

平成26年4月20日

九州大学大学院経済学研究院

産業マネジメント専攻長 平松 拓 殿

出張報告（記録）書

報告者

ICABE 学生交流推進プロジェクト

教員 岩下 仁講師

学生代表 木村 有希

ICABE学生交流推進プロジェクトによる出張を下記の通り行いました。ご報告申し上げます。

記

1. プログラム名称

ICABE 学生交流推進プロジェクト(第21回)

2. 用務地・用務先

韓国 ソウル特別市

KAIST(Korea Advanced Institute of Science and Technology)様、現地企業様

3. 用務の概要と事業の関連について

<用務の概要>

現地企業様訪問・ビジネス・プランディスカッションとプレゼンテーション

<事業の関連>

*International Consortium of Asian Business Education(ICABE)に基づく学生間交流、現地企業訪問を通じて、現地の最新事情の把握、中国経済・文化に対する理解を深める。

*KAIST MBA英語プログラムの学生とのネットワークの形成。ビジネス・プランディスカッションとプレゼンテーションを行い、両国経済・社会の相互理解とアントレプレナーシップの育成につなげる。

4. 出張日程 平成26年3月14日(金)～ 3月16日(日) (現地3日間)

5. 参加者 合計24名 (教員2名 学生19名 卒業生3名)

<教員> 平松 拓教授 岩下 仁講師

<産業マネジメント専攻修了生>3名 松清一平 八尋大八 許真珠

<産業マネジメント専攻10期>10名 足立憲正 石井邦博 池見直俊 石松かおる
大塚由希子 長野圭太郎 船橋健古 森口昌彦
唐瑞霞 ByungJu Jeon

<産業マネジメント専攻11期>9名 伊藤実希子 江口揚 大和建太 木村有希
近藤聖樹 畑亮太 山奇智幸 毛霖松
KyungDae Oh

6. 日程詳細

【3月14日(金)】

11:50 福岡空港 出発
15:10 仁川国際空港 到着
15:30~17:30 NAVER Corporation 訪問 活動報告書①

【3月15日(土)】

10:00~11:00 サムスン電子広報館ディライト訪問 活動報告書②
14:00~21:00 KAIST 学生交流 活動報告書③
(ビジネス・プラン グループディスカッション・発表、両校教員・学生懇親会)

【3月16日(日)】

17:00 仁川国際空港 出発
18:10 福岡空港 到着

7. 学生リーダー所感

韓国ソウルの二大市場の一つである東大門市場は深夜も賑わいを見せ、雑多な屋台と近代的なファッションビルのコントラストが非常に印象的な都市であった。その賑わいからも、わが国同様に資源が乏しく国土面積が小さい韓国が、「国策」により大きく成長を遂げているのだということを感じることができた。

企業訪問先のNAVERは地域社会との共生を思わせる社屋設計となっており、自由度が高く風通し

の良い社風が良く表れていた。サムスン電子広告館は最先端技術を用いた体験型の施設となっており、2社共にグローバル企業としてソフト・ハードの両面から世界を牽引している企業であることが伺えた。

学生交流ではKAIST側の学生の国籍の多様さにまず驚かされた。中国、タイ等のアジア圏のみならず、フランス、ウズベキスタン、ロシア、アゼルバイジャン等、世界中から学生が集まっており、日頃からグローバルな視点での意見交換が行われていることが伺えた。今回そのようなメンバーとビジネスプランを中心とするディスカッションを行うことで、価値観や背景の違いの中で有効なプランを練り上げていく楽しさを体感することができた。

最後に、現地企業訪問及び大学訪問においてご多忙にもかかわらず温かくお迎え頂いたことに感謝の意を述べたい。

報告書担当 木村有希(11期)

【活動報告①】NAVER 株式会社

<企業訪問>

日時 : 平成 26 年 3 月 14 日 (金) 15:30~17:30
訪問先 : NAVER 株式会社 (以下「NAVER」)
面会者 : SPX 建築チーム Marketer Choi Nak-Young 氏
記録者 : 山崎 智幸 (11 期)
参加者 : 平松教授、木村リーダーら計 14 名

1. 企業概要

1999年6月2日に設立された、韓国最大手のウェブサービス会社で、韓国国内シェアの7割以上を占めるインターネット検索サービス”NAVER”等を運営している。関連会社には、オンラインゲームのハンゲームや、日本をはじめ世界中で利用者が急増中のLINEがある。

今回は、ソウル中心部から車で約30分の盆唐(ブンダン)という、韓国政府が積極的にIT系企業を誘致しているテクノバレーの近くに立地しているNAVER本社(Green Factory)を訪問。2010年3月に完成した、総工費約250億ウォン、地下8階、地上28階建ての自社ビルで、現在約3千名の社員が働いている。

