

地域に根差した社会起業家の掘り起こし

——香川ビジネス&パブリックコンペから——

佐藤 勝典

はじめに

全国各地で様々なビジネスコンペティションが行われている。全国のビジネスコンペをまとめている資金調達プロ（2021）によると、2019年には全国で115件のビジネスコンペが、四国では4件のビジネスコンペが実施されている。

香川ビジネス&パブリックコンペは、香川発のビジネスコンペである。その特徴は、地域事業構想サポートプロジェクト実行委員会が主催しており、香川大学大学院地域マネジメント研究科（ビジネススクール）や地元の協賛企業が共催している。このコンペの特徴は、ビジネス部門だけでなく地域公共部門があること、そして地域マネジメント研究科の教員が指導担当委員として第1次審査を通過した10人の応募者を最終審査会での発表に向けて指導することである。

このコンペの成果は、当初は意図していなくても、地域の課題をビジネスの手法で解決しようとする社会起業家につながる可能性があることである。本稿においては、この香川ビジネス&パブリックコンペと社会起業家の掘り起こしについて探りたい。

背景と先行研究

まずは、デジタル大辞泉（2020年12月現在）によると、コンペティション【competition】という単語は、“競争。競技。競技会。コンペ。”という意味を持つ。プロシェアリング（2019）によると、ビジネスコンテストには、起業を

志していたり、解決したい社会問題があったりと、意識の高い人物が参加する傾向にある。ビジネスコンテストへの参加は、賞金や協賛金による、直接的な金銭メリット、出資先として注目を受けることによる間接的な金銭メリット、メンターによるビジネスプランのブラッシュアップがある。

これまで、我が国ではビジネスコンペに関する学術的な研究は少なく国立情報学研究所の CiNii で“ビジネスコンペティション”で検索した結果は文献が見つからず、“ビジネスコンテスト”で検索すると 20 件の文献が検索されたがその大半は業界紙や学会予稿集であった。学術論文としては、頭師・今井 (2009) による、研究演習におけるビジネスコンテストの活用についての文献が検索された。そして、“ビジネス” & “コンペティション”で検索すると 42 件の文献が検索されたが、学術論文はデザインやデータサイエンスに関するものが多く、本稿の参考となる文献は吉戸ら (2004) の自校の学生が応募したビジネスプランをまとめた文献などに限られていた (2021 年 3 月 25 日現在)。このことは、ビジネスコンペがビジネスもしくは利潤追求の対象として取り扱われており、扱われていても大学教育での実践についてであり、学術研究の対象として扱われることが少なかったことを表している。

香川大学大学院地域マネジメント研究科について

香川大学大学院地域マネジメント研究科は、瀬戸内・四国地域の地域活性化に資する経営系専門職大学院 (MBA) である。東京 23 区と政令指定都市にキャンパスを持たない全国唯一の MBA であり、ビジネス・リーダーやパブリック・プロフェッショナル、地域プロデューサーを育成することを目的としている。これまでに、瀬戸内・四国地域を中心として約 450 人以上の修了生を輩出した (香川大学大学院地域マネジメント研究科要覧 2020 参照)。そして、修了生は、地方銀行、電力会社、鉄道会社などの地域の有力企業の幹部候補生のみならず、県庁や市役所などの行政職員や地域の課題を解決するためのビジネスを創出する起業家として活躍している。

香川ビジネス&パブリックコンペについて

香川大学大学院地域マネジメント研究科は、2013年度から主に香川県内の協賛企業と連携して、香川県内で新規に起業する人を支援する目的を掲げて香川ビジネス&パブリックコンペを開催することで、地域に根差した起業家の養成に向けた取り組みを行っている。香川ビジネス&パブリックコンペは、2019年のコンペで第7回を迎えた。香川県内外から香川県内で起業するプランを公募して、第一次選考を通過したプランを、地域マネジメント研究科の教員が指導担当委員としてプレゼンテーションの指導をしたうえで最終選考を実施する。ビジネス部門及び地域公共部門でグランプリを選び賞金50万円を授与している。

