

事業計画書

# Morning Life

---

ロゴ特化型SNS ロゴハウスのご提案





01 会社概要

---

02 事業概要

---

03 ビジネスモデル

---

04 財務計画

---

05 概念実証

---

06 想定リスク

---

07 スケジュール

---

08 付録

---

# 01. 会社概要

# 1-1. 会社概要



## 代表

安永 圭吾

### 経歴

- ・芝浦工業大学  
システム理工学部  
機械制御システム学科
- ・最適システムデザイン研究室



## マネージャー

永田 亮太郎

### 経歴

- ・芝浦工業大学  
システム理工学部  
機械制御システム学科
- ・工業デザイン研究室



## マネージャー

佐藤 怜央

### 経歴

- ・芝浦工業大学  
システム理工学部  
機械制御システム学科
- ・工業デザイン研究室

## 基本情報

社名 株式会社Morning Life

業種 サービス業

所在地 〒337-0085  
埼玉県さいたま市見沼区大字深作 3-0-7

資本金 10万円

創業 2024年8月

代表 芝浦工業大学 安永 圭吾

## 事業内容

会社のミッションである「クリエイターの価値向上」  
の実現に向けて、「ロゴ特化型SNSロゴハウス」を提供。

### 代表者の経歴

芝浦工業大学 最適システムデザイン研究室

Morning Life リーダー

### 氏名 安永 圭吾

2021年4月 芝浦工業大学システム理工学部入学

2024年2月 渡航型ベトナムPBLにて1位優勝

2024年7月 渡航型ポルトガルPBLにて1位優勝

2024年8月 Morning Life 結成

2025年2月 渡航型タイPBLにて1位優勝

## 02. 事業概要



## 2-1. 事業内容



テーマ

アマチュアクリエイターの価値向上を実現



コンセプト

アマチュアクリエイターの成長とキャリア形成を支援する仕組み構築



提供価値

学び・実践・交流・仕事の機会を一元的に提供



対象顧客

ロゴデザインに関心を持つアマチュアクリエイター  
ロゴを必要とするクライアント



目標

2028年までに粗利2700万円達成

## 2-2. サービス概要



ロゴハウスは、デザインを学び、実践し、成長を可視化しながら、誰でも実績ゼロから案件を獲得できるクリエイタープラットフォームです。

### 主なサービス内容（機能）

- ✓ ログに込められたストーリー、制作に使ったノウハウを共有可能
- ✓ コンテスト機能
- ✓ ポートフォリオ自動生成(成長の可視化)
- ✓ クライアントマッチング(案件獲得の仕組み)
- ✓ SNS&コミュニティ機能



ロゴ特化型  
SNSツール

## 2-3. サービス機能



ロゴハウスは、**アマチュアロゴデザイナー向けのサービス**です。  
ロゴ作成の知識がない方でも簡単に参入でき、ロゴデザイナーとしての成長をサポートします。

機能カテゴリ	機能・サービス内容	詳細
学習サポート	デザインパス	ロゴ制作の基礎・応用を学べる。ロゴに使用したデザインパスも投稿が可能。
	フィードバック機能	他のデザイナーやクライアントからコメント・アドバイスを受け取ることができる。
	実践・スキルアップ	クライアントや企業からのコンテストに参加し、スキルを試せる。
	ポートフォリオ自動生成	学習・コンテストの成果がポートフォリオとして整理される。
	バッジ制度	コンテスト受賞や学習完了でバッジが付与され、スキルが可視化される。
仕事獲得・案件	クライアントマッチング	クライアントがデザイナーを検索・依頼できる機能。
	案件投稿・応募機能	クライアントが案件を投稿し、デザイナー応募することでマッチングを行う。
収益化支援	成果物の販売マーケット	デザイン済みのロゴを販売し、即時収益化できる機能
	有料プラン	案件への応募回数増加や高度なデザインパスの閲覧回数が無制限に



# 2-4. アマチュアの潜在価値



潜在価値

プロのように作るのではなく、アマチュアならではの力でロゴを提供

## プロデザイナーの特徴



- 専門知識と高い技術力
- ビジネス視点を持ったデザイン提案
- プロジェクト管理能力と納期遵守



- 発想が型にはまる傾向
- 案件コストが高い
- 柔軟な対応が難しいケースがある

## アマチュアデザイナーの特徴



- 自由な発想と独創的なデザイン
- 低コスト、柔軟な対応
- クライアント視点の共感力



- 技術力、専門知識が不足
- プロジェクト管理が苦手
- 商用デザインへの理解が浅い



## 事業目的

デザイナーの成長を可視化し、学びながら仕事につなげる新しいエコシステムを創る

### 新規事業が求められる背景

- デザイン市場の変化
- クリエイターの働き方の多様化
- 従来のプラットフォームの課題

- 副業フリーランス人口が急増
- 実績がないと案件を獲得できない
- 実績がないとポートフォリオを作れない
- デザインの意図や成長過程を可視化できない
- 学習機能がないため、成長機会がない

