルターなどは温す
ファンやフィルターなどは取り外して、e-WASH に 10分程度浸したあと、乾いた布で拭き取ります。もしくはタオルの上に置いて e-WASH をまんべんなく吹きかけ、数分後に拭き取ります。

冷蔵庫 REFRIGERATOR

濃度：標準～10倍



01. 庫内に吹きかける
庫内は直接吹きかけて拭き取ります。食品が入っていても安心です。冷蔵庫内の消費もできます。
02. ゴムパッキンにも直接
汚れが溜まりやすいドアのゴムパッキンにも直接吹きかけます。
03. 乾いた布で拭き取る
吹きかけたら必ず乾いた布で拭き取ります。

鉄鍋 IRON POT

濃度：標準



01. 原液を注ぐ
鍋にこびりついた油汚れなどは原液を注いで1時間程度置きます。沸騰させると落とすようになります。
02. すずい水分を拭き取る
1時間経過後、スポンジで軽くこすると残った汚れもきれいに落ちます。

ペットのブラッシング BRUSHING

濃度：原液



猫犬のブラッシング

少し離れた位置から犬の被毛に吹きかけ、ブラッシングします。その後タオルで体の水分をやさしく拭き取ります。体毛もブラシのにおいも取れます。

服地のブラッシング

ブラシにe-WASHを吹きかけて優しくブラッシングします。ブラシに絡まった髪の毛も取りやすくなります。

ペットのトイレ TOILET

濃度：原液



01. スプレーで吹きかける

トイレの汚れを除去し、e-WASHを吹きかけます。

02. 汚れをふき取る

汚れが溜まりやすい箇所の部分は、ティッシュでふき取ります。ペットの尿や便の消臭効果も期待できます。

散歩後の足洗い FOOT

濃度：原液



01.e-WASHを足にふきかける

散歩後の汚れが付いたペットの足などにe-WASHをたっぷり吹きかけます。

02. タオルなどでふき取る

肉球の間の汚れもe-WASHで綺麗に拭き取れます。肉球などの除去ができます。



他の使い方はこちらからご覧ください！

エアコン AIR CONDITIONER

濃度：原液・50倍



01. フィルターは水洗い

フィルターを本体から取り外し、e-WASHを直接吹きかけ、汚れが落ちたのを確認して水洗いします。乾燥して完全に乾かしてから再取り付けます。

02. 本体には吹きかける

本体の汚れにはe-WASHを直接吹きかけ、吹き上がった汚れを水拭きなどで拭き取ります。

e-WASHは乾燥しにくいので乾かす

テレビ TV SET

濃度：原液・50倍



01. 布にスプレーして拭く

家電本体は、あらかじめe-WASHをしみこませた布で汚れを拭き取ります。

02. 乾いた布で拭き取る

テレビやパソコンの画面は拭き跡が残らないように、乾いた布で水分を拭き取ります。

03. リモコンはめんぼうでふき取る

めんぼうにe-WASHを染み込ませ、細かい部分を拭き取ります。

テーブル TABLE

濃度：原液・10倍



01. スプレーで吹きかける

汚れた部分にe-WASHをまんべんなく吹きかけます。

02. 乾いた布で拭き取る

汚れがひどい場合には、数分経過後から乾いた布で拭き取るタイミングが効果的です。

洗濯 LAUNDRY

濃度：原液



01. 洗濯機にe-WASHを入れる

洗濯機に洗濯物を入れ、原液のe-WASHを500mlほど入れます。

洗濯物の汚れと量に応じて投入量を調整します。

02. 自動運転で回す

洗濯機の自動運転コースで、通常通り回します。洗濯物にe-WASHがまんべんなく入り、汚れが落ちやすくなります。

洗濯ドラムのカビ除去効果も期待できます。

ファブリック FABRIC

濃度：原液・50倍



01. スプレーで吹きかける

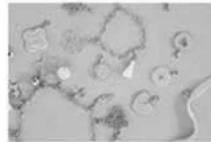
少し離れた場所から、e-WASHをまんべんなく吹きかけます。無臭でベタつかないので、気軽に使用できます。

02. 汚れはタオルで拭き取る

もし汚れがある場合は、汚れた部分にe-WASHを吹きかけ、乾いたタオルで拭き取ります。

アクセサリ ACCESSORIES

濃度：原液・30倍



01. アクセサリーを濡す

細かい隙間のアクセサリや金属の指輪などはe-WASHに1分程度浸します。小刻みに揺ると汚れが落ちます。

02. すずいでお水を拭き取る

乾いたタオルやティッシュペーパーで水分を拭き取ります。

03. マウスピースもOK

歯磨き口に入れるマウスピースや入れ歯、部分入れ歯も、同じ要領できれいになります。



他の使い方はこちらからご覧ください！

自動車 CAR

濃度：原液



車内

床、座席、トランク、窓、ダッシュボードなどは、汚れた箇所にe-WASHを吹きかけ、乾いた雑巾のタオルなどで拭き取ります。

車外に吹きかける

車内に数分ブッシュすると、車体表面のにおいやペット臭、食べ物のにおい、汗のにおいなどを消臭できます。

自転車・オートバイ BIKE

濃度：原液



車体

汚れている箇所にe-WASHを吹きかけ、乾いた雑巾などで拭き取ります。動きがよくなります。

サビやすい箇所には、拭き取り効果も期待できます。

小物類

ヘルメットや手袋、靴などに染み込んだ汗のにおいは、e-WASHを吹きかけるだけで消臭します。子供の靴にも効果的です。

タイヤ・ホイール TIRE

濃度：30倍



細部は先の細いもので

細部の拭き取りづらい場所は、割り箸のような先の細いもので汚れを拭くといでしょう。

※スポンジに浸して

水道水で車体全体を軽く濡らしておきます。バケツに20倍程度に薄めたe-WASHを入れ、スポンジなどを浸して汚れている部分を軽くこすります。乾いた布で汚れを拭き取り、さらに仕上げ用の乾いた布で拭き取ります。

キッチン周り、お子様の周り、小さなお子様からご年配の方、ペットのいる生活など、あらゆるシーンの掃除、洗濯、除菌、衛生活動を便利で安全に環境にやさしく e-WASH を活用頂くことができます。

3 市場性について

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

市場のニーズとしては、2020年10月、政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルを目指すことを宣言しました。そのために農薬や界面活性剤などの合成化学物質の使用量を低減することが求められている。加えて、世界的に繰り返すインフルエンザや新型コロナウイルスの流行がある中、一般家庭においても接触感染、飛沫感染への手軽で安価な対策が一層求められている。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

周知方法：

現在、法的な規制もあり、強酸を使った殺菌・洗浄や、界面活性剤などの利用が一般的になっている。その中、大手企業で採用され、活用されていることをアピールし、千葉市から規制緩和の流れを作り、当製品の有効性と信頼性をアピールして行きたいと考えている。

販売戦略：

スーパーアルカリイオン水の小型生成機的主要販売先を家庭とすることから、新たな販売提携先として、家電メーカー系の販売企業である「小泉成器株式会社」様の協力を得る予定である。同社はSAIWの機能・特徴に興味を持っていただき、2024年からSAIWを供給しているが、さらに家庭用生成機についても、その強力な流通チャンネルを利用して、同社の主要販売先である全国の家電量販店、ホームセンターなどの店頭販売と、ウェブ上のEコマース販売ルートに乗せていただく予定である。当面は大手家電量販店等をターゲットとし、店頭での商品説明や実演販売も交えながらe-WASHおよびその生成機の特徴に対する認知度向上を図るとともに、状況を見極めながら全国の店舗へと展開していく。さらに、産業用機器の海外展開で取引のある「(株)カメイ」様が家庭用生成機に興味を示していただいております。カメイ様を経由した海外展開について協議を進めている。これらの販路の他、個人のグループや、歯科医院、飲食店、福祉施設などの小規模事業者を対象としたリースによる普及についても検討を進めている。

その他に中小機構や千葉市産業振興財団（千葉工大など含む）の協力で、最終ユーザーへの認知度を高めるブランディングを行い、ネット販売なども併用し、販売して行きたいと考えている。

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

コロナやインフルエンザの対策：

同ウイルスの感染には主に接触感染と飛沫感染があり、当社生成機で生成したスーパーアルカリイオン水（以下SAIWという：pH12.5）は、界面活性剤、アルコール、次亜塩素酸ナトリウム、次亜塩素酸水と同様に除菌力があることから、同ウイルスへの抗ウイルス効果を持つと考えられる（有効性については後述）。また、SAIWは99.83%純水（食品添加物である水酸化カリウム0.17%）であり、人と環境にも安全安心な水であることから、手指、食品、物品等からの接触感染予防だけでなく、超音波噴霧器等による飛沫感染予防にも有効であると考えている。このように接触感染と飛沫感染の両方へ安全安心に対応できるものは他には無いと考えられる。

環境対策：

生活排水は大きな汚染原因となって環境を破壊している。環境庁の調査によると東京湾の汚濁原因の割合は、生活排水が68%、産業排水が21%、その他が11%となっている。また、生活排水中の汚濁原因の割合は、台所40%、風呂21%、洗濯9%となっており、その生活排水の主な汚染成分が合成界面活性剤や次亜塩素酸（漂白剤など）等の石油系の原料である。家庭から流れ出た排水は下流の下水処理場では合成界面活性剤等を十分に分解除去が出来ないため、河川、海を汚染し続ける原因となっており、私達は汚染された魚を食べて汚染物質も一緒に体に取り込んでいる。



また、合成界面活性剤は、洗浄、起泡、乳化、保湿などの作用があり、多くの日用品や化粧品などに使われているが、特に皮膚への浸透作用が強く、人間の防御作用を超えて体に入り、アレルギー性接触皮膚炎等の皮膚障害の原因になっている。また、皮下に浸透した合成界面活性剤は、強力な界面活性剤作用を持続けたまま内臓に残留し、妊娠率低下、催奇形性など計り知れない危険を人体に及ぼしている。

これらの問題を解決するために、一般家庭において、合成界面活性剤等を使用しなくても洗浄、除菌、消臭等に優れ、人と環境にもやさしいスーパーアルカリイオン水を手軽で安価に活用できる家庭用水生成機を提供する。

家庭における水に関する様々なニーズへの対策：

一般家庭においては、飲料、料理、洗浄、除菌等様々な水に関するニーズが発生している。また、洗浄においても、手洗い、洗顔、シャンプー、ボディシャンプー、食器洗い、洗濯、トイレ洗浄、掃除等の用途毎に別々の洗浄商品を使用し、手間とコストがかかっている。

今回当社は、飲料、料理等に使用するには、水道水を濾過した純水（精製水）やそれを電気分解した飲み水（弱アルカリ水：pH10.5）を生成し、様々な家庭内の除菌・洗浄用途にはスーパーアルカリイオン水を生成するなど、家庭における水に関する様々なニーズに対して、手間とコストをかけずに装置 1 台で応えることが出来る、家庭用オールインワン水生成機を提供する。

4 実現可能性について

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

昨年ヨドバシカメラなどで、家庭用の SAIW 小型生成機のテスト販売を開始、まだ、製品としての認知度が低いので、大きな売上拡大には繋がっていない。今後、この製品についても千葉市産業振興財団や中小機構の力を借り、ブランディングを行いながら着実に売上拡大を計画している。昨年度、本年度は金属加工用洗浄機の拡販に注力し、販路拡大の目途がたったので、本年度、来年度は本製品のブランディングを確実にを行いながら、BtoCの販路を新たに構築し、本製品についても確実に売上が上がるビジネスに育てていきたいと考えている。



(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

課題 1 と対策

販売体制の確立に課題があり、現在中小機構や取引がある大手代理店と販売方法等の相談を行っている。

課題 2 と対策

最終ユーザーへの認知度向上の課題については、テレビやラジオのメディアを使いながら少しずつ認知されてきている。その他に千葉市産業振興財団と千葉工大の協力で、認知度を向上させるためのブランディングを行っている。

(3) 既に起業している方は、直近 3 年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

	令和5年3月期	令和6年3月期	令和7年3月期
売上高	671,382 千円	451,713 千円	631,912 千円
営業利益	△34,298 千円	14,846 千円	1,090 千円
経常利益	17,764 千円	6,579 千円	39,776 千円

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

令和6年は二つの製品（金属加工用洗浄機、家庭用小型生成機）の開発にマンパワーを割いたため、売上が減少した。今後、この新製品を販売することで売上拡大を計画している。

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

(単位：千円)

	令和8年3月期	令和9年3月期	令和10年3月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	695,103 千円 (30,000 千円)	764,613 千円 (60,000 千円)	841,074 千円 (90,000 千円)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	355,998 千円 (20,000 千円)	391,598 千円 (40,000 千円)	430,758 千円 (60,000 千円)
<3>粗利益 [<1>-<2>] (うち、今回応募事業分)	339,105 千円 (10,000 千円)	373,015 千円 (20,000 千円)	410,316 千円 (30,000 千円)
<4>販売費、一般管理費 (うち、今回応募事業分)	307,186 千円 (5,000 千円)	307,186 千円 (5,000 千円)	307,186 千円 (5,000 千円)
<5>営業利益 [<3>-<4>] (うち、今回応募事業分)	31,919 千円 (5,000 千円)	65,829 千円 (15,000 千円)	103,130 千円 (25,000 千円)
<6>営業外利益	0	0	0
<7>営業外費用	10,500 千円	10,500 千円	10,500 千円
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	21,419 千円	55,329 千円	92,630 千円

*上記計画の根拠

昨年度、金属の板を洗浄する洗浄機を工作メーカーのOEM商品として販売を開始し、順調に売上拡大を見込んでいる。加えて、昨年ヨドバシカメラなどで、家庭用のSAIW小型生成機のテスト販売を開始、今後、この製品についても千葉市産業振興財団や中小機構の力を借り、ブランディングを行いながら着実に売上拡大（1年目：30万×100台、2年目：30万×200台、3年目：30万×300台）を計画している。

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

(単位：千円)

	資金内訳	令和8年3月期	令和9年3月期	令和9年3月期
資金需要	運転資金	2,000千円	2,000千円	2,000千円
	設備資金	0千円	0千円	0千円
	計	2,000千円	2,000千円	2,000千円
資金調達	自己資金	2,000千円	2,000千円	2,000千円
	借入金 (うち、今回調達希望分)	(0千円)	(0千円)	(0千円)
	投資 (うち、今回調達希望分)	(0千円)	(0千円)	(0千円)
	その他()	0千円	0千円	0千円
	計	2,000千円	2,000千円	2,000千円

※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。

*上記計画の根拠

昨年度までに新製品を開発、提供するための設備投資は終了した。今後は現有体制で確実に売上拡大を実現したいと考えている。

家庭用のSAW小型生成機については、販売促進及びブランディング化のための広告宣伝費（パンフレット、展示会出展等）を年間2,000千円計画しているが、自己資金でまかなう計画としている。

5 社会貢献性について

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

千葉市では環境への負荷の少ない持続可能な社会の実現を目指し、大気・水質等の汚染防止、谷津田など自然環境の保全、温室効果ガスの削減、再生可能エネルギーの活用などによる地球温暖化防止等の環境保全対策を推進しています。また、循環型社会の構築を目指して、さらなる焼却ごみの削減を図るため、市民及び事業者と協働しながら、様々なごみ減量・再資源化施策・事業を展開しています。今回展開するスーパーアルカリイオン水を生成する家庭用小型生成装置を普及することで、石油由来の界面活性剤などの化学物質を無くし、大気・水質等の汚染防止、温室効果ガスの削減、焼却ごみの削減等に貢献が可能となります。

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

家庭では目的別に購入される洗剤などが統一され、コストが削減されます。合わせて、家庭から排出される洗剤等を入れているゴミも無くなります。加えて、アルコールなどの消毒の使用も減り、かつ、子供などが発症している化学アレルギー性接触皮膚炎等の皮膚障害が減ることに繋がります。結果、環境汚染対策や医療費等が削減され、安心・安全に暮らせる循環型社会構築に貢献出来ます。

6 その他

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

なし

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

家庭用への事業化については、法的規制もあり、強酸を使った殺菌・洗浄や、界面活性剤などの利用が一般的になっており、企業だけでの本製品の普及が難しいと思ったため、千葉市などの自治体の力を借りたいと考えた。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

当社のスーパーアルカリイオン水は強力な洗浄力を実現しながら安全かつ環境にも優しい、界面活性剤などの合成化学物質を含まない99.9%水成分の無色・無臭・無刺激の電解水である。スーパーアルカリイオン水を提供することで、安心・安全で人に優しく、自然環境を汚さない社会構築に貢献するために設立し、大手企業を中心に金属加工分野・食品加工分野・様々な産業分野、学校、病院、福祉施設、飲食業界、地方自治体などの分野を中心にアルカリイオン水生成機（以下：SAIW 生成機）の普及を行ってきました。一方、家庭用への事業化については、法的規制もあり、強酸を使った殺菌・洗浄や、界面活性剤などの利用が一般的になっている。その中、大手企業で採用され、活用されていることをアピールし、千葉市から規制緩和の流れを作り、当製品の有効性と信頼性をアピールして行きたいと考えている。

千葉市でも環境への負荷の少ない持続可能な社会の実現を目指し、大気・水質等の汚染防止、谷津田など自然環境の保全、温室効果ガスの削減、再生可能エネルギーの活用などによる地球温暖化防止等の環境保全対策を推進する考えが同じのため、千葉市から事業展開したいと考えた。

【ビジネスプラン部門】

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☒ 当財団ホームページ ☐ 当財団メールマガジン ☐ 当財団 Facebook
- ☐ ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ）
- ☐ 千葉市役所ホームページ ☐ 千葉市経済部メルマガ ☐ 千葉市役所公式 X
- ☐ 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ）
- ☐ 新聞、インターネット等のメディア（名称： ）
- ☒ 紹介された（紹介者名：千葉市産業振興財団の長島コーディネーター ）
- ☐ その他（ ）

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

- ☒ 販路拡大
 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得
 ☒ 資金調達
☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

販路拡大と継続的なブランディングの支援をお願いしたい。

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

多くの千葉市市民と販路拡大や資金調達に協力頂ける方々。

2 有限会社エムエスイー

■ビジネスプラン■

三相誘導電動機を利用した産業用機器の
電源部分を顧客のニーズに合わせて製作、
商用電源及び大型発電機等がなくても
駆動させる事を可能にする商品の開発

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】 応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 29 日

(フリガナ)	ユウゲンカイシャエムエスイー	(フリガナ)	ダイヒョウトリシマリヤク マエノ シズオ
会社名・ 学校名等※	有限会社エムエスイー	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 前野 静夫 <div style="text-align: right;">印</div>
応募者区分：(いずれかに○) 個人 <input type="radio"/> 法人 <input checked="" type="radio"/> グループ			応募者年齢： 77 歳
法人所在地※： 〒 263-0001 千葉県稲毛区長沼原町 66 番地 1			
電話番号：043-258-7711		FAX：043-258-3831	
E-mail：maeno@m-s-e.co.jp		URL：https://m-s-e.net	
資本金※： 5,000 千円		従業員数※：28 人 (うちパート・アルバイト： 23 人)	
創業(予定)※： 1986 年 1 月		法人設立(予定)※： 1989 年 4 月	
応募者プロフィール 1948年東京都葛飾区で出生。都立工業短期大学1968年卒、同年安川電機代理店(株)伊東商会入社1972年同社退社、後数か所の営業経験を経て1986年会社創業、1989年有限会社エムエスイー設立、現在に至る。 (グループでの応募の場合は構成員を記載してください)			
現在の事業内容※(簡潔にご記載ください) 産業用制御盤の設計製作工事。 ケーブルアッセンブルの製作。 太陽光発電、リチウムイオン蓄電池等創電気関連商品の開発販売。			
応募担当者(上記と異なる場合は記載してください) 役職： 氏名： 電話番号： E-mail：			

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

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

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

三相誘導電動機を利用した産業用機器の電源部分を顧客のニーズに合わせて製作、商用電源及び大型発電機等がなくても駆動させる事を可能にする商品の開発

・提案するビジネスプランが下記のビジネス分野に該当する場合はチェックしてください。

☐ AI・IoT 賞 ☐ アグリビジネス賞 ☒ SDGs ビジネス賞 (複数回答可)

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

建設工事業者

リース業者

農業機械製造業

仮設設備業者

非常用駆動装置

自治体…災害時対策用

その他、医療機器、教育関係等多岐にわたる

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

本商品は「蓄電池で三相誘導電動機を動かす装置」です。

蓄電池にはリチウムイオン電池 (LiB) の中でも最も安全性の高いといわれているリン酸鉄リチウムイオン電池 (LFP) を使いました。

LFP を弊社で製作した半自動スポット溶接機でモジュール化し DC60V 以内のバッテリーパックを製作します。そのバッテリーパックを数台利用して交流 200V3 相電源に変換できる直流電源を製作します。DC60V 以内のバッテリーパックにしたのは製作上の安全と充電を考えての事でした。この電源に市販品のインバーターを一部改造して三相交流 200V 誘導電動機を駆動する事にしました。

現在用意したシリーズは一体型、電源が 921.6Wh、出力が 0.1~0.75 kW の 4 種類とセパレート型、電源が 4536Wh、出力が 1.5~5.5kW の 4 種類です。

これらを顧客のニーズに合わせて提供します。同時に独自のスポット溶接機を持っていますので顧客の要求する電力や利用可能時間にも対応できます。弊社の特徴はいかに安全に、安価に DC 電源を製作できるかです。この点については製法特許の可能性を検討しています。現在、リース会社を通じて特殊案件の打ち合わせも入っています。電源が取れない場所なので期待されています。

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供” しますか。

現在、仕様書を纏めるべく実験を繰り返しており、9 月中には纏める予定です。

本年 10 月以降に行われる各種展示会で本装置を取り付けたリフト等を駆動してアピールをおこない、本装置を必要とする顧客を掘り起こします。

見込み客に対して貸出用に多数のデモ機を製作し提供します。私たちも顧客と一緒に

に現場で立ち会い、実際に使用して頂。その結果を検討し、修正したり、更に機種を開発したりして客先の要望に応じた装置を設計製作します。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

収益化するためにはある程度標準品を用意して販売に結び付ける必要があります。2027年までは材料費及び外注費は販売価格の30%以内とし、製作する人員としては専任2名とし、現在収益を上げている本業の手空きの時なども利用して制作に従事させデモ機、及び標準品の製作をします。

2028年以降は工場内を整備し材料費、外注費及び人件費を含めても販売価格の20~30%以内として収益を上げる予定です。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

- 1、安全性と寿命に優れるリン酸鉄リチウムイオン電池（LFP）を採用
- 2、独自開発による半自動溶接機によるモジュール構成
- 3、DC→AC200V 三相インバータを内蔵
- 4、多様な現場、用途に対応可能
- 5、mSeはモーター制御に40年の経験、太陽光発電も20年の経験あり本事業取り組む環境に最適です。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

独自の技術を駆使して製品づくりに努めますが、規制の汎用品を組み合わせることによって、より良い商品を作ることができるのならば、躊躇せず、採用していきたいと思います。また、その中から新しい技術を学びたいと思います。

顧客のニーズに合わせて電源メーカーの製品、汎用品として出回っているインバータ、操作回路としてのPLC、タッチパネルの技術を利用したものもあります。mSeではこれらはすべて今まで製作していた制御盤を作る中で取り扱った商品です。又充電方法も商用電源から高電圧でとる方法なり、太陽光発電から得る方法も行っています。mSeは10年以上前から取り組んでいたもののひとつとして、独自の農園を運営しています。畑を耕作しつつそのうえで太陽エネルギーを活用しています。（mSeソーラーシェアリング農場）この農場で農産物を得ることは当然ですが、この場所で蓄電した電気を売ることも視野に入れています。



mSe ソーラーシェアリング農場



農場内

3 市場性について

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

三相誘導電動機は動力源としてはシンプルで、頑丈、信頼性が高く、安価で、最も多く使われているモーターです。

経産省の見解では工場、オフィス、上下水道、ビル空調等産業、業務部門において使用されるモーターの電力消費量が日本の総電力消費量の約 5 割になるとのことです。NEDO では国内の全モーター負荷の内約 7 割がポンプ、ファン、コンプレッサーで使用され、これらほとんどが三相誘導電動機で駆動されているとありました。

本ビジネスの対象としての三相誘導電動機は 0.1 kW～5.5kW ぐらい迄です。

台数としては全体の 7 割を占めています。この動力源を蓄電池で動かすことができれば多くの需要が生まれると思います。その活用例を下記に示します。

- 1、野外、工事現場等商用電源のないところでも駆動する事ができる。
- 2、従来のエンジン駆動や AC 電源式モーターの代替となる。
- 3、常に移動させる必要のある現場にてコードレスで駆動することができる。
- 4、災害時、緊急時の備え、共助用にも活用できる。(駆動用電源単体として)
- 5、太陽光発電等再生活用エネルギーの有効活用としての需要がある。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

戦略については第 1 段階の目標として SDGs 目標年である 2030 年とする。

その間、更にそれ以降の展望を研究開発、広報活動、デモ機貸出、工場整備、溶接機台数を販売目標と併せて表で表しました。

	2025	2026	2027	2028	2029	2030	目標年
研究開発	300VINV	48VINV			独自開発		基盤化(2033 年)
広報活動	展示会	展示会	展示会	県内	国内	国内	海外(2037 年)
デモ活動	従来顧客	新規開拓		全国展開			海外(2037 年)
工場整備	環境整備	作業整備		ライン化			別工場(2040 年)
溶接機台数	1 台	2 台		3 台			5 台(2035 年)
販売目標	1,000	10,000	30,000	70,000	100,000	150,000	400,00(2035 年)

