

PITCH DECK

— 子どもの興味を可視化する —

PorteX

網倉光生・上田航玄・鳴海明・根岸秀匡・種村太郎

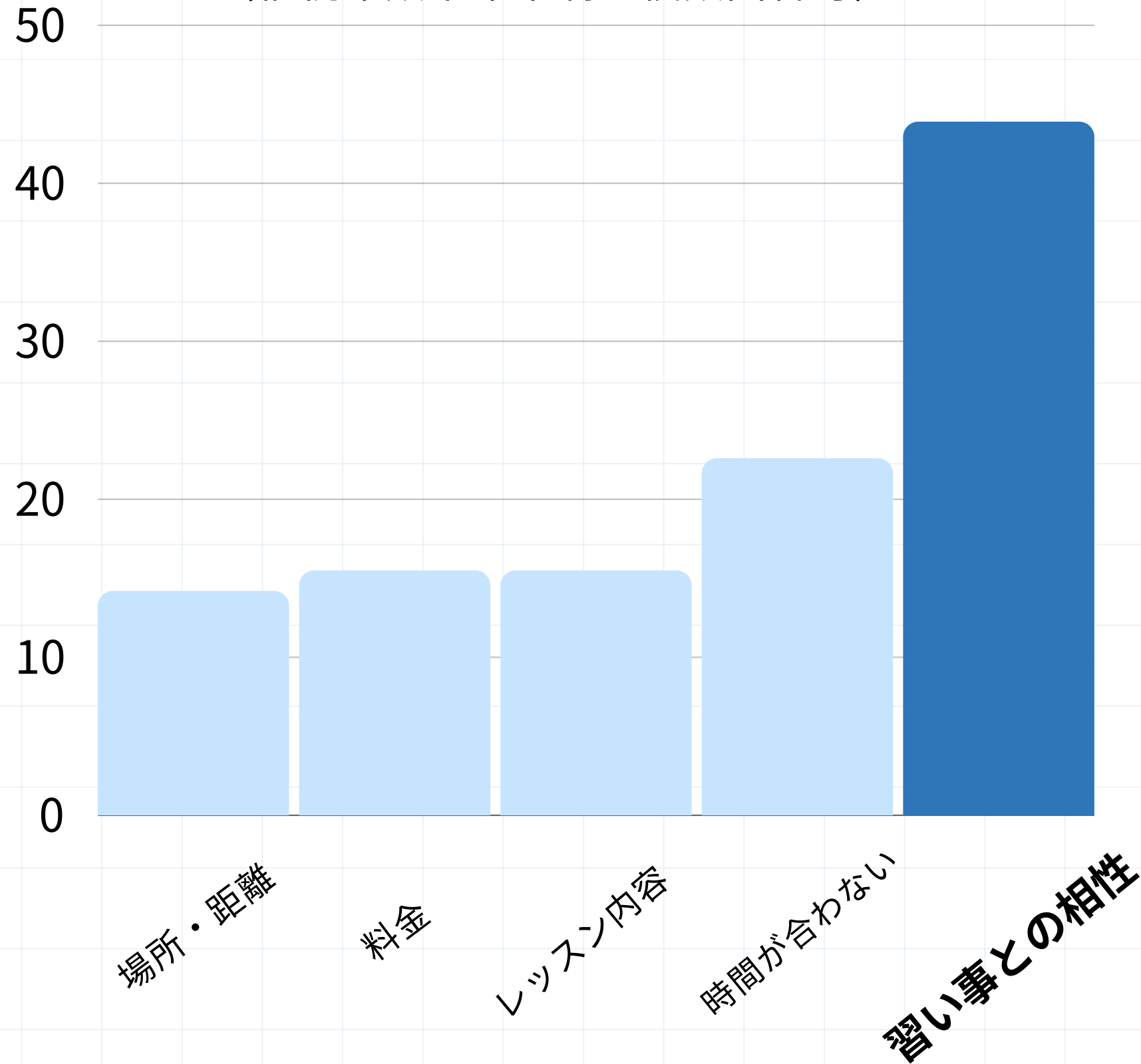
解決したい課題

子どもたちは、
本当にやりたい習い事を
出来ているだろうか？

解決したい課題

どう理由で習い事をやめましたか？

(継続年数半年未満・複数回答可)



