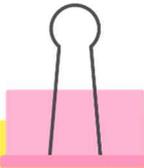


第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト報告書  
～事業計画書集～

第6回 みやざき ビジコン

事業 計画 書集

～全部の事業計画書が見れちゃう!?  
先輩たちのビジネスプラン公開～



## ～目次～

- P1 歴代みやだい・みやざきビジコン 応募者所属内訳  
第6回みやざきビジコン 教育プログラム参加学生所属内訳
- P2 教育プログラム開催状況
- P3-4 第6回みやざきビジコン 応募プラン・挑戦者一覧
- P5～ 第6回みやざきビジコン 事業計画書



歴代（第1～9回）みやだい・みやざきビジコン 応募者 所属内訳

所属	みやだいビジコン						みやざきビジコン*1 ※令和2年度より新体制・名称変更												計		
	第1回		第2回		第3回		第1回		第2回		第3回		第4回		第5回		第6回*3				
	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案	代表	共同提案			
宮崎大学	教育学部		2					1		1	1	3			1	1	2		1	13	
	医学部	2	3		2	1	1				1	3				2				15	
	工学部	4	1	9	3	9	5	5	5	4	3	9	5	7	4	6			7	3	89
	農学部	7	3	3	2	3	1	7	2	3		6	2	6	6	4	2	4	4	1	62
	地域資源創成学部	5	10	4	6	5	12	5	4	9	10	10	10	10	7	5	4	5	3		124
	地域資源創成学研究所														1						1
	工学研究科			1			1			1		1		1		1	1	1			8
	農学研究科		1									2				1					4
	医学獣医学総合研究科					1					1										2
	農学工学総合研究科			1																	1
宮崎公立大学							2	3	1	1	1			1	2			4		15	
宮崎国際大学										2		2			2	1	1	1		9	
宮崎産業経営大学											1	2	3	4	1	1			1	13	
南九州大学											1		1		3	4				9	
宮崎学園短期大学								1												1	
都城工業高等専門学校									1	2								5	12	20	
宮崎情報ビジネス専門学校								1												1	
九州保健福祉大学														1						1	
県外*2	東京大学												1							1	
	東京大学院								1											1	
	一橋大学					1														1	
	岐阜大学												1							1	
	名古屋大学											1								1	
	広島大学								3		1									4	
	福岡大学		1																	1	
	Fresno City College												1								1
	九州大学																			1	1
	立命館大学																			1	1
統計	18	21	18	13	19	21	20	20	20	23	37	24	28	25	28	15	27	24		401	
	39		31		40		40		43		61		53		43		51				

\*1...2020年度より宮崎大学以外の県内大学・短大・高専の学生にも公募対象を拡大

\*2...共同提案者として県外学生をチームに含むことは可能

\*3...県内高等教育機関において単独開催されたビジコンの上位入賞者へシード権を授与

第6回みやざきビジコン 教育プログラム参加学生 所属内訳（延べ数）

	宮崎大学	宮崎公立大学	宮崎産業経営大学	宮崎国際大学	都城工業高等専門学校	計
説明会	58	1	1			60
チームビルディング	27	1				28
個別相談会	11					11
プランtoビジネス	54		1	1		56
ビジネスプラン作成合宿	17	1	1	2		21
プレゼン力向上講座	17			1		10
2次直前プレゼン練習会	5					5
メンター講座	3	2			3	8
起業を進める基礎講座	3	2			3	13
合計	187	7	3	4	6	212

## 教育プログラム開催状況

イベント		概要	講師	日時	開催場所 形式	受講人数 (延べ)
<b>応募開始 : 4月15日(火)</b>						
説明会	第1回	ビジコンって何？ まずは、みなさんにビジコンの概要や今後のサポートなどについてご説明します！	地域資源創成学部 准教授 土屋 有	4月11日(木)12:15～12:45	宮崎大学	60名
	第2回			4月15日(火)12:15～12:45		
	第3回			4月17日(月)12:20～12:50	宮崎公立大学	
チームビルディング	一人でも参加が可能ですが、できればチームで挑みたい！けど、身近にチームになる仲間がいない方、チームはいるけどほかにどんな学生が会場を検討しているのか知りたい方に、マッチングの機会を提供します！	地域資源創成学部 准教授 土屋	4月26日(土)	宮崎大学	28名	
個別相談会	ビジコン経験者・受賞者の学生に、個別に相談できる機会！「ビジコンの経験ってその後どう活かす？」「勉強との両立は？」「アイデアってどう見つけた？」などなど聞けちゃいます！	(過去大会の受賞学生) 第4回みやざきビジコン 小野遥唯 第4回みやざきビジコン 土佐涼音 第5回みやざきビジコン 前田瑞佳	5月20日(火)・5月21日(水) 各回 15:00～16:00	宮崎大学	11名	
プランtoビジネス(全3回)	アイデアの段階から、市場調査やプロトタイプ作成に至るための流れを学ぶ、より具体的で、実践的な講座です！全3回の講座内では、外部講師もお招きして実施する回もあります！	地域資源創成学部 准教授 土屋 有  StarshotPartnersVentureCapitalist 丸山 聡 氏	5月24日(土)・5月31日(土)・6月7日(土) 各回 13:00～16:00	宮崎大学	56名	
ビジネスプラン作成合宿	ビジコン応募直前！ブラッシュアップして、プランをより良いものにする合宿！外部講師の方をお招きし、ビジネス最前線について知りつつ、自分のプランについてアドバイスもいただけます！	地域資源創成学部 准教授 土屋 有  Archetype VenturesManaging Partner 福井 俊平 氏	6月28日(土)・6月29日(日)	都城市 未来創造ステーション	21名	
<b>応募締切: 7月4日(金)</b> (みやざきビジコン公式HP「応募フォーム」へ応募書類を提出)						19組 31名
<b>1次審査(書類審査): 7月8日(火)～15日(火)</b> 【審査員】宮崎大学:丹生・淡野・土屋・テレビ宮崎:矢野						
実践力養成講座	プレゼン力向上講座	プレゼンの極意を学べる講座です！プレゼン資料の構成とは！？デザインとは！？その伝え方とは！？社会で生きる貴重な講座を開講します。	地域資源創成学部 准教授 土屋 有	8月8日(金)11:00～12:30	宮崎大学	10名
	2次直前プレゼン練習会	みなさんのビジネスプランを飛躍させる絶好の機会として、ビジコン出場経験者から、あなたのプランに個別アドバイスします！2次審査に向けたプレゼン練習に、もってこいな機会です。	(過去大会の受賞学生) 第4回みやざきビジコン 土佐涼音 第5回みやざきビジコン 前田瑞佳	8月22日(金) 13:00～15:00	オンライン	5名
<b>2次審査(プレゼン審査) 8月27日(水)</b>			審査員 淡野 公一 宮崎大学副学長(産学・地域連携担当) 矢野 康平 テレビ宮崎コンテンツビジネス部兼経営推進部 チーフリーダー 津野 省吾 氏 ベータ・ベンチャーキャピタル株式会社			27組 51名
メンター講座	ビジコン直前対策座談会	ビジコンの経験を経て、社会で様々な活躍をしている方をメンター講師としてお招きし、「ビジコンに勝つためのメソッド」を伝授していただきます！！	(過去大会の受賞者 社会人) 第1回みやざきビジコン 大澤祐介 氏 第1回みやざきビジコン 竹田卓生 氏 第1回みやざきビジコン 藤島旺志 氏 第3回みやざきビジコン 河野多恵 氏	9月29日(月)17:30～19:00	オンライン	8名
<b>最終審査(決勝プレゼンテーション) 10月4日(土) 13:30～17:30</b> 【会場】メディキット県民文化センター 演劇ホール			審査員 植村 剛直 氏(株)サザビーリーグビジネスデベロップメント事業部シニアプロジェクトマネージャー かめもと きえ 氏(同)KAMENOCO 代表 津野 省吾 氏 ベータ・ベンチャーキャピタル(株)ファンドマネージャー 福井 俊平 氏 Archetype Ventures Managing Partner 山岐 真作 氏(株)ソラシディア 代表取締役社長 山口 泰久 氏(株)インターユニバーシティ・ベンチャーズ代表取締役			9組 23名
フローアップ	そのプランをカタチに！起業を進める基礎講座	フリー株式会社と連携して開催する本講座。起業に至るまでの、あらゆるギモンに応えます。起業までのロードマップ～会社の閉じ方まで網羅してお伝えします。	フリー(株) スモールビジネス事業本部 『起業時代』副編集長 黒澤 直幸 氏	10月28日(火)・11月4日(火) 各回 16:30～18:00	オンライン	13名

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 応募プラン・挑戦者一覧(受付順)

受付 No (ページ)	事業名	キャッチフレーズ	プランの概要 ①誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？ ②あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？ ③どうやって収益を得ますか？等の要素	提案者 ※〇…代表者	一次審査通過	二次審査通過	ポスターセッション	決勝プレゼン結果	(参考) 第25回九州・大学発VBPC (九州大会)
1 (5-9)	CampusScope	～未来の自分へ選択肢を～	高校生と大学がターゲット。高校生の受験校探しの難しさ、全国の大学が抱える大学の魅力を伝えることができていないという課題に対し、高校生向けの短い大学紹介動画を所属大学の学生が"リアルな視点で"撮影、私たちが編集・配信することで、高校生が納得して進路選択をし、学習意欲を上げるという役割を果たしながら、塾・予備校からの広告収入でビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 工学部・化学生命プログラム・1年 〇清水 桃香、作本 優菜、松井 りさ	○	○		審査員特別賞 (KAMENOCO)	
2 (10-13)	ゲーナビ	手軽に、楽しく、安全に。新常識ゲーセンライフ	ゲームセンターを利用する客に対して、ゲームセンターの込み具合が分からず、遊びに来たのに人が多くて遊べなかった、苦手な人に会いたくないけどどうかわからないという問題に対して、ゲーセンの待ち時間をプレイヤー名、実力、利用状況込みで家からでも把握できるサービス・アプリを開発・設置することで、ゲーセンユーザーの無駄な待ち時間を短縮する、会いたい人・苦手な人と会う時間をずらすことでゲーセンに行きやすくなるということを実現しながら、ゲームやクレーンゲームなどのゲーセン関連の広告を打つことでビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 地域資源創成学部・地域資源創成学科・1年 中原 春香	○				
3 (14-25)	Takanabe Citrus Distillery	柑輝回るジン	地元農家や消費者に対し、規格外柑橘を使ったクラフトジンの販売及びそれに付随する観光事業で収益を得るプラン。ECサイトでの販売に加え、体験型観光の場として蒸留所でのワークショップ、農園・温泉ツアーなどを提供することで、地域の活性化を狙う。さらに製造時の副産物を肥料に変えることで循環型社会を目指す。	宮崎大学 地域資源創成学部・地域資源創成学科・1年 〇次田 知雄 立命館大学 法学部・法学科・1回生 元 太陽			○		
4 (26-29)	Omusubi	出逢いまで、最短ルート。	人と飲食店をマッチングするアプリ。スワイプ操作で自分に合ったお店を直感的に見え。そのまま予約も可能。利用者は新しいお気に入り店に出会え、飲食店は多くの人に知ってもらい来客アップ。主に広告と予約手数料で収益化。	宮崎公立大学 人文学部・国際文化学科・1年 安藤 百香	○	○		You & UMK賞	
5 (30-35)	By Tree	新しいあなたを見つけに行こう	学校以外の場でも活動してみたい児童・生徒やその保護者に対して、ツリークライミング®という新たな自然体験活動の分野を提案し、参加者に唯一無二の経験と、「挑戦する心」を育むきっかけを提供しながら、体験会での参加費や学校・他企業との連携による収入を持続的に得ることを目的としたビジネスプラン。	宮崎大学 農学部・森林緑地環境科学科・2年 〇宇治田 このか 九州大学 農学部・生物資源環境科学科・3年 栗山 美音	○		○		
6 (36-42)	Solo Sync (ソロ シンク)	"今セマ"から始まる、新しいひとり時間革命	リアルな友達とシェアするSNSに疲れた大学生や空き時間を有効に使いたい社会人に、今の場所や気分にあった"ひとり時間"をAIが即提案。行なったソロ活は日記風ログに、自分だけの記録として思い出に残すことができます。「ヒマ」を行動するきっかけとして、豊かな時間の使い方を社会に広める。提携施設への送客手数料やソロ客のデータを企業に提供して収益を得る。	宮崎大学 工学部・工学応用物質化学プログラム・4年 〇吉野 那々実 宮崎産業経営大学 法学部・法律学科・4年 稲田 雅人	○	○		(株)ソラシドエア賞	
7 (43-47)	新たな家族の関係 ～無理なくやり取りができる写真コミュニケーションアプリ～	まごフィルター	高齢者と若者が写真で自然につながる家族向けSNS「まごフィルター」を開発中。AIが家族のスマホ内の写真を自動選別し、自動送信。「送信予定。不要ならキャンセルしてください」という通知でやり取りを成立させる。祖父母と孫の双方向送信を実現し、無理なく継続できる新しい家族体験を創出する。サブスクリプション、または広告収入、介護施設などへの導入で介護施設からの月額利用料金で収益を得る。	宮崎大学 農学部・植物生産環境科学科・4年 富永 康太郎	○	○			
8 (48-54)	感謝の気持ち、今、届く、Tip Now	日本にチップ文化という新たなビジネスモデルを。	ターゲットは従業員のモチベーションや人材確保、流出に悩む店舗の経営者。顧客が従業員個人に直接感謝チップを送ることのできるシステムを提供することで、従業員のモチベーションと接客の質を向上、持続可能なサービス体制の構築を目指す。 従業員の満足度・店舗評価を同時に高め、日本全体のサービスの質の底上げ、おもてなし文化の定着を目指す。収益源はサービス導入店から得る。	宮崎大学 地域資源創成学部・地域資源創成学科・4年 〇黒田 里玖斗、我如古 幸都 井之上 希、森 陽菜	○		○ オーディエンス賞		
9 (55-59)	The Day.	思い出を色と香りに宿して	①特別な思い出の色と香りを思い出す頃に形にして提供するビジネス。(思い出は思い出すときに価値が生まれる。) ②我々は人の幸福を作る役割を持つ。 ③捨ててしまおうと形として残すことができない花で香水を作りその花に"思い出"という付加価値を付けて販売することで利益を得る。	宮崎大学 農学部・応用生物科学科・3年 〇古賀 紅葉 農学部・応用生物科学科・4年 今西 笑美香	○	○		宮崎大学賞 (株)SUNAO製菓賞	
10 (60-64)	リトト (RITOTO)	あなたの暮らしに小さな島時間を	自然や人とのつながりを求める若者や地方に関心のある生活者に対して、離島の魅力にふれる機会がなく、日々の暮らしが希薄になりがちという課題を、日本各地の離島から、特産品と"島で暮らす人の物語"を詰めた定期便を毎月届けることで、地域との共感や関係人口の創出につなげる。月額サブスクリプション課金でビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 工学部・工学科・4年 富 伊歩輝	○		○		
11 (65-69)	Cronus	植物の時間の流れを操り、稼らせる。	農家に対し、食品の値上がりと今後起こるかもしれない世界規模の食糧不足解決・予防する栽培技術を植物工場の建設、デバイスの開発することで、食糧生産を簡易にし、生産量を増やし生産にかかる総コストを減らすことを果たしながら、植物工場の建設、デバイスの利用費でビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 工学部・工学科電気電子システムプログラム・1年 〇天岡 瑞貴 工学部・工学科情報通信プログラム・1年 嵯原 悠弥	○		○		
12 (70-75)	ふたりごと	キャリアと育児"を、ふたりで育てる	管理職を目指す育児中の女性とそのパートナーに対して、夫婦で体験するストーリー形式の対話型アプリを提供することで、家庭内の認識ギャップを解消し、女性のキャリア継続を支援します。サブスク課金と法人導入により収益を得るビジネス。	宮崎大学 工学部・工学科情報通信工学プログラム・2年 桑畑 岬	○		○		
13 (76-80)	フレバル	「繋がる」が「青春のエンジン」になる、フレバル	学生に対して、「話しかけるきっかけがない」「最初の一言が難しい」といった悩みに応え、新しいつながりと勉強への前向きな刺激を両立するサービスをスマートフォン向けアプリとして提供することで、つながりをきっかけに努力を促すという役割を果たしながら、サブスクリプションでビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 農学部・畜産草地科学科・3年 〇茂浦口 菜 教育学部・小中一貫教育コース・2年 永友 凛	○		○		

受付 No (ページ)	事業名	キャッチフレーズ	プランの概要 ① 誰に、何を、どうやって提供するビジネスですか？ ② あなたがこのビジネスで果たす役割は何ですか？ ③ どうやって収益を得ますか？等の要素	提案者 ※〇…代表者	一次審査通過	二次審査通過	ポスターセッション	決勝プレゼン結果	(参考) 第25回九州・大学発VBPC (九州大会)
14 (81-85)	Omotenashi Voyage Japan	日本の観光を世界へ発信！！	は主に訪日回数が多いインバウンドの方々をターゲットとし、日本のホスピタリティが感じられる旅行プランを提案するもの。 社会的意義は日本観光の振興によって引き起こされる観光公害や観光客の旅行への欲求が高たされない事態を防止、観光需要の地域格差を是正すること。収益構造としては主にインバウンドの顧客に対して旅行プランを提案、手配する際の手数料、交通機関や宿泊施設から顧客を紹介したことによる手数料を考えている。	宮崎大学 地域資源創成学部・地域資源創成学科・1年 井上 咲人	○		○		
15 (86-89)	Snap Bin (スナップピン)	写真を撮ればゴミ捨てが出る	写真を撮ればゴミ捨てができるアプリ開発は、ゴミ捨てが面倒だと思っている人（ほぼ全世界の人）とごみ処理業者、ゴミの分別が理解できない人（海外の人など）に対して、ゴミの分別がわからない課題とゴミの分別がされていなくて処理に困っている課題を解決するサービスを写真を取るだけでAIが何ゴミか判断しリサイクルなどの処理の仕方を提案、サポートしてくれることで提供する。社会のゴミ処理問題の課題解決を果たしながら、買い切り制とリサイクル会社の広告、処理するゴミに関連する商品の広告、フリマアプリの広告などを張ることで収益を賈う。	宮崎大学 工学部・工学科・1年 河野 快星	○		○		
16 (90-93)	Job to Work	「まずはjob(職)を得て、将来はwork(生き方)を作る」	外国人留学生など、日本語での求人探しが難しく不安を持つ人に対し、多言語対応の求人情報を提供するWebサービス。企業はクリック課金制で求人広告を出稿でき、低コストで採用活動が可能です。このビジネスを通して人と企業をつなぎ、地域の人で不足と外国人の就労課題の解決する役割を目指す。	宮崎国際大学 国際教養学部・比較文化学科・1年 ○中関 小優季 小濱 杏果	○	○		(株)マイルイチ賞	
17 (94-97)	HumanMark	AIじゃない、その証明が価値になる。	AIに頼らずに創作活動を行っている人たちに対して、生成AIにより作家の仕事が奪われているという課題を、作家たちのAIが使われていない独自の創作活動として認定する認証サービスや作家たちの創作過程を独自のプラットフォームで配信できるようなサービスを提供することで、作家たちの時間をかけて作品を作る過程に価値を与え、認定料や動画編集代行費用でビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 地域資源創成学部・地域資源創成学科・1年 武田 朋樹	○		○		
18 (98-104)	結農 (ゆいのう)	ゆいのう	宮崎県内の小規模農家を束ねて、加工業者や食品メーカーなど大口需要先と長期契約する契約販売プラットフォームです。需給予測に基づき作付け提案・共同出荷体制を構築し、中間マージンを削減して農家の手取りを向上させる。農家とバイヤー双方とのダブル契約により安定供給を実現し、農業の担い手不足解消に貢献する。	宮崎大学 工学部・情報通信工学プログラム・3年 山田 翔太	○				
19 (105-110)	FORESHIFT	来客を先読み、シフトは一瞬	FORESHIFTは、従業員10名規模の個人飲食店に対して、自動化を導入困難であることによる人手不足と人件費高騰を解決するサービスをAIによる店の来客予測によるシフト表作成し提供することで、地域飲食店の持続可能性向上を果たしながら、店からの月額サブスクリプション課金と求人サイトとの連携でビジネスを成立させるプラン。	宮崎大学 工学研究科・工学専攻先端情報コース・1年 藤岡 宏輝	○		○		
20	農業の選別作業をchange！～ピーマン選別機「せんかちゃん」と採傷装置の実用化～	農業の選別作業をchange！	現在、日本の農業を支える農家のほとんどは中小規模農家であり、その数は少子高齢化に伴い減少し続けている。これは、宮崎県も例外ではない。 宮崎県は農業が盛んな地域であり、特に「ピーマン」が特産物である。そこで、学生目線での課題を解決できないかと考え、ピーマンの選別作業に着目し、本装置を開発した。	都城工業高等専門学校 機械工学科・4年 ○福重 敦基、木脇 優仁、津留 昇希 西村 瑞翔、福業 功真 機械電気工学専攻・1年 飯盛 圭亮 物質工学専攻・2年 福島 武	-	○		宮崎日機装(株)賞 宮崎梅田学園(株)賞	
21	剪定ロボット開発班	南国リゾートの景観を守る	ワシントンニアームは南国宮崎の象徴として植栽されてから60年以上が経過し、多くの課題がある。従来、高所作業車で行われてきた剪定をロボット化し、コスト削減・安全性の確保・景観保全を図る。剪定業者には年間リースを基本に提供し、製作は県内企業と連携する。将来的には全国・海外展開も視野に入れている	都城工業高等専門学校 機械電気工学専攻・2年 ○坂本 真偉夢 機械電気工学専攻・1年 瀬戸山 悠貴 機械工学科・3年 大園 嘉友・高森 来時	-	○		グランプリ 宮崎銀行賞 九州電力賞 (株)風来軒賞 米良電機産業(株)賞	優秀賞 日本弁理士会九州会長賞
22	宮崎を活性化させる発酵	発酵食品で人も地元も元気に	宮崎に隠れた発酵食品（今回、「すっぱい宮崎発酵大根」と「岩湯麴屋の生麴」）が全国や世界に誇れる名産品であることを知ってもらうため、購買者のニーズに合わせた加工や販売方法と提供し、生産者と顧客の仲介役を行う。	都城工業高等専門学校 物質工学科・4年 森下 あかり	-		○		
23	Re-Smoke	林地残材で燻す、やさしい選別	宮崎県の地域特性でもある林業に着目し、これまで厄介者として扱われてきた「林地残材」の活用をもって環境問題を解決し、さらには林業業者の収入アップにつながる事業を起こす。	都城工業高等専門学校 建築学科・4年 ○荒場 空 建築学専攻・専攻科1年 津曲 風花 建築学科・3年 牛道 芽衣	-		○		
24	人類館子化計画	あんで世界を幸せにする	総務省調査(2022)で、宮崎市のまんじゅう購入頻度は日本一である。この和菓子に使われる「あんど」と地域の伝統産業と組み合わせることにより、購入促進、後継者の不足の解決につながる事業を起こす。	都城工業高等専門学校 建築学科・専攻科1年 ○佐々木 美優、鈴木 花恵	-		○		
25	SHIGAN (視眼)	視える化で効率とやる気を最大化	SHIGANは、従業員やアルバイトの性格・能力・相性など「見えない特性」をAIで可視化し、最適な配置やシフトポジションを提案する人材マネジメントサービスです。配置ミスや人間関係のストレスによる離職を防止、チームの生産性向上と職場満足度の改善を実現する。	宮崎公立大学 人文学部・国際文化学科3年 西府 美羽	-	○		審査員特別賞 (インターユニバーシティ・ベンチャーズ) SCSニアショアズ テムズ(株)賞	
26	いつでもガクチカ	ガクチカの教育格差を無くすアプリ	私のプランは、金銭面など個人的な事情により留学やサークル、文化祭に力を入れない学生と日本に来て悩みの多い留学生をインターネット上でマッチングさせ模擬シェアハウスを体験できるアプリの作成です。学生同士が話し合いイベントを行うなど学生の時間に合わせて隙間時間にガクチカができるように手助けをします。	宮崎公立大学 人文学部・国際文化学科1年 水崎 花香	-				
27	単位コンパス	卒業まで迷わない、履修の道しるべ	「単位コンパス」は、大学生向けの単位管理・履修計画アプリです。学部ごとの卒業要件を自動で反映し、単位の進捗や履修の過不足、前提科目の確認などを可視化。インターンや留学計画にも対応し、学生が迷わず計画的に卒業・進路設計できる環境を提供します。大学側の履修相談の工数削減や学生支援の効率化も可能！	宮崎公立大学 人文学部・国際文化学科3年 戸田 菜月	-		○		