単位千円



半自動溶接機



LFP 溶接

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

株式会社 YAMABISHI という電源装置メーカーで DC/AC インバータ YDA シリーズという中で入力 DC200V、三相 AC200V 出力 5kVA から 100kVA までの装置を製作していました。主に大型機の装置を製作しているようです。

5kVA だと誘導電動機の力率が 0.8 なので 4kW 安全サイドを考えると 3 相 200V 2.2kW のモーター駆動が妥当でしょう。その能力で NET 上の調査価格が 3,060,000 円私どもの開発した同クラスの販売予定金額は 700,000 円です。重量も 5kVA で 200kg です。弊社同クラスで 70kg です。

このほかにも 3 相 200V 電源をうたっている電源はネット上にもかなりあります。そのほとんどが機械の動力源としての利用ではなく電動工具、エア工具、作業工具などが主体でした。

本格的な産業用蓄電池となると、PANASONIC、シャープ等の大手電機会社でもありますが、前述した YAMABISHI 同様に 300 万以上の金額がかかります。

mSe 製作の三相誘導電動機用電源は客先用途に合わせて小型の機種の製作が可能です。例えば 2.2kW のモーターを 10 分間回すだけにしたいとの事でしたらバッテリー及び装置全体としても金額として 50 万円以内重量も 20kg 以内を考えています。このように mSe では顧客の要望に沿って一緒に考えていきます。

DC300V 電源による 3 相 200V3.7kW モーター駆動実験



4 実現可能性について

(1) 本ビジネスの現在の進捗状況と今後の事業スケジュールについて説明してください。
2024 年中に DC300V による交流三相 200V3.7kW4P の無負荷運転を会社内にて成功させた。(写真は5ページに掲載)
DC300V による交流三相 200V1.5kW4P チェンブロックによる有負荷運転も 11 月、12 月のビッグサイトにおける展示実験も成功裏に終了しました。



2024 年 11 月 産業交流展

2025 年 1 月よりメンバーを増やし半自動溶接機の安定した生産をするための対策を施し 6 月より半自動電池パック溶接機の稼働が可能になった。現在は 12.8V、25.6V、51.2V 更に 307.2V の電池製造を中心に制作をしています。



DC 電源から三相交流電源に変換する方法も自社で開発をしていたが出力電圧の安定性を欠くため、2024 年 11 月に大学に製作を依頼したが未だ研究中とのことです。

代替方法として汎用のインバータ製品の DC 入力端子を利用したところ駆動が可能になったため、その方式でも進めることとしました。

なお、インバータメーカーにはその使い方に対して是非を尋ねたが技術的な問題点は出さず、推奨はできないとの回答をいただきました。

理由としてはもともと三相の 200V 交流電源からそれよりも高圧の直流電源を創るためコンデンサを使っています。その部分に直接直流の高圧の電源を入れると LFP モジュールが壊れる恐れがあるという事でした。技術的にその弊害については解決できると考えています。

現在そのメーカーの 0.1kw～7.5kW までの製品を購入し実験を開始しています。今後様々な実験の中で最適で安全な方法を選んでいきたいと思っています。

最終的には弊社独自の基盤化した商品として販売したいと考えています。

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

現在実験に利用している電池は DC307.2V の為できれば DC51.2V の電池に切り替え 300V ぐらいまで増幅させて装置の安全性を確保したいと考えています。

この増幅装置についても大学側で検討していただいています、研究中との事です。

弊社でもコンデンサを利用した試作品を製作中で、現在実験中です。

更に関西の電源メーカーで DC48V クラスから DC284V に増幅した商品を製作しているところがあります。購入し、実験したところ良い結果が出ました。しかし弊社がそのメーカーから購入して利用すると販売想定金額をはるかに超えるため、特殊仕様の時のみ顧客の了解を得られる件名のみ使用したいと考えています。

(3) 既に起業している方は、直近 3 年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

	2022 年 9 月期	2023 年 9 月期	2024 年 9 月期
売 上 高	188,511	273,906	305,406
営 業 利 益	-5,313	6,874	39,531
経 常 利 益	-3,313	5,987	41,188

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

事業を行って 38 期目ですが 2021 年、2022 年はコロナ禍の影響で会社創業以来初めての赤字決算となり、翌年も赤字で 2 期連続赤字決算でした。この時にこのような景気に左右されないオリジナル製品として本ビジネスを立ち上げました。

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

(単位：千円)

	2025 年 9 月期	2026 年 9 月期	2027 年 9 月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	400,000 (1,000)	410,000 (10,000)	430,000 (30,000)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	290,000 (0)	295,000 (5,000)	300,000 (10,000)
<3>粗利益 [<1>-<2>] (うち、今回応募事業分)	110,000 (1,000)	115,000 (5,000)	130,000 (20,000)
<4>販売費、一般管理費 (うち、今回応募事業分)	80,000 (0)	85,000 (5,000)	90,000 (10,000)
<5>営業利益 [<3>-<4>] (うち、今回応募事業分)	30,000 (0)	30,000 (0)	40,000 (10,000)
<6>営業外利益	10,000	10,000	10,000
<7>営業外費用	5,000	5,000	5,000
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	35,000	35,000	45,000

* 上記計画の根拠

本年度好調な従来事業に全力を傾注するためと病気等で離脱した設計者の埋め合わせが計画通りできず本ビジネスの取組については悪戦苦闘しました。

今回の本ビジネスも本来、本年初頭より本格販売に打って出るはずでした。

その意味では計画を立て直すきっかけを作って頂いた貴千葉市産業振興財団さんの「ベンチャー・カップ CHIBA」の企画に感謝しています。

2025 年 9 月期は 2024 年 9 月期の順調な売り上げが継続される事と人件費の向上、生産性を上げるための設備増強を勘案して計画を立てました。

2026 年 9 月期は販売を積極的に始めるがデモ機投入、販路拡大及び宣伝費のための経費増大が考えられます。

2027 年 9 月期からは体制も整えある程度の営業利益の確保が見込まれると思います。

前述した「周知・販売計画」の中にあるように 2035 年 9 月期までには従来事業と同等の営業利益を計上できるようにする計画です。

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

(単位：千円)

	資金内訳	2025 年 9 月期	2026 年 9 月期	2027 年 9 月期
資金 需要	運転資金 専任人件費	4,000	4,000	5,000
	設備資金 研究開発費	6,000	8,000	10,000
	計	10,000	12,000	15,000
資金 調達	自己資金	10,000	12,000	15,000
	借入金	0	0	0
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（ ）	（ ）
	投資	0	0	0
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（ ）	（ ）
	その他（ ）			
	計	10,000	12,000	15,000

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

*上記計画の根拠

本計画は2023年3月に中小企業等事業再構築促進補助金の交付決定を受けている事業（事業名：リチウムイオンバッテリーモジュールの設計製造販売部門の新設）と2023年12月に令和元年度補正ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金で交付決定を受けている事業（補助事業計画名：リチウムイオン電池（LiB）を使った交流3相電源の開発）の資金をもとに行ってきたものです。

2023年、2024年での基礎研究期間を経て様々な障害はありましたが本業のほうも多くの実績を残すことができました。自己資金でこの3年間はやれると考えています。事業が大きく進展した場合や急激な不況災害に見舞われない限りこの間は外部資金を投入せずに進めたいと考えています。

5 社会貢献性について

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

千葉市が抱える社会課題として考えられるのは、少子高齢化と人口減少、子育て支援の不足、インフラ老朽化、災害、気候変動対策に向き合い、結果として魅力ある地域創りではないかと思います。

具体的にmSeの本ビジネスによる貢献できる役割としてが考えられるのは

- ① 未来志向の新産業の創出される地域創り。
- ② 耕作放棄地、空き家の活用ができる地域創り。
- ③ 減災、防災対策が整えられた地域創り。

ではないかと考えています。mSeでは「ちばSDGsパートナー」に登録しています。(登録番号40)本ビジネスでもSDGs目標7の「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」を目指しています。また、この目標以外の目標(目標2,4,5,6,8,9,10,13,14,15,)達成にもつながっていくと確信しています。

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

本ビジネスは再生可能エネルギーを創出することを目的としたものではありませんが、作り出されたエネルギーをいかに活用するかを考えました。

直流電源を利用して三相誘導電動機を動かすことはすでに新幹線をはじめとした各電車車両にも電気自動車の駆動部分にも利用されている技術です。この技術を産業界の動力源に利用することは理にかなったことと判断しています。同様なことを考えている会社もあると思いますので、多くの会社さんと分業化していければと思います。具体的には①LFPのモジュール化事業②ニーズに合わせた三相交流電源の製作事業③耕作放棄地、空き家を利用した充電事業④ポンプ、ベルトコンベア等機械一体化事業等⑤行政または有力企業における防災用電源としての共助的事业により大きな社会的、経済的効果を期待できます。



mSe 駐車場内太陽光利用リン酸鉄リチウムイオン電池 (LFP) 充電基地

6 その他

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

mSe が行っている本ビジネスプランは千葉工業大学と共同研究を行っています。

研究題目「電池モジュールに関する研究」

研究目的及び内容「多直並接続モジュールの最適条件を見出す技術を開発する」

研究実施期間は2025年4月1日より2027年3月31日までです。

大学側研究担当者：工学部宇宙・半導体工学科 教授 佐藤宣夫先生です。

また共同研究ではありませんが本ビジネスプランに関しては同大学の工学部電気電子工学科 准教授 林真一郎先生にもご指導をいただいています。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

電気の業界で仕事をする以上いずれ「創電気」の仕事をしたいと学生のころから考えていました。とはいえ、産業界に貢献できる仕事をして報酬を得なければいけません。

2002 年売上第 1 位第 2 位の会社が相次いで倒産。従業員の仕事を守るために着手したのが太陽光発電事業、奇しくも「創電気」に係る事業でした。

2020 年コロナ禍で事業が大幅に減少した時、事業再構築補助金をいただいて着手したのが「リチウムイオン電池（LiB）を使った交流三相電源の開発」です。

現在の既成事業は最重要な事業として大事にするが、時代の流れ、災害等の不慮の時にもできるものをしたい。常に前向きに事業展開をしたいため本ビジネスに取り組みました。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

創業時より千葉県内に顧客があり、千葉市にて会社設立をした事が一番大きな理由です。ただ、私は会社設立時まで東京に住んでいました。会社を設立したのは千葉市ですが設立後東京を離れて住んだのは船橋市でした。

千葉市の中でも山王町に始め事務所を開設し、手狭になったので 1 年後に園生町に移り、簡単な作業場も設けました。2 年後、長沼原町現在地に土地を購入。更に 1 年後、工場兼事務所を建てその後、徐々に増築し現在に至っています。

今思うことは千葉市のこの地に来なければ「創電気」の仕事を目指すことはなかったと思います。mSeが本ビジネスを千葉市で展開しようと思ったというよりもやらなければという必然を感じます。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☒ 当財団ホームページ ☐ 当財団メールマガジン ☐ 当財団 Facebook
- ☐ ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ）
- ☐ 千葉市役所ホームページ ☐ 千葉市経済部メルマガ ☐ 千葉市役所公式 X
- ☐ 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ）

【ビジネスプラン部門】

- ☐ 新聞、インターネット等のメディア（名称： ）
- ☐ 紹介された（紹介者名： ）
- ☐ その他（ ）

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

- ☒ 販路拡大 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☐ 資金調達
- ☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

千葉市の行政並びに企業の皆様への宣伝広報活動。

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。（誰に PR したいですか）

mSe のお客様、業者の皆さん、お付き合いのあるすべての方々。更に今までお付き合いのないところでも動力のコードレス化、省資源化に興味ある事業所の方々。
直接的な関係はありませんが「創電気」ということでこのような活動をしていることを多くの人に知ってほしいと思っています。毎年「エコメッセちば」には参加させていただいています。

3 株式会社モノベエンジニアリング

■ビジネスプラン■

ばね式「モノMAXフィルター」装着の緊急用
浄水装置！
目詰まりしても簡単に洗浄再生、避難生活の生
活用水の効率提供

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】
応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 30 日

(フリガナ)	モノベエンジニアリング	(フリガナ)	モノノベ ナガトモ
会社名・ 学校名等※	株式会社モノベエンジニアリング	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 物部 長智 <div align="right">⑩</div>
応募者区分：（いずれかに○） 個人 ・ <input checked="" type="checkbox"/> 法人 ・ グループ			応募者年齢：53 歳
法人所在地※：〒 262-0042 千葉市花見川区花島町 149 番地			
電話番号：043-257-2789		FAX：043-257-6556	
E-mail：nagatomo@monobe.co.jp		URL：http://www.monobe.co.jp	
資本金※： 45,000 千円		従業員数※： 7 人 （うちパート・アルバイト： 人）	
創業（予定）※： 1968 年 8 月		法人設立（予定）※：1998 年 4 月	

応募者プロフィール

職歴

平成8年4月 株式会社モノベエンジニアリング 入社から現在に至る（従事26年）ろ過装置に於ける研究開発及び生産技術の開発に従事

学歴

平成13年3月 千葉工業大学 工学部 工業経営学科卒業

令和5年4月 日本大学大学院 生産工学部 応用分子科学科博士課程入学（現在3年生）

技術表彰歴 2件

年 月 日	名 称
平成25年4月16日	文部科学大臣 科学技術賞受賞
平成27年11月2日	経済産業大臣 第6回ものづくり日本大賞 特別賞受賞

発明特許 7件

特許番号	発明の名称
第4104864号	フェルールの製造方法
第5385647号	フィルターエレメント
第5435702号	ばね式フィルター用濾過助剤およびフィルターエレメント
第5782621号	フィルターエレメント
第5953027号	ばね式フィルター用鋼線材
第6695542号	溶解物除去装置及びこれに用いられるろ過助剤並びに溶解物除去方法
第7478417号	不純物除去方法及びこれに用いられるバネ状フィルターシステム

文献 9件

年 月 日	発明の名称
2022年11月11日	物理ろ過と化学ろ過の融合による溶存金属吸着除去技術の開発研究発表 日本吸着学会研究発表会講演要旨集
2023年5月25日	使用済み使い捨てカイロとばね式フィルターによるヒ素除去技術 日本海水学会誌
2023年5月25日	ばね式フィルターを用いたホウ素除去技術 日本海水学会誌
2024年12月14日	バネ式フィルターによる環境汚染物質の除去-セシウム吸着剤の合成及び性能評価- 日本大学生産工学部学術講演会講演概要
2024年2月29日	使用済み使い捨てカイロなどの鉄化合物による環境中のヒ素除去

	に関する研究 日本水環境学会年会講演集
2024 年 6 月 1 日	鉄系化合物を用いたヒ素除去およびばね式フィルターへの応用 日本海水学会誌
2024 年 6 月 1 日	無機系廃棄物を用いた環境水中のヒ素除去 日本海水学会誌
2024 年 6 月 1 日	ハイドロタルサイト様化合物を用いた環境水中からの放射性セシウム吸着除去に関する研究 日本海水学会誌
2025 年 6 月 1 日	バネ式フィルターを用いた環境汚染物質の除去-放射性セシウム吸着剤の合成および性能評価- 日本海水学会誌

現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

自社開発のばね式フィルター、商品名「モノMAXフィルター」の製造販売及びばね式フィルターを用いた企業向けの各種ろ過プラントを受注、製造販売している（各企業の要望に応じた機能のろ過装置を開発・設計・製作）。近時イオン化した金属を選択的に吸着除去する化学的ろ過剤を開発し従来のろ過技術では出来なかった溶存体を「モノMAXフィルター」により吸着除去する新技術を発明した。世界初のこの技術は東京電力福島第一原発の排水中の放射性セシウムとストロンチウムの除去技術に採用される事業が推進している。

応募担当者（上記と異なる場合は記載してください）

役職：

氏名：

電話番号：

E-mail：

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

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

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

ばね式「モノMAXフィルター」装着の緊急用浄水装置！目詰まりしても簡単に洗浄再生、避難生活の生活用水の効率提供

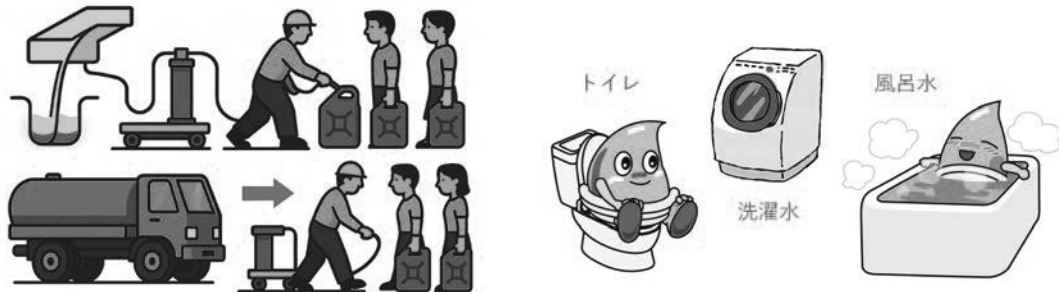
・提案するビジネスプランが下記のビジネス分野に該当する場合はチェックしてください。

☐ AI・IoT 賞 ☐ アグリビジネス賞 ☒ SDGs ビジネス賞 （複数回答可）

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

『モノMAX 緊急用浄水装置』は、災害時の生活用水（用途は洗濯水、シャワー、風呂水の循環ろ過、清掃、トイレ）を造水する装置である。自社開発の特許製品「モノMAXフィルター」を装着しており、フィルターが目詰まりをすると自動的に洗浄再生することが出来る。井戸水、雨水、プール水、河川水、湖沼水を水源として清浄した生活用水を供給する装置である。使用場所は主に公的避難施設（小学校・中学校・高校・公民館）や民間

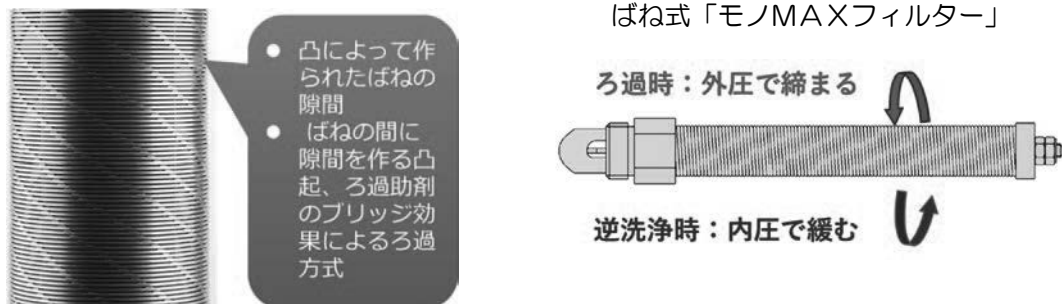
企業（大型商業施設・コンビニ）を想定している。公的避難施設を調査すると、全国の避難施設は 100,116 施設あり、地震や台風による被害が多い千葉県内では 2,346 施設、そのうち屋内避難施設は 2,080 施設存在する。まずはこの市場を販売先の目標にして販売体制を整え活動を開始する。



水 源	使用場所	用 途
井戸水・プール水 河川水・湖沼水補他	避難所（学校、公民館等） 大型商業施設・コンビニ等	洗濯・シャワー・トイレ・風呂 食器洗い・清掃・各種洗浄用

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

拡販を目指す『モノ MAX 緊急用浄水装置』は使用人数や設置条件に応じた 3 つのタイプと 3 つのモデルを展開し、あらゆるニーズに柔軟に対応する。



ばね式「モノMAXフィルター」特長

- 自浄再生型で目詰まりすれば逆洗浄で再生する半永久寿命のフィルター

従来型一般フィルターの問題点

- 使い捨てフィルターは目詰まりすれば廃棄物となり、大量のゴミの山となる

ばね式「モノMAXフィルター」サイクルの原理



モノMAX緊急用浄水装置シリーズ

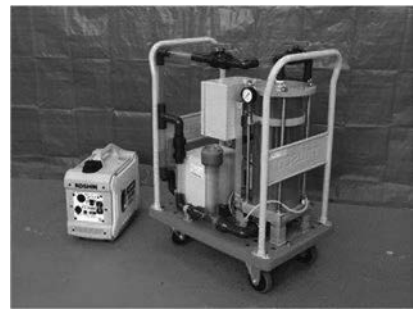
手動型『モノMAX 緊急用浄水装置』

2023 年発売（200万円～）

処理能力：2000L/時～

3 モデル

- フィルター7 本 type
- フィルター19 本 type
- フィルター30 本 type



フィルター30 本 type

自動型『モノMAX 緊急用浄水装置』

2024 年発売（オーダーメイド 400 万円～）

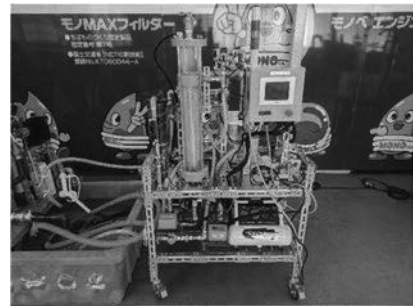
処理能力：1000L/時～最大 3000L/時

3 モデル

- フィルター7 本 type
- フィルター19 本 type
- フィルター30 本 type

オーダーメイド

- カスタマイズ仕様



フィルター7 本 type

組立型『モノMAX 緊急用浄水装置』

2025 年発売（120 万円～）

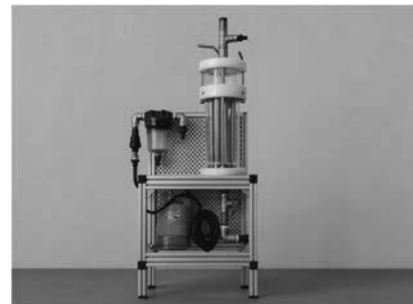
処理能力：2000L/時

- 3 モデル

フィルター7 本 type

フィルター19 本 type

フィルター30 本 type



フィルター19 本 type

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

『モノMAX 緊急用浄水装置』は、顧客の用途や状況に応じて、柔軟に提供する。

1. カスタマイズ仕様の提案

自動型『モノMAX 緊急用浄水装置』は顧客のニーズに合わせた設計変更が可能です。

例えば、標準3モデル（フィルター7本・19本・30本）以外に筐体サイズや接続部材質の変更、フィルター全長及び数量のカスタマイズを行い、最適な性能を提案する。

2. デモ機による導入サポート

製品の使用前には実際にデモ機を提供し、運用方法や効果を体感していただくことで、導入の判断をサポートする。

3. アフターサポートと保守サービス

納入及び設置後は、運用の技術支援を通じて継続的なサポートを提供する。超長寿命の

フィルターですが、万が一の際には迅速に対応できる体制を整えている。

4. 教育プログラムと操作研修

災害対応時の利用方法や運用時の注意点について、顧客向けの教育プログラムを実施する。特に自治体や災害支援団体向けに重点を置いている。

5. パートナースhipを活用した提供方法

販売代理店や関連企業との連携を通じて、より多くの市場へ効率的に製品を届けて行き、必要に応じて取引先への特別仕様モデルの提案も行う。

6. オンライン・オフラインの両立した販売活動

オンラインでは公式サイトや SNS を活用して情報を広く周知し、オフラインでは展示会や防災イベントで直接顧客と接点を持ち、信頼関係を構築して行く。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

以下の収益化モデルを展開していく。

1. 製品販売

災害対策を目的とし自治体や防災関連機関を主要顧客として、製品の直接販売を行う。特に半永久寿命でメンテナンスフリーフィルターという競争の優位性を強調することで、公共機関への導入を推進していく。

2. サブスクリプションモデル

各施設や企業単位で災害対策設備を維持して頂くため、長期メンテナンスサービスや使用状況データの提供を含む定額契約型のサービスを検討している。

3. 教育とコンサルティング

防災技術に関するセミナーや講習会を開催し、製品の適切な使用方法と効率的な災害対応のノウハウを共有することで、追加収益源を構築する。

4. パートナースhip

既存の取引先や関連企業と協業し、流通網の拡大を検討している。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

『モノ MAX 緊急用浄水装置』は、以下の点で他社製品にない優位性を備えている。

1. 超長寿命と環境配慮

独自のばね式「モノ MAX フィルター」設計により半永久的な使用が可能で、廃棄物が激減。環境に優しく、メンテナンスも極めて少ない点が評価されている。

2. 高いコストパフォーマンス

ランニングコストが従来製品の十数分の一。フィルターなどの交換部品が不要なため、運用コストの大幅削減を実現した。

3. 多様な用途への適応性

幅広い水源（井戸水やプール水、浴槽水などの比較的きれいな水源から河川水や湖沼水の汚れがある水源でも清浄出来る）で対応可能であり、災害避難所での生活用水を豊富に供給する。

4. 簡単な操作性

組立型はコンパクトで扱いやすく、手動型も同様に操作性も簡単で、導入後すぐに使用できる。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

『モノ MAX 緊急用浄水装置』は、自社開発の特許製品ばね式「モノMAXフィルター」を採用しており、特に以下の点で他社にはない革新性を持っている。

1. 世界初のばね式ろ過技術

ステンレス製の巻ばねをろ材に使用することで、驚異的なろ過性能と自立的洗浄力を有して半永久寿命を実現する。この技術は、ほぼメンテナンス不要を可能にしている。

2. 環境への配慮

一般的なフィルターと異なり大量の廃棄物とならないため、環境負担を大幅に軽減出来る。

3. 実用性と効率性の追求

フィルターの形状や材質はカスタマイズが可能で、様々なニーズに柔軟に対応出来る。

4. 化学的ろ過との融合

現在の物理ろ過技術に加えて、近時開発したイオン化物質吸着剤を併用することで、有害・有用金属の吸着除去や回収を可能にした（従来困難だった金属イオン物質の回収が可能となる）。更に幅広い水源に対応可能となる。