さらに、近年はグランプリの受賞者に、シェアオフィスの使用权やニュービジネス協議会の初年度の年会費免除などを副賞としている（2018年及び2019年香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書を参照）。また、協賛企業特別賞（2013年から2015年）もしくは審査員特別賞（2016年から2019年）として賞金10万円を、最終審査会での発表者へ奨励賞（2016年）もしくはファイナリスト賞（2017年以降）として賞金2万円を授与している。2017年には地域スポーツビジネス特別賞10万円を、2019年度には学生起業特別賞10万円を授与した。そして、協賛企業や行政などとのマッチングの機会を設けており香川での起業を支援している。

香川ビジネス&パブリックコンペの応募資格は、香川県在住、香川県出身、香川県内に通勤・通学、香川に住みたいと考える18歳以上を対象としている。なお、将来、法人化する場合は、香川県内に本社所在地をおくことが条件である。

香川ビジネス&パブリックコンペのテーマとして2013年のビジネス部門は、「独創的なアイデアを有し実現可能性の高いビジネスプラン」を、地域公共部門は「観光振興のためのアイデア」を募集した。2014年のビジネス部門は、「独創的なアイデアを有し実現可能性の高いビジネスプラン」を、地域公共部門は

「地域活性化のためのアイデア」①定住化促進 ②観光振興 ③高齢化対策を募集した。2015年は、ビジネス部門と地域公共部門を統合して、「香川県の地域活性化に貢献し、香川県をもっと元気にするアイデア」-定住化促進や外国人向け観光PR、高齢化対策などの地域振興アイデア-地域資源を活用したアイデア（県産品、地元産業・企業とのコラボレーションなど）を募集した。2016年以降は、「あなたが香川で実現したい、香川を“もっと”元気にするアイデア」をテーマとして募集している。2016年のサブテーマは、「香川の地域資源を生かした革新的なビジネスプラン（オリジナル商品開発など新規事業や起業を目指したプラン）、香川の魅力を高め、生活を豊かにする公共的意義を持つ地域振興アイデア（安心・安全の地域づくり、子育て支援、離島振興、賑わい創出などのアイデア）や香川の地域スポーツビジネスの活性化やスポーツ振興による地域活性化アイデア」を募集した。2017年のサブテーマは、2016年と同じサブテーマで募集した。2018年のサブテーマは、地域スポーツ関連のサブテーマを外して、「香川の地域資源を生かした革新的なビジネスプラン（オリジナル商品開発など新規事業や起業を目指したプラン）、香川の魅力を高め、生活を豊かにする公共的意義を持つ地域振興アイデア（安心・安全の地域づくり、子育て支援、離島振興、賑わい創出などのアイデア）」というサブテーマで募集した。2019年のサブテーマは、2018年と同じサブテーマで募集した（資料1）。

香川ビジネス&パブリックコンペのスケジュールは、例年7月中に記者会見を行い募集を開始する。9月中にビジネスプランの専門家や起業家を招聘してシンポジウムを開催している。10月中旬に応募を締め切り、第一次選考を実施して選考結果を通知する。その後、第一次選考を通過したプランを香川大学大学院地域マネジメント研究科の教員が指導する。そして、11月末に公開審査会を行うことでグランプリをはじめとした入賞者を決めるスケジュールである。さらに、翌年2月には行政機関との交流を目的とした、政策提言プレゼンテーション&ミーティングが行われる。

応募者の特典として、第一次選考を通過した応募者は、最終審査に向けた地



資料1 香川ビジネス&パブリックコンペのチラシ (2013年左上, 2014年左中上, 2015年右中上, 2016年右上, 2017年左下, 2018年下中, 2019年右下)

(出典: 香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013 から 2019)

域マネジメント研究科教員による発表の指導が受けられる。最終審査後に、協賛企業等との交流の機会が得られる。そして、香川県庁や香川県内の市町の政策担当者などを対象とした政策提言プレゼンテーション&ミーティングの機会を得ることができる。