※20～27はシードの為、事業計画書は無し (R7より県内高等教育機関において単独開催されているビジコンの成績優秀者へ、2次審査および決勝へのシード権を付与する)

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	工学部・化学生命プログラム・1年	(ふりがな) 代表者氏名	しみずももか 清水桃香
代表者 連絡先 (アパート名等、部屋番号も記載) ※結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)	宮崎大学工学部化学生命プログラム一年 作本優菜(さくもとゆな) 松井りさ(まついりさ)		
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします(携帯電話番号でもOKです)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。  
(複数回答可)

事業区分 7、10、11

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー(省力化含む) 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他

( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 CampusScope	
キャッチフレーズ ～未来の自分へ選択肢を～	
代表者名 清水桃香	
学校名 宮崎大学	所属名 工学部
共同提案者名 作本優菜、松井りさ	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

CampusScopeは、高校生と大学をターゲットにしています。高校生の受験校探しの難しさ、また全国の大学が抱える大学の魅力を伝えることができていないという課題に対し、高校生向けの短い大学紹介動画を所属大学の学生が“リアルな視点で”撮影し、私たちが編集・配信することで、高校生が納得して進路選択をし、学習意欲を上げるという役割を果たしながら、塾・予備校からの広告収入でビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は私たち自身の高校時代の大学受験の経験に基づき、短時間で分かりやすい大学紹介動画によって、スマートフォン上で大学の魅力を簡単に理解できるという特徴を有しています。特に大学のパンフレットやホームページは文字が多く言葉も難解で読みにくい、古くて分かりにくいという点や、大学が発信している動画は長くて若者向けの編集ではないという点により私たちのサービスとは大きく差別化でき、顧客である大学は何もしなくても魅力を発信できる、高校生は自分の進路先となる学校をより納得して選択しやすくなるという環境を提供します。この事業の「ウリ」は以下の通りです。

1. 短時間で情報収集が可能  
インターネット上に散在する大学情報を1つに集約することで、部活や勉強で忙しい高校生でも隙間時間で効率よく大学を比較・検討できる。
2. 動画ならではのリアルな魅力伝達  
写真や文字だけでは伝わらない雰囲気・空気感を、ショート動画で直感的に届けることができる。
3. 高校生に近い視点でのコンテンツ制作  
動画の撮影は大学生、編集と配信は高校生のニーズを理解した学生チームが担当するため、親近感のあるコンテンツが実現できる。
4. 大学側の広報負担を軽減  
大学は人件費や制作費をかけずに、学生の力で自校の魅力を広く発信できる。
5. 進路選びのミスマッチを防ぐ  
偏差値やブランドに頼りがちな大学選びを、リアルな情報で補い、進学後のミスマッチを減らすことができる。
6. 遠方からでも大学の様子がわかる  
県外や離島など、オープンキャンパスへの参加が難しい高校生にとって、手軽に大学の雰囲気を体感できる貴重な機会となる。
7. 地方大学の情報発信支援＝地域活性化に貢献  
情報発信力が弱い地方大学でも本サービスを活用することで、全国からの注目を集めやすくなる。

8. 高校生との双方向コミュニケーションが可能  
コメントや質問受付、動画リクエスト機能などを活用すれば、視聴者参加型のメディアへと発展可能である。
9. 企業や自治体との連携による発展性  
教育・地域振興に関心のある企業・自治体との連携を図ることで、収益化やスケールアップも見込まれる。
10. 大学生にとっての実践的な学びの場にもなる  
コンテンツ制作に関わる大学生にとっても、発信力や企画力を磨く貴重な機会となる。
11. 柔軟な運用体制でスモールスタートが可能  
まずは Instagram での運用を行い、ニーズを検証しながら段階的にサービスを拡大できる。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

私たちのプランは、高校生をターゲットとし、インターネット上で大学の魅力を伝える動画を配信することを基本戦略としています。

価格は1再生当たり3円に設定しています。その理由は動画を視聴する層が大学進学を考えている高校生に絞られており、この事業の収益元になる予備校や塾に対する関心が高い人が多いと予想できるためです。

PRはSNSやオープンスクールに参加した高校生にチラシを配布すること、高校からの宣伝を通じて行います。

競合としては大学が出しているパンフレット、公式の大学紹介動画などが考えられますが、私たちのプランの強みである「短時間の動画で分かりやすく、リアル感を重視している」という点と学生が運営しているという点を明確にしながら差別化を図ります。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私たちは高校生と年齢が近く、全員、後期受験で宮崎大学に入学したという経験があります。その際、後期受験大学を選択するにあたって情報収集に大変苦労したという経験を持っています。また、大学のネームバリューや偏差値に捕らわれた大学選びをしてしまったという強い後悔の思いがあります。そのため、より高校生に近い目線で、よりニーズに合った情報を提供することができます。

また、毎日の時間を活かし編集することや、自分たちの母校とのコネクションを活かし、アイデアを高校生に聞くことができるため、実現可能性を高めています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、全国の高校生が抱えている受験校選びの難しさや進学情報へのアクセス格差、また地域大学の魅力発信不足といった課題に貢献し、高校生が自分に合った大学を見つけやすくなる環境を整えることで進路選択の質を高めます。

その結果、地元大学への志願者が増え、若者の地域定着やUターン進学が期待されます。就活・高校受験などへの展開、動画コンテンツの拡大によるスポンサー企業の拡大も可能です。その時代やニーズに合わせて柔軟に対応できる将来性のあるプランです。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	1560	3120	4680
② 売上原価 ※	360	710	1070
③ 粗利 (①-②)	1200	2410	3610
④ 販売費 ※	30	60	90
⑤ 営業利益 (③-④)	1170	2350	3520
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	1170	2350	3520

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
動画編集ソフト	3万円	ビジコン賞金	28万円
広告テスト費	5万円		
広告物デザイン費	2万円		
その他雑費	3万円		
アプリ開発費	15万円		

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等



第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	地域資源創成学部 地域資源創成学科 1年	（ふりがな） 代表者氏名	なかはら はるか 中原 春香
代表者 連絡先 （アパート名等、部屋番号も記載） ※結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 7, 11

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. バイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 ゲーナビ	
キャッチフレーズ 手軽に、楽しく、安全に。新常識ゲーセンライフ	
代表者名 中原春香	
学校名 宮崎大学	所属名
共同提案者名	

## 1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

ゲーナビは、ゲームセンターを利用する客に対して、ゲームセンターの込み具合が分からず、遊びに来たのに人が多くて遊べなかった、苦手な人に会いたくないけどいるかどうか分からないという問題に対して、ゲーセンの待ち時間をプレイヤー名、実力、利用状況込みで家からでも把握できるサービス・アプリを開発・設置することで、ゲーセンユーザーの無駄な待ち時間を短縮する、会いたい人・苦手な人と会う時間をずらすことでゲーセンに行きやすくするということを果たしながら、ゲームやクレーンゲームなどのゲーセン関連の広告を打つことでビジネスを成立させるプランです。

## 2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、混雑状況が把握できず、ゲームセンターに遊びに行ったのに人が多くて遊べなかった、苦手な人に会いたくない、けどゲームセンターに行きたいとなった時に、その人がいるかどうか分からなくて行く意欲がわからない、上級者が先にプレイしていて初心者がやりづらい、という経験に基づき、アプリを通して待ち時間・利用状況を家から確認できる、また、プレイヤー名や実力を表す数値などを書くことで、苦手な人と会わないようにできる、飛び入りで遊べるようにするシステムを有しています。

特にどのくらい人がいるかの加え、プレイヤー名等も家から見れることにより、顧客に遊びたい人と飛び入りで参加できるようにするシステムを提供します。

この事業の「ウリ」は従来の待ち時間管理システムより、詳細な情報が分かることです。

作るものとしては

- 回転寿司屋などの受付にあるようなデジタル名簿表の機能を持つ機材
- 上記と連動させたアプリ
- カード

です。

アプリでは、店舗ごとに誰がいるか(あるいは年齢層、熟練度、性別などの大雑把な情報)や待ち時間を確認することができる。また、私がゲームメーカーの外部業者となることを活かして、Gigoや楽市楽座などのように、どこのゲームセンターでも使えるシステムとして開発予定です。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

すべてのゲームセンターの顧客に、すべてのゲームセンターにシステムを導入し、ゲームセンターに訪れた顧客にアプリを入れてもらうことを基本戦略としています。

価格は基本無料に設定し、その理由は幅広い人に気軽に始めてほしいからです。

販売チャネルとしては app ストア、グーグルプレイを想定しており、PR はゲームセンターのポスター、店員さんの協力を通じて行います。

ゲームセンターのアミューズメントコーナーには今のところ競合がないので、なぜまだ実現ができていないのかも視野に入れて開発していきます。

想定される主なリスクは提示する情報によっては個人情報となってしまうこと、設置・開発費用です。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

この事業に関する私の経験としては、

- ・ 時間をかけてゲームセンターに来たのに、混雑していたためプレイできなかった
- ・ 上級者が先にやっていてやりづらかった
- ・ SNS でのゲームセンターで遊ぼうという誘いに時間が経ってから気付いて、まだ遊んでいるかが分からなかった
- ・ ゲームを待つ場所がないので、離れて待っていたら気づかれずコンティニューされた
- ・ ゲームセンターで仲良くなった友達と約束するほどではないがゲームセンターにいるなら遊びたい

私自身がゲームセンターに週 4 くらいの頻度で行っているので、このような事例をよく体験しています

アプリ開発の技術は、他の協力者に依頼する予定です。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、ゲームセンターという人々の娯楽に対して貢献し、現代を忙しく生きる顧客に、より快適で安心なゲームライフをもたらします。

実現に向けてはシステムエンジニアの方や既存のゲームセンターを活用予定であり、3 年以内には一部地域での運営達成を目指します。

ゲームセンターは全国にあるものであり、数も多い 2021 年で約 4,000 店舗)、また、予想されているゲームセンターユーザーは約 800 万人と出てきたので、展開できれば多大な利益が出る可能性もおおいにあります。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 1 年)	第 2 期 ( 2 年)	第 3 期 ( 3 年)
① 売上高	1000	2000	2500
② 売上原価 ※	750	1500	1500
③ 粗利 (①-②)	250	500	1000
④ 販売費 ※	200	200	300
⑤ 営業利益 (③-④)	50	300	700
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	50	300	700

広告は1クリックで15円入ると仮定  
宮崎に推定されるゲームセンターユーザーは約14万人ということなので、  
まずは半数の約70,000回のクリックを目指す

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
機材代	合わせて一セッ	ビジコン	30万
設置台	ト	投資	50万
アプリ開発	75万	自己投資	20万
広告費	20万		

## 8. 別紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	地域資源創成学部地域資源創成 学科1年	(ふりがな) 代表者氏名	つぎたちひろ 次田知紘
代表者 連絡先 (アパート名等、部屋番号も記載) ※結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)	立命館大学 法学部 法学科 1回生  元 太陽 (もと たいよう)		
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします(携帯電話番号でもOKです)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。(複数回答可)

事業区分 4, 7, 13, 15

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー(省力化含む) 3. バイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 Takanabe Citrus Distillery	
キャッチフレーズ 柑輝回るジン	
代表者名 次田知紘	
学校名 宮崎大学	所属名 地域資源創成学部地域資源創成学科
共同提案者名 元 太陽	

## 1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割（社会的意義）は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

Takanabe Citrus Distillery は地元農家や消費者に対し、規格外柑橘を使ったクラフトジンの販売及びそれに付随する観光事業で収益を得るプランです。EC サイトでの販売に加え、体験型観光の場として蒸留所でのワークショップ、農園・温泉ツアーなどを提供することで、地域の活性化を狙います。さらに製造時の副産物を肥料に変えることで循環型社会を目指します。

## 2. ビジネスプランの具体的内容

## 【テーマ、背景】

この事業は宮崎県にある高鍋町の課題、規格外日向夏、へべすの廃棄、過疎化による若年層の流出、観光資源の未活用から着想を得ました。SDGs の視点を用い、規格外柑橘をクラフトジンとジンソーダに変え、産物を堆肥、飼料に再利用する循環型モデルを構築し、宮崎の文化と伝統を継承しつつ、訪日外国人や若年層の体験重視トレンドに答え、観光事業を行い、高鍋町を「柑橘の輝き」の発信地とするビジョンで考えました。

## 【商品の内容、サービス】

## クラフトジン 「柑輝」

**内容**：内容量 720ml、アルコール度数 40%、販売価格 2,200 円（原価 742 円）。ボタニカルとしてジュニパーベリー（45%）、規格外日向夏（30%）、へべす（15%）、ハーブ（10%）を使用。風味は爽やかな柑橘フレーバー。

**特徴**：宮崎県の特産品である日向夏とへべすを使用することで爽やかな柑橘フレーバーとなっている。一般的な内容量であるがアルコール度数は平均的な数値となっており、若い人でも気軽に飲めるジンとなっている。ジンのボトルラベルに特設サイトの QR コードを印刷し、スマホでスキャンするとオリジナル動画（日向夏・へべす農家のストーリー、規格外日向夏やへべすがジンへ生まれ変わる過程、副産物を肥料として利用する循環型モデルの説明）が表示される。観光客向けプレミアム土産として、高鍋町のことを伝える。

**ターゲット**：個人消費者（若年層）、地元客、観光客（国内・訪日外国人）、飲食店（バーなどを含む）

**生産**：8,100 本（1 年度）

**販売方法**：EC サイト（amazon、楽天、Yahoo）、蒸留所直販、体験型観光などでの物販

### 「柑輝」ジンソーダ

**内容**：330ml、アルコール度数 7%、180 円（原価 95 円）。ジンと炭酸水の比率は 1:4 となっている。

**特徴**：2 年度からクラフトジンをもっと気軽に楽しめるようにとのコンセプトでジンソーダ缶として販売。ジン本来の風味を堪能できるさっぱりとした飲み口。フルオープン缶であり、開けると日向夏が浮かび上がってくる（330ml ジンソーダ缶において果実が入っているのはおそらく世界初）。クラフトジンと同じく缶に QR コードを印刷しスキャンするとオリジナル動画が表示される。

**ターゲット**：個人消費者（若年層）、地元客、観光客

**生産**：91,900 本（2 年度）

**販売方法**：EC サイト（amazon、楽天、Yahoo）、蒸留所直販、体験型観光などでの物販、コンビニ

### 観光体験

**内容**：自分でオリジナルジンを作る蒸留所ワークショップ（5,000 円、1 年度 935 人）、提携農家で日向夏を取る農園ツアー（3,000 円、初年度 935 人）、高鍋温泉とジンのセット（8,000 円、165 人）

**特徴**：英語・中国語での説明も可能にすることで訪日外国人へ訴求。高鍋町の地域密着型のプログラムとなる。

### 循環型モデル

**内容**：規格外柑橘 350kg 購入（農家 5 軒、17.5 万円/収入増）。副産物 700kg を堆肥（200kg、肥料コスト 50 万円/年削減）と飼料（500kg、飼料コスト 15 万円/年削減）に再利用。CO2 削減 2 トン/年。

### 【独自性・他社との差別化ポイント】

**世界初の試み**：ジンソーダ缶においてフルオープン缶を採用し、スライスされた日向夏を入れることで見た目がおしゃれになるだけでなく、香りもより強く味わうことができる。

**完全循環モデル**：副産物 700kg を 100%再利用（堆肥・飼料）

**地域密着型観光の統合**：クラフトジンとジンソーダ缶を観光体験の入口とし、高鍋町を「柑橘の観光地」に。QR コードで観光クーポンを提供し、蒸留所、農園、温泉を結ぶ。

### 【顧客にとっての価値】

**観光客（国内・訪日外国人）**：ジン（2,200 円）はプレミアムなお土産として、ジンソーダ缶（180 円）は手軽なお土産として購入することができる。蒸留所ワークショップや農園ツアーで高鍋町の柑橘文化と自然を体感することができる。ゼロウェイスト（CO2 削減 2 トン）で SDGs を実感することができる。

**個人消費者**：2,200 円や 180 円という比較的安価な値段で柑橘系のクラフトジン・ジンソーダを味わえ、ゼロウェイスト（CO2 削減 2 トン）に貢献でき、SDGs を実感することができる。

**地元客**：ジン、ソーダを通じて地域愛の再発見が可能。高鍋温泉セットでリラックスし、観光プログラムで地元の価値を実感。ゼロウェイスト（CO2 削減 2 トン）で SDGs を実感することができる。

**農家**：規格外柑橘の販路確保（25 万円/年）と堆肥、飼料提供（65 万円/年コスト削減）。観光客との交流で地域活性化に貢献。ゼロウェイスト（CO2 削減 2 トン）で SDGs を実感することができる。

### 【この事業の「ウリ」】

本事業の最大の「ウリ」は地域密着型の観光業である。クラフトジンとジンソーダ缶を高鍋町の観光体験（蒸留所ワークショップ、農園ツアー、温泉セット）の入口とする。農家 5 軒の規格外日向夏・へべす（700kg/年）が「輝き」に変わる物語を SNS によって発信することで観光客を高鍋町に誘導する。この、他にない観光統合モデルは、農家支援（25 万円/年）、循環型モデル（CO2 削減 2 トン）、地域再生を可視化し、訪日外国人や消費者の心を掴みます。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

若い世代向けに SNS 広告の積極的活用（Youtube 広告、Google 広告、Instagram 広告、TikTok 広告、案件など）。

ただ単に廃棄される農作物を使った活動ではなく、観光、リサイクルモデルなどとセットで運用します。

この事業は京谷酒造の油津 吟やサントリーの翠とは異なり、規格外柑橘を使ったジンとソーダに QR コードを用いた CM と完全循環モデルを統合し、観光体験で高鍋町を活性化させます。そうすることで、地域課題解決と消費者エンゲージメントで独自性を発揮します。

瓶や缶のラベルに印刷された QR コードを用いて、キャッシュバックキャンペーンやオリジナル動画（規格外柑橘がジンへと生まれ変わる過程、農家の声など）を流すことでブランディング力を向上させる。

Takanabe Citrus Distillery の事業リスクは QR コードの読み取り率が低迷することによる認知の低下や操作ハードル、京谷酒造の油津 吟の地元販路やサントリーの翠との価格競争による競合、初期投資の回収遅延、原料の供給不安定です。対策としては SNS を用いた広告戦略やキャンペーン、観光連携強化、農家契約で安定化を図ります。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

SNS で広告を流すに当たってこれまで自分が培ってきた動画撮影技術や編集技術を生かすことで広告の制作費用を抑えることができ、本来制作に充てる予算を広告に充てることができる。さらに web サイトの作成をしたことがあり、制作費用を抑えることができる。また 1 年間で Youtube チャンネルの者数を 2000 人以上増加させた経験もあり、マーケティングに役に立てることができると思う。

私は高校の文化祭の企画である食品販売で自分のクラスが販売する商品を提案しました。その商品はスポーツなどのイベント会場で販売されていたため、そこでの人気度を把握し、自身の友人知人や弟の友達などの声をリサーチしたうえで、企画が通った際の準備や物品購入、販売手段などを想定のもと、無理なく、かつ多くの人に楽しんでもらえるメニューとしてプレゼンしました。当日は早期に完売することができました。この経験は今回の事業において必ず役に立つと考えます。

## 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

Takanabe Citrus Distillery の事業はクラフトジンとジンソーダの販売を軸に、宮崎県高鍋町の課題である、規格外柑橘の廃棄、過疎化、観光資源の未活用を解決し、社会的貢献と実現性の両立させます。規格外柑橘の活用と副産物を堆肥、飼料に再利用する循環型モデルで SDGs に貢献し、QR コードのCM 動画とクーポンで観光客の増加を促進することで、高鍋町を観光地化します。試作、農家契約、補助金、融資で実現性を確保し、ジンとジンソーダの売り上げや地元雇用の創出で地域経済を活性化させます。将来の実業家としての抱負は、高鍋町を「柑橘の輝き」の発信地とすることで地域課題をビジネスで解決し、規格外農産物の活用モデルを全国の過疎地域に広げ、海外進出と観光客増加で持続可能な地域創成をリードすることです。

## 6. 売上・利益計画

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
1 売上高	26,820 千円	96,932 千円	225,910 千円
2 売上原価 ※	8,708 千円	35,777 千円	64,704 千円
3 粗利 (①-②)	18,112 千円	61,155 千円	161,206 千円
4 販売費 ※	9,609 千円	24,998 千円	43,298 千円
5 営業利益 (③-④)	8,503 千円	36,157 千円	117,908 千円
6 営業外損益 ※	77 千円	54 千円	1 千円
7 経常利益 (⑤-⑥)	8,426 千円	36,103 千円	117,907 千円

(単位：千円)

### ・売上高

第1期はクラフトジンを年間合計 8,100 本販売する。1 本の販売価格を 2200 円と設定した場合

**年間売上高 ①** 8,100 本×2,200 円=17,820 千円

ワークショップの年間来場者数を 935 人と見込み、1 人当たりの価格を 5,000 円と設定した場合

**年間売上高 ②** 935 人×5,000 円=4,675 千円

農園ツアーの年間来場者数を 935 人と見込み、1 人当たりの価格を 3,000 円と設定した場合

**年間売上高 ③** 935 人×3,000 円=2,805 千円

高鍋ビーチカクテルパーティーの年間来場者を 200 人と見込み、1 人当たりの価格を 1,000 円と設定した場合

**年間売上高 ④** 200 人×1,000 円=200 千円

高鍋温泉とのコラボイベントの年間来場者を 165 人と見込み、1 人当たりの価格を 8,000 円と設定した場合

**年間売上高 ⑤** 165 人×8,000 円=1,320 千円

**年間売上総額** ①+②+③+④+⑤=26,820 千円

なお2年度からはジンソーダを 1 缶 180 円で販売する。

## ・売上原価

クラフトジンの製造には酒類原料アルコールと香り付けのためのボタニカルが必要である。

ボタニカルにハーブ、ジュニパーベリー、宮崎県産の規格外へべす・日向夏を使用する。

またその他にも瓶などの容器代や提携企業とのロイヤリティ代がかかる。

**酒類原料アルコール** 7,000L×100 円=700 千円

**ボタニカル（へべす、日向夏+ハーブ+ジュニパーベリー）**

350kg×50 円+7kg×200 円+350kg×5,000 円=1,768 千円

**容器および梱包費用** 8,100 本×438 円=3,547 千円

**ロイヤリティ** ③④⑤の売上の30%を相手方の取り分とするので 4,325 千円×0.3=1,297 千円

**ワークショップ** 価格のうち3割が原価を占めるので 4,655 千円×0.3=1,396 千円

**売上原価合計** 700 千円+1,769 千円+3,547 千円+1,396 千円+1,396 千円=8,708 千円

## ・販売費

第1期は6月から販売を開始するので12月までの7か月間が販売期間である。そのため7か月分の人件費、広告費、ECサイトに払う運営費などが発生する。

**人件費（ガイド1人、副産物処理スタッフ1人、製造作業スタッフ2人、梱包スタッフ2人、広報1人）**

(70 千円+50 千円+360 千円+360 千円+190 千円)×7 か月=7,210 千円

**広告費（Instagram 広告、Youtube 広告、Tiktok 広告、Google 広告、パンフレット、web サイト、試飲イベント、町おこし協力隊、インフルエンサー案件）**

一か月あたり 264 千円×7 か月=1,850 千円

**EC サイト（amazon、楽天、ヤフー）** 初回費用+6 か月分の費用より 129 千円+69 千円×6 か月=549 千円

**販売費合計** 7,210 千円+1,850 千円+549 千円=9,609 千円

なお2年度以降は新たに人を雇い、広告費も増大させ、海外展開をする。

## ・営業外損益

1月に2年返済の450万の銀行融資を受け、3月に2年返済の450万の追加銀行融資を受け、5月に8か月返済の100万の追加銀行融資を受けた場合、すべて融資を受けた翌月から元本の返済をすると仮定すると12月までの利息は 39,275 円+33,812 円+4,380 円=77,466 円となる(計算方式によって異なる場合があ

