**【地域ブランドデザイン部門】プランドラフト（フォーマット）**

大学名

チーム名

チームリーダー氏名

【必須項目】

１．ビジネスプラン・PR方策のタイトル

２.　自ら選定した地域の商品もしくはサービス（商標・地域団体商標）

出願番号もしくは登録番号(知財権を取得していれば)：

地域の商品もしくはサービスの名称：

３．ビジネスプラン・PR方策の概要（概要説明に加えて、サービス・PR方策における新しい視点や地域性などプランのアピールポイントもあれば記載して下さい。）

４． ビジネスプラン・PR方策の実現可能性・市場性（原材料費、製造コスト等の必要なコストや、想定している販路等販売計画の概要について記載して下さい。）

【任意項目（審査の対象外）】

５．ビジネスプランを実施する主体者の想定（例：自身のチームで起業したい、他の企業等に実施してもらいたい、地域の商品もしくはサービスの権利者に実施してもらいたい、等）

＊ドラフト作成における注意事項

裏面の「参考\_審査基準（案）」を踏まえ、自らのビジネスアイデアの優位性に言及してください。

参考\_審査基準（案）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 　 | 審査項目 | パテント部門 | 点数 |
| 1 | もの・サービス・PR方策自体の評価 | 新規性 | もの・サービス・PR方策と類似する他の地域ブランドの取組がないか調査しているか、一般的に見て（審査委員の視点で）新しい視点がみられるか、もしくは既存のもの・サービス・PR方策の改良であれば、そのものに対しての改良度合いが大きいかを評価する。 | 40 |
| 2 | 実現可能性 | もの・サービス・PR方策に技術的・商業的飛躍（例えば、一部に実現不可能な技術を用いている。莫大なイニシャルコストがかかる）は無く裏付けがなされているか。現時点で実現していなくても、実現の見込みが立っているものについては、その根拠が示されているかを評価する | 30 |
| 3 | 地域性 | ・地域と商品・サービスとの間の「密接な関連性」をあますことなく把握しているか。・地域内の他の特産品や他地域の同種産品との相乗効果、二次加工への展開や販路拡大の可能性などが見込まれるか。・適用した地域ブランドの生産者以外の、地域の事業者（旅行、宿泊、運輸など）を多く巻き込んだ展開が見込まれるか。 | 30 |
| 4 | もの・サービス・PR方策の事業としての評価 | 市場・ユーザーに対する理解力 | ・想定する市場規模・競合・ユーザーニーズの調査を実施しているか。・メッセージを届けたい人（ターゲット）は明確になっているか。・もの・サービスが学生自身が欲しいと思える商品・サービスとして提案されているか。 | 40 |
| 5 | 価格・商流設計 | ・もの・サービスを製造・提供するにあたり、又はPRを実践するにあたり、必要なコスト（原材料費、製造コスト、等）の計算が適切に行われているか。・もの・サービスを提供する売り場はどこにするのか等の、商流を検討しているか。 | 30 |
| 6 | 宣伝・販促 | ・顧客との出会い方、顧客が使用した時の体験を描けているか。・地域の魅力発信がものやサービスの付加価値向上や顧客開拓に寄与するものであるか。 | 30 |

（200点満点）

※審査基準（確定）は、9月下旬～10月上旬開催予定の審査委員会後にＨＰに掲載します。