### 新規事業の影響

デザイン業界の課題を解決し  
成長とキャリア形成を支援

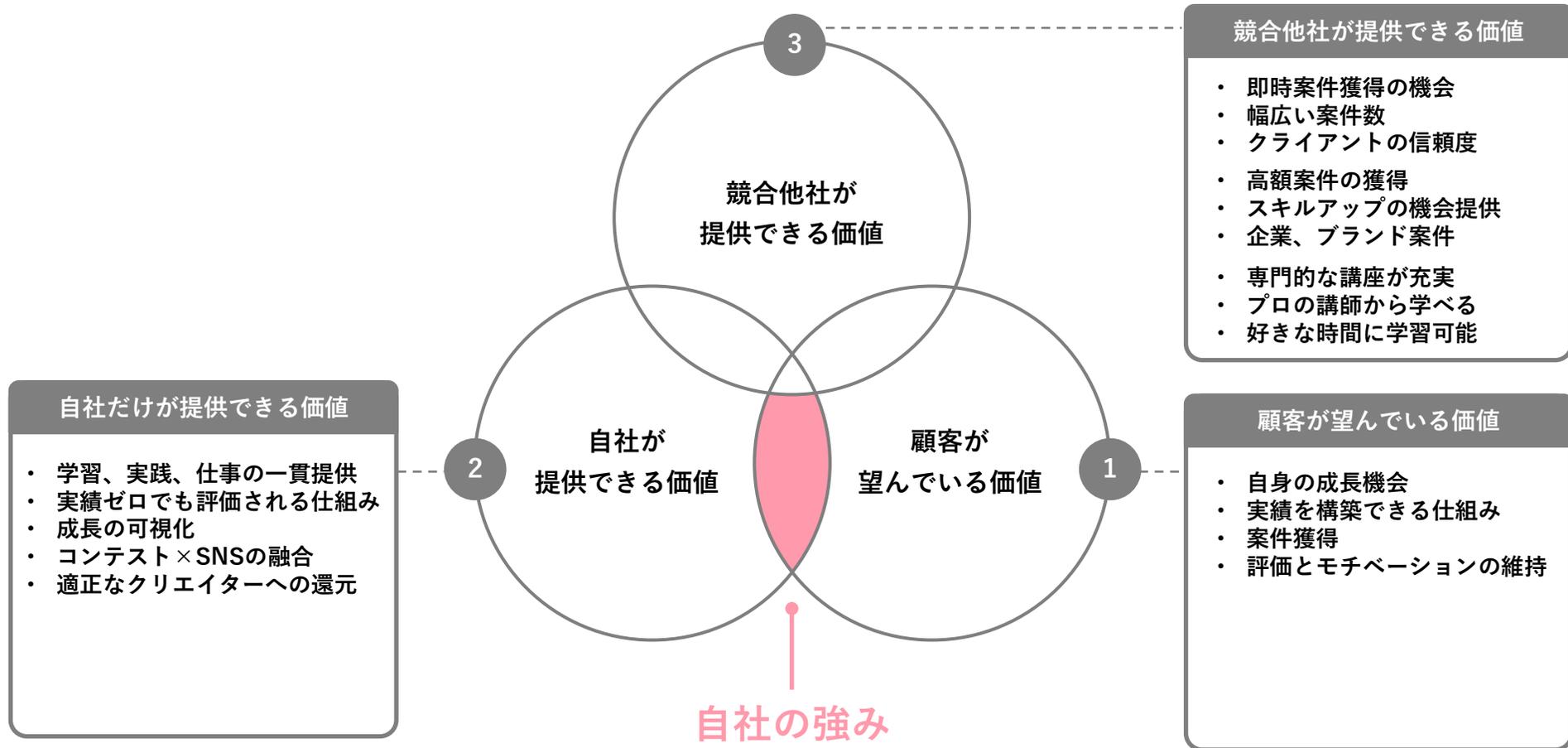
- 初心者でも案件を獲得できる環境を提供
- 初心者デザイナーが、実力を証明できる仕組みを提供
- 価格競争ではなく実力で評価されるシステム構築
- 「作品のストーリー」や「デザイン意図」も共に記録
- 誰でもロゴデザインのノウハウを習得可能

# 2-6. 自社の強み



## 自社の強み

デザインに精通する経営陣/サービスを自社開発できる技術力





## 製品・サービス

### ✔ サービスを自社開発

プロトタイプと並行して自社開発を行うことで、効率的でスピーディなローンチを目指す。

### ✔ オープンソース活用による開発費のコストカット

GitHubなどのオープンソースから既存のフレームワークを組み合わせて開発することで開発費を大幅削減可能。

## 販売チャネル

### ✔ イベント出展や学術機関との連携

ブランド認知やエンゲージメントの向上を図る。

### ✔ 法人プラン、パートナー営業

案件獲得や安定的な収益確保を目指す。

## プロモーション

### ✔ SEO対策

ロゴハウスが多くのクリエイターに認知されるよう、検索上位にヒットするようにSEO対策を施す。

### ✔ インフルエンサーの活用

クリエイター系インフルエンサーを活用し、副業、デザイン分野に興味のある人へのリーチを試みる。

## 月額フリーミアムモデル

### ✔ デザインパスの閲覧無制限化

- 有料ユーザ限定のデザインパスを配信。
- ロゴ制作のスキルをさらに高めることができる。

### ✔ 案件数無制限化

無料ユーザは月に5回まで案件を受注可能。有料ユーザに加入することで案件獲得数の上限を撤廃できる。



# 2-8. 競合との料金差別化

Morning Life

自社 仲介手数料	自社 コンテスト掲載料	自社 月額有料モデル
<p>クリエイターへの還元を第一に</p> <h2>取引額の5%/回</h2>	<p>独創的なロゴを求める企業様に</p> <h2>5万円/週</h2>	<p>より高みを目指したいクリエイターに</p> <h2>300円/月</h2>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 安心な支払保証システム</li> <li>● 案件進行サポート機能</li> <li>● フィードバック・評価システム</li> <li>● トラブル対応・仲介サービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 案件作成支援ガイド</li> <li>● 公平な審査・評価システム</li> <li>● フィードバック提供機能</li> <li>● 受賞ロゴへのバッジ付与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● デザインパスの閲覧制限解放</li> <li>● 案件の応募回数無制限化</li> <li>● 広告の非表示</li> <li>● 案件マッチングの効率化</li> </ul>
仲介手数料	コンテスト掲載料	月額有料モデル
 <h2>取引額の25%/回</h2>	 <h2>1万円/日 25万円/週</h2>	 <h2>2400円/月</h2>