応募件数は、香川ビジネス&パブリックコンペの初年度である2013年は、177件(地域公共部門105件, ビジネス部門72件)の応募があった。2年目の2014年は134件(地域公共部門90件, ビジネス部門44件)の応募であった。応募書類をA4用紙1枚に削減して、応募段階でビジネス部門と地域公共部門を統合した結果として2015年は206件の応募があった。しかし、2016年は、最終審査会へ向けた指導期間を十分にとるために締め切りを早めた結果と

して、応募件数は減少して71件の応募となった。2017年も同様に64件、2018年も32件であった。そして、Web上での応募を可能とした2019年は、35件の応募（うち1件は締切後に到着）があった。

募集テーマや応募書類の分量によって応募件数が増減している。特に、2015年はビジネス部門と地域公共部門を統合したことと応募書類が簡素化したことで大幅な応募件数の増加があった。しかしながら、2016年は地域マネジメント研究科の教員による指導期間の充実を図るために、応募締め切りを繰り上げたことと詳細な応募書類を求めたために応募件数が減少した。それ以降は、応募者数は30人台から60人台と減少したものの実現性が高いプランの応募があった（図1参照）。

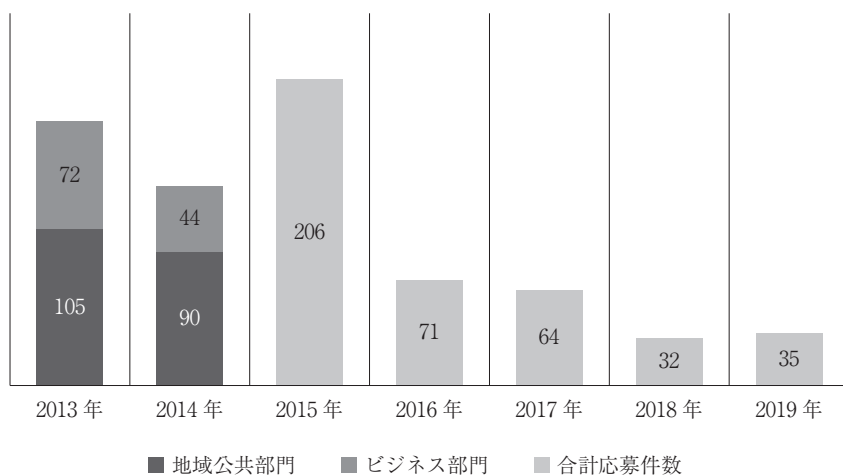


図1 応募件数の変遷

（出典：香川ビジネス&パブリックコンベンション事業報告書2013から2019より著者作成）

香川ビジネス&パブリックコンペの審査基準

ビジネス部門の審査基準（表1参照）は、社会必要性、新規性、市場性、優位性、実現可能性で構成されており、審査員が1から5点の得点をつける。地域公共部門の審査基準（表2参照）は、公共性、新規性、市場性、優位性、実現可能性で構成されており、審査員が1から5点の得点をつける。そして、香川大学大学院地域マネジメント研究科の教員からなる指導担当委員、民間企業などの実行委員と協賛企業の合計点でコンペが争われる。

表1 ビジネス部門の審査基準

1) 社会必要性：社会的意義、地域貢献性はあるか。
2) 新規性：今までにない、独創的な新しいアイデアであるか。
3) 市場性：今後マーケットの拡大が見込まれるか。
4) 優位性：競合との差別化や他にはない優位性があるか。
5) 実現可能性：ビジネスプランとして完成度が高く、実現可能性が高いか。

（出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013）

表2 地域公共部門の審査基準

1) 公共性：社会的意義、地域貢献性はあるか。
2) 新規性：今までにない、独創的な新しいアイデアであるか。
3) 市場性：香川の観光振興など、地域経済への波及が見込まれるか。
4) 優位性：香川の地域資源を活用した他にはない優位性があるか。
5) 実現可能性：地域振興プランとして完成度が高く、実現可能性が高いか。

（出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013）

第一次選考を通過したプランとその後の傾向について

香川ビジネス&パブリックコンペの審査基準に基づき、第一次選考を実施した。その結果、7年間で合計70プランが第一次選考を通過した。年度ごとの第一次選考を通過したプランの傾向について紹介する。