る)

## 7. 資金計画

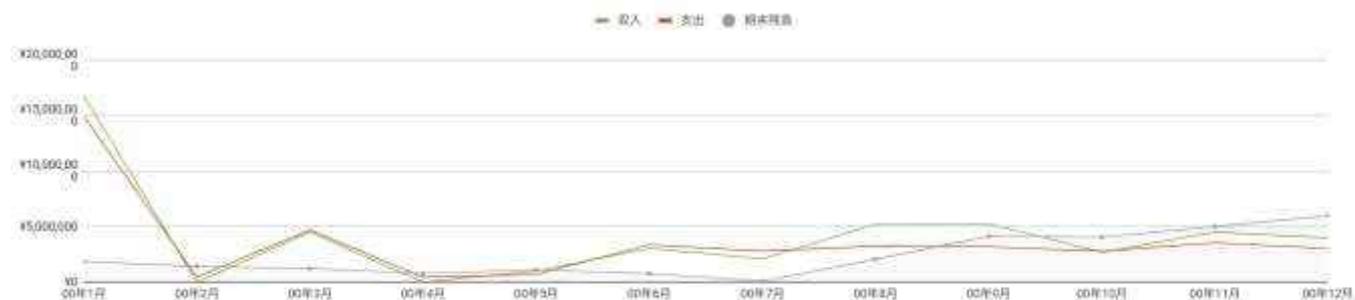
必要資金	金額	調達方法	金額
・設備資金		・資金調達	
ポットスチル	2,500 千円	補助金	3,500 千円
全自動充てん機	2,500 千円	リフォーム補助金	500 千円
ロータリーボトルリンサー	1,000 千円	宮崎地域産業支援	1,000 千円
タンク	300 千円	中小企業支援	1,500 千円
粉碎機	500 千円	環境整備補助金	500 千円
ろ過装置	500 千円	銀行融資	10,000 千円
たい肥化容器	300 千円	自己資金	306 千円
乾燥機	700 千円	クラウドファンディング	5,000 千円
上下水道接続	800 千円		
浄化槽	600 千円		
排水検査	100 千円		
施設改装	4,000 千円		
土地・施設関連費用	5,000 千円		
・申請費用			
用途変更申請	100 千円		
耐久診断	150 千円		
消防計画書	50 千円		
消防設備設置	300 千円		
酒類製造免許	200 千円		
浄化槽設置許可	100 千円		
不動産会社と契約	50 千円		
農地移転申請	50 千円		
・運転資金			

土地賃貸（6 か月）	30 千円		
インターネット（1 か月）	6 千円		
電気（1 か月）	70 千円		
水道（1 か月）	15 千円		
販売費（1 か月）	1,423 千円		
売上原価（1 か月）	892 千円		
設備維持費(1 か月)	70 千円		
・合計	22,306 千円	・合計	22,306 千円

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

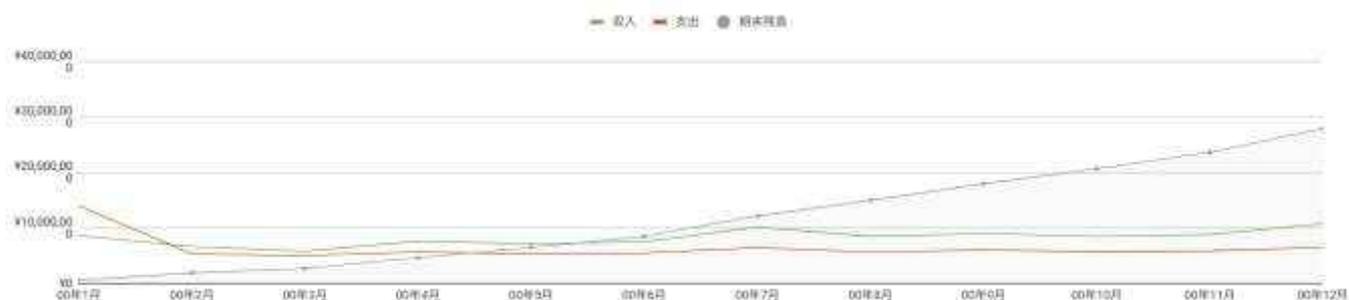
キャッシュフロー表（収入に融資も含む）

第1期キャッシュフロー表



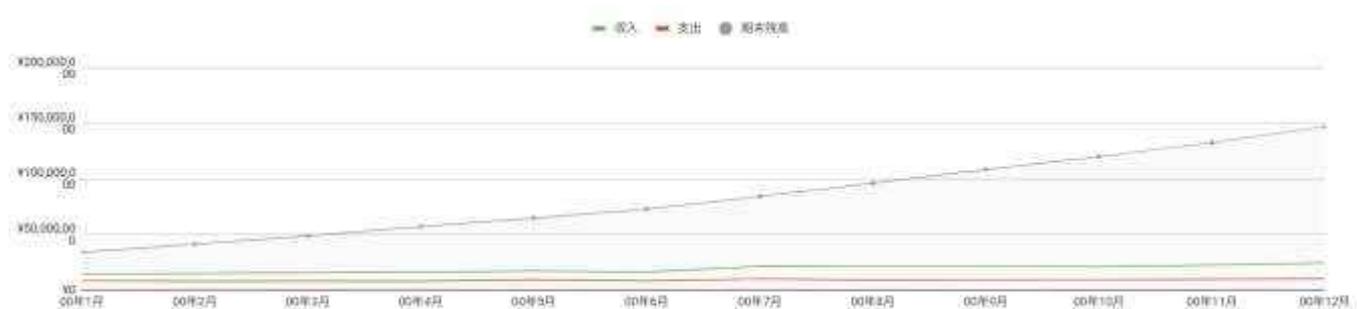
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	平均
収入	¥16,806,000	¥0	¥4,500,000	¥0	¥1,000,000	¥3,040,000	¥2,100,000	¥5,220,000	¥5,280,000	¥2,680,000	¥4,520,000	¥3,980,000	¥49,126,000	¥4,912,600
支出	¥14,950,000	¥442,000	¥4,691,815	¥433,629	¥683,258	¥3,372,486	¥2,794,089	¥3,243,293	¥3,188,596	¥2,777,498	¥3,551,400	¥3,024,901	¥43,152,965	¥3,596,080
純貯蓄	¥1,856,000	¥442,000	¥191,815	¥433,629	¥316,742	¥332,486	¥694,089	¥1,976,707	¥2,091,404	¥97,498	¥968,600	¥955,099	¥5,973,035	¥1,360,759
期末残高	¥1,856,000	¥1,414,000	¥1,222,185	¥788,556	¥1,105,298	¥772,812	¥78,723	¥2,055,430	¥4,146,834	¥4,049,336	¥5,017,936	¥5,973,035		¥2,373,345

第2期キャッシュフロー表



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	平均
収入	¥8,640,000	¥6,680,000	¥5,820,000	¥7,650,000	¥7,180,000	¥7,520,000	¥10,180,000	¥8,500,000	¥9,020,000	¥8,480,000	¥8,860,000	¥10,800,000	¥99,332,000	¥8,277,667
支出	¥14,041,301	¥5,335,101	¥5,026,028	¥5,687,453	¥5,356,079	¥5,512,503	¥6,469,727	¥5,695,751	¥6,052,973	¥5,762,996	¥5,882,417	¥6,504,639	¥77,326,968	¥6,443,914
純貯蓄	¥5,401,301	¥1,344,899	¥793,972	¥1,962,547	¥1,823,921	¥2,009,497	¥3,710,273	¥2,804,249	¥2,967,027	¥2,717,004	¥2,977,583	¥4,295,361	¥22,005,032	¥2,491,485
期末残高	¥571,734	¥1,916,633	¥2,710,605	¥4,673,152	¥6,497,073	¥8,506,570	¥12,216,843	¥15,021,092	¥17,988,119	¥20,705,123	¥23,682,706	¥27,978,067		¥11,872,310

### 第3期キャッシュフロー表



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	平均
収入	¥14,400,000	¥15,040,000	¥15,480,000	¥16,220,000	¥17,120,000	¥16,190,000	¥21,300,000	¥21,100,000	¥21,360,000	¥20,890,000	¥22,530,000	¥24,280,000	¥225,910,000	¥18,825,833
支出	¥8,298,400	¥7,810,700	¥7,970,300	¥7,827,500	¥9,435,800	¥8,077,400	¥9,975,400	¥9,009,800	¥9,056,600	¥9,379,400	¥9,641,400	¥10,023,600	¥106,506,300	¥8,875,525
純貯蓄	¥6,101,600	¥7,229,300	¥7,509,700	¥8,392,500	¥7,684,200	¥8,112,600	¥11,324,600	¥12,090,200	¥12,303,400	¥11,510,600	¥12,888,600	¥14,256,400	¥119,403,700	¥9,950,308
期末残高	¥34,079,667	¥41,308,967	¥48,818,667	¥57,211,167	¥64,895,367	¥73,007,967	¥84,332,567	¥96,422,767	¥108,726,167	¥120,236,767	¥133,125,367	¥147,381,767		¥84,128,934

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎公立大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	人文学部 国際文化学科	（ふりがな） 代表者氏名	あんどう ももか 安藤 百香
代表者 連絡先 （アパート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 7 11 12 15

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1. 机上で考えた段階の事業計画である。

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 Omusubi	
キャッチフレーズ 出逢いまで、最短ルート。	
代表者名 安藤百香	
学校名 宮崎公立大学	所属名 人文学部 国際文化学科
共同提案者名 -	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

人と飲食店をマッチングするアプリ。スワイプ操作で自分に合ったお店を直感的に発見。そのまま予約も可能。利用者は新しいお気に入り店に出会い、飲食店は多くの人に知ってもらい来客アップ。主に広告と予約手数料で収益化。

2. ビジネスプランの具体的内容

私は、スマートフォン向けの「人と飲食店のマッチングアプリ」の開発と運営を計画しています。ユーザーはアプリを開くと、周辺の飲食店が1件ずつカード形式で表示されます。

利用者は、ジャンル、価格帯、現在地、支払い方法などを選択し、出てきた候補画面の中から気になったお店を右にスワイプすることで「気になるお店」としてお気に入りに登録し、左にスワイプすればスキップできます。

このシンプルなスワイプ操作により、ユーザーは膨大な情報に迷うことなく、直感的に自分の好みに合った飲食店を選べます。お気に入りに登録したお店は一覧でいつでも確認可能で、詳細情報(店舗写真、メニュー例、価格帯、営業時間、アクセス方法など)も閲覧できます。さらに、アプリ内から直接ネット予約が可能のため、来店までの流れがシームレスです。将来的にはAIを活用し、ユーザーの過去の選択履歴や心理診断をもとにおすすめのお店を提案するレコメンド機能の実装も視野に入れていきます。

店舗側は、アプリへの無料登録により、自店の情報を掲載できるほか、広告バナーの掲載や予約受付を通じて新規顧客の獲得を目指したり、収益源として

広告料や予約手数料が収益源となり、店舗は効果的な集客手段を手に入れられます。

このサービスは、利用者が手軽に外食先を見つけられ、飲食店は効率的に若年層へアプローチできるという双方のメリットを持ち、地域経済の活性化にも寄与すると考えています。

展開としては、宮崎のイベントや飲食店で使ってもらい、そこから出たデータをもとに、全国へと拡大していきたいと考えています。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

類似サービスに「食べログ」や「ぐるなび」などの飲食店検索サイトがありますが、本アプリは“検索型”ではなく、“スワイプによる直感的なマッチング”が特徴です。従来の「比較して選ぶ」形式から、「直感で出会う」体験型へと進化させ、ユーザーにワクワク感と手軽さを提供します。

リスクとしては、①登録飲食店数が初期段階で少ないことによるユーザー離れ、②ユーザーが継続的に利用するモチベーション維持の難しさ、③競合アプリの登場による差別化困難、が考えられます。これらに対し、初期は宮崎県内の利用者のニーズに特化し、エリア限定で質の高いマッチング体験を提供することで、ユーザーの信頼と満足度を獲得していきます。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は宮崎公立大学で国際文化や地域社会について学びながら、日常的に「人との出会い」や「食」への関心を高めてきました。また、自身の性格である「面倒くさがり」「直感で選ぶ傾向」から、同世代に寄り添ったサービス設計ができると感じています。

実際に、VOを用いたUI/UXデザインやアプリプロトタイプ制作を経験しており、現在も開発と検証を繰り返しています。現時点では特許などは取得していませんが、独自のスワイプ体験・マッチング手法を活かしたアイデア設計に自信があります。

また、大学内でのアンケート調査やユーザーインタビューも実施し、ターゲット層の課題を自分の言葉で吸い上げながらサービスに反映する力を身につけています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

このアプリは、飲食店選びに悩む若者と、新しいお客さまに出会いたい飲食店を結びつけることで、“地域のつながり不足”という社会課題にアプローチするサービスです。特に地方では、若者と地元店舗の間に心理的・情動的な距離があり、良いお店が埋もれてしまう現状があります。

このアプリを通じて、飲食店は新しい層に知ってもらうきっかけを得て来客数が増加し、ユーザーは知らなかった魅力的な地元のお店と気軽につながることができます。結果として、地域経済や人と人のつながりを活性化する効果が期待できます。

今後は宮崎からスタートし、九州全域へとサービスを展開。将来的には、地方の活性化に貢献する“若者×地域×飲食”の新しいモデルとして、全国へ広げていきたいと考えています。また、このマッチングアプリ形式の情報集めツールの仕組みを、他のものにも反映させ、商品×人や、ニュース×人などのつながりを増やす仕組みを完成できればと考えています。私はこの事業を通じて、「面倒くささを楽しさに変える仕組みづくり」を軸に、地域と若者をつなぐ事業家を目指します。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2 0 2 5 年)	第 2 期 ( 2 0 2 6 年)	第 3 期 ( 2 0 2 7 年)
① 売上高	600	8,000	30,000
② 売上原価 ※	300	1200	3,000
③ 粗利 (①-②)	300	6800	27,000
④ 販売費 ※	500	3000	6,000
⑤ 営業利益 (③-④)	-200	3800	21,000
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	200	3800	21,000

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
アプリ資金、～50 広告宣伝費、100 サイト作成・運用費、100 サーバー代、100 アプリストア登録料、30 予備費・雑費、50	合計 430	自己資金、クラウドファンディングなど。	430

## 8. 別紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	農学部 森林緑地環境科学科 2年	(ふりがな) 代表者氏名	うじたこのか 宇治田このか
代表者 連絡先 (アパート名等、部屋番号も記載) ※結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)	九州大学・農学部・生物資源環境学科 3年 栗山美音(くりやまみお)		
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします(携帯電話番号でもOKです)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。  
(複数回答可)

事業区分 7,

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー(省力化含む) 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他  
( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 By Tree	
キャッチフレーズ 新しいあなたを見つけに行こう	
代表者名 宇治田このか	
学校名 宮崎大学	所属名 森林緑地環境科学科
共同提案者名 栗山美音	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

「By Tree」は、学校以外の場でも活動してみたい児童・生徒やその保護者に対して、ツリークライミング®という新たな自然体験活動の分野を提案し、参加者に唯一無二の経験と、「挑戦する心」を育むきっかけを提供しながら、体験会での参加費や学校・他企業との連携による収入を持続的に得ることを目的としたビジネスプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、SDGsでも取り上げられている生態系保護への社会全体の意識の高まりや、近年の不登校児童・生徒の増加の問題、学校外の活動の充実化の促進傾向などに基づき、自然へのダメージを最小限に抑えながら、子どもたちの自然との触れ合いや学校外での新たな挑戦をサポートできるという特徴を有しています。

ツリークライミング®は未だ、全国でも普及が少ないですが、大きく健康な樹木さえあれば都心部でも体験会の開催が可能です。特に、ツリークライミングジャパン(TCJ)での資格制度、専用のギアなどにより確立された安全管理体制は、子どもたちやその保護者に、非日常世界である樹上での新たな体験を、高い安全性のもと提供します。

類似サービスには有限会社福田フルーツパークが存在しますが、本事業はツリークライミングのみに特化していること、児童・生徒とその保護者が一緒に挑戦できる機会があることなどに優位性があります。

この事業の「ウリ」は、高い安全性のもと、自然への負担を最小限にしつつ、自然体験活動の分野での子どもたちの挑戦を後押しできることです。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

学校以外の場でも活動してみたい児童・生徒やその保護者に、新たな自然体験活動や挑戦の機会を提供し、その体験会での参加費や、学校・他企業との連携による収入を持続的に得ることをマーケティングの基本戦略としています。

価格は体験会一人につき 5000 円に設定します。その理由はギアレンタル代、保険代、フィールド使用代、スタッフ人件費などを考慮しているためです。

販売チャネルとしてはアウトドア関連企業、地域連携、NPO 法人との連携に加え、夏場、冬場の集客率を上げるためにキャンプ場とのコラボレーションを多く計画することなどを想定しており、PR は SNS や、TCJ の HP を通じて行います。

競合としては自然体験を主に活動する NPO 法人などが考えられますが、比較的低価格でのサービスの提供、小さな子どもでも安全に体験できる充実したサポート体制を強みとし、他の企業などとの差別化を図ります。また、ツリークライミング自体の認知度が他の自然体験と比較して低いという弱みとも言える現状を活かし、新たな自然体験活動の分野を提案していきます。

想定されるリスクは活動可能な大きな樹木の伐採、参加者の危険行為によるけが・事故、TCJ による資格システムの変化などです。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は MRS-1 ベーシックツリークライマーの資格を 16 歳で取得し、今までに 3 回の体験会と 2 回の講習会にスタッフとして参加をしてきた経験を持っています。

体験会には、8~10 人ほどの参加者がおり、ファシリテーター（ツリークライミング体験イベントの企画・マネジメント・実施を行うことができる資格取得者）の進行の元、準備運動→体験→振り返りと記念写真撮影といった流れで行われました。私はファシリテーターのサポートをするスタッフとして、参加者に関わって来ました。

講習会では、TCJ オフィシャルインストラクター（ツリークライマーの資格取得に向けた講習会の企画・マネジメント・実施を行うことができる資格取得者）の進行の元、8 人程の受講者に向けて MRS-1 ベーシックツリークライマー・MRS-2 ツリークライマー・MRS-3 ツリークライマーの資格取得のための実技指導と座学研修を行います。ここでも私はインストラクターのサポートをするスタッフとして受講者と関わりました。

その中でたくさんの参加者・受講者と関わり、「このツリークライミング®をもっと多くの子どもたちに体験してほしい」という保護者や教育関係者の願いを知る機会が多くありました。

ツリークライミング®は商標登録されており、独自の資格認定制度や安全管理体制があります。また、現在、TCJ(Tree Climbing® Japan)に認められた MRS オフィシャルインストラクターの方々とのつながりがあり、そのの方々には年に 4 回程度の体験会、資格認定講習会開催の経験があります。さらに、宮崎県内には私のようにすでに資格を持っているクライマーが 51 名以上、ジュニアツリークライマーが 2 名以上いることから、これからの事業拡大に向けてのサポーターの増員も期待できます。

インストラクターの方々のご縁を活かしつつ、これからの自身のスキルアップ（ファシリテーターの資格の取得）を視野に入れ、事業の実現可能性を高めていきます。

## 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、児童や生徒、その保護者の学外活動の充実化や、自然体験活動の活性化に貢献し、親子での挑戦の機会や、新しい思い出づくりの場を地域・社会にもたらしめます。

実現に向けては、県内の現資格取得者に加え、地域の自然保護活動を行う団体との協力、クラウドファンディングを活用予定であり、3年以内には、宮崎全域で活動箇所の配置と、参加倍率1.5倍までの参加者増加という目標の達成を目指します。

将来的には大学にある様々なサークルとのコラボレーション、小中学校の道徳や探求の時間での体験会を利用した教育現場への進出、ジュニアツリークライマーの称号の取得あるいは資格保持者のスキルアップへ向けた習い事化などを想定しており、この活動を少しでも世の中に浸透させることをビジョンとして描いています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	3600	3697.5	3693.5
② 売上原価 ※	2160	2220	2220
③ 粗利 (①-②)	1440	1477.5	1473.5
④ 販売費 ※	1380	1395	1395
⑤ 営業利益 (③-④)	60	82.5	78.5
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	60	82.5	78.5

## 7. 資金計画

必要資金	金額 (千円)	調達方法	金額 (千円)
【設備投資】器具一式 (ロープ、カラビナ、など)	150	補助金 (ビジコン) クラウドファンディング (CAMPFIRE)	30 120
【設備資金】撮影機材 (ゴープロなど)	10	自己資金	10
【運用資金】広告費 (チラシなど)	3	自己資金	3
【運用資金】コングラチュレーションカード	2	自己資金	2

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等



宮崎大学田野演習林での体験会



フローランテ宮崎での体験会

宮崎大学農学部田野フィールドin フローランテ宮崎

## 初めてのツリークライミング体験

フローランテのメイン樹木であるテーダ松と、眼下に広がる春の花々と芝生広場という景観を活かした「ツリークライミング体験」を開催します。春の陽気に包まれながら植物に触れ、体を動かし、ウキウキ気分になって春の爽やかなフローランテをゆっくり楽しもう!!