3 市場性について

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

『モノ MAX 緊急用浄水装置』は、現在の社会的・産業的な課題に対して、以下の理由から高い需要が期待されている。

1. 環境への配慮が求められる時代背景

廃棄物を出さない設計のばね式「モノMAXフィルター」は、環境負荷の軽減を求める企業や自治体にとって、理想的な高度技術であり、特に大量の廃棄物を排出する従来型フィルターの問題を解決している点が大きく評価されている。

2. 運用コストの削減ニーズ

半永久寿命のフィルターにより、フィルター交換費用やその他のメンテナンスがほぼ不要であるため、ランニングコストの大幅な削減が可能になった。

3. 災害対策の重要性の高まり

近年、自然災害が増加している中、『モノMAX 緊急用浄水装置』は災害時に迅速な対応が可能な装置として、また避難所では大量の生活用水が確保出来るなど、大いに期待されている。

4. 多様な分野での応用可能性

災害時だけでなく、日常的な運転にも対応可能である。飲料・食品分野から工業排水や河川、取水の浄化まで幅広い用途に適用する等、多様なニーズに応えることができる。

5. 高い技術革新性

自社開発の特許製品ばね式「モノMAXフィルター」は、優れたろ過性能とコスト効率を備え、多くの業界関係者から究極のフィルター技術として注目されている。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

『モノMAX 緊急用浄水装置』の周知・販売戦略は、以下の段階的なアプローチに基づいて展開していく。

1. ターゲット層の明確化とデータ活用

災害対策を目的として自治体や防災関連機関を主要顧客と位置付けている。また、民間企業でも高いニーズがあるため、これらの関連企業や団体にも重点を置いて情報発信を行っていく。

2. 展示会やデモンストレーションの実施

製品の特性を視覚的に伝えるため、展示会や防災イベントに積極的に参加し、実機によるデモンストレーションを通じて製品の有効性を実感していただける機会を提供する。

3. オンラインとオフラインの融合戦略

オンラインでは、ホームページや SNS を活用して製品の利点や実績を広く発信する。一方で、顧客訪問やデモ機による実演など、直接的な交流を通じた信頼構築を重視して行く。

4. パートナリシップの強化

販売代理店や関連企業との提携を深め、既存の顧客基盤を活かしてさらなる市場拡大を目指す。特に、フィルター交換不要という利点を強調し、新規顧客開拓を図っていく。

5. 教育と広報活動

防災教育プログラムの一環として製品を活用し、普及啓発に努める。また、災害現場での実績を広報材料として活用し、社会的貢献をアピールすることでブランド価値を高めていく。

（本装置は、千葉市トライアル認定製品および千葉ものづくり認定製品に選ばれた高機能なろ過装置です。この知名度と地域性を活かし、災害対応に関わる多くの方々のご支援を得ながら、千葉県内を中心にした販売展開を計画している）

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

『モノMAX 緊急用浄水装置』に採用しているばね式「モノMAXフィルター」は目詰まりした場合でも簡易に洗浄出来る構造の為、原水の汚れを選ばないで運転することが出来る。本装置は、性能や運用コスト、作業性の観点から非常に優れた浄化性能を有しており、その性能は他の装置と比較しても一線を画している。

- 交換不要のばね式フィルターで、目詰まりすれば簡単洗浄再生されるのでメンテナンスが極少で運用コストが極めて安価である。
- 小型軽量で一人でも楽々移動やセッティングが出来、操作が簡単な高度機能の災害対策用ろ過装置である。
- 井戸水、雨水、プール水、河川水、湖沼水等各種の水源から簡易に大量 2000L～3000L/時の生活用浄水を確保出来る。

4 実現可能性について

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

『モノMAX 緊急用浄水装置』は3種類のモデルが既に完成している。2025年には、以下の認証・認定への応募を計画している。既に防災安全協会「防災製品等推奨品審査会」にて組立型『モノMAX 緊急用浄水装置』の認証を取得済みであり、「千葉県トライアル発注認定事業」へも応募している。さらに、11月には手動型『モノMAX 緊急用浄水装置』の認証申請を予定しており、千葉ものづくり認定製品への応募を計画している。

展示会および防災イベントのスケジュールとしては、10月の旭市防災フェアへ参加申請を済ませ、11月には2件の展示会への出展申請を完了している。千葉県内自治体へのPR活動に関しては、千葉市および佐倉市への対応を済ませており、年内には千葉県庁へのPRを計画している。さらに来年度上半期には、千葉県内54市区町村への初回PRを完了させる予定。

2025 年度

- | | |
|-----|----------------------------|
| 7月 | 第36回「防災製品等推奨品審査会」に応募 |
| | ● 組立型『モノMAX緊急用浄水装置』認証取得 |
| 7月 | 令和7年度「千葉市トライアル発注認定事業」に応募 |
| | ● 組立型『モノMAX緊急用浄水装置』 |
| 7月 | 第24回「ベンチャー・カップ CHIBA」への応募 |
| 10月 | 旭市防災フェアに出展申請済 |
| 11月 | 令和7年度「千葉ものづくり認定製品」に応募予定 |
| | ● 手動型『モノMAX緊急用浄水装置』 |
| 11月 | 第37回「防災製品等推奨品審査会」に応募予定 |
| 11月 | 産業ときめきフェア2025（船堀タワー）に出展申請済 |
| 11月 | 産業交流展2025（東京ビックサイト）で出展申請済 |

2026 年度

4 月～9 月

- 千葉県内の 54 市区町村への初回 P R を計画
- 展示会及び防災イベントへの積極参加を計画

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

現時点での課題

1. 製品認知度の向上

『モノ MAX 緊急用浄水装置』の性能は非常に優秀であるが、市場における認知度が十分ではない。

2. コスト最適化

従来型フィルターと比べ、ばね式フィルターは高度な技術が必要であるため、販売コストは高いが半永久寿命で通常フィルターと比べ、ランニングコストは超安価である。

3. 販売体制の拡充

現在は限られた販路や代理店での提供が中心であり、迅速かつ広範囲な対応が難しい状況にある。

4. 人材リソースの不足

高度な技術開発や市場開拓を進めるためには、専門知識を有する人材の確保と育成が必要となる。

今後の解決策

1. 認知度向上のための広報活動強化

展示会や防災イベントへの参加を増やし、デモ機を活用した実演を通じて製品の利便性を直接アピールする。さらに、ホームページや SNS を活用して幅広い層に訴求する。

1. 量産化技術の確立

設計技術による部品の簡略化と高機能化及び製造工程の効率化、また部品調達コストの適正化を行い、量産によるコスト削減を目指す。

2. 販売ネットワークの拡大

販売代理店を増やし、販路の多様化を進める。さらに、自治体や防災関連機関との協力を深めることで、災害対策部所における本装置の導入を促進する。

3. 人材育成と採用

社内教育プログラムを強化し、専門技術を持つ人材の育成を推進する。また、外部からの採用も検討して新しい人材の確保を図る。

(3) 既に起業している方は、直近 3 年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

	4 年 1 0 月 期	5 年 1 0 月 期	6 年 1 0 月 期
売 上 高	52,365	65,533	83,201
営 業 利 益	－2,305	4,125	－3,074
経 常 利 益	1,289	4,919	7,195

* 財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

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

(単位：千円)

	7 年 1 0 月 期	8 年 1 0 月 期	9 年 1 0 月 期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	100,000 (0)	120,000 (16,000)	170,000 (51,000)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	57,000 (0)	72,000 (9,600)	102,000 (28,000)
<3>粗利益 [<1>-<2>] (うち、今回応募事業分)	43,000 (0)	48,000 (6,400)	68,000 (23,000)
<4>販売費、一般管理費 (うち、今回応募事業分)	30,000 (0)	35,000 (4,700)	49,300 (16,400)
<5>営業利益 [<3>-<4>] (うち、今回応募事業分)	13,000 (0)	13,000 (1,700)	18,700 (6,600)
<6>営業外利益	12,000	20,000	30,000
<7>営業外費用	20,000	25,000	35,700
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	5,000	8,000	13,000

上記計画の根拠

売上計画

1 年目: 0 万円

- 主に既存の自治体や防災関連機関への販売強化を軸とし、初年度は千葉県内市場の拡大に注力し、展示会出展や顧客訪問を通じた直接アプローチを増やすことで、現実的な目標設定とした。

2 年目: 1,600 万円

- 広報効果の向上に伴い、首都圏市場の拡大が期待される。また、取引先を通じた代理販売網の強化により、更なる売上増加を見込んだ。

3 年目以降: 5,100 万円

- 認知度向上に伴い、全国市場の拡大が期待される。また、取引先を通じた代理販売網の強化により、更なる売上増加を見込んでいる。また、販売促進キャンペーンを実施し、製品ラインアップの多様性を打ち出していく。

計画の根拠

1. 成長市場への適合性

災害対応型製品の市場は年々成長を続けている。特に「モノ MAX フィルター」は環境負荷の少ない特性と高機能・低価格が高く評価されて居り、市場の需要に応えられる。

2. 競合優位性

他社ろ過装置にはない半永久寿命でメンテナンスフリーの洗浄機能により、「モノ MAX フィルター」の信頼性はろ過装置導入の選択肢として高く評価されている。

3. 営業戦略の効果

展示会や直販営業の強化、ホームページや SNS を活用した認知度の向上方策を実施することで、国内外での販売促進を目指す。

4. 販売体制の拡充

販売代理店との連携強化と新規市場開拓の振興により、持続的な売上向上を実現する。

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

(単位：千円)

	資金内訳	7 年 10 月期	8 年 10 月期	9 年 10 月期
資金需要	運 機材、部品類の調達 転 営業活動費 資 金	54,000	67,000	94,000
	設 製造装置の製作費 備 製造装置の買入費 資 設備改良費 金	41,000	45,000	63,000
	計	95,000	112,000	157,000
資金調達	自己資金	40,000	40,000	40,000
	借入金 (うち、今回調達希望分)	20,000	30,000 (30,000)	40,000 (40,000)
	投資 (うち、今回調達希望分)	0	0	0
	その他（前受金他）	35,000	42,000	77,000
	計	95,000	112,000	157,000

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

上記計画の根拠

資金計画：

2 年目：総額 11,200 万円の運用資金確保

- 製品の量産化に向けた設備投資費用や展示会参加費、営業活動強化に必要な運転資金を確保する。主に自治体向けの受注拡大が見込まれるため、短期の資金調達手段（自己資金、銀行融資、前受金の活用など）を計画する。

3 年目：総額 15,700 万円の中長期投資

- 首都圏市場参入の準備に向けた製造プロセスの効率化のための設備の製作、買入、改良資金として、長期融資の確保等を検討する。

資金計画の根拠：

1. 製品の競争優位性

- 「モノ MAX フィルター」の独自性と環境対応性が高く評価されており、『モノ MAX 緊急用浄水装置』は継続的な需要拡大を予測している。

2. 収益性の向上

- 半永久寿命のばね式フィルターによるランニングコスト削減効果が顧客に支持され、既存市場での売上向上が期待される。

1. 成長市場への対応

- 災害対策製品市場は国内外で成長中であり、これに対応するため事業の拡大と営業力の強化に力点を置く。

2. 外部支援の利用

- 助成金や融資、補助金、共同研究資金などの資金調達手段が利用する。
- 千葉市産業振興財団や千葉県産業振興センターの販売促進支援に期待している。

5 社会貢献性について

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

千葉市は災害頻発化や人口減少、高齢化など多様な社会課題に直面している。これらの課題に対して、『モノ MAX 緊急用浄水装置』が以下のように貢献する。

1. 災害時の迅速な生活用水確保

- 千葉市では大規模な台風や地震による水害が発生した場合、避難所での生活用水不足が深刻化すると想定している。『モノ MAX 緊急用浄水装置』は井戸水、雨水、プール水、河川水、湖沼水などを迅速に生活用水に浄化し、災害時における千葉市民の安心で安全な生活基盤の確保を支援する。

2. 環境問題への対応

- 『モノ MAX 緊急用浄水装置』は半永久寿命の設計により廃棄フィルターを出さないため、大量のフィルターゴミの排出が無い事で環境負荷の軽減に寄与する。

3. 高齢化社会への対応

- 『モノ MAX 緊急用浄水装置』は簡単な操作性で、高齢者でも扱いやすい設計となっており、幅広い市民が活用可能である。また、大量の生活用水の供給は衛生面に於いても大いに活躍する。

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域にどのような社会的・経済的效果をもたらすかを説明してください。

社会的効果

- 災害時の生活インフラ支援として生活用水供給が重要課題であるが、『モノ MAX 緊急用浄水装置』は井戸水、雨水、プール水、河川水、湖沼水などから大量の生活用水を確保し、避難所や地域住民の衛生的な生活基盤を支援、地域社会全体の災害対応力を強化し、市民の生活を安定させる。
- 環境問題への貢献としてフィルターの半永久寿命設計により、廃棄フィルターを生み出さない技術で、地域の廃棄物問題の緩和と環境負担を大幅に削減、他社製品では解決が難しい廃棄問題の解消に貢献する。
- 高齢社会への対応としてシンプルで使いやすい装置設計により、高齢者でも扱いやすく、災害時に安心安全に使用できる。

経済的效果

- 災害対策ろ過装置のコスト削減に効果的な生活用水供給システムの開発により、災害時に通常発生するフィルター交換等のコストを大幅に削減に出来るため、自治体の財政負担を軽減する。

6 その他

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

1. 環境への長期的な影響

- 「モノMAXフィルター」は、廃棄フィルターを出さない構造で、環境負荷の削減に貢献する。この点は、SDGs を重視する現代社会において特に重要事項である。

2. カスタマイズの柔軟性

- 一般のフィルターと異なり幅広い用途に対応するフィルターであり、顧客の多様なニーズに応えられるための、設計に於いては大きな優位となっている。工業用水から災害用生活用水まで幅広く対応可能なシステムである。

3. 長期的なコスト削減

- 半永久寿命メンテフリーの製品の設計により、ランニングコストを従来型フィルターの数十分の一に抑えることができる。長期的な運用では膨大なコスト削減が可能となり、顧客に対して具体的な経済的効果を提案できる。

4. 社会的価値の創出

- 高い災害対応力により、地域社会への貢献が出来る。特に災害リスクが高い地域では、住民の安全と安心を支える製品として期待されている。

5. 成長性と市場拡大の可能性

- 軽量、安価で高性能の本機は国内市場での普及はもちろん、海外市場への展開も視野に入れている。特に水環境の悪い地域や災害頻発地域では大きなニーズが見込まれると期待している。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

従来型のろ過装置が大量のフィルター廃棄物を生む等の環境負荷の問題や、能登の災害現場では迅速な生活水の確保が困難であったという問題を目にし、この課題解決する技術を提供したいとの思いが出発点である。また、自治体や企業から「低コストかつ高効率で環境に優しい装置」を求める声を受け、独自のばね式「モノMAXフィルター」技術を活かして、廃棄物を出さずに長期間使用可能な製品を開発することに挑戦した。これを機に、「社会に役立つ技術の開発を通じて人々の生活を支える」という使命感から、災害時にも簡単に運用できる高機能の装置の開発を進め、地域社会や地球環境に貢献できる事業を展開することを目指した。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

『モノMAX 緊急用浄水装置』の事業展開を千葉市より展開しようとした理由は、手近な地域の特性と当社製品の特長と千葉に於いての親和性が高い点に依存できる事を考慮した。

1. 災害対策の需要の高さ

- 災害時は迅速な対応が重要視される為、『モノMAX 緊急用浄水装置』は井戸水、雨水、プール水、河川水、湖沼水などに有効に利用できるため、地域住民の生活用水確保にいち早く貢献できる有用製品として大いに期待される。

2. 環境保全に対する地域の意識

- 自治体や企業は廃棄物削減に強い関心を寄せている。『モノ MAX 緊急用浄水装置』は廃棄物を生じさせない事、また清浄した生活用水を大量に供給できる為、避難生活の衛生向上に大いに役立つ。この事は各地域の環境保全方針と強く結びつくと考えている。

3. 地域貢献への意欲

- 千葉が抱える環境問題を解決し、災害に対する住民の安心な生活を支えることで、千葉に貢献したいとの思いが本事業展開の大きな動機となっている。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

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

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

- ☒ 販路拡大 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☐ 資金調達 ☐ その他

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

1. 販路拡大支援

- 国内外への市場展開を加速させるため、販路開拓に関する専門的なコンサルティングや取引先ネットワークの支援を必要としている。

2. 広報活動支援

- 製品の認知度向上を目的とした広報戦略の実行には、展示会の出展費用やホームページ制作、オンライン広告展開の支援を必要としている。

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

1. 自治体や防災関連機関・企業

- 災害時の生活用水確保における課題を抱える自治体や防災関連組織・企業が主な対象と
考えている。製品の利便性や実績のデモンストレーションを通じて、『モノMAX緊急
用浄水装置』を紹介し、その信頼性をアピールする。

2. 環境保全を重視する企業

- 廃棄物削減や持続可能な技術を追求する企業に向けて、環境負荷の極少な弊社「モノM AXフィルター」技術の導入事例を提示する。

3. 災害支援団体とNGO

- 防災の緊急支援活動に取り組む企業・団体に対し、災害時の迅速な対応を可能にする弊社製品の性能をPRし、社会的な貢献力を具体的に伝えることを目的としている。

参考資料 1 パンフレット(手動型・自動型・組立型)