2013年は、観光資源を活用したプランや高齢化社会に対応する医療福祉に

関するプランなどが第一次選考を通過した。2014年は、地域コミュニティでのビジネスやアプリ開発など情報系のプランなどが第一次選考を通過した。2015年は、教育子育てや情報等のプランに加えて、女性の応募者の第一次選考の通過が目立った。2016年は、食や観光や地域交通のプランに加えて地域スポーツに関するプランなどが第一次選考を通過した。2017年は、食や農林水産関係などの資源を生かしたプランや文化芸術などのプランが第一次選考を通過した。2018年は、食に関するプランや教育子育て、そして地域資源を生かしたビジネスプランなどが第一次選考を通過した。2019年は、地域の医療福祉や文化芸術に関するプランなどが多く第一次選考を通過した。

香川ビジネス&パブリックコンペの成果について検討してみることにする。第一次選考を通過したプランの傾向として、本コンペが地域社会に与えた影響について評価する。コンペの成果として、これまでの7年間で70のプランが第一次選考を通過して、⁽¹⁾34のプランを表彰してきた(図2参照)。

また、香川ビジネス&パブリックコンペは、香川大学大学院地域マネジメント研究科の入試広報活動の一環にもなっており、これまでに第一次選考通過者が3名入学した。在校生の第一次選考通過者が10名、修了生が6名である(2020年10月時点)。なお、第一次選考を複数回通過した応募者は重複して計上している。第一次選考通過者の傾向としては、地域マネジメント研究科の学生や卒業生が多いことが挙げられる。これは地域マネジメント研究科が香川における起業家の育成に大きく貢献していることを示唆している(図3参照)。

また、香川ビジネス&パブリックコンペは女性の第一次選考通過者が増加している傾向が挙げられる。特に、2018年はグランプリ及び審査員特別賞の入賞者が全員女性であったことは、地域の女性が起業に関心を持っていることを表している(図4参照)。⁽²⁾

(1) 2019年度は審査員特別賞と学生奨励賞を同一のプランが重複して受賞したため、34プランを表彰した。

(2) 起業メンバーに男性が含まれていても、代表者が女性であれば、女性起業数としてカウントしている。

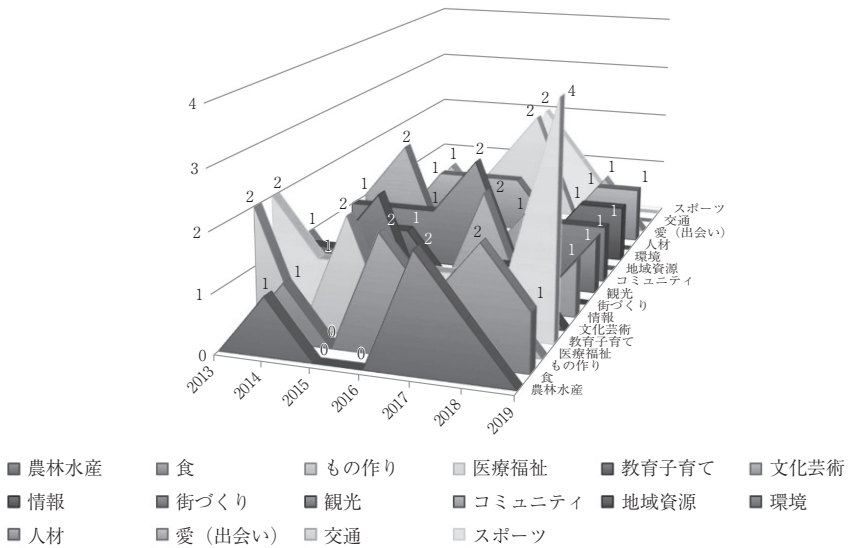


図2 起業分野の分類

(出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013 から 2019 より著者が分類の上で作成)