2. 内容

(1) 施設見学

本社社屋は会社の顔と考えており、また地域住民との共生を図っていくためにも、1階と2階は一般に開放しており、図書館や障害者の方が中心となって運営しているカフェなどを配置している。特に、検索プラットフォームを提供する上で情報は非常に重要であるとの考えから、図書館には2万冊のIT、デザイン関連の書籍が貯蔵されており、カフェにも世界中の最新のIT、デザイン関連の雑誌が置かれている。また、環境に配慮した設計となっており、NAVERのブランドイメージカラーが緑であるように、多くの植物が置かれており、非常にリラックスできる空間となっている。IT業界は非常に動きが早く、組織変更が日常茶飯事であるため、オフィスのレイアウト変更を行い易いように、オフィス中心部の柱の数が少なくなっているのが特徴である。現在、福岡市内で建設中のLINE福岡の新社屋も、NAVER本社同様、1階を一般に開放して、地域住民と共生できる空間を創出していく予定。

(2) 労働環境

就業時間は10時～19時と、一般企業と比較して遅めの設定となっている。社員の平均年齢は32～33歳と比較的若いですが、退職する社員が少ないため、毎年平均年齢が1歳ずつ上昇している。ソウル郊外の春川市に所有する広大な自社敷地内に研修所を設立するなど、人材育成にも注力すると同時に、若年層の雇用創出にも大きく貢献している。社員が働きやすい環境を整備するため、色々なところで社員の意見を取り入れている。例えば、トイレとは別に各フロアに歯磨き専用のスペースを設置したのもその一例である。

3. 質疑応答

(1) 地域住民に無料で開放している図書館やカフェの運営状況について。

→図書館の維持管理だけでも相当のコストが発生しているが、図書館は創業者の「知識」に対する情熱を象徴する存在であり、ここで儲けようといった考えはない。知識を共有し、それによって新しい知識を創造することがNAVER図書館の存在意義であるため、ここには古くて貴重な本が数多く置かれている。1階のカフェでは障害者の方を優先的に雇用することを通じて、社会貢献を行っている。

(2) 就業時間が10時～19時と遅いのは何故か？

→他のIT関連企業も10時～19時が多く、当社もベンチャー企業であり創業当時は毎晩遅くまで業務を行っていたことから、遅めの時間設定となっている。また、本社がソウル中心部から盆唐へ移転し、通勤時間が長くなった社員もいることも理由の一つとなっている。

(3) 人事評価制度について。

→人事評価は上司による評価に加え、同僚間の評価も加える「多面評価制度」を導入し、風通しの良い職場環境作りに取り組んでいる。

4. 所感

NAVER 本社社屋は社員が働き易い職場環境を追求すると同時に、地域住民との共生や環境に配慮した設計になっているなど、非常に機能的で且つ創造性に溢れる空間であった。

NAVER の孫会社にあたる LINE 福岡(株)は、日本国内第 2 の拠点を福岡市内に建設中で、2015 年竣工を目標に約 1,000 人が入居可能な自社ビルが完成予定である。LINE 福岡の新社屋は高さ制限があるも、NAVER 本社同様、地域住民が自由に利用できる図書館などの公共空間を設置する予定であり、完成が待ち望まれると同時に、QBS の本拠地である福岡の地で、LINE を初めとする NAVER グループが今後どのように事業展開していくのか注目していきたい。

以上



ロビーでの集合写真



図書館

【活動報告②】サムスン電子広報館 サムスン・ディライト

<企業施設訪問>

日 時 : 平成 26 年 3 月 15 日 (金) 10:00~11:00

訪問先 : サムスン電子広報館 サムスン・ディライト (以下「サムスン・ディライト」)

記録者 : 近藤聖樹 (11 期)

参加者 : 平松教授、岩下講師、木村リーダーら計 21 名

1. 企業施設概要

1969 年創立のサムスン電子株式会社が 2008 年にソウル本社に併設した、サムスンのグロー

バルブランド広報館。地下1階から地上2階までの3フロア、およそ2,700㎡の規模で製品の展示だけではなく、テーマ別で作られた最新デジタル技術を通じて新たなライフスタイルを体験することができる施設となっている。

サムスン・ディライトは、サムスンが追求しているバリューを、お客様と共有できるように、自然と人間、技術が共存するデジタル文化空間を具現し、都心の中における「Digital Oasis」として位置づけることを目指している。ディライトは、「digital」と「light」の合成語で、デジタル世界を照らす光という意味と、デジタル技術が提供する楽しみや喜びを、お客様と一緒に分かちあうという2つの意味が含まれている。dには、digital 以外に「dynamic」、「dream」、「diversity」などの意味も内包し、訪問客がデジタルに期待している様々なニーズを充足させようとするサムスンの志を表している。