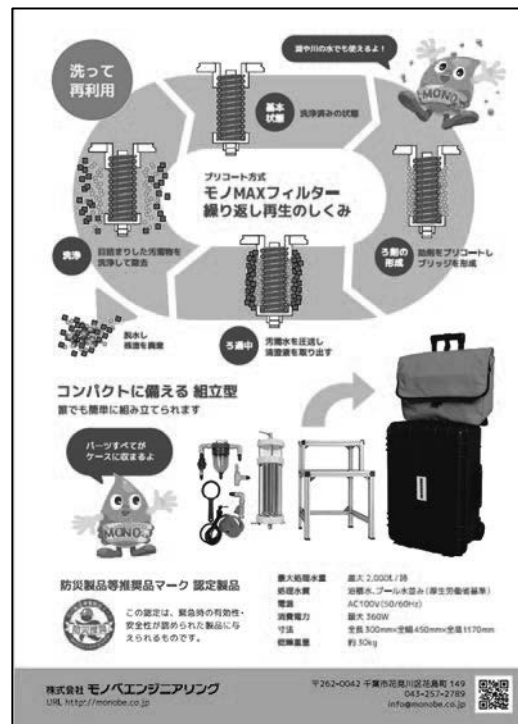
2025 年開発製品



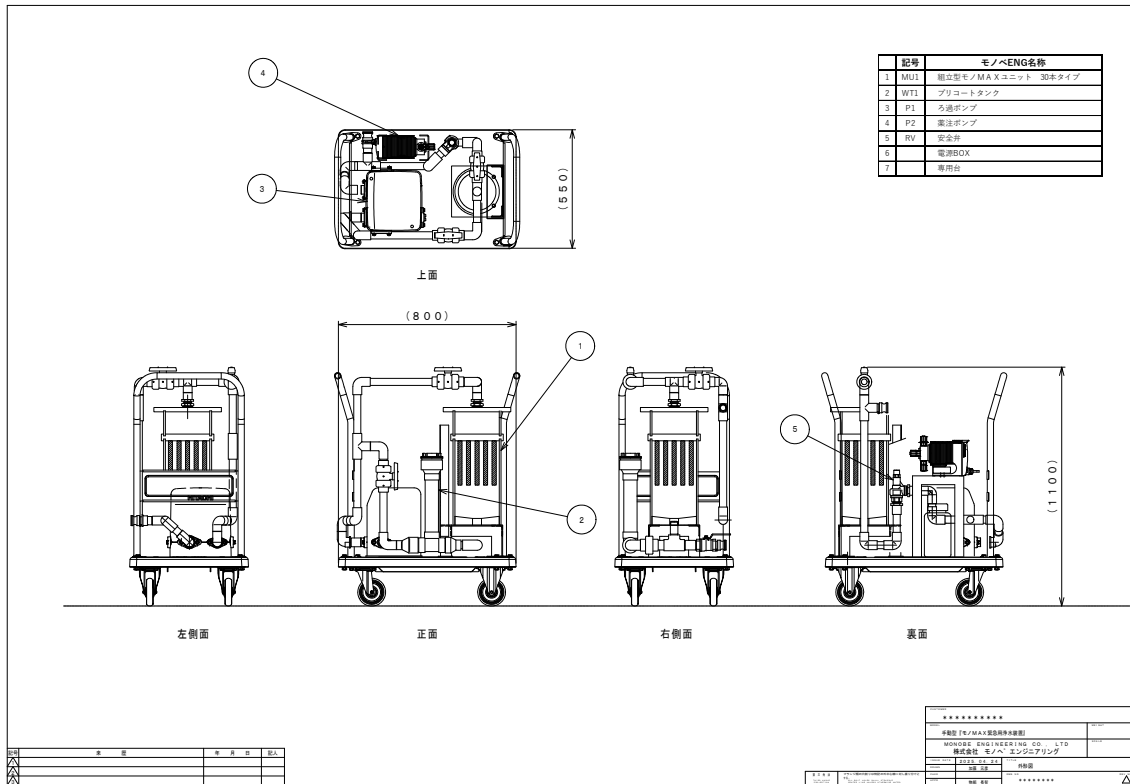
2024 年開発製品



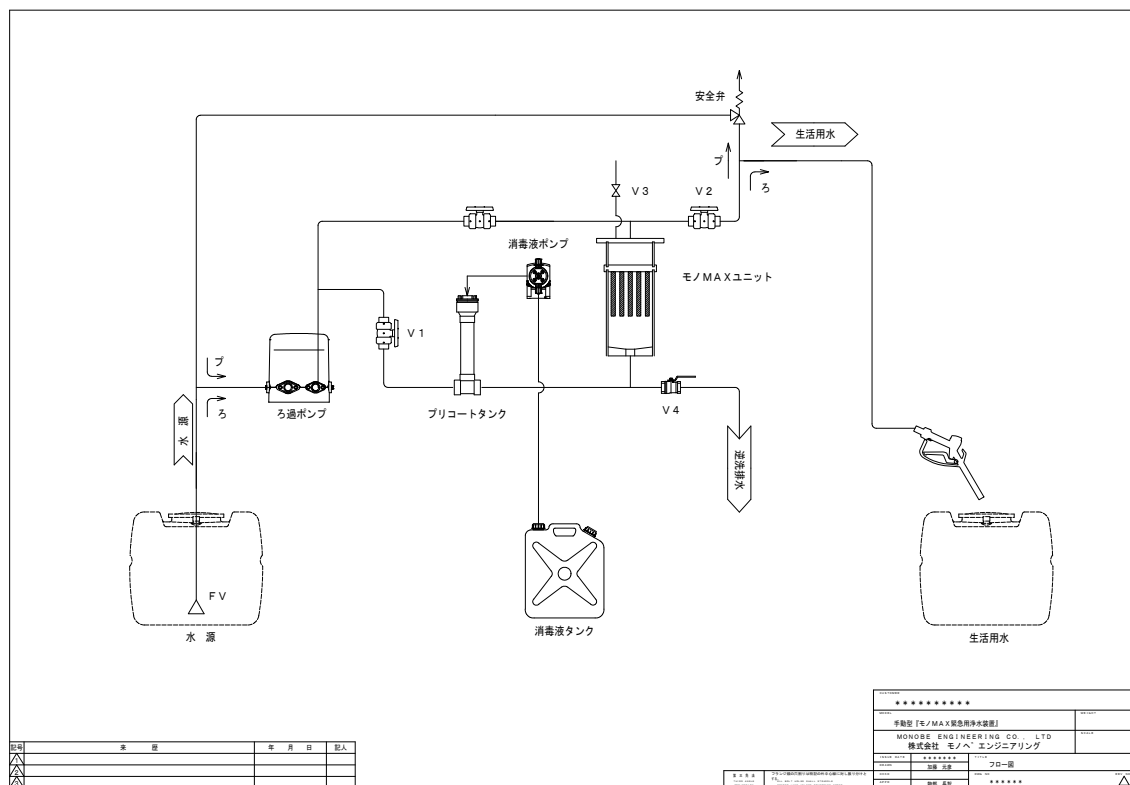
2025 年開発製品



参考資料 2 図面 手動型『モノMAX緊急用浄水装置』外形図・フロー図

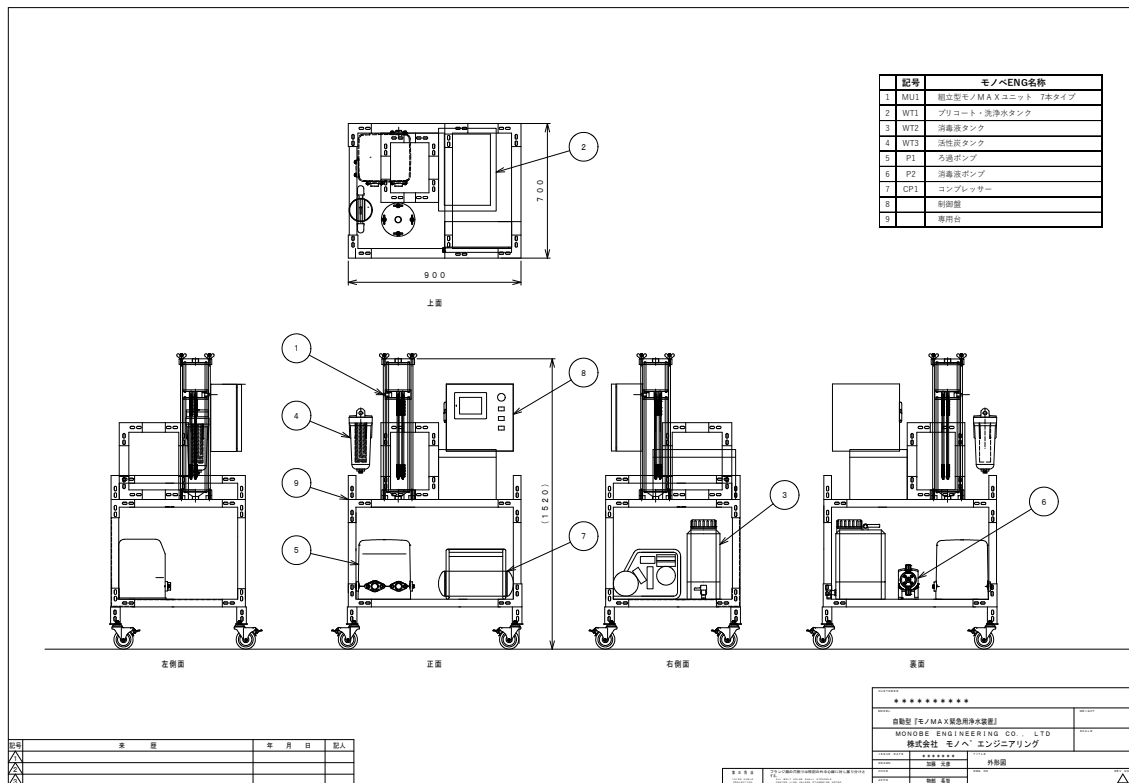


手動型 30 本 type 外形図（7 本 type・19 本 type）

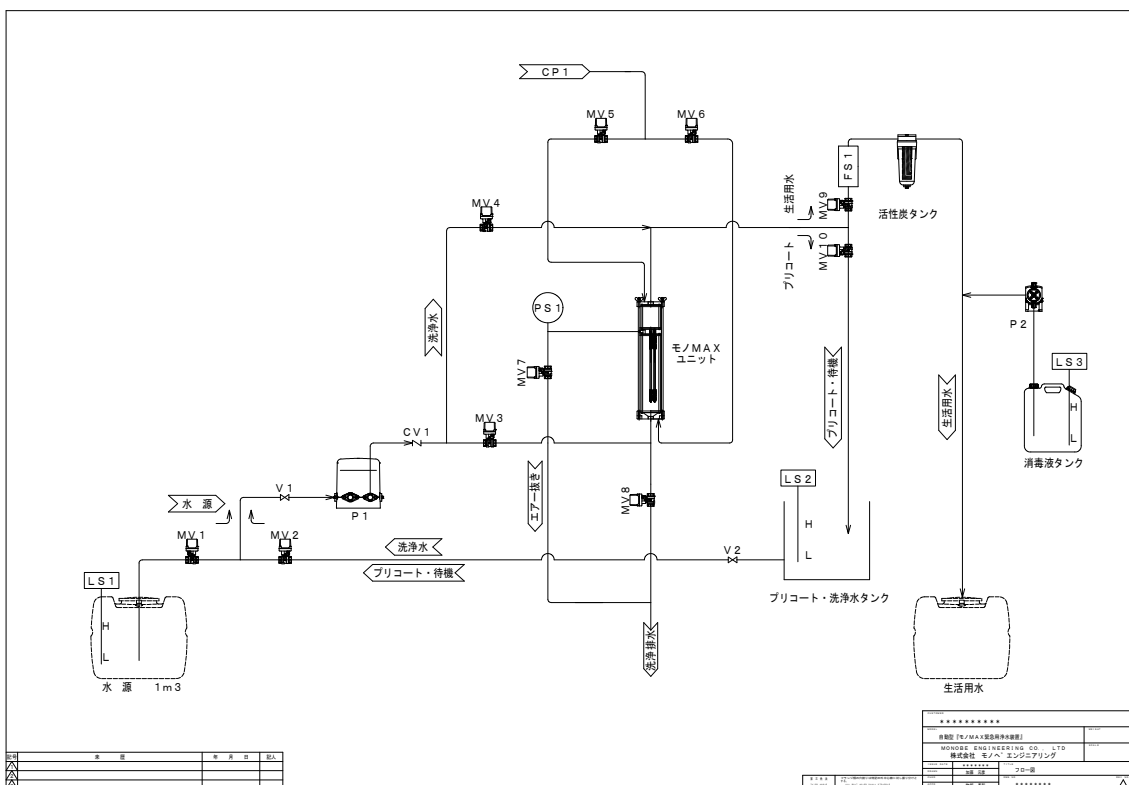


手動型フロー図（7 本 type・19 本 type・30 本 type）

参考資料 3 図面 自動型『モノMAX緊急用浄水装置』外形図・フロー図

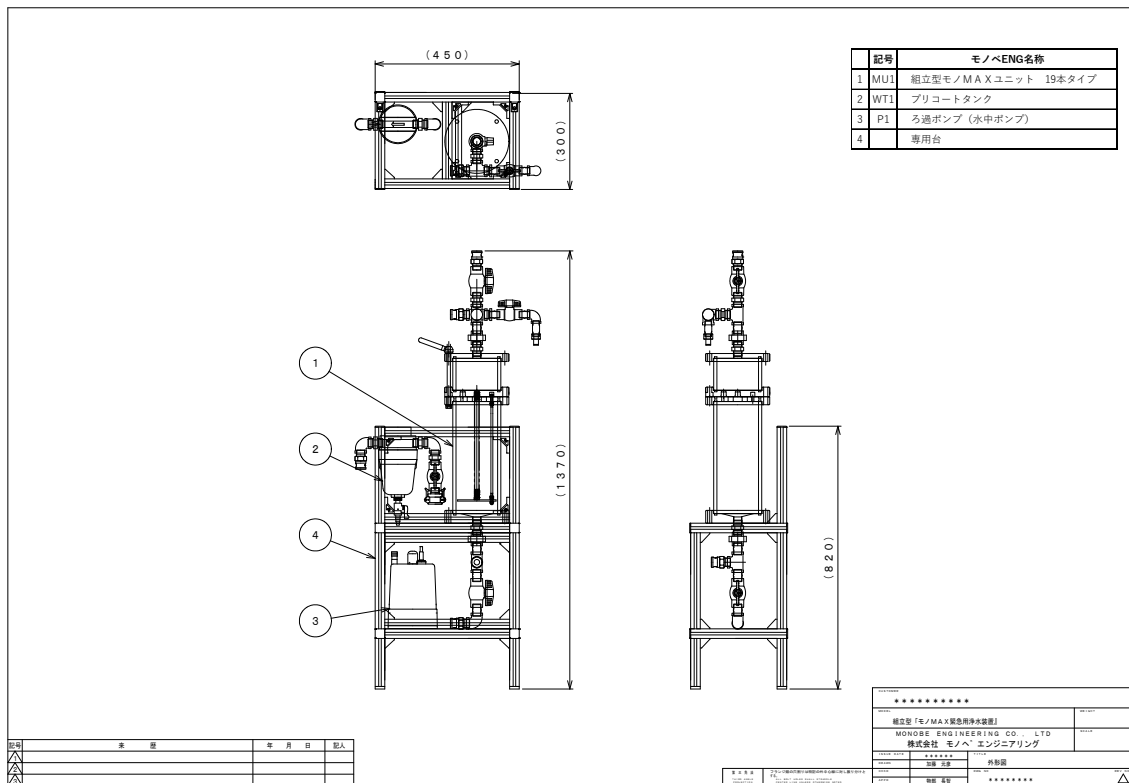


自動型 7 本 type 外形図 (19 本 type・30 本 type)

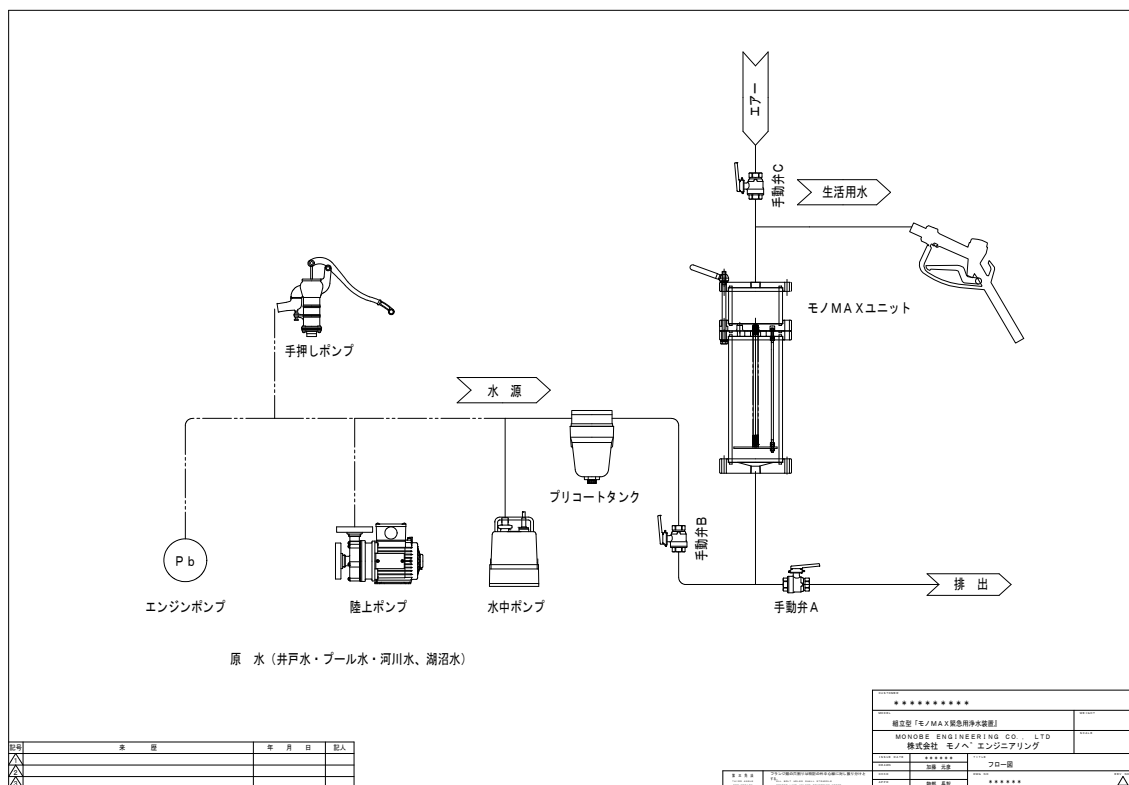


手動型フロー図 (7 本 type・19 本 type・30 本 type)

参考資料 4 図面 組立型『モノMAX緊急用浄水装置』外形図・フロー図



組立型 19 本 type 外形図 (7 本 type ・ 30 本 type)



組立型フロー図 (7 本 type ・ 19 本 type ・ 30 本 type)

4 株式会社セリッシュエフディー

■ビジネスプラン■

「100 年を生きる。千葉市」に貢献し、健康な
時から健康を守るウエルネス・チェック・プラス

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】
応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 31 日

(フリガナ)	カ) セリッシュエフディー	(フリガナ)	ダ 化ヨウリツリヤク ドイ ヒロフミ
会社名・ 学校名等※	株式会社セリッシュエフ ディー	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 土居 洋文 ⑧
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢： 72 歳
法人所在地※： 〒 260-0856 千葉市中央区亥鼻 1 丁目 8 番 15 号 千葉大亥鼻イノベーションプラザ 407 号室			
電話番号：043-205-4138		FAX：043-205-4165	
E-mail：hdoi@celish-fd.co.jp		URL：https://www.celish-fd.co.jp	
資本金※： 16,050 千円		従業員数※： 6 人(役員 2 名含む) (うちパート・アルバイト： 3 人)	
創業(予定)※： 2007 年 10 月		法人設立(予定)※：2007 年 10 月	
応募者プロフィール 1976 年東京大学理学部生物化学科卒、1983 年京都大学大学院理学研究科博士課程修了(理学博士)、(財)東京都老人総合研究所流動研究員、日本学術振興会奨励研究員を経て、富士通株式会社に入社。株式会社富士通研究所・主管研究員を経て、2000 年にセレスター・レキシコ・サイエンシズ株式会社を設立(現在、取締役)。2007 年に株式会社セリッシュエフディーを設立。また、(独)科学技術振興機構・創造科学技術推進事業 ERATO・土居バイオアシンメトリプロジェクト総括責任者、奈良先端科学技術大学院大学人材養成ユニット客員教授、東京大学先端科学技術研究センター特任教授、東北大学加齢医学研究所客員教授などを務めた。			
現在の事業内容※(簡潔にご記載ください) 新分野として 2022 年春より、セレスター・レキシコ・サイエンシズ(株)の資金サポート等で遺伝子の超高速 PCR 検査装置及び検査キットの開発を進めている。この開発は千葉県から 2023 年 9 月に経営革新計画の承認を得ている。また、設立以来続けている千葉大学医学部との共同研究の成果を、2024 年夏より千葉市 C-BID のサポートを受けたことから新しく事業化すべく準備を進めている。この事業は AI 技術を活用して、血中の自己抗体を測定することにより、脳梗塞、心筋梗塞、慢性腎臓病、変形性関節症などのリスクを検査する事業である。			
応募担当者(上記と異なる場合は記載してください) 役職： 氏名： 電話番号： E-mail：			

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

「100 年を生きる。千葉市」に貢献し、健康な時から健康を守るウエルネス・チェック・プラス

・提案するビジネスプランが下記のビジネス分野に該当する場合はチェックしてください。

☐ AI・IoT 賞 ☐ アグリビジネス賞 ☒ SDGs ビジネス賞 (複数回答可)

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

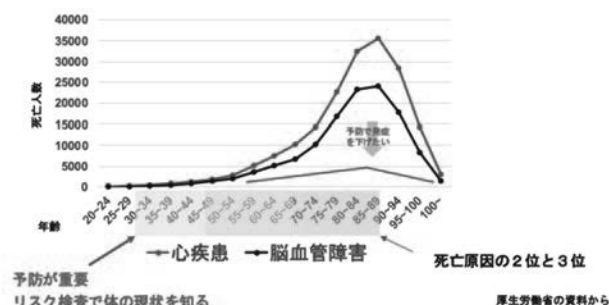
- a) 30 歳代から 60 歳代の健康な人、及び健康にリスクを感じる人がメインのターゲット
- b) 感染性病原体に感染するリスクのある人達
- c) 介護を受けている人たちなど
- d) 医療機関



(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

- 超高速遺伝子検査装置及び検査キット（検査キットは以下の 1）～7）など）
 - 1) 新型コロナウイルス/インフルエンザウイルス/RS ウイルスの呼吸器感染症の検査キット
 - 2) ヒトパピローマウイルス検査キット、3) ヘルペスウイルス検査キット、4) 歯周病菌検査キット、5) 誤嚥性肺炎原因菌検査キット、6) 腸内フローラ検査キット、7) 生活習慣病などに関係する遺伝子多型の検査キット
- 自己抗体検査サービス
 - 8) 動脈硬化、脳梗塞、心筋梗塞などの血管疾患や、慢性腎臓病に関するリスク検査
 - 9) 変形性関節症のリスク検査
- 検査サービスのフォローアップとしてのパーソナライズド薬膳や健康法の紹介

血管疾患：死亡頻度と年齢の関係



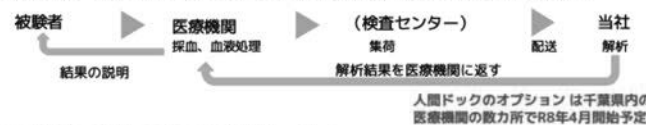
心筋梗塞や脳梗塞などの血管疾患は、50 歳代から 80 歳代の死亡原因の 2 位と 3 位
30 歳代から 60 歳代の予防が重要

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

- 1) 上記(3)-1)～4)は、検査装置を医療機器として、検査キットを体外診断用医薬品として医薬卸を介して医療機関に提供する。
- 2) 上記(3)-8)～9)は、人間ドックのオプション検査や個人クリニックなど医療機関を介して個人に提供する
- 3) 上記(3)-2)、6)～9)は、Direct-to-consumer (DTC) 検査として提供する→（webなどで購入して自宅で検体採取し、検査所に郵送して結果をwebやメールで受け取る検査サービス）
- 4) 上記(3)-4)～6)は、介護業者を介しても提供する
- 5) 「検査サービスのフォローアップとしてのパーソナライズド薬膳や健康法の紹介」はDTC 検査を受けた人へのサービスとして会員制の形で提供する

抗体リスク検査の事業モデル

◆ 健康診断、人間ドックのオプション、あるいは個人クリニックでの検査



◆ DTC検査：郵送でのリスク検査サービス

ECショップ、ドラッグストアを通じて販売



2)、3)での提供の仕方の模式図

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

- 超高速遺伝子検査装置及び検査キットを医療機関に販売する
 - 上記(3)-1)～4)は、検査装置及び検査キットを医療機関に医薬卸を介して、または販売代理店（アスクルなどが候補）を介して販売する。**検査装置はクラスⅠの医療機器**として薬事当局 PMDA に届出、**検査キットは体外診断用医薬品**として承認を得て販売する。
 - 上記(3)-4)～6)は、介護施設などに介護用品として販売する。
 - 上記(3)-2)、7)は、当社での DTC 検査サービスにも使用する。
- 自己抗体検査サービス
 - a) 人間ドックのオプション検査や個人クリニックなどで検査を受ける場合、医療機関を通じて個人への販売になる。
 - b) DTC 検査では、オンラインストア webなどで購入してもらい、個人からの売り上げとなる
- 検査サービスのフォローアップとしてのパーソナライズド薬膳や健康法の紹介
 - 検査サービスに付随するフォローのサービスため、現状では特に収益を考えない
 - オンラインストアの場合、会員制にして定期的に検査を受ける顧客へのサービスとする

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

● 超高速遺伝子検査装置及び検査キットの強み

超高速遺伝子検査装置は新型コロナウイルスなどの感染症検査の場合、**その場で**装置に検体をかけてから結果が出るまでに 10 分から 15 分と**短時間で**、抗原検査と同程度の所要時間で抗原検査よりも精度が高い。

抗原検査キットが存在しないヒトパピローマウイルスやヘルペスウイルス、歯周病菌なども検査できる。また、複数の病原体を同時に検査できるという従来の PCR 検査にはない強みがある。装置は手のひらに乗るサイズの小型で、約 850g と軽量であるため、置き場所に困らない。装置の販売価格（卸が医療機関に販売する価格）を 20 万円と想定しており、PCR 検査装置の価格としてはインパクトがあり、介護施設での導入や、強いては個人向け販売も視野に入れることが可能となる。

（8 ページの「表 1：PCR 検査装置（POCT 装置として）の比較」を参照ください）



検査装置および検査キットの4つの強み

● 自己抗体検査サービスの強み

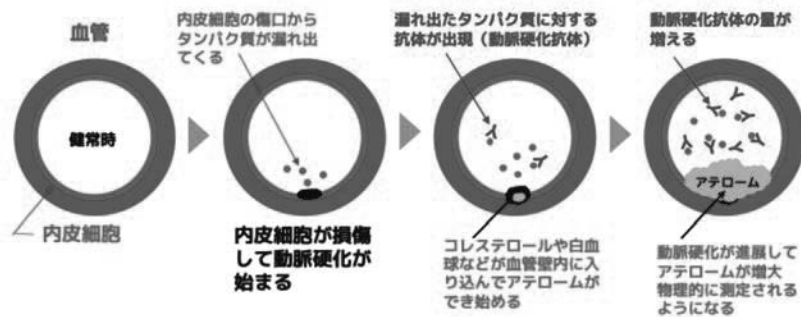
抗体検査サービスのターゲットとなる心筋梗塞や脳梗塞の多くはアテローム性動脈硬化が原因となっている。アテローム（次ページ図参照）は粥腫ともよばれ、血管壁が厚くなり（血管内腔が狭くなり）、血管の硬さの原因となる。これが壊れることによって血栓ができて血管が詰まり、他の場所でできた血栓が細くなった血管に詰まって、梗塞を引き起こす。

動脈硬化の検査には、頸動脈厚みの超音波計測や、血圧と脈波を測定して血管の硬さとして数値化する CAVI 検査などが一般的（人間ドックでのオプション検査など）である。

アテローム性動脈硬化は血管内皮細胞の損傷から始まり、内皮細胞からタンパク質が漏れ出してくる。漏れ出たタンパク質は健常時には血管内に存在しないことから、異物として認識され抗体ができてくる。したがって、抗体は動脈硬化の初期から存在する。超音波計測や CAVI 検査などの物理測定に対し、自己抗体検査サービスでは、自己のタンパク質に対する抗体を測定する生化学的な測定であり、分子的な変化を捉えることができる。硬くなった状態を測るのではなく、動脈硬化の初期的なタンパク質の分子反応（抗体反応）を捉えることができるのが強みである。

さらには、タンパク質はお互いにネットワークを形成し相互作用しているため、アルツハイマー病・認知症に関連するタンパク質とネットワークを作っていたり、糖尿病、慢性腎臓病などに関連するタンパク質とネットワークを作っていたりする。血管内皮細胞から漏れ出たタンパク質に対する自己抗体を測定することにより、他の疾病につながるタンパク質分子に対しても推定できるのが特徴である。これは物理的測定では不可能である。

アテローム性動脈硬化は 血管内皮細胞の損傷から始まる



● 超高速遺伝子検査装置および検査キット × 自己抗体検査サービス

（アルツハイマー病を含む生活習慣病に関係する遺伝子多型の検査と抗体検査のダブルでの検査）

生活習慣病を引き起こす遺伝的要因として遺伝子多型の研究が進んでいる。遺伝的要因は生まれた時からその人のバックグラウンドとしてほとんど変わらない。が、一方で、生活習慣病は環境要因や生活習慣にも依存する。生活習慣病のリスク度は、遺伝的要因によるリスクと環境要因のリスクの掛け算と考えて良い。

上記（3）-7)での遺伝子多型の検査は遺伝的要因によるリスク検査である。自己抗体検査は環境要因や生活習慣に依存した身体の状態を知ることができるリスク検査である。すなわち、当社の2種類の検査サービスを受けることにより、この掛け算の結果でリスク度を評価できるのが強みである。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

● 超高速遺伝子検査装置及び検査キットの関連で

超高速遺伝子検査装置では、検体を装置に装着してから10分から15分と短時間で検査結果が出る。装置のサイズも15cmx11cmx13cmと小型で、置き場所に困らない。

また、使用するPCR酵素も自社独自の酵素を開発中で、装置から反応系までを開発できるのが他者には追従できない強みである。



検査装置の機構に関する基本特許および検査キットにおける反応系について、計2件の特許

を出願済みである。

（前ページの写真は超高速遺伝子検査装置の試作機 2 号機の外観を示す。現在は 5 号機まで開発済み。）

- 自己抗体検査サービスの関連

当社が設立以来続けている千葉大学医学部との共同研究の成果の事業化である。すでに千葉大学から何件か特許出願されており、当社独自でも近日中に特許出願する予定である。出願予定の特許は、アルツハイマー病や歯周病、炎症と関連するタンパク質に対する自己抗体マーカーや変形性関節症に関する。

- 共生細菌類の PCR 検査と抗体検査と AI 技術で総合的なリスク評価

歯周病や腸内細菌フローラは脳卒中や糖尿病、アルツハイマー病など全身性の疾患と関連があることが分かってきている。当社の口腔内や腸内で共生している細菌類を PCR 検査し、抗体検査と繋げて、かつアンケート回答事項について医師のコメントとともに AI 処理することにより、総合的なリスク評価を実施できることが、当社の独創的な手法である。

さらには、千葉大学医学部との共同研究で自己抗体マーカーとしてこれまでに 70 種類以上を論文発表しており、動脈硬化やその他疾病との関係を分子レベルで評価できる。さらには 70 種類以上のマーカーのタンパク質が構成するパスウェイについてバイオメディカル分野の論文を AI 解析することにより、総合的なリスク評価が可能である。また、パスウェイ上で効果のある薬膳素材に含まれる天然化合物を AI 抽出することができ、フォローアップとして、パーソナライズド薬膳素材を紹介できる。



歯周病菌や虫歯菌が口腔内で増えることによる口腔内細菌叢の乱れ、口腔内細菌が腸に移動したり悪玉菌が腸内で増えたりすることによる腸内細菌叢の乱れは、肥満や糖尿病、動脈硬化、関節リウマチ、アルツハイマー病などの一因になったり重篤化につながる

核酸・遺伝子解析 × 抗体解析 × AI解析 生成AI ⇒ ソリューション 結果と解決策

健康維持のためのソリューションを提供する当社手法のイメージ図

3 市場性について

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

● 超高速遺伝子検査装置及び検査キット

超高速遺伝子検査装置は、小型で置き場所に困らないため、POCT 装置として有望である（POCT: point of care testing、患者など検査したい人の傍で迅速に検査を行う）。従来は、PCR 検査はコロナ禍の折のように外部の検査センターに外注したり（日数がかかる）、大きく高価な装置を購入したりしていた。