**日時** 令和6年3月20日(水・祝) ※強風や雨天時は3月21日(日)に変更  
①午前の部 10:00～12:00 [受付9:30～9:50]  
②午後の部 14:00～16:00 [受付13:30～13:50]

**会場** フローランテ宮崎(宮崎市山崎町浜山14-16)

**定員** 各回先着10名 ※要事前申し込み、定員に達し次第締め切り

**体験費** 税込2,500円(傷害保険料、ギアの使用料含む)

※別途、要フローランテ宮崎入場料(大人300円、小)半券150円)

**対象** 小学生以上(就学前の児童は保護者と協議し未成年は保護者と同伴)

**講師** 宮崎大学農学部田野フィールド長兼専門職員TCJ公認インストラクター  
黒木義一ほか公認スタッフ(有資格者)

\*下記の二次元QRコードを読み込みメールアドレスよりお申し込みください  
受付開始: 2月26日(先着順) お申し込みはコチラ  
申込み: 宮崎大学農学部田野フィールド 会場: フローランテ宮崎  
締切: 3月17日(日)17:00(メール予約締切) 詳細はこちら  
TEL: 0985-86-0036(平日8:30～17:00)(予約受付電話番号)  
MAIL: tanofield@cc.miyazaki-u.ac.jp(お問い合わせのみ)



令和6年度に開催された県内のツリークライミング体験会のチラシ

比較企業 <https://www.fukuda-fp.com/>

TCJのHP [ツリークライミングジャパンオフィシャルサイト](#)

ツリークライミング専用のギア仕入先 [TREE CLIMBING WORLD | ツリークライミング アーボリスト 高所作業ギア専用ショップ](#)

クラウドファンディングの仲介サイト <https://camp-fire.jp/>

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	工学部 工学科 応用物質化学プログラム 4年	（ふりがな） 代表者氏名	よしの ななみ 吉野 那々実
代表者 連絡先 （アパート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）	宮崎産業経営大学 法学部 法律学科 4年 稲田 雅人（いなだ まさと）		
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

- （注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。  
（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。  
携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 7

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名	Solo Sync (ソロ シンク)		
キャッチフレーズ	“今ヒマ”から始まる、新しいひとり時間革命		
代表者名	吉野 那々実		
学校名	宮崎大学	所属名	工学部工学科応用物質化学プログラム
共同提案者名	稲田 雅人		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？  
等の要素を盛り込んでまとめてください。

リアルな友達とシェアする SNS に疲れた大学生や空き時間を有効に使いたい社会人に、今の場所や気分にあった“ひとり時間”を AI が即提案します。行なったソロ活は日記風ログに、自分だけの記録として思い出に残すことができます。「ヒマ」を行動するきっかけとして、豊かな時間の使い方を社会に広めます。提携施設への送客手数料やソロ客のデータを企業に提供して収益を得ます。

2. ビジネスプランの具体的内容

私たちの経験として、予定がない日はついダラダラ過ごして終わってしまい、一日を無駄にしたなと思うことがよくあります。そこでちょっとした空き時間も自分のために有効に使えるように提案してくれるアプリがあれば、一人でも充実した時間が過ごせるのではないかと思います。AI とソロ活を組み合わせたアプリを開発したいと思いました。

このビジネスは、SNS 疲れを感じている大学生や、出張や休日に急遽空き時間ができる 20~30 代社会人を対象とした“ソロ活提案サービス”です。大学生は比較的時間に余裕がある一方、インスタ映えを重視する時代から、「リアルな日常」を重視する流れに変化し、投稿を控える“見る専”も増えています。SNS の過剰なつながりに疲れている人も多く、ひとりの時間を充実させたいというニーズが高まっています。また、社会人は出張先や休日に思いがけず空き時間が生まれることも多く、最近では健康意識の高まりもあって、外に出て新しい体験を求める傾向があります。こうした背景を踏まえ、この層を主なターゲットとしました。

ユーザーは「今ヒマボタン」を押すだけで、所在地・気分・時間帯・予算に応じて AI が最適な“ひとり時間”の過ごし方を提案します。使えば使うほど AI が学習し、自分にぴったりのソロ活プランを受け取ることができます。さらに、ソロ活を日記風に記録できるログ機能により、過ごした時間が思い出として蓄積され、その日の感情を自分だけのひとり時間の軌跡として楽しむことができます。毎日 1 つだけランダムに提示されるデイリーミッションは、毎日アプリを開きたくなるきっかけとなり、飽きずに継続的に利用してもらえる工夫も取り入れています。

収益は、ソロ向け施設やカフェの提携し、客を誘導することで手数料を得る提携施設への送客や、匿名データを個人客向けの事業を課題とする観光地や外食チェーン、小売業界の企業へ販売、気分や行動に合わせた広告表示で広告主から利益を得る感情連動広告を想定しています。気軽にソロ活を行いたいというユーザーの思考を加味し、ユーザー負担ゼロで収益を得ます。

検索ベースで行動先を探すスタイルのアプリは既に存在し、目的地がある人や何かしようと決めた人にとっては便利ですが、何をしたいかまだ決まってない人や今日の気分でサクッと動きたい人のための、おでかけ検索アプリではなく、“気分に応じた 1 日提案 AI”というアプリは他にない先行性を持っています。

このサービスを通じて、「ひとり=ヒマ」という固定観念を変え、「ひとりでも楽しい」「自分の時間を自分でデザインする」という価値観を広げていきます。最終的には、暇な時間を無駄にしないことで、心地よい自己充足の文化を社会に根付かせ、ウェルビーイングの向上につなげることを目指します。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

まずは、基本戦略についてです。強みとしては、ターゲット層の「今ヒマ・どこか行きたい・無駄な時間を減らしたい」という気分ベースの衝動的ニーズにAIが即提案を行うという点が、他のおでかけアプリが情報の“検索”を前提としているのに対し、Solo Syncでは“提案型UX”で受け身でも楽しめる体験を提供できます。ターゲットである18~22歳の大学生は、「時間はあるが、お金はあまりかけたくない」という層です。Solo Syncは基本無料で、得をしながら遊べる仕組み（クーポン・シェア特典）を採用し、自然と使いたくなる設計になっています。課金圧のない体験で、Z世代の価値観に当てはまっています。ユーザーからの直接課金は基本なしとなっており、その代わりに広告収益（アプリ内の動画広告やリワード広告やクーポン連動の協賛金（飲食店などとの提携）など、“ユーザー負担ゼロ”の仕組みで利益を得ます。また、事業が発展していくと、行動データを活かした地域プロモーション支援なども収益源として展開可能です。

次に価格戦略についてです。顧客価格は無料で、代理店・店舗向け価格は月額5,000円から（クーポン提携 or 広告掲載）と設定しています。自身の経験から、ユーザーは「気軽にソロでおでかけしたい」層で、課金に対して抵抗があると判断したため、基本利用は完全無料にしました。一方で、店舗・広告主には「若年層への来店動機づけ」という明確な価値を提供できるため、低リスクな定額プランを設定しました。初期導入ハードルを下げ、継続提携を見込む価格設計になっています。他社アプリ（例：Hot Pepper、ぐるなび、Google ローカル広告等）は月額2~10万円前後+成果報酬型が一般的です。一方でSolo Syncは、Z世代特化、1人利用動機付けおよび行動データ可視化という特化型メリットを持ちつつ、価格は低めに抑えることで、導入のしやすさと継続性で差別化しています

次に販売戦略についてです。販売チャネルの確保は、サービス提供形態でモバイルアプリ（iOS/Android）として、アプリストアを通じたダイレクト配信型チャネルを採用し、開発後すぐに全国展開が可能であると考えています。提携先（カフェ・飲食店・施設など）とはオンラインでのクーポン発行連携やLINE等でのコード配布型連携を考えています。開発から流通までを低コストで完結できるD2Cモデル採用します。PR方法については、無料ソロ活診断を作り、ソロ活への理解を深めることで、アプリへ誘導するウェブ広告と、ターゲット層の多くが利用していると考えられる、TikTokとInstagramでの広告を活用しPRします。

競合状況において、市場での競合相手として、「Googleマップ」「Instagram」「Holiday」などが挙げられます。これらのアプリと比較してSolo Syncの優位性は、「今ヒマボタン」を使ってリアルタイムの状況を把握し、AIがユーザーにパーソナライズされたソロ活プランを提案する点です。Googleマップの情報収集やInstagramの投稿閲覧とは異なり、ユーザーの気分や状況に合わせた行動のきっかけを提供し、予定を立てずに気軽に行動できる利便性が強みです。また、Holidayのように旅行全体を計画するのではなく、その瞬間の気分のできる小さなソロ活を促す点も特徴的です。劣っている点としては、GoogleマップやInstagramのような圧倒的なユーザー基盤や大量の口コミ・投稿がないため、情報量やコミュニティの規模では劣っています。GoogleマップやInstagramは「見る・検索する」ことが主だが、Solo Syncは「今ヒマ」という状態に着目し、AIが積極的に行動の提案をするため、ユーザーは迷わず一歩を踏み出せます。Holidayは旅行好き向けの計画・共有が中心で、日常の隙間時間や急な空き時間を活用したソロ活には対応していないため、予定がなく暇な時間にすぐに使える、気軽に柔軟な体験提供が便利になります。

事業上のリスクとしては、2つ挙げられます。1つ目はAIの提案精度の問題です。AIが提案するソロ活プランの質が低かったり、現実的な提案ができなかったりすれば、ユーザー満足度が下がり、顧客の離脱につながる可能性があります。2つ目は、プライバシー・位置情報管理の懸念です。ユーザーのリアルタイム位置情報を扱うため、個人情報保護やセキュリティ対策が不十分だと信頼を失う恐れがあります。また、ソロ客の顧客データを販売して収益を得る際にも、データを慎重に扱う必要があります。

#### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

現時点では、特許、意匠、商標等の権利取得は行っていません。今後の事業展開においてアプリの中核機能である「今ヒマボタン」や、即時性・個別性を兼ね備えたソロ活提案アルゴリズムなどについては、独自性を明確にし、必要に応じて知的財産権の取得を検討します。

Solo Sync では、今ヒマボタンとユーザー位置情報・利用時間・行動履歴の統合による“今この瞬間”の個別最適化や提案されるプランやミッションに“選択のストレスを感じさせない”設計のような技術的な違いと運用知識が、既存サービスとの差異を生み出します。

#### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

現代の大学生は自由な時間が多く、その時間を有効活用するかどうかで学び・経験の質が大きく変わります。しかし、授業がない日や空きコマなど、何をするか決められないまま「とりあえず SNS」や「家でゴロゴロ」といった形で暇を浪費してしまう学生も少なくないと思います。Solo Sync は、そんななんとなく暇な時間に、ユーザーのその時の気分や状況に合った行動のきっかけを与えることで、「なんとなく過ごす時間」を「ちょっと楽しい経験」や「気軽な挑戦」に変換することを目指しています。これにより、時間の使い方を自発的にデザインする意識が生まれ、ウェルビーイングの向上にもつながります。日常の無駄になりがちな時間を楽しさや学びに変えるという、価値提供を行うことが Solo Sync の狙いです。

将来的には、都市圏の大学生を中心にユーザー層を拡大し、行動データと連動したローカル企業や飲食店とのタイアップなども視野に入れることで、地域経済との接点も持たせたいです。また、ユーザー数の拡大に伴い、日常行動の傾向に基づいたパーソナライズ型レコメンドの高度化を進め、大学生の行動プラットフォームとしての地位を確立したいです。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 1 年)	第 2 期 ( 2 年)	第 3 期 ( 3 年)
① 売上高	5,000	10,000	20,000
② 売上原価 ※	500	1,000	2,500
③ 粗利 (①-②)	4,500	9,000	17,500
④ 販売費 ※	1,200	3,000	6,000
⑤ 営業利益 (③-④)	3,300	6,000	11,500
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	3,300	6,000	11,500

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
アプリ開発費	2,000,000	自己資金	2,000,000
UI/UX デザイン費	500,000	クラウドファンディング	500,000
広告・SNS 運用費	1,000,000	投資会社出資	1,500,000
人件費・外注費	700,000	行政補助金	1,000,000
初期キャンペーン用クーポン原資	800,000		

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

アプリイメージ



## ソロ活日記

+ 記録する

公開中



### 渋谷のカフェで読書

📍 渋谷区, 東京 • 2024年1月15日

新しく見つけたカフェで小説を読みました。静かで集中できる良い場所でした。

♡ 12

🗨️ 3

📤 シェア

## 🎁 デイリーミッション

毎日のお題をクリアして特典をゲット！

今日のラッキーカラーを調べてみよう  
完了済み✓

新しいプレイリストを聴いてみよう  
進行中...

近所のカフェを探してみよう  
未完了

連続達成日数

7日

あと3日で特典アンロック！

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	農学部植物生産環境科学科4年	(ふりがな) 代表者氏名	とみなが こうたろう 富永 康太郎
代表者 連絡先 (パート名等、部屋番号も記載) ※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)			
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします(携帯電話番号でもOKです)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。(複数回答可)

事業区分 7, 8

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー(省力化含む) 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 新たな家族の関係～無理なくやり取りができる写真コミュニケーションアプリ	
キャッチフレーズ まごフィルター	
代表者名 富永康太郎	
学校名 宮崎大学	所属名 農学部 植物生産環境科学科4年
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

高齢者と若者が写真で自然につながる家族向け SNS「まごフィルター」を開発中。AIが家族のスマホ内の写真を自動選別し、自動送信。「送信予定。不要ならキャンセルしてください」という通知でやり取りを成立させる。祖父母と孫の双方向送信を実現し、無理なく継続できる新しい家族体験を創出する。サブスクリプション、または広告収入、介護施設などへの導入で介護施設からの月額利用料金で収益を得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

本サービス「まごフィルター」は、祖父母と孫を中心に、家族間の自然な写真共有を促す双方向型 SNS である。特徴は、AIによって自動でその日の写真を選別・提案し、「祖父母に送信予定です。不要であればキャンセルしてください」と通知するという通常の写真共有とは“逆転の設計”を採用している点にある。送信側が何もしなくても、共有が成立するため、従来の SNS に必要だった“投稿”というハードルを取り除く。送信は手間がかからず、写真共有が習慣化される。孫側からすると自分が撮った写真を自分から祖父母に写真を送るのは照れや恥ずかしい面倒だという気持ちがあるがこれにより解決される。

祖父母側にも同様の仕組みを導入し、スマホ操作が苦手でも AI が写真を選び、同じように「送信予定」の通知が届く。何もしなければ自動で孫に送信されるため、孫世代も「おじいちゃん・おばあちゃんから写真が届いた」という喜びを自然に得ることができる。この双方向モデルにより、家族全体が“写真でつながる”体験を日常的に得られる。

具体的な機能としては、①AIによるカメラロール内のその日のベストショット写真の選定、②「不要ならキャンセル」式の自動送信通知、③送信前写真に自動生成で一言メッセージを添える機能(例:「今日は空がきれいだった」)、④アプリが出題する「今日のお題」機能(例:「今日のごはん」「今の空」など)による参加きっかけの提供、⑤受信側が軽くリアクションできる「スタンプ返信」などがある。

AIによる写真の選定によって、孫が祖父母に送りたい恋人との写真や変顔、飲み場、露出度の高い写真など家族に共有するのにふさわしくない写真は送信されないようにする。

祖父母が何気なく撮った庭の花の写真が AI に選ばれ、送信される。それに対して孫がリアクションを返す。あるいは、孫が撮ったランチの写真が祖父母に届き、「どこで食べたの?」という会話生まれる。このやりとりは、実際に会ったときの話題づくりにもなり、世代間の距離を縮める“日常の種まき”として機能する。

私自身、耳の聞こえにくい祖父母がいるが、写真を通じて「元気にしてるな」「こういう場所に行ってるんだ」と感じ取ってもらえる体験は、会話以上に深い安心を生むと実感している。このように、音声や言語に頼らない“つながり”の手段として、写真というメディアを最大限活かしている点も、本サービスの特徴である。

今後はまずテストユーザーによる実使用から課題を収集し、UX・UI・AI精度の改善を進める。また、投稿のパターンを分析し、好まれる写真傾向のパーソナライズも検討する。まずは現在の AI 自動写真共有サービス

としてサービスを開始し、そこで出てきた課題（継続性が足りない、祖父母が写真を見ないなど）に1つ1つ対応しながら、最終的には「家族間のやりとりといえばこれ」と言われるような誰でも自然に参加できる“家族 SNS の決定版”として社会実装を目指す。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

本サービスは、まず Z 世代の孫世代を起点に利用を促し、そこから祖父母へ写真が届く仕組みによって自然な広がりを目指す。初期は SNS 広告や家族向けメディア、学校・大学内 PR を通じて「孫が 1 枚送るだけで、家族が笑顔になる」体験を訴求する。さらに祖父母側の反応が可視化されることで「やってよかった」という実感が若者側にフィードバックされ、利用が継続する設計になっている。介護施設などにも働きかけ、介護施設の中においても家族の様子を少しでも知ることができるようにする。介護施設側から孫に普及させてもらうという方針も考えている。スマホの利用が難しい場合はテレビや専用のデバイスに写真のスライドショー形式で写真を流すサービスも考えている。

競合としては「みてね」などの家族アルバムアプリや、「LINE」のようなチャット系サービスがあるが、本サービスは“投稿をしなくても送信が成立する”という点で大きく異なる。特に、「送る」ではなく「送られる」「断るだけでいい」という設計思想は、他に例を見ない。さらに、祖父母側も同様に“自然に送れる”という双方向モデルによって、受け手だけでなく発信側にもなる点が大きな差別化要素となる。

リスクとしては、AI による写真選別の精度が低い場合、意図しない写真が送られる可能性がある。この点は送信前にキャンセルできる設計や、個人ごとの「送ってよい／送らないほうがよい写真」を AI が学習して精度を向上させる仕組みで対応する。また、継続利用を促すために「今日のお題」やスタンプ、家族全体での参加体験などを導入し、強制されない楽しさを重視していく。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は祖父母と離れて暮らしており、定期的に会う機会が少ない中で、関係が自然と薄れていくことに違和感を持っていました。また、私の祖父母は耳が不自由なため、会話の意思疎通が難しく、祖父母と会話することが少し大変だなと思ってしまうことがあります。しかし、「僕は今こんな場所に住んでるよ」「最近はこれを頑張ってるよ」ということを大好きな祖父母に伝えたい。だからといって写真を自分から送るのも恥ずかしいし、続けられるかわからない、という気持ちがあるから写真を届けることに至っていないのが現状です。だからこそ、写真を“送る”というより“自動で自然に届く”体験が、距離や時間を超えて家族をつなげられるのではないかと感じ、このサービスを考えました。これは自己表現を苦手としている自分だからこそ考えられたサービスだと思えます。このアプリが完成したら実際に会った時にこのアプリを通して送られた写真に対する話題が生まれるのでこれまで以上にいろいろな話ができると思うと楽しみです。

技術面では現在アプリの作成中なので細かいところまで機能するように勉強しながら頑張っていこうと思います。

一人の学生として、一人の孫として、そして一人の生活者として、このサービスを本気で社会に出したいと考えています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

日本では高齢単身世帯が年々増加し、また若者世代は家族との接点が希薄になりがちな社会構造にあります。本サービスは、そうした分断された世代を写真というやさしい手段で橋渡しするものであり、「誰かのために何かしたい」という気持ちを、自然に続けられる形で支える仕組みです。

また、耳の不自由な方や、電話・文字によるコミュニケーションが難しい高齢者にとっても、「写真を見るだ

けで伝わる」関係性は、安心や温もりを生む可能性を持っています。こうした小さなつながりが日常に積み重なることで、高齢者の孤立予防や、若者の精神的な拠り所にもつながると考えています。

このサービスは家族のなかなか届かなかった気持ちをつなげる架け橋になると思っています。だからこそこのサービスは普及していくと思っており、最初はアプリ制作のみなので実現性は非常に高いと思います。

将来的には、家族アルバムやメッセージのやり取りだけでなく、見守り・介護・通知連携などへの展開を視野に入れていきます。最終的には「家族のやりとりといえば、まごフィルター」と言われるような、社会インフラとしての家族 SNS を目指していきます。

## 6. 売上・利益計画

(単位：円)

	第 1 期 ( 2026年)	第 2期 ( 2027年)	第 3期 ( 2028年)
① 売上高	1728 万	1.62 億	11.88 億
② 売上原価 ※	1728 万	1.62 億	11.88 億
③ 粗利 (①-②)	1728 万	1.62 億	11.88 億
④ 販売費 ※	1600 万	1.3 億	6 億
⑤ 営業利益 (③-④)	128 万	3200 万	5.88 億
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	128 万	3200 万	5.88 億

1 期目：ユーザー数 5 万人、祖父母数 3.3 万人、広告単価 0.3 円、表示回数年間 360 回/人、サブスク料金 300 円/月、課金率 10%

【販売費内訳】初期開発費 700 万、UI/UX デザイン・プロトタイプング 300 万、  
広告・PR 費 400 万、人件費 100 万、登録・法務・雑費 100 万

2 期目：ユーザー数 5 0 万人、祖父母数 2 0 万人、広告単価 0.3 円、表示回数年間 360 回/人、サブスク料金 300 円/月、課金率 15%

【販売費内訳】広告宣伝費 5000 万、サーバー・インフラ 3000 万、人件費 3000 万、  
CS/サポート体制 1000 万、その他 1000 万

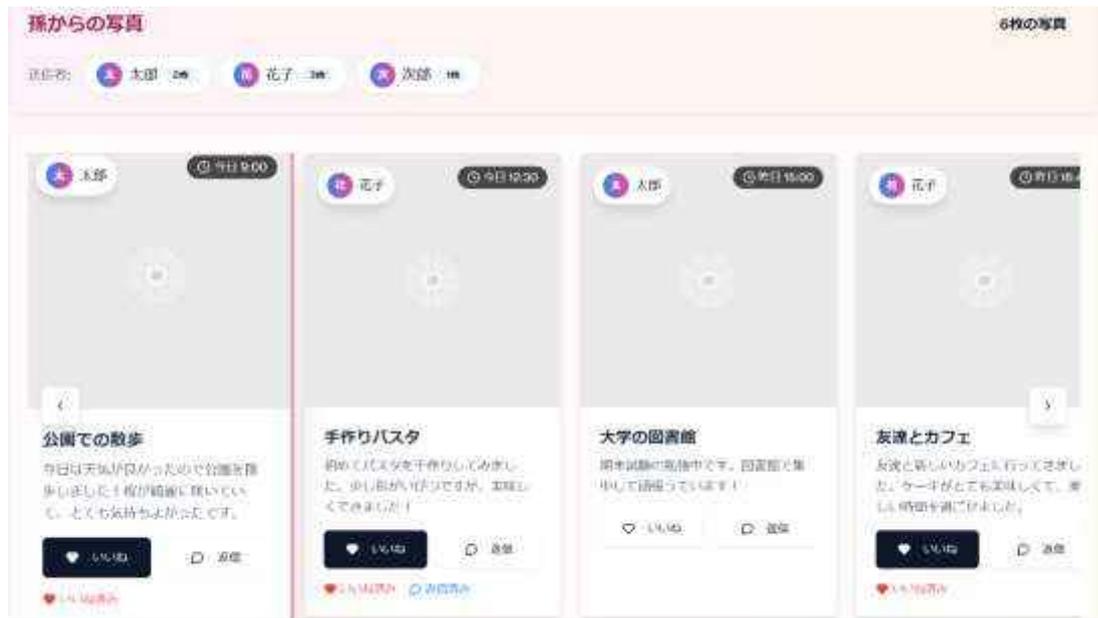
3 期目：ユーザー数 300 万人、祖父母数 120 万人、広告単価 0.3 円、表示回数年間 360 回/人、サブスク料金 300 円/月、課金率 20%

【販売費内訳】広告宣伝費 2 億、サーバー・インフラ 1.5 億、人件費 1.2 億、  
CS/サポート体制 1 億、その他 3000 万

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
初年度販売費	1600 万	投資、融資、自己資金	1600 万

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等



### 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名（大学・短大・高専）	<b>宮崎大学</b>		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	地域資源創成学部 地域資源創成学科4年	（ふりがな） 代表者氏名	（くろだ りくと） <b>黒田 里玖斗</b>
代表者 連絡先 （FAX名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）	我如古幸都（がねこゆきと）地域資源創成学部/4年 井之上希（いのうえのぞみ）〃 森陽菜（もりはるな）〃		
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。	特記事項なし		

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

**1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）**

事業区分 10. 人材活用・教育 11. 情報・通信 12. ビジネス支援 15. 観光資源

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他（ ）

**2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。**

回答 1. 机上で考えた段階の事業計画である。

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他（ ）

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名	感謝の気持ちが、今、届く、Tip Now		
キャッチフレーズ	日本にチップ文化という新たなビジネスモデルを。		
代表者名	黒田里玖斗		
学校名	宮崎大学	所属名	地域資源創成学部 地域資源創成学科
共同提案者名	我如古幸都 井之上希 森陽菜		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

ターゲットは従業員のモチベーションや人材確保、流出に悩む店舗の経営者。顧客が従業員個人に直接感謝チップを送ることのできるシステムを提供することで、従業員のモチベーションと接客の質を向上、持続可能なサービス体制の構築を目指す。

導入により従業員の満足度・店舗評価を同時に高め、日本全体のサービスの質の底上げ・おもてなし文化の定着を目指す。収益源はサービス導入店から得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

私たちは、「従業員に感謝チップを直接送ることができるシステム」を提案する(図1)。



図1 事業モデル

・システム概要

顧客(図2)

- ①店舗に設置している2次元バーコードを読み込む
  - ②感謝チップを支払いたい従業員を選択
  - ③金額とチャージする決済サービスを選択し、送る
- ※テストマーケティング期間は¥100付与
- ④送った従業員からのメッセージが届く



図2 顧客利用

従業員・経営者(図3)

- ⑤事前に個人情報・御礼メッセージを記入
- ⑥Web上で当日もらったチップは可視化できるようにし、チップは管理者に一度送金され、給与日に給与と一緒に振り込まれる。