# 2-9. 競合優位性

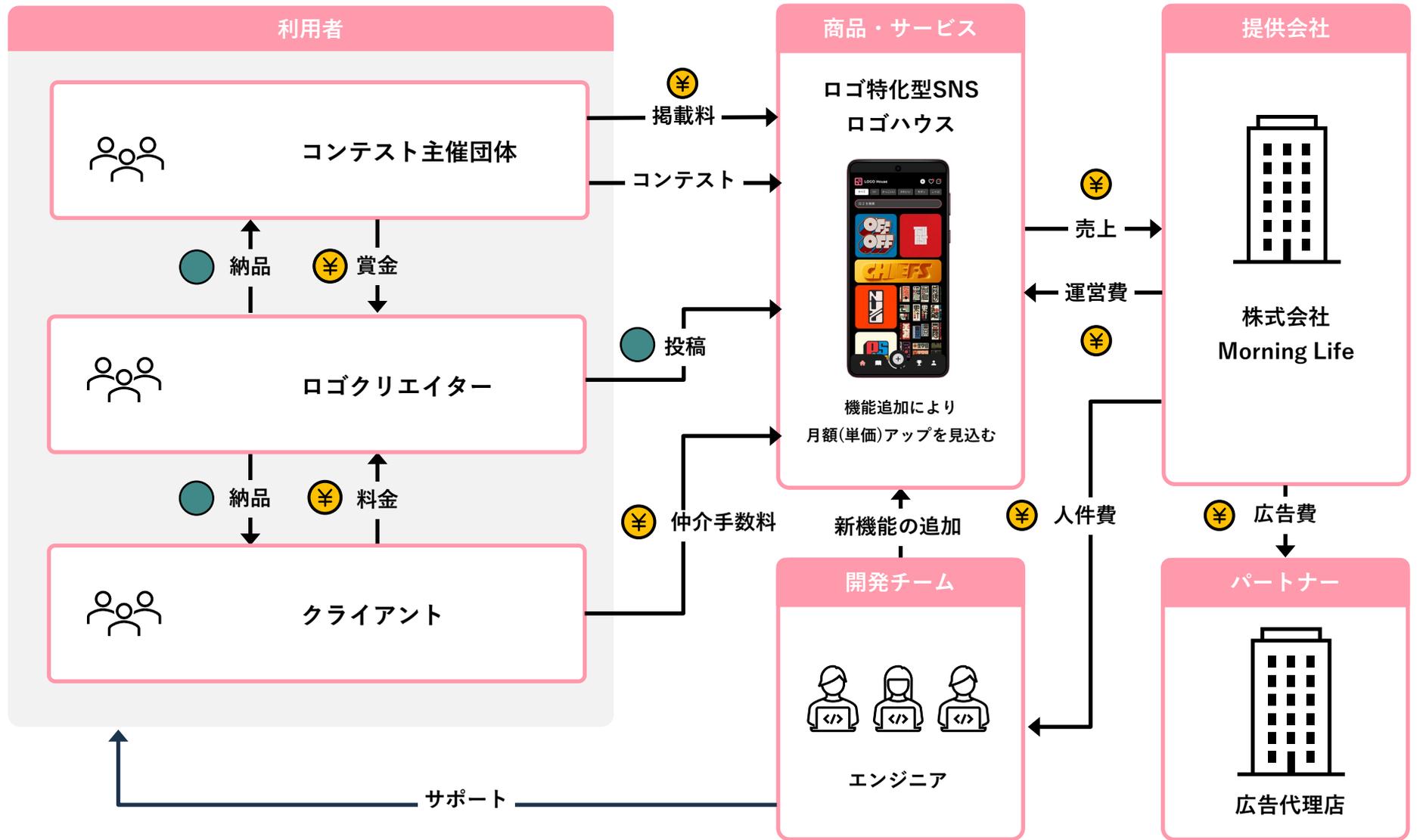
ロゴハウスは、学習、実践、成長、仕事を一貫して提供し、実績ゼロでも成長過程を可視化することでスキルを証明し、案件獲得につなげられる独自の仕組みを有しています。

Morning Life

KBF	ロゴハウス	ココナラ	クラウドワークス	ランサーズ	登竜門
サービス対象の範囲	△	◎	◎	◎	◎
学習コンテンツ	◎	○	×	×	×
コンテスト	◎	△	△	△	◎
SNS機能	◎	○	×	×	△
依頼・受注	○	◎	◎	○	○
モチベーション付与	○	○	△	△	○
ユーザー層	○	◎	○	○	○

