

- 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その他、KUBICホームページのFAQも参考にする事。

応募	応募部門	本選会対象	テーマ部門賞対象	テーマ記号	協賛団体名
○	テーマ部門	○	○	ST1	サンスターループ
	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。

オフィスで簡単！疑似ファスティング！

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)

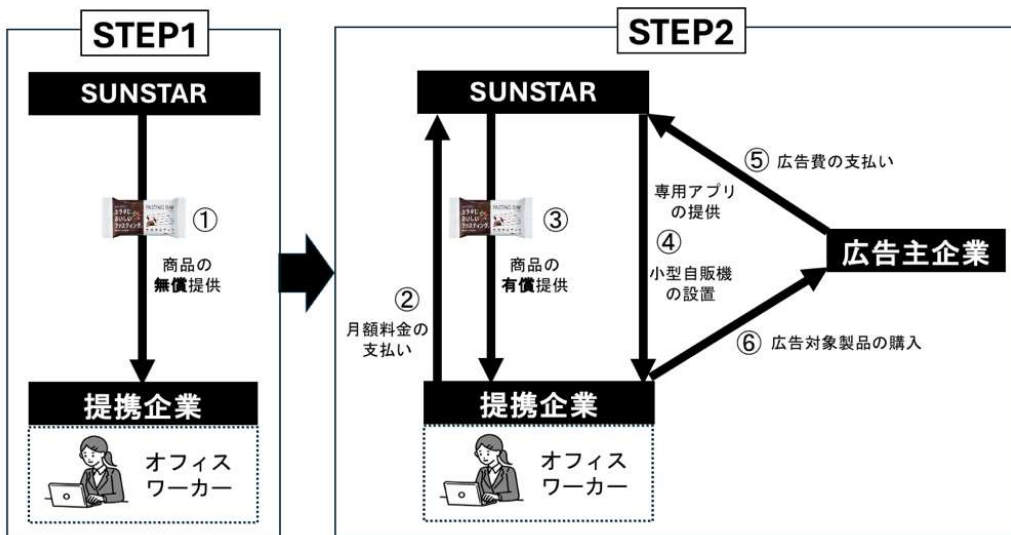
本施策は、サンスターが販売する「カラダに美味しいファスティング/ファスティングバー」を活用し、忙しくて健康や体型管理に意識を向けることが難しい現代のオフィスワーカーをターゲットに、疑似ファスティングの日常化を図るビジネスである。施策の第1段階においては、提携企業に試供品を提供し、顧客に疑似ファスティングの魅力を体感してもらうことで、製品の認知拡大を狙う。施策の第2段階においては、第1段階を経て本施策に興味を持った企業を対象に、ファスティングバー専用の小型自販機をオフィスに設置し、気軽に疑似ファスティングを継続して実践できる環境を整える。その際、利用者は、疑似ファスティングの管理機能や食事の記録を他の人に共有できる機能を搭載した、専用アプリを使用する。このアプリは、継続利用者に対してサンスターの商品を無料でプレゼントし、ファスティングの継続を促すとともに、ファスティングの記録を共有する機能を搭載しており、社内外のコミュニティ形成に寄与する。

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)

ネスレ日本は、オフィス向けに「ネスカフェアンバサダー」や「Café stand」などのサービスを提供しており、コーヒーメーカーの無料貸し出しと定期便によるコーヒー製品の供給を通じて、職場に手軽なカフェスペースを創出することを実現している。しかし、本施策は、オフィスワーカーが気軽に疑似ファスティングや健康管理に取り組むことができる点、外部のコミュニティと楽しみながら健康増進に取り組むことができる点において、ネスレ日本のビジネスと異なる。

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。



【ご説明】

- 提携企業を介して、オフィスワーカーに商品をサンプリングして、気に入ってもらう。
- オフィスワーカーが気に入ったら、サブスク契約を結んで、支払いを実施してもらう。
- 支払の見返りとして、商品を提供する。
- 提携企業に自販機を設置することで、オフィスワーカーに商品を受け取ってもらう。また、サービスを利用する際に、専用アプリを提供する。
- 自販機設置費用は、自販機に付帯する広告の広告主から、広告費の支払いという形で受け取る。
- 広告主は、広告を視聴したオフィスワーカーが広告対象製品を購入するという見返りを受ける。

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)

ターゲットは、美容や健康に対する意識の高いオフィスワーカーである。彼らは、忙しい毎日でも健康に気を遣いたいと考えているため、オフィスで手軽に手に取ることのできるファスティングバーに関心を持つことが見込まれる。特に女性の中には、心身に負担をかけることなくダイエットをしたいと考えている人が多い。そのため、疑似ファスティングというストレスフリーな健康習慣は、女性を中心とした多くのオフィスワーカーを惹きつけるといえよう。

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)