※経営者は従業員グループを管理

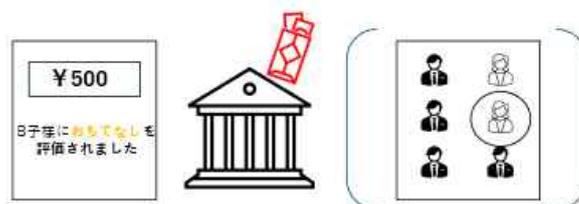


図3 従業員利用

顧客が満足のいく接客を受けた際に、このシステムを通じて、従業員個人にチップを送ることができる仕組みである。このシステムを活用した場合、顧客が従業員個人に対してチップを支払う、つまり顧客からの感謝の意・評価を直接受け取れるようになるため、従業員個人のやりがい・報酬が増し、モチベーションの向上が見込める。

評価・チップが目に見えてもらえることによって、仕事に対する姿勢が自然と向上し、士気の低い従業員は自主的に離職する可能性はあるが、結果的にモチベーションの高い従業員の定着、ひいては店舗の現場全体における質も高まることにつながると思う。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

#### 1 期目

##### セグメンテーション

- ・導入する側…本社を宮崎県に置く飲食店
- ・利用する側…宮崎県の住民・県外の観光客→インバウンド

ターゲティング…宮崎県内の飲食店のオーナー/宮崎県の従業員の接客態度に価値を感じている人

ポジショニング…本事業は特定のサービスと紐づいている事業（※1）と違い、感謝をお金で数値化することによってどの程度の感謝の指数なのかを示すことができる。

#### 4P分析

Product…顧客が従業員に対して、サービスに直接感謝する気持ちを還元できる感謝チップシステム

Price…10,000 円、支払い方法は二次元バーコード

Place…個人経営の飲食店

Promotion…イベントに自分たちで営業（下表に詳細掲示）

時期 (展開場所)	目的	導入数目標	収益	プロモーション	従業員数
1 期目 (宮崎県)	検証・学習 営業構築	300 店舗	1 店舗につき月額 1 万円 導入初期の三か月は 5,000 円 ※テスト時は店舗/2,500 円	テストマーケティングでの周知、個人営業	6 名
2 期目 (福岡県)	改善・ 範囲拡大	既存 + 300 店舗	〃	リスティング広告、 Web メディアに掲載	6 名
3 期目以降 (沖縄県)	サービス定着	既存 + 300 店舗	〃	業界展示会出展、 スマートニュース等 の広告を活用	8 名

テストマーケティング…肉フェスのような、飲食店が出店を出すイベント等で行う模擬導入を指す。  
イベント参加者に各自 100 円分付与し、Tip Now の使い方を把握してもらう。

#### 類似ビジネス（※1）

##### タクシーアプリ「GO」

アプリ上での支払いが終わった後、200 円、500 円、1000 円からチップを選択でき、乗務員個人へチップが贈られる。支払いは任意。

##### Uber Eats

注文前、配達完了後、過去の注文履歴の手順からチップの追加が可能。支払いは任意で、配達担当者に全額支払われる。

## 事業上のリスク

- ・日本=チップがいらないというイメージが定着しているため、導入に時間がかかる。
- ・チップが全く支払われない場合どうするか。
- ・チップ制度導入→店舗のサービス品質向上をどのように目に見える形にするか。
- ・日本でチップを送ることに對して違法性があるのではないか。

## 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

海外を旅行した際に、多くの飲食店では回転率や効率を重視する一方で、「またこの接客を受けたい」と感じるようなサービスに出会うことは少なく、日本の接客の質に対するこだわりを強く感じた。日本の飲食店における丁寧で細やかなサービスが、世界的に見ても非常に高水準であることを改めて実感した。

その体験を通じて、海外のチップ文化に着目し、「良い接客に對価を支払える仕組み」が日本にもあれば、従業員のモチベーション向上や接客品質の底上げにつながるのではないかと考えるようになった。やりがいを感じにくい、評価されにくいという課題を抱える接客業の現場にとって、「ありがとう」が形になる仕組みは必要だと感じている。

これまでの経験と発想を活かし、現場の課題に即した実用的な仕組みを構築・運営していくことが私達の強みであり、本事業において活かせる点だと考えている。

## 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

私達が取り組む事業は、「日本のおもてなし文化」を軸に、接客業界の価値を再定義し、社会全体のサービス品質の底上げを目指すものである。日本が世界に誇る「おもてなし」の精神を、より実感できる形で可視化・共有し、文化としての認知・拡大を図ると同時に、ビジネスとしても新たな価値を生み出したいと考えている。

具体的には、顧客が感謝の気持ちを直接従業員に伝えることができる仕組みを構築し、従業員一人ひとりのモチベーション向上につなげる。この取り組みによって、接客の質が向上し、結果としてサービスを受けるすべての人に良い影響をもたらすと考えている。

今後はこの仕組みを日本全国に展開することで、日本の「おもてなし」を一つの産業として成長させていきたいと考えている。単なるサービスの質の向上にとどまらず、社会全体に温かさや思いやりが循環する文化を根付かせ、より豊かな社会の実現に貢献していきたいと強く思っている。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第1期(2027年)	第2期(2028年)	第3期(2029年)
① 売上高	15,600	50,925	86,625
② 売上原価 ※	4,380	11,340	18,300
③ 粗利(①-②)	11,220	39,585	68,325
④ 販売費 ※	17,100	16,000	20,700
⑤ 営業利益(③-④)	-5,880	23,585	47,625
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益(⑤-⑥)	-5,880	23,585	47,625

第1期はテストマーケティング+宮崎県で300店舗導入、第2期はテストマーケティング福岡を中心に300店舗導入、第3期沖縄は中心に300店舗導入の場合。月額料金1店舗あたり：10,000円で試算。

【1.売上高について】

第1期：宮崎県内のイベント時の出店店舗へ対してテストマーケティング（1店舗あたり 2,500 円）  
導入初期(3 か月)はお試し期間として 1 店舗あたり 5,000 円

[年間売上] <宮崎> 1 イベント 10 店舗×2,500 円×12 回 = 300,000  
<福岡> 1 イベント 30 店舗×2,500 円×4 回 = 300,000

300 店舗÷12 店舗 = 25

(1 年間で 300 店舗契約、1 か月あたり 25 店舗と契約)

例) 1 月に契約を結んだ場合

お試し期間 5,000 円で 3 か月、通常価格 10,000 円で 9 か月

$5,000 \times 3 + 10,000 \times 9 = 105,000$

$(5,000 \times 3 \times 9 + 10,000(9 + 8 + 7 + 6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1)) + 5,000 \times 2 + 5,000 \times 1$   
= 600,000 円

$600,000 \times 25 \text{ 店舗} = 15,000,000$

年間総売上

$15,000,000 + 300,000 + 300,000 = 15,600,000$

第2期：宮崎市にある新規飲食店&テストマーケティング行った店舗との契約

[年間売上] 新規：300 店舗

15,000,000 円

既存：月額 10,000 円×(300 店舗-25 店舗×2 か月) ×12 か月 = 30,000,000

$[(5,000 \times 1 + 10,000 \times 11 \text{ カ月}) + (5,000 \times 2 + 10,000 \times 10 \text{ カ月})] \times 25 = 5,625,000 \text{ 円}$

$30,000,000 + 5,625,000 = 35,625,000 \text{ 円}$

沖縄県でのテストマーケティング

1 イベント 15 店舗×2,500 円×8 回 = 300,000

[合計売上]  $15,000,000 + 35,625,000 + 300,000 = 50,925,000$

第3期：宮崎市にある新規飲食店+既存店舗

[年間売上] 新規：300 店舗

15,000,000 円

既存：第1期～ 月額 10,000 円×300 店舗×12 か月 = 36,000,000

第2期～ 月額 10,000 円×(300 店舗-25 店舗×2 か月) ×12 か月 = 30,000,000

$[(5,000 \times 1 + 10,000 \times 11 \text{ カ月}) + (5,000 \times 2 + 10,000 \times 10 \text{ カ月})] \times 25 = 5,625,000 \text{ 円}$

$30,000,000 + 5,625,000 = 35,625,000 \text{ 円}$

$36,000,000 + 35,625,000 = 71,625,000 \text{ 円}$

[合計売上]  $15,000,000 + 71,625,000 = 86,625,000$

【2.売上原価について】

単店舗あたり変動費（=サーバー、運用費）：2,000円/月

サーバー、運用費など変動費についての内訳↓

項目	単価目安	内容
サーバー費用	500円	クラウドインフラ（AWSなど）の月額利用料
サポート費用	500円	問い合わせ対応、トラブルシュート、後々は外注も視野に
決済手数料	1,000円	ユーザーのチップ送信に伴う手数料（Stripe等）
合計変動費	2,000円	1店舗ごとの変動費として試算

第1期：<宮崎> 2,000×10個×12回=24万円 <福岡> 2,000×30個×4回=24万円  
 新規 2000×(12+11+10+9+8+7+6+5+4+3+2+1)=2000×78=156,000  
 156,000×25=390万

計) 24万+24万+390万=438万

第2期：<沖縄> 2,000×15×8=24万円

新規 第1期と同じ新規数 390万円 既存 2,000×300×12=720万

計) 24万+390万+720万=1,134万

第3期：新規 第1・2期と同じ新規数 390万 既存 2,000×600×12=1440万

計) 390万+1440万=1,830万

【4.販売費について】

第1期：システム開発費用として100万円。導入準備費用50万円(テストユーザーによる試用、動作確認、店舗向け操作マニュアル、導入資料など実用化のための費用)

テストマーケティング

<宮崎> 100円クーポン配布 限定500人 500×100×12回=60万

<福岡> 100円クーポン配布 限定1,500人 1500×100×4回=60万

人件費120万(20万×6人)×12=1440万

計) 150万(システム費用)+120万円(クーポン費用)+1440万(人件費)=1,710万

第2期：1440万(人件費)+100万(営業・販促費用)=1540万

<沖縄> 100円クーポン配布 限定750人 750×100×8=60万

計) 1540万+60万=1,600万

第3期：人件費160万(20万×8人)×12か月=1,920万

1,920万(人件費)+150万(営業・販促費)=2,070万

7. 資金計画

必要資金(設備資金)	金額	調達方法	金額
開発費(初期システム構築)	1,000	自己資金	3,000
検証・導入準備費(検品・UI調整など)	500	地元金融機関	3,200
サーバー契約費(初期インフラ整備)	20	日本政策金融公庫	3,000
		行政のスタートアップ補助金	500
必要資金(運転資金)	金額	調達方法	金額
人件費(6ヶ月)	7,200		
営業・販促費(LP、資料、広告など)	600		

(単位：千円)

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等

※1

チップを贈る機能について - Go 株式会社

<https://support.go.goinc.jp/hc/ja/articles/25883360510489-%E3%83%81%E3%83%83%E3%83%97%E3%82%92%E8%B4%88%E3%82%8B%E6%A9%9F%E8%83%BD%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6>

配達パートナーに謝礼を追加 - Uber Eats

<https://about.ubereats.com/jp/ja/how-it-works/delivery-tipping/>

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	農学部 応用生物科学科 3年	（ふりがな） 代表者氏名	こが くれは 古賀紅葉
代表者 連絡先 （フリート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）	農学部応用生物科学科 4年 今西 笑美香（いまにしえみか）		
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 14

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 2

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名	The Day.		
キャッチフレーズ	思い出を色と香りに宿して		
代表者名	古賀紅葉		
学校名	宮崎大学	所属名	農学部応用生物科
共同提案者名	今西笑美香		

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

- ① 特別な思い出の色と香りを思い出す頃に形にして提供するビジネス。(思い出は思い出すときに価値が生まれる。)
- ② 我々は人の幸福を作る役割を持つ。
- ③ 捨ててしまうと形として残すことができない花で香水を作りその花に“思い出”という付加価値を付けて販売することで利益を得る。

2. ビジネスプランの具体的内容

例1) 結婚式

結婚式で使用される多くに花は現状、式直後に回収、処分されている。それらの花は思い出がつまっており、どうにかして形に残せないか考えた。花の特徴である色と香りを思い出として可視化できる香水の作製に思い立った。

花屋と提携し、費用をかけて処分されている花を回収し、香水に変えて思い出を新郎新婦に届ける

例2) 宮崎の花ブーゲンビリア

宮崎を象徴する花で県外から宮崎に来る人は印象に残る宮崎の思い出となりうるブーゲンビリアは、宮崎の気候だからこそ育つ苗型の植物であり、その花に詰まった思い出を持ち帰ることはできない。

そんな思い出を宮崎大学農学部の色素、香り抽出技術、花の保存技術を利用して保存する。

つまり、花の色と香りを抽出した香水を作る。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

全体的に高級感を出す。その日限りの思い出を香水にするため、その人達の思い出が唯一無二であることを特徴づけるためにも安く売らない。類似ビジネスにアフターブーケキャンドル専門店があげられる。相違点として、色だけでなく香りも残せる。また、香りを纏うたびに思い出す。問題点として、香水および花を回収してからの品質維持。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

宮崎大学の授業の過程で得た知識や実験の経験を応用して香水を作成する。  
ブーゲンビリアの色素を熱水抽出し、濃縮を行った後、エタノールで希釈する。  
品質を維持するために、酸性のものを加え pH を低く保つ。

(例) 日向夏、金柑、フィンガーライム、ヘベス

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

イベントや大切な日で使用される多くの花は現状、使用後にドライフラワーなどで保存するか、やむを得ず処分されている。それらの思い出の詰まった花をどうにかして形に残せないかという思いを実現する。  
思い出は思い出すときに価値が生まれるものであると考える。色と香りで蘇る思い出、色と香りでイメージがついているものがそれぞれにあると考える。より鮮やかに花の特徴である色と香りを思い出としてよみがえらせるお手伝いをする。

現状・宮崎大学での色素、香気成分の成分分析のデータを頂いた。→商品づくりに使用  
・宮崎ブーゲンビリア空港様に様々な活動を協力していただいている。

様々な方面でのサポートを受け、実現に向けて着実に前進していけていると感じています。実際に商品を開発することは課題も多く、難しいと感じることもありますが最後まで走り抜けることが大切だと思います。起業するに向けて商品を作るための技術面だけでなく、経済面や実際に販売するときに直面する課題もこれから出てくるとは思いますが、実現に向けて最後までやり抜きます。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2027 年)	第 2 期 ( 2029 年)	第 3 期 ( 2030 年)
① 売上高	150(30組×5千)	1,500(30組×5万)	3,500(70組)
② 売上原価 ※	45	450	1,050
③ 粗利 (①-②)	105	1,050	2,450
④ 販売費 ※	70	700	1,000
⑤ 営業利益 (③-④)	35	350	1,450
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	35	350	1,450

第1期目では SDGs にも配慮しながら、原価のかからないブーゲンビリアと宮崎のカンキツの香りを使った香水を宮崎空港で販売する。また、各地で特徴的な色と香りを掛け合わせた香水を作り販売店を増やしていく。資金がたまったら、第2期目以降、結婚式でのアフターブーケを使用した香水ブランドの立ち上げに進む。結婚式を迎える新郎新婦へ販売する香水は、より品質、高級感が大切になってくるので、第1期目では利益や研究成果を積み重ねていく。

## 7. 資金計画

資金については、必要材料やかかる労働力が分かり切っていないため現時点での想定を記載する。

必要資金	金額	調達方法	金額
研究費、安全品質保証 人件費 共同販促費 材料費	300,000 月 50,000/人～ 売上げの 10% ほぼなし	ビジネスコンテスト 売上げ 売上げ 提供	300,000

8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

蒸留 + エタノール	精製水	蒸留 + エタノール + 水、レモン	蒸留 + 精製水 (1:1)	エタノール	レモン汁 + エタノール + 精油	蒸留
						

図1 ブーゲンビリア色素安定に向けた試験の現状

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	工学部工学科 4年	（ふりがな） 代表者氏名	とみ いぶき 富伊歩輝
代表者 連絡先 （アパート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 15, 7

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名	リトト(RITOTO)		
キャッチフレーズ	あなたの暮らしに小さな島時間を		
代表者名	富 伊歩輝		
学校名	宮崎大学	所属名	工学部工学科4年
共同提案者名			

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

リトトは、自然や人とのつながりを求める若者や地方に関心のある生活者に対して、離島の魅力にふれる機会がなく、日々の暮らしが希薄になりがちという課題を、日本各地の離島から、特産品と“島で暮らす人の物語”を詰めた定期便を毎月届けることで、地域との共感や関係人口の創出につなげます。月額サブスクリプション課金でビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、私自身が奄美大島出身であることを背景に、「離島には豊かな文化や魅力があるのに、それが十分に知られていない」という課題意識から着想を得ました。提供するの、全国の離島から特産品・工芸品・島民の暮らしの物語を詰め込んだ定期便「リトト」で、開封することで“行かずとも島を五感で味わえる”体験型サブスクリプションサービスです。

地域の漁協・農協・観光団体等と連携し、各月ごとに異なる島とテーマを設定、商品に込められた想いや製造背景を伝える冊子やQR動画とともに届けることで、単なる物販ではなく“島と都市をストーリーでつなぐ”体験の場をつくります。さらに、興味を持った顧客が実際に島を訪れたいくなるようなオンライン企画・現地ツアーへの導線も組み込み、関係人口や将来的な観光・移住につながる“ゆるやかな関係性”の構築を目指します。初年度は、3島・年間人の顧客獲得を目指し、将来的には全国の有人離島約100島への展開、年間1万人規模の関係人口創出を目標とします。

既存のサブスクサービスには食べチョコが存在しますが、本サービスでは、商品の背景・作り手の想いを重視し、購買体験に感情価値を加える“共感設計”に特化している点で差別化されます。

この事業の「ウリ」は、離島のブランド価値を“知る・味わう・語れる”形で都市部に届け、消費をきっかけとした“心の関係人口”を増やし、消費から交流、そして来訪・応援へとつながる循環を実現する点にあります。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

本サービスでは、自然や地域とのつながりに関心を持つ 20~30 代の都市部在住者を主なターゲットとし、オンラインストアを中心とした直販型のサブスクリプション販売を基本戦略としています。価格帯は月額 3000~4500 円前後を想定し、特産品・文化・体験ストーリーが一体となった価値提供に加え、競合サービスと比較して「人と地域の背景まで届く設定」を加味した価格設定としています。

販売チャネルは自社 EC サイト・SNS 経由のランディングページ・一部セレクトショップとの提携販売を想定しており、プロモーションは主に、Instagram・TikTok などの SNS を活用し、実際に届いた BOX を開封・紹介する UGC(ユーザー投稿)を中心に口コミ拡散を狙います。また、地域メディアやターゲット層のライフスタイルメディアとの連携も検討しております。

類似サービスとしては、「食べチョココンシェルジュ」、「おたより BOX」などが考えられますが、本サービスは「作り手の物語」、「地域との継続的な関係」、「行ってみたいくなる設計」に重きを置いており、体験価値が高い点が最大の強みです。一方で、新規開拓地域への物流調整やコンテンツ制作コストがかかる点は課題として認識しており、規模に応じた運用体制の構築が必要になると思います。

想定されるリスクとしては、類似競合による市場飽和、離島側の供給不安(気候・生産者高齢化)、運送コストや法規制(食品表示など)への対応があります。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は、奄美大島で生まれ育ち、日々の暮らしの中で離島ならではの文化・自然・人のあたたかさを体感してきました。大学進学を機に島を離れたことで、初めてその価値と知られていない現実気づき、「この魅力を都市部の人にも伝えたい」という想いが生まれ、本事業の着想に繋がっております。

現時点で資格や特許などは保有していませんが、離島の魅力と現状を肌感覚で理解している私だからこそ、他人ごとではなく“自分ごと”として行動し、持続可能な形に落とし込めるのが最大の強みです。

いま、離島と都市部を感性と物語でつなぐこの挑戦ができるのは、学生というフラットな立場と行動力を持った自分だからだと確信しています。

### 5. 事業の社会貢献度(社会課題解決)、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、離島地域が直面する過疎化・担い手不足・産業の縮小といった構造的な課題に対し、都市部の消費者との“ゆるやかな関係性”を通して関係人口を創出し、地域の持続可能性を高めることを目的としています。また、消費者にとっても「本当に良いモノ・想いのこもったモノに触れ、応援する」という新しい消費行動を体験できることで、共感を起点とした“応援型の循環社会”の一翼を担うと考えています。

実現に向けては、地元の観光協会や生産者団体との連携に加え、クラウドファンディングや SNS を活用した初期顧客の獲得・資金調達を予定しています。また、生産者の背景や想いを丁寧に取材・発信するため、学生チームや地域クリエイターとの協働体制も構築しようと思っています。

3 年以内には、提携離島 30 島・会員 5000 人・年間売上 5000 万円規模の達成を目指し、将来的には法人化・地域拠点の設置・地域通貨や観光への展開も視野に入れていきます。さらに、全国の大学生が地域とつながる仕組みとして「学生×離島」の全国展開モデルへの発展も可能性として見据えています。

将来的には、「リトト」を軸に、“モノを売る”から“地域と生きる”を届ける企業として法人化・起業を目指し、離島の価値と向き合う当事者として、未来の地域のあり方に挑戦し続けていきたいと考えています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	10,800	36,000	180,000
② 売上原価 ※	4,320	14,400	72,000
③ 粗利 (①-②)	6,480	21,600	108,000
④ 販売費 ※	500	1,000	3,000
⑤ 営業利益 (③-④)	5,980	20,600	105,000
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	5,980	20,600	105,000

売上高：3,000円 × 利用者数 × 12ヶ月

- 第1期：3,000×300×12=10,800千円
- 第2期：3,000×1,000×12=36,000千円
- 第3期：3,000×5,000×12=180,000千円

売上原価：1,200円 × 利用者数 × 12ヶ月

販売費：利用者増加に合わせてざっくり設定（人件費・広告費・交通費など合計）

- 第1期：500千円、第2期：1,000千円、第3期：3,000千円

## 7. 資金計画

必要資金	金額(千円)	調達方法	金額(千円)
・【設備資金】EC サイト構築 (STORES 利用+初期デザイン)	60	・自己資金（アルバイト等）	150
・【設備資金】試作・撮影用の備品 (ライト・背景布など)	30	・補助金（学生チャレンジ支援）	40
・【運転資金】初期商品の仕入れ費	120	・クラウドファンディング等の募 金活動	50
・【運転資金】広告費 (Instagram /フライヤー)	40		
・【運転資金】配送費・梱包資材等	30		
	合計 280		合計 240

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	工学部工学科 電気電子システムプログラム 1年	（ふりがな） 代表者氏名	あまおか みずき 天岡 瑞貴
代表者 連絡先 （アパート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）	畦原 柊弥 工学部工学科 情報通信プログラム 1年 うねはら しゅうや		
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 3、13

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 Cronus	
キャッチフレーズ 植物の時間の流れを操り、穰らせる。	
代表者名 天岡瑞貴	
学校名 宮崎大学	所属名 工学部
共同提案者名 畦原柊弥	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

Cronus は、農家に対して、食品の値上がりと今後起こるかもしれない世界規模の食糧不足解決・予防する栽培技術を植物工場の建設、デバイスの開発することで、食糧生産を簡易にし、生産量を増やし生産にかかる総コストを減らすことを果たしながら、植物工場の建設、デバイスの利用費でビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は高校の時に研究していた内容に基づき、薬品などを使わず間接的な刺激を与えるため安全かつ安心できる成長促進作用を活用した栽培技術を有しています。

植物の周囲から電界を用いて刺激を与えることにより、植物を傷つけずに成長を促進させる技術を提供します。

この事業の「ウリ」は自然現象を応用した栽培方法なので、植物に対し安全かつ扱いやすい技術です。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

主にビニールハウスや温室を使う果実農家と野菜農家をターゲットとし、デバイスの利用をサブスク形式で販売することを基本戦略としています。

価格は、基本的に1デバイスあたりを4000円/月に設定し育てる作物によって値段を変更します。回転率の遅い作物には安く、育ちの遅い作物には少し高くします。その理由は農家さんの負担になりやすく燃料費削減し安く作物を生産できる価格し、育つのが遅く難しい植物のほうがこの技術の恩恵を受けやすいからです。