2. 施設内容

(1) 1階 モバイル・プラザ

サムスン電子の製品を利用して自由にオリジナル・コンテンツを作り、楽しむことができ、多様なIT製品、エコ製品の体験が可能。特に代表的なものは以下の3つ。

① Pix Zone

直接撮影した写真を様々な効果に変換させて写し出すキャプチャー・ウォールでイメージ・インタラクションを体験可能。

② Text/AR Zone

メッセージ・フロアでテキスト・インタラクションとAR拡張現実を体験可能。

③ Game Zone

高画質のサムスン電子のテレビを通じて迫力と臨場感あふれるゲームを体験可能。

(2) 2階 グローバル・ギャラリー

絶え間ない革新で生活を変化させてきたサムスン電子の成長ストーリー、新しいビジョン、未来の製品に出会える空間。魅力的で面白いソフトウェア・コンテンツを体験できる。特に代表的なものは以下の3つ。

① LED lighting drums

4万本以上のLEDを使用した3D LEDアートやユニークなインタラクションを体験可能。

② Smart Electricity

スマート・グリッド・システムとサムスン電子のスマート家電を体験可能。

③ Media Wall

幅10m以上の大型のガラス壁面の映像を通じてサムスン電子の価値やメッセージをインタラクティブに確認可能。

(3) 地階 ディライト・ショップ

サムスン電子の新製品を最も早く体験・購入できるフラッグシップ・ストアー。

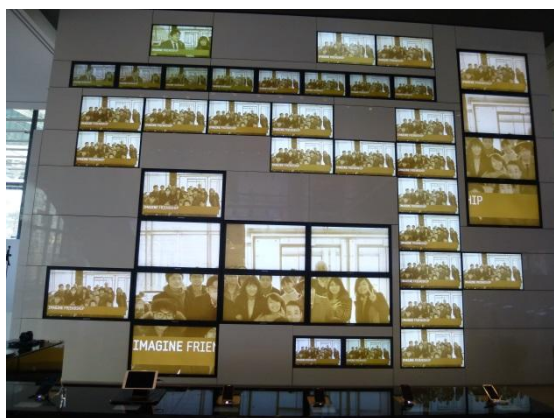
3. 所感

世界でも最先端の技術を駆使した製品群は非常に魅力的な品揃えであり、サムスン電子自身が「製品、生活、文化のアーリーアダプターのためのデジタル複合文化空間、トゥモロー・プレイグラウンド」と位置付ける内容であった。

単なる製品発表・販売の場ではなく、様々なイベントやアトラクションを通じて、サムスン電子がブランドとしての情報発信を積極的に行なっている姿勢が具体的に体験できる素晴らしい施設であった。

訪問した時刻には、我々以外にも中国人の団体客が多く訪問するなど、世界中の耳目を集める企業であることを窺い知ることができた。

以上



Pix Zone に投影した QBS の集合写真



LED lighting drums

【活動報告③ KAIST 訪問 報告】

〈学生交流〉

日 時：2014年3月15日 14:00～21:00

訪問先：KAIST

記録者：木村有希（11期）

参加者：QBS

教員：2名（平松教授、岩下講師）

学生：合計22名

（卒業生3名、10期生10名、11期生9名）

KAIST

教員：2名 Tong Suk Kim 先生 (Principal of School of Management Engineering)

Ji Soo Kim 先生 (Professor Emeritus:名誉教授、Visiting Professor of
Sejong University School of Business)

学生：19名

〈交流プログラム内容〉

1. 開会挨拶 (KAIST : Tong Suk Kim 先生)

2. KAIST 紹介 (KAIST : Ji Soo Kim 先生)

- ・ KAIST は、大韓民国大田広域市儒城区に本部を置く大韓民国の国立大学であり 1981 年に設置された。
- ・ 2006 年には 3 つの大学院 (エグゼクティブ MBA、ファイナンス MAB、情報メディア MBA) を KAIST College of Business の名のもとに統一。技術と科学研究の分野において特に定評のあるビジネススクール。

3. QBS 紹介 (QBS 平松教授)

4. ワークショップの趣旨説明 (QBS 岩下講師)

5. ビジネスプランワークショップ (150 分間)

あらかじめ分けられた 9 チームごとに 150 分間程ディスカッションとプレゼンテーションの資料準備を実施。各チームのディスカッション内容およびビジネスプランについては個別報告書を参照されたい。

6. プレゼンテーション (9 チーム)

7. 審査員よりコメント (KAIST : Ji Soo Kim 先生、QBS 平松教授、岩下講師)

8. 優勝チーム発表 (KAIST : Ji Soo Kim 先生)

9. 閉会挨拶 (KAIST : Ji Soo Kim 先生)

10. 懇親会

- ・ KAIST からほど近いレストランに会場を移し、懇親会を実施。チーム毎にテーブルに分かれて活発に意見交換を行うとともに懇親を深めた。
- ・ KAIST の MBA コースはすべて英語にて開講されていること、また各学生にラボと呼ばれる個人専用の研究室 (各部屋 6 名程度) が与えられていることの説明があった。

〈所感〉

今回交流会に参加された KAIST の学生は、国籍が様々であったことにまず驚かされた。KAIST の MBA コースはすべて英語にて開講されていることもあり、世界中から短期間の留学生としてではなく一般のフルタイム MBA として学生が集まっており、日頃からグローバルな意見交換が行われていることが伺えた。