# 03. ビジネスモデル

# 3-1. ビジネスモデル





# 3-2. リーンキャンバス



ビジネスモデルをリーンキャンバスで整理しました。

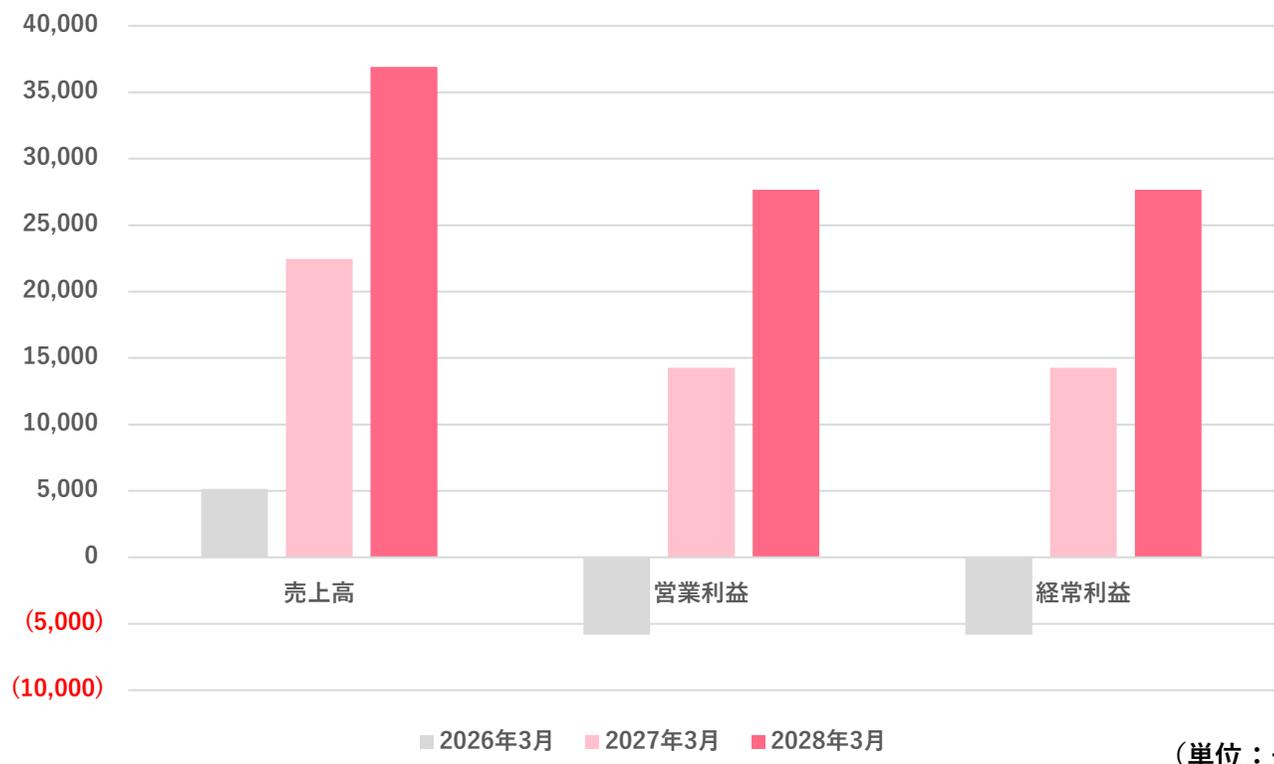
<p><b>課題</b> <span style="float: right;">2</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>キャリア形成が難しい</li> <li>ロゴの受注先が漠然</li> </ul>	<p><b>解決</b> <span style="float: right;">4</span></p> <p>ノウハウ、実績、案件獲得</p>	<p><b>独自の価値提案</b> <span style="float: right;">3</span></p> <p>クリエイターの成長と キャリア形成を支援する 独自のエコシステム</p>	<p><b>圧倒的な優位性</b> <span style="float: right;">9</span></p> <p>学習・実践・仕事 の獲得を一気通貫で 提供できる</p>	<p><b>顧客セグメント</b> <span style="float: right;">1</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アマチュアデザイナー</li> <li>クライアント</li> <li>コンテスト主催者</li> </ul>
<p><b>代替品</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>クラウドソーシング</li> <li>コンテストサイト</li> </ul>	<p><b>主要指標</b> <span style="float: right;">7</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザのアクティブ度</li> <li>クリエイターの成長度</li> <li>仕事への転換率</li> <li>収益性</li> </ul>	<p><b>ハイレベルコンセプト</b></p> <p>学習・実践・仕事 を一元化</p>	<p><b>チャネル</b> <span style="float: right;">5</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>イベント出展、学術機関</li> <li>法人プラン、パートナー</li> </ul>	<p><b>アーリーアダプター</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アマチュアデザイナー</li> <li>ブランド・個人事業主</li> </ul>
<p><b>コスト構造</b> <span style="float: right;">8</span></p> <p>人件費：120万円 開発費：300万円 広告費：150万円</p>			<p><b>収益の流れ</b> <span style="float: right;">6</span></p> <p>ネイティブ広告収入一人当たり180円 1取引あたり250円の収入（平均価格5000円から手数料5%とした場合） 1掲載あたり5万円の収入（掲載期間1週間とした場合）</p>	



# 04. 財務計画



# 4-1. 収支計画



年度	2026年度	2027年度	2028年度
売上	5,143	22,460	36,903
費用	10,954	8,263	10,585
営業利益 / 経営利益	-5,811	14,257	27,663

## 4-2. 損益計画(1年目)



サービスローンチ後、10か月目で黒字化を目指します。

年・月	2025年4月	2025年5月	2025年6月	2025年7月	2025年8月	2025年9月	2025年10月	2025年11月	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2026年3月	通年
売上高	0	0	0	177	223	260	424	497	616	781	1,000	1,165	5,143
売上原価	0	0	0	9	11	13	21	25	31	39	50	58	257
売上総利益	0	0	0	169	212	247	403	472	585	742	950	1,107	4,886
(利益率)	0%	0%	0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%
人件費	545	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	4,340
経費	3,295	242	242	263	264	414	266	267	270	274	278	282	6,357
営業利益	-3,840	-587	-587	-439	-397	-513	-208	-140	-30	123	327	480	-5,811
(利益率)	0%	0%	0%	-247.4%	-177.7%	-197.3%	-49.1%	-28.2%	-4.8%	15.8%	32.7%	41.2%	-113.0%
営業外費用(支払利息)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
経常利益	-3,840	-587	-587	-439	-397	-513	-208	-140	-30	123	327	480	-5,811
法人税等													0
当期純利益													-5,811

(単位：千円)

# 4-3. 損益計画(2年目)



年・月	2025年4月	2025年5月	2025年6月	2025年7月	2025年8月	2025年9月	2025年10月	2025年11月	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2026年3月	通年
売上高	1,221	1,348	1,439	1,694	1,840	1,894	1,967	2,040	2,131	2,222	2,258	2,404	22,460
売上原価	61	67	72	85	92	95	98	102	107	111	113	120	1,123
売上総利益	1,160	1,281	1,367	1,609	1,748	1,800	1,869	1,938	2,024	2,111	2,145	2,284	21,337
(利益率)	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%
人件費	545	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	4,140
経費	517	467	519	524	528	679	580	582	584	586	587	590	2,940
営業利益	98	469	504	740	875	776	943	1,011	1,095	1,180	1,214	1,349	14,257
(利益率)	8.0%	34.8%	35.0%	43.7%	47.6%	41.0%	48.0%	49.6%	51.4%	53.1%	53.7%	56.1%	62.6%
営業外費用(支払利息)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
経常利益	98	469	504	740	875	776	943	1,011	1,095	1,180	1,214	1,349	14,257
法人税等													2,914
当期純利益													11,343

(単位：千円)

# 4-4. 損益計画(3年目)



年・月	2025年4月	2025年5月	2025年6月	2025年7月	2025年8月	2025年9月	2025年10月	2025年11月	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2026年3月	通年
売上高	2,432	2,505	2,596	2,632	2,960	2,996	3,142	3,215	3,324	3,524	3,706	3,870	36,903
売上原価	122	125	130	132	148	150	157	161	166	176	185	194	1,845
売上総利益	2,311	2,380	2,466	2,501	2,812	2,847	2,985	3,054	3,158	3,348	3,521	3,677	35,058
(利益率)	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%
人件費	545	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	4,340
経費	543	492	544	545	552	703	606	608	610	614	618	622	3,254
営業利益	1,222	1,543	1,577	1,611	1,915	1,799	2,034	2,101	2,203	2,389	2,557	2,710	27,464
(利益率)	50.3%	61.6%	60.8%	61.2%	64.7%	60.0%	64.7%	65.4%	66.3%	67.8%	69.0%	70.0%	74.4%
営業外費用(支払利息)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
経常利益	1,222	1,543	1,577	1,611	1,915	1,799	2,034	2,101	2,203	2,389	2,557	2,710	27,464
法人税等													9,475
当期純利益													18,120