コロナ禍が過ぎ、現在は、コロナやインフルエンザウイルスについては PCR に代わり抗原検査が簡便なため、医療機関でよく使用されている。しかし、抗原検査は 30%程度が偽陰性であり、PCR 検査を改めて実施すると陽性になることがしばしばである。抗原検査を補う上での POCT 装置と検査キットとして、PCR 装置を持っていない医療機関での需要が見込まれる。

また、ハイリスクで子宮頸がんの原因となるヒトパピローマウイルス（HPV）やヘルペスウイルスの検査には抗原検査は使われておらず、PCR 検査である。

HPV の PCR 検査（HPV テスト）は子宮頸がんの検診として 30 歳以上の女性に 5 年に 1 回が推奨されており、子宮頸がんは 20～30 歳代の女性に最も多く発症する。男性でも、中咽頭がんや肛門がんの原因であり、特に中咽頭がんは米国で増えている。当社では男性向けの HPV テストを DTC 検査として展開したいと考えている。

ヘルペスウイルスについては、口唇ヘルペスを引き起こす HSV-1 や、空気感染し水疱瘡や帯状疱疹を引き起こす VZV は脳内感染によりアルツハイマー病の原因となることが最近報告されており、口唇ヘルペスや帯状疱疹の症状が出た時には早期に抗ウイルス薬が処方されることが重要になる。従来は血液中のヘルペスウイルスを外注に出して PCR 検査することがあった。が、ウイルスは症状が出る数日前から唾液中に存在することが報告されている。したがって、早期検査には POCT として唾液中に出てくるヘルペスウイルスを PCR 検査することが有効である。

歯周病菌検査や誤嚥性肺炎原因菌の PCR 検査は歯科診療所や介護施設の口腔ケアの一環として需要がある。歯科診療所では、PCR 検査を外注しており、それが診療所内で診療中に検査結果が出ることで、患者に対するスピーディーな対応が可能となる。

腸内フローラ検査も、国立循環器病研究センターの知見から、脳卒中リスク検査につながる事が分かっており、介護施設での需要がある。

● 自己抗体検査サービスの関連

動脈硬化や脳梗塞、心筋梗塞のリスク検査は事業として P 社、A 社などが競合として存在し、事業展開している。すなわち、市場として需要があることが示されている。また、アルツハイマー病・認知症のスクリーニング検査を M 社が展開している。

当社の自己抗体検査サービスは、これらの競合の中に、独自のマーカーと新しい知見で参入することになる。

さらには、厚生労働省が「健康日本 21（第3次）」（令和6年～令和 17 年）を掲げ、国民の健康の増進の推進に関する基本的な方向を提言している。特に、どのようにして生活習慣を改善し、予防に繋げるか、が社会的課題であり解決策が求められている。当社の提案する自己抗体検査サービスや検査装置は、「自分の体は自分で守る」ための解決策の一つである。

自分の体は自分で守る

特に働き盛りの30～50歳代

自分は健康だから大丈夫
悪くなったら病院に行けばいい
悪くなったら治す、戦って治療する

医療崩壊、生活習慣病、慢性疾患
徐々に確実に体を蝕む、気がついた時には手遅れ

健康なうちから自分の
健康を守り維持する

疾患リスクを事前に把握し
未来の健康へ投資する

健康は大きな資産
健康日本21（第3次）



(2) 周知・販売戦略について説明してください。

- 医療機器としての超高速遺伝子検査装置及び体外診断用医薬品としての検査キット
医療関係であるので、一般向けの宣伝はできない。関連する医学会での発表、展示、セミナー講習などを通じて、PR する。届出した、承認を得た、などの場合はマスコミやPR time などを通じてアナウンスする。ホームページにも掲載する。販売は、医薬卸やアスクルなどを通じて行う。

介護用品としては、介護関係の設備を販売している会社あるいはリースしている会社を介して販売する。

- 自己抗体検査サービス（DTC 検査サービス）

自社 web ページを充実させるとともに、YouTube 動画や TikTok のショート動画で宣伝する。特に、特徴となる点などを生成 AI 動画として作成し、ネットを通じて PR する。

例えば TikTok の場合、ヒトパピローマウイルス（HPV テスト）の男性での DTC 検査向けにサービスをローンチする前に、パピローマウイルスが中咽頭がんの原因になることなどを動画（毎週新しい動画）で流して 10 歳代後半から 30 歳代のフォロワーを数万人規模に増やしておくことができれば、それが市場開拓になる。歯周病や動脈硬化、脳梗塞、心筋梗塞、糖尿病、アルツハイマー病などの全身性疾患についても、TikTok 動画から 10 歳代後半から 30 歳代の人たちを通じて親世代の 50 歳代から 60 歳代にアプローチする戦略をとる。

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

● 超高速遺伝子検査装置及び検査キット

POCT 用 PCR 検査装置は、表 1 に示す競合製品が販売されている。当社装置（試作 4.1 号機）は小型軽量で、検査に要する時間も 10 分～15 分と短い。また、他社製品は、蛍光強度測定であるため、複数（3 種類以上）の遺伝子を同時に検出できない。当社の検査キットは核酸クロマト法と呼ばれる検出方式を採用しており、複数の遺伝子の検出が可能である。例えば、ヒトパピローマウイルスについて、15 種類のウイルスがハイリスクであり、当社の検査キットはこれを 9 種類のグループに分けて検出することができる。

会社名	検出方法	検体数	所要時間	サイズ(mm)・重量(Kg)	価格	備考
P 社	蛍光強度測定	8 検体	2 時間	350×800×700, 80Kg	不明	日本企業
M 社	蛍光強度測定	1 検体	1 時間	150×300×340, 6Kg	50 万円	日本企業
K 社	蛍光強度測定	1 検体	15 分	100×105×155, 0.7Kg	100 万円	日本企業
L 社	蛍光強度測定	1 検体	20～30 分	115×200×240, 3.8Kg	150 万円	海外企業
A 社	蛍光強度測定	1 検体	15 分	210×145×200, 3Kg	140 万円	海外企業
当社	核酸クロマト	1 検体	10～15 分	105×125×155, 0.85Kg	20 万円	日本企業

表 1：PCR 検査装置（POCT 装置として）の比較

● 自己抗体検査サービス

前述のように、動脈硬化や脳梗塞、心筋梗塞のリスク検査については P 社や A 社などが競合である。さらには、F 社が心筋梗塞・脳梗塞の発症リスク（それに加えて 3 種類に疾患の発症リスク）の検査サービスを展開している。

P 社は、血中の 2 つのタンパク質の濃度を測定し、その値を掛け合わせて算出する。最近では 2 つのタンパク質のうち、1 つだけで心筋梗塞などのマーカーになるという論文が多い。

A 社は、血中の 3 種類の物質を測定し、自覚症状のない小さな脳梗塞のリスクマーカーとして脳梗塞リスク評価サービスを展開している。

F 社は多種類の血中のマーカーを測定して、リスク予測すると謳っている。が、これらのタンパク質と疾病の関係は不明。

会社名	検査対象	価格（税込）	備考
P 社	血中の 2 つのタンパク質	12,000 円～15,000 円	価格は人間ドックのオプションなど
A 社	血中の 3 種類の物質	7,000 円～13,000 円	価格は人間ドックのオプションなど
F 社	血中の多種類のタンパク質	50,000 円	Web 価格、心筋梗塞・脳梗塞に限れば 13,000 円ほどに相当
当社	3 種類～30 種類の自己抗体マーカー	15,000 円～100,000 円	Web 価格 人間ドックのオプションでは 3 マーカーで 13,200 円を予定

表 1 脳梗塞、心筋梗塞のリスク検査サービスの比較

当社の優れている点

動脈硬化や脳梗塞、心筋梗塞、糖尿病、慢性腎臓病、アルツハイマー病、歯周病などとの関連性が示唆されるタンパク質の自己抗体を測定するため、これらの疾病との関連リスクも評価できる。

記述のように、自己抗体マーカーとしてこれまでに 70 種類以上を論文発表しており、動脈硬化やその他疾病との関係を分子レベルで評価できる。さらには 70 種類以上のマーカーのパスウェイについてバイオメディカル分野の論文を AI 解析することにより、パスウェイで効果のある薬膳素材に含まれる天然化合物を AI 抽出することができる。この特徴を活かしてパーソナライズド薬膳を紹介することが可能になる。さらには、抗体を使ったこれら疾病の医薬品、あるいは逆に自己抗体をブロックすることによる医薬品の創薬につながる可能性を持っている。

- PCR 検査と自己抗体検査の合わせ技

上記「(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください」で記載したように、生活習慣病などに関する遺伝子多型の PCR 検査と自己抗体検査の 2 種類の同時検査は、2 種類のリスク度を掛け算で評価できる。さらには、PCR による歯周病菌、腸内フローラの検査を加えることで、共生細菌の現状が分かり、リスク評価の確度が上がる。

4 実現可能性について

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

● 超高速遺伝子検査装置及び検査キット

超高速遺伝子検査装置は、今年度の千葉県医療機器等開発補助金（2年事業の2年目）を受けており、2026年度中の製品化（2026年度中の薬事当局 PMDA への届出）を目指している。検査キットについても、届けられた検査装置を使って、キットの臨床評価を行い、2027年から順次、薬事当局に申請したいと考えている。これらは2028年以降には売上計上される計画である。

超高速遺伝子検査装置の製造委託先として計画しているY社（第二種医療機器製造販売業、医療機器製造業）とは、2023年から打合せを継続しており、当社での試作5号機までの進捗を踏まえ、2026年末での製品化・PMDA届出に向けて、届出に必要な書類等の事前準備に取り掛かる打ち合わせを先日、行った。また、使用する部品などの調達についても打ち合わせた。

Y社は、関連会社として医療機器の販売会社を持っており、その関係で取引企業も多く、紹介していただけることになっている。

呼吸器感染症の検査キットの臨床性能試験は、国立病院の呼吸器専門医に依頼する計画で、同医師の了解済み。



超高速遺伝子検査装置と検査キットの届出、申請の計画スケジュール

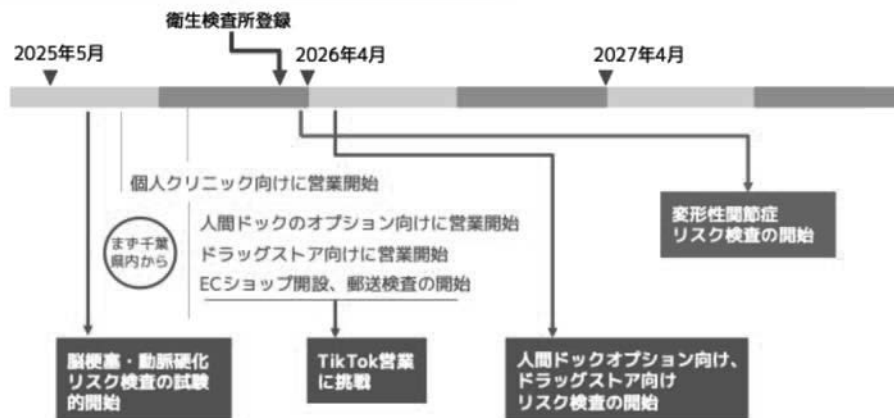
● 自己抗体検査サービス

今年1月にテストマーケティングとして、クラウドファンディングを実施し、3マーカー検査で15,000円（税込）で事前受付を行い、現在、リターンの抗体測定を行っている。クラウドファンディングでの達成率は236%であった。（クラウドファンディングは、千葉市産業振興財団のクラウドファンディング活用支援事業のサポートにより実施した。）

この「リターンの抗体測定」では、DTC検査の事前スタディーの形となっており、使用する自己採血キットの使用感や問題点などを洗い出している。また、猛暑の7月8月は高温になるため、採血検体の郵送に支障を来さない（採血した血液が劣化しない）よう、チルドゆうパックでの返送テストなどを行っている。

個人クリニックの来院者向けにキャンペーン価格で今秋から販売を開始するよう、R6 年度の千葉市 C-BID（新規事業創出支援事業）のサポートをベースに、チラシなどの準備を進めている。また、2026 年 4 月からの人間ドックでのオプション検査のメニューとして採用されるよう準備している。

リスク検査事業のスケジュール



(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

資金調達:

同じく C-BID の副業人材などを通じて資金調達活動を行っている。

人材:

自己抗体リスク検査サービスを人間ドックでのオプションとして展開するには、自ら衛生検査所を開設する必要がある。開設には衛生検査所の管理責任者（土業の免許を持った常勤）や精度管理責任者（相当年数の経験を有する土業の免許を持った常勤）などの人材が法規制上で要求され、これらの人材を確保する必要がある。資金調達とも関連するが、おいおい求人する。

PR の仕方:

R6 年度千葉市 C-BID（新規事業創出支援事業）で採用した副業人材や千葉県産業振興センター・よろず相談などから YouTube 動画や TikTok 動画の作成方法について教を乞い、ノウハウを吸収する。

事業実施の場所の確保:

現在入居中の千葉大亥鼻イノベーションプラザは入居期間の契約があるため、事業実施の場所の確保が課題である。当社としては、更新をお願いしたいと考えている。

(3) 既に起業している方は、直近 3 年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

	R4 年 9 月期	R5 年 9 月期	R6 年 9 月期
売 上 高	39,493	16,000	24,177
営 業 利 益	12,400	△13,825	△2,276
経 常 利 益	△430	△10,982	96

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

R4 年 9 月期は、共同開発費用として N 社から 36,000 千円の売上があった。経常利益の△430 千円は開発費を 13,599 千円償却したため生じた。R5 年 9 月期から N 社が一方的に契約を終了したため、売上が減少した。R6 年 9 月期に繰延資産として開発費 6,408 千円を計上した。

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

(単位：千円)

	R7 年 9 月期	R8 年 9 月期	R9 年 9 月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	30,500 (500)	30,150 (12,150)	172,290 (22,500)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	500 (500)	10,950 (10,950)	114,099 (20,100)
<3>粗利益 [<1>-<2>] (うち、今回応募事業分)	30,000 (0)	19,200 (1,200)	58,191 (2,400)
<4>販売費、一般管理費 (うち、今回応募事業分)	41,187 (41,187)	86,788 (86,788)	227,314 (227,314)
<5>営業利益 [<3>-<4>] (うち、今回応募事業分)	-11,187 (-11,187)	-67,588 (-67,588)	-169,123 (-169,123)
<6>営業外利益	6,362	11,044	4,644
<7>営業外費用	240	240	240
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	-5,065	-56,784	-164,719

*上記計画の根拠

- ・R7 年 9 月期および R8 年 9 月期の売上は、S 社からの共同開発費（各 30,000 千円、18,000 千円）をそのまま売上と粗利益に計上した。
- ・R9 年 9 月期はこの共同開発費の売上が無くなるので、計上しておらず、今回の応募事業分の売上ともう一つの事業（超高速遺伝子検査装置および検査キット）の売上で 100%を占める。
- ・超高速遺伝子検査装置および検査キットは、R9 年 9 月期から売上に寄与し、売上の

87%を占める計画である。販売開始は R9 年 7 月の計画で、7～9 月の 3 ヶ月間の装置の販売個数は 480 台（医薬卸への卸値を 1 台 140 千円）で、売上 106,860 千円を計画した。検査キットは 1 ヶ月遅れの R9 年 8 月に販売開始で、8～9 月の 2 ヶ月間の売上を 42,930 千円（医薬卸への卸値を 1 キット 1,400 円）、販売個数 30,600 個とした。装置 1 台当たり、約 30 検査/月の計算である。

- ・ R7 年 9 月期および R8 年 9 月期の営業外利益は、確定している補助金を計上した。
- ・ 自己抗体検査サービスでの数字を表 2 に示す。

		R7 年 9 月期	R8 年 9 月期	R9 年 9 月期
販売個数	キャンペーン	110	400	400
	オプション	0	300	600
	DTC 検査	0	500	1,000
原価（円）	原価（円）			
4,500	キャンペーン	495,000	1,800,000	1,800,000
10,500	オプション	0	3,150,000	6,300,000
12,000	DTC 検査	0	6,000,000	12,000,000
	原価合計	495,000	10,950,000	20,100,000
販売価格（円）	売上金額（円）			
4,500	キャンペーン	495,000	1,800,000	1,800,000
12,000	オプション	0	3,600,000	7,200,000
13,500	DTC 検査	0	6,750,000	13,500,000
	売上合計	495,000	12,150,000	22,500,000

表 2

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

(単位：千円)

	資金内訳	R7 年 9 月期	R8 年 9 月期	R9 年 9 月期
資金需要	運 転 資 金	5,065	56,784	164,719
	その他運転資金		72,216	330,281
	設 備 資 金			
	IT 設備	740	2,240	2,800
	実験機器設備		18,760	2,200
	計	5,805	150,000	500,000
資金調達	自己資金			
	借入金	5,805		
	（うち、今回調達希望分）	（5,805 ）	（ ）	（ ）
	投資		150,000	500,000
	（うち、今回調達希望分）	（ ）	（150,000 ）	（500,000 ）
	その他（ ）			
	計	5,805	150,000	500,000

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

*上記計画の根拠

・R8 年 9 月期および R9 年 9 月期の「その他の運転資金」には、薬事当局 PMDA への届出・申請にかかる書類準備やコンサルタント費用、届出・申請費用、臨床性能試験における CRO や試験機関（国立病院や大学病院など）への委託費用などを想定している。また、装置や検査キットの製造委託費用（2ヶ月前払い）も考慮した。見えない数字が多いので、表にある数字とした。

5 社会貢献性について

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

令和 5 年 4 月から「千葉市基本計画（計画期間：令和 5～14（2023～22032）年度）」がスタートしている。この計画の第 3 章に「現在の千葉市を取り巻く状況と 2040 年を展望した重要な社会変化（人口・産業の概観、人口の将来見通しなどの重要な社会変化）」が設けられている。

その中で、総人口の減少、生産年齢人口・年少人口の減少、高齢者人口の増加が社会変化として捉えられており、その変化に伴い、単身世帯の増加、経済・公共の担い手や次世代の担い手が減少し生産力低下や市民サービスの低下、老老介護や介護人材不足、などが問題点として上げられている。また、自然災害や新型コロナウイルス等感染症拡大リスクの増大なども問題とされている。

これらの問題において、本ビジネスが解決・対応すべき課題は、「健康づくり」、「健康で活躍できる環境づくり」に集約される。持続可能な開発目標（SDGs）では目標 3「保健」である。

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域にどのような社会的・経済的效果をもたらすかを説明してください。

本ビジネスで提供する健康リスク検査で、ご自身の身体の現状を知ってもらい、介護負担のかからない健康づくりへの動機づけ、千葉市民の健康リテラシーの向上効果をもたらすことが期待される。さらに健康度を上げるためのフォローアップとして、パーソナライズド薬膳の素材を紹介する。これら素材を使った薬膳料理を食してもらうために、千葉市内の薬膳料理教室や薬膳料理店と提携し、パーソナライズド薬膳の摂食に繋げたい。美味しい食事を堪能し、また自ら新しい料理を作ることにより、健康維持、脳刺激により心筋梗塞や脳梗塞の血管障害や認知症の予防が期待できる。千葉市内の薬膳料理教室や薬膳料理店にも経済的波及効果がある。

健康寿命の延伸は個々人の Quality of Life を高め、よりアクティブになることにより人生 100 年時代の経済的生産性の向上も期待される。

千葉大との共同研究成果や千葉市での 18 年にわたる企業活動をベースに、千葉市の企業が新規に提供する PCR 検査と抗体検査を用いた、全身性疾患リスク検査と検査結果の AI 分析に基づき、健康食や健康法により千葉市が健康寿命 1 位になることを目指し、日本全国のモデルケースとして実現したい。

6 その他

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

超高速遺伝子検査装置及び検査キットは、医療機器や体外診断用医薬品であるため、患者数や診療所の数などから、売上目標などを立てやすい。一方、自己抗体検査サービスについては、どれくらいの人たちが健康志向であるか、不明なところが多く、YouTube や TikTok などの動画でどこまで売上を増やせるか、不明である。そのため、自己抗体検査サービスの売上を少なく見積もっている。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

千葉大学医学部と当社設立以来進めてきた共同研究の成果を社会還元し、事業展開することにより、人生 100 年時代の健康寿命延伸に貢献したいと思ったため。特に「100 年を生きる。千葉市」に貢献できる。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

当社設立時に、代表取締役と大学の同期であった日和佐隆樹先生が千葉大学医学部に准教授として在籍しており、共同研究を開始すると共に、2007年10月に千葉大亥鼻イノベーションプラザに入居が決まり、それ以来亥鼻イノベーションプラザで事業を行ってきている。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

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

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

- ☒ 販路拡大 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☒ 資金調達
☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

- 1) 事業実施するための場所の提供・確保
- 2) 資金調達
- 3) 人材確保

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

5 松永 博充

■ビジネスプラン■

Smart GlycoRice（仮称）

「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」

新しい価値づくりプラットフォーム

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】
応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 31 日

(フリガナ)	チバダイガク	(フリガナ)	マツナガ ヒロミツ
会社名・ 学校名等※	千葉大学 学術研究・イノベーション推進機構 スタートアップ・ラボ	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	松永 博充 ⑩
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ <u>グループ</u>			応募者年齢： 歳
法人所在地※： 〒			
電話番号：043-290-3992		FAX：-	
E-mail： hiromitsu-matsunaga@chiba-u.jp		URL：https://startup-lab.chiba-u.jp/	
資本金※： 一 千円		従業員数※： 一 人 (うちパート・アルバイト： 人)	
創業(予定)※：2026 年度(予定)		法人設立(予定)※： 2026 年度(予定)	

応募者プロフィール

本プロジェクトは、千葉大学園芸学研究院 小川幸春教授の研究シーズを活用し、「生活習慣病ゼロ時予防に資する糖質消化性調節米の社会実装に関する研究（血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに）注1」の社会実装を目指す取り組みです。現時点では2名の中核メンバーにより、事業性の検証を行いながら、千葉大学発スタートアップの立ち上げを目指しており、起業を目指しています。

注1：本技術は、特願 2021-170635 として日本で出願し、さらに WO/2023/068205 として国際公開されております。

●CEO 候補：松永博充（事業構想家） <https://startup-lab.chiba-u.jp/member/>

スタートアップ創出支援・デジタル・官民連携に強みを持つ事業構想家

国内大手総合電機メーカーにて、原子カプラントのプロジェクトマネジメントおよび環境系事業開発に従事した後、独立行政法人にて Society 5.0 実現に向けたアーキテクチャ支援を担当。現在は国立大学法人千葉大学 学術研究・イノベーション推進機構 スタートアップ・ラボに所属し、イノベーション・マネジメント研究員（URA）として大学発スタートアップの創出支援や研究シーズの事業化伴走に携わる。

●研究シーズ保有者：小川幸春 https://www.h.chiba-u.jp/staff/ogawa_y.html

植物バイオテクノロジーと機能性食品研究の第一人者

千葉大学園芸学研究院 教授。専門は植物資源の機能性解明と応用。特に、発芽種子の栄養機能や生理活性に関する研究において高い評価を受けており、植物性タンパク質の新たな用途開発に関する複数の研究シーズを有する。本プロジェクトでは、植物タンパク質の機能性変換技術を提供する研究シーズの保有者として参画し、製品の技術開発・品質設計を主導。

（グループでの応募の場合は構成員を記載してください）

現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

法人設立前のため、現在の事業内容はなし。

応募担当者（上記と異なる場合は記載してください）

役職： 氏名：

電話番号： E-mail：

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

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

2 ビジネスプランの概要

(1) ビジネスプラン名

事業サービス名：Smart GlycoRice（仮称）

「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」新しい価値づくりプラットフォーム

・提案するビジネスプランが下記のビジネス分野に該当する場合はチェックしてください。

☐ AI・IoT 賞 ☒ アグリビジネス賞 ☐ SDGs ビジネス賞 （複数回答可）

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

主な顧客は、以下の千葉市内の農業関係者です。

①ブランド米の差別化や高付加価値化を目指している米生産者・農協・仲卸

②新規参入を目指す若手農業者や法人事業者

私たちは健康価値と信頼性を備えた“次世代の米づくり”に挑戦できる環境を提供します。

(3) 販売する製品・サービスは“何” ですか。

本ビジネスは、千葉大学の研究シーズを活用し、“血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに”を生成する装置と認証サービスを統合したIoT型プラットフォーム「Smart GlycoRice（仮称）」を提供します。

Smart GlycoRice（仮称）の名称は、Smart（スマート農業）+Glyco（糖）+Rice（米）の複合語です。

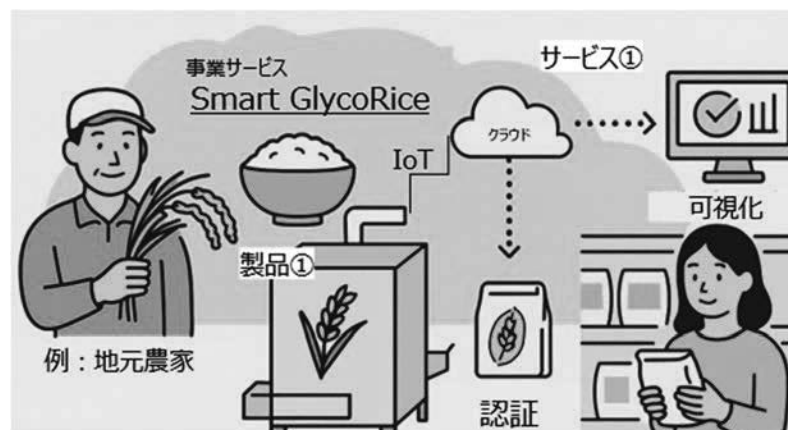
製品①：「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を生成する処理装置