今回は韓国と日本の交流のみならず、様々な国の価値観の中でビジネスプランを中心とした意見交換が行われたことは、我々にとっても非常に稀な機会であった。二次資料から得られる情報だけではなく、参加者それぞれが世界中の優秀な学生との実際の議論を通じ経験・知識を得る事ができた事は意義深い。

最後に、このような貴重な学生交流の実現にご尽力頂き、温かく迎えて頂いた Kim Ji Su 先生をはじめとする大学関係者に感謝の意を述べたい。

以上

以下より、各チームのビジネスプラン、ディスカッション内容について報告する。

●TEAM 1

記録者：伊藤実希子（11期）

チームメンバー QBS 足立、伊藤

KAIST Misuk Han、Elisa Favre-Gilly

1. ディスカッション内容

QBS チームが提案したモデル（事前に打ち合わせ実施）をチーム内でプレゼン。KAIST 側から特にアイデアの提案は無く、メンバーの同意を得られたため QBS チームのビジネスモデルを元にディスカッションを行った。

ビジネスキャンバスに落とし込んだモデルを参考としながらターゲットや問題点の整理、不足する情報の肉付けを行い、最終的な発表内容としてのまとめ作業を行った。

2. 発表内容

○ビジネスプラン名：NUBOT（Nursing Robots）

○ビジネスプラン概要：

看護師・介護福祉士に代わってリハビリや介護・介助サービスを提供できるロボットの製造、販売。

発表に際しては以下のように情報を整理した。

Problem / Solution / Market / Competitive Landscape / Milestone / Team

a) The Problem we identified（背景）

高齢者や障害者、リハビリ中の人々には多くの手助け（介助）が必要であり、現状その業務は看護師や介護士によって担われている。

b) Our Solution（サービス概要）

リハビリを手助けするロボット、ベッドから車椅子への移動を手助けするロボット、要介

護（介助）者の食事を手助けするロボットなどの製造、販売。

c) Our Market（市場の概要）

ビジネスを検討した背景として、日本における超高齢化社会、介護福祉士の人材不足などを挙げた。そういった状況は韓国でも同様で、今後ますます高齢化が進んだ場合に介護する側の人手が不足してくる可能性がある。また WHO によると、10 億人（世界人口の約 15%）は身体障害者であるというデータもある。不足する介護人材を補うために日本のロボット技術を活かしたロボットによるサービス提供が可能であると考えた。

ターゲットとなるロボットの提供先はリハビリセンターや介護センターなど。将来的にはリース（レンタル）契約による各家庭へのサービス展開も可能と考える。

d) Competitive Landscape（競合）

5forces のフレームワークで整理した。現時点では高度なロボット製造技術を持つ企業は少なく、また既存のロボットメーカーも介護用ロボットについては事業対象としていないことなどから十分な参入障壁が築けると推測。

また、現行のサービスの提供源である人（人件費）に対する設備投資の回収期間を計算したところ投資コストを 2 年で回収できる試算となった。

e) Milestone（事業計画）

地域別には最初に日本でサービスを提供し、次に韓国、さらに他の国々へと広げていく計画を立てた。製品展開についてはシンプルな動作をするロボットから複雑な動作をするロボットへと展開していく予定。将来的には販売だけでなく、各家庭向けのレンタル（リース）契約も検討している。

f) Team（役割）

チーム内での役割を設定し、作業の分担を行った。

3. 所感

初見であった QBS チームの提案内容に対して、KAIST 側からスピーディーに指摘やアイデアの提案が出てきたことにまず驚いた。ディスカッションに積極的に参加する姿勢や自身の意見を明確に提案できる語学能力など非常に高いスキルを持つことが感じられた。プラン内容については韓国人メンバーにとっては同様の問題意識があり、共感を得られる部分もあったが、フランス人メンバーにとっては感情的に受け入れ難い側面があるなど、アジア圏とヨーロッパ圏における文化的背景の違いも感じることで非常に有意義なディスカッションであったと思う。

ビジネスプランへのネーミング、チーム内における役割分担の明確化などに拘りを持つ姿勢はプランに対する思い入れの表れであり、QBS 内でのディスカッションと異なる興味深い点であると感じた。

●TEAM 2

記録者：大和建太（11 期）

1. メンバー：KAIST/Nam Evgeniy、QBS/森口（10期）、松清（QAN）、大和（11期）

2. 内容：

当日 KAIST メンバーの一名が欠席となり、KAIST は Uzbekistan からの短期留学生である Nam 氏のみ参加となった。その為、課題であった日本と韓国での市場検討にあたっては、KAIST チームとしては韓国マーケット特性や志向に言及できず、韓国マーケットについては、韓国でのビジネス経験豊富な松清氏のコメントによるところとなった。