(単位：千円)

# 05. 概念実証



# 5-1. 概念実証試験

## サービスの使用感・利便性・機能性を評価、検証

01

ターゲット選定



アマチュア



プロデザイナー



クライアント

02

評価軸の定義

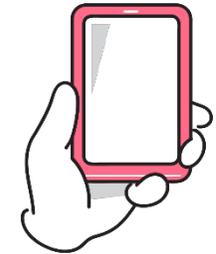
- ・デザイン性
- ・操作性
- ・機能性
- ・満足度
- ・コンテスト機能
- ・学習成長効果



03

概念実証試験

アプリを実際に  
操作し評価を実施



## 5-2. 試験結果:定量データ



### ポイント

- ・ アマチュアデザイナーに対してスコア優位性を確認
- ・ アクセシ性、表示形式、参加意欲が比較的低スコア

① ② ③ ④ AVE	ロゴハウスの機能全般						
	直観性	アクセシ性	視認性	配色・フォント	一貫性	UIデザイン	満足度
①	4.38	4.13	4.33	4.08	4.25	4.46	4.08
②	4.33	3.89	4.11	3.44	4.11	4.22	3.56
③	4.44	4.19	4.50	4.44	4.38	4.63	4.31
④	4.50	4.00	4.50	4.50	4.33	4.50	4.17
AVE	4.41	4.05	4.36	4.12	4.27	4.45	4.03

① ② ③ ④ AVE	デザインパス機能			コンテスト機能			
	作品理解	表示形式	価値向上と満足度	参加意欲	使いやすさ	フィードバックの効果	協賛の効果
①	4.25	4.00	4.29	3.71	3.71	3.88	4.00
②	4.00	3.44	4.33	3.44	3.11	3.22	3.67
③	4.44	4.31	4.31	3.81	4.06	4.19	4.13
④	4.50	4.50	4.50	4.00	4.33	4.00	4.00
AVE	4.30	4.06	4.36	3.74	3.80	3.82	3.95

① 総合 ② プロデザイナー ③ アマチュアデザイナー ④ クライアント

# 5-3. 改善の指針



## コンテストの参加意欲

### バッジで実力を可視化

- 受賞ロゴにバッジ表示
- クリエイターの実力を一目で理解



## アクセス性の向上

### ハンバーガーメニュー追加

- メニュー追加で操作性UP
- ナビゲーション改善

## 広告表示改善

### タイル型広告でストレス軽減

- 広告表示を自然に配置
- ユーザ体験を維持



# 06. 想定リスク



# 6-1. 想定リスクと対応策

## × 内的要因リスク

- ユーザが継続利用せず、離脱率が高い
- 学習コンテンツやコンテストの質が低い
- 案件の流通量が不足し、仕事につながらない
- プラットフォームの収益化が進まない



## ○ 対応・予防策

- 継続利用インセンティブを提供
- アップデートやユーザ投票機能の実装
- クライアント向けプロモーションの実施
- フリーミアムモデルの導入、企業向けプランの提供