販売チャネルとしてはオンラインでサブスク提供したり、直接訪問販売したりすることを想定しており、PRはSNSを通じて行います。

想定されるリスクは農家さんにとって未知の技術であり信用を得るのが難しいことです。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私はこの事業に関する研究を高校でしており、今現在再開し研究を行っています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、野菜や果物の高騰・食料不足の解消に貢献し、食物生産の改革を地域・社会にもたらします。

実現に向けては研究支援団体やクラウドファンディングを活用予定であり、3年以内には製品の開発運用を軌道に乗せ、新たな栽培方法として確立の達成を目指します。将来的には起業し世界の農業を変えることを描いています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 (1 年)	第 2 期 (1 年)	第 3 期 (1 年)
① 売上高	4800	9600	14400
② 売上原価 ※	2000	2500	3000
③ 粗利 (①-②)	2800	7100	11400
④ 販売費 ※	700	800	900
⑤ 営業利益 (③-④)	2300	6400	10500
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	2300	6400	10500

売上高 4000 円×100 台 (目標生産数) ×12 か月

売上原価 2 万円×100 台

次年度 追加で 100 台生産、昨年使用した 100 台のデバイスのメンテナンス費 50 万

次々年度 さらに追加で 100 台生産、200 台のデバイスのメンテナンス費 100 万

## 7. 資金計画

必要資金	金額 (千円)	調達方法	金額 (千円)
研究費	500	自己資金	500
製品製作費	2000	クラウドファンディング	800
販売費用・広告費	200	企業投資	700
		研究支援団体	500
		家族からの借金	200

8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

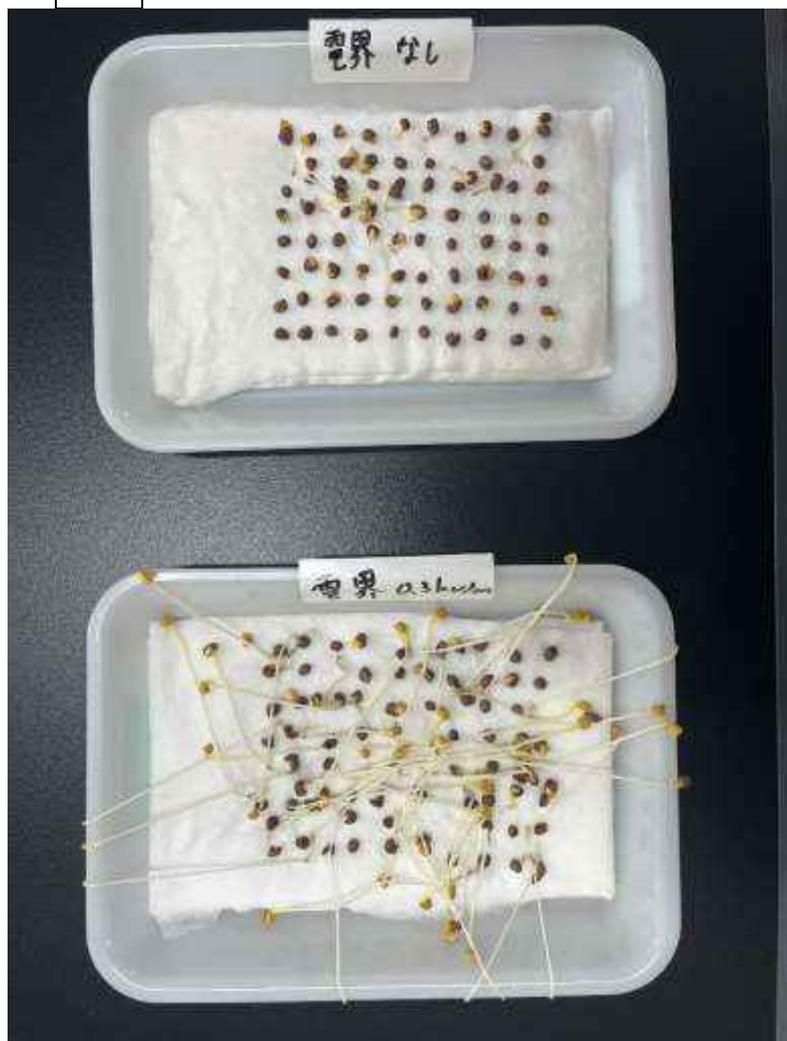


図 電界による成長の違い

→図の下のトレーには電界を与え、上のトレーには電界を与えていない

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	工学部 工学科 情報通信工学プログラム	（ふりがな） 代表者氏名	くわはた みさき 桑畑 岬
代表者 連絡先 （フリート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 16

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 ふたりごと	
キャッチフレーズ キャリアと育児”を、ふたりで育てる	
代表者名 桑畑岬	
学校名 宮崎大学	所属名 工学部工学科情報通信工学プログラム
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

「ふたりごと」は、管理職を目指す育児中の女性とそのパートナーに対して、夫婦で体験するストーリー形式の対話型アプリを提供することで、家庭内の認識ギャップを解消し、女性のキャリア継続を支援します。サブスク課金と法人導入により収益を得るビジネスです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、育児とキャリアの両立に悩む女性が管理職への一步を踏み出せずにいるという社会課題に着目し、「夫婦間の認識ギャップ」がその根本原因であるという視点から着想を得ました。提供するサービス「ふたりごと」は、夫婦が別々に同じストーリーを体験し、選択の違いや価値観のズレを可視化・共有することで、自然な対話と共感を促す対話型アプリです。

例えば、「子どもが熱を出した朝、同時に重要な会議がある」というシナリオで、夫婦それぞれがどう行動するかを選択。その結果を比べることで、お互いの考え方や優先順位の違いを“気づき”として見える化します。本サービスの最大の特徴は、“夫婦が共に参加する設計”にあり、従来の女性個人向けキャリア支援ツールや育児負担見える化アプリとは異なり、「共に考え、共に気づく」仕組みによって行動変容を促す点が独自性です。類似の育児分担アプリ(例：タスク共有ツール「Yieto」など)は存在しますが、「ふたりごと」はストーリー形式で“感情と対話”を引き出す構成であり、共感型・体験型のインターフェースを通じて、認識のズレを「数字」ではなく「気持ち」で伝えられる点に新規性があります。

この事業の「ウリ」は、「家庭の会話を変えることで、女性のキャリアに追い風をつくる」という、小さな変化から社会課題に挑む切り口です。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

本サービス「ふたりごと」は、これから管理職を目指したい育児中の女性とそのパートナーを主なターゲットとし、スマートフォンアプリとして App Store/Google Play を中心に提供することを基本戦略とします。また、育休復帰支援や女性活躍推進を重視する企業・自治体を対象とした\*\*法人導入 (BtoB) \*\*も進めていきます。

価格は個人向けは月額 500~980 円程度のサブスクリプション型に設定します。これは、家計への負担が大きすぎず、継続的に使ってもらえる範囲でありながら、独自のストーリー設計や対話機能の提供価値を反映した価格帯です。法人向けには社員数やカスタマイズに応じた月額ライセンスモデルを採用します。

販売チャネルとしては、オンラインアプリストアを主軸に、企業・自治体向けにはダイレクト営業・提携先を通じた導入を想定します。PR は Instagram・X (旧 Twitter)・YouTube 等の SNS を中心に、共感型のコンテンツ (ユーザーの気づき投稿、夫婦対話のビフォーアフターなど) を通じて認知と関心を高めていきます。また、ママ向けコミュニティ・女性向けキャリアメディアとの連携も図ります。

競合としては、家事育児の可視化アプリ「Yieto」や「魔法の家事ノート」、また育休者向けのキャリア支援「育休スクラ」などが挙げられますが、「ふたりごと」は\*\*“夫婦が同時にストーリーを体験し、対話する”という設計\*\*において、感情の理解と関係性改善を同時に促す点が他にはない強みです。

一方で、継続的に利用される難しさ (飽き・離脱) や、ストーリー設計の品質維持にかかるリソース確保、また個人情報の扱いに関する法的規制などがリスクとして想定されます。これらに対しては、継続性を高めるゲーミフィケーション要素、専門家監修によるコンテンツ設計、プライバシー保護に配慮した設計・利用規約の整備などで対応していきます。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

とくになし

### 5. 事業の社会貢献度 (社会課題解決)、実現性や将来の事業家としての抱負

本事業は、「育児とキャリアの両立に悩む女性の孤立」と「夫婦間にある見えない認識ギャップ」という社会課題に対して貢献します。これまで女性個人が抱え込んでいた育児と仕事の板挟みを、家庭内での対話によって共有・分散し、“ひとりで悩む時代”から“ふたりで考える時代”への転換を地域・社会にもたらすことを目指します。

実現に向けては、育児支援団体・女性活躍推進に積極的な企業・自治体との連携や、育休者や共働き世帯へのテスト提供を通じたユーザーの声の反映を進めます。また、開発・運営初期はクラウドファンディングや助成金の活用を視野に入れ、社会的共感を得ながら展開していきます。

3 年以内には、個人ユーザー 1 万人、導入企業 50 社を目標に、家庭版アプリと法人向け研修パッケージの両軸でサービスを展開し、年商 3,000 万円以上の規模を目指します。ユーザーから得られる対話データや気づきの傾向を活用し、将来的には夫婦関係支援・管理職育成・家族支援の共通基盤ツールとしての機能も視野に入れます。

将来的には、ニーズの広がりに応じて法人化・起業し、国内外での展開や、地域の課題に寄り添う自治体連携型の展開モデルも確立したいと考えています。家庭の対話から社会の構造を変えることを目指す、そんな事業家として成長していきたいと考えています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2025 年)	第 2 期 ( 2026 年)	第 3 期 ( 2027 年)
① 売上高	3000	18000	60000
② 売上原価 ※	300	1800	6000
③ 粗利 (①-②)	2700	16200	54000
④ 販売費 ※	1500	3000	5000
⑤ 営業利益 (③-④)	1200	13200	49000
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	1200	13200	49000

### ■ 第 1 期 (2025 年)

- ① 売上高は 3,000 千円 (=月額 500 円×12 か月×500 人のサブスクリプション収益)
- ② 売上原価は 300 千円 (=月 50 円×12 か月×500 人のシステム維持費など)
- ③ 粗利 (①-②) は 2,700 千円
- ④ 販売費 (広告、人件費、開発費など) は 1,500 千円
- ⑤ 営業利益 (③-④) は 1,200 千円
- ⑥ 営業外損益は 0 千円 (特別な収支は想定せず)
- ⑦ 経常利益 (⑤-⑥) は 1,200 千円

### ■ 第 2 期 (2026 年)

- ① 売上高は 18,000 千円 (=月額 500 円×12 か月×3,000 人)
- ② 売上原価は 1,800 千円 (同様の原価構造)
- ③ 粗利は 16,200 千円
- ④ 販売費は 3,000 千円 (広報・人員体制拡充を含む)
- ⑤ 営業利益は 13,200 千円
- ⑥ 営業外損益は 0 千円
- ⑦ 経常利益は 13,200 千円

### ■ 第 3 期 (2027 年)

- ① 売上高は 60,000 千円 (=月額 500 円×12 か月×10,000 人)
- ② 売上原価は 6,000 千円
- ③ 粗利は 54,000 千円
- ④ 販売費は 5,000 千円 (PR・開発強化費など)
- ⑤ 営業利益は 49,000 千円
- ⑥ 営業外損益は 0 千円
- ⑦ 経常利益は 49,000 千円

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
【設備資金】アプリ開発費 (初期デザイン含む)	800		
【設備資金】UI・UX 設計 サポート外注費	300		
【運転資金】初期プロモーション 広告費 (SNS 等)	200	自己資金 (アルバイト等)	200
【運転資金】システム保守・ サーバー利用料 (1 年分)	100	家族からの借入	300
【運転資金】ユーザーヒア リング費 (謝礼・交通費等)	100	補助金 (学生チャレンジ等)	500

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等



図1 設計時イメージ図

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	農学部畜産草地科学科3年	(ふりがな) 代表者氏名	もうらぐち しおり 茂浦口 栞
代表者 連絡先 (アパート名等、部屋番号も記載) ※結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)	宮崎大学 教育学部 小中一貫教育コース 2年 永友 凜 (ながとも りん)		
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします(携帯電話番号でもOKです)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。  
(複数回答可)

事業区分 7, 11

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー(省力化含む) 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他  
( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他  
( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 フレバル	
キャッチフレーズ 「繋がる」が「青春のエンジン」になる、フレバル	
代表者名 茂浦口 栞	
学校名 宮崎大学	所属名 農学部畜産草地科学科
共同提案者名 永友 凜	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

フレバルは、学生に対して、「話しかけるきっかけがない」「最初の一言が難しい」といった悩みに応え、新しいつながりと勉強への前向きな刺激を両立するサービスをスマートフォン向けアプリとして提供することで、つながりをきっかけに努力を促すという役割を果たしながら、サブスクリプションでビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、新しい環境に飛び込む際の交流への不安や難しさを実際に感じた経験に基づいています。主な機能は2つ。1つ目は平成レトロなプロフィール帳で、名前や趣味を交換することで会話が生まれ、つながりを深めやすくなります。2つ目は、勉強開始時に友達に通知が届く「やる気スイッチ」機能。ゆるく励まし合える関係が、自然なモチベーションにつながります。

特に実際に出会ってプロフィールを交換した人とだけ繋がれる機能により、顔見知りだからこその安心感が生まれ、自然なライバル意識を顧客に提供します。

類似サービスには「Studyplus」が存在しますが、勉強開始時に友達に届く通知機能において優位性があります。

この事業の「ウリ」はつながるきっかけを作り、さらに友達でライバルという高めあえる関係を作るアプリです。

### • 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

学生をターゲットとし、塾などの教育機関への売り込みを基本戦略としています。価格は300円に設定し、その理由はスマートフォン向けアプリの月額課金の中でも最も導入しやすい価格帯だからです。販売チャネルとしては塾などの教育機関と業者提携をすることを想定しており、PRはSNSを通じて行います。

競合としては「Studyplus」が考えられますが、自社の強みである「勉強開始時に友達に通知が届く機能」と弱みである「オンライン上でつながることができない」ことを明確にしながら差別化を図ります。想定されるリスクは個人情報の保護、既存サービスとの差別化です。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

特にありません。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、学生生活の孤独、関係構築の困難に対して貢献し、繋がるきっかけや、そこから生まれる勉強に対するモチベーションを地域・社会にもたらしめます。

実現に向けては個人塾での試験運用を活用予定であり、3年以内には塾だけでなく大手塾での活用を目指します。

また将来的には起業を描いています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 (2026年)	第 2 期 (2027年)	第 3 期 (2028年)
① 売上高	5,040,000	9,360,000	23,760,000
② 売上原価 ※	0	0	0
③ 粗利 (①-②)	5,040,000	9,360,000	23,760,000
④ 販売費	210,000	1,150,000	2,100,000
⑤ 営業利益 (③-④)	4,830,000	8,210,000	21,560,000
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	4,830,000	8,210,000	21,560,000

### 第 1 期

- ①売上高：300円 × 1400人（個人塾35校 1校あたり40人） × 12=5,040,000  
新規
- ②売上原価：なし
- ③粗利：5,040,000
- ④販売費（運営費・交通費）：150,000 + 60,000=210,000
- ⑤営業利益：5,040,000 - 210,000=4,830,000
- ⑥営業外損益：0円
- ⑦経常利益：4,830,000

### 第 2 期

- ①売上高：300円 × 2600人（個人塾65校 第1期35校 第2期30校 1校あたり40人）  
× 12=9,360,000
- ②売上原価：なし
- ③粗利：1,800,000
- ④販売費（運営費・交通費）：500,000 + 1,000,000=1,150,000
- ⑤営業利益：9,360,000 - 1,150,000=8,210,000
- ⑥営業外損益：0円
- ⑦経常利益：8,210,000

### 第 3 期

- ①売上高：300円 × 6600人（個人塾65校 第1期35校 第2期30校 第3期大手塾1社  
100校 1校あたり40人） × 12=23,760,000
- ②売上原価：なし
- ③粗利：23,760,000
- ④販売費（運営費・交通費）：1,100,000+1,000,000=2,100,000
- ⑤営業利益：23,760,000-2,200,000=21,560,000
- ⑥営業外損益：0円
- ⑦経常利益：21,560,000

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
アプリ開発費	200万円	自己資金 ビジコン優勝賞金 家族からの借入 創業融資	10万円 30万円 20万円 100万円
デザイン費	10万円	出資してもら 自己資金	40万円 10万円

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等

こちらは、実際のアプリを想定して作成した画面イメージ図です。

左がプロフィール画面、右がやる気スイッチなどの学習をサポートする画面になっています。

名前 \_\_\_\_\_  
 学校 \_\_\_\_\_  
 クラス \_\_\_\_\_  
 部活 \_\_\_\_\_  
 誕生日 月 日 \_\_\_\_\_

趣味 \_\_\_\_\_

SNS \_\_\_\_\_

お気に入りの一枚

好きな \_\_\_\_\_  
 1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_

得意科目 \_\_\_\_\_

**やる気スイッチ**

**ON!**

**To Do リスト**

- 英単語300コ
- 数学の教科書p200

4 h

3 h

1.5h

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	地域資源創成学部地域資源創成学 科 1年	（ふりがな） 代表者氏名	いのうえあきと 井上 昶人
代表者 連絡先 （フリート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 15

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回 答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名	
キャッチフレーズ	
代表者名 井上暁人	
学校名 宮崎大学	所属名地域資源創成学部
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

本事業「Omotenashi Voyage Japan」は主に訪日回数が多いインバウンドの方々をターゲットとし、日本のホスピタリティが感じられる旅行プランを提案するものです。

本事業の社会的意義は日本観光の一極集中によって引き起こされる観光公害や観光客の旅行への欲求が満たされない事態を防ぎ、観光需要の地域格差を是正することです。

本事業の収益構造としては主にインバウンドの顧客に対して旅行プランを提案、手配する際に手数料をいただくことと、交通機関や宿泊施設から顧客を紹介したことによる手数料をいただくことを考えております。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業「Omotenashi Voyage Japan」は、日本への複数回の訪問経験を持つ欧米・オーストラリア圏の訪日リピーター層を主なターゲットとし、従来の都市型観光では満たされない「今までとは違うホンモノの体験を通して日本旅行を自慢したい」という欲求に応えることを目的としています。

このターゲット層は、初回訪問時に東京・大阪・京都などの定番スポットを巡り、ある程度の“観光経験”は積んでいます。そのうえで次に求めているのは、単なる物見遊山ではなく、「自分だけの物語を紡げるような、没入型の日本体験」です。

特に、アニメやジブリといった日本のポップカルチャーに影響を受けて来日する人々にとっては、「あの世界観の中に入ってみたい」「あの美しい風景を歩いてみたい」といった感情が旅行の動機となるケースが少なくありません。そういった方々に関して個別で日本の自然や伝統といった際に想起される風景や体験を販売します。予約受付・カスタマイズは Web+SNS (+提携旅行会社)を通じて予約し、利用者の趣味・過去の訪日経験をお聞かせいただき、体験を組み合わせカスタマイズします。具体例としてアニメ好きのアメリカ人が出張終わりに三日間が開く予定と仮定した際に提案するプランを紹介します。(これは例であり実際は宿泊数がより多いことが予想されます)

Day1: アニメ舞台地訪問(山村)、近くの溪流で魚を取ってリノベーションされた古民家の囲炉裏で焼いて食べてその古民家に宿泊する体験

Day2: コスプレ×茶道体験→和装で食事→物語ツアー完結(映像記録付き)

Day3: 語り部との朝食→アフターコンテンツ(フォトアルバム等)配布

このようにアニメなどをフックとして日本の伝統と体験を掛け合わせて今までとは確かに違う情緒に落ちる体験を提供します。

ある程度のノウハウが構築された際にはチャットボットに今までの知識を学習させ、比較的安価でオーダーメイドの体験ができる事業形態への展開も考えております。

またこの事業で得た資金を大学卒業後に、日本の観光発展途上地域の自然・食・農業・暮らしを軸とした宿泊型・ホスピタリティ体験事業を用いて、訪日外国人旅行者に対して、日本の「美しさ」「温かさ」「豊かさ」を五感で感じられる滞在を提供する予定です。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

マーケティング戦略としてのターゲットは「今までとは違う体験を通して日本旅行を自慢したい欧米豪人」で顧客インサイトは「自慢をすることによって社会階級的に自身は上位ランクの人間であるという認識を自身に与え、生存確率が高い人間であると実感したいという本能」でこの旅行はその本能を訴求します。

リーチ方法としては SNS 媒体(Instagram や TikTok、YouTube short などの短時間映像、写真コンテンツ)を用いてジブリのような世界観やアニメのなどで見たことがある、「日本といえば」といって想起される日本の風景や体験を中心に投稿し、より深い体験がしたいと思わせる確率を上げ、概要欄や説明欄に本事業の HP を掲載します。動画を見た人や紹介した人に関しては言うの割引サービスを考えております。また広告を Instagram などに掲載してスピード感を持って展開していくことも計算に入れている。また海外の旅行情報誌(紙媒体、デジタル媒体問わず)にも掲載を予定しています。

価格に関しては手数料として総旅行プランの 20%から 30%ほどを想定しており、体験数や宿泊日数、単価などを勘案して決定したいと思っております。(旅行資金 20 万円なら 4 万から 6 万円)また紹介された事業者さんからコミッション料として 5%から 30%ほどを徴収したいと考えています。(初期段階においてコミッション料の設定はありません)このパーセンテージは基本的な旅行業者に比べて高く設定されておりますが、パーソナルプランの提案を想定している関係上妥当なものと考えております。

販売は主に HP で行う予定です。また現在調査中ではありますがインバウンドに対応した旅行事業者さんと連携を取りながら事業を進めていきたいと思っております。

競合ビジネスは「Motenas Japan」(以下当該事業)があげられると思っております。当該事業はオーダーメイドの外国人向け日本伝統文化体験と企業研修・チームビルディングを提供しています。この事業は国王レベルの富豪やインセンティブでの集団旅行など比較的単価が高いお客様をターゲットに事業展開をされています。本事業においては富豪というよりは旅行では奮発してお金が払える方々に比較的手軽に旅行体験ができることをコンセプトにしております。また当該事業は比較的都市型旅行が多く、伝統文化体験を販売されておられることから本事業が目指す地域や地方に根差した「ホンモノの体験」とは異なるものと考えております。それに加えて地域に根差した体験であることから受け入れ人数が少なくよりパーソナルな深い体験が提供できることも特徴です。

事業リスクとしては競合事業との差別化ポイントを正確に訴求できないことや契約や法律などに関する知見を持っている人材が確保できないパターンがあげられます。ただ、本事業においては固定資産を持たないことから初期段階において資金面においてのリスクは低いと考えられます。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

この事業に関するノウハウは特になのですが、宿泊業やレジャー業にかかわっている知り合いがいるのでそのような方々にノウハウをご教示願いたいと思っております。またこの事業においては国内旅行業務取扱管理者という国家資格が必要であるためその資格を 9 月中に取得したいと考えています。このノウハウを学ぶ過程において必要な知識は一定程度習得できるものと考えています。

## 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

本事業は上限が見えてきている日本のインバウンド受け入れ人数を増やし、観光業、インバウンド業を日本GDPドライバーとして人口が減少する中、日本人が食っていける産業になることを期待しています。本事業においてより深いホンモノの体験に対する一定の需要を示すことができれば地域に観光で発展する未来を作りうると思っています。本事業が観光業のさらなる発展の起点となるように精進していきたいと思っています。また先ほど述べたように本事業が一定程度の収益が見込めさらなる投資が可能となった暁には日本のホスピタリティが感じられる宿泊体験事業を考えております。この事業は古民家をリノベーションして日本の伝統、文化、自然を五感で感じられる事業としていきたいと思っています。その事業を行う上においてノウハウや資金、人材が必要です。その第一期構想として本事業「Omotenashi Voyage Japan」を考えております。この事業は受け入れの人数さえ調整ができれば十分に学業と並走して行うことが可能だと考えています。また会社としては実事業である旅行業や宿泊体験業、さらには旅行や体験業者へのコンサル業などを考えており、主に宿泊業において水平展開する上において事業資金確保の目的をもって上場などを考えておりますが、現時点でイグジットなどは構想に入れておりません。私の事業家としての大義はこれから生まれ過ぎた日本が経済的に発展をしてこれから生きる子供たちに自分が受けられた教育環境や治安などを残し、さらに日本が発展する循環を作っていくことです。ぜひこの事業と大義に共感していただいた皆様には経済的だけでなく様々な形で投資やご協力のほど深くお願い申し上げます。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第1期 (2026年)	第2期 (2027年)	第3期 (2028年)
① 売上高	12000	20000	40000
② 売上原価 ※	9000	15000	25000
③ 粗利 (①-②)	3000	5000	15000
④ 販売費 ※	4000	1000	2500
⑤ 営業利益 (③-④)	-1000	4000	12500
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	-1000	4000	125000