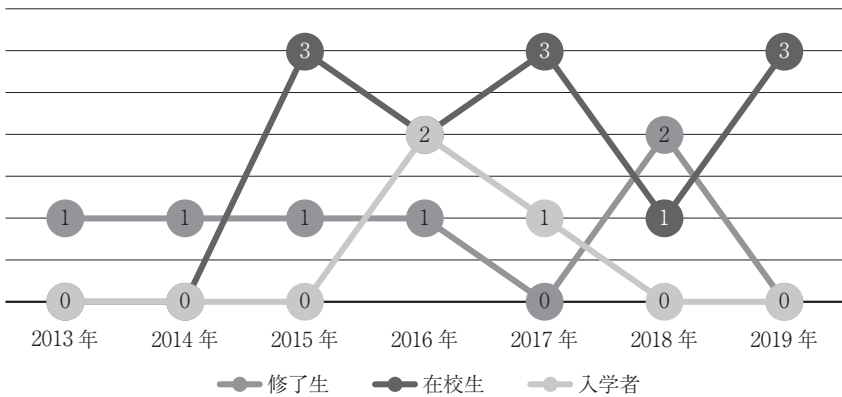


図3 地域マネジメント研究科関係者の第一次選考通過者数

(出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013 から 2019 より著者が分類の上で作成)

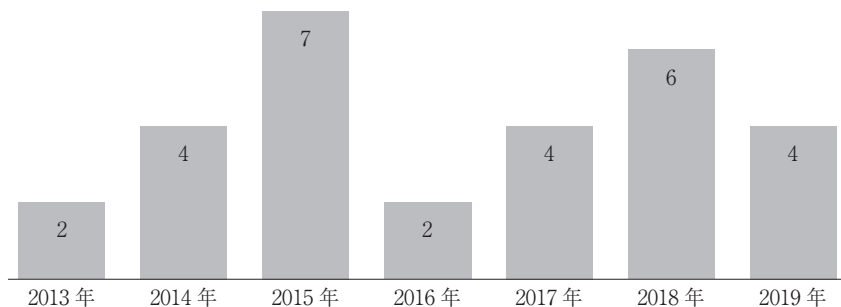


図4 第1次選考を通過した女性起業数

(出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013 から 2019 より著者作成)

グランプリ受賞プランとその特徴

香川ビジネス&パブリックコンペは、その特徴として、第一次選考を通過したプランを香川大学大学院地域マネジメント研究科の教員が最終審査会に向けて指導を実施した上で、公開審査会を実施して、その中から各部門でグランプリ（最優秀賞）を受賞したプランについて、グランプリ受賞プランとその後の状況を2013年から2019年までの香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書をもとに紹介する。

2013年のビジネス部門のグランプリは、ペットと一緒に暮らせる有料老人ホームとデイサービスセンターなどの複合施設を企画したプランである。地域公共部門のグランプリは、ため池の環境保全のために香川県内のため池を巡るブラックバス釣り大会を企画し、同時に観光資源としての活性化を狙い企画した地域マネジメント研究科修了生のプランである。

2014年のビジネス部門のグランプリは、「生産量全国第2位の香川県産ニンニクを使った菓子の販売」である。香川県産のニンニクに着目し、生産量1位の青森県と生産量で勝負するのではなく、付加価値の高い加工品としてのオリジナル菓子を開発した。地域公共部門のグランプリは「男木島 島あそび塾」を企画実施し、男木島の地域資源である海・山を活用した父と子の触れ合う機会を提供した。

2015年のビジネス部門のグランプリである「香川のものづくり企業と観光資源のコラボレーションによる産地ブランドの創出－総本山善通寺のご利益を受けた、ファーストシューズを香川県から発信する－」は、赤ちゃんが生まれて初めて履くファーストシューズを作り、弘法大師誕生の寺である善通寺で祈願して販売した。衰退しつつある地域産業の保全と地域コミュニティでの手仕事の発展を目指した、香川大学大学院の他研究科の修了生による起業である。地域公共部門のグランプリは、「空飛ぶカモメの宅配便～Kamome Air プロジェクト～」で離島生活のボトルネックである生活物資の輸送を、無人輸送機ドローンを使用した新たな物流網を整備することにより解決し、地域活性化をめざしたプロジェクトである。