KAIST との MEETING 前に森口・大和間にてビジネスアイデアを検討したが、一般的な日本産プロダクトを韓国で販売する、また逆の韓国産プロダクトを日本で販売するという、ビジネスモデルは独創性に乏しいと考え、九州大学保有特許の利用を両国で検討することに思い至った。今年度の産学連携マネジメント講義で九大特許に基づきビジネスアイデアを検討した経緯を踏まえ、これら特許で両国にて生かすことが出来るものを検討した結果、薬学部宮本准教授「ヒトと環境に優しいサンゴ由来のアトピー性皮膚炎治療薬製造技術」の特許を選択した。

その背景としては、日本では薬事法により人体への適用には実証検証のため長い年月と費用がかかり、本特許を利用した製品の開発にいたっていないが、美容・エステ大国の韓国では本特許を製薬とは別に、エステ関連商品として実用化できるのではないかとの目論見による。

以上を当日メンバーにプレゼンしたところ賛同を得られ、本特許使用による商品化を検討することとした。

最初のブレインストーミングでは最終的にどのような商品となれば、使用勝手が良いか？使用してみたいと考えるか？誰をターゲットとするか？などのアイデアを起案し、最終的には、「つるつる肌を志向する 30 歳までの女性、若しくは肌に悩みがある子供をターゲットとして、日常生活に手軽に使用できるバスソルト」を商品として考えた。

販売数量を検討して行く中で、WON2,000（約 200 円）の価格で販売する場合、大都市に居住するイノベーター・アーリーアダプター(16%)を購入対象者とし、1~2 回/月使用することをベースに試算したところ予想外の収益を生み出すことが導き出された。

正直この結果にはメンバーも驚愕したが、エステ・美容商品は、初期のアーリーアダプターの興味を引き付ける広告・宣伝に、多額な費用が必要とされると予想されるので、逆にその位の粗利予想がないとビジネスとしては成功しないとのグループ内結論に至った。

3. 感想：

外国メンバーとの協議は、ビジネス環境や思考ベースが異なるため、共通の志向に至るのに時間

を要し、また思いが伝わらない苦しさも多かったが、一方で、ビジネススクールという共通ベースにより、ビジネスを検討するにあたってはフレームワークが共通するが多く、一部の知識や思考を共有することができた。

ICABE 参加は今回が初めてであったが企業訪問・KAIST とのビジネスディスカッションを通して非常に良い経験が出来たと思う。

●TEAM 3

記録者：江口揚（11 期）

1. メンバー：KAIST/Kim Soohyon, Hung BunBun、
QBS/OtsukaYukiko（10 期）、Her Jinju（7 期）、EguchiYo（11 期）

2. 内容：

今回ビジネスコンテストは各自が事前に思い描いた日本と韓国の 2 か国を繋ぐ新しいビジネスアイデアを持ちより、もっともアイデアが斬新なものを選び、決められた時間内にプレゼンテーション資料を纏め、全チームの前で発表するもの。

当チーム（敬称略）の KAIST メンバーは Kim が広告代理店の勤務経験を持ち、Hung は韓国滞在 2 か月の香港人の留学生にて NGO の職業訓練学校にて働いた経験を持つ。一方、QBS は Otsuka が佐賀県庁の農業政策に携わり、韓国訪問は 2 度目。Her は韓国籍の留学生として QBS に在籍し、その後福岡県内のガラス容器製作販売会社に勤める。Eguchi は貿易関連の事業に携わり、韓国は初めての訪問である。

各自のアイデアについては①韓国と日本双方にて観光客向けに現地情報を提供する APP、そしてこの APP を利用して店舗のディスカウントを引き出し、強いては店舗利用のデーダーを蓄積し各種マーケティングに起用する APP 開発案。②2 国間の旅行で親子限定のツアー、其々の国にホームステイし、家庭料理を勉強することを通じて其々の文化に対して理解を深めるオプションツアー案。③ロシアにて開発された個別カプセル宿泊施設（SleepingBox）を両国の空港や駅、高速道路のサービスエリアに設置する案。④韓国の美容整形病院に日本国へのツアー整形（韓国とは異なった整形方法+温泉や観光のオプション）を加え、消費者に提供する案。とあったが、チーム中日韓両国にて生活し、両国の状況にもっとも詳しい Her は自分の経験より提案されたアイデアが最もチーム内で納得感があり、全員一致でそれを採用することとなった。

Her は一度日本より韓国に帰国する際に自分の飼っていたペットの小型犬を持ち帰ったが、その際の手続きが煩雑を極め、且つその小型犬は 3 ヶ月以上も税関関係の検疫期間で隔離されていたとのこと。また、韓国より日本に持ち帰る際はさらにその倍以上の期間を要するとのこと。今後ますますペットとして犬が増え続ける中、家族メンバーとして犬を伴った海外旅行、また海外駐在のケースも増加すると考えられるが、今の仕組みでは余りにも犬や飼い主に多くのストレスと負担を掛ける為、Her は DogPassport たる、犬の検疫を経歴や病歴を簡単にトレースできものを提案した。この DogPassport を使うことにより、2 国間にて家族の一員としての犬の往來を簡単