## × 外的要因リスク

- 競合他社の台頭・サービスの類似化
- AIロゴデザインの普及
- 経済不況による企業の広告、デザイン予算削減



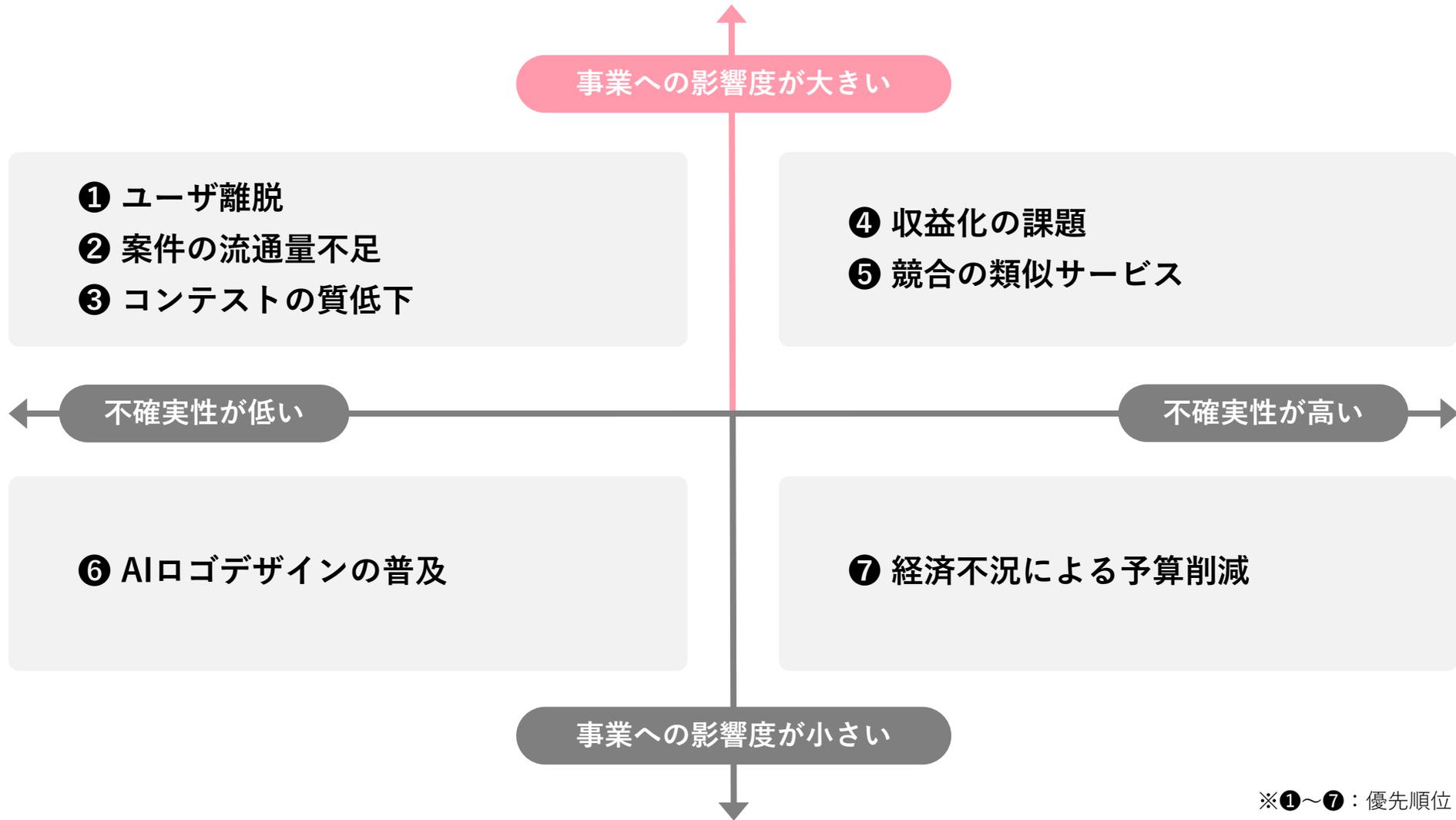
## ○ 対応・予防策

- 差別化戦略、パートナー提携の拡大
- AI補助ツールの導入
- 低コストプランの提供、マーケティング強化



# 6-2. 想定リスクの優先順位付け

Morning Life



※①～⑦：優先順位

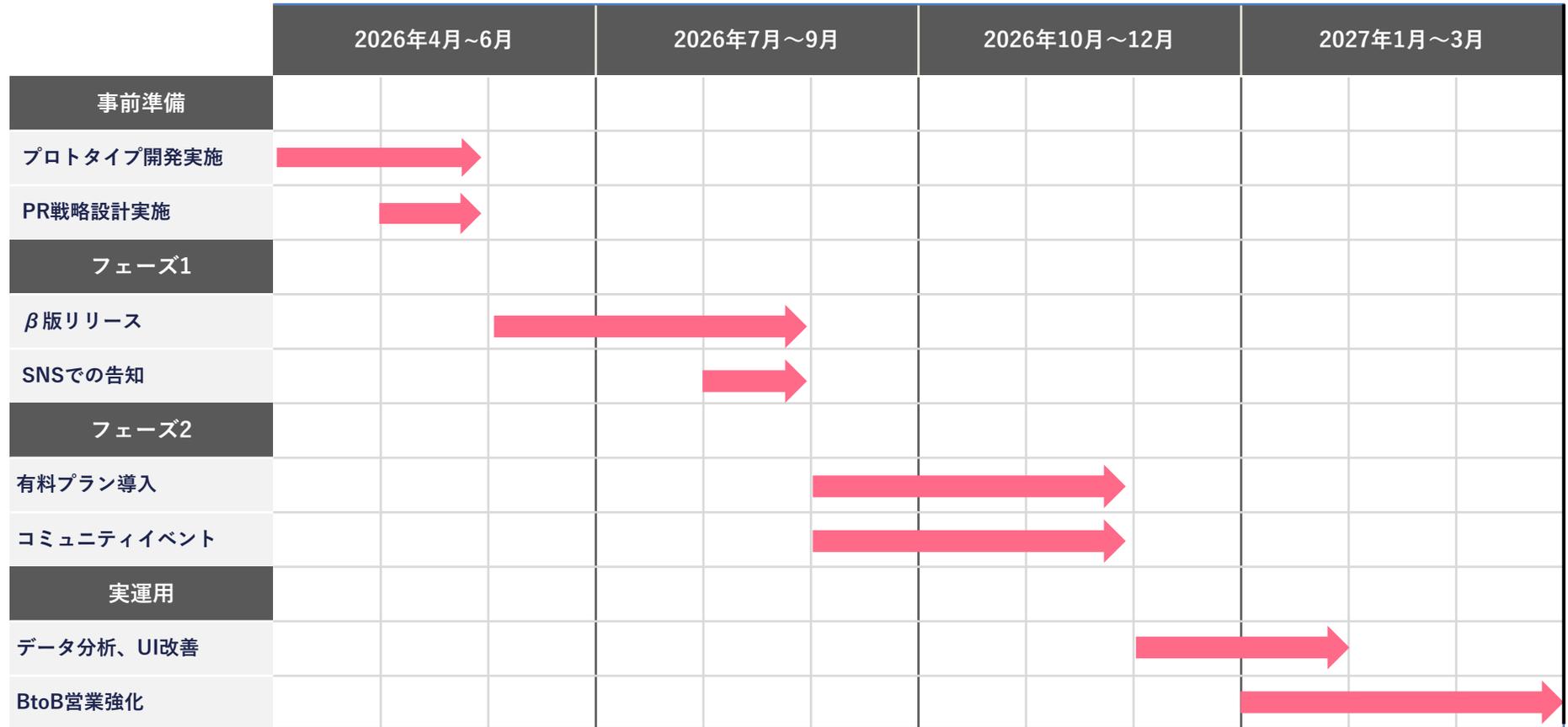
# 07. スケジュール



# 7-1. 全体スケジュール



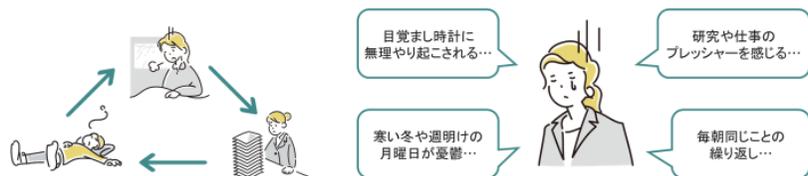
事業化後は以下のスケジュールを検討しています。





# 08. 付録

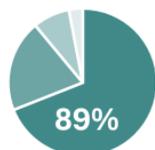
### 1 現代人が抱える朝への抵抗感



▶ 毎日繰り返される負担と、朝への抵抗感が現代人を苦しめる社会構造

### 2 現状分析

Q: あなたは朝起きることが辛いと感じますか? (N=210)



