絵と文字の加工写真

中程度の精度で自動的に生成された説明

**新価値創造プログラム「ICHIRYU（一粒）」　エントリーシート  
記載事例 領域③\_新サービス・新商品開発**

**B.事業アイデア**

|  |
| --- |
| **事業概要** |

１　事業タイトル（本事業を一言で表したもの）

|  |
| --- |
| 駅や商業施設でレンタル可能なベビーカーレンタル事業 |

２　この事業の「①顧客」は誰であり、顧客が抱えるお金を払ってでも解決したい「②課題」は何でしょうか。

|  |
| --- |
| 1. 顧客）   赤ちゃん・小さな子どもを連れて外出する親 |
| 1. 課題）   子どもが寝てしまった時や、歩きたがらない時のために、外出先にベビーカーを使用することは必須であるが、大きな負担が伴う。特に、電車移動の際にベビーカーがかさばることや、エレベーターで何度も乗り降りすることが課題となっている。 |

３　その課題を、この事業ではどうやって解決しますか。

|  |
| --- |
| 駅や商業施設等で簡単に借り、帰りの導線に合わせて様々なスポットで返却可能。事前に予約可能で、必要に応じてレンタル・返却が可能であるため、使用しない際にベビーカーを使用する手間が無くなる。 |

|  |
| --- |
| **競合/代替品・市場** |

４　顧客は現在、その課題をどの様な活動/サービスで解決していますか。  
（実施頻度/掛かる時間/コスト等も、書ける範囲でご記入ください）

|  |
| --- |
| 多くの親が外出する際に、ベビーカーを持ち運んでいる。平日に出かける際には、一人でベビーカーと荷物を持ち運んでいる親が多い。  公共交通機関を使用する際には、ベビーカーがスペースをとってしまうため、優先エリアへの移動を強いられている。 |

５　その課題を解決するサービスや事業の、市場規模はいくら程度でしょうか。  
（金額以外のものとし、人数など他の数字でも。可能で有れば出典元もご記入ください。）

|  |
| --- |
| 神奈川県内での事業の規模を算出する。  A：神奈川県在住でベビーカーを使う年間の人数の概算 （鉄道利用者と商業施設などで利用すると想定）  ＝神奈川県民920万人×0〜5歳の子供を持つ親の割合3%×公共交通機関でのベビーカー非利用60%  ＝約165,600人  B：Aが週2回×1年間使用した場合の想定金額  ＝約165,600人 × 週2回利用 × 1年52週間 × 単価650円/回  ＝111億9,456万円  ※出典：神奈川県の人口統計調査、人口比率、公共交通機関におけるベビーカー利用調査、競合サービスを参照 |

６　この市場が成長している場合は、大きくなる根拠やトレンドを示してください。  
（市場自体の成長だけでなく、関連する活動/サービスの成長でも可）

|  |
| --- |
| **核家族の増加：**  核家族世帯は増加しており、外出時に夫婦以外の子育ての担い手は少なくなっており、負担を抱える世帯も増え、ベビーカーレンタルのニーズは増え続ける。  （総務省の調査を参照）  <https://www.soumu.go.jp/main_content/000452791.pdf>    **若者のマイカー保有率の低下：**  29歳以下のマイカー保有率は低下しており、子育て層の電車移動の増加につながると言える。  （2023年のデロイトトーマツコンサルティング合同会社の調査を参照）  <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/jp/Documents/about-deloitte/news-releases/jp-nr-nr20231011-2.pdf> |

７　ご応募の事業案は、以下４つの事業領域のうち、どちらに該当すると考えられますか。複数回答可

①既存事業の改善・強化 ​ 　　 　 (記入欄)  
②​他業界参入・開拓 　　 　　　 　 (記入欄)  
③新サービス・新商品開発​ 　 　 (記入欄)  
④飛び地・未知の領域での新市場創造 ​　　　　　　 (記入欄)