にするもの。

チーム内で更にディスカッションを深め、ビジネスプランとしては2段階に分かれており、第一段階として先ず両国にてペット保険会社またはペットショップと協業し、組合また協会的な組織を作り、会員であるペットのオーナーに対してこの DogPassport サービスを提供する。オーナーより会費を徴取する代わりに Passport を通じて、その犬のメディカルヒストリを契約ペットショップや動物病院にて管理、犬の健康管理や犬同伴可能な宿泊施設情報等犬に管理した情報の提供をサービスとして提供。十分に会員が増加したところで、二国の税関や免疫機関にアプローチ、政府より斯様な犬の往来に関する業務請負い、二国間を移動しようとする犬がこの DogPassport をもっている場合、既存のメディカルレコードが全て確認できる為、既存のプロセスをより短縮する。また、政府より犬の越境プロセスを BPO にて受けることで、犬のオーナーのみでなく、二国政府よりも業務委託料を受取ることで、一層収益性安定させて行く。(具体的ビジネスプランは添付 PDF ご参照)

4. 感想：

今回の全プログラム約6時間であったが、あっという間に時間が過ぎた。国を超えたディスカッションは価値観やビジネスに対する考え方を越え、最終的には一つの案を纏め上げ、この上ない一体感を生み、ビジネススクール生活の中でも忘れられない経験となった。残り1年の学習生活においても可能限りこのような ICABE 活動に参加したいと思うと同時に他の学生にも是非お勧めしたい。

●TEAM 4

記録者：呉 昶大 (11 期)

チームメンバー：(QBS) 呉 昶大 (11 期)、長野 圭太郎(10 期)
(KAIST) Vladimir Mun、PoNgdej Saovapakhiran

1. ディスカッション内容

QBS 1 件、KAIST 2 件のアイデア提案があった。

①QBS 側アイデア

1. 韓国・日本で問題になっている偽物 (ブランド品) に対してビジネス。

②KAIST 側アイデア

1. 自殺に関してソーシャル・ネットワークを通じて効果的に予防する方法。
2. ネット販売で、自分が売りたいものをネットに載せ、代わりに自分のものを売ってくれる人を探し、仲介するビジネス

2. 発表内容

① ビジネス概要

ソーシャル・ネットワークを利用して自殺する傾向がある人を探し、その人の家族・友人へ連絡して、予防する事業。

② 背景

最近、韓国や日本では若いものの自殺率が増えている、社会問題になっている。
(世界 3 位－韓国 3.1%)

(世界 8 位－日本 2.7%)

そして、スマートフォンの利用者がますます増えていて、どこでもソーシャル・ネットワークが出来るように社会環境が構築されている。

(Facebook 利用者 – 17 millions 日本)

(Facebook 利用者 – 10 millions 韓国)

③ 提供するサービス

①まず、ソーシャル・ネットワークを通じて‘自殺・生きたくないなどネガティブな言葉を検索して分析する。

②ネガティブな言葉がよく見られる USER を観察、その USER の家族と友人に連絡する。

③連絡をもらった家族と友人は USER に連絡したり、相談などを行って、自殺を事前に予防。

④ ①～③までの流れで、最近増えている自殺率を減らすためビジネスを行う

④ ターゲット・カスタマー

ターゲット：ソーシャル・ネットワーク USER。

エンドユーザー：USER の家族と友人

⑤ 予想される市場規模と成長性

韓国と日本で社会問題になっている若い者自殺率増加につきまして、このようなビジネスを行ったら社会問題に関して少しだけでも役に立つと思う。

誰もまだ開拓してなかった市場なので、十分競争力もあるし、成長性もあると思う。

ただし、誰かから先に要請する段取りではなく、内から先に USER を探さないといけないシステムである。結局、利益を得るビジネスではない。

政府・団体から支援してもらおう形。

⑥ 既存及び競合するサービスに対する強みと差別化

既存市場にないビジネスモデルだと思う。政府とどの団体から支援してもらって進めていけば、その市場でユニークな存在になると思う。

3. 所感

日本と韓国は経済・文化など似ているところが多いので、ビジネスモデルを考えるのも一緒じゃないかなと思った。しかし、考え方のちがいが多かったし、利益方面から考えた QBS とまだ開拓していない市場方面を考えた KAIST からの考え方に差があった。つまり、アイデアが良かった KAIST の意見を採択してビジネスモデルを作った。近くにある韓国ともアイデアの差があったので、これから、もっと視野を広げて世界をみる必要があると感じた。