千葉大学の研究シーズに基づく、収穫後の生モミに後処理を加える装置

「以下、収穫後の生モミに後処理を加えた生モミを加工米として表記する」

サービス①：加工米の品質を可視化・認証するIoTサービス

IoTを活用して処理条件・工程・品質データをクラウド上に記録・可視化し、加工米の処理状況を“見える化”するデータ認証サービス。



(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

本プラットフォームは、製品とサービスを一体として提供します。米生産者・農協・仲卸などの農業関係者が、誰でも簡易に“血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに”を製造・販売できるよう支援します。

【製品① | 処理装置の提供】

米生産者・農協・仲卸に対して、誰でも「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を生成可能な環境として、収穫後の生モミに対して処理できる装置を提供します。千葉大学の研究成果を基に設計される本装置は、既存の生産プロセスに追加導入可能で、収穫後の生モミに対して簡易に後処理できるようにします。

【サービス① | 品質認証の提供】

加工米について、IoT を活用したデータ認証サービスを提供します。処理条件・工程管理・生成後の品質データなどをクラウド上で記録・可視化し、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」であることを証明します。これにより、農家や流通業者は商品に信頼性と付加価値を付与し、「高付加価値ブランド米」として販売展開できるようになります。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

本ビジネスは、以下の2つの要素を統合したIoT型プラットフォーム事業として展開し、サブスクリプション形式での収益化を図ります。

【収益化の構成要素】

製品①：処理装置

- 「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を生成できる装置をレンタル形式で提供。
- 初期投資不要で、農家・卸業者の導入ハードルを低減。

サービス①：IoTによる品質認証サービス

- 処理装置によって生成された加工米の処理条件や品質データを可視化・記録・認証するクラウド型サービスを提供。
- 加工米の信頼性を高め、「高付加価値ブランド米」として差別化可能。

【ビジネスモデル】

この2つの機能を一体化したプラットフォームとして提供し、利用者から月額または収穫単位での利用料を徴収するサブスクリプションモデルを採用します。

【導入しやすさの工夫】

- 初期設備投資が不要なレンタル方式により、心理的・経済的な参入障壁を低減。
- 処理装置と認証のセット提供により、加工米の「生成→証明→販売」までをワンストップで支援。

【成長性とスケーラビリティ】

このモデルは、千葉市内の米生産者・農協・仲卸を皮切りに導入を進めつつ、他地域への水平展開や JA グループ・農機メーカーとの連携による広域展開・輸出モデルへの拡張が可能です。

結果として、地域農業の収益力強化・高付加価値化を推進するとともに、持続可能なアグリビジネスとしての社会的・経済的波及効果が期待されます。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

本ビジネスの強みは、「健康志向の高まり」と「地域農業の持続性」という2つの社会的ニーズに対し、千葉大学の研究シーズを活用し、現場に即したかたちで実装可能なプラットフォームとして設計されている点にあります。以下の3点が特に大きなアピールポイントです。

① 千葉大学発の研究シーズ特許技術を活用した優位性

本ビジネスは、千葉大学の研究シーズに基づく「収穫後の生モミに後処理を施す技術」を基盤としています。この技術を活用し、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を生成する後処理装置を開発予定であり、今後は装置開発パートナーと連携した製品化を目指します。

② 導入ハードルを下げる「装置＋認証」の一体型プラットフォーム

本装置は、既存の生産工程に後付けで導入可能なうえ、レンタル方式により初期投資を抑制できます。また、処理条件や品質データをIoTでクラウド管理・認証することで、可視化し、加工米の「作る→証明する→売る」までを一貫して支援できる仕組みを構築可能です。これは、農業の“製造業化”を支えるスマート農業の先進モデルとなりえます。

③ 地域農業のブランド化と全国展開可能なスケーラビリティ

千葉市の農業基本計画に掲げられている「担い手の確保」「スマート農業の推進」「農産物のブランド化」といった目標と高い整合性を持ち、地域農家の収益性向上や若手参入の促進に貢献できます。加えて、JAや農機メーカーとの連携による他地域展開も視野に入れたスケーラブルな設計であり、将来的には全国展開や輸出への波及効果も期待されます。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

本ビジネスは、単なる機能性食品の開発でも、単なるスマート農業機器でもなく、“「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」新しい価値づくり”を創出するプラットフォーム型の農業支援モデルという点で、従来にはない独創的な仕組みを備えています。

特に以下の3点が他にはない新規性・独自性です。

① 「誰でも後から作れる」技術の社会実装化

本技術は、収穫後の生モミに後処理するだけで「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」の加工米に生成できるという点で画期的です。つまり、農家が新品種を育て直す必要もなく、地域全体での即時展開が可能な「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」という新概念を提案しています。

② IoTと連動した価値の“見える化”プラットフォーム

単なる装置提供にとどまらず、工程・条件・品質データをIoTで管理・記録し、リアルタイムでの認証・可視化を行う仕組みを持つことが独自性です。

③ 「健康意識」と「地域農業の持続性」の創出を“同時解決”するビジネスモデル

本ビジネスは、健康意識と地元農家の所得向上・若手の担い手創出といった地域農業の双方を同時に解決しようとするビジネスモデルを持っています。

IoT技術、大学発研究成果、サブスク型導入モデルを組み合わせることで、「地域で生み、地域で売り、全国に広げる」循環型・共創型の農業モデルを実現します。

3 市場性について

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

本ビジネスが対象とするのは、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」の生成・認証プラットフォームです。背景として、健康志向が高まるなか、「主食を変えることで健康を維持したい」という潜在ニーズは年々高まっています。

さらに、農業側から見れば、通常の米と同じ生産物に対して“後処理”を加えるだけで高付加価値化が可能であり、新たな収益源としての導入インセンティブが極めて高いのも特徴です。加えて、食料価格の不安定化・栄養の二極化が進む中、健康意識と地域農業の持続性を同時に支える手段として、広範な需要が期待されます。

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

本ビジネスは、千葉大学の研究シーズを核とした千葉市発の社会実装モデルであり、当初は千葉市内の農業関係者を対象に、大学・行政との連携を活かしたパイロット導入から展開を開始します。周知・販売戦略は、以下の３段階で構成されます。

【第１段階：千葉市内での実証導入と初期導入支援】

千葉市農業基本計画（令和５～９年度）の重点方針と親和性の高い地元農家などの農業関係者を対象に、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」処理装置の実証試験（PoC）を実施します。

GAP ファンドや地域資源活用型ビジネス支援制度等を活用し、初期導入コストを抑えながら、成功事例の可視化・共有を通じて地域内普及の起点を形成します。

【第２段階：ブランド展開と販路拡大】

実証で得られたデータと事例を活かし、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」という機能性ブランドの価値訴求を行います。さらに、IoT による品質認証データを付加したラベル表示等により、健康志向市場への販路拡大を推進。流通業者・外食・健康関連施設等との B2B マッチングやフードテック系展示会・自治体商談会への参加を想定します。

【第３段階：サブスクリプション型プラットフォーム展開】

処理装置と品質認証サービスを統合した SaaS 型プラットフォーム「Smart GlycoRice（仮称）」として、地元農家・精米業者・JA などに向けたサブスクリプションモデルを展開。利用実績に応じた課金と保守支援の仕組みを整備し、**継続的な利活用と地域内循環の促進**を図ります。

将来的には、近隣自治体や他県の健康志向農業エリアへの展開も視野に入れたステップアップを目指します。

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

【競合の状況】

本ビジネスが展開する領域では、主に以下の２つの競合カテゴリが存在します。

●既存の機能性米（品種開発型） 例：「金芽米」「ロウカット玄米」「低 GI 米」など。

これらは特定品種や精米技術に依存するため、農家にとっては新規品種導入・栽培条件変更が必要となり、コストや導入リスクが大きい傾向があります。

●IoT スマート農業系ソリューション 例：環境センシングや自動収穫ロボットなど。

これらは主に大規模農業や生産効率化に重点があり、「健康価値」や「米のブランド化」を直接支援するモデルとは異なります。

【本ビジネスの優位性】

本ビジネス「Smart GlycoRice（仮称）」は、「健康 × 農業 × デジタル」の三位一体による独自の循環型支援モデルを確立しており、以下の点で競争優位性を発揮します。

- ① 装置×IoTによる一体型モデルで、だれもが「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」をつくれる＋「その価値を証明して販売できる」循環を支援
- ② 後処理の特許技術により、既存品種・設備での導入が可能（ハードルが極めて低い）
- ③ 健康意識と地域農業の持続性の同時解決を目指し、千葉市農業基本計画と高い親和性を持つ社会実装型ビジネス

4 実現可能性について

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

本ビジネスは、千葉大学 小川教授が進める「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」生成技術に基づいており、現在は基礎研究から応用研究へと移行する過渡期にあります。現時点では、さらなる基礎データの取得と技術条件の最適化に向けて、大学研究室内での評価試験を進めています。

また、今後は、実際の農業現場や生成ラインでの実装を見据えた後付け処理装置の開発と、生成された加工米に対して価値を証明するIoT 認証プラットフォームの構築です。

そのため、これらを実現するために、本ビジネスの事業化検証を行いながら、以下の3フェーズに分けて事業を段階的に推進します。

●事業フェーズ1（2026年度）

主に「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」生成技術に関する研究開発およびプロトタイプ設計の着手を行います。

- ① 「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」生成技術の研究開発
- ② 生成に対応した処理装置のプロトタイプ設計

●事業フェーズ2（2027年度）

主に技術の社会実装に向けたプロトタイプの製作と実証、およびIoT プラットフォームの構想設計に着手します。

- ① 生成に対応した処理装置のプロトタイプ製作
- ② 千葉市内の地域農家の協力による実証試験（PoC）
- ③ IoT 認証プラットフォームの基本設計（処理条件の記録・可視化・認証仕様の策定）

●事業フェーズ3（2028年度～）

本格的な事業化フェーズとして、製品・サービスの市場提供を開始します。

- ① 処理装置の製品化と量産体制の整備
- ② IoT 認証プラットフォームのサービス開発（UI/UX 含む機能開発・運用準備）
- ③ 千葉市内での収益事業開始とサブスクリプション型モデルでの展開開始
（米生産者・農協・仲卸との連携）

これらの取り組みは、GAP ファンド、大学発スタートアップ支援制度、千葉市の農業振興計画等との連携のもとで進められ、段階的かつ確実な技術の社会実装と事業化を目指します。

最終的には、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を自社主導で生産・加工・販売まで担う主事業化を目指し、千葉市を起点とした持続可能なアグリビジネスの創出につなげていきます。



(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

本ビジネスは、技術的にも事業構想的にも新規性の高いテーマであり、以下のような課題が存在します。ただし、それぞれに対して明確な解決アプローチを講じており、実現に向けた道筋が描かれています。

【課題①】 農業現場で安定して使える後付け装置の開発と最適化

現在の技術は研究室レベルでの生成に留まっており、農家でも再現性をもって利用可能な装置として製品化するには、制御・生成速度、耐久性などの面で装置設計が必要です。

〈解決策〉

- ・2026～2027 年度に処理装置プロトタイプの構築に向けて、農機・装置メーカーとの共同開発体制の構築を目指します。
- ・処理装置プロトタイプの PoC（実証実験）でのユーザーフィードバックを反映し、操作性・省力性・メンテナンス性の確保を目指します。

【課題②】IoTによる認証プラットフォームの設計と標準化

生成された「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」加工米を認証するためには、データ取得・記録・認証を行うIoTシステムの設計が不可欠です。

〈解決策〉

- ・2027年度に農業・流通のトレーサビリティに対応したIoT設計を進め、大学内の情報系研究者・地元IT企業と連携して開発を目指します。
- ・農林水産省のスマート農業基盤や機能性表示制度との親和性を確認し、段階的な制度対応も検討しています。

(3)既に起業している方は、直近3年間の財務状況を記載してください。

法人設立前のため、該当なし。

(単位：千円)

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

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

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

(単位：千円)

	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	0 ()	4,500 (4,500)	33,000 (33,000)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	本ビジネスプランは、事業構想段階であることから、収益事業開始予定となる2028年・2029年の想定売上高のみを算出とする。		
<3>粗利益 [<1>-<2>] (うち、今回応募事業分)			
<4>販売費、一般管理費 (うち、今回応募事業分)			
<5>営業利益 [<3>-<4>] (うち、今回応募事業分)			
<6>営業外利益			
<7>営業外費用			
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]			

＊上記計画の根拠

本ビジネスプランは、事業構想段階であることから、収益事業開始予定となる2028年・2029年の想定売上高のみを記載する。

【2028年3月期（想定）売上高：450万円】

想定顧客：千葉市内の小規模農家・中規模農家

プランA：9万円（3カ月分）×10件＝90万円

プランB：120万円（年間）× 3件＝360万円

【2029年3月期（想定）売上高：3,300万円】

想定顧客：千葉市内の小規模農家・中規模農家、他地域での小規模農家・中規模農家

プランA：9万円（3カ月分）×100件＝900万円

プランB：120万円（年間）× 20件＝2,400万円

プラン	想定顧客層	サービス内容	料金（税込）	備考
A. ライトプラン	小規模農家 直売所等	・処理装置レンタル（小型） ・簡易IoT認証（QR+ロット管理）	9万円／3か月 ※年額換算：最大36万円（四半期ごとに更新）	お試し導入・短期トライアル向け 月額換算：3万円
B. スタンダードプラン	中規模農家 小型加工業者	・処理装置レンタル（標準） ・処理履歴＋可視化IoTダッシュボード ・認証ラベル発行	120万円／年	最も標準的な利用モデル 月額換算：10万円
C. アドバンスプラン	精米業者 販路拡大法人	・処理装置レンタル（大型） ・AI分析＋ブランド認証対応 ・販路拡大支援含む	300万円～／年 ※米従量制	高機能モデル 都市部・B2B連携向け

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

(単位：千円)

	資金内訳	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期
資金需要	運転資金	下記参照		
	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)	15,000 (15,000)	15,000 (15,000)	()
	その他 ()			
	計	15,000	15,000	

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

*上記計画の根拠

本ビジネスプランは現在、事業構想・検証段階にあり、今後の展開として、フェーズ1・2における研究開発費および事業開発費の確保が重要なステップとなります。そのため、本応募においては、以下に示す費用を資金調達対象とし、今後3年間の事業化に向けた基盤構築を図ります。

また、私たちのチームは、起業を目指す学生・社会人・スタートアップに対して支援を行うインキュベーションプログラムに今年度採択されており、ビジネスアイデアの具体化、会社設立、外部資金の確保を見据えて活動を進めています。

(1) 研究開発費用

- ①「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」生成技術の研究開発：1,000万

(2) 事業開発費用

- ①処理装置のプロトタイプ設計・製作：500万
 ②千葉市内の地域農家の協力による実証試験（PoC）：500万
 ③IoTによる認証プラットフォームの基本設計：1,000万

5 社会貢献性について

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

千葉市では、農業経営体の減少および高齢化が深刻化しており、特に 40 代以下の担い手の数は 2020 年時点でわずか 50 人と、統計上著しい減少傾向にあります。その結果として、売上規模 3,000 万円以上の経営体は全体の 10%未滿にとどまり、農業経営の持続可能性や若年層の参入意欲が低下していることが大きな課題です。

さらに、都市化の進行に伴い、市街地内の農地が減少していることから、市民との交流機会や都市農業の多面的機能（防災・環境・教育等）の維持も難しくなっています。

こうした背景を踏まえ、千葉市は「農業の持続性を高め、100 年先の未来に農業と食をつなぐ」ことを基本目標に掲げ、次のような重点施策を推進しています：

- ①担い手の育成と定着支援
- ②農産物の高付加価値化による収益向上
- ③都市農業の保全と市民交流の促進

本ビジネスは、こうした課題へのアプローチとして、誰もが高付加価値な米を生成できる技術・装置の提供と、IoT による品質認証の仕組みを通じ、農業の収益性と魅力向上を支援します。あわせて、都市住民の健康意識とも接点を持つ新しい農業価値を提案することで、千葉市の都市農業と次世代農業担い手の創出に貢献するものです。

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

本ビジネスは、千葉市農業基本計画（令和 5～9 年度）に掲げられた重点目標に沿い、以下の 3 つの観点から千葉市および周辺地域における社会的・経済的な波及効果をもたらします。

① 担い手確保と農業の持続性向上

本ビジネスは、既存の地元農家や卸業者に対して、通常の精米工程に追加可能な「「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を生成する装置」を提供することで、付加価値食品の生産への参入障壁を下げます。この“後付け型”のアプローチにより、若手農業者や法人等の新規参入者でも、初期投資を抑えた高付加価値生産が可能となります。

これにより、千葉市が掲げる「40 代以下の農業経営者数を 100 人に」「売上 3,000 万円超の経営体を 10%以上に拡大」といった政策目標への直接的な貢献が期待されます。また、農業を“健康支援産業”へと進化させることにより、将来にわたる地域農業の持続性確保にも寄与します。

② 生産力と販売力の強化と高付加価値化の実現

本ビジネスは、千葉大学の研究シーズを活用した特許技術およびIoTによる認証システムを活用し、「血糖値が気になる方へお米のおいしさそのままに」を「見える化」することで、地場産米を“新たなブランド”として差別化します。

これにより、地場産米の差別化が進み、流通先や消費者に対する訴求力が向上。販路の拡大やプレミアム価格での販売が可能となり、農業経営体の収益構造を強化します。

このような取り組みは、千葉市の掲げる「スマート農業の導入」「農産物のブランド化・輸出促進」にも合致しており、農業の競争力強化と成長性向上に貢献します。

③ 地域間経済波及と農業経営体の底上げ

本ビジネスは、千葉市内の農業経営体を起点に、クボタ・ヤンマー・イセキといった農業機械メーカーや、JAグループなどの地域連携パートナーとの協業展開を視野に入れています。このスキームにより、装置の製造・保守、IoT認証システムの運用、ブランド管理などを担う関連事業者も巻き込んだ、地域内の新たなバリューチェーンの構築が可能となります。

このような連携は、農業分野における高付加価値産業化を実現するとともに、千葉市内における新たな雇用創出や関連産業の活性化を促進します。加えて、装置やサービスを通じて得られた実績・ノウハウを他地域にも展開可能であり、千葉市を起点とした広域的な産業波及も見込まれます。

将来的には、同様の課題を抱える他自治体への技術展開や、農業DXの事例としてのモデル化を通じて、日本各地において「健康 × 農業 × デジタル」の融合による農業のリブランディング（再定義）が期待されます。これにより、地域農業が“持続可能で魅力ある成長産業”として再評価され、中長期的な産業基盤の底上げにもつながります。

6 その他

(1) 上記の他にビジネスプランの内容で説明しておきたいことがあれば記載してください。
本ビジネスは、千葉大学発の技術により、収穫後の生モミを「血糖値が気になる方へお米の
おいしさそのままに」に後処理する装置とIoTによる認証を提供します。農家の収益向上と
健康課題の解決を両立し、千葉市から全国へ広がる持続可能なモデルを目指します。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

今年になって、異常気象や作況不良の影響等で米の供給不安や価格変動が起こり、「米騒動」として社会的注目を集めました。これは、日本の食料安全保障のぜい弱さや、同時に「コメの価値とは何か」が再考される契機となっています。

私は千葉大学での産学連携や研究支援活動を通じ、地域農業の現場が抱える「安定収益の難しさ」と、社会全体で高まる健康志向のニーズを実感してきました。そうした中で出会ったのが、千葉大学・小川教授による「収穫後の米に後処理を施し、難消化性米に変える技術」です。

この技術は、既存の米に健康価値という新たな付加価値をつける点で、地元農家にとっての新たな収益源となるだけでなく、消費者にとっても健康意識への手軽なアプローチとなります。本技術とIoTによる認証を組み合わせることで、健康価値と産地の信頼を可視化し、持続可能なコメの循環モデルを千葉から実現したいと考え、事業化を目指していきます。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

千葉県は全国有数の農業産出額を誇る都市でありながら、高齢化や担い手不足といった構造的課題を抱えています。また、「千葉県農業基本計画」においては、スマート農業の導入支援や農産物のブランド化、若手農業者の育成などが重点施策として掲げられており、本ビジネスの方向性と極めて高い親和性があります。

また、千葉大学の研究シーズを起点としたこのビジネスは、地元の農家・卸業者・流通関係者との連携により、実証からスケール展開までを一気通貫で行えるポテンシャルを有しており、大学・地域・行政の三位一体による先進モデルの構築が可能です。

将来的には、千葉市を拠点に全国の米産地へと広がるスケラブルなビジネスを目指していますが、その第一歩として、都市型農業と大学の知の融合が可能な千葉市こそ、最適な起点であると考えています。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☐ 当財団ホームページ ☐ 当財団メールマガジン ☐ 当財団 Facebook
- ☐ ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ）
- ☐ 千葉市役所ホームページ ☐ 千葉市経済部メルマガ ☐ 千葉市役所公式 X

【ビジネスプラン部門】

- ☐ 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ）
- ☐ 新聞、インターネット等のメディア（名称： ）
- ☐ 紹介された（紹介者名： ）
- ☒ その他（ 千葉大学 IMO スタートアップ・ラボ ）

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

- ☐ 販路拡大 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☒ 資金調達
- ☒ その他（ビジネスプラン（事業構想）に関心をもってもらい、事業化に向けて一緒に進めてくれる仲間探し）

(6) 本ビジネスプランの事業化に向けて必要な支援はありますか。

本ビジネスは、大学発の研究シーズを核とした処理装置＋IoT 認証を一体化した農業支援プラットフォームであり、その社会実装に向けては、事業構想・技術検証（PoC）・市場展開の各フェーズにおいて多様な支援が必要です。特に以下の３点について、皆様のご協力・ご支援をお願い申し上げます。

●事業構想・市場展開に向けた伴走支援

初期事業化計画のブラッシュアップ、販売チャネル構築、サブスク収益モデルの精緻化などへの助言・連携

●研究開発費・PoC 支援

処理装置やIoT による認証基盤のプロトタイプ開発・実証試験に必要な費用支援

●ネットワーク構築・共同実装支援

実証から事業化までを支えるパートナーとの橋渡し・共創体制の構築

(7) 本ビジネスプランを誰に見てほしいですか。（誰にPR したいですか）

ブランド米の差別化や高付加価値化を目指している地元の農家・卸業者、また農業参入を目指す若手や法人の方々にぜひ見ていただきたいです。

本プランは、健康志向市場と農業をつなぐ新たなビジネスモデルであり、技術やアイデアだけでなく、地域の実践者と共に創ることが不可欠です。

事業化に向け、共感・共創してくださる仲間とともに、千葉から農業の未来を切り拓きたいと考えています。

ビジネスアイデア部門

応募資格

千葉市が抱える社会課題を解決するビジネスアイデアを考えている方で、以下の1～2の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～イのいずれかに該当する方

ア 近い将来に創業することを検討している方

イ 創業後2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、又は、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）である方で、以下のア～イのいずれかに該当する方

ア 千葉市内に在住している方

イ 千葉県内に所在している学校へ通学されている方

* 過去に本事業（部門問わず）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等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。

* 応募は部門問わず1者1件とする。

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BLMビジネスラボ 代表社員 中小企業診断士
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PLUS-Y 代表取締役
福 田 紘 也	株式会社mirai 代表取締役

表彰

グランプリ	副賞（賞金 20 万円）
優秀賞	副賞（賞金 10 万円）
奨励賞	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	PsyN	小林 海	こころの PsyN 精神・発達特性を当事者・専門家視点で理解を深める研修プログラム
	<p>PsyN（サイン）は、「こころ」を意味するギリシャ語 psyche と「兆し・合図」を意味する sign に由来する“こころの共通言語”が満ちた社会を目指すプロジェクトです。代表の小林は千葉大学大学院 医学薬学府 博士課程に在籍し、ネット依存と認知行動療法の社会実装の研究に取り組んでいます。また、双極症および指定難病の無汗症を抱えている経験から、「病気があっても誰もが生きがいに満ちた社会」を実現すべく、「PsyN」の立ち上げを決意しました。</p> <p>障害者基本法における、2024 年の合理的配慮の義務化や 2026 年の法定雇用率 2.7%への上昇といった法的な要請、さらに身体障害者売り手市場であることにより、精神障害者の雇用は企業の喫緊の経営課題となっています。また、メンタル不調による経済損失（年間 7.6 兆円）も深刻な課題でもあります。本研修は、こうした課題に直面する企業の人事・管理職・経営者を対象として、「精神疾患は分かりにくく、既存の研修では現場の対応に限界がある」という不安と対応のしにくさを解決します。</p> <p>PsyN の研修は当事者の経験と心理学の研究成果を融合したことで、短時間で効率的な学習を実現する研修です。講義・ディスカッション・ロールプレイを通じて、精神疾患に関する困りごとを「イラストで視覚的に」理解し、対応力を高めます。既存の研修では、精神疾患への共感と実践知につながりにくいという課題がありますが、PsyN は経験知を代替する共感型学習で、共感からはじまるダイバーシティ経営へとつなげます。</p> <p>現在は、主に企業研修プログラムの開発・検証を進めています。また、当事者×専門家×AI イラストを生成 AI との対話から作成するアプリケーションの開発にも着手しています。私たちは、「精神疾患のわからない」を「わかった！」に変えるソリューションで、企業・教育・福祉・医療の課題を解消し、「病気や特性を超えて、誰もが自分らしく生きる共生社会の実現」を作り出します。</p>		
2	ドウセン (2025 年 8 月に株式会社ドウセンとして法人化)	川島 愛香	「動画編集を格安で学び手に職をつけたい主婦」と、「発信できる人材が欲しい企業」をつなぐ【在宅ワークの育成】のマッチングサービス
	<p>ドウセン（株式会社ドウセン）は、千葉市を拠点に SNS マーケティング・動画制作・SEO 支援・インフルエンサーキャスティングを行う地域密着型のデジタルマーケティング企業です。</p> <p>代表の川島は、障害のある子を育てながら「家庭と両立できる働き方」を模索し、自身の Instagram で千葉発信アカウントとして最速の 1 か月 1 万人フォロワーを達成しました。その経験をきっかけに、SNS を活用した企業支援を始め、現在は在宅ワークを希望する主婦や発信者とチームを組み、地域企業の発信や採用支援を行っています。これまでに SNS 発信を通じて来客数の増加や月数十件の求人問い合わせ増加など、具体的な成果も生まれています。</p> <p>今回のビジネスアイデアは、そうした実務経験をもとに構想しました。「学びと働きを循環させる在宅ワークモデル」です。育児や介護などで外に出られない方が、月額 980 円で動画編集を学び、習得したスキルを企業の SNS 発信や動画制作に活かせる仕組みを目指します。企業側には教育済みの在宅ワーカーをリモートチームとして紹介し、SNS 発信・採用ブランディング・集客支援を一体的に行うことで、地域企業の人材不足と発信力強化を同時に解決します。千葉発の「学び×仕事×地域」をつなぐ新しい在宅ワークモデルとして、誰もが自分のペースで働き地域と企業が共に成長できる循環型の未来を目指します。</p>		

