

- ①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。
 ③「ビジネスのイメージ図」以外は手描き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にすること。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
○	テーマ部門	○	○	SS1	吹田市
	自由応募部門	○	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称(フェースシートと同じプラン名称を記載してください。)

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

歩けスイタ ～市民は、激歩(げきほ)した～

2. ビジネスプランの概要

1) 概要: あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。(400字程度)

現在、吹田市において、地域づくりの活動に関心がある市民は60%以上と非常に多いが、実際に地域づくりの活動に参加したことがある市民は僅か約4%しかいない。また、コロナ禍の外出自粛で、人々は運動不足に陥っており、吹田市民もこの例に漏れない。そこで、吹田市民がウォーキングを行って歩数をポイントとして貯蓄し、吹田市民全体から募った地域づくり案のうち実現を強く希望する案に、貯蓄したポイントをクラウドファンディングの要領で投じるという施策を提案する。

ウォーキングは特別なスキルを要さないため、吹田市民は、地域づくりの活動に、気軽に参加できるようになる。加えて、吹田市民はウォーキングを行う機会が増加し、コロナ禍の運動不足解消も図ることができる。

本施策が実現した際には、吹田市民は、さながら「走れメロス」のメロスのように、「自分以外の他の吹田市民のために」という想いをもって吹田市内全体を歩きます。そして、吹田市は、より豊かで健康的な街に変貌を遂げるであろう。

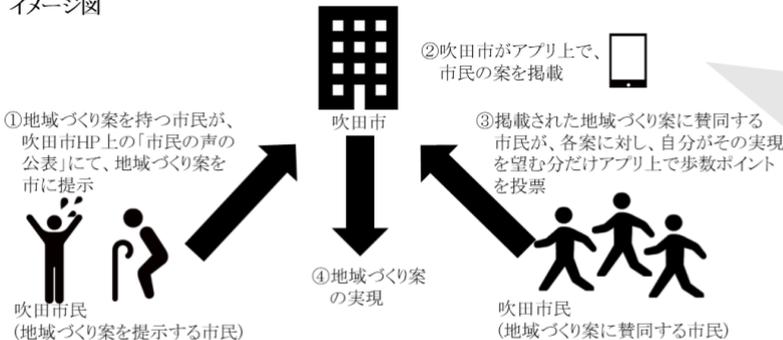
2) 類似ビジネス: 類似するビジネスにはどのようなものがありますか。(200字程度)

類似する施策は、2つある。1つ目は、横浜市や福岡市が行っている、歩行距離に応じて獲得したポイントとクーポンを交換できるというサービスである。しかし、これらのサービスは、市民が個人の利益のためだけにウォーキングを行う点で、他の吹田市民のためにウォーキングを行う本施策とは異なる。2つ目は、「Walk in her shoes」という、参加者の歩数に応じて発展途上国に募金を行うというサービスである。しかし、このサービスは、予め問題が設定されている点で、実現したい地域づくり案を市民が自ら選ぶことができる本施策とは異なる。

3. ビジネスのイメージ図: どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手描き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。

イメージ図



アプリ画面



詳細

まず、吹田市は、万歩計機能と投票機能が付いている、本施策専用アプリを開発し、吹田市民に配信する。そして、市民は、吹田市HP上の「市民の声の公表」を通じて、吹田市に地域づくり案の提示を行う(上記①)。市は、「市民の声の公表」に寄せられた案のうち、一定予算内で実現可能な案を、アプリの投票画面に掲載する(上記②)。その後、掲載された地域づくり案に賛同する市民は、ウォーキングによって貯めた歩数ポイントを、自分が実現を望む各地域づくり案に投じる(上記③)。最後に、吹田市は、一定期間毎に、市民が投じたポイント数が多い案を実現する(上記④)。

※本施策の普及は、以下の3つの方法を用いて、予算をかけず、多くの市民への認知獲得を狙う。

1. 本アプリを利用する市民が、クチコミを促す。
2. 市が、報道機関に本施策の情報を提供し、実際の報道に利用してもらう。
3. 「市報すいた」に本施策を掲載する。