疑似ファスティングに関連する製品は、本製品しか存在しておらず、現在、疑似ファスティングの市場規模は小さいものの、今後拡大すると予測される。調査によると、多くの消費者が、「食べたいものを食べて健康的に痩せたい」、「食事制限によって減量したい」と回答しているという。加えて、ファスティングバーは、日経トレンディの「2025年ヒット予測ベスト30」で第5位に選出されている。

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)

本製品の競合製品として、「クリーム玄米ブラン」や「朝バナナ」などが挙げられる。しかし、これらの製品はPHCバランスがとれておらず、疑似ファスティング中に食べることができない。前述のように疑似ファスティングに関連する製品は、本製品しか存在しておらず、実質的な競合相手は存在しないといえよう。さらに、本施策は、専用アプリを通じて、社内外のオフィスワーカーと一緒にファスティングを楽しむことを可能にする。

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)

変動費としては、原材料費、自動販売機製造費、自動販売機設置費がある。また、固定費としては、アプリ開発・維持費、製造経費がある。

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	10,320	40,080	60,480	80,880	110,280
変動費	▲10,516	▲20,580	▲40,160	▲50,240	▲60,320
固定費	▲8,000	▲10,020	▲10,620	▲10,620	▲10,620
利益	▲9,960	4,080	7,000	20,020	30,340

(単位:千円)

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)

1年目では、4万個の試供品の提供や小型自販機の製造を行うため、大幅な赤字になることが見込まれる。しかし、3年目以降から、疑似ファスティングが広まり、サービスが浸透し、ユーザーが増加していくことが予想されるため、将来的に黒字が見込まれる。

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。

【小型自販機を活用したビジネスと現代のダイエットについて調査を行った】

オイテル株式会社は、壁に設置でき、広告を流すことのできる小型自販機を提供している (OiTr公式HPを参照)。また、20代~40代の女性を対象にした調査によると、回答者の73.8%がよくやるダイエット方法は「食事制限」と答え、72.7%が理想的なダイエット方法として「食べたいものを食べて健康的に痩せる」と答えていた (PR TIMESを参照)。

【採算計画の計算方法】

今回は製品の定価の2.5割に当たる75円を原材料費と定め (Kitchen Baseを参照)、1社あたり本製品を週30個提供すると仮定した。契約件数の推移に関して、1年目から5年目まで40、100、200、300、400のように増加すると予測された。この値は、キリン「iMUSE」や大塚製薬の「SOYJOY」オフィス導入事例を参考にしている (PR TIMESを参照)。

■1年目 利益=販売収入 (①)+広告収入 (②)-原材料費 (③)-総自動販売機製造費 (④)-総自動販売機設置費 (⑤)-アプリ開発費 (⑥)-製造経費 (⑦)

■2年目以降 利益=販売収入 (⑧)+広告収入 (⑨)-原材料費 (⑩)-総自動販売機製造費 (⑪)-総自動販売機設置費 (⑫)-アプリ維持費 (⑬)-製造経費 (⑭)

①販売収入は、2万円×40社×6か月である。1年目ではサービス導入まで半年かかると仮定し、サブスクリプション代を月額2万円に設定する。②広告収入は、35万円×4社×6か月である。広告主企業は、月額35万円で15秒の広告を流すことができる。また、1か月あたり4社の広告主企業が存在すると仮定する。③1年目のみサンプリングを行う。原材料費は、

75円×4万個+75円×週30個×4週分×40社である。④総自動販売機製造費は、25万円×40台である。毎年、その年の契約件数分の小型自販機が製造されると考え、1台当たりの自動販売機製造費を25万円に設定した。⑤総自動販売機設置費は、15万円×40社である。1台当たりの自動販売機設置費を15万円とする。⑥アプリ開発費を100万円とする。⑦製造経費は、100万円とする。⑧販売収入は、2万円×契約社数×12か月である。⑨広告収入は、35万円×4社×12か月である。⑩原材料費は、75円×週30個×4週分×契約社数である。

⑪総自動販売機製造費は、25万円×契約社数である。⑫総自動販売機設置費は、15万円×契約社数である。⑬アプリ維持費は、年15万円とする。(創業手帳・GMOおみせアプリ・TTG・PASONAのHPを参照)

【参考文献】(最終閲覧日:2025年6月4日)

サンスターHP (<https://jp.sunstar.com/health/food/fmd/>) / OiTr公式HP (<https://www.oitr.jp/service/>) / Kitchen Base (<https://www.kitchenbase.jp/magazine/3713-2/>) / 創業手帳 (<https://segyotecho.jp/advertising/cost/>) / GMOおみせアプリ (https://gmo-app.jp/column/5619.html#index_id8) / TTG (<https://tg.co.jp/media/vending-machine/prices/>) / PASONA (<https://www.pasona.co.jp/clients/service/tech/column/column77/>) / PR TIMES (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000079669.html>, <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000112.000015058.html>, <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000050.000035073.html>, <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000457.000005120.html>)

7. 過去の公表履歴

なし