子どもと習い事との
相性が合わないので辞めた

43.9%

サービス概要

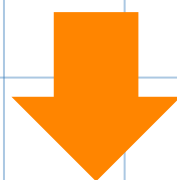
**保護者からやらされるのではなく、
子どもが主体となって取り組む
習い事のマッチング**

ソリューション

**子どもの日々の活動を記録し
興味・関心を可視化する
ポートフォリオシステム**

概要

子ども（小学生）の毎日の遊びや
趣味等を子どもが
ポートフォリオとして記録



保護者は子どもの興味を可視化
できる



AIにより、子どもの日々の行動から
個別最適化した習い事の提案



概要

このビジネスの狙い

①ポートフォリオシステム



保護者は子どもの今している事・
興味のあるものを知ることができる

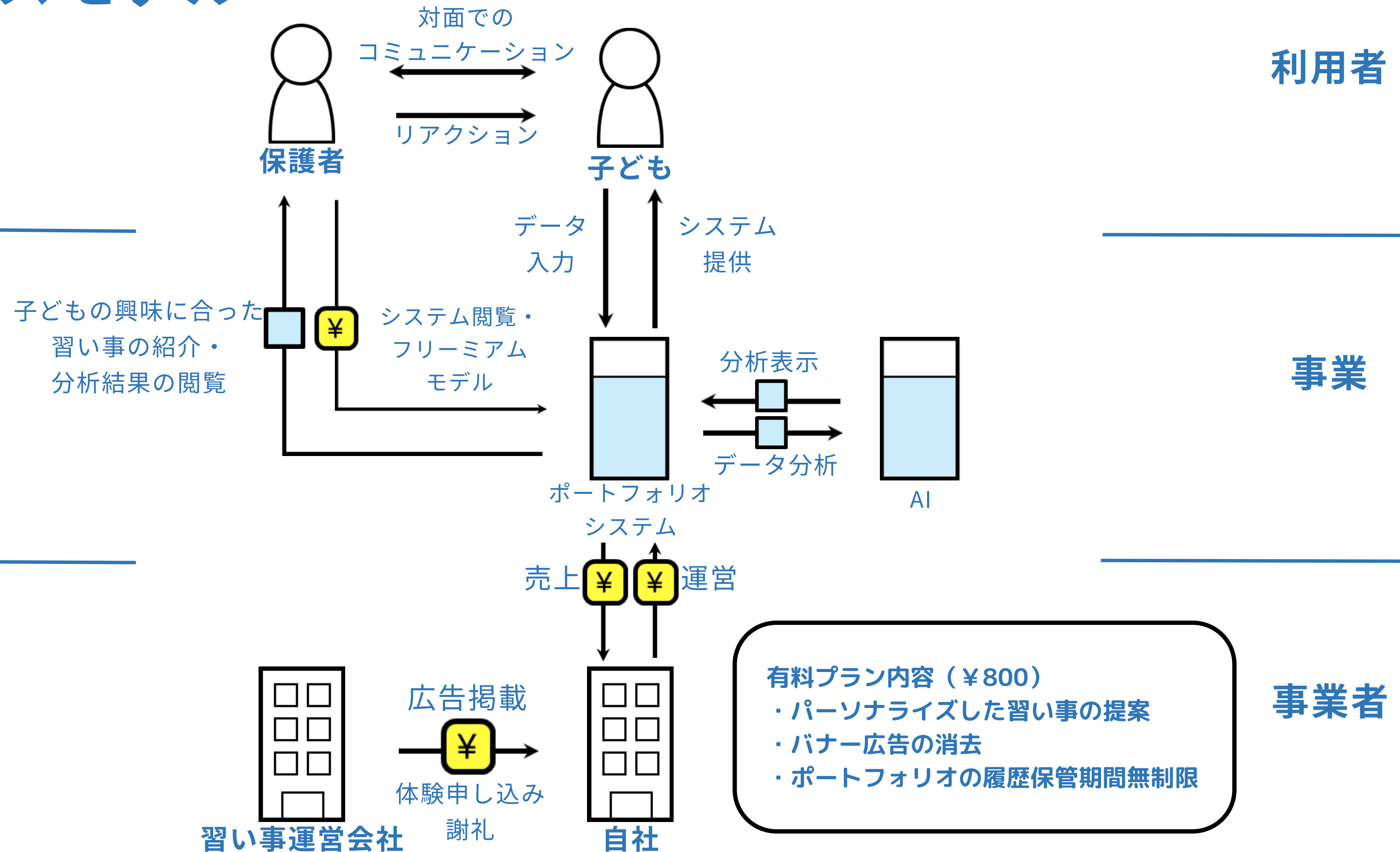
②個別最適化した習い事提案



子どもが本当にやりたい事をできる



ビジネスモデル



3C 分析

顧客

子どもがいる家庭、
特に教育に関心が高く、
子どもの個性や興味を
大切にする親が
ターゲット

競合

「家族アルバム みてね」
「Hello! Family.」

「適正スポーツサービス」
「習い事ドットコム」
「スクルー」

自社

SWOT分析へ



SWOT

Strengths (強み)

- 子どもの興味や才能を視覚化することで、その人に合わせた習い事などを提案することに特化
- ポートフォリオ作成プロセスを通じて、親子のコミュニケーションを促進

Opportunities (機会)

- パーソナライズされた教育と子どもの発達サービス市場の成長

Weakenesses (弱み)

- データが貯まるまでに時間がかかる
- テクノロジーと市場教育への大きな初期投資
- 子どものデータに関するプライバシーの懸念リスク

Threats (脅威)