2016年のビジネス部門のグランプリである「さぬき・ア・ムールプロジェクト～日本の中心“瀬戸内海”で「食」を愉しむ～」は、牡蠣養殖の副産品としてこれまで捨てられていたムール貝を地域資源として見直して、地域マネジメント研究科の在学生在が商品化を目指して起業準備を行った。受賞後に行われた「政策提言プレゼンテーション&ミーティング」で香川県水産課と面談し、ムール貝の試験養殖を検討した。地域公共部門のグランプリは、「廃校を活用した香川県における就活の拠点づくり」である。廃校を活用して香川県における就職活動の拠点づくりを行い、就職活動での身体的・精神的・金銭的負担を軽減し、利便性を高めることで、就活生・企業・行政の三者にWIN・WIN・WINな環境を構築するプランである。なお、代表者は2020年度に地域マネジメント研究科に入学した。

2017年のビジネス部門のグランプリは、讃岐平野で眠る薬草「ウマブドウ」を育てパッケージ化して、道の駅や産直などでの販売を開始する事業である。地域公共部門のグランプリは、現代サーカスの要素を使った「フィジカルアート・トレーニング」デリバリー事業である。子どもたちにサーカスを通じて体を鍛えてもらう事業である。

2018年のビジネス部門のグランプリは、「さぬき OSHINUKI 寿司」は、2016年のビジネス部門のグランプリと同じ代表者であり、2019年開催の瀬戸内国

際芸術祭の期間中に共催でイベントを実施した。地域公共部門のグランプリは、ハンディのある子供たちのスムーズな意思疎通のための、オリジナル「療教育メソッド」を電子化して全国へ普及するため特許を獲得し販売の準備を進めた。

2019年のビジネス部門のグランプリは、「瀬戸内アートコレクティブ」は、瀬戸内アートの芸術家と購買者をつなげるハブを目指して、サブスクリプション型で廉価で提供するビジネスを構築した。2019年の地域公共部門のグランプリは、「がんや難病の子どもとその保護者のケアサポート事業」である。15歳以下の子供は、難病で入院した友達の見舞いに行くことができず、孤独を感じているため、がんや難病の子ども達が友達と触れ合うためのロボットを通じたケアサポート事業を提案した。

第一次選考を通過したプランの特徴と社会的企業

第一次選考を通過したプランの特徴として、香川の地域資源とコミュニティビジネス、福祉、情報というキーワードを挙げることができる。これらのプランのテーマは香川のおかれている課題を解決するために提案されたプランである。そして、地域課題の解決のための手法としてビジネスの視点に注目してコミュニティビジネスのプランを企画して社会的企業を立ち上げようとしたプランが目立っている。

本稿において社会的企業は、谷本（2002a, b）の議論をもとに取り扱うことにする。

谷本（2002a）の議論では、ソーシャル・エンタープライズ、つまり社会的企業には、「社会性」社会的ミッション、「事業性」社会的事業体、「革新性」ソーシャル・イノベーションの3つの要件がある。社会的ミッションとは、ローカル／グローバルコミュニティにおいて、今解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすることである。社会的事業体とは、社会的ミッションを分かりやすいビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくことである。ソーシャル・イノベーションとは、新しい社会的商品・

サービスやその提供する仕組みの開発、あるいは一般的な事業を活用して（提供する商品自体は従来のもので変わらないが）社会的課題の解決に取り組む仕組みの開発である。

そして、谷本（2002a, b）の議論をまとめると、ソーシャル・エンタープライズがかかわる社会的事業という場合、基本的には政府・行政の対応を超える領域と市場の対応を超える領域の2つの領域にかかわる活動を行うものである。政府・行政の対応を超える領域とは、福祉、教育、環境、健康、貧困、コミュニティ再開発、途上国への支援など、従来政府・行政がそのサービス提供を“独占的”に行ってきた領域や政府・行政のタテ割の対応によってこぼれ落ちてきたような領域である。市場の対応を超える領域は、これまで政府が独占的に供給してきたサービスについて、法的規制などで他の可能性が制約されてきた、また規制がなくとも公的サービスが当たり前と受け止められ他の可能性をあまり考えてこなかった／求められてこなかった領域は多い、あるいはビジネスが扱うにはこれまで市場の規模が小さく利潤機会が少なかったような領域である。