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
供託金	3000	投資	2000
弁済業務分担金	600	クラウドファンディング	2000
旅行協会入会金	900	補助金	500
旅行協会年会費	100	自己資金	

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	工学部・工学科・1年	（ふりがな） 代表者氏名	この かいせい 河野 快星
代表者 連絡先 （フリート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）			
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 4, 7

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 Snap Bin (スナップビン)	
キャッチフレーズ 写真を撮ればゴミ捨てが出来る	
代表者名 河野 快星	
学校名 宮崎大学	所属名 電気電子システムプログラム
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

写真を撮ればゴミ捨てができるアプリ開発は、ゴミ捨てが面倒だと思っている人(ほぼ全世界の人)とごみ処理業者、ゴミの分別が理解できない人(海外の人など)に対して、ゴミの分別がわからない課題とゴミの分別がされていなくて処理に困っている課題を解決するサービスを写真を取るだけでAIが何ゴミか判断しリサイクルなどの処理の仕方を提案、サポートしてくれることで提供する。社会のゴミ処理問題の課題解決を果たしながら、買い切り制とリサイクル会社の広告、処理するゴミに関連する商品の広告、フリマアプリの広告などを張ることで収益を貰う。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は、一人暮らしを始めてからゴミ捨てがとても面倒だと感じ、写真を撮るだけで簡単にゴミ捨てが出来ればいいのかという着想に基づき、写真を撮るだけでゴミの種類を判別しどのような処理の方法が考えられるか提案してくれるサービスを有しています。

特に、類似サービスには、「trash lens」が存在しますが、メルカリなどによる販売時の相場検索による価格設定や販売時のメッセージの提案までしてくれる機能や居住者によるごみ処理方法のページのシェア機能や粗大ごみなどの処理の時には予約までしてくれる機能において優位性があります。この事業の「ウリ」は一つのアプリでゴミ捨ては完結させることが出来ることです。

3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

ゴミの分別の仕方が面倒と感じる人やメルカリでの販売経験が無い人や売り方がわからないという人や海外から来て分別方法が分からない人をターゲットとし、アップルストアとグーグルプレイでの販売や、場合によってはwebサイトでのテスト実施を基本戦略としています。価格は300円前後もしくは無料配布に設定します。その理由は、ターゲットの年齢層を若い人に絞っておらず、親世代の中には、課金というものに抵抗感を感じる人も少なくないので、利用者を増やすためには無料の方がいいのではないかと考えるからです。その場合でも広告などによる収益獲得をしたいと考えています。また、300円設定であった場合でも10万人が利用してくれれば3000万の利益になるのです。価格設定については慎重に考えていきたい。

販売チャンネルとしてはアプリストアを想定しており、PRはSNSを中心として行います。競合としてはtrash lensが考えられますが、メルカリなどによる販売時の相場検索による価格設定や販売時のメッセージの提案までしてくれる機能と、「すごい時間割」というアプリと同じように利用者が住んでいる地域の分別方法を作りシェアしてもらい、全国の地域の分別方法をカバーできるようにすることと粗大ごみを出す場合には粗大ごみを処理してくれる業者の予約まで行ってくれるといった強みと、ライバルよりAI学習データが少ないという弱みを明確にしながらい差別化を図ります。

想定されるリスクは競合他社から真似をされ、強みを失うことです。

#### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

#### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、ゴミの分別の問題、環境問題に対して貢献し、ゴミの不法投棄や居住者（海外の人を含む）が住みやすくなるという変化を地域・社会にもたらします。実現に向けては投資家やクラウドファンディング、メルカリなどの会社を活用予定であり、うまくいけば公共事業として国や自治体からの支援をも期待できます。3年以内には10万人利用者達成を目指し、将来的にはゴミ処理のアプリと言えば「Snap bin」というイメージがつくことを描いています。

#### 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	3000	9000	18000
② 売上原価 ※	6000	150	150
③ 粗利 (①-②)	-3000	8850	17850
④ 販売費 ※	0	0	0
⑤ 営業利益 (③-④)	-3000	8850	17850
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	-3000	8850	17850

#### 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
【設備資金】 アプリ開発 (外注)	300~600 万円	ビジコン賞金	30 万円
【運転資金】 アップルやグーグル によるアプリ配信料	アップル 11800 円 (年間) グーグル 3000 円 (初回のみ)	クラウドファンディング 投資	200 万円 300 万円
【運転資金】 サーバーの維持費	15 万円前後 (月)		

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等



アプリの画像（仮）

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名（大学・短大・高専）	宮崎国際大学		
代表者 所属 （院・学部・学科・学年）	国際教養学部比較文化学科1年	（ふりがな） 代表者氏名	くしま こゆき 串間 小優季
代表者 連絡先 （フリート名等、部屋番号も記載）※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属（院・学部・学科・学年） 氏名（ふりがな） 連絡先（電話番号・E-mail）	所属：国際教養学部比較文化学科1年 （ふりがな）こはま ももか 氏名：小濱 杏果		
担当教員名（ふりがな） ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

（注1）すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします（携帯電話番号でもOKです）。

（注2）日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。（複数回答可）

事業区分 10, 11, 12

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー（省力化含む） 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信（インターネット関連含む） 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 Job to Work	
キャッチフレーズ 「まずはjob(職)を得て、将来はwork(生き方)を作る」	
代表者名 串間 小優季	
学校名 宮崎国際大学	所属名 国際教養学部比較文化学科
共同提案者名 小濱 杏果	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
- ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
- ③ どうやって収益を得ますか？

等の要素を盛り込んでまとめてください。

外国人留学生など、日本語での求人探しが難しく不安を持つ人に対し、多言語対応の求人情報を提供するWebサービスです。企業はクリック課金制で求人広告を出稿でき、低コストで採用活動が可能です。このビジネスを通して人と企業をつなぎ、地域の人で不足と外国人の就労課題の解決する役割を目指します。

2. ビジネスプランの具体的内容

本サービスは、日本語が不自由な外国人留学生や在住外国人に向けた多言語対応の求人情報サイトです。企業が求人を出す際には、「クリック課金制」を導入し、広告がクリックされた分のみ料金が発生するため、費用対効果が高く、地方の中小企業でも導入しやすい仕組みです。クリック価格は、80~180円で求職者の数・掲載料などの要素からAIが自動で設定するシステムを取り入れます。

利用者は、日本語レベルや希望職種に応じて検索できるようにし、母語(英語・中国語・韓国語など)で求人を探ることが可能です。日本語にも対応しているため、広告を出稿する際の苦勞を減らすことができます。また、実際にアルバイトを経験した留学生による簡単なコメント投稿機能もあり、働く前にリアルな情報を得ることができます。キーワード検索機能を加えることで、面接や服装など小さな不安の解決につながると考えています。他に、OCR解析の機能を加え、在留カードでの情報を把握して犯罪やトラブル対策を行います。

さらに、コメントの影響(フォロワー数や反応)に応じてアンバサダーを任命し、地域の観光や飲食情報を含むミニコラムを発信してもらうことで、就労だけでなく日本の食文化などを広めていきたいと考えています。将来的には地方から全国へ展開し、外国人の雇用促進と地域の活性化を同時に実現するサービスとして拡大していきます。そして、宮崎のような地方の広告を獲得して拡大するにあたってサイトに加えてアプリも作り、顔認証システムを加えて個人情報が漏れないよう対策していきます。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

#### ・マーケティング戦略

本サービスは、日本語での求人探しに不安を抱える外国人留学生や在留外国人を主な対象とし、大学・専門学校と連携による紹介やチラシ配り、SNS 広告 (Instagram) などを通じて利用者を獲得します。また、掲載を希望する企業に対しては、地方の中小企業や外国人雇用に関心のある飲食業界などを重心的に開拓します。さらに、実際に働いた外国人の体験談を簡単なコメント形式で投稿できるようにし、ユーザーの安心感と共感を高めていきます。

#### ・類似ビジネスとの相違点

既存の求人サイト (バイトルやタウンワークなど) は日本語前提であり、外国人にとって使いやすい設計にはなっていません。また、外国人向けの求人サイト (YOLO JAPAN など) は首都圏や高度人材向けが中心で、地方の中小企業による求人ニーズには応えできていません。本サービスは、多言語対応かつ地方求人の特化し、クリック課金型を採用することで、外国人にとって「探しやすい」、企業にとっては「出しやすい」サービスとなっている点が大きな差別化ポイントです。加えて、外国人のリアルな体験を反映したコメント機能により、求人の透明性を高め、ミスマッチの軽減にもつなげています。コメントをキーワード検索できるようにして利用者の小さな悩みを解決できるようにします。不適切なコメントは AI フィルターによって省き、だれも傷つけない環境を保ちます。

#### ・事業上のリスクと対応策

外国人利用者数が伸びない可能性があります。学校との提携や多言対応、SNS 広告展開により、対象ユーザーへのアプローチを広く行います。加えて、クリック単価の収益性が不安定になる可能性に対しては、平均ワンクリック単価を 80~180 円に設定し、AI による価格調整機能の開発を行います。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私たちは、宮崎国際大学で外国人留学生との交流する中で、日本での生活や就労における不安や課題を直接聞く機会を多く得てきました。特に、言語の壁によって求人情報にアクセスするハードルが高いことが彼らの大きな悩みであると感じました。

また、ビジネスコンテスト参加に向けて既存の求人サイトの仕組み、クリック課金制度、翻訳サービスについて学び、留学生へのヒアリングや企業への聞き取り調査を実施し、本サービスのニーズの裏付けと課題解決の方向性についての理解を深めています。

資格や特許は現時点では保有していませんが、ユーザー目線に立った企画力や情報収集・整理力を活かし、社会課題の解決に向けた実践的なビジネスモデルを構築しています。

### 5. 事業の社会貢献度 (社会課題解決)、実現性や将来の事業家としての抱負

本サービスは、日本語での情報収集や就職活動に不安を抱える外国人留学生に向けて、多言語対応の求人情報を提供することで、言語や文化の壁を乗り越え、働きやすい環境を整えることを目的としています。これにより、地域の人手不足の解消と、外国人の就労機会拡大という社会課題の両方にアプローチできます。

また、求人広告をクリック課金制で提供することにより、特に地方の中小企業でも低コストで柔軟に採用活動が可能になり、地域経済の活性化にも貢献します。今後は、社会性と実現性を両立した持続可能な事業として、将来的には全国展開を目指しサイトだけでなくアプリ開発も行います。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

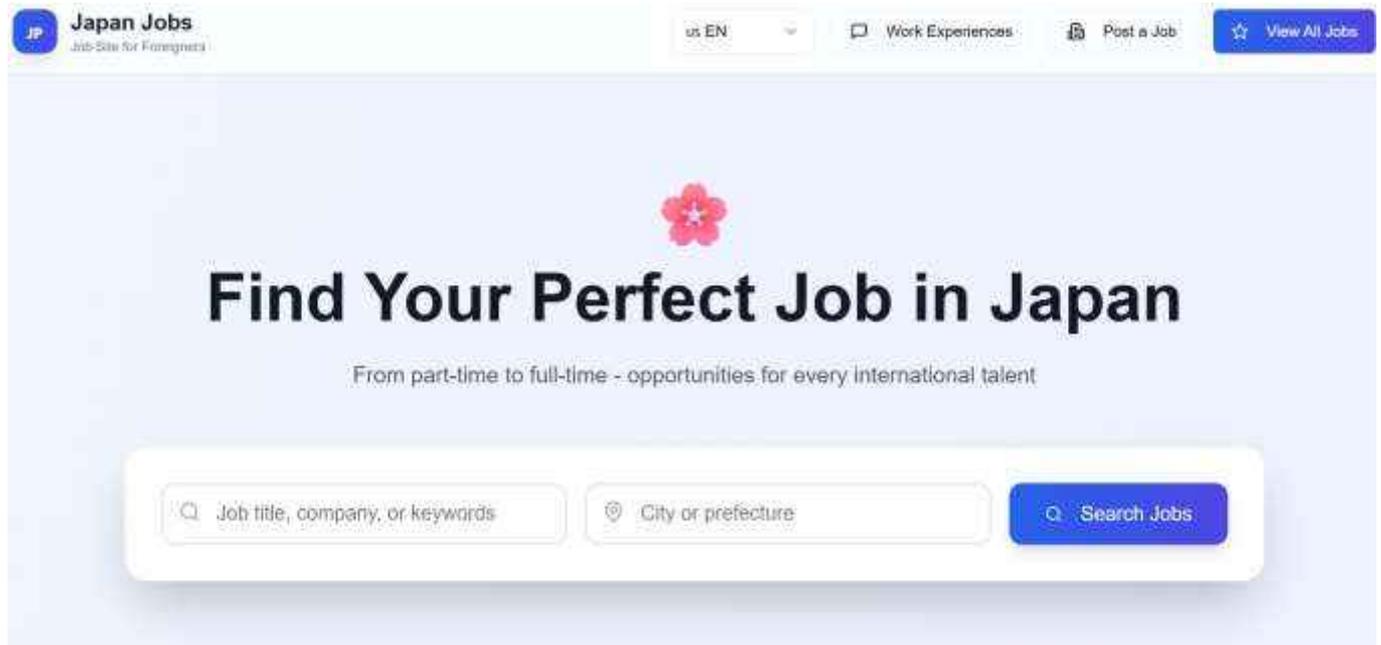
	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	1440	1656	1822
② 売上原価 ※	200	232	255
③ 粗利 (①-②)	1240	1424	1567
④ 販売費 ※	800	950	1000
⑤ 営業利益 (③-④)	440	474	567
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	440	474	567

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
サイト構築費	120000	自己資金 助成金・賞金(ビジコン等)	100000 200000
ドメイン・サーバー費	30000		
広告・広報費	50000		
OCR や多言語 API 利用費	30000		
予備費(交通量・手数料等)	30000		
人件費	40000		
合計	300000		

## 8. 別紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

実際に制作しているサイト





第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 HumanMark	
キャッチフレーズ AIじゃない、その証明が価値になる。	
代表者名 武田朋樹	
学校名 宮崎大学	所属名 地域資源創成学部 1年
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

HumanMark は、AIに頼らずに創作活動を行っている人たちに対して、生成AIにより作家の仕事が奪われているという課題を、作家たちのAIが使われていない独創的な創作活動として認定する認証サービスや作家たちの創作過程を独自のプラットフォームで配信できるようなサービスを提供することで、作家たちの時間をかけて作品を作る過程に価値を与え、認定料や動画編集代行費用でビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業は近年、生成AIの台頭によって動画クリエイターや作家、イラストレータの仕事が奪われているという現状に基づき、AI未使用の創作を行っていることを証明・記録する、または制作過程をサイト上で配信することで生成AIではないという信頼構築と創作者の制作過程の価値を可視化するという特徴を有しています。特に普段は創作物単体で評価されるものをその人の制作過程や技術獲得のための努力を可視化することにより、顧客の創作活動に生成AIにはない人の手で作ることの価値を付与します。

類似サービスには作家が個人で配信できるYouTubeのようなものや人間作品の認証マークであるNot By AI バッチなどが存在しますが、作家たちの作業過程というものによりフォーカスしている点や作業過程の動画化、第三者によって実際に制作過程を調査することでより信ぴょう性の高い非AI認証を行えるということにおいて優位性があります。

この事業の「ウリ」は作家の制作過程という新たな価値を与えることで生成AIの作品との差別化を行えることです。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

作家やイラストレーター、動画制作者などの中で AI に頼らずに創作活動を行っている人たちをターゲットとして、認証依頼や過去の依頼者の創作過程を閲覧できるようなオリジナル web サイトを開設してユーザーがそのサイトを利用して認証依頼を出せるような方式を行おうとしています。

価格は相手方からこちらが提示する簡単な書類を書いていただきその内容を判断して承認するもので 4000 円いただき、実際に家に訪問させていただき評価を行う認証を 20000 円に設定する。価格の設定理由は 4000 円に関しては人件費を一つの仕事で大体 1500 円ほどを想定してそのほか広告費などを想定して原価はおよそ 2000 円としており、2 万円に関しては調査を行うための移動費用や人件費などを考慮して原価は大体 10000 円ほどを想定して、この価格設定を行いました。

また認証以外の編集代行の費用としては他業者との費用を参考にして 10000 円ほどに設定しました。そしてこれらのサービスを一年目には 4000 円のサービスを中心として行い、二年目にはこのサービスと合わせた 20000 円のサービスを並行して行い、三年目には追加で編集代行のサービスを行いたいと考えています。

販売チャネルとしてはオリジナル web での依頼を想定しており、PR は SNS を通じて行います。

競合としては作家が個人で配信できる YouTube のようなものや人間作品の認証マークである Not By AI バッチなどがありますが、人による審査を行うことで信頼性が高いという点とデジタルではないための効率の悪さという強みと弱みを明確にしながらい差別化を図ります。

想定されるリスクは主に認証を行う人材の育成と確保です

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は地域活性化の一環で地域に関するポスターの作成やアイデアなどその地域にしかない個性的なものを考えるような創作活動を行った経験を持っています。

また、自身が持つ、そのもの独自の良さを見つけ引き出す力を活かし、実現可能性を高めています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、昨今の生成 AI の台頭による作家たちの仕事が奪われるのではないかという社会的な不安解消に対して貢献し、個人が自分の創作活動の価値を見出し創作作品一つ一つの質を高めより人々の創作文化を推進する影響を社会にもたらします。

実現に向けては他企業からの出資やクラウドファンディングなどを活用予定であり、3 年以内には認証にとどまらず様々な作家たちが自分たちの創作過程を発信できるようなプラットフォームの作成を目指します。

将来的にはこれらを主なサービスとする会社を起業したいと考えています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 (1年)	第 期 (2年)	第 期 (3年)
① 売上高	1600 千円	1900 千円	2125 千円
② 売上原価 ※	800 千円	950 千円	1100 千円
③ 粗利 (①-②)	800 千円	950 千円	1025 千円
④ 販売費 ※	600 千円	622,5 千円	645 千円
⑤ 営業利益 (③-④)	200 千円	327,5 千円	380 千円
⑥ 営業外損益 ※	0 円	0 円	0 円
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	200 千円	327,5 千円	380 千円

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
PR 広告費	10 万円	自己資金	10 万
Web 開設	70 万円	他企業からの出資	470 万
人件費	600 万	クラウドファンディング	300 万
編集機材	100 万		

## 8. 別紙 添付資料 (カタログ・写真・記事) 等

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

学校名 (大学・短大・高専)	国立大学法人宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	工学部 情報通信工学プログラム 3年	(ふりがな) 代表者氏名	(やまだしょうた) 山田 翔太
代表者 連絡先 (フリート名等、部屋番号も記載) ※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)			
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします (携帯電話番号でも OK です)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。(複数回答可)

事業区分 7, 9, 11, 12, 13

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 1. 机上で考えた段階の事業計画である。

## 第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 結農（ゆいのう）	
キャッチフレーズ ゆいのう	
代表者名 山田翔太	
学校名 国立大学法人宮崎大学	所属名 工学部 情報通信工学プログラム 3年
共同提案者名	

### 1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

宮崎県内の小規模農家を束ねて、加工業者や食品メーカーなど大口需要先と長期契約する契約販売プラットフォームです。需給予測に基づき作付け提案・共同出荷体制を構築し、中間マージンを削減して農家の手取りを向上させます。農家とバイヤー双方とのダブル契約により安定供給を実現し、農業の担い手不足解消に貢献します。

### 2. ビジネスプランの具体的内容

#### ■ 事業概要と機能・特長

本事業は、小規模農家を束ねて仮想的な大規模農家を形成し、食品加工業者や中ロット仕入れ先との長期契約販売を実現する B2B 流通プラットフォーム「結農（ゆいのう）」の開発・運営です。

主な機能は以下の通りです：

- 需要予測・作付け提案：過去データ・発注情報から AI が需要予測を行い、農家へ作付け計画を提案。
- ダブル契約：プラットフォームが農家・バイヤー双方と定期契約を締結し、価格・数量・品質の安定を実現。
- 出荷登録と統合再分配：農家からの出荷情報を集約し、注文内容に応じて最適に統合・分配。
- リスク管理：天候や生育不良による供給不足に備え、バックアップ農家の確保や±数%の契約幅で柔軟対応。
- 価格設計：市場価格に依存せず、需要に応じた独自の適正価格を設定。中間マージンを抑え農家手取り向上を実現。

#### ■ 着眼点・きっかけ

私の「結農」構想は、日本の小規模農家が長年抱えてきた\*\*「JA 出荷一択」という現状からの脱却\*\*を目指しています。この課題意識は、単なるビジネスチャンスとして生まれたものではありません。

始まりは、私が働いているバイト先での出来事でした。常連の切り干し大根農家さんが、お酒を飲まれ帰り家まで送り届ける道中ぼつりと漏らした「もっと販路を増やしたいが、なかなか難しい」という切実な悩み。その感情的な訴えに触れ、私は深く心を動かされました。これが、農業が抱える課題に真剣に向き合う最初のきっかけです。

その後、偶然目にした「令和の農業一揆」のニュース。個々の農家さんの悩みが、実は日本の農業全体に横たわる構造的な課題であると明確に認識しました。多くの小規模農家が、販路開拓の難しさや、新たなリスク、膨大な労力といった壁に直面し、自由な販売ができない実態を突きつけられたのです。

そこから農家ヒアリングを通して、多くの小規模農家が「JA 出荷一択」の現状に疑問を持ちながらも、販路の開拓やリスク・労力の問題で自由な販売ができない実態に直面しました。そこで、複数農家を束ね、IT を活用して契約販売を成り立たせる仕組みがあれば、「農家の手取り向上」「担い手不足の解消」に貢献できると考えました。

#### ■ 商品・サービスの差別化ポイント

- JA や市場と異なり、「契約販売」「需給予測」「出荷統合」がセットで一気通貫。

- 農家ごとの出荷ではなく、仮想的に集約して提供することで、企業から見た際の"安定供給性"を担保。
- 農家はプラットフォーム上で作付け計画・出荷登録・発送手続きまで一括管理。使いやすく負担の少ないUXを実現。

## ■ 訴えたい『ウリ』

「農家が稼げる仕組み」を軸に、

- 契約販売で価格・販路・量の見通しが立つよって、農業を経営できるようになる
- ITリテラシーがなくても参加しやすい
- バイヤーも信頼できる供給先として活用可能 という双方にとっての利便性と安定性を兼ね備えた仕組みが最大の特徴です。

## ■ 新しさ

既存の農産物流通は「スポット型」「単独農家」「価格変動」が前提でしたが、本事業は：

- 複数農家を束ねてバイヤーと契約する「仮想大規模農家」モデル
- 販路と作付を連動させる「生産連動型契約流通」
- 契約成立前提で農業をスタートできる「逆算型営農提案」を実現し、新たな流通モデルとして位置付けられます。

## ■ 社会的・顧客的メリット

【農家】

- 手取りが向上し、労力に見合った適正価格で収入が得られる
- 販売の不安が減り、新規就農・継続意欲が高まる
- 出荷ロスや規格外品の活用余地が広がる

【バイヤー（加工業者・飲食店）】

- 安定供給・品質の担保された国産野菜が確保できる
- 生産者トレーサビリティによる安心感
- 中間流通を簡素化したことでコスト優位性がある

【社会】

- 農業の担い手不足対策と地域の耕作放棄地抑制
- 食料自給率の向上・フードロス削減

農家・企業・社会の三方良しの流通モデルとして、本プラットフォーム「結農」は、日本農業の未来を支えるインフラとなることを目指します。

## 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

### ● 基本戦略（強み・独自性・販売方針）

本事業の強みは以下の3点にあります：

- ダブル契約モデル：農家と買い手（加工業者・飲食店）双方と契約することで、安定供給と価格保証を両立。
- 需要予測 AI と作付提案：バイヤーからの注文履歴や季節性、気象データをもとに、農家へ作付け・収穫提案を提示。
- 仮想的な大規模農家モデル：小規模農家を束ねて大口契約に対応可能にし、B2B取引を可能とする。