- サービスを時代遅れにする可能性のある技術や教育トレンドの変化
- 子どものデータに関する規制の課題

STP分析

Segment

- 子供の主体性を尊重する親
- 子育てに積極的で、子どもの教育や発達に関心のある親。
- 子供が何を考えているのか知りたい親

Target

- 自分の子どもに合った習い事を見つけない親
- 子どもと親の間のコミュニケーションを促進させたい家庭
- 子どもの教育と個々の才能の発掘に熱心な家庭

Position

ポジショニングへ
➔

ポジショニング

家族アルバム
みてね

日々の子どもの成長の様子をリアルタイムに
家族みんなに伝えられます

親子の関わり
多

Hello!
Family.

日常的なコミュニケーションの機会を増やす、
家族のための見守りIoTサービス

本サービス

一般化

パーソナライズ化

スクルー

子ども向けの習い事やアクティビティを探して
体験できるサービス

習い事ドットコム

最寄り駅と年齢から、お子様にぴったりの習い
事が探せる子どもの習い事検索サイト

親子の関わり
少

適正スポーツ
サービス

遺伝子分析により自分の体質を知り、それを専門
家がカウンセリングを行い、アドバイスを受ける
ことができるサービス

USP (Unique Selling Proposition)

パーソナライズされた提案：

プログラミングや英会話など多様化する習い事市場で、子ども一人ひとりの興味と才能に基づきカスタマイズされた習い事の推薦により、個性最適化した教育を実現。

親子関係の促進：

ポートフォリオ作成を通じて親子間の対話を促し、家庭内の絆を強化。

継続的なサポートと進捗追跡：

サービスは一回限りの提案に留まらず、子どもの成長に合わせて継続的な提案を行う。親は子どもの進捗を追跡し、時間が経つにつれて変化する興味や才能に対応した活動を継続的に探求可能。