- |            |     |
|------------|-----|
| 1. とても辛い   | 69% |
| 2. 少し辛い    | 20% |
| 3. あまり辛くない | 8%  |
| 4. 全然辛くない  | 3%  |

**89%**  
の人々が朝に対して抵抗感を抱える

### 3 ペルソナによるターゲット選定

#### ● ユーザー層



#### ● ペルソナ

名前: フジサワ・ナオ  
年齢: 30代前半  
職業: 営業職  
趣味: 読書、映画鑑賞  
悩み: 仕事が辛くて趣味を楽しめない

#### ● ターゲット

- ・新たな日常
- ・新たなコンテンツを楽しみたい



名前: タナカ・ユキ  
年齢: 20代後半  
職業: 一般企業で事務職  
趣味: 読書・想像で物語を考える  
悩み: アイデアを物語にする技術不足

- ・作品を広めたい
- ・副業をはじめたい



名前: ナカムラ・アオイ  
年齢: 20代前半  
職業: 声優養成所の学生  
趣味: ボイスサンプルの録音  
悩み: 経験不足、声の使い分け

- ・声優活動をしたい
- ・収益を得たい
- ・知名度を高めたい

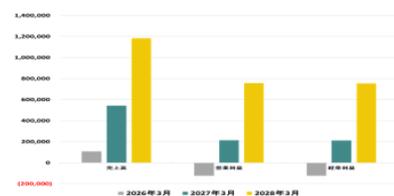
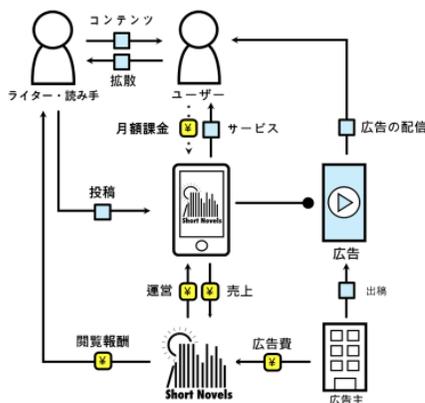
### 4 提案



### 5 UI画面



### 6 ビジネスモデルと財務計画



**収益源**  
 広告収入 : 一人当たり275円/月  
 有料プラン : 一人当たり300円/月  
**営業利益**  
 第一期 : -125,036,000円  
 第二期 : 214,204,000円  
 第三期 : 756,388,000円