販売方針は、初期は宮崎県内において、加工業者向けの販路に特化。農家の手取り増加という価値を軸に、農家・バイヤー両面から利用を促進します。

### ● 価格戦略

流通経路	手数料割合	説明
JA 手数料	約 25～30%	共選料、施設使用料、出荷手数など
市場手数料	約 8%	セリ・仲卸など市場流通にかかる費用
農家 → JA → 市場	約 33～38%	手数料合計
<b>結農（ゆいのう）</b>	<b>約 10～15%</b>	<b>自動マッチング・品質保証・契約管理など</b>

- 顧客価格：市場価格を参考にしつつ、中間流通を削減した上で「農家手取り向上」を実現する設計。
- 理由：市場連動型では農家が納得しづらいため、需給と連動したプラットフォーム独自の適正価格提案を予定。
- 他社比較（市場までの場合）：通常農家取り分が 60～70% である中、本プラットフォームは手取り最大化（85～90%）を明示。

### ● 販売戦略

- チャネル確保：
  - 農家：県内農協非加盟層や直販経験者中心に提携。
  - バイヤー：加工業者と個別契約。営業・農商工連携を活用。
- PR 方法：
  - SNS（Instagram/X）で“農家の顔が見える流通”を訴求
  - 食品関連メディアへの掲載
  - 地域イベント・産直市で認知拡大

### ● 競合状況

- 競合例：食べチョク、ポケットマルシェ、ココノミ（いずれも C2C または B2C）
- 優位性：
  - B2B 特化で契約出荷に対応
  - 出荷登録から再分配・集荷まで一貫対応
  - 小規模農家に優しい UI 設計とデータによる作付支援
- 劣る点：
  - 初期は配送網が限定的
  - プラットフォームの信頼性確保に時間がかかる

### ● 事業上のリスクと対策

リスク項目	内容・対策
気象・生育不良	契約は±〇%範囲内での納品許容とし、バックアップ農家を確保
農家側の拘束感・離脱リスク	最低出荷義務なし、恩恵を受ける条件として継続的参加を促す柔軟設計
品質・規格のバラツキ	出荷時の品質データ登録、過去実績評価と連動したマッチング最適化
ロジスティクス面の不備	初期は委託配送、将来的には地域ごとの拠点+自社物流構築も視野
営農意欲・IT リテラシーの格差	作付支援やスマホで完結するシンプル UI 設計、フォロー体制整備
資金繰り（キャッシュフロー）	売上に応じたシンプルな手数料制、入金サイクル整備、バイヤー側の支払確約強化

## 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

本事業に関連する農業経営経験や技術特許などは現時点では保有していませんが、実際の農家・飲食業者・加工業者への多数のヒアリングを通して、現場の課題とニーズを徹底的に収集・分析してきました。

特に、以下の点で現場の声に基づいた設計が本構想には反映されています：

- JA 出荷に伴う全量出荷慣行と農家の不満
- 規格外品のロスと販売機会損失
- 高齢農家の IT リテラシー不足による販路拡大の困難
- バイヤー側の「量・安定供給・トレーサビリティ」ニーズ
- 需給予測に基づく作付提案モデル
- 小規模農家を束ねて仮想的に大規模化する再分配設計
- バイヤー・農家双方と契約を結ぶダブル契約方式
- 契約不履行リスクを最小限に抑えるバックアップ制度

現段階では特許・商標出願は行っていませんが、今後は本事業の中核となるマッチング・再分配・トレーサビリティ管理のアルゴリズムについて、知的財産化も視野に入れ検討を進めます。

## 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

現在、日本の農業は高齢化・後継者不足という深刻な課題に直面しており、宮崎県でも平均年齢が 70 歳近い農家が中心となって支えています（宮崎県農政企画課調べ）。このままでは、農業生産量の減少が日本の食料安全保障を脅かす可能性が高く、早急な対応が求められています。

私たちの事業「結農（ゆいのう）」は、農家の“売る”負担を軽減しつつ、小規模農家の収益性を最大化させる仕組みを構築することで、担い手不足の構造的解決を目指します。プラットフォームが農家とバイヤーの両者と契約を結ぶ「ダブル契約モデル」により、農家は市場価格に左右されない安定収入を得られます。また、中間流通を極限まで簡素化することで、農家の取り分を従来の 60～70%から最大 85%～90%へと引き上げ、単なる販路提供にとどまらない、「稼げる農業」を実現します。

加えて、農家の作付登録情報を活用し将来的に遊休農地の可視化と再分配を可能にする土台ともなります。これにより、地域内での農地の流動性を高め、次世代の担い手が入りやすい農業構造の整備にもつながります。一方、加工業・食品メーカーにとっては、品質・量・時期が確実に担保された契約調達先を得られるという利点があります。これは、日本国内の業務用野菜の国産化促進（現在の国内比率 7 割弱）にも寄与し、輸入リスクへの備えにもなります。

将来的には、宮崎県から全国へと展開を広げ、契約野菜・業務用原料の「新しい産地のかたち」を生み出したいと考えています。IT や AI によるマッチング自動化・需給予測の精度向上も進め、数年以内に全国展開も視野に入れていきます。

この事業は、SDGs の目標 8「働きがいも経済成長も」、目標 12「つくる責任、つかう責任」にも直結する取り組みです。農家・企業・地域がともに利益を享受できる仕組みを構築し、将来的には「地方から農業の未来を変えるプラットフォーム」として、全国的なモデル事例となることを目指しています。

## 6. 売上・利益計画

（単位：千円）

	第 1 期 (2026 年)	第 2 期 (2027 年)	第 3 期 (2028 年)
① 売上高	12000	40000	100000
② 売上原価 ※	9600	30000	78000
③ 粗利 (①-②)	2400	10000	22000
④ 販売費 ※	1800	6000	10000
⑤ 営業利益 (③-④)	600	4000	12000
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	600	4000	12000

※補足：

### 【1】ダブル契約モデル

- 農家：「1kg = ●円」で買い取り契約を事前締結（例：180 円/kg）。

- バイヤー：「1kg=●円」で販売契約を事前締結（例：230円/kg）。
  - 差額（粗利）=50円/kg → これがプラットフォーム収益の源泉。
- 【2】農家の取り分向上
- 通常流通では農家取り分：市場価格の40～50%。
  - 結農では流通手数料が最小化されるため、最大85～90%の還元が可能。
    - 例：230円/kgの販売価格 → 農家取り分180円 → 農家手取り78%超
    - そこから20～50円/kgが粗利としてプラットフォームに残る。
- 【3】薄利多売でなく、契約量を積み上げる戦略
- 農家30→100→300戸、バイヤー5→20→50社と徐々に拡大。
  - 契約総量に応じて粗利も増え、営業利益率20～30%の黒字構造を確保。

## 7. 資金計画

必要資金内容	金額（千円）	調達方法	金額（千円）
プラットフォーム開発費 （システム構築）	3,000	自己資金+学生向け支援金	1,000
初期マーケティング費用 （LP、広告等）	2,000	ビジネスプランコンテスト助成金	2,000
初期人件費（業務委託、業務支援）	1,500	自己資金+外部調達予定	1,500
出荷・集荷支援資材（ラベル・資材等）	1,000	自己資金	1,000
バイヤー・農家向け説明会・運営費	500	自己資金	500
合計	8,000	—	8,000

## 8. 別紙 添付資料（カタログ・写真・記事）等



[「さかうえ」目に見えない付加価値を提供する | 農業ビジネスに挑む（事例） | J-Net21\[中小企業ビジネス支援サイト\]](https://j-net21.smrj.go.jp/special/agriculture/201403101001.html)

<https://j-net21.smrj.go.jp/special/agriculture/201403101001.html>

[https://www.maff.go.jp/j/seisan/kakou/yasai\\_kazitu/attach/pdf/index-43.pdf](https://www.maff.go.jp/j/seisan/kakou/yasai_kazitu/attach/pdf/index-43.pdf)



[農産物の流通コストや中間マージンは高い！は本当か.....？ | マイナビ農業](https://agri.mynavi.jp/2020_06_01_120024/)

[https://agri.mynavi.jp/2020\\_06\\_01\\_120024/](https://agri.mynavi.jp/2020_06_01_120024/)



[農業の物流をリフォームする！ 地産地消が農家の収益向上に有効なわけ | マイナビ農業](https://agri.mynavi.jp/2023_06_20_229392/)

[https://agri.mynavi.jp/2023\\_06\\_20\\_229392/](https://agri.mynavi.jp/2023_06_20_229392/)



[新規事業の旅 158 小規模農業者向けの流通プラットフォーム | 経営者・管理職のための経営資料](https://www.biznavi.co.jp/blog/archives/9113)

<https://www.biznavi.co.jp/blog/archives/9113>



[宮崎県：「持続可能な農業実現人材確保事業のうち農福連携推進事業」業務委託企画提案競技の実施について](https://www.pref.miyazaki.lg.jp/ninaitenochi/kense/chotatsu/20250606162000.html)

<https://www.pref.miyazaki.lg.jp/ninaitenochi/kense/chotatsu/20250606162000.html>

(1) 基幹的農業従事者：農林水産省

[https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/r3/r3\\_h/trend/part1/chap1/c1\\_1\\_01.html](https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r3/r3_h/trend/part1/chap1/c1_1_01.html)



[ーJA と加工業者との契約取引による生産力の増強～青森県 JA おいらせのごぼうの契約取引を事例に～ 2009年5月](https://vegetable.alic.go.jp/yasaijoho/senmon/0905_chosa1.html)

[https://vegetable.alic.go.jp/yasaijoho/senmon/0905\\_chosa1.html](https://vegetable.alic.go.jp/yasaijoho/senmon/0905_chosa1.html)



[契約取引の仕組みと長期継続の方向 | 株式会社みんなの農業](https://agriculture.tokyo/%E5%A5%91%E7%B4%84%E5%8F%96%E5%BC%95%E3%81%AE%E4%BB%95%E7%B5%84%E3%81%BF%E3%81%A8%E9%95%B7%E6%9C%9F%E7%B6%99%E7%B6%9A%E3%81%AE%E6%96%B9%E5%90%91%E7%B5%8C%E5%96%B6%E7%99%BA%E5%B1%95%E3%82%92%E7%9B%AE/)

<https://agriculture.tokyo/%E5%A5%91%E7%B4%84%E5%8F%96%E5%BC%95%E3%81%AE%E4%BB%95%E7%B5%84%E3%81%BF%E3%81%A8%E9%95%B7%E6%9C%9F%E7%B6%99%E7%B6%9A%E3%81%AE%E6%96%B9%E5%90%91%E7%B5%8C%E5%96%B6%E7%99%BA%E5%B1%95%E3%82%92%E7%9B%AE/>



[新規事業の旅 158 小規模農業者向けの流通プラットフォーム | 経営者・管理職のための経営資料](https://www.biznavi.co.jp/blog/archives/9113)

<https://www.biznavi.co.jp/blog/archives/9113>

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 提案者情報

※御記入いただいた個人情報は、宮崎・学生ビジネスプランコンテストに限り使用します。

学校名 (大学・短大・高専)	宮崎大学		
代表者 所属 (院・学部・学科・学年)	大学院・工学研究科・工学専攻先 端情報コース・1年	(ふりがな) 代表者氏名	ふじおかこうき 藤岡宏輝
代表者 連絡先 (フリート名等、部屋番号も記載) ※ 結果通知、連絡で使用します			
共同提案者 所属 (院・学部・学科・学年) 氏名 (ふりがな) 連絡先 (電話番号・E-mail)			
担当教員名 (ふりがな) ゼミ等で活動・応募の場合記載。			

(注1) すぐに連絡がとれる電話番号をお願いします (携帯電話番号でも OK です)。

(注2) 日頃使用されているパソコンのメールアドレスを記載ください。

携帯電話のメールアドレスの場合、お送りしたメール等が正しく表示されない場合がございます。

下記の項目に必ずお答えください。

1. どのような事業区分か、下記から該当するものを選択して番号を記載してください。(複数回答可)

事業区分 10, 11

1. 新製造技術 2. 新エネルギー・省エネルギー (省力化含む) 3. ハイテクノロジー 4. 環境・リサイクル・産業廃棄物処理  
5. 住宅 6. 災害支援 7. 生活文化・生活支援・新サービス・アミューズメント 8. 医療・福祉 9. 物流・流通  
10. 人材活用・教育 11. 情報・通信(インターネット関連含む) 12. ビジネス支援 13. 食品・農林水産品  
14. 加工・製造技術 15. 観光資源 16. その他

( )

2. 現段階における、あなたの事業計画の状況を教えてください。

回答 3

1. 机上で考えた段階の事業計画である。 2. 起業の為に既に企業・団体にアプローチしている段階である。  
3. 既に起業・事業化済みの段階である。 4. その他 ( )

第6回 宮崎・学生ビジネスプランコンテスト 事業計画書

事業名 FORESHIFT	
キャッチフレーズ 来客を先読み、シフトは一瞬	
代表者名 藤岡宏輝	
学校名 宮崎大学	所属名 工学研究科工学専攻
共同提案者名	

1. あなたのビジネスプランの概要を簡潔に(150文字程度)に文章でまとめてください。

- ① 誰に、何を、どのようにして提供するビジネスですか？
  - ② あなたがこのビジネスで果たす役割(社会的意義)は何ですか？
  - ③ どうやって収益を得ますか？
- 等の要素を盛り込んでまとめてください。

FORESHIFTは、従業員5名規模の個人飲食店に対して、自動化を導入困難であることによる人手不足と人件費高騰を解決するサービスをAIによる店の来客予測によるシフト表作成し提供することで、地域飲食店の持続可能性向上を果たしながら、店からの月額サブスクリプション課金と求人サイトとの連携でビジネスを成立させるプランです。

2. ビジネスプランの具体的内容

本事業はある飲食店で「注文受付はスタッフ、配膳はロボット」という“部分的な自動化”を目にし、そのコスト効率に疑問を抱きました。実際、配膳ロボットを多数導入しているすかいらーくホールディングスでも、2024年時点の人件費率は売上高の32.6%にとどまっています。とりわけ資本力や大きくない個人経営の小規模飲食店では、ロボット導入コストの負担が大きく、人的リソースの最適化がより深刻な課題となっています。完全自動化が現実的でない以上、「いつ・何人のスタッフが必要か」を正確に把握し、人件費を抑えながらサービス品質を保つ仕組みが不可欠だという考えに基づき、AIによる来客予測した結果からシフト表を作成し、人件費を削減する特徴を有しています。

特に来客予測とシフト作成を一体化することにより、顧客にとって人件費の削減とシフト表作成の時間を圧縮できる利便性を提供します。

類似サービスにはAirシフトやサキミルが存在しますが、それらとは来客予測とシフト表作成が一体化していること、また提供価格が安いことにおいて優位性があります。

この事業の「ウリ」は来客需要を先読みして最少人数シフトを提示し、小規模店でも導入でき、人件費を下げられることにあります。

### 3. マーケティング戦略、類似ビジネスとの相違点、事業上のリスク等

従業員 5 名規模の個人飲食店をターゲットとし、サブスク制で販売するかを基本戦略としています。価格は月額 7000 円前後に設定し、その理由は SoftBank のサキミルが 28 日間の利用で約 16000 円だからです。

販売チャネルとしては公式 Web サイトを想定しており、PR は 2 か月の無料トライアル TikTok・Instagram など SNS での短尺導入事例動画を通じて行います。競合としては SoftBank のサキミルや Air シフトが考えられますが、強みとして来客予測とシフト作成を一体化して行えることと、小規模店に手頃な定額料金、弱みとしてブランド認知の低さと初期学習データ不足ということを明確にしながら差別化を図ります。

想定されるリスクは、競合の値下げ・機能追随、労働関連法規の改定によるアルゴリズム修正負荷、来客予測ブランド知名度が低く、導入初期に AI の学習に必要なデータの入手が難しいこと、来客予測の精度がどのくらい高くなるかということです。

飲食店の平均営業時間 8.5h、店の休みを週一日とすると、店の稼働時間は

$$8.5 \times 24 = 204$$

また、常に 2 人は店にいる状態であり、ピーク時には 3 人を配置する前提で考える。時給を 1000 円とすると、1 月の 2 人件費は、 $204 \times 1000 \times 2 = 408000$ 、となり、3 人の配置するときを含めて 1 月の人件費は、約 50 万円

本事業のサービスで人件費の 2%を削減できると仮定すると、1 月の人件費が 1 万削減できる

また、本事業のサービスの来客予測により、1 日 2500 円分の

有名なファストフード店や飲食チェーン店では、原価率を約 30%と設定されているため、個人飲食店では原価率を 40%と仮定し、来客予測で 1 日 2100 円分の不要な商品を削減できたとする、

1 月で  $2100 \times 0.4 \times 30 = 25200$  円の削減が可能になる。

よって、本事業のサービスにより、1 月で人件費 1 万+不要な商品の原価約 2 万 5 千=3 万 5 千円の削減できる。3 万 5 千の 20%を本事業で頂くとすると、本事業のサービスは月額 7000 円となる。

### 4. この事業に関するあなたの経験、技能、資格、特許、ノウハウなど

私は AI による来客予測の研究ではないが、AI による心臓 CT 画像を用いた冠動脈疾患の予後予測の研究を行っています。また、AI に関する論文も多く読み、AI の研究経験だけでなく、AI に関する知識も持っています。また、学部時代から情報分野を専攻としており、情報分野に関する知識を活かし、実現可能性を高めています。

### 5. 事業の社会貢献度（社会課題解決）、実現性や将来の事業家としての抱負

この事業は、人手不足と人件費高騰で営業継続が難しくなりつつある小規模飲食店の持続可能性に対して貢献し、店長の長時間労働と従業員の過重シフトを減らし、地域飲食店の経営体力と働く人のワークライフバランスを同時に向上させ、結果として、地域の雇用が守られ、サービス水準の安定が地域の飲食店の持続を地域・社会にもたらします。

実現に向けては求人サイト、飲食業界団体と連携し、3 年以内には全国の都市へ展開し、年間売り上げ 1000 万の達成を目指します。

将来的には企業を描いています。

## 6. 売上・利益計画

(単位：千円)

	第 1 期 ( 2026 年)	第 2 期 ( 2027 年)	第 3 期 ( 2028 年)
① 売上高	5967.5	25641	72333.8
② 売上原価 ※	0	0	0
③ 粗利 (①-②)	5967.5	25641	72333.8
④ 販売費 ※	650	5050	20010
⑤ 営業利益 (③-④)	5317.5	20591	52323.8
⑥ 営業外損益 ※	0	0	0
⑦ 経常利益 (⑤-⑥)	5317.5	20591	52323.8

全国の AI を活用していない従業員数が 5 人程度の店

2023 年の日本全国の飲食店舗数が 825712

2023 年の小規模店、個店の割合が 87%であり、平成 14 年が約 60%であったため、個人経営の割合を 75%とする。

従業員数が 1~5 人の店の割合が 20 年で約 85%

楽天の調査では、日本の中小企業における「現在 AI を業務で利用している」事業者は 16%、なかでもサービス業セグメントでは 21%であるため、AI を利用していない店の割合を少し低く見積もって 75%とする。

よって、ターゲットの市場の大きさは

$$825712 \times 0.75 \times 0.85 \times 0.75 = 394793.55$$

3 年で本事業のサービス普及率を 1%と仮定すると、約 3947 店

1 年目

広告費

TikTok 36 万円 Instagram 24 万円

平均クリック単価 TikTok 46 円/クリック、Instagram 約 100 円/クリック

クリック数 (LP 訪問)

$$\text{TikTok} : 36 \text{ 万} \div 46 \text{ 円} \approx 7,740, \text{ Instagram} : 24 \text{ 万} \div 103 \text{ 円} \approx 2,330$$

$$\text{合計} \approx 10,070 \text{ 訪問/年}$$

無料トライアルの平均転換率：SaaS ベンチマーク (Opt-in 型) は訪問→試用：8.5%、試用→有料：18.2%

よって、1 年目の契約数

$$10,070 \times 8.5 \% \times 18.2 \% = \text{約 } 155 \text{ 社}$$

売上高：7,000 円 × 5.5 か月 × 155 = 5967500 円 (5967.5 千円)

売上原価：0 円

粗利：5967.5 千円

販売費：広告費 600 千円 + 交通費 50 千円 = 650 千円

営業利益：450 千円 - 650 千円 = 5317.5 千円

経常利益：5317.5 千円

2 年目

広告費

TikTok 120 万円、Instagram 50 万円、Google 検索広告 30 万円

平均クリック単価 TikTok 46 円/クリック、Instagram 約 100 円/クリック、

Google 検索広告 約 430 円/クリック

クリック数 (LP 訪問)

$$\text{合計} 26087 + 5000 + 3000 = \text{約 } 34087 \text{ 訪問/年}$$

よって、2年目の契約数

$$34087 \times 8.5 \% \times 18.2 \% = \text{約 } 542 \text{ 社}$$

2年目

$$\begin{aligned} \text{売上高} &: 7,000 \text{ 円} \times 5.5 \text{ か月} \times 155 \times 0.8 + 7,000 \text{ 円} \times 5.5 \text{ か月} \times 542 = 4774000 + 20867000 \\ &= 25641 \text{ 千円} \end{aligned}$$

売上原価 : 0 円

粗利 : 25641 千円

販売費 : アプリ開発費 3000 千円 + 広告費 2000 千円 + 交通費 50 千円 = 5050 千円

営業利益 : 25641 千円 - 5050 千円 = 20591 千円

経常利益 : 20591 千円

3年目

広告費

TikTok 350 万円、Instagram 100 万円、Google 検索広告 50 万円

平均クリック単価 TikTok 46 円/クリック、Instagram 約 100 円/クリック、

Google 検索広告 約 430 円/クリック

クリック数 (LP 訪問)

合計 約 87,000 訪問/年

よって、3年目の契約数

$$87,000 \times 8.5 \% \times 18.2 \% = \text{約 } 1346 \text{ 社}$$

$$\begin{aligned} \text{売上高} &: 7,000 \text{ 円} \times 5.5 \text{ か月} \times 124 \times 0.8 + 7,000 \text{ 円} \times 5.5 \text{ か月} \times 542 \times 0.8 + 7,000 \text{ 円} \times 5.5 \text{ か月} \\ &\times 1346 = 72333,800 (\text{約 } 72333.8 \text{ 千円}) \end{aligned}$$

売上原価 : 0 千円

粗利 :

$$\begin{aligned} \text{販売費} &: \text{人件費 } 10000 \text{ 千円} + \text{アプリ改良費 } 5000 \text{ 千円} + \text{広告費 } 5000 \text{ 千円} + \text{交通費 } 10 \text{ 千円} \\ &= 20010 \text{ 千円} \end{aligned}$$

営業利益 : 72333.8 千円 - 20010 千円 = 52323.8 千円

経常利益 : 52323.8 千円

## 7. 資金計画

必要資金	金額	調達方法	金額
開発用 PC・周辺機器	450 千円	自己資金 (代表者貯蓄)	500 千円
クラウド利用料 (6 か月前払 : 10 万円/月)	600 千円	国の「学生起業家支援事業」助成	300 千円
運転資金 (サーバ保守・通信・交通費ほか 6 か月分)	400 千円	IT 導入補助金 (デジタル枠)	350 千円
初年度広告費 (TikTok36 万 + Instagram24 万)	600 千円	家族からの借入	100 千円
		ビジコンの報酬	300 千円
		日本政策金融公庫・新創業融資 (無担保)	500 千円

8. **別紙** 添付資料（カタログ・写真・記事）等