市場規模について

5歳から9歳の子供を対象とした日本の習い事市場のフェルミ推定

1. 対象人口

- 5歳から9歳の子供の人口: 約4889000人

2. 習い事の参加率

- この年齢層の習い事参加率: 65%

3. 平均費用

- 習い事の平均費用: 月額1万円

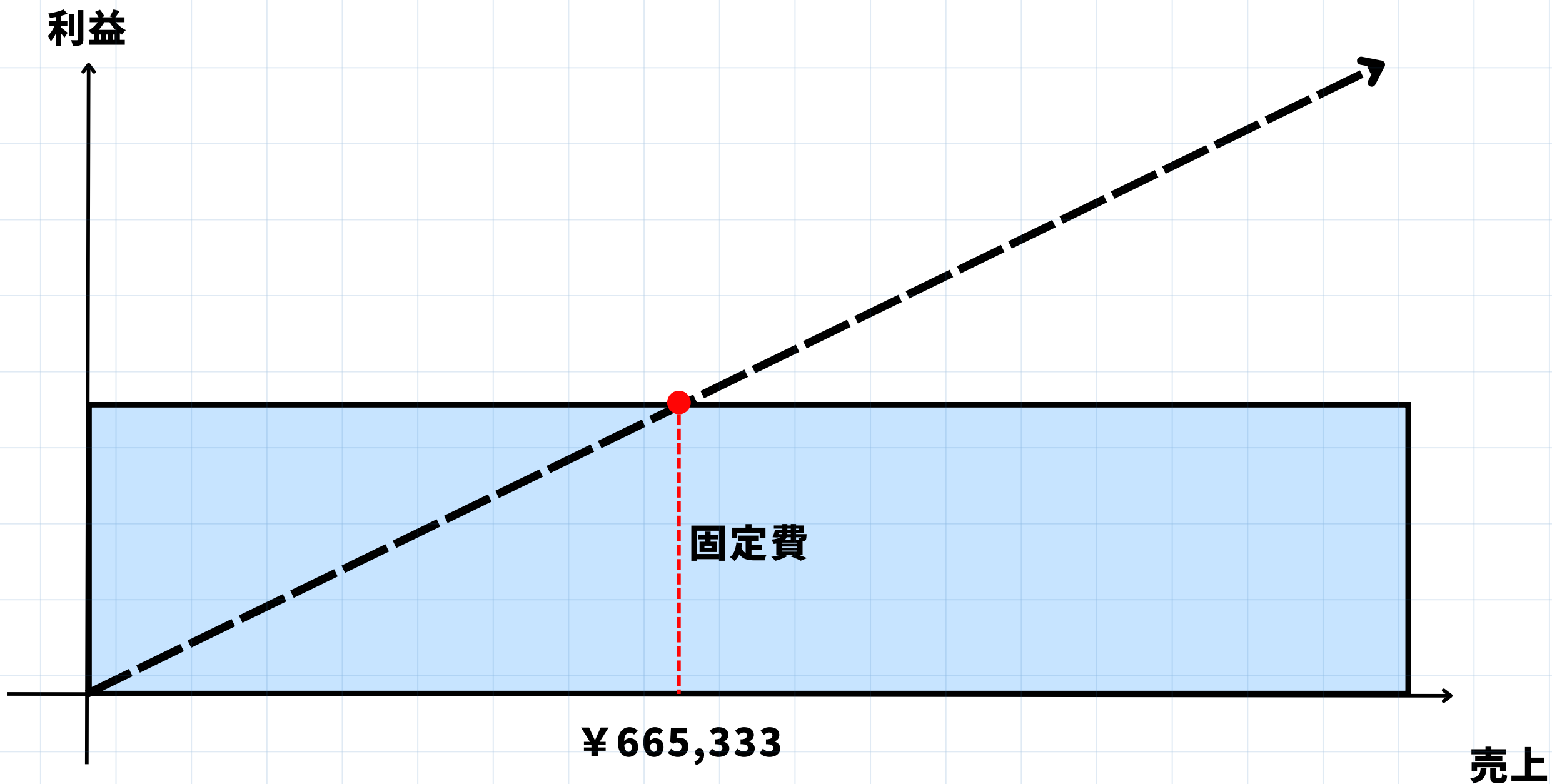
4. 市場規模の計算

年間市場規模 = 対象人口 × 参加率 × 平均費用 × 12ヶ月

市場規模 = 4889000人 × 65% × 10000円/月 × 12ヶ月
市場規模 = 4889000人 × 65% × 10000円/月 × 12ヶ月

→ この計算により、市場規模は約3813億円と推定

損益分岐点



固定費内訳

- ・システム開発費：¥20,000,000 5年で回収→1月：333,333
- ・システム維持費：1月 ¥250,000
- ・その他（通信費、支払利息）：1月 ¥82,000

損益分岐点を達成するシェア目標

損益分岐点達成

1月：6,654人の利用

- ① 有料プラン売上：6,654人 × 5% × 800円 = 266,160円
- ② 広告掲載費：50件 × 0.53232 × 10,000円 = 266,160円
- ③ 体験申し込み謝礼：6654人 × 1% × 2,000円 = 133,080円

合計：¥665,400

→ 最初期は6,654人以上の利用を目指してスタートする

収益モデル（創業当初）

収益

①有料プラン利用

1月の利用者見込み：12,500人

95%が無料プランでの利用

5%が有料プランでの利用

1月売上：¥500,000

年：¥6,000,000

②習い事運営会社からの広告掲載費

習い事提案画面での広告費：¥10,000

1月:¥500,000(50件) 年:¥6,000,000

③体験申し込みに対する謝礼

1件：¥2,000

1月あたり：125人（利用者の1%）×¥2000=¥250,000

年：¥3,000,000

収益計：15,000,000（年間）

費用

①システム開発費

¥20,000,000（初年度のみ）

②システム維持費

1月：¥250,000

年：¥3,000,000

③その他（通信費・支払利息等）