●TEAM 5

テーマ：デジタルガイドブックサービス

メンバー：九州大学 池見 直俊、船橋 健古（10期）、毛 霖松（11期）

YunSoub Shin（KAIST）

発表者：YunSoub Shin（KAIST）、池見 直俊（10期）

記録者：毛 霖松（11期）

1. ビジネス概要

旅行本とクーポンマガジンを1つの端末にまとめたサービス。韓国への日本人旅行者に対して渡航前に日本の空港でスマートフォン大の携帯端末を無料で貸し出す（ただし、デポジットとして1万円が必要）。その端末が韓国で利用者に位置情報やお薦めレストラン情報等を提供する。また、利用者はその端末が推薦するレストラン等で割引等の優待を受けられる。収入源としては、レストラン等からの端末への情報掲載料と、端末使用者の行動を集めたデータの企業への売却料。

2. 環境的好要因

日本人も韓国人も英語力に乏しい人が多く、日本人旅行者が街の韓国人にレストラン等の場所を聞くということが容易ではない。また、外国ではインターネットへの接続が難しく、日本の携帯電話を韓国で使用すると通信料が高額となる。本端末は実質使用料無料であり、かつ優待も受けられるというベネフィットがある。

3. ターゲット顧客

海外旅行慣れしていない日本人旅行者（年齢、性別は問わない）

4. 本ビジネスの優位性および課題

Shin氏によると、このようなサービスは韓国では今までになく、ユニークな取組みである。紙の旅行本より軽い端末を利用することにより、端末使用者は荷物の負荷を減らすことができる上に、位置情報等の情報を無料で入手できるという顧客本位のサービスとなっている。課題としては、日本と違ってクーポン文化が根付いていない韓国のレストラン等において、このサービスへ

の理解をしてもらう必要があること、端末の通信費のコストをどこまで下げることができるということである。

5. 所感

日本と韓国は近く、福岡とソウルであれば飛行機で約1時間半の距離である。この端末ビジネスが成功し、韓国から日本への旅行客にも同様のサービスが提供できるようになれば、日韓の人的交流が促進され両国の良好な関係につながる。

本グループは、QBS側が3人でKAIST側が1人というアンバランスな構成であり、かつ、Shin氏は英語が苦手ということで英語での議論に発展しなかったのが残念であった。

●TEAM 6

記 録 者：石井 邦博（10期）

1. チームメンバー：QBS 近藤聖樹（11期）、Tang Ruixia(10期)、石井邦博（10期）
KAIST Kim Eric、Natalia Dodasova

2. ディスカッション内容

各自が持ち寄ったアイデアを発表し、チームとして提示できるものを多数決により選択した結果、KAISTのKim Eric氏のアイデアが採択され、「KQ Vegies」を事業主体とするビジネスをメンバーの創意により考察し、以下のような発表を行った。

3. 発表内容

設立会社名：KQ Vegies（KQはKAIST,QBSのそれぞれの頭文字）

事業概要：野菜栽培のノウハウ提供と栽培施設のメンテナンス

事業の内容：地球環境問題や都市の環境悪化の面から、消費者へきれいで新鮮な野菜の提供が困難になっている中、都会の建物内部の限られた場所の省スペース活用や、逆に郊外の広いスペースの大規模な利用と栽培エネルギー利用の抑制によって、環境負荷をかけない生産者のニーズにあった野菜栽培施設を促進する。

収益源：施設建設のアドバイスや施設後のメンテナンスを行う事業を立ち上げ、そのためのコンサルタント費用を柱とする。

想定顧客：①都市部における施設管理者

② 規模生産事業者

4. 所感

本事業は、経済産業省による調査報告事例が発表されている植物工場事業のように、世界や都市部の人口増大や消費地への輸送に伴う環境負荷増加の対策として、さらには拡大する農地の抑制のために、野菜栽培面積を都会の建物内の空きスペースを立体的に有効に確保しながら、栄養素である光や水養分を人工的に与え続けることで成り立つ事業内容として知られている。

狭小な国土や高い人口密度など日本と類似した条件を備えた韓国においても世界の普遍的および日本と同様のニーズがあり、ビジネスに取り組むための目的や大義が共通であることを確認できた。お客さまニーズに基づく栽培施設の建設がビジネスの主体となりつつある中、本プランにおいてはコンサルティングやメンテナンスの要素を強く押し出し、基本収入額および支出を見積もることでビジネスとしての価値を見出すことができた。また、狭小地に限らず、大規模な工場としての運営においても積極的に関与するという二本柱の計画を立てた。ただし本プランは、やや既存のビジネス手法を踏襲した形での発表になってしまったため、オリジナリティを加えた斬新なビジネスモデルの構築をすべきであったという反省点が課題として挙げられる。

●TEAM 7

記録者：畑 亮太(11期)

1. チームメンバー：(QBS) 石松(10期)、畑(11期)