4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

本施策のターゲットは、全吹田市民である。本施策への参加は金銭や特別なスキルを必要としないため、どのような吹田市民でも、他の吹田市民を手助けしたいという熱い思いさえあれば、参加することができる。

新たな地域づくり案の実現を必要としている他の吹田市民を助けるために、吹田市民が一丸となって歩いている光景は、さながら「走れメロス」である。本施策によって吹田市民が、自らも一生懸命歩くことでその光景の一部になった瞬間、大きな喜びを吹田市民は得ることができる。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうですか。(200字程度)

本施策に必要なのは、吹田市民からの吹田市に対する要望と、他の吹田市民を助けたいという思いだけである。そして、そのどちらも無くなることはないと考えられるため、本施策の“市場”は無限である。

また、本施策は、投じられたポイント数から、「他の吹田市民も頑張っている」ということが視認できる仕組みになっているため、参加者の間に団結感を生み、より活発な活動を後押しすることができる。さらに、もともと地域づくりに興味がなかった吹田市民も、吹田市内全体を生き生きと歩く参加者に感化され、参加を検討するため、参加者は将来的に増加していくことが見込まれる。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

競争相手としては、吹田市HP上の「市民の声の公表」が挙げられる。しかし、本施策は、「即効性」と「社会貢献性」の2点で、「市民の声の公表」よりも優れている。「市民の声の公表」では、集まった要望を実現するまでに、稟議や予算確保など多くの審査時間を要する。しかしながら、本施策は、投じられたポイント数によって行う地域づくり案を決定できるうえ、予め予算を割り当てているため、これらの時間を短縮でき、より早く吹田市民の要望を実現できる。また、「市民の声の公表」は自分自身の利益が動機であるのに対して、本施策は、自分以外の他の吹田市民への貢献が動機になるという点で、大きく異なる。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

サービスに用いるアプリの開発費と維持費、地域づくり案の実行費が必要となる。これらの費用は、固定額の予算(=下図における売上高)から捻出する。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	8,300,000	6,300,000	6,300,000	6,300,000	6,300,000
変動費	0	0	0	0	0
固定費	▲8,300,000	▲6,300,000	▲6,300,000	▲6,300,000	▲6,300,000
利益	0	0	0	0	0

(円)

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

売上高は、変動費と固定費を賄う形で吹田市予算から分配を受ける金額であるため、利益は、毎年0円である。固定費は、地域づくり案の実行費の600万円に加え、初年度には、アプリ開発費とアプリ維持費、2年目以降にはアプリ維持費のみ計上している。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

(ウォーキングを促進する背景)

・コロナ禍の自粛期間の間、運動不足を感じた人の割合は、58.6%である(日本健康倶楽部 HP 参照)。また、コロナ禍において、意識的に運動に取り組むことは、健康保持・増進につながるだけでなく、自己免疫力を高めることにもつながる(スポーツ庁 HP 参照)。

(本施策における吹田市の課題に関する調査)

・吹田市民の「地域づくり・まちづくりなどの活動への参加状況」について、「最近 2~3 年の間に参加したことがある」人が 4.5%、「今後、機会があれば参加してみたい」人が 18.4%、「関心はあるが、参加はわからない(出来ない)」人が 41.0%であった(吹田市 HP 参照)。

(固定費の算出方法)

・固定費は、アプリ開発費 200 万円(発注ラウンジHP参照)、アプリ維持費 30 万円、(比較 biz HP参照)、地域づくり案の実行費 600 万円(地域づくり案の実行 1 回の費用を 50 万円とする。また、会計サイクルと同じく 3 か月毎に 3 つの案の実行をすると仮定する。よって、50 万×4×3)で、2 年目以降はアプリ開発費がかからず、アプリ維持費、地域づくり案の実行費が計上される。

【参考文献(以下最終アクセス2021/06/08)】

一般社団法人 日本健康倶楽部 HP (<https://www.kenkou-club.or.jp/>) / スポーツ庁 HP (<https://www.mext.go.jp/>) / 吹田市 HP (<https://www.city.suita.osaka.jp/>) / 発注ラウンジHP (<https://hnavi.co.jp/>) / 比較biz HP (<https://www.biz.ne.jp/>)