3	千葉大学 学術研究・イノベーション推進機構 スタートアップ・ラボ	矢澤 智弘	アグリテイメント(感性共創型ぶどう体験の社会実装)
	<p>本ビジネスは、千葉大学園芸学研究院・齋藤先生のコンパクト栽培技術を基盤に、鉢植えのまま成熟したぶどうを施設内へ搬入し、屋内で「ぶどう狩り」を提供する出張型サービスである。</p> <p>対象は長期入院の小児や施設入居の高齢者など外出が難しい人々で、季節感・自己選択・達成感を五感で体験できる「感性価値提供型サービス」として体験格差の是正と QOL（生活の質）向上に資する。提供内容は栽培・搬入・設営・演出・ガイド・試食・持ち帰り包装までを一体化したパッケージで、個室や廊下など限られた空間でも運用できる可搬性・再現性を備える。競合する移動果樹園と比較し、鉢植え型に起因して設置自由度が高く、皮ごと食べられる種なし品種（例：シャインマスカット）を採用することで、摘み取り直後に安全かつ直感的に味わえる点が強みである。さらに、医療・福祉の現場で期待される社会的処方（処方箋）の文脈に適合し、家族・地域との交流促進にも寄与する。本ビジネスは千葉大学発の学術成果を地域の社会課題に接続するモデルとして、教育・観光・家庭領域へ自然に拡張し得る。</p>		
4	千葉経済大学 Re:Read House	飯森 勇斗	空き家を活用したシェア型の読書倉庫
	<p>現在、電子媒体で本を読む人の割合が増えている中で、紙媒体で本を読む人はこういった悩みを抱えていないだろうか？「家の本棚がぎっしり詰まっている」「本を読まないと思って本を売却し、再度、同じ本を購入した」「家で読まない本をこのままにするのはもったいない」等のこれらの悩みがあるのではないだろうか。</p> <p>私たちのアイデアは上記の悩みを抱えている人から本を預かり、その預かった本を他の読みたい人が「借りる・読む・購入」することで、本を預ける人と本を読みたい人を繋げるサービスである。</p> <p>また、千葉市に関わらず、日本全体で人口減少や高齢化社会に伴い、空き家問題は深刻な状況になっている。千葉市は平成 30 年度時点で空き家数は千葉市の住宅総数の約 1 割である。これを少ないと感じる人もいれば多いと感じる人もいるだろう。私たちはその約 1 割の空き家を少しでも減らせるように努めようと考えた。</p>		

1 PsyN

■ビジネスアイデア■

こころのPsyN

精神・発達特性を当事者・専門家視点で
理解を深める研修プログラム

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスアイデア部門】 応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 31 日

(フリガナ)	サイン	(フリガナ)	コバヤシ カイ
会社名・ 学校名等※	PsyN	応募者氏名 ※法人（グループ）の場 合は代表者役職・氏名	小林 海 ⑩
応募者区分：（いずれかに○） 個人 ・ 法人 ・ <u>グループ</u>			応募者年齢： 26 歳
法人所在地※： 〒			
電話番号：070-2188-1999		FAX：	
E-mail：k4i.psychology@gmail.com		URL：	
資本金※： 千円		従業員数※： 人 （うちパート・アルバイト： 人）	
創業（予定）※： 2025 年 12 月		法人設立（予定）※： 年 月	
応募者プロフィール 代表の小林は千葉大学大学院 医学薬学府 博士課程に在籍し、ネット依存と認知行動療法の社会実装に関する研究を行っています。また、双極症および指定難病の無汗症を抱えている当事者でもあることから、「精神疾患を超えて、誰もが自分らしく生きる共生社会を実現する。」を実現すべく、「PsyN」の立ち上げを決意しました。 メンバー：村松麗斗、早川洸海			
現在の事業内容※（簡潔にご記載ください） PsyN（サイン）は、「こころ」を意味するギリシャ語 psyche と「合図・兆候」を意味する sign に由来する“こころの共通言語”が満ちた社会を目指すプロジェクトです。現在は、精神疾患に関する理解不足による職場のコミュニケーション課題を解決するため、当事者・心理学の研究成果をもとに、AI 生成イラストを活用した企業研修の開発・検証を進めています。さらに今後は、こころの状態を言語化・可視化できるアプリケーションの開発を通じて、メンタルヘルス支援のインフラ構築を目指しています。			
応募担当者（上記と異なる場合は記載してください） 役職： 氏名： 電話番号： E-mail：			

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

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

2 ビジネスアイデアの概要

(1) ビジネスアイデア名

こころのPsyN 精神・発達特性を当事者・専門家視点で理解を深める研修プログラム

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

本サービスは、企業の人事・管理職そして経営者といった従業員をマネジメントする立場の方を対象としています。そのような立場の方の、社内におけるメンタル不調による損失の減少や障害者雇用を促進する「精神疾患について当事者×専門家視点を AI イラストで学ぶ研修」です。

背景として、障害者基本法、特に合理的配慮の義務化や法定雇用率の上昇（2024 年：2.5%→2026 年：2.7%）により、企業は日に日に精神疾患に関する知識を理解し、活用する場面が急増しています。「専門知識の必要性は感じるが、心理学や医学を学ぶ余裕はなく、現場での対応に自信がない」という人事担当者の不安や葛藤を解決します。

例えば、人事部に異動して間もない 31 歳女性は、双極症のある社員からの相談時に対応に困り、「何の病気で、どのように関わればよいのか分からないまま時間だけが過ぎた」と後悔を抱えていました。本サービスでは、当事者・専門家の視点をもとにしたイラストを用いた研修を通じ、こうした“わからなさ”を解消し、長年の経験がなくても、現場に活用可能な知見を提供します。研修では、当事者の苦悩を疑似体験し、直感的な理解と共感を得ることで、自信をもって現場での迅速で最適な対応が可能となります。最終的には、誰もが“専門家でなくても適切に対応できる職場”を実現することを目指します。

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

本サービスは、当事者の視点と心理学の視点を融合した人事・管理職・経営者を対象とした短時間で効率的な学習を実現する研修です。講義・ロールプレイ・ディスカッションを通じて、実際の困りごとを「イラストで視覚的に」理解し、対応力を高めます。

Before：

- ・本や診断書を見ても現場でどう関わるべきかわからない
- ・対応に自信がなく、会話がぎこちない
- ・「関わるのが怖い」という心理的ハードル

After：

- ・事例×イラストにより、言葉だけでは伝わりにくい当事者の感情や状況を「自分ごと」として直感的に理解
- ・自分ならどう関わるかをロールプレイで体験
- ・不安が解消され、当事者の苦悩に寄り添い、適切な対応をしようとする想いとそれに基づいた自信と共感をもって自然な対応ができるように！
- ・精神疾患に関する配慮を記載した資料だけでは、わかりにくかったが、トリセツを用いることでこの疾患はこういう症状が多く、どういうサポートをすればよいかわかる。

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

企業の経営者や D&I 推進部門、人事・健康経営部門などを対象に営業活動を行い、対面研修形式で PoC を実施します。契約後、個社ごとの課題をヒアリングし、オーダーメイドで内容を調整。1 回 1 時間程度の検証用プログラムを行い、フィードバックを踏まえアップデートを図ります。PoC で得られた成功事例やコネクションを活かし、有料契約につなげます。

今後は、オンラインセミナー・動画教材・書籍化・専門誌掲載・学会発表などを通じて、法人顧客への認知拡大を図ります。将来的には、これらのデータや知見を活用した、AI アプリを開発し、さらなる事業拡大を狙います。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

現在、我々は以下の2段階での収益化を想定しています。

Step 1：PoC（概念実証）の無償提供

まず、プログラムの有効性を企業に体験していただくため、「1 症例（例：適応障害）に関する1時間の研修+1回のフォローアップ」を無償で提供します。フォローアップでは、これまで、または現在感じている社内での課題をトリセツ化します。ここで研修効果を明確に実感していただき、他の症例を扱う有料プランへの移行を目指します。

Step 2：有料プランの提供

PoCを終えた企業に対し、他の症例（例：発達障害など）を扱う、「研修（1回）+フォローアップ（5回〜）」のパッケージを有料で提供します。

価格（15名規模まで）：1人1万円×15名＝15万円（税別）

初年度売上目標：

PoCからの転換企業として、月4社の契約獲得を目標とします。

初年度売上見込み：

15万円/回×4社/月×12ヶ月＝年間720万円

主なコストとして、講師人件費（小林と公認心理師などを想定）、研修資料の専門家監修費（精神科医など）、AIを用いた開発のためのサブスクリプション費、およびセミナー開催等の広告宣伝費を想定しています。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

本事業の核となる強みは、代表小林の原体験と当事者としての使命感です。小林は双極症および指定難病の当事者であると同時に、千葉大学大学院にて認知行動療法の実装を研究する博士学生でもあります。この「当事者としての深いインサイト」と「研究者としての科学的知見」の融合が本サービスの基盤です。

これにより、現場の「知りたいが難しい」というニーズに対し、従来の研修では困難であった「こころの可視化」をAIイラストで実現し、受講者の直感的な理解と行動変容を促す、高密度なプログラム提供を可能にします。

さらに、本ビジョンの実現性を担保するチーム体制が、第二の強みです。

CTO 村松： 社交不安の当事者経験を有し、同時に障害福祉系企業にてプロダクトマネージャーとしてサービス開発を行っています。

CMO 早川： ITコンサルティング企業にて在籍しながら、ヘルスケア領域における豊富な知見で本プロジェクトを後押ししています。

代表小林の「ビジョンと専門性」、CTO 村松の「当事者視点に立ったプロダクト開発力」、CMO 早川の「ビジネス推進力」。この三位一体の体制こそが、本事業の最大の模倣困難性です。すなわち、創業メンバーの深い当事者インサイトと、それを事業化する高度な専門性の両立が、持続的な競争優位の源泉となります。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

従来、精神疾患を理解する際は診断書やテキストに依存し、現場での実践に結びつきにくいものでした。本サービスは当事者視点と専門家視点を融合し、生成AIによるイラストで「こころの現象」を直感的に理解できる革新的アプローチを実現しています。生成AIによるイラストは漫画やアニメのように没入感が高く、複雑なこころの現象を直感的にわかりやすく理解できます。そして、企業研修のデータをAIに学習させることで、一般ユーザーにも展開可能となります。企業研修で蓄積したデータを元に、まず就労支援領域、そして福祉・教育領域へと展開するAIアプリへの応用を検討しており、将来的にはtoC向け症状記録&理解支援アプリへの応用を視野に入れています。

3 市場性について

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

ここ 20 年で、精神疾患のある方を支える政策が変化しています。2006 年には、精神障害が障害者雇用としてカウントされ、2024 年 4 月からは合理的配慮の施行が行われ、2025 年 10 月からは「就労選択支援」が始まるなど、日に日に企業における責任は増加し、その対応に追われています。2025 年現在の法定雇用率は、従業員数の 2.5% になっています。雇用する際は、配慮がわかりやすい身体障害者は売り手市場であること、法定雇用率の上昇により、近年は精神疾患のある人の雇用がこれまで以上に求められています。そして、未達成の場合はハローワークによる行政指導や納付金、それでも改善しない場合は、厚生労働省により企業名が公表されます。さらに、障害のある方にとって、周囲の理解不足や配慮を受けにくい環境であることで、会社にとってのプレゼンティーズムや離職率の増加や教育コストの増大につながります。

障害者雇用だけでなく、精神疾患が企業へ及ぼす問題も課題となっています。ストレスや不安によって日常生活に影響を及ぼすメンタルヘルスの不調（以下、メンタル不調）によって、個人だけでなく周囲といった、心理社会的な影響を及ぼします。特に、日本における深刻な経済的損失について、原ら（2025）によると、メンタル不調による国内の経済的損失は年間約 7.6 兆円（名目 GDP の 1.1%）に上ると推計されています。これは休職による損失だけでなく、出勤しても生産性が低下する「プレゼンティーズム」が大きな割合を占めていることが報告されています。

そのため、企業にはこれまで以上に精神疾患のある人の理解と配慮が急務となっています。しかし、精神疾患はどのような症状や課題があるか分かりにくく、一人ひとり症状や特性も異なるため、長年の経験や専門知見がない大半の管理職や人事担当者にとって、教科書や既存研修だけでは対応には限界があります。

このような障害者雇用やメンタル不調による経済損失という課題に対して、当事者×専門家×AI イラストを用いる PsyN のトリセツ研修で解消します。当サービスは、「経験知」を当事者視点と専門家視点を生成 AI でイラスト化することで擬似的に提供し、当事者視点と専門家視点を生成 AI でイラスト化し、短時間で直感的理解を促し、現場の即応力を高める独自ソリューションとなっています。漫画やアニメを見るように情景を想像し、心理学に基づいた説明を読むことで、現場で応用できる長年の経験のあるような対応が可能となります。

また、現在の生成 AI では悩みやつらさを言語化するだけでは、イラストには反映されません。そのため、顔の表情や雰囲気、周囲の情景などを詳細に表現する必要があります。我々は悩みやつらさを文章のみでイラストを生成できる AI の開発も行っており、表現することの難しいとされる人の感情や心情を表出できる AI の開発も進めています。

参考文献

Hara, K., Nagata, T., Matoba, M., & Miyazaki, T. (2025). The impact of productivity loss from presenteeism and absenteeism on mental health in Japan. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 67(9), 699-704.

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

はじめに、障害者雇用の負担が多いとされる、200 人から 500 人規模の法人を対象に、1 時間程度の研修の検証（PoC）およびアンケート、ヒアリングを行います。ここで明らかにしたいのは、研修前後での「理解度」の変化だけでなく、管理職の「どう対応すべきか分からないという不安が減り、対応への自信が持てるようになったか」という点です。さらに、研修後のヒアリングを通じて、「実際に部下への声かけを変えた」といった具体的な行動変容の事例を明らかにします。

次に、PoC で得られた「具体的な行動変化の実績」を蓄積し、プレスリリースや口コミ、メディア、オンラインセミナー等を通じて法人への認知を高めます。その際、「精神疾患を理解する」というメッセージに加え、「わからない不安を、具体的な行動に変える」という現場の課題解決に役立つ点も分かりやすく発信します。

将来的には、就労移行支援事業所やリワーク施設、大学などの教育機関とも連携し、支援現場での AI アプリの活用も進めます。最終的には、研修で培ったノウハウを AI アプリ（サブスクリプションサービス）にも搭載し、より多くの人に届けることで、精神疾患を超えた共生社会の実現を加速します。

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

我々の競合はメンタルヘルスに関する企業研修やセルフケアアプリになります。それぞれのサービスを 1 つずつ例示しました。

- ・特例子会社による研修: 特例子会社による企業研修は、医師やカウンセラーによる研修に加え、当事者講師が登壇するケースもありますが、その内容は「メソッド化された汎用的な知識提供」や「個人的な経験談」に留まる傾向があります。これにより、受講者が個々の精神疾患を持つ社員の「声にならない苦悩」を深く共感的に理解し、現場で即座に活かせる実践知を得るには限界があります。

- ・セルフケアアプリ: 認知行動療法（CBT）に基づいたセルフケアアプリは、個人のこころの健康を扱うもので、精神疾患に対する理解を向上させるには本や WEB を用いた学習が求められます。特に、企業の人事・管理職が求める「職場における多様な精神疾患への実践的対応」や「組織全体の理解醸成」という視点には精神疾患にまつわる経験を代替的に学習できることが求められます。

「こころの PsyN」の独自優位性：経験知を代替する共感型学習

- ・AI イラストによる「経験知」の提供: 長年の経験がなければ得られないような「当事者の深い苦悩や心情」を、生成 AI イラストで「漫画やアニメのように没入感のある疑似体験」として可視化します。これにより、受講者は知識だけでなく「直感的な共感」を得て、「トリセツにあった！」とストレス少なく、実践的な対応へと繋げられます。

- ・当事者×専門性の融合: 代表の当事者としての深い洞察に加え、心理学（CBT・実存主義）や精神医学（精神病理学、病蹟学）の多角的・専門的知見を融合したコンテンツは、単なる知識伝達ではなく、現場で対応できる「生きた理解」を育みます。

市場へのインパクト：共感からイノベーションへ

我々PsyNは、「AI イラストによる苦悩の可視化と深い共感の創出」、そして「経験知を代替する実践的理解の提供」という独自の価値で、企業の D&I 推進を加速します。個々人の「自分ごと」としての理解が職場全体に広がることで、精神疾患を持つ社員が能力を発揮し、ひいては組織全体の生産性向上とイノベーション創出に貢献します。

4 実現可能性について

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

現在、障害者雇用やダイバーシティの視点に立ち、精神疾患の現場課題のヒアリングやサービス開発と検証準備を行っている。サービスの開発については、精神疾患の事例のイラスト資料を10個ほど作成しており、PoCの実施準備を行っています。

2025年内にPoCを開始し、研修前後での理解度・共感度の変化や具体的な行動変容を効果検証・フィードバックを経てサービスの改善を図ります。作成したトリセツ資料をまとめ、複数の精神科医および公認心理師の監修を行い、内容の精度のブラッシュアップも行います。

そして、2026年度から法人向け研修およびAIアプリ開発を本格展開に向けて2025年度内にシードラウンドの資金調達を計画しています。

PoCで得られたデータを活用したAIアプリのMVP開発(例：症状記録・理解支援の簡易版アプリ)に着手し、まず就労移行支援事業所やリワーク施設、就労選択支援機関と連携し、ユーザー検証と機能拡張を進める計画です。将来的に、精神科医療やカウンセリングにおける診察時間の短縮や患者の語りの最適化のためのユーザー検証と機能拡張を進める計画である。

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

PsyNの課題は主に3つです。

1. トリセツの構成やデザインにおいて、現状ではイラストだよりになっており、研修を受ける人がさらに理解し、共感しやすい状態にするためにデザインの視点が必要となります。そのために、UI・UXを得意とするデザイナーを探す必要があり、具体的にはフリーランス向けプラットフォームやデザインコミュニティを通じて、本事業のビジョンに共感し、ジョインする人材を積極的に探索していきます。
2. 我々のサービスの対象は、経営者や管理職となっており、現状のコネクションだけでは、十分にリーチすることが難しくなっています。そこで、ベンチャー・カップ CHIBAのようなビジネスコンペへの登壇や、イベントに積極的に参加することに加え、提携を視野に入れたD&Iコンサルティング会社や企業向け研修プロバイダーへのアプローチや業界団体との連携を通じて、顧客へのアクセスを拡大していきます。
3. 初期段階の事業推進とAIアプリ開発には、資金調達が必要となります。この解決に向けて、投資家向けの事業計画の具体化と、ビジネスコンペでの受賞による認知度向上、VCによる資金調達を目指します。

(3) 既に起業している方は、直近3年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

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

財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

5 社会貢献性について

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

- ・ 精神障害のある人の急増と就労ニーズの高まり

千葉県（2024）によると、県内の精神障害者保健福祉手帳所持者は過去5年で46.4%増加。特に就労可能性の高い2級保有者が全体の58%占めていることが報告されています。そのため、精神疾患を持ちながらも、働く意欲と支援ニーズが急速に拡大していることが考えられます。また、精神疾患の理解不足は、二次的なメンタルヘルス問題や就労困難に繋がり、専門機関への相談集中による待ち期間の長期化といった課題も生じている。

- ・ 企業における理解不足と法定雇用率の未達成

法定雇用率を達成していない企業は多数存在し、特に達成企業の割合が前年より低下しており、中には障害者が一人も雇用されていない「雇用ゼロ企業」も多数存在している。特に精神疾患に対する知識や経験が不足しており、採用・定着に不安やアレルギーがある。

- ・ 支援体制の分断と実践的教育機会の欠如

就労移行支援、職業訓練、ジョブコーチなどの制度はあるが、実際の職場における疑似体験や“実践的な理解”を得る機会が乏しい。

- ・ メンタル不調による深刻な経済的損失

原ら（2025）によるメンタル不調による推定年間約7.6兆円の経済的損失は、休職による損失だけでなく、出勤しても生産性が低下する「プレゼンティーズム」が大きな割合を占めていることが報告されています。これは千葉だけでなく、日本における経営課題の一つでもあります。

参考文献：

千葉県. (2024). 第8期千葉県障害福祉計画・第6期千葉県障害児福祉計画 第3章 障害福祉サービス等の見込み量に関する事項. 千葉県.