８　ご応募の事業案は、京急グループが重点的に取り組む16の方針のどちらに該当しますか。  
（該当箇所にチェックをご記入ください。複数回答可）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 該当 | PF | No | 方針 | キーワード | |
|  | 移 動 プ ラ ッ ト フ ォ ― ム | 1 | ライフスタイルの変化に応じたダイヤ転換および二次交通再編 | #地域内輸送 #地域交通 #モビリティハブ | |
|  | 2 | インバウンド等観光アクセス強化および沿線目的地への流入促進 | #外国人 #インバウンド対応 #多言語対応 | |
|  | 3 | 地域拠点・環境対応・防災など駅機能の高度化 | #カーボンニュートラル #駅保育 #帰宅困難者 | |
|  | 4 | 回遊性を高める鉄道・地域資源のコンテンツ化 | #地酒・地野菜 #娯楽・レジャー #鉄道ファン | |
|  | 5 | 京急および沿線地域の魅力を伝えるブランディング推進 | #地域活性化 #駅別ブランディング #まちづくり | |
|  | 6 | 子育て世代等ターゲットを明確にした移動サービス展開 | #ファミリー・女性・高齢者向け #外国人 | |
|  | 7 | デジタル活用によるさらなる効率化と安全確保 | #5G・6G #遠隔監視システム #非常時対応 | |
|  | 8 | デジタル活用によるオペレーション・ノウハウの継承 | #AI #車両・線路メンテナンス #データ解析 | |
|  | ま ち 創 造 プ ラ  ッ ト フ ォ ー ム | 1 | 主要駅周辺での住働楽学が充実する大規模開発の推進 | #多機能複合都市 #シンボリック #空間設計 | |
|  | 2 | 駅からにじみ出す面的なまちづくりの推進 | #商店街活性化 #高架下活用 #シェアモビリティ | |
|  | 3 | 歴史的建物や公共施設等の地域既存ストックを活かしたまちづくり | #空き家・空き店舗活用 #子育て世代流入 | |
|  | 4 | デジタルとリアルが融合したまちづくり | #仮想空間 #バーチャルイベント | |
|  | 5 | 水辺のライフスタイルの実現を通じた沿線イメージの確立 | #河川・海沿い空間活用 #シーサイドリゾート | |
|  | 6 | 自然と共生した環境保全型のまちづくり | #自然のある暮らし #農業体験 #気候変動 | |
|  | 7 | ワーク・観光・スポーツ等の多様な「住働楽学コンテンツ」の導入 | #コワーキング #観光 #スポーツ・eスポーツ | |
|  | 8 | 子育て世代・外国人・高齢者等の多様性を尊重する地域コミュニティ構築 | #移住支援 #多拠点居住 #コミュニティ形成 | |
| **京急の優位性** | | | | |

９　この事業は京急グループに対してどの様なシナジーがあると考えられますか。  
(例：収益、集客、事業アセット獲得、ブランド、株主向けの企業価値等)

|  |
| --- |
| ベビーカー使用による課題が多く発生する電車内や駅構内において、ベビーカーレンタルサービスを設置することで、子育て世帯の負担を和らげることは、集客力の向上につながる。また、子育て支援に力を入れている企業として、沿線内外の住民に対してブランドイメージ向上を図れる。 |

１０　この事業は、京急グループのどの事業アセットを活用しますか。それが競合に比べ、どの様な強みに繋がりますか。（事業アセット例：鉄道/設備、建物/スペース、技術、データ、顧客、ブランド　等）

|  |
| --- |
| ベビーカーの設置場所として、各駅だけではなくグループ会社の持つ商業施設を広く活用することができる。貸し借り可能な場所の多さ・広さが、利用者にとっての価値に直結する事業であるだけに、土地というアセットがアドバンテージとなる。 |

|  |
| --- |
| **その他** |

１１　事業にとって、特に致命的になりうる法的・技術的な懸念点があれば記載してください。  
（記載頂いた方がより具体的に審査が可能です。）

|  |
| --- |
| **・法的懸念：**  保管場所が公共の場であるため、盗難や破損のリスクが高い。また、ベビーカーを介した感染症や病気の拡散が起きた場合、活動の継続が困難になる可能性がある。ただし、この点に関しては、ベビーカーの定期的な清掃・入れ替えの仕組みを構築することによりケア可能かと考えている。 |