



事業創造大学院大学 2024年度 ビジネスプラン・研究成果発表会プログラム

<目的>	「事業創造」の実践家/研究者の育成をおこなうために事業計画/研究成果を学内外に公表する場を設け、不足資源や助言獲得の機会として計画/研究のブラッシュアップにつなげる	
<担当>	演習委員会	
<発表者>	募集に応じた在学学生、修了生より演習委員会が発表に適すると判断した者	
<参加者>	在学生、修了生、外部支援者（ファンド関係、企業経営者、専門家等）、教職員	
<日時>	2025年2月22日（土曜日）13:30～17:00（受付13:00）	
<会場>	事業創造大学院大学 10F大講義室・オンラインのハイフレックス（ZOOMでの開催）	
<次第>	①開会挨拶	13:30～13:40
	②開催趣旨	13:40～13:42
	③発表	13:45～16:45
	④全体講評	16:45～16:55
	⑤閉会挨拶	16:55～17:00
<発表・交代時間>	発表20分・質疑応答10分・交代時間5分	

<発表プログラム>

時間	項目	発表者	発表者	発表者
13:45	発表者	クラテシ・フラヴィオ	[M2-1] 11232086	
14:15	テーマ	ホテルイタリア軒におけるイタリアンヴィーガンレストラン		
	コーディネーター	杉本 等		
	概要	<p>環境問題や異常気象が当たり前のようになった現在、より持続可能な取り組みを促す必要がある。食肉生産が環境問題と大変関係していることが数々の研究で証明され、動物由来食品の消費を減らすことにより、環境負荷を抑えることができる。すなわち、もっとサステナブルである植物性食品（ヴィーガン食品）の消費を優先することが望ましいとされている。しかし、ヴィーガン料理は環境保護と動物福祉だけでなく、健康の配慮にもつながっており、心血管疾患・発癌性・呼吸器疾患・神経変性疾患などのリスクを低下させると見られる。さらに、世界保健機関（WHO）と国際がん調査機関（IARC）により、加工肉や保存肉（特に、赤身肉）の摂取は人間に対する発がん性があることも実証された。それにもかかわらず、現在、加工肉や保存肉の消費率が一番高いと見られている。したがって、癌・心臓病・脳血管疾患（CVD）が大疾病とされる日本の様な国では、ヴィーガンレストランの導入により、国民の疾患の発症率を低下させることができると考えられる。新しい技術や研究から得た知識で、近年のヴィーガン料理はさらに発展しており、よりクリエイティブな方法で、肉・魚・乳製品の代用品が多く誕生でき、全ての料理を再現することが可能になった。その上に、ヴィーガン料理は食物不耐性・アレルギー・文化・宗教を問わず、提供できるものなので、全ての方のニーズに応えられるという大きなメリットもあるとされている。新潟のNSGグループの150周年を迎えた「ホテルイタリア軒」において、ヴィーガンという取り組みを実施しながら、お客様に対して新たな価値を創造し、イタリア料理を特化したヴィーガンレストランを起業する。本事業を通じて、NSGグループの「ホテルイタリア軒」が、中高年の方々向けに健康的で美味しいイタリア料理を提供し、まだ飽和していない日本におけるヴィーガン市場に参入し、そのバイオニアになる機会を迎える。</p>		
14:20	発表者	タンダー ミン	[M2-1] 11232087	
14:50	テーマ	特定技能者を対象にしたIT資格取得支援事業		
	コーディネーター	杉本 等		
	概要	<p>経済産業省「IT人材需給に関する調査」（2019年）によると、日本は2030年にIT人材の需要は最大で約79万人に拡大する可能性がある。若年人口減少でIT人材不足となっている課題について、①ITスキルがある国内外国人材の確保、②海外のITスキルがある人材の確保なども解決策として考えられる。本事業はITスキルがある国内外国人材の育成を目的とする事業である。事業の初期段階のターゲットとして、日本にいるミャンマー人特定技能者をターゲットとし、将来は国籍関係なくIT外国人材を育成していくことを検討している。令和6年6月、出入国在留管理庁の公表データによると、在留特定技能者は251,747名いる。そのうち、ミャンマー人特定技能者は19,059人である。本事業の目的は、技術ビザを取得してITエンジニアとして働きたい特定技能者を育成することにある。