<https://www.pref.chiba.lg.jp/shoufuku/8-keikaku/kouhyou/3joukyou.html>（閲覧：2025/7/20）

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域にどのような社会的・経済的效果をもたらすかを説明してください。

PsyN トリセツ研修は、(1)で挙げた課題に対し、企業の人事・管理職といったマネジメントを行う方の理解と行動を変えることで、以下の社会的・経済的效果を生み出します。

社会的効果

- ・ 障害者雇用アレルギーの解消：「知識や経験不足による採用や定着への不安」に対し、PsyNのAIイラストを用いた疑似体験型研修を提供します。これにより、専門知識をわかりやすく提供することで、当事者の困難を「自分ごと」として理解でき、「実践的な理解」の機会を創出します。結果として、人事・管理職の心理的ハードルが下がり、採用と定着が進みます。

- ・ 社員のメンタル不調予防：「プレゼンティーズム（生産性の低下）」の背景には、「メンタル不調者に対して、どう対応すべきか分からず、対応が遅れるまたは困る」という問題があります。本研修は、社員に対する「不安の軽減」と「具体的な行動（声かけ・連携）への自信」をもたらします。これにより、メンタル不調の社員のサインに早期対応が可能となり、休職や離職への悪化を未然に防ぎます。

- ・ 企業の「実践知」を補完：(1)の課題である「支援ニーズの拡大」や「支援の分断」に対し、本研修は企業側（受け入れ側）の実践的な対応力を底上げします。これにより、就労移行支援など地域の支援機関との連携がスムーズになり、当事者の職場定着率の向上に貢献します。

経済的效果

- ・ 法定雇用率の達成支援と採用・定着：コストの削減といった企業の精神疾患課題を解消することで、「法定雇用率の未達成」の改善に貢献します。これにより、納付金（罰則）の発生を回避するとともに、誤解に基づく採用ミスマッチや早期離職による損失コストを削減します。

- ・ 「プレゼンティーズム」改善による生産性の向上：メンタル不調による損失（年間7.6兆

円)」に対し、本研修は人事や管理職の理解を向上させ、適切な初期対応を促します。これにより、社員のメンタル不調を予防し、チーム全体の生産性低下リスクを最小限に抑え、千葉市の経営課題解決に貢献します。

6 その他

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

当事者と専門家の視点をともに持つチームである PsyN の以下の Mission と Vision を掲げています。

Mission

「病気や特性を超えて、誰もが自分らしく生きる共生社会の実現」

Vision

「当事者×専門家×AI イラストで、精神疾患を可視化し、「わかった！」を創出します。」

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

自分自身の心理学を学んできた経験と、双極症・指定難病 特発性後天性全身性無汗症の当事者としての経験を、最大限社会に還元するために、この事業を共感してくれたメンバーとともに行い、「病気を越えた共生社会」を創出したいと考えたため。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

千葉県で育ち、千葉大学大学院に入学し、千葉県との子どものストレスについて共同研究をしていることから、自分のリソースを最大限に生かすには千葉市が最適であると考えている。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

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

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

- ☒ 販路拡大 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☒ 資金調達
☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスアイデアの事業化に向けて必要な支援はありますか。

- ・企業の経営者や人事の方とのコネクション
- ・PsyN のソリューションやサービスを洗練するためにデザインをサポートしてくださる方

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

- ・このテーマに関心をもってくださった方
- ・国・地方自治体などの行政関係者の方
- ・精神疾患をはじめとした障害のある方
- ・経営者・管理職・人事の方

2 株式会社ドウセン

■ビジネスアイデア■

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

**第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスアイデア部門】
応募申込書**

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 15 日

(フリガナ)	ドウセン	(フリガナ)	カワシマ アイカ
会社名・ 学校名等※	ドウセン	応募者氏名 ※法人（グループ）の場 合は代表者役職・氏名	川島 愛香 ⑩
応募者区分：（いずれかに○） <input checked="" type="radio"/> 個人 ・ <input type="radio"/> 法人 ・ <input type="radio"/> グループ			応募者年齢： 31 歳
法人所在地※： 〒 260-0007 千葉市中央区祐光 4（2025 年 8 月に株式会社ドウセンとして法人化）			
電話番号：070-8367-0323		FAX：	
E-mail：aika_kawashima@dousen.info		URL：https://dousen.info	
資本金※： 千円		従業員数※： 人 （うちパート・アルバイト： 人）	
創業（予定）※： 年 月		法人設立（予定）※： 2025 年 8 月	

応募者プロフィール

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

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

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

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

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



現在の事業内容※（簡潔にご記載ください）

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



応募担当者（上記と異なる場合は記載してください）

役職：

氏名：

電話番号：

E-mail：

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

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

2 ビジネスアイデアの概要

(1) ビジネスアイデア名

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

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

■ ママたち向け（在宅ワーカー）

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

■ 企業向け（発注者）

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

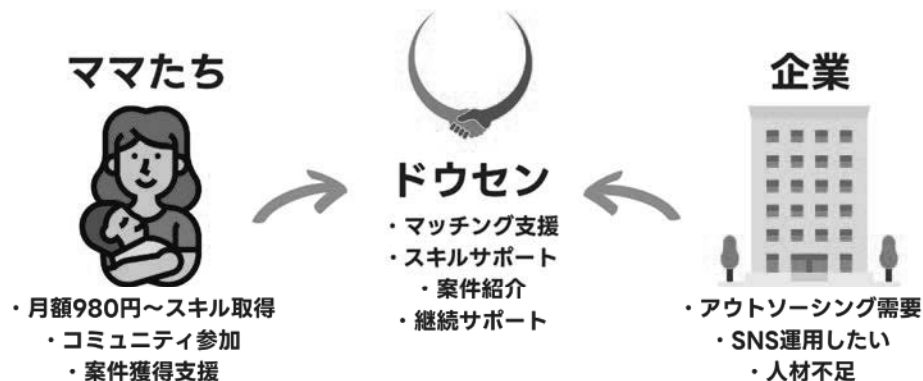
(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

■ ママたち向け：

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

■ 企業向け：

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



(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供” しますか。

■ ママたち向け：

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

■ 企業向け：

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

(5) このビジネスを“どのように収益化” しますか。

月額受講料（980 円～）

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

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

1～3 ヶ月目 3 万円支給（2 万円×3=6 万円）

4～6 か月目 4 万円支給（1 万円×3=3 万円）

合計 9 万円成約後にスクール代を回収させていただく

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント” を教えてください。

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

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

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

3 市場性について

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

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

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

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

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

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

【参考資料】

在宅ワーク未経験者6割が興味あり、コロナで変わる主婦の働き方

「非正規で働く女性、在宅ワークの経験に関する意識調査」

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

女性800名に聞いた「テレワーク」実態調査

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

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

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

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

高額スクール（数十万円）と異なり、経済的リスクが少ない

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

案件紹介までセットでサポートする点が強み。

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

卒業生コミュニティ内で仕事を回せるエコシステムがある

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

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

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

4 実現可能性について

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

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

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

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

安定した企業案件の確保

→今のビジネスを私以外で回る仕組みづくり、地域企業の開拓

教材作成・講師確保

→外注講師との連携で解決予定、今の動画編集チームの力を借り作成

(3) 既に起業している方は、直近3年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

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

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

5 社会貢献性について

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6 その他

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

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

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

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

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

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

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

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

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

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

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 当財団ホームページ | <input type="checkbox"/> 当財団メールマガジン | <input type="checkbox"/> 当財団 Facebook |
| <input type="checkbox"/> ポスター、チラシ（掲示・配架場所： ） | | |
| <input type="checkbox"/> 千葉市役所ホームページ | <input type="checkbox"/> 千葉市経済部メルマガ | <input type="checkbox"/> 千葉市役所公式 X |
| <input type="checkbox"/> 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ） | | |
| <input type="checkbox"/> 新聞、インターネット等のメディア（名称： ） | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> 紹介された（紹介者名：宇野義隆様 ） | | |
| <input type="checkbox"/> その他（ ） | | |

【ビジネスアイデア部門】

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

- ☐ 販路拡大 ☐ 事業提携先・経営パートナーの獲得 ☐ 資金調達
☒ その他（私の構想に需要があるのか気になったから）

(6) 本ビジネスアイデアの事業化に向けて必要な支援はありますか。

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

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

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

3 矢澤 智弘

■ビジネスアイデア■

アグリテイメント
(感性共創型ぶどう体験の社会実装)

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスアイデア部門】 応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025年7月31日

(フリガナ)	チバダイガク	(フリガナ)	ヤザワ トモヒロ
会社名・ 学校名等※	千葉大学 学術研究・イノベーション 推進機構 スタートアップ・ラボ	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	矢澤 智弘 <div style="text-align: right;">⑩</div>
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ <u>グループ</u>			応募者年齢： 26 歳
法人所在地※：			
電話番号：070-3615-5382		FAX：	
E-mail：tyazawa@chiba-u.jp		URL：	
資本金※： 千円		従業員数※： 人 (うちパート・アルバイト： 人)	
創業(予定)※： 年 月		法人設立(予定)※： 年 月	
応募者プロフィール 千葉大学大学院医学薬学府先端創薬科学専攻 博士課程 3 年 IMO スタートアップラボ EIR (グループでの応募の場合は構成員を記載してください) 千葉大学園芸学研究院 准教授 齋藤隆徳			
現在の事業内容※ (簡潔にご記載ください)			
応募担当者 (上記と異なる場合は記載してください) 役職： 氏名： 電話番号： E-mail：			

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

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

2 ビジネスアイデアの概要

(1) ビジネスアイデア

アグリテイメント（感性共創型ぶどう体験の社会実装）

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

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

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

(3) 販売する製品・サービスは“何”ですか。

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

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

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

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

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供”しますか。

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

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

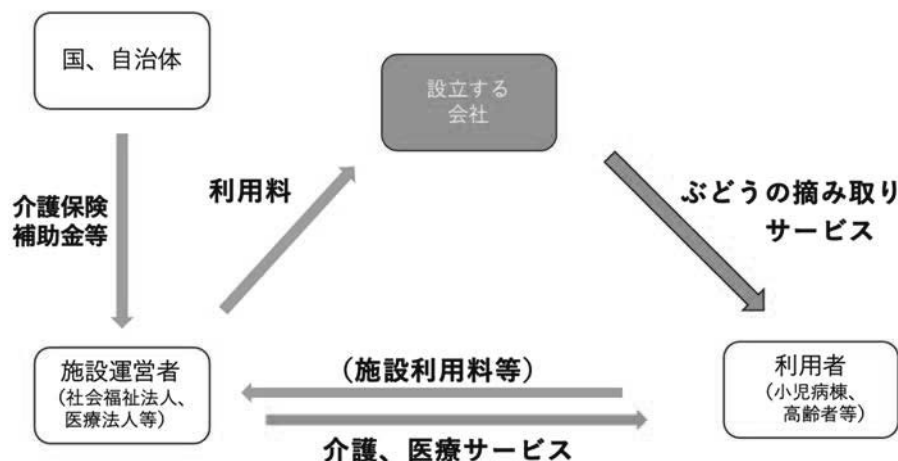
さらに、対象者の年齢層や特性（例：小児・高齢者）に応じ、ぶどうの生育過程や品種の解説、食育要素を含むインタラクティブなガイドの提供も計画しており、単なる収穫体験にとどまらず、学びや感性への刺激を伴う総合的なプログラムとして設計している。

(5) このビジネスを“どのように収益化”しますか。

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

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

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



(6) このビジネスの“強み・アピールポイント”を教えてください。

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

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

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

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

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

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

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

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

3 市場性について

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

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

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

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

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

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

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

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

【第 1 段階：初期展開（導入実績の構築）】

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

【第 2 段階：実績を活かした周知・拡販】

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

【第 3 段階：異分野・一般市場への展開】

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

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

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

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

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

1. 運搬方式の課題

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

2. 体験の難易度

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

これに対して、本サービスには以下のような明確な優位性がある：

1. 空間制約を排した高い設置性

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

2. 体験のしやすさと五感への訴求力

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

3. 未開拓市場への高い展開可能性

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

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

4 実現可能性について

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

現在の進捗状況（2025年7月時点）】

本ビジネスの実現に向け、以下の2軸を中心に具体的な準備を進めている。

① 安定供給体制の構築

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

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

② 市場ニーズの検証とプロトタイピング

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



【今後の事業スケジュール】

2026年4月

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

2027年8月

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

2028年8月

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

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

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

① 栽培可能な品種のバリエーションが限定的である点

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

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

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

② 商用レベルでの安定した生産体制が未整備である点

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

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

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

(3) 既に起業している方は、直近3年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

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

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

5 社会貢献性について

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

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

① 高齢化・少子化が進行する中での地域ウェルビーイングの向上

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

② 断片化された農地の有効活用

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

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域にどのような社会的・経済的效果をもたらすかを説明してください。

① 高齢化・少子化に伴う地域のウェルビーイング向上への貢献

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

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

② 断片化された農地の有効活用

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

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

6 その他

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

① 千葉大学発技術に基づく事業化への挑戦

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

② 「体験×食材」の複合価値による継続性

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

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

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

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

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

特にこの技術は、

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

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

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

千葉大学発の技術との連携が可能な地域であること

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

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

- ☐ 当財団ホームページ ☐ 当財団メールマガジン ☐ 当財団 Facebook
☒ ポスター、チラシ（掲示・配架場所：千葉大学 IMO）

【ビジネスアイデア部門】

- ☐ 千葉市役所ホームページ ☐ 千葉市経済部メルマガ ☐ 千葉市役所公式 X
- ☐ 支援機関等のメールマガジン（支援機関名： ）
- ☐ 新聞、インターネット等のメディア（名称： ）
- ☐ 紹介された（紹介者名： ）
- ☐ その他（ ）

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

- ☐ 販路拡大
 ☒ 事業提携先・経営パートナーの獲得
 ☐ 資金調達
☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスアイデアの事業化に向けて必要な支援はありますか。

事業化に受けた生産体制の検証に協力していただける、生産パートナーとなる農家

(7) 本ビジネスアイデアを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

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

4 千葉経済大学 Re:Read House

■ビジネスアイデア■

空き家を活用したシェア型の読書倉庫

第24回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスアイデア部門】 応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

応募日 2025 年 7 月 24 日

(フリガナ)	チバケイザイダイガク	(フリガナ)	イイモリ ユウト
会社名・ 学校名等※	千葉経済大学 Re:Read House 「リ・リードハウス」	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	飯森 勇斗 ㊟
応募者区分：(いずれかに○) 個人 ・ 法人 ・ グループ			応募者年齢：20 歳
法人所在地※： 〒			
電話番号：090-9280-9815		FAX：	
E-mail：230014@cku.ac.jp		URL：	
資本金※： 千円		従業員数※： 人 (うちパート・アルバイト： 人)	
創業(予定)※： 年 月		法人設立(予定)※： 年 月	
応募者プロフィール 飯森 勇斗 2023 年 4 月 千葉経済大学経済学部入学 現在 千葉経済大学経済学部経営学科専攻 (グループでの応募の場合は構成員を記載してください) 尾崎 利希 2023 年 4 月 千葉経済大学経済学部入学 現在 千葉経済大学経済学部経済学科専攻 中谷 稜牙 2023 年 4 月 千葉経済大学経済学部入学 現在 千葉経済大学経済学部経済学科専攻			
現在の事業内容※(簡潔にご記載ください)			
応募担当者(上記と異なる場合は記載してください) 役職： 氏名： 電話番号： E-mail：			

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

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

2 ビジネスアイデアの概要

(1) ビジネスアイデア名

空き家を活用したシェア型の読書倉庫

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

- ① 自宅に本がたくさんあり、自宅のスペースを圧迫している方
- ② また読むかもしれない本の処分に困っている方
- ③ 千葉市内のいずれかの区に住んでいる子持ちの主婦の方

(3) 販売する製品・サービスは“何” ですか。

- ・ (2) ①と②の方から本を預かり、その預かった本を運用し、読みたいと思っているお客様が自由に読める・借りる・売買できる。
- ・ 空き家で大きくはないが本を読む以外にも他に PC 作業等ができるスペースの提供
- ・ 子持ちの主婦の方は子供を預けて、本を読むことができる。キッズスペースを併設し、資格を持った休眠保育士を活用し、預ける側の不安を解消できる。

(4) 製品・サービスを顧客に対し、“どのように提供” しますか。

空き家を活用して、本を預かり、その本を他のお客様に貸し出す。
お客様が読書倉庫にある本を気にいった場合、購入交渉ができる。

(5) このビジネスを“どのように収益化” しますか。

- ① お客様から本を預かる
 - ② 本を自由に読める・借りる
 - ③ 本の購入交渉が可能
-
- ① お客様が預けたい本の大きさ・分厚さ・重さ・冊数を考慮して預かる料金を選定。預けた本は返本ができる。(違うお客様が返本して欲しい本を借りていた場合、貸し出し期間は返本が不可能。)
 - ② 読書倉庫にある本を自由にその場で読むことができ、借りることができる。PC 作業する等のスペースを利用する・上記の本を読む・借りることを含めた料金を選定。
 - ③ 気に入った本があった場合、本の持ち主に購入交渉が可能。その際、私たちが持ち主と購入希望者の間に入り、売買の手続きのサポートを行い、その際、手数料を頂く。

(6) このビジネスの“強み・アピールポイント” を教えてください。

- ・ 本の在庫コストがない
- お客様に本を預けて頂くので、店内にある本はお客様の本であり、私たちが本を準備する

必要がなく、在庫になることがない。

- ビジネスを展開する場所を住宅地に設定

本を借りる・読む側の顧客を子持ちの主婦にしており、住宅地にすることで、お客様の自宅の近場で通いやすい。

- 地域性のある本が集まる

ビジネスを展開する住宅の地域性により、預かる本の種類が変わると予想している。

- 主婦が一人時間を確保できる

キッズスペースを配置するため、お子様と一緒に来ても、保育士や看護師の資格を持った人が子供を預かるので一人時間を確保できる。

- 自宅のスペースを確保できる

自宅のスペースを圧迫している方、また読むかもしれない本の処分に困っている方が本を預けて自宅のスペースを少しでも確保できるようになる。

- 預けた本はすぐに返本処理ができる

※違うお客様が返本して欲しい本を借りていた場合、貸し出し期間は返本が不可能。

(7) 他者にはない新しい手法や独創的な発想などがあれば記載してください。

- 居心地の良い場所を提供

- 地域性のある本（貴重性の高い本）を読める可能性

- キッズスペースを併設し、資格を持っている休眠保育士が子供の面倒を見ることによって、主婦の育児疲れから解放でき、本を集中して読む時間を作ることができる。

3 市場性について

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

・本の預かりについては、本を捨ててしまっ「また読みたかったから買ってしまった。」
「捨てた本にプレミアがついてしまった。」「辞書を捨てたが子供がまだ使う予定があった。」
など本を捨てて後悔した方が多い。そのため、本の預かりの需要が見込まれる。

本の貸し出しについては、読書が趣味の方は主婦が多い。また、子連れ主婦のほとんどが一人の時間を希望しており、私たちのサービスで保育士がキッズスペースで子供の面倒を見ることによって安心して本を読む時間を作ることができ、主婦層からの需要が見込まれる。

・現役学生を除く 20 代～60 代の男女 1,000 名を対象に、「社会人になってから、業務外での勉強をしたいと思ったことはありますか？」の質問に対して、「実際に勉強したことがある/現在勉強している」が 26.1%、「とても勉強したい/やや勉強したい」が 41.7%と合わせて 67.8%であり、勉強に意欲がある方が半分以上を占めており、子連れの主婦の方も育児や個人の趣味に関する勉強をするのではないかと考えるため、需要が見込まれる。

引用 <https://beauty.oricon.co.jp/special/101497/>

(2) 周知・販売戦略について説明してください。

住宅地に拠点を構えるため、チラシのポスト投函など地域に広まりやすい広告戦略を行う

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

・私たちのサービスは住宅地に実店舗を構えるため、預けに行きやすく、取りに行きやすい。

・図書館について私たちのサービスでは休眠保育士がキッズスペースで子供の様子を見るため、主婦の方が安心して利用できる。

・メルカリは直接、実物の確認をすることができず、写真での確認しかできないが、私たちのサービスでは実物の確認が可能で、「安心」を買うことができる。

・図書館は価格が無料で利用でき、蔵書については様々な種類の本がある。私たちのサービスでは読書倉庫の本は預かった本によって形成されるため、地域性のある本が集まり、普段、市場で出回らない本に出会える可能性がある。

4 実現可能性について

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

空き家の持ち主に営業をかける

(2) 本ビジネスの実現に際し、現時点での課題はありますか。

また、それらを今後どのように解決するかについても説明してください。

・集客が見込めるかどうか

→本を読むなら図書館でも良いが、静かにしないといけないイメージがある。私たちのサービスでは子供の遊べるスペースを配置するので、子連れでも来やすい。

・預けた本が他のお客様が読んで汚損・破損する可能性。

→お客様が本を預ける時点で本が汚損・破損する可能性があることを伝える。

汚損・破損したくない本は預けないように促す。

・本を扱うのに古物商許可証が必要なこと

→事業化の見通しが立った時に取得を目指す。

(3) 既に起業している方は、直近3年間の財務状況を記載してください。

(単位：千円)

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

*財務状況について、特記すべき点がある場合は記載してください。

5 社会貢献性について

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

①千葉市空家等対策計画第2章によると、平成30（2018年）時点で千葉市の住宅総数が約478,000戸に対し、空き家が約57,900戸ある。住宅総数による空き家の比率は全国平均が13.6%に対して、千葉市は12.1%であり、全国平均を下回っているが、千葉市の住宅総数の約1割が空き家という点は課題であると感じた。

引用：05_keikaku_2syoun.pdf

②千葉市では、少子化に伴う出生率の低下が課題として挙げられている。その背景には、子育てと家事・仕事を両立する中で、十分なサポートを得られず精神的・肉体的に負担を感じる保護者（特に主婦層）の存在があると考えられる。

そこで私たちは、子育てに徒労感を抱く主婦の「一時の安心」と「自由」を提供することを目的に、短時間の子どもの預かりサービスを展開する。

このサービスにより、保護者は自分の時間を確保でき、子育てストレスの軽減や生活の質の向上が期待できる。

引用：

https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/kikaku/sougoukeikaku/documents/03_kihonkeikaku_honpen_3syoun.pdf

(2) 本ビジネスがどのように上記(1)を解決し、千葉市及びその周辺地域にどのような社会的・経済的效果をもたらすかを説明してください。

①空き家を活用し、千葉市内の住宅地にサービスを展開することは千葉市の空き家問題解決に一步前進する。

②

【社会的効果】

本事業は、子育てに徒労感を抱く主婦に一時の自由と安心を提供することで、育児ストレスの軽減につながると考えている。

また、預かりサービスに加えて、育児に関する書籍や絵本の貸し出しを行い、育児に不安を抱く保護者が必要な知識を得られる環境を整える。

結果として、出生率の向上という社会的課題の改善にも貢献できると期待している。

【経済的效果】

出生率の上昇は将来的に人口増加をもたらす、労働力人口の確保や地域経済の活性化につながる。また、保護者が安心して就業・社会参加できるようになることで、労働参加率の向上や家計所得の増加にも寄与する。こうした連鎖的な効果により、千葉市全体の持続的な経済成長が見込まれる。

6 その他

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

- ・キッチンカーを呼ぶことと食べ物の持ち込みを許可することにより地域交流を活性化出来ると考えている。
- ・地域の店のポスター掲載（有料）により地域の商店が近くのショッピングモールや複合商業施設との差別化や地域独自の強みになり得ると考える。
- ・棚オーダー制度を採用することで個人が本を売る場所として使うことができ、本をその棚の範囲で自由に活用出来るようになる。
- ・本以外にもレトロゲーム等を扱うことによって、利益の拡大を図る。

(2) 本ビジネスを行おうとした動機は何ですか。

私たちは自宅に本を多数所有しており、本が部屋を占領している。そこで同じような状況になっている方がたくさんいるのではないかと考え、ビジネスチャンスがあると感じたため。

(3) 本ビジネスを千葉市で展開しようと思った理由は何ですか。

- ・私たちが千葉市にある千葉経済大学に在学しており、千葉市に縁とゆかりがあるから。
- ・千葉市の人口は令和 7 年 6 月 1 日時点で約 98 万人の方が住んでおり、全国の市の中でも母数が多いため、利用者が多くなるかもしれないと感じたため。

(4) ベンチャー・カップ CHIBA を知った場所を選んでください。

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

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

- ☒ 販路拡大
 ☐ 事業提携先・経営パートナーの獲得
 ☐ 資金調達
☐ その他（ ）

(6) 本ビジネスアイデアの事業化に向けて必要な支援はありますか。

空き家をリフォーム工事する費用の資金等の集め方

(7) 本ビジネスアイデアを誰に見てほしいですか。(誰にPRしたいですか)

千葉市内の子持ちの主婦の皆さま

空き家を貸して下さる方

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 23 回 (R 6 年 度)	ビジネスプラン部門			
	グランプリ	(株)SEGNOS	代表取締役社長 大西 徳幸	世界最速最高感度レベルの診断技術を用いたアルツハイマー病(AD)のリスク検査サービス
	AI・IoT賞	WellMent(株)	代表取締役 村本 充	ウェルビーイングを体現するアバタープラットフォームサービス
	アグリ ビジネス賞	(該当なし)		
	SDGs ビジネス賞	Create Rita	富岡 英里子	お芝居でまちづくり・人づくり
		(株)まなびーいんぐ	代表取締役社長 中山 諒一郎	「教えない家庭教師」NexTeachers
	ネクスト ブレイク賞	(該当なし)		
	奨励賞	(株)カムカム	代表取締役社長 小林 由美	目指せ！カスタマーハラスメントZERO社会緊急時通報録音システム「Braven-ブレイブン-」
		(株)Les Echos	代表取締役 木村 一雄	すぐつく、すぐ燃える、よく燃えるグリル&焚き火台『Octa』災害時にも重宝
	ビジネスアイデア部門			
	グランプリ	千葉経済大学 ジャイアントキリング	—	事業承継を目的とした新しい就活マッチングサービス
	学生賞	(該当なし)		
	奨励賞	LocaM	長島 裕樹	“ご当地”ボードゲームを活用した新たな地域活性化モデルを広めたい！
		—	鈴木 賢三	まんが未来プロジェクト ～日本人自身の発案と制作によるフランスでのマンガの翻訳出版～

『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22回 (R5年度)	ビジネスプラン部門			
	グランプリ	(株)メンサポ	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
	AI・IoT賞	シーズユナイト(株)	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」の居る世界
	アグリビジネス賞	増一屋(同)	代表社員 吉田 淳子	千葉市から始める、美味しく、健康に良く、環境に優しい大豆ミートで地域活性化
		(株)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
	SDGsビジネス賞	(株)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
	優秀賞	(株)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」
	学生賞	(該当なし)		
	ビジネスアイデア部門			
	グランプリ	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～
第21回 (R4年度)	学生賞	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
	優秀賞	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
	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)クオントムデータ	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」—確かな信頼と安心を届け、妊婦のwell-beingを実現—

『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	—	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	—	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』
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「宅配スペース」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

『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 18 回 (H 31 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ー」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	環境配慮型の錆転換塗料「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プラットホーム事業
	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ズ(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「スマート旅友ポン」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 Dengue 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



ちばぎん



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



これからもお客様への
感謝の気持ちを忘れずに、
地域の皆様に愛される
「ベストパートナー金融機関」を
目指します。



千葉信用金庫

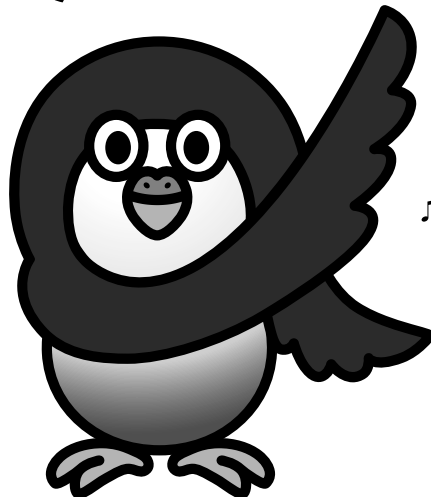


京葉銀行

明日がアルファ!

ケイウギンコウの
ケイウインコです!

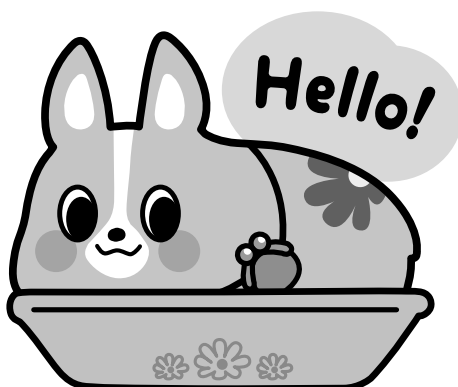
決めポーズは
アルファです!
よろしく。



♪応援したいよ この街の未来
応援したいよ みんなの挑戦
だからぼくも 挑戦するよ

プラス  で、未来をともに。

CHIBA CORGI
© The Chiba Kogyo Bank Ltd.



いちばん近くで、いちばん先まで。
千のしあわせを、興そう。



千葉興業銀行