香川ビジネス&パブリックコンペは、第一次選考を通過したプランに対して、香川大学大学院地域マネジメント研究科の教員が指導担当委員として発表の指導を行う中で、起業家を養成しているが、著者は2013年から2019年までの7年間で第一次選考を通過した70のプラン中で27プランを上記の谷本の議論を参考に社会的企業を分類した。地域の課題をビジネスの手法で解決を図ろうとする社会起業家と推定される起業家は27件である。そして、7件がグランプリを獲得している。

図5は、第一次審査通過プランのうち社会的企業に分類されるプランの数とそれらの起業家の男女構成を示している。27件のうち男性起業家が8人、女性起業家が19人と圧倒的に女性起業家が多い状況を示している。香川ビジネス&パブリックコンペは、第一次選考通過者に女性が多いこと、そして社会起業家と類推される応募がある理由の一つには地方都市の特徴であると考えられる。

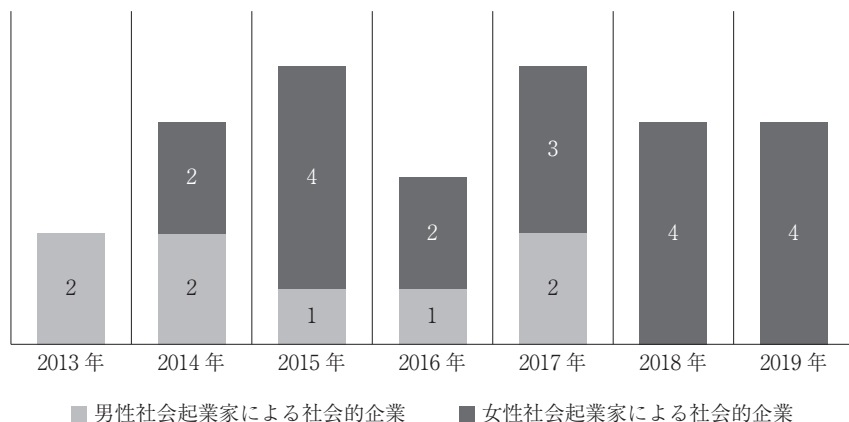


図5 第一次審査通過プランのうち社会的企業に分類されるプラン

(出典：香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書 2013 から 2019 より著者が分類の上で作成)

ま と め

これまでの議論をまとめると、香川ビジネス&パブリックコンペは、地域の起業家養成を目指した結果、無意識のうちに社会起業家の養成につながっていると考える。つまり、コンペが社会起業家の養成という意図せざる結果、すなわち Krumboltz & Levin (2002) のいう計画的偶発性 (Planned Happenstances) を生んでいる (図6 参照)。

これは、香川ビジネス&パブリックコンペが意図した県内で新規に起業する人を支援する活動が、香川の地域コミュニティに埋もれていた社会起業家の支援につながっていることを示している。特に、これらの社会起業家は香川大学大学院地域マネジメント研究科の関係者 (図3 参照) や地域コミュニティで活躍している女性が多い傾向がある (図4 参照)。

著者は地域マネジメント研究科での教育研究や香川ビジネス&パブリックコンペで指導担当委員の経験から、若者が起業を試みようとしても、地方では市場も狭く新たなビジネスには寛容ではないこと、どんなに素晴らしいビジネス