特定技能者向けITエンジニアとして働くために必要な資格の一つである基本情報技術者資格取得を支援して、ビザ変更のサポートをする。サービスとしては、基本情報技術者試験対応コースと日本語JLPT N2、N1レベルのコースを提供する。本事業は株式会社ゼンクとパートナーシップを結び、コースを終了した人材をIT企業に紹介するというサービスも考えている。事業の特長としては、外国人材向けのサービスで、育成から仕事紹介まで安心できるワンストップサービスである。外国人材を採用したい日本企業と働きたい外国人材をマッチングし、事業の収入源としては、コース費と人材紹介料になる。事業は2025年9月にスタートしたいと考えているため、2025年4月から起業準備をする予定である。事業の立地の選定は綿密な調査をし、選定をする予定である。現在は、DX化に力を入れてIT人材の確保が難しい川崎市を調査している。サービスの提供方法はオンラインでサービスを提供している。特定技能者が働きながら勉強できるシステムであり、仕事と勉強が両立できるのがサービスの特長になる。サービスの提供言語は日本語であり、ITの育成ができる日本人の講師を採用する予定である。また、相談やカウンセリングなどの場合は母国語でも対応できるように考えている。</p>		
14:55	発表者	ド・ハイ・アイン	[M2-1] 11232088	
15:25	テーマ	ベトナムにおけるマスコットキャラクターを中心としたブランディング専門会社の設立・運営		
	コーディネーター	里見 泰啓		
	概要	<p>本事業は、ベトナム市場においてマスコットキャラクターを活用したブランディングを専門とする会社の設立・運営を目指すもの。近年、マスコットキャラクターは単なるプロモーションツールを超え、企業のイメージ向上や顧客との感情的なつながりを形成する重要な役割を担っている。特に日本では、ゆるキャラをはじめとしたマスコット文化が幅広く浸透しており、その成功事例は国内外で高く評価されている。一方で、ベトナム市場ではマスコットキャラクターを効果的に活用している企業はまだ少なく、この分野には大きな成長余地があると考えられる。具体的には、以下のサービスを展開する： <ul style="list-style-type: none"> ・キャラクターデザインサービス：企業やブランドのアイデンティティに基づき、オリジナルのマスコットキャラクターを制作する。3Dモデルの設計や、SNSで使用できるスタンプのデザインなど、デジタルおよび物理的なプロモーション用途に対応する。マスコットキャラクターの魅力を最大化するために、物語や背景設定を構築し、顧客との感情的なつながりを深める。 ・ブランディングコンサルティング：マスコットキャラクターを中心とした広告戦略やキャンペーンを企画し、顧客企業のブランド価値を向上させる。また、地域社会や観光業を活性化させるための自治体向けのプランも提供する。 ・クリエイティブコンテンツの制作支援：マスコットを活用したプロモーション動画や SNS コンテンツの制作を支援し、オンラインでの認知度を向上させる。 この事業では、日本とベトナムの文化的な強みを融合させた独自の価値を提供することを目的とする。ベトナム市場でのビジネス展開にあたっては、企業やクリエイターとのコラボレーションを積極的に行い、現地のニーズに最適化したサービスを開発する。また、マスコットを通じたブランディングが企業や自治体にもたらす経済的・社会的な効果を広く普及させることで、当事業は市場全体の発展に寄与したいと考えている。本事業を通じて、マスコットキャラクター文化を活用したブランディングがベトナムにおいて普及し、顧客企業や地域社会に新しい価値を創出することを目指す。 </p>		
15:25	休憩（15分）			
15:40	発表者	バルタペコヴァ・シンパット	[M2-1] 11232089	
16:10	テーマ	カザフスタンにおける和菓子屋ビジネス		
	コーディネーター	一守 庸		