1月：¥82,000

年：¥984,000

費用計：23,984,000（年間）

収益モデル（システム開発費回収後）

収益

①有料プラン利用

1月の利用者見込み：25,000人

95%が無料プランでの利用

5%が有料プランでの利用

1月売上：¥1,000,000

年：¥12,000,000

②習い事運営会社からの広告掲載費

習い事提案画面での広告費：¥10,000

1月:¥1,000,000(100件) 年:¥12,000,000

③体験申し込みに対する謝礼

1件：¥2,000

1月あたり：250人（利用者の1%）×¥2000=¥500,000

年：¥6,000,000

収益計：24,000,000（年間）

費用

①システム維持費

1月：¥250,000

年：¥3,000,000

②その他（通信費・支払利息等）

1月：¥82,000

年：¥984,000

費用計：3,984,000（年間）

参考文献

- **ベネッセ教育総合研究所** . “2年未満で習い事をやめる理由は「お子さまと習い事の相性」” .
株式会社ベネッセホールディングス. 2024-01-10. <https://benesse.jp/kyouiku/201001/20100128-1a.html>
- **家族アルバムみてね** . “家族アルバムみてね - 子どもの写真、動画を共有・整理アプリ” .
株式会社MIXI. <https://mitene.us/>
- **Hello! Family** . “Hello! Family. | 親と子の”いま”をつなぐ、みまもり家族IoT” .
コクヨ株式会社. <https://hellofamily.kokuyo.co.jp/>
- **適性スポーツサービス** . “適正スポーツサービス” .
株式会社ソル・メディア. <https://spoducation.jp/tekispo/>
- **習い事ドットコム** . “習い事ドットコム | 小学生の習い事検索・口コミサイト” .
株式会社ナックウェブ . <https://child-naraigoto.com/>
- **スクルー** . “スクルー こどもの習い事・アクティビティ検索・申し込みサイト”
株式会社スクルー . <https://skuroo.net/>