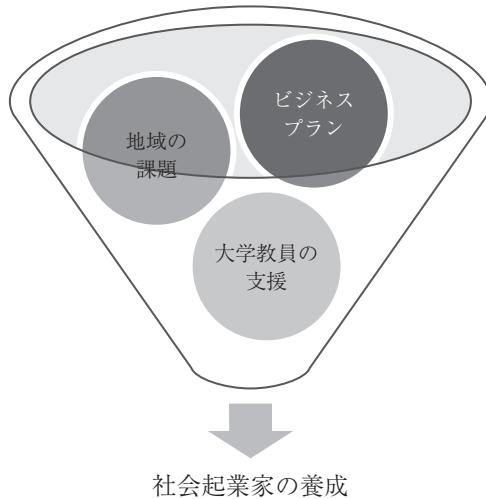


図6 香川ビジネス&パブリックコンペの偶発性

プランを持っていても、地方には起業を支援する支援者が少ないこと、さらに新たに起業しようとしても、保守的で新しいことに寛容であるとは限らないことを経験した。

それらを解決するために香川ビジネス&パブリックコンペを実施して地域マネジメント研究科の教員がプランの発表を支援する。地元の国立大学に支援されたプランは、行政との交渉や銀行や投資家とのマッチングの機会が与えられる。つまり、香川ビジネス&パブリックコンペは地域の課題の掘り起こしとその課題の解決のための社会起業家の養成につながっている。

今後の課題として、香川ビジネス&パブリックコンペの開始から7年が経過したが、受賞者の事業継続に関する調査や賞金の用途についての調査を行っていないことが挙げられる。さらに、受賞プランの継続的な支援や受賞者同士のネットワーク化による新たなビジネスの創造も望まれる。香川県内や四国内にも複数のビジネスコンペがあり、これらのコンペとどう関わっていくのかという課題がある。

また、香川ビジネス&パブリックコンペでは、起業準備中のプランと既に事業をスタートアップしたプランの応募が混在していることで審査を難しくしている。さらに、指導担当委員が審査委員を兼ねていることで審査の公平性の課題もある。今後はこのような課題にも対処した香川ビジネス&パブリックコンペにしていきたい。

【謝辞】

本研究の分析においては、著者が香川大学大学院地域マネジメント研究科に赴任した2015年以前の状況も含むため、香川大学大学院地域マネジメント研究科長室の西村美樹氏及び香川ビジネス&パブリックコンペを共催するセーラー広告株式会社から資料の提供を受けたことに心から感謝する。

参 考 文 献

- ・香川ビジネス&パブリックコンペ実行委員会『香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書』2013年から2019年。
- ・香川大学大学院地域マネジメント研究科（2020）『香川大学大学院地域マネジメント研究科要覧2020』。
- ・吉戸幹雅、深松浩子、渡辺忠、柳川高行（2004）「子どもの心をいつまでも－事業計画書－滋賀県 AKINDO 委員会「ビューティフル・ビジネスプラン・コンペティション2002」最優秀賞作品」『白鷗大学論集』18(2), 259-324.
- ・John D. Krumboltz & Al S. Levin. (2002) “Planned Happenstance : Making the Most of Chance Events in Your Life and Your Career”. Impact Pub.
- ・頭師暢秀、今井翔一（2009）「研究演習におけるビジネス・コンテストを通じた学び」『流通科学大学教育高度化推進センター紀要』（5），9-24.
- ・谷本寛治（2002a）「社会的起業家精神と新しい社会経済システム」下河辺監修・根本編『ボランティア経済と企業』日本評論社.
- ・谷本寛治（2002b）『企業社会のリコンストラクション』千倉書房.

参考ホームページ

- ・CiNii Articles－日本の論文を探す－国立情報学研究所
<https://ci.nii.ac.jp/>（2021年3月25日閲覧）
- ・資金調達プロ【最新版2021年】全国のビジネスコンテスト（ビジコン）とスタートアップ

プコンペ全 115 種類を一挙公開！

<https://shikin-pro.com/guide/9695> (2021 年 3 月 27 日閲覧)

- ・ デジタル大辞泉 (2020 年 12 月現在) 小学館

<https://daijisen.jp/> (2021 年 3 月 30 日閲覧)

- ・ プロシェアリング マガジン 新規事業開発 2019 年 12 月 23 日号
ビジネスコンテストとは 事業化に成功するためのノウハウ

<https://circu.co.jp/pro-sharing/mag/article/2917/> (2021 年 3 月 27 日閲覧)