# ロゴハウス

ロゴで語り合う。ロゴで高め合う。

# 2班 Morning Life

BQ21049 安永圭吾 BQ21020 佐藤 怜央 BQ21051 永田亮太郎



芝浦工業大学  
SHIBaura INSTITUTE OF TECHNOLOGY

## 1 Pivot

従来の提案要素を引き継いだ新たなアイデア



- SNSによるコミュニティ要素
- クリエイター支援
- 副業的要素



- ターゲット明確化による顧客確保
- BtoBIによる収益源の多様化
- 埼玉県・経営者に対する還元

デザインが大好きな  
我々だからこそ



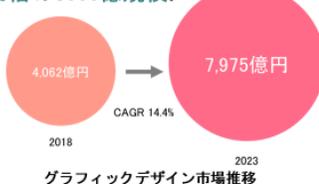
クリエイターに  
寄り添ったサービスを

## 2 現状分析

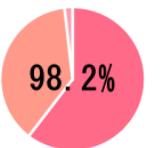
絶えることのないロゴの需要



2023年での国内市場規模は  
5年で倍の8000億規模に



自社でサービスや商品においてロゴデザインは重要か



1. 非常に重要 60.4%
2. ある程度重要 37.8%
3. 重要ではない 1.8%
4. 全く重要でない0%

# 98%以上

が重要と認識

デザイン関係者へヒアリング調査と課題・目的設定



都内美大生 田村さん

コンペで賞をとらないと  
フィードバックをもらえる場が欲しい  
地道な努力が不可欠

課題

- フィードバック環境が不足
- 取引や交流の場が不足し、活動の幅を広げる機会がない



芝浦工業大学 田中先生

取引する場が少ない  
コミュニティが活発だったらいいのに  
フリーやアマチュアに活躍の場がほしい

目的

- フィードバックを得られる学びの場を提供
- 活発なコミュニティ形成

## 4 提案

### ロゴ特化型SNS「ロゴハウス」



## 5 UI画面



ログイン | ホーム | ロゴ詳細1 | ロゴ詳細2 | デザインパス | 詳細記事

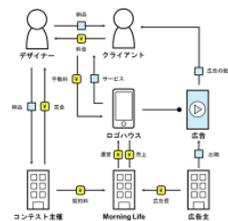
## 6 ビジネスモデル・実証実験

主な収益源

- 広告費
- ユーザー間の仲介手数料
- コンテスト主催事業からの掲載料

ユーザーへの還元

- コンテスト自社開催による支援
- 学習コンテンツの充実
- フィードバックに基づいたサービス改善



評価結果をもとに、UI/UXや機能改善の方向性を示す

ターゲット選定

- アマチュアデザイナー
- プロデザイナー
- クライアント

評価軸の定義

- デザイン
- 操作性
- 機能性
- 満足度
- コミュニティ
- 学習・成長

実証実験

- プロトタイプ開発
- デザイン工学科に協力申請
- プロトタイプ評価



# ロゴハウス

ロゴで語り合う。ロゴで高め合う。

# 2班 Morning Life



芝浦工業大学  
SHIBaura INSTITUTE OF TECHNOLOGY

BQ21049

安永圭吾

BQ21020

佐藤 怜央

BQ21051

永田亮太郎

## 1 ロゴデザイン市場の遷移

ロゴの需要は拡大の一途を辿る

デジタル

- デジタルツールの普及
- AIや機械学習の活用



イベント

- イメージの具現化
- 雰囲気やテーマを表現



企業

- ビジュアルアイデンティティを再認識
- 市場での差別化



クリエイターに求められる「体験価値」の創造

- 認識性
- 業界判別性
- 汎用性
- ブランド体験の拡張
- ストーリー性
- 動的なデザイン性



機能価値



体験価値

従来求められていた「機能価値」は標準化  
「体験価値」の構築がクリエイターに求められる

## 2 課題と提案

メインターゲットをアマチュアデザイナーに設定

ブランディングの課題

自身のブランド価値を創造する力

コミュニティの課題

つながり・成長・仕事を支えるコミュニティが必要

参入余地の課題

学び・実績・仕事を繋げるエコシステムが必要

コンテスト機能で実績獲得のチャンス

入賞したロゴにはバッジが付与  
掲載サイズや掲載順にも反映



落選しても自身の実績に加算される

ロゴをシェアしてユーザからフィードバックをGET

満たされる承認欲求  
アドバイスによる上達への近道



ポートフォリオがマーケットに

ロゴ制作の軌跡  
デザインパス機能

ロゴ制作で知りたいノウハウ  
デザイナーが知らせたい作品への想い



ユーザ生成コンテンツの側面を持つ

ロゴ特化型SNS「ロゴハウス」



ホーム



デザインパス



詳細記事



コンテスト



コンテスト詳細



ポートフォリオ

## 3 概念実証

目的 ロゴハウスの使用感・利便性・機能性の評価・検証 期間 日付:2025年1月18日(土)~1月20日(月)

ターゲット選定

- プロユーザ層
- アマチュアユーザ層
- 一般ユーザ層

実証フロー  
評価軸の定義

- デザイン・満足度
- 操作性
- 機能性
- コンテスト
- 学習成長効果

概念実証

- モックアップ開発
- デザイン会社に協力申請
- モックアップを評価

## 4 実証結果

メインターゲットであるアマチュアデザイナーにて高スコア獲得に成功

	ロゴハウスの機能全般						
	直観性	アクセシビリティ	視認性	配色・フォント	一貫性	UIデザイン	満足度
①	4.38	4.13	4.33	4.08	4.25	4.46	4.08
②	4.33	3.89	4.11	3.44	4.11	4.22	3.56
③	4.44	4.19	4.50	4.44	4.38	4.63	4.31
④	4.50	4.00	4.50	4.50	4.33	4.50	4.17
	デザインパス機能				コンテスト機能		
	作品理解	表示形式	価値向上と満足度	参加意欲	使いやすさ	フィードバックの効果	協賛の効果
①	4.25	4.00	4.29	3.71	3.71	3.88	4.00
②	4.00	3.44	4.33	3.44	3.11	3.22	3.67
③	4.44	4.31	4.31	3.81	4.06	4.19	4.13
④	4.50	4.50	4.50	4.00	4.33	4.00	4.00

① 総合 ② プロデザイナー ③ アマチュアデザイナー ④ 一般ユーザー

Q: 最も気に入った点と最も改善が必要だと思う点を教えてください



コンテストとデザインパスというコンセプトが新しいと思います。またコンテストで落選しても、そのまま実績として反映されるのがよいと思います

コンテストをお気に入り登録すると締切3日前にプッシュ通知が飛ぶなど、アプリだからその機能を画面で見せられると良さそうに思いました。

Q: 類似アプリと比較し、優れている点、劣っている点は何ですか



ロゴに限定しているところで、統一感(見た目の良さ)や検索のしやすさに繋がっていいなと思いました

全体的にやや文字が小さいので、もう1~2pt大きくするとモバイルデバイスでも見やすいと思います

Q: ユーザの体験価値を向上させるため、どのような改善を求めますか



「このテストでロゴ作成を依頼する」ことができると、このサービス独自の機能がより盛り上がるのではないかと思いました!

HOTラベル「人気のコンテスト」「人気のデザインパス」などを用意して早めにユーザーがコンテンツにリーチできるようにしても良いかと思いました

## 5 今後の展望

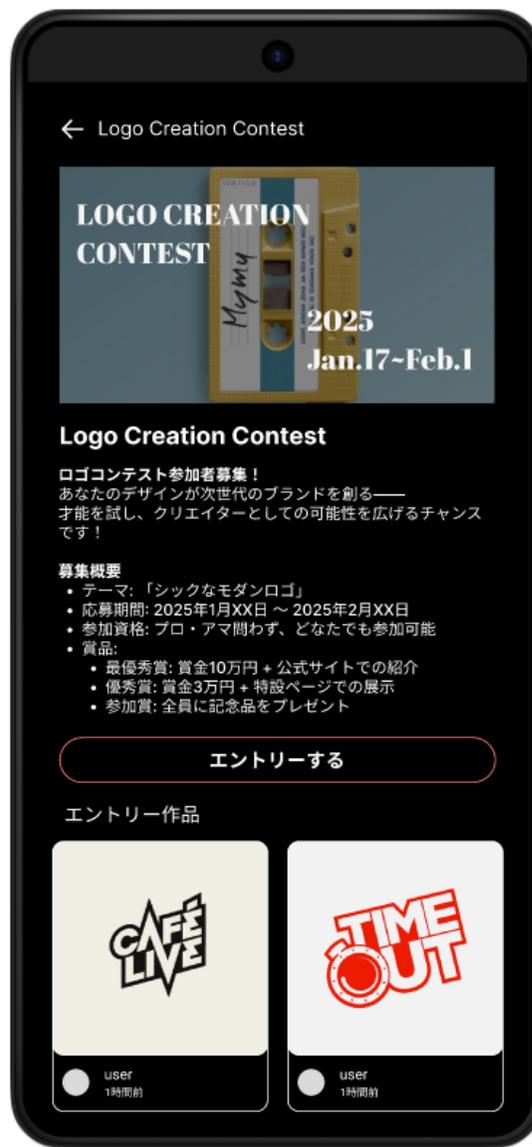
- フィードバックを元にモックアップを改善 ~1/31
- 再度アンケート調査を実施・財務計画の構築 ~2/13
- プロトタイプ開発を開始 2/15~



2/15 最終ピッチ  
CEOチャレンジ

※アンケート調査にて某IT企業のデザイン業務に関わる方々にご協力頂きました。







ロゴで高めあい、ロゴで語り合う



**LOGO HOUSE**