(KAIST) Sayyara Huseynova、Young Gi Choi

2. ディスカッション内容

QBS2件、KAIST1件のアイデア提案があった、韓国でも広まりつつあるビジネスと言うことで、KAIST提案のアイデアをチーム7のテーマとした。

① QBS側アイデア

1. 出産後の女性と新生児のためのケアサービスを提供するビジネス
2. 地下鉄に持ち込み可能で、荷物を運べる折りたたみ自転車の提案

② KAIST側アイデア

1. Yo Gi Yo と言う、食品宅配受注システムの日本展開ビジネス Yo Ka Yo

3. 発表内容

① ビジネス概要

Net環境を利用して、携帯電話、スマートフォン、タブレット、TVから、レストランメニューの配達注文を受注するシステムの販売。

② 背景

ドイツで本システムを導入したところ、出前サービスが若者から高齢者の幅広い層で受け入れられ一気に広まった。また、韓国でも既に導入済みで広まりつつあるため、超高齢化社会などの人口構造が似た日本でもニーズが存在すると予想。

③ 提供するサービス

Net環境を利用した簡単な出前注文システム

「場所(地域)選択→店舗選択→メニュー選択」の3ステップで注文が完了する簡単な受注環境を提供。

- ④ ターゲット・カスタマー
システム：ファミリー・レストラン、高級レストラン、居酒屋など。
エンドユーザー：ビジネス街サラリーマン、高齢者
- ⑤ 予想される市場規模と成長性
日本では既に、麺類、丼物、ピザ、コンビニなどによる出前サービスが定着している。しかし、超高齢化社会を迎えようとしている日本において、宅配・出前サービスは、今後、さらに普及すると予想され、現在、サービスが存在しないレストラン・居酒屋などの導入も今後増加すると予想される。
- ⑥ 既存及び競合するサービスに対する強みと差別化
Net 環境があれば簡単に予約が可能。地域を入力すれば、その地域で宅配できる店舗のリストが表示されるため、宅配・出前サービスの有無を気にする必要がない。

4. 所感

元々ドイツや韓国ではあまり普及していなかったため便利なサービスとして普及が加速した様子。日本では出前サービスがある程度整っているため、日本での本ビジネスプランの普及のしやすさを考える必要性を感じながらも、改めて日本に便利サービスが整っていることを再確認した。

また、本サービスを普及させる上で議論の対象となった高齢者の話から超高齢化社会の話になったが、日本と韓国の状況があまりにも酷似していることを再確認することができた。福岡から最も近い海外で様々な面で同様な長所・短所を持つ韓国と、密接に連携しながら協力して行くことに互いに大きなメリットがあると気づくことができた。

●TEAM 8

記録者：山崎智幸(11期)

1. チームメンバー：QBS：八尋、木村、山崎

KAIST：朴、孫

2. ディスカッション内容

チーム 10 で挙げられたアイデアは以下の 4 つ。各人のアイデアを発表した後、協議を行った結果、②を選択しプレゼンに向けた議論及び推敲を行った。

①日本におけるフードデリバリーサービス

②日本における韓国式産後調理院の設立

③日本産ヒノキの韓国向け輸出ビジネス

③ 国整形外科向け損害賠償保険

3. 発表内容

(1) サービス名：産後調理院

(2) サービス概要：

韓国で普及している産後ケア施設の産後調理院の日本における事業展開。

- ・日本では両親が高齢や遠方に住んでいるとの理由で、育児に関する悩みを抱えていたり、サポートをお願いしたりできる人がいない産後女性が多い。
- ・一方、韓国には産後調理院と呼ばれる産後ケアセンターが全国 800 カ所以上あり、出産後数カ月経つと、母親と乳児は 2 週間ほど当該施設で育児指導や母親の体力回復に向けたプログラムを受講するのが一般的となっている。
- ・少子高齢化が進展する中、日本でも産後ケアセンター設立の動きがあるが、十分と言える状況にはないため、この分野で先行している韓国のノウハウを日本に導入することで、日本における育児環境の向上を目指すもの。

(3) ターゲット：出産後の日本人女性と韓国人女性

(4) 収益方法

宿泊費、食費、育児指導、マッサージなどを含めて、2泊3日で10万円。

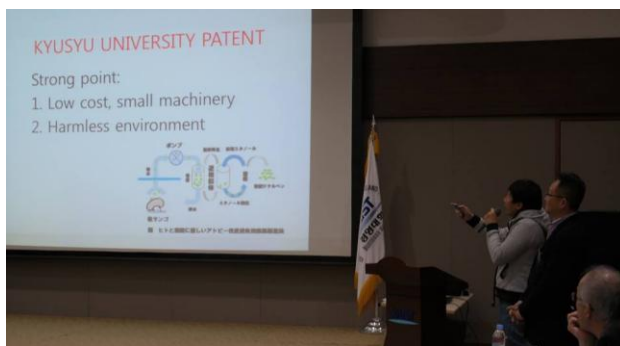
4. 所感

QBS 側のアイデアであったが、韓国式産後ケアサービスということもあり、KAIST 学生が韓国の産後調理院の現状を短時間で調査し、その調査結果を踏まえ、別府や湯布院といった韓国人観光客にも人気が高い日本の温泉地域を想定してビジネスプランを作成したところ、非常に良いプレゼンを行うことができた。

ディスカッション風景



プレゼンテーション風景



最優秀チーム表彰



全体写真



以上