	概要	<p>ビジネス名：未定（日本語の名前を検討中） 場所：カザフスタン・アルマトイ市 目的：カザフスタンの人々に日本の伝統的なお菓子である和菓子を提供し、その美しさや健康的な魅力を広める。 背景：カザフスタンは歴史的に甘いものを好む文化があり、伝統菓子「バウルサク」や「シルネク」が広く愛されています。さらに、甘いものとお茶を楽しむ文化が根付いており、日本の和菓子との親和性が高いと考えます。私は2014年に日本留学を通じて和菓子に初めて出会い、その美しさや味に感動しました。この体験を活かし、カザフスタンの人々にも和菓子の魅力を伝えたいと思います。 ターゲット市場：甘党のカザフスタン人、チョコレートやケーキに代わる新たな選択肢を求める層。 健康的な生活志向の若者：健康的な生活を志向しつつ、甘いものを楽しみたいと考える層。 製品の特徴：和菓子はその美しいデザインと多様性、そして低カロリー・低脂肪であることが特徴です。特に「団子」「どら焼き」「羊羹」などのバリエーション豊かな商品を展開予定です。また、和菓子の原材料には栄養価の高い食材を用い、健康志向のニーズに応えます。 価格設定：1個あたり500テンゲ（KZT）。原価率は40%を見込み、カザフスタンの購買力に合わせた価格設定を行います。 ビジネスの魅力：カザフスタンの急速な経済発展と消費者の購買力向上により、新しい食文化を受け入れる素地が整っています。また、SNSを通じた視覚的なプロモーションが効果的であり、和菓子の美しいデザインが顧客の関心を引きまします。さらに、和菓子を通じて日本文化を体験できることが、他の競合商品との差別化ポイントとなります。 今後の展望：テストマーケティング：アルマトイ市内で実施し、顧客の反応を分析。 店舗展開：初期店舗を成功させた後、他都市への拡大を目指す。 コラボレーション：カフェやホテルとの提携を視野に入れ、認知度を向上を図る。 結論：本ビジネスは、カザフスタンの文化と日本の和菓子文化を融合させる新たな試みです。甘いものを愛するカザフスタンの人々に健康的で美味しい和菓子を提供し、新しい甘味の選択肢を創出します。</p>		
16:15	発表者	シェロワ サルピズ	[M2-1] 11232090	
16:45	テーマ	ウズベキスタンにおけるキャリアプラットフォームの創設		
	コーディネーター	富山 栄子		
	概要	<p>本事業では、ウズベキスタンにおける若手人材と雇用主のマッチングプロセスに存在する課題を分析し、これに対応するための革新的なキャリアプラットフォームの構築を提案するものである。政府統計によると、2023年時点でのウズベキスタン国内の若年失業率は9.6%と高く、特に採用活動のデジタル化が遅れている点や、キャリア構築を目指す若者に対する支援体制が十分に整備されていない点が深刻な問題として考えられる。このような状況は、ウズベキスタン国内の若年層のキャリア形成のみならず、企業の競争力や教育機関の社会的役割にも大きな影響を及ぼしている。近年、日本への関心がウズベキスタンの若者の間で高まりつつある。これは、日本が世界的に評価される技術力、教育機会、そして高い生活水準を有していることが背景にある。また、ウズベキスタン国内で行われる日本語教育の普及や、日本文化を紹介するイベントの増加も、若者たちの日本への興味を高める要因となっている。一方、日本国内では、少子高齢化の進行により、さまざまな産業で人材不足が深刻化しており、特に製造業、IT分野などでは、労働力を確保するために外国人材への期待が高まっている。このような背景から、ウズベキスタンと日本の間での人材交流を促進することが、両国にとって重要な課題となっている。本事業では、学生、雇用主、教育機関を結びつけることを目的とした革新的なキャリアプラットフォームの構築を提案する。このプラットフォームは、求職活動および採用プロセスをデジタル化し、キャリア形成の可能性を広げるとともに、みんなに新たな価値を提供することを目指す。具体的には、インターンシップ情報、求人検索、採用手続きなどをオンラインで提供する機能を備えたデジタルキャリアプラットフォームを構築し、特に学生や若手人材の利用を容易にする。また、ウズベキスタンから日本への就職を希望する若手人材を対象としたオンラインキャリアプラットフォームを開催し、面接を超えた雇用機会の創出を図る。プラットフォームの実現によって、ウズベキスタン国内の若年失業率の低下が期待されるだけでなく、企業の採用プロセスの効率化や教育機関のキャリア支援機能の強化にも寄与する。また、日本市場における人材不足の緩和に貢献し、ウズベキスタンの若者にとって国際的なキャリア機会を提供する重要な架け橋となる可能性が見られる。</p>		